

T.C.
Marmara Üniversitesi
Eğitim Bilimleri Enstitüsü
İlköğretim Anabilim Dalı
Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Bilim Dalı

**ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN MEDYA
OKURYAZARLIĞINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ**

Hazırlayan
Cihan Özay

Danışman
Yrd. Doç. Dr. Gül TUNCEL

Yüksek Lisans Tezi

İstanbul, 2014

T.C.
Marmara Üniversitesi
Eğitim Bilimleri Enstitüsü
İlköğretim Anabilim Dalı
Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Bilim Dalı

**ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN MEDYA
OKURYAZARLIĞINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ**

Hazırlayan
Cihan Özay


Danışman
Yrd. Doç. Dr. Gül TUNCEL

Yüksek Lisans Tezi

İstanbul, 2014

ONAY

Cihan ÖZAY tarafından hazırlanan 'ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN MEDYA OKURYAZARLIĞINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ' başlıklı çalışma, 21/01/2015 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda jüri tarafından başarılı bulunmuş ve yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

	Adı Soyadı	İmzalar
TEZ DANIŞMANI	Yrd.Doç.Dr. Gül TUNCEL	
JÜRİ ÜYESİ	Doçent.Dr.Hamza AKENGİN	
JÜRİ ÜYESİ	Yrd.Doç.Dr. Ahmet KATILMIŞ	

ÖNSÖZ

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin sunduğu geniş olanaklar ile birlikte, internet ve sosyal ağların etkisiyle kitle iletişim araçlarının hayatımızda kapladığı alan giderek artmaktadır. Çocuklar ve gençlerin yeni teknolojilere ve kitle iletişim araçlarına olan ilgileri, hem olumlu hem de olumsuz anlamda etkileri günümüzde önemli bir durum haline gelmiştir. Bu durum medya eğitiminin önemini daha da arttırmıştır. Görsel ve yazılı medya, eğitim ihtiyacının en çok hissedildiği alanların başında gelmektedir.

Medya çalışanından televizyon izleyicisine kadar herkesin kendini eğitime sorumluluğu vardır. Medya çalışanlarının bilgi birikimine sahip olmaları, evrensel insan çocuk haklarını kendilerine ilke edinmeleri son derece önem taşımaktadır. Özellikle ülkemizde çocuklar internet ve televizyon başında çok fazla zaman geçirmekte ve olumsuz görüntü ve içeriğe maruz kalmaktadır. Bu sorun başta eğitimciler olmak üzere medya çalışanlarının ve tüm kişi ve kurumların ortak sorunudur.

Bu çalışmada ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri tespit edilmiştir. Araştırmadan elde edilecek sonuçların medya eğitimi, medya okuryazarlığı konularında bir kaynak görevi göreceği düşünülmektedir.

Bu çalışma sürecinde benden her türlü yardımı ve desteği esirgemeyen tez danışmanım Sn. Yrd. Doç. Dr. Gül Tuncel'e araştırma sırasında eksik kaldığım noktalarda bana destek olan değerli arkadaşım Sn. Yakup Ayaydın'a bana katkı sağlayan arkadaşım Sn. Şebnem Melek Tosun'a ve Abdullah Çetin'e çalışmam esnasında bana her türlü anlayışı, sabrı gösteren değerli eşim Sn. Sonnur KÜÇÜKALİ ÖZAY'a, biricik kızım Ecesu ÖZAY'a ve tüm aileme sonsuz teşekkür ediyorum.

ÖZET

ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN MEDYA OKURYAZARLIĞINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ

Yüksek Lisans, Eğitim Bilimleri Enstitüsü

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Gül TUNCEL

Ocak, 2015, 112 sayfa

Medyanın son yıllarda artan etkisi ve medya araçlarının yaygınlaşması ile toplumun medya eğitimine duyduğu ihtiyacı da artırmıştır. Medya eskiye oranla insanların günlük hayatında daha büyük etkiye sahiptir. Bireyler günlük yaşantılarının büyük bir kısmında medya araçlarıyla ilişki içerisinde. Bu durum bireylerin medyadan ve medya araçlarından gelebilecek olumsuz etkiler karşısında dikkatli olmalarını gerektirmektedir. Her konuda olduğu gibi medya konusunda da bireyleri bilinçlendirmenin yolu eğitimden geçmektedir. Bu yüzden bireylere medya okuryazarlığı eğitimi verilmekte ve medyadan gelen mesajları doğru okumaları sağlanmaktadır. Bu araştırmada ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri incelenmiştir. Araştırmanın evreni 2013-2014 eğitim-öğretim yılında İstanbul ilinde ortaokullarda eğitim gören öğrencilerinden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini için 2013-2014 eğitim-öğretim yılında İstanbul'un Ataşehir, Ümraniye, Çekmeköy, Üsküdar, Sancaktepe, Bahçelievler ilçelerinde eğitim 5,6,7,8. Sınıf öğrencileri seçilmiştir. Araştırmada toplam 670 öğrenci ile anket çalışması yapılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak "Ben ve İletişim Anketi" uygulanmıştır. Araştırmada veri toplamak amacıyla kullanılan anket araştırmacı tarafından hazırlanmış ve online olarak (<http://ozayanket.blogspot.com/>) katılımcılara sunulmuştur. Bu anket geliştirilirken literatür taraması ve daha önce yapılan araştırmalar dikkate alınmıştır. Anketler uzmanların görüşleri alınarak taslak olarak hazırlandıktan sonra anketlerin güvenilirlikleri test edilmek amacıyla ön uygulama yapılmıştır. Ön uygulamadan sonra var olan eksiklikler giderilerek anketlere de son şekli verilmiştir. Araştırmadan ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri görüşleriyle ilgili elde edilen bulgular bir yazılım programı ile yüzde ve frekans analizi şeklinde analiz

edilerek betimlenmiştir. Öğrencilerin düşünceleri ile cinsiyet değişkeni arasındaki farkı ki-kare testi ile öğrencilerin düşünceleri ile sınıf düzeyi değişkeni arasındaki fark ise anova-tukey ile tespit edilmiştir. Araştırmada katılımcıların kullandıkları medya araçlarından yaygın olarak televizyon, internet ve cep telefonunu kullandıkları kitap, gazete, dergi, DVD ve VCD kullanma oranlarının düşük olduğu, genelde facebook ve twitter gibi sosyal ağları takip ettiklerine, televizyon izledikleri için ders çalışmadıklarına, televizyonda gördükleri şiddet olaylarından etkilendiklerine, ülkemizde medyanın tarafsız olmadığını düşündüklerine, kitle iletişim araçlarına güvendiklerine, medyayı eleştirel bir bakış açısıyla takip etmediklerine, medya okuryazarlığının en önemli amacının medya metinlerindeki sosyal, kültürel, ekonomik ve politik yönlendirmelere karşı uyanık bir birey yetiştirmek olduğunu düşündüklerine ulaşılmıştır.

Anahtar kelime: İletişim, Kitle İletişim Araçları, Medya, Medya Okuryazarlığı,

ABSTRACT

PRIMARY STUDENT'S OPINION INTERPRETATION OF MEDIA LITERACY

Graduate Studies, Educational Sciences Institution

Thesis Advisor: Yrd. Doç. Dr. Gül TUNCEL

January 2015, page

The need of the media education has been increased due to the increase of its effectiveness and prevalence of the media tools. The effectiveness of media on individuals' daily life is now higher comparing to past. Individuals use media tools in big part of their daily lives. This fact requires individuals to be careful for any possible negative effect of the media and its tools. As in most of the situations, awareness of individuals about media should be raised by education. Therefore media literacy education is given to individuals and they are ensured to evaluate the media messages.

In this research, the perception, sight and commentary of primary social science teachers and students for media literacy have been examined. The participants of the research are social science teachers and students studying at primary schools in İstanbul in 2013 – 2014 academic year. For exemplification of this research, social science teachers who work around the districts of İstanbul, Ataşehir, Ümraniye, Çekmeköy, Üsküdar, Sancaktepe, Bahçelievler, and 5th, 6th, 7th and 8th grade students have been chosen. In total, the questionnaire has been applied to 670 students. “ I & Communication” questionnaire is used to gather data. The questionnaire to gather the data in this research has been prepared by the researcher and it's presented online on the (<http://ozayanket.blogspot.com>) to the participants.

While this survey was been developing, literature studies and previous researches had been taken into account.

After surveys, based on the opinions of experts, were prepared as draft, preliminary application was made to test the reliability of surveys.

After preliminary practice, the missing parts were resolved and the final version of the questionnaire was given.

The findings related reviews of media literacy levels of middle school social studies teacher and students and their perception, views and comments were analyzed and depicted in the forms of percentage and frequency analysis by SPSS programme in the survey.

The difference between the thoughts of students and the gender variant is identified by t-test while the difference between the thoughts of students and the grades variant is identified by anova.

It's achieved in the research that among the media tools used by the participants are television, internet and mobile phone are common while the rate of the usage of the book, newspaper, magazine, DVD and VCD is low, they generally follow the social networks such as facebook and twitter, they don't study lesson as they watch tv, they're effected by the images of violence they watch at tv, they think the media is not neutral in our country, they trust on the mass communication tools, they don't follow the media with a critical perspective and they think that the most important aim of the media literacy is to educate individuals who are highly aware of the social, cultural, economic and political orientation in the media texts.

Key Words: Communication, Mass Communication Tools, Media, Media Literacy

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar	ix
KISALTMALAR	xi
BÖLÜM I GİRİŞ	1
1.1 Problem Durumu	1
1.2 Araştırmanın Amacı	3
1.3 Araştırmanın Önemi	3
1.4 Sınırlılıklar.....	5
1.5 Sayıtlar	5
1.6 Tanımlar	5
BÖLÜM II İLGİLİ ALAN YAZIN	7
2.1 İletişim.....	7
2.2 İletişim Fonksiyonları	8
2.3 Kitle İletişim ve Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri	9
2.4 Kitle İletişim Araçları.....	12
2.4.1 Radyo.....	12
2.4.2 Gazete ve Dergi	12
2.4.3 Televizyon	12
2.4.4 İnternet.....	14
2.5 Medya ve Medyanın Temel İşlevleri.....	15
2.6 Medya Okuryazarlığı Kavram ve Tanımı	17
2.7 Medya Okuryazarlığı Eğitimi.....	19
2.8 Medya Okuryazarlığı Eğitiminin Tarihi Gelişimi	22
2.9 Ülkemizde Medya Okuryazarlığı Eğitimi	24
2.10 Medya Okuryazarlığının Temel İlkeleri.....	26
2.11 Medya Okuryazarlığının Amaçları.....	27
2.12 Medya Okuryazarlığını Gerekli Kılan Etmenler	29
2.13 Sosyal Bilgiler ve Medya Okuryazarlığı İlişkisi	32

2.14 Medya Okuryazarlığı Eğitimi İle İlgili Yapılan Çalışmalar.....	38
BÖLÜM III YÖNTEM.....	43
3.1 Araştırma Modeli	43
3.2 Evren ve Örneklem.....	43
3.3 Veri Toplama Yöntemleri	45
3.4 Verilerin Analizi ve Yorumlanması	46
BÖLÜM IV.....	48
BULGULAR.....	HATA! YER İŞARETİ TANIMLANMAMIŞ.
4.1 Ortaokul Öğrencilerinin Medya Araçlarını Kullanma Durumları.....	48
4.2 Ortaokul Öğrencilerinin Medya Araçlarını Kullanma Amaçları	51
4.3 Ortaokul Öğrencilerinin Medya Araçlarına ve Medya Araçlarından Elde Bilgilere Güvenirlilik Düzeyleri	53
4.4 Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Seviyeleri	55
4.5 Ortaokul Öğrencilerinin Medya ve Kitle İletişim Araçları Hakkındaki Düşünceleri.....	57
4.6 Ortaokul Öğrencilerinin Medya Araçlarından Etkilenme Durumları	59
4.7 Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığının Amaçlarına İlişkin Düşünceleri.....	60
BÖLÜM V SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER.....	70
5.1 Sonuçlar ve Tartışma.....	70
5.2 Öneriler.....	73
KAYNAKÇA.....	75
EKLER	80
EK 1: İZİN YAZILARI ve ANKET	80

TABLolar

Tablo 1	Örnekleme Oluşturan Kişi Sayısı ve Yüzde Dağılımı	43
Tablo 2	Katılımcıların Okul türüne ve Cinsiyet durumlarının Oransal dağılımı	44
Tablo 3	Katılımcıların Yaşadıkları İlçelere Göre Dağılımı	44
Tablo 4	Katılımcıların Baba Eğitim Düzeyinin Oransal Dağılımı	44
Tablo 5	Katılımcıların Anne Eğitim Düzeyinin Oransal Dağılımı	45
Tablo 6	Ortaokul Öğrencilerinin Medya Araçlarını Kullanma Sıklıklarının Oransal Dağılımı	48
Tablo 7	Ortaokul Öğrencilerinin Bir Günde İnternette ve Televizyon Karşısında Ortalama Geçirdiği Zaman	50
Tablo 8	Ortaokul Öğrencilerinin Kullandıkları Sosyal Ağların Oransal Dağılımı	50
Tablo 9	Ortaokul Öğrencilerinin Kullandıkları Sosyal Ağlarda Kaç Kişi İle Aktif İletişim Halinde Olduklarının Oransal Dağılımı	50
Tablo 10	Ortaokul Öğrencilerinin Ödev Yaparken Tercih Ettikleri Kaynakların Oransal Dağılımı	51
Tablo 11	Ortaokul Öğrencilerinin Gazete ve Dergiyi Kullanma Amaçları	51
Tablo 12	Ortaokul Öğrencilerinin İnternet Kullanma Amaçları	52
Tablo 13	Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanma Amaçlarının Oransal Dağılımı	52
Tablo 14	Ortaokul Öğrencilerinin Televizyon Programlarının Doğru Bilgi İletmelerine Yönelik Düşüncelerinin Oransal Dağılımı	53
Tablo 15	Ortaokul Öğrencilerinin İletişim Araçlarına Olan Güvenirlik Düzeylerinin Oransal Dağılımı	54
Tablo 16	Ortaokul Öğrencilerin Televizyonda En Çok İzledikleri Program Türlerinden Oransal Dağılımı	55
Tablo 17	Ortaokul Öğrencilerinin Televizyon Seyretme Nedenlerinin Oransal Dağılımı	55
Tablo 18	Ortaokul Öğrencilerinin Televizyon Dizilerinin Kaynaklarına İlişkin Düşüncelerinin Oransal Dağılımı	56
Tablo 19	Ortaokul Öğrencilerin Ders Çalışmaktan Sıkıldıklarında Kullanmayı Tercih Ettikleri Araçların Oransal Dağılımı	56
Tablo 20	Ortaokul Öğrencilerin Televizyon Yayınlarından Rahatsızlık Duyduklarındaki Yaptıkları Uygulamaların Oransal Dağılımı	57
Tablo 21	Ortaokul Öğrencilerinin Medya ve Kitle İletişim Araçları Hakkındaki Düşüncelerinin Oransal Dağılımı	57
Tablo 22	Ortaokul Öğrencilerinin Televizyon Yayınlarından Etkilenme Durumları	59
Tablo 23	Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığının Amaçlarına İlişkin Düşünceleri	60
Tablo 24	Ortaokul Öğrencilerinin Medya ve Medya Okuryazarlığına İlişkin Düşüncelerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Ki-Kare Sonuçları	61

Tablo 25	Ortaokul Öğrencilerinin Medya ve Medya Okuryazarlığına İlişkin Düşüncelerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Ki-Kare Sonuçları	63
Tablo 26	Ortaokul Öğrencilerinin Medya ve Medya Okuryazarlığına İlişkin Düşüncelerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre ANOVA-Tukey-LSD Sonuçları	64
Tablo 27	Ortaokul Öğrencilerinin Medya ve Medya Okuryazarlığına İlişkin Düşüncelerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre ANOVA-Tukey-LSD Sonuçları	66
Tablo 28	Ortaokul Öğrencilerinin Medya ve Medya Okuryazarlığına İlişkin Düşüncelerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre ANOVA-Tukey-LSD Sonuçları	67
Tablo 29	Ortaokul Öğrencilerinin Medya ve Medya Okuryazarlığına İlişkin Düşüncelerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre ANOVA-Tukey-LSD Sonuçları	69

KISALTMALAR

MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
Akt.	Aktaran
Çev.	Çeviren
RTÜK	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
TV	Televizyon
Ed.	Editör
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1 Problem Durumu

Medya, teknoloji alanında kaydedilen gelişmelere paralel olarak yeni iletişim araçlarının da devreye girmesiyle beraber toplumsal yaşantının her alanında yer almaktadır. Sinemadan televizyona, gazeteden internete, video kliplerden reklamlara kadar yazılı ya da yazılı olmayan çok değişik biçimlerde üretilen medya metinleri, çeşitli iletişim araçları aracılığı ile bireylere ulaşmaktadır. Yaşanan bu değişim doğrultusunda medya, bireylerin düşüncelerinin, davranışlarının ve değer yargılarının oluşumunda önemli bir role sahip olmaktadır(Erdoğan, 2010).

Medyanın toplum üzerindeki yönlendirme, kullanma pasifleştirme veya aktifleştirme, değiştirme, parçalama, birleştirme gibi etkileri artık herkes tarafından kabul edilmektedir (Özdemir, 1998). Medyanın toplum üzerinde bu etkisi kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile giderek artmaya devam etmektedir. İzlediğimiz programlar, haberler, reklamlar, okuduğumuz gazete ve dergiler aslında her gün evlerimize örtük mesajlar taşıyan birer araçtır. Bu mesajlar izlediğimiz programların, okuduğumuz gazete ve dergilerin içine o kadar iyi gizlenmektedir ki sıradan bir medya takipçisi her gün iç içe olduğu bu mesajları fark edememektedir. Bu mesajlar artık hayatın bir parçası haline gelmişlerdir.

Medya günümüzde insan yaşamının önemli ve vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Medyanın bireyin sosyalleşme sürecindeki önemi ve etkisi arttıkça eğitimsel amaç ve hedeflerin yeniden tanımlanması gereği kendisini açıkça hissettirmektedir. Özellikle çocukların üzerindeki medyanın etkisi günden güne bir artış göstermektedir. Gelişen teknolojiyle birlikte çok küçük yaştaki çocuklar bile medya araçları tarafından iletilen mesajlarla karşı karşıya kalmaktadır. Denetimi oldukça güç olan medyanın, kavram ve iletilerinde taşımış olduğu simgelerle çocukluğun yetişkinliğe doğru geçişinin hızlı ve düzensiz olmasına neden olmaktadır. İletişim bilimcilerinden Postman'a göre, modern yetişkinlik kavramının gelişmesi ile doğurduğu sonuçlar arasında, elektrikli enformasyon ortamının, çocukluğu "ortadan kaldırarak yok ettiği" ifade edilmektedir (Postman, 1995). Bu durumda, medyanın eğitimsel bir işlevinin bulunmadığını, aksine düzensiz ileti ve görüntülerle belirsizliği ve etkileri olduğu belirtilmektedir. Bu ve benzeri süreçlerin akabinde, bireylerin medya gerçekleri ile baş edebilmesi ve çocuklarla yüzleştirilmesi için, 'öz savunma' niteliğini taşıyan medya okuryazarlığına ihtiyaç duyulmuştur. Bu noktada, medya

okuryazarlığı, eğlence ve zaman öldürme aracı olarak tanımlanan kitle iletişim araçları ve iletilerinin öğrenciler tarafından bilinçli, seçici ve etkin birer izleyici bakış açısıyla değerlendirebilmelerini amaçlamaktadır. Bilgiyi edinme kaynağı Medya günümüzde toplumsal yaşamı belirleyen en önemli merkezlerden biridir. Artık modern dünyada pek çok insan sosyal yaşama medya aracılığıyla katılmaktadır. Bu da medya aracılığıyla kurgulanan dünya ile gerçek dünya arasındaki ilişkinin sorgulanmasını kaçınılmaz kılar. Ergen, yetişkin, çocuk kim olursa olsun medyadaki mesajları doğru algılayabilmek ve yorumlayabilmek için ciddi bir eleştirel bakışa ihtiyaç duyar. İşte bu noktada medya okuryazarlığı işin içine girmektedir.

Medya okuryazarlığı, kitle iletişim araçlarında (televizyon, internet, radyo, gazete, sinema, video, reklamlar vs.) yer alan iletilere erişim, onları çözümlenme, değerlendirme ve iletmeye yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Medya okuryazarlığı, öğrencilerin yalnızca gördükleri medya ürününü okumalarını değil, bunun yanında medya ürününü oluşturma sürecinde de etkin olmalarını gerektiren bir hareket olarak kabul edilmesi gerekmektedir (Thoman, 2007). Medya, mesaj aktarımında önemli bir güce sahiptir. Bu güç, bireylere farklı şekillerde ulaşabildiği gibi farklı etkilerde bırakabilmektedir. Özellikle mesajların içeriğinin sunulmasında izlenen yol ve yöntem, medya okuryazarlığının anlamını görebilmek için önemlidir.

Kitle iletişim araçlarının egemen olduğu günümüz dünyasında bireylerin medya okuryazarı olmadan yetiştirilmeleri düşünülemez. Çünkü medya okuryazarlığı ile iletişim araçlarında yer alan enformasyona eleştirel bir bakış açısı ile bakabilmeyi, okuyabilmeyi ve üretim sürecine yön verebilen yurttaşlık kavramıyla yakından ilişkilidir. Kitle iletişim araçları verimli okuma, yazma, araştırma ve bilgi kaynaklarına ulaşma olanağı sağlar. Bugün birçok insan, kitle iletişim araçları yoluyla kolay öğrenme, iletişim kurma ve rahat yaşama olanaklarına sahiptir. Kitle iletişim araçlarının dolayısıyla medyanın sağladığı bu olanaklardan yararlanmak için medya okuryazarı olmak gerekmektedir. Görsel, işitsel ve yazılı medya karşısında savunmasız bir alıcı konumunda bulunan çocukların ilköğretimden başlayarak, bilinçli ve eleştirel bir medya tüketicisi ve bunun yanı sıra medya üreticisi olma bilincini kazandırma, kurgu ile gerçeği birbirinden ayırabilme, genel olarak medyanın işleyişini değerlendirebilme, meydanının iletilerini çözümlenme ve değerlendirebilme yeterliliğini kazandırma eğitimin temel amaçlarına eklenmesi gereksinimi açıkça ortaya çıkmıştır.

Günümüz toplumlarında medya, bilgi edinmek haricinde çocukların ve gençlerin boş zaman aktivitelerini gerçekleştirmek için kullandıkları bir araç haline gelmiş ve büyük bir sosyalizasyon sürecine eklenmiştir. Sosyal paylaşım siteleri, bilgisayar oyunları ya da

televizyon yaygın bir şekilde kullanılmakta ve gittikçe popülerleşmektedir. Bu durum çocukların ve gençlerin medya üzerinden gelebilecek her türlü etkiye açık olmalarına neden olmaktadır. İşte bu durum bireylerin daha küçük yaşlarda başlayarak medya okuryazarlığı ile ilgili yeterli bilgi ve beceriyi almalarını gerektirmektedir. Ancak çocukların medya okuryazarlığı seviyelerinin bilinmesi ve buna göre medya okuryazarlığının planlanması gerekmektedir. Bu bağlamda araştırmanın problemini ortaokul sosyal bilgiler öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin düzeylerinin, görüşlerinin tespit edilmesi oluşturmaktadır

1.2 Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşlerini belirlemektir. Araştırmada ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşlerini belirlemek amacıyla aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

- 1- Ortaokul öğrencilerinin medya araçlarını kullanma durumları nasıldır?
- 2- Ortaokul öğrencilerinin medya araçlarını kullanma amaçları nelerdir?
- 3- Ortaokul öğrencilerinin medya araçlarına ve medya araçlarından elde bilgilere güvenirlilik düzeyleri nasıldır?
- 4- Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık seviyeleri ne düzeydedir?
- 5-Ortaokul öğrencilerinin medya ve kitle iletişim araçları hakkındaki düşünceleri nelerdir?
- 6- Ortaokul öğrencilerinin medya araçlarından etkilenme durumları nasıldır?
- 7- Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığının amaçlarına ilişkin düşünceleri nelerdir?
- 8- Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin düşünceleri arasında cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık var mıdır?
- 9- Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin düşünceleri sınıf düzeyine göre anlamlı bir farklılık var mıdır?

1.3 Araştırmanın Önemi

1. Bilişim teknolojilerindeki değişim ve gelişim insanları medya ile etkileşim sürecine sokmuştur ve bu süreç her geçen gün daha yoğun etkileşimli hale gelme eğilimi göstermektedir. İnsanların medya ile iletişimi insan-insan iletişimine yeni bir boyut kazandırmıştır. Artık insanlar arasında ortak bir dil oluşmaktadır. Bu dil görsel ve işitsel iletileri anlayıp yorumlayabildikleri ve birbirleri ile iletişim kurabildikleri “medya okuryazarlığıdır”. Artık genç bireyler okulda kitaplardan ve öğretmenlerinden

öğrendiklerinden fazlasını medyadan öğrenmektedirler. Bu yüzden yapılan bu araştırma geleceğin nesillerinin medyadan gelebilecek mesajları okuyabilmeleri açısından önemlidir.

2. Medyanın her ilettiği mesajın gerçek anlamının farkına varmak önemlilik arz etmektedir. Toplumun büyük bir kesimi medyayı eleştirmeden, sorgulamadan, doğrudan kabul ederek takip etmektedir. Bu da ticari amaç taşıyan medyanın insanlara mesajları farklı yansıtması sorununu ortaya çıkarmaktadır. Bu soruna çözüm olarak bireylerin sorgulayan ve eleştirel düşünen kişiler olarak medyayı okuyup yeni medya mesajlarının oluşumunda etkin katılımcı haline gelmeleri gerekmektedir. Bu araştırma ile gelecek nesillerin medyadan gelecek mesajları eleştirel bir gözle okumalarını sağlayacaktır.

3. Yaşadığımız çağda, çocuklar ve gençler zamanlarının önemli bir bölümünü medya ve medya araçlarıyla geçirmektedir. Gençler, vakitlerinin önemli bir bölümünü medya araçlarıyla geçirmenin yanı sıra medya araçlarından ciddi biçimde etkilenmekte ve yaşam şekillerini medya araçlarına göre belirlemektedirler. Medya gerçeği yansıtmayan kurmaca bir dünyadır. Buna karşın gençler ve çocuklar medyayı gerçek olarak algılamakta ve medyadan gelen her türlü iletiyi doğru olarak kabul etmektedir. Medya araçları, etkileme gücünün yüksek olması sonucunda toplumun kültürünü yozlaştırmakta, bireylerin değer yargılarını değiştirebilmektedir. Bu araştırma gelecek nesillerin toplum kültürüne sahip, toplumun değer yargılarını benimseyen bireyler yetiştirmesi açısından önemlidir.

4. Bu araştırma bireylerin eleştirel okuryazar olma boyutunda medya okuryazarlığın önemini; medya ile etkileşim sürecinde medyayı doğru anlayabilmenin gerekliliğini; medya okuryazarlığı kavramının eğitim anlayışındaki yerini ortaya koyma açısından ortaokul öğrencilerinin eğitim öğretim döneminde seçmeli medya okuryazarlığı dersi ile alınan bilgiler doğrultusunda medyaya ilişkin görüşlerini belirleme açısından da önemlidir.

5. Araştırma öğrencilerinin medya okuryazarlığı ile ilgili algı görüş ve yorumlarını değerlendirerek medya okuryazarlığı ile ilgili yapılması gerekenlerin tespit edilmesini sağlaması açısından önemlidir

6. Araştırma öğrencilerin medya araçlarını kullanma durumlarını, medya araçlarını kullanma amaçlarını tespit etmesi açısından önemlidir.

7. Araştırma ortaokul öğrencilerinin medya araçlarına güvenirlilik düzeylerini tespit etmesi açısından, öğrencilerin medya okuryazarlığı seviyelerini tespit etmesi açısından önemlidir.

1.4 Sınırlılıklar

1. Araştırma 2013–2014 eğitim öğretim yılı İstanbul iline bağlı ortaokullarda eğitim gören öğrencileri ile sınırlıdır.
2. Araştırmanın süresi yüksek lisans tez süresiyle sınırlıdır.
3. Araştırma yüksek lisans tez süresi boyunca ulaşılan bilgi ve bulgularla sınırlıdır.
5. Araştırma sonuçları anketle elde edilen bulgularla sınırlıdır.
6. Araştırma, araştırma grubundaki öğrencilerin anket sorularına verdikleri cevaplarla sınırlıdır.

1.5 Sayılılar

1. Araştırmaya katılan öğrencilerin anket sorularına samimi cevap verdikleri kabul edilmiştir.
2. Veri toplama aracı araştırmanın amacına ve konusuna uygun olarak seçilmiştir.
3. Veri toplama aracı araştırmanın amacına uygun olarak kullanılmıştır.
4. Araştırma bilimsel yönetime uygun olarak yapılmıştır.

1.6 Tanımlar

Medya: “Yazılı, sesli veya görsel iletişimi sağlayan radyo, televizyon, gazete ve dergiler gibi basın yayın organlarının tümünü kapsayan kitle iletişim araçlarına verilen ortak ad” (Koçak, Alkan, 1999; Püsküllüoğlu, 1995).

İletişim: “İletişim anlam arama çabasıdır; insanın başlattığı kendisini çevresinde yönlendirecek ve değişen gereksinimlerini karşılayacak şekilde uyarıları ayırt etme ve örgütlemeye çalıştığı yaratıcı bir edimdir” (Barlund, 1968; Akt: Mutlu, 2004).

Kitle iletişim: “Kitle iletişimi, bilgi, görüş ve davranışların genellikle bir araç ile çok sayıdaki kişiye aktarılma sürecidir. Buna göre; kitle iletişimi, toplumun tümünün veya önemli bir kısmının alıcı konumunda olduğu, yani kitlelere yönelik iletişime denir.” (Koparan, 2007; Akt: Bütün, 2010).

Medya okuryazarlığı: “Medya okuryazarlığı, insanların izledikleri, ne anladıkları ve okudukları ile ilgili sorular sormaya teşvik eden soruşturma temelli bir eğitim modelidir” (Taşkiran, 2007).

Öğretmen: “Öğretmen formal eğitim veren kurumlarda öğretimi sağlayan kişidir” (Erden, 2001, s.21).

Sosyal Bilgiler:“Sosyal ve insanla ilgili diğer bilimlerin içerik ve yöntemlerinden yararlanarak, insanın fiziksel ve sosyal çevresiyle etkileşimini zaman boyutu içinde disiplinler arası bir yaklaşımla ele alan ve küreselleşen bir dünyada yaşamla ilgili temel demokratik değerlerle donatılmış, düşünen ve becerili demokratik vatandaşlar yetiştirmeyi amaçlayan bir çalışma alanıdır.” (Doğanay, 2004, s.17).

BÖLÜM II

İLGİLİ ALAN YAZIN

Bu bölümde iletişim, kitle iletişimi, medya ve medya okuryazarlığı kavramları, Dünya’da ve Türkiye’de medya okuryazarlığı, medya okuryazarlığının gerekliliği, medya okuryazarlığı dersi, medyanın etkileri, medya eğitiminin nasıl olması gerektiği, iletişim teknolojileri ve gelişen medya konularına değinilmiştir.

1

2

2.1 İletişim

İletişim kavramı latince “communis” kavramından türetilmiştir. Bu kavramın kökünde latince anlamı ortak olan “common” sözcüğü vardır. Buradan hareketle iletişim kurabilmenin en önemli unsurunun ortak anlamlı sembollerin ve kavramların bulunması olmaktadır. (Uğur, 2004). İletişim kavramını yerli ve yabancı birçok araştırmacı farklı açılardan bakarak tanımlamıştır. Bu tanımlamalar şöyledir:

“İletişim bilginin, fikirlerin, duyguların, becerilerin, vb’nin simgeler kullanarak iletilmesidir” (Berelson ve Steiner, 1964; Akt: Mutlu, 2004). Bu tanımlamada iletişimin simgeler aracılığıyla çeşitli mesajların iletilmesi üzerinde durulmuştur. Bu tanımlamaya benzer olarak Theodorson ve Theodorson (1969) şu tanımlamayı yapmıştır: “İletişim esas olarak simgeler aracılığıyla bir kişiden veya gruptan diğerine (veya diğerlerine) bilginin, fikirlerin, tutumların veya duyguların iletimidir.” Bazı araştırmacılar ise iletişimi tanımlarken insanların ortaya çıkardığı ve gereksinimlerini karşılayabilecekleri bir durum olduğu üzerinde durmuşlardır. Bu tanımlamalardan bazıları şöyledir: “İletişim anlam arama çabasıdır; insanın başlattığı kendisini çevresinde yönlendirecek ve değişen gereksinimlerini karşılayacak şekilde uyarıları ayırt etme ve örgütlemeye çalıştığı yaratıcı bir edimdir.” (Barlund, 1968; Akt: Mutlu, 2004).

İletişim bilgi alış verişini sağlayan en temel unsur olarak kabul edilir. Osgood ve Diğerleri iletişimi tanımlarken sistemler arası bilgi akışı sağladığına dikkat çekmiş ve şu tanımlamayı yapmıştır: “Genel olarak, bir sistemin (kaynak) diğer sistemi (hedef) aradaki kanal üzerinden aktarılan sembolleri kullanarak etkilediği her yerde iletişim vardır.” (Osgood ve Diğerleri, 1957; Akt: McQuail ve Windahl, 1993).

Ülkemizde iletişimle ilgili çalışmalarda bulunan çeşitli araştırmacılarda iletişimin farklı boyutlarını ön plana çıkararak bazı tanımlamalarda bulunmuşlardır. Bu tanımlamaların en kapsamlısı McQuail ve Windahl, (1993) yaptığı şu tanımdır: iletişim mesajı gönderen (kaynak), kanal, mesaj, alıcı (hedef), kaynak ile hedef arasındaki ilişki, etki, iletişimin içinde vuku bulunduğu durum ve mesajın dayandığı bir sürü şeyi kapsamakta veya belirtmektedir. Her zaman olmasa bile bazen bir şeyi iletme veya alma niyeti vardır. İletişim bu durumların hepsi veya herhangi birisi olabilir. TDK (2014) iletişimi şöyle tanımlamaktadır: “ Duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, komünikasyon.”

İletişimde belli bir amacı gerçekleştirmenin önemini belirten Koçak(1988) iletişimi bireyleri etkilemek ya da saptanmış bir amacı gerçekleştirmek için bilgi sağlamak ve bu bilgilerin, duyguların, gereksinimlerin, niyetlerin, düşüncelerin vb. yazı, işaret, konuşma hatta mimik ve hareketler aracılığı ile sesli ya da sesiz aktarıldığı bir süreç olarak tanımlar (Akt: Deryakulu, 1992). Oskay ise iletişimi şu şekilde tanımlamıştır:

Belirli bir coğrafya parçasında aynı doğa koşulları içinde varlıklarını sürdürmek için araç ve gereçler bulan, bu konuda çeşitli bilgiler üretmiş bulunan, bunları belirli işbölümü yöntemlerine göre kullanan, kendi aralarındaki bu işbölümünden kaynaklanan farklılaşmaları haklılaştırmak için çeşitli değerler ve inançlar üreterek toplumun farklı kesimlerini ortak üst kimlikler içinde kaynaştırmayı amaçlayan insanların etkinliğidir (Oskay, 2005).

Yapılan tanımlamalar değerlendirildiğinde iletişim, çeşitli araç veya simgeler kullanılarak duygu, düşünce, fikir ve isteklerin kişiye, kişilere, gruba veya gruplara aktarılması olarak tanımlanabilir. İletişim, insanlık tarihinin başlangıcıyla ortaya çıkmış ve ortaya çıktığı andan itibaren yaşamın her anında kendini hissettirmiştir. Çünkü sosyal bir varlık olan insanın sosyalleşebilmesi, ihtiyaçlarını karşılayabilmesi, kendisini ifade edebilmesi ve çevresiyle ilişki kurması kaçınılmaz bir zorunluluktur.

2.2 İletişimin Fonksiyonları

İletişim insanların doğasında olan olmazsa olmaz, kaçınılmaz bir olgudur. İnsanlar çevreyi bilmek anlamak istediğinden iletişim kurmaktadır. İletişim insan olarak varoluşun, psikolojik ve kültürel bir varlık olarak kültürel çevreyi anlamlandırmanın ve bu çevre içinde yer edinmenin temelidir. İletişimin bir boyutu öğrenme, anlama ise diğer boyutu da öğretme ve yönlendirmedir. İletişim insanların paylaşması, bir şeyleri aktarması ve bir şeyler edinmesi işlevleri vardır (Zıllıoğlu, 1997).

Çağlar ve Kılıç, (2009), iletişimin fonksiyonlarını altı başlık altında toplamışlardır. Bu fonksiyonlar şunlardır:

İletişim bilgi taşıyıcı: Bilgi, hem bireyler, hem gruplar hem de birey ve grupların oluşturdukları organizasyonlar için önemli bir unsurdur. Bireylerin oluşturdukları organizasyonlardaki araç ve gereçler, organizasyonda yapılacak değişiklikler bilgiye dayanır. Dolayısıyla iletişim organizasyonlarda insanlar arasında bilgi taşıma işlevini görerek organizasyonun etkililiğini sağlar.

İletişim sağlıklı ilişkilerin kurulmasına yardımcı eder: Bireyler arasında olumlu ya da olumsuz anlamlar içeren mesajlar iletişim aracılığıyla iletilmektedir. Bireyler arasında sağlıklı iletişim kurulabilmesi için hem mesajı gönderen hem de mesajı alan kişinin açık iletişime inanmaları gerekmektedir.

İletişim etkileşimi sağlar: İletişim insanlar arasında bir etkileşim sağlayarak insanların birbirleriyle bir etkileşim içerisinde olmalarına olanak sağlamaktadır. İnsanlar karşılıklı etkileşimde bulunarak farklı duygu, düşünce ve mesajlara ulaşabilmektedirler.

İletişim kararları taşıyıcı: İletişim, her sosyal kurum ve kuruluşta alınan her türlü kararın zamanında ve önemini yitirmeyecek şekilde doğru olarak yerine ulaşmasını sağlar.

İletişim emirleri taşıyıcı: Bireyler arasında veya oluşturulan organizasyonlarda etkili işleyen bir iletişim sisteminin oluşturulması için verilen emir ve talimatların sağlıklı bir şekilde ulaşması önemlidir. Bu durumu sağlayan emirlerin sağlıklı bir şekilde ulaşmasını sağlayan iletişimdir.

İletişim geri bildirim imkânı tanıyıcı: İletişim bireylerin aldığı mesajlara geri bildirim imkânı sağlar. Bu durum iletişimin sağlıklı bir şekilde oluşmasına yardımcı olur.

2.3 Kitle İletişim ve Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri

İnsanlar, tarihin ilk günlerinden beri iletişim olgusu ile iç içedir. Duyguların, düşüncelerin, bilgi ve becerilerin aktarılması ve paylaşılması olarak tanımlanan iletişim dinamik bir süreçtir. McQuail'in (1987) de ifade ettiği üzere kitle; kalabalık, dağınık, birlikte eylemde bulunabilme yeteneğinden yoksun insan topluluğudur. Çeşitli teknolojik araçların geliştirilmesiyle (televizyon, bilgisayar, radyo vb.) kalabalık, birbirinden haberdar olmayan, kendi başına eylemde bulunamayan gruplara ileti dağıtılmaya başlamıştır. Bu durum yeni bir kavram olan kitle iletişiminin doğmasına neden olmuştur.

Kitle ve iletişim kavramlarının birleşmesiyle oluşan kitle iletişim kavramı bu alanda araştırma yapan araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Erdoğan ve Alemdar (2005) kitle kavramını sayısı belli olmayan insan topluluğu olarak tanımlarken; kitle iletişimi sayısı bilinmeyen izleyici, okuyucu ve kullanıcı anlamında tanımlar; kültür bazında kitle iletişim ise kültürü tüketenler, üretim için gereksinimi üretenlerdir (Akt: Taşkiran, 2007). Kitle kavramının farklı bir boyutu olan kitle iletişim, geniş izleyici, okuyucu ve kullanıcı alanını ifade eder. Kitle iletişimi, bilgi, görüş ve davranışların genellikle bir araç ile çok sayıdaki kişiye aktarılma sürecidir. Buna göre; kitle iletişimi, toplumun tümünün veya önemli kısmının alıcı konumunda olduğu, yani kitlelere yönelik iletişime denir (Koparan, 2007). Kitle iletişimini en kapsamlı tanımı ise şöyledir: “Kitle iletişimi kurumlar ve uzman grupların teknolojik aygıtları kullanarak sembolik içerikleri külliyatlı, heterojen ve geniş bir alana dağılmış izleyici-okuyucu-dinleyicilere yaymak üzere kullandıkları üzere kullandıkları teknikleri kapsamaktadır” (Janowitz, 1968; Akt: McQuail ve Windahl, 1993).

Mutlu (2004) kitle iletişimin başlıca özelliklerini şu şekilde sıralamıştır:

- Kitle iletişimin izler kitlesi görece geniştir;
- İzler kitle çeşitli toplumsal kümelerden gelen, değişik ve çeşitli niteliklere sahip insanlardan oluşan ayrı türden bir topluluktur;
- İzler kitle kimliksiz bir topluluktur, yani izler kitle üyesi ve iletişimci genellikle birbirlerini kişisel olarak tanımazlar;
- Kitle iletişim kamusaldir, yani içeriği herkese açıktır;
- Kitle iletişim araçları kaynaktan uzakta bulunan, birbirlerinden de ayrı olarak konumlanmış çok sayıda insanla aynı anda ilişki kurabilir;
- Kitle iletişim karmaşık biçimsel kurumları gerektirir;
- İletişimciyle izler kitle arasındaki ilişki izler kitlenin kişisel tanışıklığı olmayan, profesyonel iletişimci rolündeki kişiler aracılığıyla kurulur;
- İletişim geri döndürülemezcesine tek yönlüdür ve izler kitlenin anında yanıt verme olasılığını fiilen dışlamaktadır, böylelikle iletişim sisteminde göndericiyle alıcı arasında kesin bir kutuplaşma söz konusudur;

Kitle iletişimi genel anlamıyla çeşitli kaynaklar aracılığıyla çok sayıda insanla iletişim kurma olarak tanımlanabilir. Kaynak ile hedef arasında iletişimi sağlayan kanallara ise kitle iletişim araçları denir. Kitle iletişim araçlarının çeşitli işlevleri vardır. Bu işlevler şunlardır Uğur, (2004) :

Haber ve bilgi sağlama işlevi: Kitle iletişim araçları bireysel, toplumsal, ulusal ve uluslararası herhangi bir konuda bilgi ve haber aktararak insanların bilinçlenmesini sağlarlar.

Toplumsallaştırma işlevi: Kitle iletişim araçları insanların toplum içindeki varlıklarını sürdürebilmeleri için önemli olan toplumsallaşmanın sağlanmasına yardımcı olurlar. Toplumun değerleri, inançları kitle iletişim aracılığıyla topluma aktarılır.

Motivasyon: Kitle iletişim araçları, toplumun ve bireyin hedeflerine ulaşmada özendirici bir rol oynarlar.

Tartışma ve diyalog işlevi: Kitle iletişim araçları, tartışma ortamı oluşturarak, kamusal yarar konusunda var olan sorunların ortaya çıkmasına yardımcı oldukları gibi diyalog yolu ile uzlaşma sağlanmasına da katkı sağlar.

Eğitim işlevi: Kitle iletişim araçları, haber ve bilgi aktarırken dolaylı bir şekilde bireylerin veya toplumun eğitim seviyesinin yükselmesine yardımcı olur. Kitle iletişim araçları ayrıca insanların bilgi, yetenek ve beceri düzeylerinin gelişmesine de katkı sağlamaktadır.

Kültürel gelişme işlevi: Kitle iletişim araçları sanat eserlerini, tarihi eserleri, kültürel birikimleri bireylere ulaştırarak kültürün gelişmesine ve kültürel mirasın korunmasına katkı sağlar.

Eğlendirme işlevi: Kitle iletişim araçları bireylerin veya toplumun birbirlerini tanımalarını ve çeşitli şekilde eğlenmelerini sağlamaktadır.

Son yıllarda, kitle iletişim araçları sayesinde, asıl önemli olan bilgiye ulaşmaktan çok bilginin eleştirel bir biçimde ele alınıp, özümsemesi ve günlük yaşamda kullanılabilir hale getirilebilmesidir (Doğan ve Taşköprülü, 2008; Akt: Bütün, 2010). Kitle iletişim araçları toplumla olan iletişimi tek yanlı ilerletebilecek yetenek ve imkânlarla sahip yapılardır. Gerçekliğin ne şekilde, ne zaman, kimin için ve kimler tarafından üretileceği ve sunulacağı konusu bu yapılarda kolay ve anlık bir uğraştır. Bireyin bu güç karşısında kendini koruyabilecek zırhı ise bulunmamaktadır (Bilgili ve Akbulut, 2007; Akt: Bütün, 2010). Ayrıca kitle iletişim araçlarının gelişimine paralel olarak iletişim kanallarının çeşitliliğinin artması, bir yandan içerik doldurma sorununu beraberinde getirirken, diğer taraftan bu “bilgi” ve “enformasyon” çokluğunda “doğru bilgi”ye nasıl ulaşılabileceğine ilişkin sorunların ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Apak, 2008; Akt: Bütün, 2010).

2.4 Kitle İletişim Araçları

2.4.1 Radyo

Televizyonun yaygınlaşmasından önceki dönemlerde bireyi ve toplumu bilgilendirici, eğlendirici en önemli kitle iletişi aracıdır. Radyo yayınlarının başlangıcı pek çok ülkede 20. yüzyılın başlarında başlamıştır. Radyo yayınları ilk radyo dalgalarının bulunuşundan bu yana çeşitli araştırmaların ışığında gelişerek günümüze kadar ulaşmıştır. İlk radyo yayıncılığı 1920 yılında Amerika'da başlamış özellikle II. Dünya Savaşı döneminin sonuna kadar olgunluk çağını yaşamıştır. Televizyon yayınlarının artması ve renkli televizyonların ortaya çıkmasıyla radyo eski önemini koruyamasa da günümüzde medyanın önemli bir unsurudur. (Uğur, 2004).

Değişik ilgi alanları ve mesleklere göre uzmanlaşmış radyolar, insanları bilgilendirmekte ve aynı zamanda eğitmektedir. Radyo programcılarının kullandıkları dil, dinleyicilerin sözcük seçimine yansımaktadır. Bu nedenle radyo ve dil ilişkisi medya okuryazarlığı için önemli bir durum ifade etmektedir (Bilici, 2011).

2.4.2 Gazete ve Dergi

İnsanoğlunun iletişimde ilk kullandığı araçların başında yazılı iletişim araçları gelmektedir. On beşinci yüzyılda matbaa faaliyetlerinin başlamasıyla yazılı metinler hızlı bir şekilde çoğaltılmaya başlanmıştır. Bu durum kitle iletişiminde basın yayın faaliyetlerinin başlamasını sağlamış, gelişen teknoloji ile bu faaliyetler hız kazanarak daha geniş kitlelere ulaşmaya başlamıştır. Son yıllarda bilişim teknolojilerindeki gelişmelerden basında yararlanmış gazete ve dergiler sanal âlemden yayınlanmaya başlamıştır. Gazete ve dergiler basılı olmasının yanında internet üzerinden de geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Gazete ve dergiler çeşitlenen içerikleri ve sayılarıyla medyanın en önemli araçlarından olmuştur. Gazete ve dergilerde kullanılan dil, fotoğraf ve diğer unsurların bireylerin olaylara bakış açısını etkilemektedir. Gazete ve dergilerdeki kullanılan dili ve verilmek istenen mesajı algılayabilmek medya okuryazarlığının önemini ortaya çıkarmaktadır (Koçak, 2011).

2.4.3 Televizyon

Fransızca'dan (television) dilimize aktarılan televizyon, uzak (tele) ve görüntü (vision) kelimelerinden oluşur ve uzağı görmek anlamına gelir. Teknik bir değerlendirme yapılırsa televizyon ses ve görüntünün bazı elektronik işlemler yardımı ile elektromanyetik dalgalar aracılığıyla bir noktadan hedeflenen başka bir noktaya iletilmesi anlamına gelir. Ancak bu

işlemin teknik gerekliliğinin dışında daha karmaşık bir yapısı vardır. Öncelikle sesin ve görüntünün rastgele değil belli amaçlar doğrultusunda iletildiği unutulmamalıdır (RTÜK, 2007). Diğer bir ifade ile televizyon; bilgi kutusu, aptal kutusu, sihirli pencere, gizemli kutu gibi çeşitli kavramlarla ifade edilmektedir. Televizyon herkes tarafından farklı çeşitlerde değerlendirilmektedir. Televizyon yetişkinlere yönelik bir kitle iletişim aracı, bilgi aktarma, öğrenme, kültürlerin, insanların bir araya getirilmesi için hizmet veren, aynı anda göze ve kulağa hitap eden, ışık hızıyla yayılan, şimdiki zamanı merkezine alan elektronik bir araçtır (Aksaçlıoğlu ve Yılmaz, 2007; Akt: Sur, 2012).

Ülkemizde televizyon yayıncılığı TRT ile başlamıştır. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), devlet adına radyo ve televizyon yayınlarını gerçekleştirmek amacıyla, 01 Mayıs 1964'de, özel yasayla özerk tüzel bir kişiliğine sahip olarak kuruldu. Televizyon yayınları ise, 31 Ocak 1968'de Türkiye'nin ilk deneme televizyon yayını Ankara'da Mithatpaşa Stüdyosu'nda Mahmut Tali Öngören'in açılış konuşmasıyla başladı. Teknolojinin gelişmesi ve TRT'nin geniş vizyonu ile ülkemizde televizyon yayıncılığı gelişerek bugüne ulaştı. TRT bugün 15 televizyon kanalı, 7 ulusal, 6 bölgesel, 5 uluslararası radyo kanalı, trt.net.tr ve trt.world.com üzerinden 35 dil ve lehçede yayın, teleteks yayını ve "Televizyon", "TRT Çocuk" ve "TRT Haber DD" dergileriyle Türkiye ve dünyaya yayın yapmaktadır (<http://www.trt.net.tr/Kurumsal/s.aspx?id=tarihce>). TRT dışında özel televizyon kanalları da ülkemizdeki televizyon yayıncılığında önemli bir yere sahiptir.

Günümüzde televizyon toplumları etkileyen en önemli kitle iletişim araçlarından biridir. Toplumların haberleşme, eğitim, eğlence gibi ihtiyaçlarını görüntü eşliğinde karşılayan bu araç, bugün en geniş izleyiciye sahip olmuş ve bu nedenle en güçlü kitle iletişim aracı olarak birinci sırada yer almıştır. Televizyon ülkede ve Dünya'da olup bitenleri ve bizi ilgilendirecek her türlü olayı ses ve görüntü ile vererek, insanları olayları yerinde seyreden kişiler durumuna getirmektedir (Uğur, 2004).

Günlük olarak haber almak, çeşitli yerler, teknolojiler, yaşam tarzları, kültürler bilgi edinmek, eğlenmek, boş vakit geçirmek gibi sebeplerle insanların çoğu televizyon kullanmaktadır. Bu nedenle bireyler televizyondan gelebilecek olumlu veya olumsuz etkilere açık durumdadır. Bu etkilerin doğru yönde olması için bireylerin belli düzeyde medya okuryazarlığı eğitimine sahip olması bir gerekliliktir. Medya okuryazarlığı derslerinde de medyada ağırlıklı olarak televizyon konu edilmektedir (Bilici, 2011).

2.4.4 İnternet

İnternet, TCP/IP protokolüne bağlı olarak birçok bilgisayar ağının birbirine bağlanmasıyla oluşan bir ağ (network) sistemidir. Kısaca ‘ağların ağı’ olarak da adlandırılan internet dünya çapındaki bilgisayar ağlarını ve bu ağlar üzerindeki birbirine bağlayan bir yapıya sahiptir (Forcier, 1999; Akt: Tekinarslan, 2010; Ayaydın, 2014).

İnternet, yaklaşık olarak dünyanın iki yüz ülkesinde, yüz binlerce özel ve resmi kuruluş, iş yeri, okul ve evdeki milyonlarca bilgisayarın, kablo, telefon hattı, uydu gibi araçlarla birbirine bağlanmasından oluşmuş yeryüzünün en büyük iletişim ağıdır. İnternetin temelindeki teknoloji 1970’li yıllarda ABD savunma Bakanlığının farklı merkezlerini birbirine bağlamak için geliştirilmiştir (Özen, Gülaçtı, Çıkılı, 2004; Akt: Bütün, 2010). İlk elektronik Şebeke ARPANET, dört bilgisayar içermektedir ve amacı geniş bir alana yayılmış birbirinden uzak binalar arasında ağın uygulanabilirliğini göstermektir. ARPANET’i oluşturan dört bilgisayarın bulunduğu siteler, Utah Üniversitesi, SantaBarbara’daki Kaliforniya Üniversitesi, Los Angeles’teki Kaliforniya Üniversitesi ve Stanford Araştırma Enstitüsü’dür. 1972 yılına gelindiğinde, 50 üniversite ve araştırma kuruluşu (hepsi askerî teknoloji projeleriyle ilgili) bağlantıya sahipti (Souici ve Kılınçaslan, 2005; Akt: Bütün, 2010).

İnternetin sivil hayata geçişi ise WWW (World Wide Web) ile gerçekleşmiştir. İlk kez Tim Berners Lee tarafından, 1989 yılında “hiper metin belge sistemi” adıyla önerilen bu sistem 1990 yılında World Wide Web adını almıştır. 1992 yılında CERN tarafından WWW, internet üzerinde kullanılmaya başlandığında, internet tarihinde bir devrim de gerçekleşmiş oldu. WWW, daha sonraları, tüm internet kaynaklarına erişebilme konusunda kullanılabilirlik imkânına sahip olan en esnek araç haline geldi (Bayter, 2009; Akt: Bütün, 2010).

İnternetin bu kadar hızlı yayılmasının temelinde, hayatımızı kolaylaştırması yatmaktadır. Çünkü internet sayesinde saniyeler içerisinde aranan bilgiye ulaşılabilen, kilometrelerce uzakta bulunan kişilerle görüntülü edilmekte, eğitim için kullanılabilen, ekonomi, kültür, eğlence gibi birçok etkinlik internet ortamında gerçekleştirilebilmektedir. İnternetin başlıca kullanım amaçlarını şu şekilde sıralamak mümkündür:

1. Dünyanın en büyük kütüphanelerinde araştırma yapılabilir,
2. Farklı ülkelerde yapılan bilimsel çalışmalar incelenebilir,
3. Başka ülkelerde yaşayan insanlarla kolay ve çok kısa zamanda iletişim kurulabilir,
4. İnternet üzerinden eğitim veren eğitim kurumuna kayıt yapılabilir ve okuyup mezun olunabilir,

5. Farklı mekânlardaki insanlarla sohbet edilebilir,
6. Filmlerin tanıtım görüntülerini izleyip, film seçebilir, bileti de satın alınabilir,
7. Alış-veriş yapılabilir, rezervasyon yaptırılabilir,
8. Anket yapılabilir, yapılan anketler cevaplandırılabilir,
9. Kişisel web sayfası hazırlanabilir, yapılan çalışmalar bu sayfada yayınlanabilir (Gündoğdu, 2006; Akt: Sur, 2012).

Bazı bilim adamları insanların, interneti kullanarak zamana ve mekâna bağlı kalmaksızın hem toplumsallaşabilecekleri hem de beraber çalışabilecekleri bir noktaya ulaştığını düşünürlerken; diğer yandan bazı bilim adamları da internetin insanları toplumdan uzaklaştırdığını ve insanları yalnızlığa ittiğini ileri sürmektedir. Bu bağlamda internetin topluma etkilerini değerlendiren iki farklı yaklaşım olduğu görülmektedir. Bu yaklaşımlardan bir tanesi internetin toplum için zararlı etkileri olduğunu ve insanları bağımlı hale getirdiğini vurgularken; diğer yaklaşım ise internetin toplum için yararlı olduğunu ve toplumsal ilişkileri geliştirdiğini ileri sürmektedir (Erol, 2007; Akt: Aktı, 2011).

Bireyler bugün internet üzerinden birçok şeye ulaşabilmektedir ve internet ortamında tam bir bilgi kirliliği vardır. Bu durum bireyler üzerinde olumlu ve olumsuz etkilere yol açabilmektedir. Bireylerin internetten doğru faydalanması, internetten gelebilecek etkilerden olumlu yönde etkilenmesi için medya okuryazarı bir birey olmaları kaçınılmazdır. Medya okuryazarı bir birey olmak ise medya okuryazarlığı dersi ile mümkün olabilmektedir.

2.5 Medya ve Medyanın Temel İşlevleri

Medya Latince ortam, araç anlamına gelen medium kelimesinin çoğulundan gelmiştir. Medya ile ilgili çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Bülbül (2010; Akt: Sur, 2012) medyayı yazı, yazılı basın (gazete, dergi) elektronik basın (radyo, televizyon, sinema, ve film) ile sinevizyon, mültivizyon, hypermedia, internet, bilgisayar, video, kitap, tele-foto, radyo-foto, lifaks, frekans planlaması, telefon, teleks, faks, telekomünikasyon uydusu vb. kitle iletişim araçlarının bütünü olarak tanımlamaktadır. Bu tanım değerlendirildiğinde medyanın bütün kitle iletişim araçlarını kapsayan geniş bir alan olduğuna ulaşılmaktadır. Medya kavramı, “yazılı, sesli veya görsel iletişimi sağlayan radyo, televizyon gazete ve dergiler gibi basın yayın organlarının tümünü kapsayan kitle iletişim araçlarına verilen ortak ad” şeklinde tanımlanabilir (Koçak ve Alkan, 1999).

Medya kavramına anlam ve kapsam bakımından daha geniş baktığımızda kitlesel haberleşmeye olanak sağlayan her türlü ortam biçimiyle olduğu kadar, gazete, dergi, kitap, radyo gibi mesajın kitlelere ulaşmasını sağlayan kitle iletişim araçlarının tamamını içermektedir. Kısaca medya kitle iletişim araçlarının tamamının genel adıdır (Aslan, 2009).

Medya bireyleri etkilerken aynı zamanda topluma da yön vermektedir. Topluma yön veren bir güç olarak karşımıza çıkan medya yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü kuvvet olarak kabul edilmekte ve ülkemizde ve dünya üzerinde zaman zaman kendisinden önce gelen diğer üç kuvvet üzerine dahi etkili olabilmektedir (Şeylan, 2008). Medyanın toplumsal yaşamda oldukça önemli işlevleri vardır. Gelişen teknoloji sosyal yaşamda medyanın etkinliğini artırmakta ve insanların daha da fazla medyaya bağlanmasına neden olmaktadır. İnsanlar günlük yaşamlarının önemli bir kısmını medya araçları ile geçirmekte ve yoğun olarak medyanın etkisi altında kalmaktadır. Medyanın yedi temel işlevi RTÜK tarafından şöyle açıklanmıştır:

Bilgilendirme ve Haber Verme: Medyanın en önemli işlevlerinden biri haber ve bilgi aktarmasıdır. Modadan, sağlığa, siyasetten ekonomiye ilişkin ulusal ve uluslararası düzeyde pek çok bilgi kitle iletişim araçları ile geniş kitlelerine ulaşmaktadır. İnsanların, yaşadıkları dünyayla ilgili belli algılar oluşturmasında medya son derece etkilidir. Çünkü bilgi ve haber toplumların ilerlemesinde ve siyasallaşmasında belirleyici olmaktadır. Bizler, medya aracılığıyla bilgilenenlerin yanı sıra aynı zamanda medya tarafından yönlendiriliriz. Toplum olarak olaylar hakkında oluşturduğumuz kanı büyük oranda medyanın ürünüdür.

Toplumsallaştırma: Medya bireylere yaşadıkları toplumla bütünleşme olanağı sağlar, Medya ayrıca bireylerin toplumun kamusal yaşama etkin bir şekilde katılmasını, bütünleşmesini ortak bilgi ve düşünceye ulaşmasını sağlamaktadır. Özellikle kamusal yayın yapan medya kuruluşları toplumsal yapının gelişmesine katkı sağlamayı amaçlar. Bunun yanında demokrasinin temini ve korunmasını, toplumsal kurumların daha etkin işlenmesini ve bireylerin haklarının korunmasını sağlayan yayınlar yapar. Medya zaman zaman çeşitli siyasi görüşlerin propagandasının yapıldığı araçlara da dönüşebilmektedir. Önemli olan eşit ve tüm görüşlere yayın olanağı veren bir medya oluşturmaktır.

Eğitim: Medya düşüncenin gelişmesine, kişiliğin oluşmasına, yaşamın bütün aşamalarında ilgi, yetenek ve becerilerin elde edilmesine yardımcı olacak bilgiler sağlar. Özellikle gelişme çağındaki çocukların algı ve bilinç düzeylerini yükselterek onların eğitiminde yardımcı bir rol oynar. Medya sadece bireylerin eğitilmesi ile eğitimi katkı sağlamakla kalmaz. Aynı zamanda

eğitimin geliştirmesi için düzenlediği kampanyalar ve eğitime karşı bilincin artırılması için kamuoyu oluşturma gibi etkinlikler yaparak eğitime katkıda bulunur.

Eğlendirme: Medyanın en önemli işlevlerinden bir de insanları eğlendirerek, onların rahatlamasını ve mutlu olmasını sağlamaktır. Gündelik hayatın yorucu ve sıkıcı durumundan kurtulmak isteyen insanlar ciddi haberlerde çok eğlendirici programları tercih etmektedir. Özellikle televizyonda yapılan yayınlar televizyonun insanlar için tam anlamıyla bir eğlence merkezi olmasını sağlamaktadır. Televizyonda yayınlanan eğlendirici programlar insanların gündelik hayatın stresini atmasına yardımcı olmaktadır. Televizyonun yanı sıra diğer medya araçları da mizahi öğeler kullanarak insanları eğlendirme işlevi görmektedir.

Kültürel Değerlerin Korunması: Medyanın diğer önemli işlevi de kültürel değerlerin korunması ve gelecek kuşaklara aktarılmasıdır. Medya doğru yönde kullanıldığında tarihi mirasın savunucusu ve kültürün geliştiricisi rolünü oynayabilir. Toplumların belleği olan medya tarihi ve kültürel değerlerin korunmasında öncü rol oynayarak tarihsel bir görev yüklenir. İnsanlar resim, sergi, müze, müzik, edebiyat, sinema gibi pek çok sanatsal faaliyeti de medyadan öğrenir ve bu sanatsal faaliyetlere katılır.

Denetim/Eleştiri ve Kamuoyu Oluşturma: Medya kamusal bir görevi yerine getirdiğinden özellikle hükümeti, siyasi partileri, kamu kuruluşlarını, şirketleri, bireylerin kamusal sorumluluklarını vb. denetleme ve eleştirme yetkisini elinde bulundurur. Bu özelliği medyaya yasama, yürütme ve yargıdan sonra 4.güç olma özelliği kazandırmıştır. Denetim ve eleştiri medyanın sorumluluğundadır. Medya vatandaşın hakkını savunmalı bu bağlamda mücadele etmelidir. Ayrıca medya gerekli durumlarda topluma öncülük ederek kamuoyu oluşturmalıdır.

Tanıtım: Medya devletlerin, şirketlerin, kurum ve kuruluşların hatta bireylerin en önemli tanıtım aracıdır. Tanıtımda en önemli unsur iletişimdir. Bu iletişim de günümüzde medya aracılığıyla kurulduğundan medyanın tanıtımdaki rolü önemli bir boyut kazanmıştır.

2.6 Medya Okuryazarlığı Kavram ve Tanımı

Medya okuryazarlığı farklı yollarla çeşitli biçimlerdeki medya iletilerine erişebilme, bu iletileri doğru algılayabilecek donanımlara sahip olma ve iletiler üretebilme yeteneğini içerir. Medya okuryazarlığı kitlelere kontrol gücü veren, gerçek dünya ile medya tarafından oluşturulan dünya arasındaki sınırın fark edilmesini sağlayan bir kavramdır. Medya okuryazarlığının demokratik toplumlardaki en önemli işlevi katılımın sağlanması, sosyal

adaletin ve eleştirel vatandaş olmanın gereklerinden birini oluşturmasıdır. Medya okuryazarlığı felsefi ve eleştirel bir düşünce sistemi olarak algılandığında kurguyu gerçekten ayırma yeteneği, medyanın politik, ekonomik, sosyal, kültürel rolünü anlamak, insanın kendisinin ve diğerlerinin demokratik haklarını anlaması, uzlaşma veya direniş, kültürel kimlik oluşturma gibi işlevleri olduğu ortaya çıkmaktadır (RTÜK, 2007). Medya okuryazarlığı kavramı birçok yerli ve yabancı araştırmacı tarafından farklı özellikleri ön plana çıkarılarak tanımlanmıştır. Bu tanımlardan bazıları şöyledir:

“Medya okuryazarlığı adından da anlaşılacağı üzere, gündelik hayatta karşı karşıya olduğumuz televizyon, gazete, radyo, bilgisayar, dergi ve reklamlardan görsel ve sözel semboller çıkarma yeteneğidir”(Thoman, 1999: 50). Bu tanımda medya okuryazarlığının, medya araçları ve bu araçlarda yayınlanan programlara ilişkin anlam çıkarılması üzerinde durulmuştur. Buna benzer diğer tanımlama ise şöyledir: “Medya okuryazarlığı izleyicileri medyada şiddet konusunda eleştirel düşünme becerisini geliştirmelerini sağlamak ve medya uygulamalarını, mesajlarını ve etkilerini sorgulamaktır” (Cantor ve Wilson, 2003: 363). Bu tanımlamada medya uygulamalarından anlam çıkarmanın ötesinde izleyicilerin medyayı eleştirmesi ve sorgulaması üzerinde de durulmuştur. İzleyicilerin düşünme becerilerini ön plana çıkaran bir tanımda şöyledir: “Medya Okuryazarlığı medyayı okuma, izleme, konuşma, dinleme becerilerinin düşünme becerisi ile bütünleştirilmesidir”(Carmen1999: 622).

Medya okuryazarlığı ile ilgili olarak en çok bilinen tanım ABD’de Aspen Medya Okuryazarlığı Liderlik Enstitüsü toplantısında bilim adamları tarafından yapılan şu tanımdır: “... çeşitli yapılarda bulunan medyaya erişme, analiz etme, değerlendirme ve yaratma yeteneğidir” (Akt: Jolls ve Thoman, 2008: 33). Medya okuryazarlığı kavramı yerine çoğu zaman medya eğitimi ifadesini kullanan UNESCO’nun, düzenlediği konferanslarda ve yayınladığı çalışmalarda bu kavrama yoğunlaştığı görülmektedir. Kuruluş medya okuryazarlığını 1979 Paris birleşiminde şöyle tanımlamıştır:

Hem pratik ve teorik sanatlar olarak medyanın tümseviyelerdeki (ilk, orta, lise, yetişkin eğitimi, yaşam boyu eğitim) ve tüm durumlardakibütün çalışma, öğrenme ve öğretim biçimleri, tarihi, yaratıcılığı, kullanımı vedegerlendirilmesi, hem de toplumda medyanın işgal ettiği yer, sosyal etkisi, medya iletişiminin, katılımının içinde saklı olan anlam, sebep oldukları algılama tarzıdeğişikliği, yaratıcı çalışma rolü ve medyaya ulaşma (UNESCO, 1984; Akt: Altun, 2010: 14).

Avrupa Komisyonu da medya okuryazarlığı ile ilgili şöyle bir tanım yapmıştır: “Gündelik yaşamımızın ve çağdaş kültürümüzün parçası olan ileti, ses ve görüntülere erişebilme, onları inceleme ve değerlendirme; ayrıca medyayı yetkin bir biçimde kullanarak iletişim

kurmak”(EuropeanCommission, 2008: 13). ABD’de yer alan Ulusal Sosyal Bilgiler Konseyinin medya okuryazarlığı kavramına ilişkin yaptığı tanımlama şöyledir: “Medya okuryazarlığı medya ve toplumun rollerini ve tüm mesaj çeşitlerinin çoklu anlamlarını sorgulamak için farklı türden medya ve bilgi iletişim teknolojisinin (mum boya çalışmalarından web kamerasına) kullanımını teşvik eden pedagojik bir yaklaşımdır.”(NCSS, 2009).

Toplumsaliletişimde medyadan olabildiğince gerçekçi bir yarar sağlamaya yönelik olarak geliştirilen medya okuryazarlığı “iletilere erişme, çözümlenme, değerlendirme ve iletileri iletişimde kullanabilme kapasitesini ifade etmek için kullanılan bir kavram” (Baran, 2004: 51; Akt: Türkoğlu, 2011). Diğer bir tanımda Altun (2005) medya okuryazarlığının sadece ürünleri tanımak, takip etmek veya izlemek olmadığının, bununla birlikte, medyanın vermiş olduğu mesajları yorumlayabilmek, tartışabilmek, eleştirebilmek ve her medya aracı ile mesaj iletilmesini ve paylaşımını bilmek olduğunu belirtmiştir (Akt: Sur, 2012).

Bu tanımlamalar incelendiğinde medya okuryazarlığının kavramının izleyicinin medya içeriğine eleştirel olarak yaklaşabilmesi, birey ve toplum üzerindeki etkisi, bireylerin medya mesajlarını analiz etmesi, bireylerin medya içeriğine yönelik bir farkındalık geliştirmesi, bireylerin medya mesajlarına tepki verebilme yeteneğinin üzerinde durulduğu tespit edilmiştir. Medya okuryazarlığı, demokratik toplum oluşturma birinci şartıdır; çünkü birey medya okuryazarlığı sayesinde kendini ifade ve sorgulama yeteneğini kazanır. Kendini ifade edemeyen ve kendini sorgulayamayan bireylerden oluşan toplum, demokratik toplum seviyesine yükselemez. Tüm bu bilgilerden yola çıkarak medya okuryazarlığı kısaca şöyle tanımlayabiliriz. Medya okuryazarlığı bireyin medya araçlarına ve bu araçların iletilerine karşı eleştirel bir gözle bakabilmesidir.

2.7 Medya Okuryazarlığı Eğitimi

Medyanın eğitim-öğretim faaliyetlerinde bir araç olarak kullanılmaya başlaması ve medya eğitimi 1900 yılların başlarına kadar dayanmaktadır. Medyanın eğitimde kullanılmasında uzmanlar iki farklı yaklaşımdan söz etmektedir. Birinci yaklaşımda kitle iletişim araçlarının (gazete, dergi radyo ve televizyonun) ilk ve orta öğretimdeki çeşitli derslerde destekleyici unsurlar olarak kullanılması söz konusudur. İkinci yaklaşımda ise medyanın eleştirel gözle irdelenmesi maksadıyla masaya yatırılması, bu sayede haber kaynaklarının araştırılması, haberlerin birbirleri ile karşılaştırılması, haber veya programları oluşturan mekanizmaların

incelenmesi söz konusudur. Böylece haber ve programlara yön veren unsurların ortaya konulmasıyla eleştirel bakış açısının gelişmesi sağlanmaktadır. UNESCO 1970’li yıllarda bu her iki eğilimi de değerlendirerek o dönemlerde projeler oluşturmaya başlamıştır (Topuz, 2007).

Medya eğitimi ile ilgili alternatif öğretim programlar üzerinde inceleme yapan Masterman (1996; 2001) medya öğretmenlerinin kendi öğretimlerinin tek başına etkili olması ihtimal dâhilinde olmadığı için öğretim programları üzerinden medya eğitimi farkındalığı geliştirmenin öneminden haberdar olmaya ihtiyaç duyacaklarını belirtmiş ve öğretim programı üzerinden medya eğitimini geliştirmek için üç farklı yol ortaya koymuştur. Bunlar ders kitabına ek olarak derslerde medya ile ilgili materyallerin kullanılması, öğrencilerin çeşitli medya araçları veya medya programları hakkında fikirlerini sunmak için cesaretlendirilmesi ve popüler medyanın derslere olan etkisinin dikkate alınmasıdır. Brown’a (1998) göre medya eğitiminde başarıya ulaşmak için medya okuryazarlığı programının öğretmenlerin, yöneticilerin, uzmanların ve ebeveynlerin işbirliği ile geliştirilmesi gereklidir. Medya çalışması ne önemsiz bir eklenti ya da seçmeli bir ders olmalı, ne de medya teknolojileri sadece diğer derslerin öğretimi için bir araç ya da yardımcı olarak kullanılmalıdır.

Hobbs (1998a) yaptığı çalışmada medya okuryazarlığı mevcut derslere ara disiplin olabileceğini, ancak yeterli eğitim görmeyen öğretmenlerce yapılmasının medya okuryazarlığının yüzeyselleştirilmesi tehlikesini ortaya çıkaracağını, bu nedenle de ayrı bir ders olarak okutulmasının daha fazla rağbet gören bir yaklaşım olduğunu ifade etmiştir. Ancak bundan üç yıl sonra Hobbs (2001) yaptığı diğer bir çalışmasında medya okuryazarlığı öğretimi konusunda biri medya okuryazarlığının seçmeli bir ders olarak verilmesi, diğeri ise medya okuryazarlığı kavram ve etkinliklerinin mevcut programlarla ilişkilendirilmesi olarak iki farklı yaklaşımdan söz etmiştir. Burada özellikle medya okuryazarlığının seçmeli ders olmasının dezavantajlarının daha fazla olduğunu dile getirmiştir. Hobbs medya okuryazarlığının ikinci kademe programlarına seçmeli bir ders olarak dâhil edilmesinin avantajlarını şöyle ifade etmiştir: “Öğrencilerin seçmeli derse özel ilgisinden sonra öğretmen aynı derinlikte birtakım konuları araştırmak için zamana sahip olmuştur ve öğretmen özel uzmanlık geliştirmek için motive edilmiştir.” Yine seçmeli medya okuryazarlığı derslerinin bazı önemli dezavantajlarının da olduğunu belirtmiştir. Bunlar sınırlı sayıda öğrenci alınması, seçmeli medya okuryazarlığı dersinin varlığı diğer öğretmenlerin derslerinde konuya (medya okuryazarlığı) yer vermeye gerek görmemesine sebep olması ve medya okuryazarlığı dersi

rehber öğretmenlerce başarısız öğrencileri ayırmak için bir fırsat olarak görülebilir ve bu da dersin daha az özenli ve daha az ilgi çekici olmasına yol açmasıdır (Buckingham, 1991; Akt. Hobbs, 2001).

Medya okuryazarlığı eğitiminin nasıl olması gerektiği konusunda en kapsamlı çalışmalar UNESCO tarafından yapılmıştır. UNESCO 1982 yılında Grunwald'de (Almanya) düzenlediği Uluslararası Medya Okuryazarlığı Eğitimi Sempozyumu'nun sonucunda dört temel tavsiye kararı sunmuştur.

- Elektronik ve basılı medya kullanıcıları arasında eleştirel farkındalığın gelişmesini sağlayacak bilgi, beceri ve tutumları, sonuç olarak bu konudaki yeterliklerini geliştirmek amacıyla, okul öncesinden üniversite eğitimine ve hatta yetişkin eğitime kadar, kapsamlı medya eğitimi programları başlatılmalı ve desteklemeli. İdeal olarak böyle programlar medya ürünlerinin analizini, yaratıcı ifade araçları olarak medyanın kullanımını, elde edilebilir medya kanallarının etkili kullanımını ve bu kanallara katılımı içerebilir.
- Öğretmenler için hem medya hakkındaki bilgilerini ve anlayışlarını arttıracak hem de onları uygun öğretim metotlarıyla donatacak eğitim dersleri geliştirilmeli.
- Medya eğitime katkı sağlaması amacıyla psikoloji, sosyoloji ve iletişim bilimleri gibi alanlarda araştırmalar teşvik edilmeli ve etkinlikler geliştirilmeli.
- UNESCO tarafından üstlenilen ya da kararlaştırılan ve medya eğitiminde uluslararası işbirliğini teşvik etmek amacıyla taşıyan eylemler desteklenmeli.

UNESCO'nun medya okuryazarlığı eğitimi konusundaki görüşleri; medyaya yönelik eleştirel bir farkındalık geliştirmeleri için vatandaşlara yetki vermeye ve karar mercilerinin de bunun için uygun ortamı oluşturmalarına dayanmaktadır. UNESCO, 2007 yılındaki Paris seminerinde medya eğitiminin okul programlarıyla ilişkilendirilmesini önermiştir. Bu seminerde UNESCO'nun medya eğitiminin okul programları ile ilişkilendirilebilmesi için şu noktaların üzerinde durmuştur: Medya eğitiminin kapsamıyla ilgili açık bir tanımlama yapmak, medya eğitimi, kültürel çeşitlilik ve insan haklarına saygı arasındaki bağlantıları güçlendirmek, temel becerileri ve değerlendirme sistemlerini tanımlamak. Bu değişim UNESCO'nun medya eğitimini yaşam boyu öğrenme çerçevesinde ele alınan bir beceri olarak görmesinin sonucudur.

Scheibe ve Rogow (2004) medya okuryazarlığı eğitimini müfredat programına katma yaklaşımının medya okuryazarlığını izole edilmiş bir konu olarak ele alan yaklaşımdan çok daha etkili olduğunu ve bir müfredat programının talepleri altında ezilen öğretmenlerin

ihtiyaçlarını daha iyi karşılayabileceğini düşünmektedirler. Wan ve Cheng(2004; Akt. Wan, 2006)yaptığı çalışmada medya okuryazarlığının tüm sınıf seviyelerinde var olan öğretim programlarıyla ilişkilendirilebileceğini, ancak okul gününe eklenecek yeni bir ders olmadığını dile getirmiştir. Ona göre medya okuryazarlığı disiplinler arası bir eğitim yaklaşımını doğasında bulundurur ve bu nedenle de medya okuryazarlığı diğer derslerde öğretilebilecek ve öğrenilebilecek birtakım becerilerdir.

Martinson (2004: 158-159) yaptığı çalışmasında medya okuryazarlığı eğitiminin mevcut programlarla iki farklı şekilde ilişkilendirilebileceğini ifade etmiştir. Medya okuryazarlığı eğitimi mevcut bir dersin temel bir bileşeni olarak tasarlanabilir. Medya okuryazarlığı eğitimi daha küçük olmakla birlikte birkaç dersin önemli bir bileşeni olabilir. CML (the Center of Media Literacy, 2008) medya okuryazarlığının öğretim programlarıyla ilişkilendirilmesinin en başarılı neticeleri verdiğini ileri sürmekte ve bu ilişkilendirmenin bir zorunluluk olduğunun ifade etmektedir. Birleşik Devletler medya okuryazarlığı hareketinin 21. yüzyılda başa çıkması gereken meselenin “Medya okuryazarlığının öğretim programıyla ilişkilendirilmesi” konusunda gelişme kaydetmek olduğunu da ileri sürmüştür. UNESCO başta olmak üzere medya okuryazarlığı eğitimi ile ilgilenen pek çok kurum ve uzman medya okuryazarlığı eğitiminin mevcut öğretim programlarıyla ilişkilendirilmesi fikrini savunmaktadır. Medya okuryazarlığının yapısı da bu duruma uygundur.

Medya okuryazarlığı uzmanları medya okuryazarlığını bir kategori değil, devamlı ve aralıksız bir bütün (continuum) olarak (Potter, 1998: 4; Thoman, 2003), bir ders değil bir yetenek olarak (Considine, 1999) ve hayat boyu devam eden bir süreç olarak (Masterman, 2001) değerlendirdiği (Akt: Altun, 2009a: 99); UNESCO'nun (1999, 2002) da medya okuryazarlığını yaşam boyu öğrenme çerçevesinde ele aldığı ve Avrupa Birliği'nin (EU, 2007a: 2) de yetenek kavramı üzerine odaklandığı daha önce ifade edilmişti. Bu ifadelerden medya okuryazarlığının yaşam boyu geliştirilecek bir beceri olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durumda medya okuryazarlığı eğitiminin yaşam boyu öğrenme çerçevesinde düşünülmesi ve yönde planlanması gereklidir.

2.8 Medya Okuryazarlığı Eğitiminin Tarihi Gelişimi

Medya okuryazarlığı 20. yüzyılın başlarında ilk olarak İngiltere, Avustralya, Güney Afrika, Kanada ve Amerika'da gelişmiştir. Daha sonra ise bu devletleri Hollanda, İtalya, Yunanistan, Avusturya ve İsviçre gibi ülkeler takip etmiştir. Medya okuryazarlığı aslında medyanın kötü

etkisi altında kalmış insanları korumak amacıyla eğitsel bir araç olarak kurulmuştu. Bu anlayış ilk olarak 1930'larda İngiltere'de kullanılmıştır. 1960'lı yıllara gelindiğinde ise medya okuryazarlığı alanında bir anlayış değişikliği olmuştur. Bu değişiklik insanlara popüler kültürün zararlı olduğunu inandırmaktansa popüler kültürle beraber yaşamayı öngören bir değişiklik olmuştur. 1980'li yıllara gelindiğinde medyanın ideolojik gücünün imgenin doğallaştırılmasına bağlı olduğu kabul edildi. Böylece kurgulanmış iletiler doğal olarak kabul görmüş oldular (Taşkiran, 2007).

Avrupa'nın diğer bölgelerinde medya eğitimi farklı biçimlerde görülür. Medya eğitimi Finlandiya'da ilköğretimde 1970'te, liselere ise 1977'de, 1990'larda ise bugünkü anlamda gelişti. Medya eğitimi 1980'lerden beri İsveç'te, 1970'ten beri de Danimarka'da zorunlu ders olarak okutulmaktadır. Fransa kitle iletişim araçlarını ilk olarak sinema aracılığıyla öğrenmiştir ama medya üretiminin de dâhil edildiği konferans ve medya kurslarının düzenlenmesi yakın bir zamanda gerçekleşmiştir. Almanya'da 1970 ve 1980'lerde medya okuryazarlığı ile ilgili kuramsal yayınlar çıkmaya başladı ve 90'lı yıllarda medya eğitimi büyük ilgi çekti (Taşkiran, 2007).

Medya okuryazarlığı ile ilgili çalışma yapan UNESCO 1960'lardan beri medya okuryazarlığını gündeminde tutmaktadır. UNESCO 1982 yılında Almanya'da 19 ülkeden uluslararası uzmanlarla gerçekleştirdiği toplantıdan sonra medya eğitimin önemini vurgulayan bir bildiri yayınladı. UNESCO 1990 yılında ise Fransa'da Medya Eğitiminde Yeni Eğilimler Konferansı, 2000 yılında Viyana'da çalıştaylar düzenledi. 1997 yılında Paris ve 2000 yılında Sydney'deki konferansları destekledi. UNESCO 2001 yılında da Gençlik Medya Araştırması ile medya eğitimi durumunu raporlaştırmıştır. Bu raporda dünyanın birçok ülkesinde medya okuryazarlığı eğitimsel anlamda gelişmiş olsa da medya eğitiminin çoğunlukla düzensiz olduğu tespit edilmiştir (Buckingham, 2001; Ankaralıgil, 2009; Binark ve Bek, 2010; Akt: Keleş, 2013).

ABD'de 1932 yılında başlayan medya okuryazarlığı çalışmaları daha çok İngilizce derslerinde ön plana çıkmaktadır. Medya eğitimi konusundaki asıl gelişme 1990'lı sağlık eğitimcilerinin medya eğitime önem vermesi ve medya eğitimini benimsemeleriyle başlamıştır. Medya eğitimi devletten daha fazla özel kuruluşlar tarafından desteklenmektedir (Bek ve Binark, 2007; Akt: Koçak, 2011).

Medya okuryazarlığı ile ilgili çalışmalar değerlendirildiğinde medya okuryazarlığı çalışmalarının daha çok Avrupa ülkelerinde ele alındığı ve farklı disiplinlerden katılımcıların eşliğinde konferanslar düzenlendiği, araştırmaların yapıldığı, konferans ve çalışmaların

desteklendiği görülmektedir. (Taşkıran, 2007). Yapılan çalışmalar incelendiğinde Dünya da medya okuryazarlığına ilişkin olumlu bir algının olduğu Avrupa'dan Asya'ya, Amerika'dan Afrika'ya neredeyse Dünyanın her yerinde medya okuryazarlığı ile ilgili çalışmaların yapıldığı ve medya okuryazarlığının derslerin müfredatları içine yerleştirilmeye çalışıldığı veya yerleştirildiği tespit edilmiştir.

2.9 Ülkemizde Medya Okuryazarlığı Eğitimi

Türkiye'de medya okuryazarlığının gelişim sürecine bakıldığında medya okuryazarlığı eğitimi diğer ülkelere göre geç kaldıkları bir hareket olmakla birlikte bu çalışma 2004 yılında Radyo Televizyon Üst Kurulunun Milli Eğitim Bakanlığı ile işbirliği yapması ile resmîyet kazanmaya başlamıştır. RTÜK, Türkiye'de medya okuryazarlığının yaygınlaşmasında en büyük paya sahiptir (Koçak, 2011). RTÜK ve MEB arasında 22 Ağustos 2006 tarihinde imzalanan işbirliği protokolüne uygun olarak 2006- 2007 yılında Ankara, İzmir, Adana ve Erzurum'daki 5 ilköğretim okulunda medya okuryazarlığı dersinin pilot uygulaması başlatılmıştır. Pilot uygulamadan alınan verim sonucunda RTÜK ve Talim Terbiye Kurulunun ortak çalışması sonucunda medya okuryazarlığı dersi öğretmenleri yetiştirilmeye başlanmıştır. Medya okuryazarlığı dersi 2007-2008 öğretim yılından itibaren Türkiye genelindeki 35 bin ilköğretim okulunda, ilköğretim 6, 7 ve 8. sınıfların herhangi birinde bir kez seçilmek üzere seçmeli ders olarak okutulmaya başlanmıştır. Medya okuryazarlığı dersi kapsamında öğrencilere, kitle iletişim araçlarının işlevleri, amaçları, önemi, medya okuryazarlığının anlamı, televizyon yayıncılığı ve program türleri, televizyonun etkileri, televizyon izleme alışkanlıkları, program analizleri, akıllı işaretler, radyonun işlevleri ve etkileri, gazete, dergi haberleri, internet kullanımı konularında bilgiler verilmektedir. (Semiz, 2013; MEB, 2006; Ankaralıgil, 2009).

Medya okuryazarlığı dersinin eğitim programlarında yer almasının ardından medya okuryazarlığı dersinin kimler tarafından verileceği sorusu tartışmalara neden olmuştur. Milli Eğitim Bakanlığı, medya okuryazarlığı dersini iletişim fakültesi ya da basın yayın meslek yüksekokulu mezunu olup okullarda sınıf öğretmeni olarak çalışanlar veya sosyal bilgiler öğretmenliği tarafından okutulmasını uygun görmüştür. Ancak iletişim fakültelerinde görev yapan uzmanlar medya okuryazarlığı dersinin iletişim fakültesi mezunları tarafından verilmesi gerektiğini ileri sürmüştür. MEB, bu durumda ise iletişim fakültesi mezunlarının öğretmenlik formasyon bilgisine sahip olmamasını bir eksiklik olarak görmektedir. İletişim fakültelerinin

dekanları, medya okuryazarlığı dersinin eğitim fakültelerinde formasyon alan iletişim fakültesi mezunları tarafından verilmesinin daha doğru bir tercih olacağını belirtmişler (İnal, 2010; Çetinkaya, 2008; Akt: Semiz, 2013).

Medya okuryazarlığı ile ilgili Milli Eğitim Bakanlığı ile işbirliği yapmanın yanı sıra RTÜK medya okuryazarlığı ile ilgili çeşitli araştırmalar yapmış ve konferans ve paneller düzenlemiştir. RTÜK 2005 yılında Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından Türkiye’de ilk kez düzenlenen Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansında Radyo ve Televizyon Üst Kurulu medya okuryazarlığının neden gerekli olduğuna ilişkin resmi bir bildiri sunmuştur. Daha sonra 24 Kasım 2006 tarihinde Ankara’da **Uluslararası Medya Okuryazarlığı Paneli** düzenlenerek akademisyenlerin ve yabancı ülkelerde görev yapan yetkililerin görüşleri ve deneyimleri paylaşılmıştır. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) uzmanları ve İletişim Bilimleri akademisyenlerinden oluşan bir komisyon tarafından bilginin taşıdığı değeri ve bireyin var olan deneyimlerini dikkate alan bir yaklaşımla **“Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Öğretmen Kılavuzu”** hazırlanmıştır. 11 Eylül 2007 tarihinde, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ile Milli Eğitim Bakanlığının işbirliği sonucu hayata geçirilen "Medya Okuryazarlığı Projesi" kapsamında Özel Okullar Birliğine üye ilköğretim okullarında medya okuryazarlığı dersini okutacak öğretmenlere yönelik tanıtım toplantısı, İstanbul’da yapılmıştır. 1 Mart 2008 tarihinde, RTÜK tarafından düzenlenen “Medya Okuryazarlığı İl Milli Eğitim Müdürleri Bilgilendirme Toplantısı”, Kocaeli’nde gerçekleştirilmiştir. "Çocuk Gerçeği ve Medya Okuryazarlığı Dersinin Önemi" konulu uluslararası panel 07 - 08 Ekim 2008 tarihlerinde İstanbul’da yapıldı (<http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/tarihce.html>).

Diğer ülkelerle kıyaslandığında ülkemizde medya okuryazarlığı yeni gelişen bir alan olarak tanımlanabilir. 2000’li yıllardan beri medya okuryazarlığı ile ilgili yürütülen çalışmalarla beraber medya okuryazarlığında önemli bir yol alınmıştır. Özellikle RTÜK’ün çalışmaları medya okuryazarlığı konusundaki eksiklerimizi giderme noktasında çok yarar sağlamıştır. Artık medya okuryazarlığı eğitim sisteminin bir parçası olmuştur. Ülkemizde üniversiteler, özel kuruluşlar, akademisyenler medya okuryazarlığı ile ilgili çeşitli çalışmalar yapmaya başlamıştır.

2.10 Medya Okuryazarlığının Temel İlkeleri

Medya okuryazarlığı dersi etkili ve verimli bir şekilde yapılmak isteniyorsa ilk aşamada yapılması gereken medya okuryazarlığı dersinin temel ilkelerinin bilinmesidir. Öğretmenler bu ilkeler ile ilgili bilgi sahibi olduklarında medya okuryazarlığı eğitiminin daha etkili olmasını sağlayacaktır. Medya okuryazarlığı eğitimindeki temel ilkelerin belirlenmesinde araştırmacılar ortak ilkeler belirlememiş olsa da araştırmacıların belirlediği ilkeler birbirine benzerlik göstermektedir. Medya okuryazarlığıyla ilgili başka ilkeler de ortaya konulmakla birlikte, medya eğitiminin İngiltere'deki öncüsü LenMasterman'ın oluşturduğu medya eğitiminin 18 ilkesi bu alandaki çalışmaların en kayda değer olanıdır. Bu on sekiz ilke şöyledir (Masterman,1995; Akt: Taşkırın, 2007):

1. Medya eğitimi ciddi bir iş ve önemli bir risk alanıdır. Çoğunluğa güç verilerek demokratik yapıların kuvvetlendirilmesidir.
2. Medya eğitiminin kendine özel birleştirici kavramı yeniden temsil meselesidir. Medya aracılık yapmakta, gerçeği yansıtmamakta ve yeniden temsil etmektedir. Medya semboller ve işaretler sistemidir. Medya olmadan medya eğitimi olmaz.
3. Medya eğitimi yaşam boyu olan bir süreçtir. Bu nedenle ilköğretimden yükseköğretime her kademedede öğrenci hedef alınmalıdır.
4. Medya eğitimi sadece eleştirel zekâyı geliştirmeyi değil, aynı zamanda eleştirel özerkliği teşvik etmeyi de hedefler
5. Medya eğitimi soruşturmacıdır. Bir türe özgü kültürel değerleri zorla kabul ettirmeye uğraşmaz.
6. Medya eğitimi güncel ve fırsatçıdır. Öğrenenlerin hayata bakış açılarını geliştirir. Güncel olaylar hakkında nesnel değerlendirme yapma imkânı sağlar.
7. Medya eğitiminin anahtar kavramları birbirinin yerine kullanılmaktan çok analitik araçlardır.
8. Medya eğitimi için içerik amaç için bir araçtır. Medya eğitimi için içerik medya araçlarına analitik yaklaşabilmeyi sağlamaktır.
9. Medya eğitim etkililiği öğrencilerin eleştirel düşüncelerini yeni durumlara uygulayabilme yetenekleri, öğrencinin sergilediği sorumluluk ve güdü derecesine göre belirlenir.
10. Medya eğitiminde değerlendirme öğrencinin öz değerlendirme yapabilmesi, hem gelişim sağlayan hem de gittikçe artan değerlendirmedir.
11. Medya eğitimi öğretmen ve öğrenci ilişkisini karşılıklı konuşma ve vargı hedefleri sunarak değiştirmeye gayret eder.

12. Medya eğitimi araştırmalarını tartışmadan çok karşılıklı konuşmayla yapar.
13. Medya eğitimi esas olarak daha açık ve demokratik pedagoğların gelişimini besleyen aktif ve katılımcı bir yapıdadır. Öğrencileri kendi öğrenmeleri üzerinde kontrol ve sorumluluk sahibi olmaları, ortak bir öğretim programı planlanması yolunda düşünmeleri, öğrenimleriyle ilgili uzun vadeli bakış açıları kazanmaları yolunda yüreklendirir.
14. Medya eğitimi grup odaklı işbirlikçi öğrenmeyi kapsar. Bireysel öğrenmenin rekabet, yarışma yoluyla değil, tüm grubu i görü ve kaynaklarına ulaşmakla değerinin artırıldığını kabul eder.
15. Medya eğitimi uygulamalı eleştiri ve eleştirel uygulamadan oluşur. Kültürel eleştirinin kültürel eleştirinin kültürel yeniden üretimine olan üstünlüğünü onaylar.
16. Medya eğitimi holistik bir süreçtir. Örnek olarak, ebeveyn, medya üstatları ve öğretmen meslektaşlar arasındaki ilişkilerin oluşumu demektir.
17. Medya eğitimi sürekli değişim ilkesine bağlıdır. Devamlı gelişen gerçeklikle birlikte gelişmelidir.
18. Medya eğitimini alttan desteklemek diğerlerinden ayrı, özel bir epistemolojidir. Hâlihazırda var olan bilgi öğretmenler tarafından basit bir Şekilde aktarılamamış ya da öğrencilerce keşfedilmemiştir. Bu bir son değil başlangıçtır.

2.11 Medya Okuryazarlığının Amaçları

Medya okuryazarlığının amacı kişilerin bilgili, donanımlı alıcılar olmasını sağlamak değil, bilgili ve donanımlı vatandaş olmasına yardımcı olmaktır. Kitle iletişimin analiz edilip yeniden Őekillendirilmesinden daha fazla bir Őey olduğu anlaşılmalıdır. Böylece biz onları ayırt ederek seçebiliriz. Medya eğitimi bireylere medya metinlerini ilişkilendirmeyi öğretmeli ancak bunun yanında medya kuruluşlarını da ilişkilendirmeyi ve karşılaştırmayı da öğretmelidir (Lewis, 1998; Akt: Bütün, 2010). Medya okuryazarlığının amacı, öğrencilerin medyanın doğasını eleştirel bir bakış açısıyla irdelemesini geliştirmeye yardımcı olmaktır. Daha açıkçası, bu eğitim öğrencilerin medyanın nasıl çalıştığını, nasıl ürettiğini, mesajları nasıl organize ve inşa ettiğini kavrarken eğlenmesini amaçlar (Zettl, 1998; Akt: Bütün, 2010). Medya okuryazarlığı, medyadan gelebilecek zararları ortadan kaldırmak amacıyla çocukların küçük yaştan itibaren medyaya karşı bir bakış açısı geliştirmesi, daha da önemlisi medyayı doğru okumayı öğrenmesi gerekmektedir. Gençlerin medya karşısında pasif alıcı olmalarının önüne geçmek ve küçük yaşlardan itibaren medyaya eleştirel bir bakış açısıyla bakabilen bireyler olarak yetişmelerini sağlamak amacıyla medya eğitimi dersi verilmektedir (Sur,

2012). Medya okuryazarlığını amacı, medya tüketim sürecini faal ve eleştirel bir sürece dönüştürmek, özellikle halkla ilişkiler teknikleri ve reklamların neden olduğu yanlış temsil ve dolayımılama olasılığına karşı insanlara daha büyük farkındalık kazanmalarında ve kitle iletişim araçlarıyla katılımcı medyanın gerçeklik kurgulamadaki rolünün algılanmasında yardımcı olmaktır (Taşkiran, 2007).

Avrupa Medya Okuryazarlığı Merkezi (ECML; Akt: Pekman, 2011)'ye göre medya okuryazarlığında ve bu doğrultudaki bir eğitim programında şunlar amaçlanmalıdır:

- Medyanın fikir, bilgi ve haberi karşıdaki kişinin bakış açısıyla iletmek üzere kurulduğunu anlamak
- İnsanlarda duygusal bir etki uyandırmak için özel taktiklerin kullanıldığını anlamak
- Bu taktiklerin, amaçladıkları ve doğrudukları etkilerin ayırımına varmak
- Medyanın bazı kişilerin ve kuruluşların yararına çalıştığını, bazı kişi ve kuruluşları dışladığını anlamak
- Medyadan kimlerin yararlandığını, kimlerin neden dışlandığı sorularını sormak ve cevabını bulmak
- Alternatif bilgi, haber ve eğlence kaynakları aramak
- Medyayı kendi çıkarı ve zevki için kullanmak
- Edilgen olmak yerine aktif olmak
- Yeni bir öğrenme kültürü olan dijital okuryazarlığa hazırlanmak

Medya Okuryazarlığı dersi hakkında Milli Eğitim Bakanlığının hazırlamış olduğu Öğretmen kılavuzunda Medya Okuryazarlığı Öğretim Programının genel amaçları şu şekilde belirlenmiştir:

- a) Medyayı farklı açılardan okuyarak yaşadığı çevreye duyarlı, ülkesinin problemlerini bilen, medyada gördüklerini aklın süzgecinden geçirecek bilinç kazanır.
- b) Televizyon, video, sinema, reklâmlar, internet gibi ortamlardaki mesajlara ulaşarak bunları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği elde eder.
- c) Yazılı, görsel, işitsel medyaya yönelik eleştirel bakış açısı kazanır.
- d) Yazılı, görsel, işitsel medyada yer alan mesajların oluşturulmasına ve analizine dönük olarak cevap bulmaktan-soru sorma sürecine doğru bir değişimi gündeme getirir.
- e) Bilinçli bir medya okuryazarı olur.
- f) Toplumsal yaşama daha aktif ve yapıcı şekilde katılır.
- g) Kamu ve özel yayıncılığın daha olumlu noktalara taşınması noktasında duyarlılık oluşturulmasına katkı sağlar (MEB, 2006).

2.12 Medya Okuryazarlığını Gerekli Kılan Etmenler

Bireyler, var olan gerçeklik ile medyada sunulan gerçeklik arasındaki farkı ne kadar erken yaşta öğrenip idrak etmeye başlarsa, medyanın üzerlerindeki olumsuz etkilerini de o ölçüde aza indireceklerdir. Medya Okuryazarlığı dersinde öğrencilerin bazı medya yayınlarının sunduğu enformasyonun sübjektif, dikkatlice seçilmiş, belli bir bakış açısına göre kurgulanmış ve birtakım etkilerle oluşturulmuş bir yeniden üretim olduğunu kavramaları sağlanacaktır. Ayrıca medya kuruluşlarının birer ticari aygıt olarak insanların üzerinde reklamlar, filmler, müzikler vb. aracılığıyla nasıl bir tüketim iştahı oluşturma işlevi üstlendikleri de vurgulanmaktadır. Bu yüzden medya okuryazarı olmak günümüz toplumunda bireyler için önemli bir durumdur (MEB, 2006). Medya okuryazarlığının teori ve pratiği üzerine ilk kitabı yazan Birleşik Krallığın uluslararası medya okuryazarlığı taraftarı olan Len Masterman (1985), medya eğitimi için yedi sebep ortaya koymuştur:

1. Yüksek medya tüketimi oranı ve çağdaş toplumların medyaya doyması
2. Modern medyanın ideolojik önemi ve vicdan endüstrileri olarak etkisi
3. Bilginin medya tarafından yönetimi, üretimi ve dağıtımında gelişme
4. Beşeri demokratik süreçlerde medyanın etkisini artırma
5. Beşeri yaşamın tüm alanlarında görsel iletişim ve bilginin önemini artırma
6. Geleceğin isteklerini/taleplerini karşılamak için öğrencileri eğitmenin önemi
7. Özel/gizli bilgiye karşı hızla atan ulusal ve uluslararası baskılar

Medyanın çeşitli araçlar ile toplumu etki altına aldığı içerikler toplumun yapısını oluşturmada önemlidir. Televizyon veya bilgisayar aracılığı ile çocuk ve gençlere ulaşan ideolojik veya uygun olmayan içerikler, daha geniş ölçekte, çocuk veya yetişkin herkesi kuşatan küresel tüketim kültürünün ve ideolojisinin içerikleridir. Dolayısıyla ‘çocukluk ve medya etkileri’ üzerine kuramsal veya uygulamaya dönük bir projenin ortaya konması; ancak problemin günlük hayata sinmiş küresel tüketim kültürü, medya ve çocukluk üçgeninde ele alınması durumunda mümkün olacaktır (Cesur ve Paker, 2007). Bu durumda medya eğitiminin önemi ortaya çıkmaktadır. Medyanın gerçekliği kurguluyor olması, medya okuryazarı olmayı gerektiren en önemli nedendir. Medyanın gerçekliği kurgulaması sürecinde etkili olan en önemli faktör, egemen iktidar yapılarıdır. Egemen iktidar, kendi gücünün devamlılığının garantisi olan statükonun korunması için, kurgusal bir gerçeklik yaratır ve bu gerçekliği egemen bir söyleme dönüştürür. Egemen söylemi ise, medya araçları dolayısıyla kitlelere ulaştırır ve medya da bu söylemi insanların bilinçlerinde yer edecek şekilde pekiştirir

(Çetinkaya, 2008). Medya Okuryazarlığının disiplinler arası bir kavram olarak değerlendirildiği görülmektedir. Worsnop (2008), “Medya eğitimi almanın yirmi sebebi” adlı makalesinde Medya Okuryazarlığının diğer tüm disiplinlerle ortak özellikler taşıdığını ve bu disiplinlere katkı sağladığını belirtmektedir. Worsnop bu 20 sebebi şöyle sıralamaktadır:

-Medya, tarih gibi, şu an bulunduğumuz duruma nasıl geldiğimizi göstermek için bize geçmiş yorumlar.

-Medya, coğrafya gibi, bize dünyadaki yerimizi tanımlar.

-Medya, vatandaşlık bilgisi gibi, yakın çevremizdeki dünyanın işleyişini ve bizim oradaki bireysel yerimizi anlamamıza yardımcı olur.

-Medya, edebiyat gibi, modern kültür ve eğlencenin ana kaynağıdır.

-Medya, edebiyat gibi, eleştirel düşünce yeteneğini öğrenme ve kullanmamızı gerekli kılar.

-Medya, işletme gibi, ana endüstridir ve ticarete ayrılmaz şekilde dâhil olmuştur.

-Medya, dil gibi, birbirimizle nasıl iletişim kurduğumuzu tanımlamamıza yardımcı olur.

-Medya, bilim ve teknoloji gibi, önemli modern teknolojik buluşların benimsenmesiyle teknolojiyi öğrenmemize yardımcı olur.

-Medya, aile çalışmaları gibi, kültürel geleneklerin birçoğunun belirler ve hayatlarımız düzenler.

-Medya, çevre bilimleri gibi, ağaçlar, dağlar, nehirler, şehirler ve okyanuslar gibi günlük yaşantımızın büyük bir parçasıdır.

-Medya, felsefe gibi, dünyamızın değer ve fikirlerini bize yorumlar.

-Medya, psikoloji gibi, kendimizi ve başkalarını anlamamızı veya yanlış anlamamızı sağlar.

-Medya, bilim gibi, bir şeylerin nasıl çalıştığını açıklar.

-Medya, endüstriyel sanatlar gibi, dikkatlice planlanmış dizayn edilmiş ve inşa edilmiş ürünlerdir.

-Medya, sanat gibi, medya yoluyla bütün sanat dallarını daha önce olmadığı gibi yaşarız.

-Medya, politika gibi, bize her zaman politik ve ideolojik mesajları getirir.

-Medya, söz bilim gibi, özel kodlar ve bizim anlayabileceğimiz sıradan bir dil kullanır.

-Medya, drama gibi, hayattan daha büyük bir şekilde, hayatı sunarak hayatı anlamamıza yardım eder ve bizi seyirci açısından düşünmeye zorlar.

-Medya, Everest gibidir, çünkü oradadır.

-Çünkü medya seni anlamak için çok uzun mesafeler kat eder.

Thoman ve Jolls (2008; Akt: İnan, 2010) niçin Medya Okuryazarlığı gereklidir? Sorusunu şu şekilde özetlemektedir:

1. Demokratikleşme Sürecinde Medyanın Etkisi: Küresel medya kültüründe, insanlar demokrasiyi benimsemiş vatandaşlar olabilmeleri için iki yeteneğe sahip olmalıdırlar: Eleştirel düşünme ve kendini ifade etme. Medya Okuryazarlığı bu iki temel beceriyi yavaş yavaş öğretirken geleceğin vatandaşlarını siyasi sınıflandırma yapabilen, toplumsal tartışmaları anlayan ve katılabilen ve seçim sürecinde karar verebilen hale getirir.

2. Medyanın yüksek oranlarda tüketilmesi ve toplumun medya tarafından sömürülmesi: Video oyunları, televizyon, pop müzik, radyo, gazeteler, dergiler, ilan panoları, internet hatta giydiğimiz tişörtler göz önüne alındığında büyük babalarımızın bir yılda karşı karşıya kaldığı medya mesajlarıyla bizlerin bir günde karşılaştığımız açıkça görülmektedir. Medya okuryazarlığı bu imaj denizinde yaşantımızı güvenli bir şekilde yönlendirmemizi sağlayacak yetenekleri öğrenmemizi sağlar.

3. Düşüncelerimizi, inançlarımızı ve davranışlarımızı şekillendirmede medyanın etkisi: Medyanın üzerimizdeki etkisinin türü ve yaygınlığı konusunda yapılan araştırmalar ortak bir sonucu göstermese de, medya, hiç şüphe edilmeyecek bir şekilde dünyayı açıklayışımız, anlayışımız ve davranışımız üzerinde etki yaratacak bir güç durumundadır. Medya Okuryazarlığı bu gücü ve etkiyi anlamamızı sağlayarak medyaya olan bağımlılığımızdan kurtulmamızı sağlar.

4. Görsel iletişim ve bilgilenmenin öneminin artması: Okullarımız hala basılı kaynakların etkisinde olsa da, bizim yaşantımız daha çok görsel imajların etkisi altındadır. Örneğin büyük firmaların logolarının bulunduğu büyük ilan panolarından tutun da web sitelerine kadar bu etkiyi görmek mümkündür. Yazılı medya türlerini okuma yazma becerisine ek olarak görsel temelli iletişimin değişik tabakalarını nasıl okuyacağını öğrenmek de bir gereklilik haline gelmiştir. Unutmayalım ki biz çok fazla medya türünün bulunduğu bir dünyada yaşıyoruz.

5. Toplumda bilginin önemi ve ömür boyu öğrenmeye duyulan gereksinim: Bilginin işlenmesi ve yaygınlaştırılmasının, Amerikan üretiminin en can alıcı noktasında olduğu açıktır. Ancak gittikçe büyüyen küresel medya endüstrisi bağımsız sesleri ve değişik görüşleri ortaya koymakta sıkıntılarla karşı karşıyadır. Medya Okuryazarlığı eğitimi, öğretmen ve öğrencilere bilginin kaynağını ve bu bilgilerin kimin çıkarına kullanıldığını anlama konusunda, öğretmen ve öğrencilerin değişik görüşlere ulaşmalarında yardımcı olur.

Medya Okuryazarlığı ile ilgili araştırmalar bireylerin yaşanan gerçeklik ile medya tarafından sunulan kurgulanmış ve manipüle edilmiş gerçeklik arasındaki farkı ne kadar erken yaşta

öğrenip idrak etmeye başlarsa, medyanın üzerlerindeki olumsuz etkilerini de o ölçüde aza indirebileceğini ortaya koymuştur. Bu bağlamda Medya Okuryazarlığı dersinde öğrencilerin bazı medya yayınlarının sunduğu enformasyonun sübjektif, dikkatlice seçilmiş, belli bir bakış açısına göre kurgulanmış ve birtakım etkilerle oluşturulmuş bir yeniden üretim olduğunu kavramaları sağlanmaktadır (MEB, 2006; Akt: İnan, 2010).

2.13 Sosyal Bilgiler ve Medya Okuryazarlığı İlişkisi

Sosyal bilimler alanında yaşanan gelişmeler eğitimsel gereksinimler çerçevesinde Sosyal bilgiler programına yansıtılarak genç kuşaklara aktarılmaktadır. Sosyal bilgilerin tarihsel gelişimi incelendiğinde gazete, radyo, televizyon ve internet gibi kitle iletişim araçlarının ve güncel olayların öğretimi, güncel meselelerin öğretimi gibi eğitsel konuların da dersin kapsamına girdiği görülmektedir. Ancak kapsamın her geçen gün genişlemesi ve yaşanan çağdaş gelişmeler konunun “medya okuryazarlığı” adı altında daha sistematik olarak ele alınmasını gerektirmektedir. Kitle iletişim araçları yani medya sosyalleşmesinden şiddet içerikli davranışlara, politik iletişimden bilgi edinmeye ve sosyal bilgilerin içeriğini oluşturan pek alana etki etmektedir. Ayrıca bu etki gelişen medya teknolojileri aracılığıyla her geçen gün daha da artmaktadır. Sosyal bilgiler eğitimcilerinin medya okuryazarlığını dikkate almaları gerekmektedir. Sosyal bilgiler eğitiminde medya okuryazarlığına gereksinim duyulmakla birlikte etkili bir medya okuryazarlığı eğitimi de sosyal bilgiler dersine ihtiyaç duymaktadır.

Hepburn, Sosyal bilgiler öğretmenlerinin medya okuryazarlığına, özellikle eleştirel medya analizi becerilerine yöneldikleri zaman öğrencilerinin teknolojinin neler getirdiğini değerlendirmelerine yardımcı olacaklarını ifade etmiş ve medyayı sorgulamanın demokratik bir toplumda hem kişisel hem de toplumsal yaşam için öğrencilerin temel yeterlikleri öğrenmelerine yardımcı olacağını dile getirmiştir.

Considine (2002a)“Öğretim programlarında medya okuryazarlığı” adlı çalışmasında ise medya okuryazarlığını Sosyal Bilgiler dersinin içine yerleştirmenin daha mantıklı olacağını belirtmiş ve bunun sebeplerini şöyle açıklamıştır:

- Yurttaşlık bilgisi, vatandaşlık, toplum ve bilginin yerini saptama, elde etme, analiz etme ve yorumlama konusunda vurgulamalarla ilişkilendirilmesinin mantıklı olması,

- Medya okuryazarlığının “Küresel Bağlantılar”, “Birey ve Toplum” ile “Bireyler, Gruplar ve Kurumlar” öğrenme alanlarına hitap eden Sosyal Bilgiler kazanımlarına mantıksal olarak uyması ve bu ilişkinin kaçınılmaz olması,
- Aileler, okullar ve kişilerle birlikte, kitle iletişim araçlarının başlıca sosyalleşme kurumlarından sayılması muhakkak bir zorunluluktur ve bu nedenle Sosyal Bilgiler derslerinde çalışılmaya layık olması.

Medya okuryazarlığının yeni bir dersten ziyade diğer derslerin bir parçası olduğunu belirten Wan (2006) medya okuryazarlığı eğitiminin geleneksel okuryazarlık, matematik eğitimi, fen bilimleri, sağlık ve beden eğitimi ve sanat eğitimi ile birlikte Sosyal bilgiler dersini de destekleyebileceğini ifade etmiştir.

National Council of the Social Studies Kuruluşu, 2007 yılında medya okuryazarlığı ve Sosyal Bilgiler ilişkisini şöyle dile getirmiştir:

21. yüzyılda, tüm disiplinlerdeki eğitimciler çelişkili mesajlarla dolu bir kültürde öğrencilerimize düşünceli, sorumlu ve her şeyden haberdar vatandaşlar olmayı öğretmek için adeta meydan okumaktadırlar. Teknolojinin gücü büyüdükçe ve kitle iletişim araçları toplumda baskın masalcılar oldukça, öğrenciler için popüler kültür metinlerini eleştirel olarak analiz etme becerilerini öğrenmek gittikçe daha da önemli olmaktadır. Televizyon ve medya, dünyanın dört bir yanındaki insanlar ve yerler hakkında bilgi edinmemiz için bizlere bir yol sunarken, onlar sınırlı bir bakış açısını bizlere verseler de sık sık mutlak gibi görünen yollarla hikâyelerini tasarlamaktadırlar. Bu nedenle, medya okuryazarlığı Sosyal Bilgiler disiplinin temel bir parçası olmaktadır (NCSS. 2007).

Öğrencilerin medya okuryazarlığı becerilerine sahip olabilmeleri için Sosyal Bilgiler derslerinde aşağıdaki öğretim önerilerinden (Hepburn, 1999; Akt. Demirkaya Gedik ve Altun, 2008: 353-356) yararlanılabilir.

- *Öğrencilerinizin medya farkındalığını arttırabilirsiniz:* Eğitim öğretim yılının başında öğrencinin kitle iletişim araçlarıyla ilgili öz-farkındalığı uyarılabilir. Örnek olarak, öğrencilere en çok hangi televizyon programlarından hoşlandıkları ve hoşlanma nedenleri sorulur. Daha sonra bu programlar izlenme zamanına göre düzenlenerek (sabah, öğlen, akşam ve hafta sonu gibi) tahtaya listelenir. Bir de öğrenciye şu sorular sorulur: Günlük gazeteni okudun mu? Evinizde günlük bir gazete alıyor musunuz? Gazetenin hangi bölümlerinden hoşlanıyorsun? Televizyonda haberleri izliyor musun? Öğrencilerle medya ile ilgili bir defter tutmalarının planlarını yapın. Onlardan ilçeleri ya da şehirleri, ülkeleri ve dünya ile ilgili bilgileri nereden elde ettiklerini düşünmelerini isteyin. Her bir öğrencinin televizyonda neler izlediklerini

yazmalarını ve programları haber ve bilgi verenleri “H” ve eğlenceye yönelik olanları da “E” şeklinde kodlamalarını sağlayın. Daha sonra her bir programın ilgililerini ne kadar çektiğini 1’den (düşük) 5’e (yüksek) puan vermelerini sağlayın. Onlardan bir günlük gazeteye bakıp bakmadıkları, bakıyorlarsa neleri okuduklarını ve her günlük gazetede sunulan önemli içerik çeşitlerini oranlarını yazmalarını da sağlayabilirsiniz.

- *Öğrencilerinizin hoşuna giden medya içeriklerinden yararlanabilirsiniz:* Öğrencilerin en çok hoşlarına giden medya türleriyle ilgili bir tartışmayı başlatmak için medya defterlerindeki bilgi kayıtlarını kullanabilirsiniz. Televizyon ve gazeteler arasındaki farklılıklar tartışılabilir. İnternete ulaşabilen öğrencileriniz varsa bu karşılaştırmaya interneti de ekleyebilirsiniz. Her bir kaynaktan nasıl daha fazla bilgi elde edebiliriz? Her birinden nasıl daha fazla eğlenceye sahip olabilirsiniz? Yetişkinlerin çoğu neredeyse tamamen haber ve bilgileri televizyondan elde ederler. Bu öğrencileriniz için de aynıdır. Televizyonun bu yaygınlığı karşısında sınıf etkinliklerinde gazeteleri kullandığınızda, öğrencileriniz gazetenin ilave yararlarının olduğunu daha yakından keşfedebileceklerdir, çünkü gazeteler televizyonda yer alan aynı konularda daha derinlemesine bilgiler içermektedir. Kesilerek başkalarıyla paylaşılması ve korunması daha kolay olabilmektedir. Yerel gazeteler maliyet açısından daha avantajlı olabilir.

- *Öğrencilerinize medyanın ticari amaçlar taşıdığını anlatabilirsiniz:* Televizyon izlemeyi ayrıntılarıyla çalışan kişiler vardır. Bu kişiler, izleyenler hakkında (yaş, cinsiyet, ekonomik ve sosyal durum gibi konularla ilgili) araştırma yaparlar. Medya araştırma şirketleri radyo ve televizyon yapımcılarına ve reklamcılara bilgi verirler. Televizyon izleyen özel insan gruplarının sayısı normalden daha fazla olduğunda reklâm süresi için reklâmcılar daha fazla ödeme yaparlar. Örnek olarak bir oyuncak üreticisi çocuklarının televizyon izleme oranlarının yüksek olduğu bir zamanda bir ürünün reklâmı için daha fazla ödeme yapacaktır.

- *Öğrencilerinizin gerçeği ve görüşten ayırt edebilmelerine yardımcı olabilirsiniz:* Öğrencilerin gerçek bilgiyi görüşten ayırmak için eğitime gereksinimleri vardır. Bir televizyon programının 10 dakikalık bir bölümünü kaydedin ve sınıfta göstermek üzere eleştirisini yazın. Sınıfta bunu gösterin ve görüşü yansıtan ifadeleri gerçeklerden ayırt etmelerini sağlayın. Onlara “Haber programında geçen bir ifade muhakkak doğru mudur?” sorusunu sorun. Öğrencilerin önyargı ve kalıp yargıları belirlemelerine yardımcı olun. Gerçek olarak sunulan bir bilgiyi nasıl kontrol edebileceklerini tartışmalarını sağlayın. Yüz ifadelerinin ve sesin kişisel bir görüşün gerçek olduğu konusunda izleyicileri nasıl ikna edebileceğinden de söz edebilirsiniz.

- *Televizyon reklâmlarını eleştirel olarak inceleyebilirsiniz:* Özellikle vatandaşlık konuları öğrencilerinizin propaganda ve ikna etme tekniklerini öğrenmeleri için pek çok fırsat sunmaktadır. Bu teknikler “Pırıltılı Genellemeler”, “Gözde Olana Yönelme” ve “Şahitlik” gibi çeşitli isimlerle adlandırılmaktadır ve politik reklâm kampanyalarında olduğu gibi televizyon reklâmlarında da açıkça görülmektedir. Öğrencilerinize bu tekniklerin nasıl kullanıldığını örneklerle gösterebilirsiniz.
- *Medyadaki şiddetten nasıl sakınılması gerektiğini ortaya koyabilirsiniz:* Öğrencilerinizi iki akşamdan daha fazla bir süre en az on programı televizyondan takip etmeleri için organize edin. Öğrencilerinizden kavgalar, silahlı çatışmalar ve diğer şiddet eylemlerini; tehditkâr dil; korkutucu ve ürkütücü müzik ve sesleri takip etmelerini ve tablo hâline getirmelerini isteyin. Öğrencilerinizin bu çalışma sırasında ailelerinden yardım almaları gerekebilir. İzledikleri şiddet içerikli yayınların insanlar üzerindeki olası etkilerini tartışabilirsiniz.
- *İzleyiciyi koruma çalışmalarından söz edebilirsiniz:* Öğrenciler Sosyal Bilgiler derslerinde genel kamu sorunlarıyla ilgilenebilirler. Örnek olarak televizyon yayınlarının çocukları şiddet ve müstehcenlikten korumak için denetim altında tutulup tutulamayacağı gibi. Özellikle RTÜK tarafından yapılan çalışmalardan da (Kamuoyu araştırmaları, Akıllı İşaretler, Çocuklarımız İçin İnternet Güvenliği gibi) söz edilebilir.
- *Haberleri inceleyebilirsiniz:* Sosyal Bilgiler içeriğiyle ilgili güncel bir olayın haber kuvertüründe yer alma şekillerini karşılaştırabilirler (bakış açısı, önyargı, yer verme oranı, gerçek-görüş ayrımı gibi).
- *Video ve Fotoğraf İncelemeleri Yapabilirsiniz:* Araştırmalar insanların resimlerde gördüklerine okuduklarından daha fazla inandıklarını göstermektedir. Burada çeşitli karikatürlerin ya da tarihsel bir fotoğrafın analizini yapabilirsiniz.
- *Medyadaki yıldızların gençlere model olduğunu eleştirel olarak ele alabilirsiniz:* Öğrencilerinizden en hoşlandıkları televizyon, film ve spor yıldızlarının isimlerini isteyin. Onlara “role yapmak” terimini açıklayın ve onlara gençlerin bu yıldızların giyimlerini, konuşmalarını ve hareketlerini nasıl taklit ettiklerini sorun. Olumlu model olanları isimlerini ve örnek davranışlarını tartışabilirsiniz.
- *Ailelerin Yardımını Alabilirsiniz:* Bir sosyal bilgiler konusunu öğretirken anne baba ve diğer aile üyelerini desteğini almak öğretmen ve öğrenciye yardımcı olur. Öğrenciler televizyonu daha çok evde izledikleri için aile, öğrencilere eleştirel bir izleyici olmalarını ve televizyonu zekice kullanmalarını öğretmede önemli bir rol oynamaktadır.

Öğretim programlarının üzerinden medya eğitimini geliştirmenin önemini vurgulayan Masterman (1996; 2001), medya eğitimini Sosyal Bilgiler dersinin öğretim programlarıyla ilişkilendirmenin yollarını vermiştir. Buna göre Sosyal Bilgiler dersleri için şu konuları önermiştir:

- Medyadaki temsillerin ve görüntülerin diğer kaynaklardan elde edilen bilgiyle karşılaştırılması (örnek olarak ırk, cinsiyet, yaşlılar, suç vb. ilişkin görüntüler);
- Popüler medyada yabancıların ya da “düşman”ın görüntüleri;
- Bireysel/sosyal eğitim programlarının parçası olarak tüm öğrenciler için temel medya okuryazarlığı;
- Medya ve propaganda;
- Seçimler süresince medyanın oynadığı rol (fotoğraf çekme fırsatlarının önemi; düzmece olaylar; politikacıların bir ürünmüş gibi sunulması; başkan tarzı kampanya; politikacıların medya izleyicilerine yönelik teknikleri);

Bu bilgilerden hareketle Sosyal Bilgiler programlarının medya okuryazarlığı için önemli bir uygulama alanı oluşturduğu görülmektedir. Medya okuryazarlığı Sosyal Bilgiler programlarıyla ilişkilendirilmekte ve öğretilmektedir. Medya okuryazarlığının öğretim programlarıyla ilişkilendirilerek öğretimi konusunda çeşitli çalışmalar yapılmış ve önemli fikirler ortaya konulmuştur.

Lee (1980) “Social Studies” dergisinde yayınladığı “Kitle İletişim Eğitimi” adlı çalışmalarında ilköğretimin birinci ve ikinci kademesindeki programların temel bir bileşeni olarak kitle iletişim eğitimine ihtiyaç duyulduğunu ve kitle iletişim ürünlerini ve etkilerini anlama yeteneğinin demokratik bir toplumda sorumlu vatandaşlık için bir ön koşul olduğunu ifade etmişlerdir. Onlara göre kitle iletişim eğitimi Sosyal Bilgiler programlarının bir parçasıdır. En önemlisi de kendi gücüne yönelik bir farkındalık geliştirmek için tasarlanan kitle iletişim eğitimi Sosyal Bilgilerin en önde gelen amacına yani vatandaşlık eğitiminin içerisine girmektedir. Çünkü çoğu vatandaş için kitle iletişim araçları genel bir bilgi kaynağı olarak hizmet etmektedir, bu nedenle de onun sınırlılıkları, imkânları ve güçlü yönlerine ilişkin vatandaşların yeterli bir anlayış elde etmeleri zorunlu görülmektedir.

Sneed, Wulfemeyer, Riffe ve Van Ommeren (1990) “Lise Sosyal Bilimler Programlarıyla Medya Okuryazarlığını Geliştirmek” adlı çalışmalarında lise öğrencileri için çevrelerini saran görsel mesajlarla her gün nasıl etkilenmekte olduklarını anlamalarının bir zorunluluk olduğunu ve bu nedenle de lise sosyal bilimler programına medya çalışmalarını dahil etmek için Amerika’nın harekete geçmesi gerektiğini ileri sürmüşlerdir.

Hepburn (1999) “Medya Okuryazarlığı: Ortaokul Sosyal Bilgiler Öğretmenleri İçin Bir Zorunluluk” adlı çalışmasında vatandaşlık eğitimi sürecinde Sosyal Bilgiler öğretmenlerinin çocukların sosyalleşmesinde baskın etkenlere karşın dikkatli olmak zorunda olduğunu ifade etmiş ve televizyonun bu süreçteki baskın rolüne çeşitli araştırmalardan yapılan alıntılarla değinmiştir.

Thoman (2003) da “Günümüzde geçim sürecinde radyo ve televizyon reklâmlarının rolünü ya da radyo ve televizyon haberlerindeki propaganda ve ikna etme konularını keşfetmeksizin bir Sosyal Bilgiler eğitimi nasıl verilebilir?” sorusu ile Sosyal Bilgiler dersinde medya okuryazarlığı eğitiminin önemini ortaya koymuştur.

ReneeHobbs (2005: 77-80) “Medya Okuryazarlığı ve K-12 İçerik Alanları” adlı çalışmasında Sosyal Bilgiler eğitimcilerinin derslerinde gazeteleri, interneti, televizyonu, karikatürleri, reklâmları, broşürleri ve medyaya ilişkin diğer kaynaklara yer verdiklerini ancak bunları tam olarak nasıl kullanacaklarını bilmediklerini ifade etmiştir.

Sperry (2006) “Sosyal Bilgiler Sınıflarında Gerçeği Aramak: Medya Okuryazarlığı, Eleştirel Düşünce ve Orta Doğu’yu Öğretme” adlı makalesinde dokümana dayalı medya analizini sosyal bilgiler programlarıyla ilişkilendirerek sosyal bilgiler içeriğinin öğretilmesini önermektedir.

Thoman ve Tripp (2008) yaptıkları seminer çalışmasının raporunda medya okuryazarlığının öğretim programlarıyla ilişkilendirilmesi konusunda üç temel program alanı tespit etmişlerdir. İlk ikisi dil bilimleri ve sağlık eğitimi olan bu program alanlarından bir diğeri de sosyal bilgilerdir.

Gençlerin en önemli politik bilgi kaynağı televizyondur. Görüntülerin politikalardan daha büyük öneme sahip olduğu, sloganların sık sık kanıtlardan çok daha mantıklı addedildiği ve hepimizin çok önemli demokratik kararlarımızdan bazılarını medya kanıtlarına dayalı olarak alacağımız bir dünyada medya eğitimi hem demokratik haklarımızı kullanmak için olmazsa olmazdır hem de politik amaçlarla medya manipülasyonunun en kötü aşırılıklarına karşı kaçınılmaz bir koruyucudur. Medya eğitimi gerçek bir katılımcı demokrasiye giden uzun yolun ve kurumlarımızın demokratikleşmesinin temel basamağını oluşturmaktadır. Eğer tüm vatandaşlar gücü elinde bulunduracaksa, mantıklı kararlar vereceklerse, etkili değişim yöneticileri olacaklarsa ve medya ile aktif bir ilişkiye gireceklerse medya okuryazarlığı olmazsa olmazdır. Çok daha yaygın bir “demokrasi için eğitim” düşüncesinde medya eğitimi herkes için çok önemli rol oynayabilir (Masterman, 1985: 13).

Tüm bunların dışında çalışma, medya eğitimini destekleyenler ve program tasarımcılarını ilgilendiren çeşitli sorunları da ortaya çıkarmıştır. Öğretmenler medya eğitiminin sosyal bilgiler programının önemli bir boyutu olduğunu ve başlıca konu alanlarıyla çoktan ilişkilendirildiğini söylerken, yine birçoğu medya eğitimini öğretim boyutuna nasıl taşıyacakları konusunda kararsız kalmış ve medya analizi konusunda yeterli güvene sahip olmadıklarını ifade etmişlerdir. Sosyal bilgiler öğretmenlerinin çoğu medya eğitimini medya hakkında olmaktan çok sosyal bilgiler hakkında bir öğretim biçimi olduğunu ifade etmiştir.

2.14 Medya Okuryazarlığı Eğitimi İle İlgili Yapılan Çalışmalar

Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimine yönelik özellikle MEB-RTÜK işbirliği sonucunda ortaya çıkan Seçmeli Medya Okuryazarlığı dersinin uygulanmasından sonra pek çok akademisyen ve uzman tarafından çeşitli araştırmalar yapılmış, değerlendirmeler ortaya konulmuş, makaleler yazılmış ve çeşitli kitaplar yayınlanmıştır. Şüphesiz bu çalışmaların her biri ülkemizde medya okuryazarlığı eğitiminin gelişmesine katkı sağlayacaktır. Aşağıda bu çalışmalar özetle ele alınmıştır.

Altun (2009a) Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı’nı incelemek ve değerlendirmek amacıyla bir çalışma yapmıştır. Bu değerlendirmede dersin seçmeli olması, konu alanı analizi, toplumun ve bireyin ihtiyaçlarının analizi ve programın iç tutarlılığı temel inceleme ölçütleri olarak belirlenmiştir. Yapılan inceleme ve değerlendirmeler neticesinde öncelikle dersin seçmeli olmasının medya okuryazarlığı eğitiminin kapsamını ve etkililiğini azalttığı sonucuna varılmıştır. Mevcut programının hazırlanma aşamasında medya okuryazarlığı alanındaki çalışmalar kapsamlı olarak incelenmediği için konu alanı analizinin, ayrıca bireyin ve toplumun medya okuryazarlığı eğitimi ile ilgili ihtiyaçlarını ortaya koymaya yönelik yapılan çalışmaların yeterli olmadığı ifade edilmiştir.

Karaman ve Karataş (2009) yaptıkları çalışmada öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı düzeylerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışmada elde edilen bulgular öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğunu ve bilgisayar sahipliği, internet sahipliği, gazete/dergi takip etme, TV izleme sıklığı ve internet kullanma sıklığı değişkenlerinin öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyi üzerinde anlamlı etkisi olduğunu göstermiştir.

Deveci ve Çengelci (2008) çalışmalarında sosyal bilgiler öğretmenlerinin medya okuryazarlığı ile ilgili görüşlerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonucunda

öğretmen adayları medya okuryazarlığını gündemi izleme, haberleri yorumlama gibi çeşitli görüşlerle açıklamış, Sosyal Bilgiler öğretmen adayının medya okuryazarı olması gerektiğini belirtmişlerdir.

Ulucak (2007) çalışmasında medya okuryazarlığı kavramı üzerinde durduktan sonra dünyada ve Türkiye'deki medya okuryazarlığı eğitimi çalışmalarından örnekler vermiş ve ortaöğretimde de seçmeli medya okuryazarlığı dersine yer verilmesi gerektiğini önermiştir.

Arslan ve Diğerleri (2006)'nin çalışmasında 6-12 yaş grubu çocukların televizyon izleme alışkanlıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır. 100 öğrenci üzerinde uygulanan anket sonucunda ilköğretim öğrencilerinin günde ortalama kaç saat televizyon izledikleri ve televizyon izlemenin boş zaman değerlendirme aktiviteleri arasında kaçınıcı sırada yer aldığı saptanmıştır. Çalışma sonucunda öğrencilerin % 43'ünün günde üç saatten fazla televizyon izledikleri görülmüştür. Öğrencilerin boş zaman değerlendirme aktiviteleri arasında televizyon izlemenin üçüncü sırada yer aldığı görülmüştür. Çalışmada annesi çalışan çocukların annesi çalışmayan çocuklara oranla daha fazla televizyon izlediği ulaşılan bulgular arasındadır.

Binark ve Sütçü (2007)'nün çalışmalarında, Ankara'nın çeşitli ilçelerindeki 38 İnternet kafede 10-24 yaşları arası farklı sosyoekonomik düzeydeki 206 kişiyle odak grup görüşmesi yapmışlardır. Yapılan çalışma sonucunda internet kafelerde en fazla zaman harcayan grubun 16-24 yaş arası gençler olduğu görülmüştür. Bu gençlerin 1 saat ila 10 saat arası internet kafelerde zaman harcadıkları görülmüştür. Bu yaş grubunun altındaki veya üstündeki yaş gruplarının internet kafelerde daha az zaman harcadıkları görülmüştür. Çalışmada yaş düzeyleri farklılaştıkça internet kullanma amaçlarının da farklılaştığı saptanmıştır.

Cesur ve Paker (2007)'in çalışmasında öğrencilerin televizyonda en çok sevdikleri program ve reklamların yanı sıra çocukların okudukları kitaplar ve bilgisayar kullanım düzeyleri hakkında da bilgi toplanmaya çalışılmıştır. Yapılan çalışmada çocukların sadece kendileri için hazırlanan programları izlemedikleri, yetişkinler için hazırlanan programları da takip ettikleri belirlenmiştir. Çocukların televizyon programı olarak çizgi filmde sonra en çok dizileri sevdikleri görülmüştür. Ayrıca çocukların tercih ettikleri programın yaş ve cinsiyete göre farklılaştığı görülmüştür.

Karaca ve Diğerleri (2007)'nin çalışmalarında, reklamların çocuklar üzerinde ne şekilde etkiler oluşturduğu konusunda 4-13 yaş arası çocuk sahibi olan ailelerin fikirleri alınmıştır. Yapılan çalışma sonucunda genel olarak ebeveynler reklamların çocuklara, yanlış beslenme

alışkanlıkları kazandıracağı, tüketim alışkanlıklarını olumsuz etkileyeceği, çocuğu savurgan bir birey haline getireceği yönünde görüş bildirmişlerdir.

Kartal (2007)'in çalışmasında, onuncu sınıf öğrencilerin medyadan ne şekilde etkilendikleri, izledikleri programlarda verilen mesajları algılama şekilleri araştırılmıştır. Çanakkale'de 20 adet onuncu sınıf öğrencisine 12 saat medya okuryazarlığı eğitimi verilmiştir. Bu eğitim sonucunda öğrencilerin medya mesajlarını algılamada bir bilinç geliştirip geliştiremedikleri irdelenmiştir. Çalışma sonucunda medya okuryazarlığı eğitimi alan öğrencilerin izledikleri programlara eleştirel olarak yaklaşabildikleri, verilen mesajlara karşı farkındalık geliştirerek, bu mesajları analiz edebildikleri görülmüştür.

Apak (2008)'in çalışmasında, ülkemizde yeni gelişen medya okuryazarlığı eğitimi ile Finlandiya ve İrlanda'da medya okuryazarlığı eğitimi arasındaki benzerlikler ve farklılıklar incelenmiştir. Üç ülkede de genel olarak korumacı bir yaklaşımın benimsendiği, medya okuryazarlığı konusunun Türkiye'nin aksine İrlanda ve Finlandiya'da disiplinler arası yaklaşımda verildiği edinilen sonuçlar arasındadır.

Yesil ve Korkmaz (2008)'in çalışmalarında, eğitim fakültesi öğrencilerinin televizyon izleme düzeyleri, medya okuryazarlığı hakkındaki görüşleri ve televizyonun bir eğitim aracı olarak kullanılması yönündeki görüşleri belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda öğretmenlerin % 42,72'sinin medya okuryazarı olduğu belirlenmiştir. Ayrıca öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri arttıkça televizyon bağımlılıklarının azaldığı saptanmıştır.

Elma ve Diğerleri (2009a)'nin çalışmalarında, öğrencilerin Medya Okuryazarlığı dersine ilişkin düşünceleri belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılan çalışmanın evrenini beş pilot ilde öğrenim görmekte olan 647 sınıf öğrencisi oluşturmaktadır. Yapılan çalışma sonucunda öğrencilerin medyanın tarafsızlığına inandıkları ancak medyanın haber verme ve bilgi verme işlevini etkili biçimde gerçekleştirmediğini belirtmişlerdir. Öğrencilerin genel olarak dersi sıkıcı buldukları ve öğretmenlerin derste kullandıkları sınıf içi etkinlikleri ve öğretim yöntemlerini beğenmedikleri ortaya çıkmıştır.

Elma ve Diğerleri (2009b)'nin çalışmalarında, Medya Okuryazarlığı dersi hakkında okul müdürlerinin görüşleri değerlendirilmiştir. Bu amaçla 2007–2008 yılında Medya Okuryazarlığı dersinin okutulduğu beş pilot okuldaki müdürler ile görüşmeler yapılmıştır. Verilerin toplanması amacıyla on sorudan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu, verilerin analizi için ise içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Okul müdürleri ile yapılan

görüşmeler sonucu okul müdürlerinin Medya okuryazarlığı dersinin gerekliliği hakkında fikir birliği içinde oldukları belirlenmiştir. Ayrıca dersin daha yararlı olabilmesi için okul ve velinin işbirliği içinde olması gerektiğini vurgulamışlardır.

Kıncal ve Kartal (2009) yaptıkları çalışmada medya okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı eğitimi konularına değindikten sonra gerek Türkiye, gerekse bazı farklı ülkelerdeki medya okuryazarlığı eğitimi çalışmaları hakkında bilgiler vermişlerdir.

Altun (2008b) “Medya Okuryazarlığı” adlı çalışmasında medya okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı eğitimi kavramları üzerinde durmuştur. Kurt ve Kürüm (2008) çalışmalarında medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme arasındaki ilişkiyi kavramsal olarak ele almışlardır.

Altun (2009b) “21. Yüzyıl Vatandaşlığı İçin Gerekli Bir Beceri Olarak Medya Okuryazarlığı: UNESCO, AB ve Türkiye Örnekleri” adlı çalışmasında medya okuryazarlığı eğitiminin vatandaşlık eğitimi çerçevesindeki önemine vurgu yapmış ve UNESCO, AB ve Türkiye’nin bu çerçevede yaptığı çalışmaları karşılaştırmıştır.

Altun (2009c) “Kalıp Yargıların Üstesinden Gelmek İçin Medya Okuryazarlığı” adlı çalışmasında kalıp yargılar üzerinde durduktan sonra kalıp yargıların giderilmesi için medya okuryazarlığı eğitiminden nasıl istifade edilebileceğini ortaya koymaya çalışmıştır.

Hasdemir (2009) çalışmasında medya okuryazarlığını insan hakları ile ilişkilendirerek seçmeli medya okuryazarlığı programını değerlendirmeyi amaçlamıştır. Ancak ders programı ve ders kitabı yerine öğretmen el kitabını değerlendirme konusu yapmıştır.

Tufan (2007) medyanın şiddet üzerindeki etkilerine ilişkin çeşitli çalışmalardan söz ettikten sonra seçmeli medya okuryazarlığı dersini veren iki öğretmen ile yapılan görüşmeleri aktararak medya okuryazarlığının okullardaki şiddet üzerindeki etkilerini ortaya koymaya çalışmıştır.

Özeren (2007) çalışmasında gürültü toplumundan müzik toplumuna geçişin yani daha kaliteli bir müzik eğitiminin gerçekleşmesi için medya okuryazarlığının nasıl katkılar sağlayabileceği konusunda görüşlerini ortaya koymuştur.

Binark ve Gencil Bek (2007), Taşkiran Öncel (2007), Türkoğlu ve Cinman Şişek (2007), Coşkunserçe (2007) ve İnal (2009) tarafından yayınlanan kitaplar ile Elma ve Kesten (2008) tarafından yapılan çeviri kitap da Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitiminin anlaşılmasına ve gelişmesine önemli katkılar getirecektir.

Çakmak (2010) sürdürmekte olduğu "İngiltere ve Türkiye'deki İlköğretim Medya Okuryazarlığı Eğitimi Program ve Uygulamalarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi" başlıklı doktora tez çalışması kapsamında İngiltere ve Türkiye'deki medya okuryazarlığı eğitimini, öğretim programı, sınıf içi uygulamaları ve alan uzman görüşleri boyutları bakımından karşılaştırmalı olarak incelemektedir. Medya okuryazarlığı eğitimi konusunda 80 yılı aşkın deneyimi olan İngiltere ile karşılaştırmalı bir çalışma yürütülmesi, hem ülkemiz medya okuryazarlık eğitiminin değerlendirilmesi ve hem de tartışma durumundaki pek çok konuda fikir verebilecek önemli katkılar sağlayabileceği düşünülmektedir.

Karataş (2008) yüksek lisans araştırmasında öğretmen adaylarının görüşlerine göre, öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerini belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırmada öğretmen adaylarının liseden mezun oldukları puan türleri, bilgisayar sahipliği, internet bağlantısının olup olmaması, gazete okumaları, TV izleme sıklıkları ve internet kullanım sıklıklarının medya okuryazarlık düzeyi üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Çetinkaya (2008) yaptığı yüksek lisans çalışmasında medya okuryazarlığını eleştirel pedagoji çerçevesinde ele almış ve öğretmen görüşleri çerçevesinde Türkiye'deki medya okuryazarlığı projesini değerlendirmiştir.

Yapılan çalışmalar değerlendirildiğinde ülkemizde kısa sürede medya okuryazarlığı ile ilgili birçok araştırma yapıldığı görülmektedir. Bu araştırmalarda medya okuryazarlığının birçok boyutuna değinilmiştir. Bu araştırmalar sonucunda ülkemizde medya eğitimi veren öğretmenlerin ve medya okuryazarlığı dersi alan veya almayan öğrencilerin medya okuryazarlığını tespit eden çalışmalar kısıtlıdır. Bu araştırma medya okuryazarlığı ile ilgili öğrencilerin görüşlerinin tespit edilmesini sağlayacaktır.

BÖLÜM III YÖNTEM

3

3.1 Araştırma Modeli

Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşlerini belirlemeyi amaçlayan bu araştırmada nicel araştırma modellerinden tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli; nesneye, olguya, olaya, bireye vb. ilişkin günümüzdeki ya da geçmişteki verilerin tamamının gözden geçirilmesi mantığına dayanmaktadır. Tarama yöntemi bir konuda hali hazırda bulunan bir durumun araştırılmasıdır. Bu tip araştırmalar ile olgular hakkında sistemli ve düzenli bilgilere sahip olunmaktadır. Tarama modeli kullanılan bir araştırmada herhangi bir ilişkinin varlığı veya yokluğu araştırılır. Örneklemeden hareketle evren hakkında geniş bilgi elde edilir. Yeni hipotezlerin formüle edilmesi kolaylaşır. Tarama modeli örnekleme yoluyla evren hakkında kestirimlerde bulunma ve genellemeler yapma amacıdadır. Bu amaçla araştırmada tarama modeli kullanılmış ve örneklem yoluyla evren hakkında kestirimlerde bulunulmuştur.

3.2 Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni 2013-2014 öğretim yılında İstanbul iline bağlı 33 ilçede öğrenim gören 746.306 öğrenci oluşturmaktadır. Evrende yer alan ilçelerden 6 ilçe sosyoekonomik düzeyleri dikkate alınarak rastlantısal olarak örnekleme oluşturmak için seçilmiştir. Örneklem ile ilgili bilgiler aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 1.Örneklemi Oluşturan Kişi Sayısı ve Yüzde Dağılımı

Sınıf Düzeyleri	Yüzde	Frekans
5.sınıf öğrencisi	22,2	149
6.sınıf öğrencisi	32,8	220
7.sınıf öğrencisi	22,7	152
8.sınıf öğrencisi	22,2	149
Toplam	100	670

Tablo 1'e göre araştırmaya katılan 670 öğrencinin % 22,2'si 5.sınıf öğrencisi % 32,8'i 6. sınıf öğrencisi, % 22,7'si 7.sınıf öğrencisi % 22,2'si ise 8. sınıf öğrencisidir.

Tablo 2.Katılımcıların Okul türüne ve Cinsiyet durumlarının Oransal dağılımı

	Okul Türü				Cinsiyet Durumu		
	Kamu	Özel	Toplam		Bayan	Erkek	Toplam
Yüzde	87,2	12,8	100	Yüzde	50	50	100
Frekans	584	86	670	Frekans	335	335	670

Tablo 2'ye göre araştırmaya katılan öğrencilerin % 87,2'si resmi okulda, % 12,8'i özel okulda öğrenim görmektedir. Araştırmaya katılan 670 öğrencinin % 50'si kız ve % 50'si erkek katılımcılardan oluşmaktadır.

Tablo 3.Katılımcıların Yaşadıkları İlçelere Göre Dağılımı

İlçeler	Yüzde	Frekans
Çekmeköy	8,8	59
Ümraniye	57,5	385
Sancaktepe	9,9	66
Üsküdar	6,6	60
Ataşehir	12,2	82
Bahçelievler	2,7	18
Toplam	100	670

Tablo 3'e göre araştırmaya katılanların % 12,2'si Ataşehir'de, % 6,6'sı Üsküdar'da, % 9,9'u Sancaktepe'de, % 8,8'i Çekmeköy'de, % 57,5'i Ümraniye'de, % 2,7'si Bahçelievler ilçelerinden araştırmaya katılmıştır.

Tablo 4.Katılımcıların Baba Eğitim Düzeyinin Oransal Dağılımı

Eğitim düzeyleri	Yüzde	Frekans
İlkokul	21	140
Ortaokul	23	155
Lise	32	215
Üniversite ve zeri	24	160
Toplam	100	670

Tablo 4’de öğrencilerin okur-yazar ya da hiç eğitim almamış baba oranı %3, ilkokulu mezunu baba oranı % 21, ortaokul mezunu baba oranı % 23, lise mezunu baba oranı % 32 ve niversite ve üzeri mezunu baba oranı ise % 24 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 5.Katılımcıların Anne Eğitim Düzeyinin Oransal Dağılımı

Eğitim düzeyleri	Yüzde	Frekans
İlkokul	28	188
Ortaokul	23	155
Lise	28	188
Üniversite ve zeri	21	141
Toplam	100	670

Tablo 5’e göre öğrencilerin ilkokul mezunu anne oranı %28, ortaokul mezunu anne oranı %23, lise mezunu anne oranı %28 ve niversite ve üzeri mezun oranı ise %21 olarak karşımıza çıkmıştır

3.3 Veri Toplama Araçları

Bilgi veren, sorunu zmemize ya da karar vermemize yardımcı olan her türlü bilgi veya olguya veri aldı verilir. Sayı, kalite, renk, durum, tutum vb. konulardaki bilgilerin tümü veri olarak adlandırılır. Veriler işlenmek ve değerlendirilmek (yorumlanmak) zere toplanır (Arıkan, 2007: 99). Bu işleme veri toplama denilmektedir. Çalışmada ortaokul ğrencilerinin medya okuryazarlığı konusunda görüşleri hakkında veri toplamak “Anket Tekniği ” uygulanmıştır. Araştırmada veri toplamak amacıyla kullanılan anket online olarak (<http://ozayanket.blogspot.com/>) araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Araştırma için elde edilen veriler online olarak toplanmıştır.

Araştırma soruları daha önce yapılmış ve güvenilirliği test edilmiş olan ölçeklerden yararlanılarak oluşturulmuştur. İlk olarak pilot anket uygulaması yapılarak soruların 5. sınıf öğrencileri tarafından anlaşılır ve açık olup olmadığı, öğrencilere sormak için uygun olup olmadığı test edilmiştir. Pilot uygulama ilk önce 40 kişilik küçük bir grup ile test edilmiş ve çeşitli düzeltmeler yapılmıştır. Bu anket düzeltildikten sonra, başka bir 40 kişilik grup ile tekrar test edilmiştir. Uzmanlarında görüşü alındıktan sonra araştırmanın uygulamaya hazır hale getirilmiştir. Ayrıca veri toplama anketinin Alfa güvenilirlik düzeyi SPSS aracılığıyla tespit edilmiş (alfa. 82) düzeyinde çıkmıştır. Bu durum anketin güvenilir olduğunu ortaya koymuştur. Veri toplama aracı olarak anket formu dört bölümden oluşturulmuştur. Birinci bölümde ankete katılan kişiye ait bilgiler ikinci bölümde ankete katılan kişinin medya kullanımına ait bilgiler, üçüncü bölümde anketi dolduran kişinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri dördüncü bölümde anketi dolduran kişinin medya okuryazarlık seviyesi üzerinde durulmuştur.

Araştırmada kullanılan anketin oluşturulmasında ilköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu (2007)'nin "Televizyon" ve "Aile, Çocuk ve Televizyon" ünitelerinden, Güner (2011)'in "İlköğretim II kademe öğrencilerinin televizyon dizilerindeki mesajları algılamalarında medya okuryazarlığının etkisi" isimli çalışmasından ve RTÜK (2009)'un "Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-2" den yararlanılmıştır.

3.4 Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Araştırma sonucunda elde edilen verilerin istatistiki analizi uzman kişinin yardımıyla bir yazılım programıyla araştırmacı tarafından çözümlenmiştir. Elde edilen veriler yazılım programına aktarıldıktan sonra katılımcıların medya okuryazarlığı ile ilgili görüşlerini belirlemek için yüzde ve frekans analizi yapılmıştır. Daha sonra yapılan bu analizler tablolara dökülerek bulgulara ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin medya okuryazarlığı ile ilgili görüşlerinin cinsiyet değişkenine göre değişip değişmediği ki-kare testi ile analiz edilirken, sınıf düzeyi değişkenine göre değişip değişmediği ise anova ile analiz edilmiş, elde edilen bulgular tablolaştırılarak aktarılmıştır.

BÖLÜM IV VERİLER

Bu bölümde anket ile toplanan veriler bir yazılım programı ile analiz edilerek tablolaştırılmış ve tablolar yorumlanarak öğrencilerin görüşleri tespit edilmiştir.

4

4.1 Ortaokul Öğrencilerinin Medya Araçlarını Kullanma Durumları

Elde edilen verilerin yüzde ve frekans hesapları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 6.Ortaokul Öğrencilerinin Medya Araçlarını Kullanma Sıklıklarının Oransal Dağılımı

Kullandıkları medya araçları	Yüzde Frekans	Her Gün	İki-Üç Günde Bir	Haftada Bir	Ayda Bir	Hiç	Toplam
Televizyon	%	77,4	19,1	3,3	,6	,6	100
	F	512	128	22	4	4	670
İnternet	%	60,4	21,5	9,9	3,4	4,8	100
	F	405	144	66	23	32	670
Gazete	%	31,2	17,3	15,7	15,7	20,1	100
	F	209	116	105	105	135	670
Dergi/Kitap	%	20,3	22,8	23,9	19,3	13,7	100
	F	136	153	160	129	92	670
Cep Telefonu	%	56,7	14,6	7	3,6	18,1	100
	F	380	98	47	24	121	670
DVD/VCD	%	9,3	13,9	15,1	30,7	31	100
	F	62	93	101	206	208	670
Radyo	%	18,1	20,4	13,1	10,1	38,2	100
	F	121	137	88	68	256	670

Tablo 6'daki değerler incelendiğinde televizyonu 'hiç takip etmiyorum' diyenlerin oranı %,6 'ayda birTakip ediyorum' diyenlerin oranı %,6 haftada takip ediyorum' diyenlerin oranı %3,3 iki- üç günde bir takip ediyorum' diyenlerin oranı %19,1 ve her gün takip ediyorum diyenlerin oranı ise % 77,4 olarak tespit edilmiştir. Araştırmamızın televizyon kullanma sıklığı dağılımına göre öğrencilerin genele yakınının göze ve kulağa hitap etme özelliği ile diğer kitle iletişim araçlarından ayrılan televizyonu kullandığına ulaşılmıştır. Katılımcıların görüşlerine göre interneti 'hiç kullanmıyorum' diyenlerin oranı % 4,8 'ayda bir kullanıyorum'

diyenlerin oranı %3,4 haftada bir kullanıyorum' diyenlerin oranı % 9,9 iki- üç günde bir kullanıyorum' diyenlerin oranı % 21,5 ve her gün kullanıyorum diyenlerin oranı ise % 60,4olarak saptanmıştır. Katılımcıların ifadelerine göre gazeteleri 'hiç takip etmiyorum' diyenlerin oranı %20,1 'ayda bir takip ediyorum' diyenlerin oranı %15,7 haftada takip ediyorum' diyenlerin oranı %15,7 iki- üç günde bir takip ediyorum' diyenlerin oranı %17,3 ve her gün takip ediyorum diyenlerin oranı ise % 31,2 olarak tespit edilmiştir.Diğer kitle iletişim araçları içerisinde en ucuz; ama bununla birlikte en faydalı olan bu kitle iletim araçlarının tercih edilmeme nedenleri öğrencilerin araştırma, anlama ve tartışma bilincinden yoksun olmalarına bağlanabileceği gibi, okullarda gazete okumaya yönelik önemin yeteri kadar öğrencilere aşılınmamasından kaynaklandığını da söylenebilir. Yukarda yer alan tabloya bakıldığında öğrencilerin %13,7'sinin hiç dergi ve kitap okumadığı, %19,3'nünayda bir okuduğu, %23,9'unun haftada bir okuduğu, %22,8'inin iki üç günde bir okuduğu ve %20,3'nün her gün okuduğunu tespit edilmiştir. Öğrencilere okulun dışında öğrenmede kaynaklık edecek en önemli kitle iletişim araçlarından olan dergi ve kitabın, öğrencilerin büyük çoğunluğu tarafından çok fazla tercih edilmediğine ya da hiç kullanılmadığı tespit edilmiştir.

Katılımcıların cep telefonu kullanma durumu 'Hiç kullanmıyorum' diyenlerin oranı %18,1 'ayda bir kullanıyorum %3,6 haftada bir kullanıyorum diyenlerin oranı %7 'iki üç günde bir kullanıyorum' diyenlerin oranı %14,6 ve ' her gün kullanıyorum' diyenlerin oranı % 56,7 şeklinde tespit edilmiştir. İletişim kurma ve kullanımı açısından öğrencilere göre fazla ekonomik olmayan bu kitle iletişim aracının gazeteye, dergiye ve kitaba göre, öğrenciler tarafından daha fazla kullanıldığını tespit edilmiştir. Kullanım oranının fazla olmasının nedenlerini büyüklere özenme, öğrenciler arasında diğer kitle iletişim araçlarını kullananlara göre, bu aracı kullanmanın daha popüler olarak görülmesi, arkadaşları ile görüşmelerinin ve arkadaş edinmelerinin bu araçla daha kolay olması ile ilişkilendirilebilir. Diğer kitle iletişim araçlarından olan DVD/CD'nin kullanılma oranı 'hiç kullanmıyorum' %31, 'ayda bir kullanıyorum' %30,7 'haftada bir kullanıyorum' %15,1 'iki üç günde bir %13,9 ve hergün kullanıyorum %9,3 olarak saptanmıştır. Özellikle film, belgesel izleme ve hatta birçok dersin kayıt edilerek öğrenme olanağı sunma gibi özellikleri bulunan bu araçların, yine öğrenciler tarafından pek fazla tercih edilmediğini görmekteyiz. Katılımcıların radyoyu kullanma sıklığı: 'hiç dinlemiyorum' diyenlerin oranı %38,2 'ayda bir dinliyorum' diyenlerim oranı %10,1 'haftada bir dinliyorum diyenlerin oranı %13,1 'iki üç günde bir diyenlerin oranı %20,4 ve her gün dinliyorum diyenlerin oranı % 18,1 olarak tespit edilmiştir. Eskiden çok popüler olan

ve sadece kulağa hitap eden bu aracın, son zamanlarda popülerliğini yitirdiğine, pek fazla tercih edilmediğine ulaşılmıştır.

Tablo 7.Ortaokul Öğrencilerinin Bir Günde İnternette ve Televizyon Karşısında Ortalama Geçirdiği Zaman

Kullandıkları medya araçları	Yüzde Frekans	30 Dakikadan Az	30 Dakika-1 Saat	1-2 Saat	3-4 Saat	4 Saatten Fazla	Toplam
Televizyon	%	8,1	27,8	36,6	14,6	13	100
	F	54	186	245	98	87	708
İnternet	%	16	25	35,1	14,6	8,7	100
	F	107	172	235	98	58	670

Tablo 7'ye göre bir günde internette geçirdiğimiz ortalama süreye yönelik yaptığımız araştırmada %8,7'lik oranda kişinin 4 saatten fazla, %14,6'lık oranda kişiyi 3-4 saat, %35,1'lik oranda kişinin 1-2 saat, %25 oranda kişinin 30 dk veya 1 saat, %16'lık oranda kişinin 30 dakikadan az bir süre internet kullandıklarını tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin televizyon karşısında geçirdikleri süreye yönelik ifadelerinden öğrencilerin %8,1'inin 30 dakikadan az, %27,8'inin 30 dakika ve 1 saat arasında, %36,6'sının 1-2 saat, %14,6'sının 3-4 saat, %13'ünün 4 saatten fazla sürede televizyon karşısında buldukları tespit edilmiştir. Öğrencilerin yarısından fazlası gün içerisinde 1 saat ve üzeri televizyon ve interneti takip etmektedir.

Tablo 8.Ortaokul Öğrencilerinin Kullandıkları Sosyal Ağların Oransal Dağılımı

Kullandıkları sosyal ağlar	Facebook	Twitter	MSN	LinkedIn	Youtube	Google+	Instagram	Toplam
Yüzde	60	19	10	8	,6	1	1	100
Frekans	402	129	67	53	5	7	7	670

Tablo 8'e göre öğretmen ve öğrencilerin %60'ının facebook, %19'unun twitter, %10'unun MSN, %8'nin ise LinkedIn isimli sosyal ağlar takip ettiği tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin yarısından fazlası facebook'u takip etmektedir.

Tablo 9.Ortaokul Öğrencilerinin Kullandıkları Sosyal Ağlarda Kaç Kişi İle Aktif İletişim Halinde Olduklarının Oransal Dağılımı

Aktif oldukları kişi sayısı	Yüzde	Frekans
0-25 kişi	24,2	162
25-50 kişi	14,3	96

51-100 kişi	26,7	179
101 üzeri	29,9	200
Kullanmayan	4,9	33
Toplam	100	670

Tablo 9’da araştırmaya katılan öğretmen ve öğrencilerin kullandıkları sosyal paylaşım ağlarında %24,2’sinin 0-25 kişiyle, %14,3’ünün 25-50 kişiyle, % 26,7’sinin 51-100 kişiyle, %29,9’unun 101 ve üzeri kişiyle aktif olarak iletişim içinde olduklarını; %4,9’unun ise bu ağları aktif iletişim amaçlı kullanmadıklarını tespit edilmiştir.

Tablo 10.Ortaokul Öğrencilerinin Ödev Yaparken Tercih Ettikleri Kaynakların Oransal Dağılımı

Tercih ettikleri kaynaklar	Yüzde	Frekans
İnternet	70,4	472
Ders kitapları	12,7	85
Yardımcı kaynaklar	13,4	90
Konu ile bilgisi olan kişiler	3,4	23
Toplam	100	670

Tablo 10’da öğrencilerin ödev yaparken % 70,4’ünün internetten, % 12,7’sinin Ders kitaplarından, % 13,4’ünün yardımcı kitaplardan, % 3,4’ünün konu ile ilgili bilgisi olan kişilerden yararlanmaktadır. Öğrenciler ödevlerini yaparken çoğunlukla internetten yararlanmaktadırlar.

4.2 Ortaokul Öğrencilerinin Medya Araçlarını Kullanma Amaçları

Tablo 11.Ortaokul Öğrencilerinin Gazete ve Dergiyi Kullanma Amaçları

Kullanım Amaçları	Yüzde	Frekans
Bilgi edinmek	29,4	197
Günlük gelişmeleri takip etmek	26	174
Boş zaman değerlendirmek	23	154
Eğlenmek	15,8	106
Gazete ve dergi okumak	5,8	39
Toplam	100	670

Tablo 11’göre öğretmen ve öğrenciler gazete ve dergiyi % 29,4 oranında bilgi edinmek, % 26 oranında günlük gelişmeleri takip etmek, % 23 oranında boş zamanı değerlendirmek, % 15,8 oranında eğlenmek olarak yanıtlandığı, öğrencilerin % 5,8’inin ise gazete ve dergi okumadığı tespit edilmiştir. Öğrencilerin yarısından fazlası gazete ve dergiyi bilgi edinmek ve günlük gelişmeleri takip etmek için kullanmaktadır.

Tablo 12. Ortaokul Öğrencilerinin İnternet Kullanma Amaçları

Kullanma amaçları	Frekans
Oyun- eğlence	570
Sosyal ağlar	280
E-mail	193
Film/Dizi	272
Haber-bilgi	196
İletişim	261
Ödev araştırma	583

Tablo 12’ye göre toplam 670 öğrencinin 570’inin interneti oyun ve eğlence amacıyla, 583’ünün ödev araştırma amacıyla, 280’inin sosyal ağları kullanmak amacıyla, 272’sini film ve dizi izleme amacıyla, 261’inin iletişim amacıyla, 193’ünün e-mail göndermek amacıyla kullandığı tespit edilmiştir. Buradan yola çıkıldığında öğrencilerin interneti en fazla ödev araştırma ve oyun-eğlence amacıyla kullandıklarına ulaşılmaktadır. Araştırmada katılımcıların interneti kullanmak amaçları için birden çok tercih yapabilmelerine imkân verilmiştir. Öğrenciler interneti en çok ödev araştırma ve oyun-eğlence amacıyla kullanmaktadırlar.

Tablo 13. Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanma Amaçlarının Oransal Dağılımı

Kullanma Amaçları	Frekans
Arkadaşlarıyla iletişim kurmak amacıyla kullanırım	612
Fotoğraf paylaşımı amacıyla kullanırım	275
Video paylaşımı amacıyla kullanırım	137
Müzik paylaşımı amacıyla kullanırım	206
Anlık durum paylaşımı amacıyla kullanırım	169
Alışveriş tercihlerimi belirlemek amacıyla kullanırım	61
Beğendiğim ve tüketicisi olduğum markaları takip etmek amacıyla kullanırım	129
Kullanmıyorum	46

Tablo 13’e göre 670 öğrencinin 612’si sosyal ağları arkadaşlarıyla iletişim kurmak amacıyla, 275’i fotoğraf paylaşmak amacıyla, 137’si video paylaşmak amacıyla, 206’sı müzik paylaşmak amacıyla, 196’u anlık durum paylaşmak amacıyla, 61’i alışveriş tercihlerini

belirlemek amacıyla, 129'u beğendiği ve tüketicisi oldukları markaları takip etmek amaçlı kullandıklarını tespit edilmiştir. Öğrencilerin yalnızca 46 sınıfın sosyal ağları kullanmadığı tespit edilmiştir. Araştırmada katılımcıların sosyal ağları kullanmak amaçları için birden çok tercih yapabilmelerine imkân verilmiştir. Öğrenciler sosyal ağları en çok arkadaşlarıyla iletişim kurmak için kullanmaktadır.

4.3 Ortaokul Öğrencilerinin Medya Araçlarına ve Medya Araçlarından Elde Bilgilere Güvenirlik Düzeyleri

Tablo 14.Ortaokul Öğrencilerinin Televizyon Programlarının Doğru Bilgi İletmelerine Yönelik Düşüncelerinin Oransal Dağılımı

İzledikleri Programları	Yüzde Frekans	Her Zaman	Çoğu Zaman	Hiçbir Zaman	Kararsızım	İzlemiyorum	Toplam
Haber programları	% 32 F 214	43,6 292	5 33	6 40	13,4 91	100 670	
Sağlık programları	% 17,5 F 117	24,5 164	8 55	12 84	38 250	100 670	
Magazin programları	% 17 F 114	21,6 145	11 75	18 120	32,4 216	100 670	
Reklamlar	% 14,8 F 99	26,9 180	12,4 83	28 188	17,9 120	100 670	
Din ve ahlak programları	% 30,4 F 204	31 208	4,3 28	10 67	24,3 163	100 670	

Tablo 14'e göre katılımcıların televizyondaki farklı program türlerinin hangi sıklıkla doğru bilgi ilettiğine yönelik düşüncelerinden % 32'sinin haber programlarının her zaman doğru bilgi ilettiğini, % 43,6'sının haber programlarının çoğu zaman doğru bilgi ilettiğini düşündükleri, % 5'inin haber programlarının hiçbir zaman doğru bilgi iletmediğini düşündükleri, % 6'sının ise haber programlarının doğru bilgi ilettiği konusunda kararsız oldukları, % 13,4'ünün haber programlarını izlemedikleri tespit edilmiştir. Sağlık programları olarak değerlendirenlerin % 17,5'inin sağlık programlarının her zaman doğru bilgi verdiğini, % 24,5'inin sağlık programlarının çoğu zaman doğru bilgi verdiğini, % 8'inin sağlık programlarının hiçbir zaman doğru bilgi vermediğini düşündükleri, % 12'sinin sağlık programlarının doğru bilgi verip vermedikleri konusunda kararsız oldukları, % 38'inin sağlık programlarını izlemedikleri tespit edilmiştir.

Öğrencilerden magazin programları olarak değerlendirenlerin %17'sinin magazin programlarının her zaman doğru bilgi verdiğini, % 21,6'sının magazin programlarının çoğu zaman doğru bilgi verdiğini düşündükleri tespit edilmiştir. % 11'nin magazin programlarının hiçbir zaman doğru bilgi vermediğini düşündükleri, % 18'inin magazin programlarının doğru bilgi verip vermedikleri konusunda kararsız oldukları, % 32,4'ünün magazin programlarını izlemedikleri tespit edilmiştir. Reklam programları olarak değerlendirenlerin % 14,8'inin reklam programlarının her zaman doğru bilgi verdiğini, % 26,9'unun reklam programlarının çoğu zaman doğru bilgi verdiğini, % 12,4'ünün reklam programlarının hiçbir zaman doğru bilgi vermediğini düşündükleri, % 28'inin reklam programlarının doğru bilgi verip vermedikleri konusunda kararsız oldukları, % 17,9'unun reklam programlarını izlemedikleri tespit edilmiştir. Din ve ahlak programları olarak değerlendirenlerin % 30,4'ünün din ve ahlak programlarının her zaman doğru bilgi verdiğini, % 31'inin din ve ahlak programlarının çoğu zaman doğru bilgi verdiğini, % 4,3'ünün din ve ahlak programlarının hiçbir zaman doğru bilgi vermediğini düşündükleri, % 10'unun din ve ahlak programlarının doğru bilgi verip vermedikleri konusunda kararsız oldukları, % 24,3'ünün din ve ahlak programlarını izlemedikleri tespit edilmiştir.

Tablo 15.Ortaokul Öğrencilerinin İletişim Araçlarına Olan Güvenirlilik Düzeylerinin Oransal Dağılımı

İletişim araçları	Yüzde Frekans	Güveniyorum	Kararsızım	Güvenmiyorum	Toplam
Televizyon	f	375	227	68	670
	%	56	33,9	10,1	100
Gazete	f	415	210	45	670
	%	61,9	31,3	6,7	100
İnternet	f	353	244	73	670
	%	52,7	36,4	10,9	100
Radyo	f	293	272	105	670
	%	43,7	40,6	15,7	100
Dergi	f	323	242	105	670
	%	48,2	36,1	15,7	100

Tablo 15'e göre katılımcıların % 56'sının iletişim araçlarından televizyona güvendiği, % 33,9'unun kararsız kaldığı ve % 10,1'inin güvenmediği tespit edilmiştir. Katılımcıların % 61,9'unun iletişim araçlarından gazeteye güvendiği, % 31,3'ünün kararsız kaldığı ve % 6,7'sinin güvenmediği tespit edilmiştir. Katılımcıların % 52,7'sinin iletişim araçlarından internete güvendiği, % 36,4'sinin kararsız kaldığı ve % 10,9'sinin güvenmediği tespit edilmiştir. Katılımcıların % 43,7'ünün iletişim araçlarından radyoya güvendiği, %

40,6'sıninkararsız kaldığı ve % 15,7'sinin güvenmediği tespit edilmiştir. Katılımcıların % 48,2'sinin iletişim araçlarından dergiye güvendiği, % 36,1'sinin kararsız kaldığı ve % 15,7'sinin güvenmediği tespit edilmiştir.

4.4 Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Seviyeleri

Tablo 16.Ortaokul Öğrencilerin Televizyonda En Çok Tercih Ettikleri Program Türlerinden Oransal Dağılımı

İzledikleri Programlar	Frekans
Haber programları	245
Sağlık programları	79
Çizgi filmler	237
Magazin programları	204
Spor programları	342
Reklamlar	101
Dizi ya da filmler	456
Belgesel	231
Din ve ahlak programları	160
Müzik eğlence programları	345

Tablo 16'ya göre televizyonda 670 katılımcının 456'sı dizi ve film, 245'i haber programı, 79'u sağlık programı, 237'si çizgi film, 204'ü magazin programı, 342'si spor programı, 101'i reklam, 231'i belgesel, 160'ı din ve ahlak programı, 345'i müzik ve eğlence programlarını izlemektedir. Katılımcıların izledikleri programlar değerlendirildiğinde katılımcıların en yoğun olarak dizi ya da film izledikleri tespit edilmiştir. Dizi ve filmleri, spor programları ve haber programları takip etmektedir. Katılımcıların en az izledikleri televizyon programı sağlık programlarıdır. Katılımcıların tercih ettikleri televizyon programları belirlenirken katılımcılara birden çok tercih programı tercih etme olanağı verilmiştir.

Tablo 17.Ortaokul Öğrencilerinin Televizyon Seyretme Nedenlerinin Oransal Dağılımı

+	Frekans
Televizyon seyretmeyi sevdiğim için	487
Yapacak başka bir şeyim olmadığı için	180
Annem, babam da izlediği için	124
Annem, babam benimle yeterince ilgilenmediği için	39
Hayal dünyamı geliştirdiği için	135

Dışarıda oynama imkânım olmadığı için	105
Arkadaşım olmadığı için	62
Eğlenceli olduğu için	319
Yurttaki ve dünyadaki gelişmeleri öğrenmek için	206

Tablo 17'ye göre katılımcıların televizyonu 487'si seyretmeyi sevdiği için; 180'i yapacak başka bir şeyim olmadığı için; 124'ü annem-babam izlediği için; 39'u annem babam benimle ilgilenmediği için, benimle yeterince ilgilenmediği için, 135'i hayal dünyamı geliştirdiği için, 105'i dışarıda oynama imkânım olmadığı için, 62'si arkadaşım olmadığı için, 319'ueğlenceli olduğu için, 206'sı yurttaki ve dünyadaki gelişmeleri öğrenmek için sevdikleri tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin televizyon izlemesinin en önemli nedeni televizyon izlemeyi seymeleridir. Katılımcıların televizyon seyretme nedenleri belirlenirken katılımcılara birden çok neden tercih etme olanağı verilmiştir.

Tablo 18.Ortaokul Öğrencilerinin Televizyon Dizilerinin Kaynaklarına İlişkin Düşüncelerinin Oransal Dağılımı

Dizilerin kaynakları	Frekans Yüzde	Evet	Kararsızım	Hayır	Toplam
Roman	f	463	114	93	670
	%	69,1	17	13,9	100
Hikâye	f	443	153	74	670
	%	66,1	22,8	11	100
Gerçek Olaylar	f	516	99	55	670
	%	77	14,8	8,2	100

Tablo 18'e göre dizilerin senaryolarının kaynağına ilişkin katılımcıların % 69,1'inin romanın izlenen dizi senaryolarının kaynağı olduğunu, % 17'sinin bu konuda kararsız olduğunu ve % 13,9'unun romanın izlenen dizilere kaynaklık etmediğini düşündükleri tespit edilmiştir. Katılımcıların % 66,1'inin hikâyenin izlenen dizi senaryolarının kaynağı olduğunu, % 22,8'inin bu konuda kararsız olduğunu ve % 11'inin hikâyenin izlenen dizilere kaynaklık etmediğini düşündükleri tespit edilmiştir. Katılımcıların % 77'sinin gerçek (yaşanmış) olayların izlenen dizi senaryolarının kaynağı olduğunu, % 14,8'inin bu konuda kararsız olduğunu ve % 8,2'sinin gerçek (yaşanmış) olayların izlenen dizilere kaynaklık etmediğini düşündükleri tespit edilmiştir.

Tablo 19.Ortaokul Öğrencilerin Ders Çalışmaktan Sıkıldıklarında Kullanmayı Tercih Ettikleri Araçların Oransal Dağılımı

	Televizyon	Radyo	Gazete Dergi	Bilgisayar	Cep telefonu	Toplam
Yüzde	30,9	1,2	5,7	47,2	15,1	100
Frekans	207	8	38	316	101	670

Tablo 19'a göre katılımcılar ders çalışmaktan sıkıldıklarında % 30,9'unun televizyon, %1,2'sinin radyo, % 5,7'sinin gazete ya da dergi, % 47,2'sinin bilgisayar, % 15,1'inin cep telefonu kullanmayı tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Tablo 20.Ortaokul Öğrencilerin Televizyon Yayınlarından Rahatsızlık Duyduklarındaki Yaptıkları Uygulamaların Oransal Dağılımı

Yaptıkları Uygulamalar	Yüzde Frekans	1	2	3	4	5	6	Toplam
Televizyon kapatmak	f %	245 36,6	129 19,3	215 32,1	25 3,7	10 1,5	46 6,9	670 100
Ortam değiştirmek	f %	172 25,7	278 41,5	140 20,9	20 3	17 2,5	43 6,4	670 100
Kanal değiştirmek	f %	426 63,6	94 14	94 14	12 1,8	7 1	37 5,5	670 100
Televizyon kanalına telefon açmak	f %	104 15,5	63 9,4	174 26	157 23,4	57 8,5	115 17,2	670 100
RTÜK'E bildirmek	f %	91 13,6	62 9,3	177 26,4	5 ,7	55 8,2	280 41,8	670 100
Televizyon kanalına mail göndermek	f %	88 13,1	47 7	191 28,5	61 9,1	131 19,6	152 22,7	670 100

Tablo 20'ye göre araştırmaya katılanların% 63,6'sı televizyonda rahatsız edici bir görüntü ile karşılaştıklarında ilk yaptıklarının kanalı değiştirmek olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmaya katılanların son tepki olarak ne yaptığı tespit edildiğinde katılımcıların % 41,8'lik bir kısmı bu yayın hakkında RTÜK'e şikâyette bulunduğunu belirtmiştir. Bu tabloda katılımcıların televizyonda rahatsız edici programlar gördüklerinde yaptıkları davranışlar 1 ilk davranış, 6 son davranış olmak üzere sayılar ile derecelendirilmiştir.

4.5 Ortaokul Öğrencilerinin Medya ve Kitle İletişim Araçları Hakkındaki Düşünceleri

Tablo 21.Ortaokul Öğrencilerinin Medya ve Kitle İletişim Araçları Hakkındaki Düşüncelerinin Oransal Dağılımı

Düşünceler	Yüzde Frekans	Hiçbir Zaman	Ara sıra	Sıklıkla	Toplam
Kitle iletişim araçlarını eleştirel bakış açısıyla takip ederim	F %	210 31,3	374 55,8	86 12,8	670 100
Kitle iletişim araçlarının mesajları farklı biçimlerde oluşturduğunu algıları	F %	166 24,8	404 60,3	100 14,9	670 100
İnsanlar arası ilişkilerde, kendimi karşımdakinin yerine koyarım	F %	137 20,4	262 39,1	271 40,4	670 100
Türkiye’deki Medyanın eğlence işlevini daha çok öne çıkardığını düşünüyorum	F %	150 22,4	287 42,8	233 34,8	670 100
Medya kuruluşlarında yayınlanan haberlerin abartılı olarak sunulduğunu düşünüyorum	F %	160 23,9	262 39,1	248 37	670 100
Türkiye de Medyanın tarafsız olmadığına inanıyorum	F %	170 25,4	256 38,2	244 36,6	670 100
Medyanın kültürel ve toplumsal değerlerin korunmasında titiz davranmadığını düşünüyorum	F %	179 26,7	276 41,2	215 32,1	670 100
TV’de ki programları izlerken seçici davranıyorum	F %	138 20,6	237 35,4	295 44	670 100
Cep telefonum vazgeçilmezimdir	F %	216 32,2	219 33,7	235 35,1	670 100
Ders kitaplarımın haricinde de kitap okurum	F %	106 15,8	311 46,4	253 37,8	670 100
Televizyonda izlediğim programlarda akıllı işaretler sistemine uyarım ve çevremdekileri uymaları için uyarırım	F %	201 30	295 44	174 26	670 100
Medya araçlarıyla yayınlanan mesajları her birey farklı olarak algılayabilir	F %	208 31	275 41	187 28	670 100

Tablo 21’e göre “Kitle iletişim araçlarını eleştirel bakış açısıyla takip ederim” ifadesine öğrencilerin % 31,3’ünün hiçbir zaman katılmadığı, % 55,8’inin ara sıra takip ettiği ve % 12,8’inin sıklıkla takip ettiği tespit edilmiştir. “Kitle iletişim araçlarının mesajları farklı biçimlerde oluşturduğunu algıları” ifadesine öğrencilerin % 24,8’inin hiçbir zaman katılmadığı, % 60,3’ünün ara sıra, % 14,9’unun ise sıklıkla şeklinde yanıt verdiği tespit edilmiştir. “İnsanlar arası ilişkilerde, kendimi karşımdakinin yerine koyarım” ifadesine öğrencilerin % 20,4’ünün hiçbir zaman empati kurmadığı, % 39,1’nin ara sıra empati kurduğu, % 40,4’ünün sıklıkla empati kurduğu tespit edilmiştir. “Türkiye’deki medyanın eğlence işlevini daha çok öne çıkardığını düşünüyorum” ifadesini öğrencilerin % 22,4’ünün hiçbir zaman, % 42,8’inin ara sıra, % 34,8’nin sıklıkla şeklinde yanıtladığı tespit edilmiştir. “Medya kuruluşlarında yayınlanan haberlerin abartılı olarak sunulduğunu düşünüyorum” ifadesini öğrencilerin % 23,9’unun hiçbir zaman, % 39,1’inin ara sıra, % 37’sinin sıklıkla şeklinde yanıtladığı tespit edilmiştir.

Öğrenciler “Türkiye’de medyanın tarafsız olmadığına inanıyorum” ifadesini % 25,4’ünün hiçbir zaman, % 38,2’sinin ara sıra, % 36,6’sının sıklıkla şeklinde yanıtladığı tespit edilmiştir. “Medyanın kültürel ve toplumsal değerlerin korunmasında titiz davranmadığını düşünüyorum” ifadesini öğrencilerin % 26,7’sinin hiçbir zaman, % 41,2’sinin ara sıra, % 32,1’nin sıklıkla şeklinde yanıtladığı tespit edilmiştir. “TV’de ki programları izlerken seçici davranıyorum” ifadesini öğrencilerin % 20,6’sının hiçbir zaman, % 35,4’inin ara sıra, % 44’ünün sıklıkla şeklinde yanıtladığı tespit edilmiştir. “Cep telefonum vazgeçilmezimdir” ifadesini öğrencilerin % 32,2’sinin hiçbir zaman, % 33,7’sinin ara sıra, % 35,1’inin sıklıkla şeklinde yanıtladığı tespit edilmiştir. “Ders kitaplarımın haricinde de kitap okurum” ifadesini öğrencilerin % 15,8’inin hiçbir zaman, % 46,4’ünün ara sıra, % 37,8’inin sıklıkla şeklinde yanıtladığı tespit edilmiştir. “Televizyonda izlediğim programlarda akıllı işaretler sistemine uyarım ve çevremdekileri uymaları için uyarırım” ifadesini öğrencilerin % 30’unun hiçbir zaman, % 44’ünün ara sıra, % 26’sının sıklıkla şeklinde yanıtladığı tespit edilmiştir. “Medya araçlarıyla yayınlanan mesajları her birey farklı olarak algılayabilir” ifadesini öğrencilerin % 31’inin hiçbir zaman, % 41’inin ara sıra, % 28’sinin sıklıkla şeklinde yanıtladığı tespit edilmiştir.

4.6 . Ortaokul Öğrencilerinin Medya Araçlarından Etkilenme Durumları

Tablo 22.Ortaokul Öğrencilerinin Televizyon Yayınlarından Etkilenme Durumları

İfadeler	Yüzde Frekans	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Toplam
Televizyon izlediğim için yeterince ders çalışmıyorum	F %	282 42,1	311 46,4	77 11,5	670 100
Televizyondaki reklamların sözlerini tekrarlıyor ve hareketlerini taklit ediyorum	F %	219 32,7	392 58,5	59 8,8	670 100
Televizyon izlediğim için geç uyuyorum	F %	318 47,5	294 43,9	58 8,7	670 100
Televizyonda gördüğüm şiddet içeren davranışlardan etkileniyorum	F %	177 26	436 65,1	57 8,5	670 100
Reklamlarda gördüğüm ürünleri satın almak istiyorum	F %	253 37,8	337 50,3	80 11,9	670 100
Televizyon izlediğim için arkadaşlarımla ve kardeşlerimle daha az oyun oynuyorum	F %	161 24	434 64,8	75 11,2	670 100

Televizyon izlediğim için annem –babamla daha az vakit geçiriyorum	F	138	470	62	670
	%	20	70,1	9,9	100
Başka şeylerle ilgilenirken televizyon dikkatimi dağıtabiliyor	F	375	235	60	670
	%	55	35,1	9	100

Tablo 22’ye göre “Televizyon izlediğim için yeterince ders çalışmıyorum” ifadesine öğrencilerin % 42,1’inin katıldığı, % 46,4’ünün katılmadığı, % 11,5’inin ise kararsız kaldığı tespit edilmiştir. “Televizyondaki reklamların sözlerini tekrarlıyor ve hareketlerini taklit ediyorum.” ifadesine öğrencilerin % 32,7’sinin katıldığı, % 58,5’inin katılmadığı, % 8,8’inin ise kararsız kaldığı tespit edilmiştir. “Televizyon izlediğim için geç uyuyorum.” ifadesine öğrencilerin % 47,5’inin katıldığı, % 43,9’unun katılmadığı, % 8,7’sinin kararsız kaldığı tespit edilmiştir. “Televizyonda gördüğüm şiddet içeren davranışlardan etkileniyorum.” ifadesine öğrencilerin % 26’sinin katıldığı, % 65,1’inin katılmadığı, % 8,5’inin ise kararsız kaldığı tespit edilmiştir. “Reklamlarda gördüğüm ürünleri satın almak istiyorum.” ifadesine öğrencilerin % 37,8’inin katıldığı, % 50,3’ünün katılmadığı, % 11,9’unun kararsız kaldığı tespit edilmiştir. “Televizyon izlediğim için arkadaşarımla ve kardeşlerimle daha az oyun oynuyorum” ifadesine öğrencilerin % 24’ünün katıldığı, % 64,8’inin katılmadığı ve % 11,2’sinin ise kararsız kaldığı tespit edilmiştir. “Televizyon izlediğim için annem –babamla daha az vakit geçiriyorum.” ifadesine öğrencilerin % 20’sinin katıldığı, % 70,1’inin katılmadığı, % 9,9’unun ise kararsız kaldığı tespit edilmiştir. Başka şeylerle ilgilenirken televizyon dikkatimi dağıtabiliyor” ifadesine öğrencilerin % 55’inin katıldığı, % 35,1’inin katılmadığı, % 9’unun ise kararsız olduğu tespit edilmiştir.

4.7 .Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığının Amaçlarına İlişkin Düşünceleri

Tablo 23. Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığının Amaçlarına İlişkin Düşünceleri

Medya Amaçları	Okuryazarlığının	Yüzde	Frekans								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9
Bireylerin iletişim becerilerini geliştirmektedir	f		216	416	475	30	24	9	5	5	33
	%		53	10	11	07	6	2	1	1	8
Eleştirel düşünme yeteneğine sahip insanlar yetiştirmektedir	f		54	190	29	52	35	16	7	10	17
	%		13	46	7	13	9	4	2	2	4

Medya mesajını çözümleyebilecek bireyler yetiştirmektir	f	46	37	128	36	48	35	22	17	41
	%	11	9	31	9	12	9	5	4	10
Medya tarihi hakkında bilgi vermektir	f	42	28	33	48	19	35	15	38	150
	%	10	7	8	12	5	9	4	9	37
Medya teorileri medya kültürü hakkında bilgi vermektir	f	39	28	22	22	60	32	58	124	22
	%	10	7	5	5	15	8	14	30	5
Medya metinlerini anlayıp değerlendirebilecek insanlar yetiştirmektir	f	40	25	33	42	25	68	114	26	31
	%	10	6	8	10	6	17		6	8
Medya yardımı ile kendini ifade edebilecek insanlar yetiştirmektir	f	36	24	48	32	61	107	41	17	36
	%	9	6	12	8	15	27	10	4	9
Demokratik bir toplum yaşamı oluşturabilecek insanlar yetiştirmektir	f	61	57	49	59	95	14	18	27	26
	%	15	14	12	15	23	3	4	7	6

Tablo 24’de katılımcıların medya okuryazarlığının amacına ilişkin görüşleri yer almaktadır. Katılımcıların ifadelerinden elde edilen bulgulara göre medya okuryazarlığının amaçları önem sırasına göre şu şekilde sıralanmıştır: 1. Medya metinlerindeki sosyal, kültürel, ekonomik ve politik yönlendirmelere karşı uyanık bir birey yetiştirmektir. 2. Eleştirel düşünme yeteneğine sahip insanlar yetiştirmektir. 3. Bireylerin iletişim becerilerini geliştirmektir. 4. Medya metinlerini anlayıp değerlendirebilecek insanlar yetiştirmektir. 5. Medya mesajlarını çözümleyebilecek bireyler yetiştirmektir. 6. Medya yardımı ile kendini ifade edebilecek insanlar yetiştirmektir. 7. Demokratik bir toplum yaşamı oluşturabilecek insanlar yetiştirmektir. 8. Medya teorileri ve medya kültürü hakkında bilgi vermektir. 9. Medya tarihi hakkında bilgi vermektir. Bulgular değerlendirildiğinde medya okuryazarlığını ilk ve öncelikli amacının medya metinlerindeki sosyal, kültürel, ekonomik ve politik yönlendirmelere karşı uyanık bir birey yetiştirmek olduğu tespit edilmiştir.

4.8. Ortaokul Öğrencilerinin Medya ve Medya Okuryazarlığına İlişkin Düşüncelerinin Cinsiyetlerine Göre Farklılıkları

Tablo 24. Ortaokul Öğrencilerinin Medya ve Medya Okuryazarlığına İlişkin Düşüncelerinin Cinsiyet Değişkenine Ki-Kare Testi Sonuçları

Öğrencilerin cinsiyetlerine göre farklılık gösteren durumlar	Cinsiyet	N	X	Sd	P
Öğrencilerin interneti kullanma durumları	E	335	1,95	668	,001
	K	335	2,35		

Öğrencilerin internette geçirdiği ortalama süre	E	335	2,90	668	,000
	K	335	2,58		
Öğrencilerin en sık kullandığı sosyal ağda aktif olarak iletişim kurduğu kişi sayısı	E	335	2,92	668	,002
	K	335	2,61		
Öğrencilerin ödev yaparken tercih ettikleri araçlar	E	335	1,42	668	,037
	K	335	1,56		
Öğrencilerin haber programlarına güven düzeyleri	E	335	3,32	668	,002
	K	335	2,95		

Tablo 24'e göre öğrencilerin internet kullanma durumlarına yönelik erkek öğrencilerin aritmetik ortalaması 1,95, kız öğrencilerin aritmetik ortalaması ise 2,35'tir. Bu iki grup arasındaki aritmetik ortalamaların anlamlı olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan bağımsız gruplar ki-kare testi sonucunda aritmetik ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Buna göre kız öğrencilerin interneti erkek öğrencilere göre daha fazla kullandığı tespit edilmiştir. Öğrencilerin bir günde internette geçirdiği ortalama süre için erkeklerin aritmetik ortalaması 2,90, kızların aritmetik ortalaması ise 2,58'dir. Bu iki grup arasındaki aritmetik ortalamaların anlamlı olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan bağımsız gruplar ki-kare testi sonucunda aritmetik ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Buna göre erkek öğrenciler bir gün içerisinde kız öğrencilere göre internette daha fazla zaman harcamaktadır.

Öğrencilerin en sık olarak kullandıkları sosyal ağlarda aktif olarak iletişim içerisinde oldukları kişi sayısı için erkek öğrencilerin aritmetik ortalaması 2,92, kız öğrencilerin aritmetik ortalaması 2,61'dir. Bu iki grup arasındaki aritmetik ortalamaların anlamlı olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan bağımsız gruplar ki-kare testi sonucunda aritmetik ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Buna göre erkek öğrencilerin sosyal ağlarda aktif iletişim kurdukları kişi sayısı kız öğrencilere göre daha fazladır. Öğrencilerin ödev yaparken tercih ettikleri araçlara ilişkin erkek öğrencilerin aritmetik ortalaması 1,42, kız öğrencilerin ortalaması 1,56'dır. Bu iki grup arasındaki aritmetik ortalamaların anlamlı olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan bağımsız gruplar ki-kare testi sonucunda aritmetik ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Buna göre kız öğrenciler ödev yapmak için medya araçlarını erkek öğrencilere göre daha üst düzeyde kullanmaktadırlar. Öğrencilerin haber programlarına güven duyma düzeylerine yönelik olarak erkek öğrencilerin aritmetik ortalaması 3,32, kız öğrencilerin ortalaması ise 2,95 tespit edilmiştir. Bu iki grup arasındaki aritmetik ortalamaların anlamlı olup

olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan bağımsız gruplar ki-kare testi sonucunda aritmetik ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Buna göre erkek öğrenciler kız öğrencilere göre haberlere daha üst düzeyde güven duymaktadır.

Tablo 25. Ortaokul Öğrencilerinin Medya ve Medya Okuryazarlığına İlişkin Düşüncelerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Ki-Kare Testi Sonuçları

Öğrencilerin cinsiyetlerine göre farklılık gösteren durumlar	Cinsiyet	N	X	Sd	P
Öğrencilerin magazin programlarına güven düzeyleri	E	335	3,61	668	,000
	K	335	2,56		
Öğrencilerin duygudaşlık kurabilme düzeyleri	K	335	2,09	668	,000
	E	335	2,30		
Öğrencilerin ders kitapları dışında kitap okuma durumları	E	335	2,09	668	,000
	K	335	2,30		
Öğrencilerin TV programlarından rahatsız olduklarında ortam değiştirme durumları	E	335	2,23	668	,032
	K	335	2,45		
Öğrencilerin TV programlarından rahatsız olduklarında TV kanalına telefon açma durumları	E	335	3,38	668	,041
	K	335	3,64		
Öğrencilerin TV programlarından rahatsız olduklarında TV kanalına e-posta gönderme durumları	E	335	3,66	668	,011
	K	335	3,99		

Tablo 25'e göre öğrencilerin magazin programlarına güven düzeylerine yönelik erkek öğrencilerin aritmetik ortalaması 3,61, kız öğrencilerin aritmetik ortalaması ise 2,56 olarak tespit edilmiştir. Bu iki grup arasındaki aritmetik ortalamaların anlamlı olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan bağımsız gruplar ki-kare testi sonucunda aritmetik ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Buna göre erkek öğrencilerin magazin programlarına güvenme düzeyleri kız öğrencilere göre daha yüksektir. Öğrencilerin empati kurabilme düzeylerine yönelik olarak erkek öğrencilerin aritmetik ortalaması 2,09, kız öğrencilerin ortalaması ise 2,30 olarak tespit edilmiştir. Bu iki grup arasındaki aritmetik ortalamaların anlamlı olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan bağımsız gruplar ki-kare testi sonucunda aritmetik ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Buna göre kız öğrenciler erkek öğrencilere göre daha üst düzeyde empati kurmaktadır.

Öğrencilerin ders kitabı dışında kitap okuma durumlarında erkek öğrencilerin aritmetik ortalaması 2,09, kız öğrencilerin aritmetik ortalaması ise 2,30 olarak tespit edilmiştir. Bu iki grup arasındaki aritmetik ortalamaların anlamlı olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan bağımsız gruplar ki-kare testi sonucunda aritmetik ortalamalar arasındaki farkın anlamlı

olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bu durumda kız öğrenciler erkek öğrencilere göre ders kitapları dışında daha fazla kitap okumaktadır. Öğrencilerin televizyon programlarından rahatsız olduklarında ortam değiştirmesine yönelik erkek öğrencilerin aritmetik ortalaması 2,23, kız öğrencilerin aritmetik ortalaması ise 2,45 olarak tespit edilmiştir. Bu iki grup arasındaki aritmetik ortalamaların anlamlı olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan bağımsız gruplar ki-kare testi sonucunda aritmetik ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bu durumda kız öğrenciler erkek öğrencilere göre TV programlarından rahatsız olduklarında daha fazla ortam değiştirmektedir.

Öğrencilerin televizyon programlarından rahatsız olduklarında televizyon kanalına telefon açma durumlarına yönelik erkek öğrencilerin aritmetik ortalaması 3,38, kız öğrencilerin aritmetik ortalaması ise 3,64 olarak tespit edilmiştir. Bu iki grup arasındaki aritmetik ortalamaların anlamlı olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan bağımsız gruplar ki-kare testi sonucunda aritmetik ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bu durumda kız öğrenciler TV programlarından rahatsız olduklarında erkek öğrencilere göre daha üst düzeyde telefon açma davranışı sergilemektedir. Öğrencilerin televizyon programlarından rahatsız olduklarında televizyon kanalına e-posta gönderme durumuna yönelik erkek öğrencilerin aritmetik ortalaması 3,66, kız öğrencilerin aritmetik ortalaması ise 3,99 olarak tespit edilmiştir. Bu iki grup arasındaki aritmetik ortalamaların anlamlı olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan bağımsız gruplar ki-kare testi sonucunda aritmetik ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Buna göre kız öğrenciler TV programlarından rahatsız olduklarında erkek öğrencilere göre daha üst düzeyde e-posta gönderme davranışı sergilemektedir.

4.9. Ortaokul Öğrencilerinin Medya ve Medya Okuryazarlığına İlişkin Düşüncelerinin Sınıf Düzeylerine Göre Farklılıkları

Tablo 26. Ortaokul Öğrencilerinin Medya ve Medya Okuryazarlığına İlişkin Düşüncelerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre ANOVA-Tukey-LSD Sonuçları

Farklılık gösteren durumlar	Varyansın kaynağı	Kareler toplama	Sd	Kareler ortalaması	F	P
Öğrencilerin dergilere güvenme durumları	Gruplar arası	6,980	3	2,327	2,827	,038
	Gruplar içi	548,227	666	,823		
	Toplam	555,207	669			
Öğrencilerin televizyonu takip etme durumları	Gruplar arası	47,442	3	26,327	9,346	,000
	Gruplar içi	1126,922	666	2,257		
	Toplam	1174,364	669			

Öğrencilerin interneti takip etme durumları	Gruplar arası	78,980	3	2,223	11,667	,000
	Gruplar içi	1502,877	666	1,001		
	Toplam	1581,857	669			
Öğrencilerin dergi ve kitapları takip etme durumları	Gruplar arası	22,877	3	7,626	3,658	,012
	Gruplar içi	1388,390	666	2,085		
	Toplam	1411,267	669			
Öğrencilerin cep telefonlarını kullanma durumları	Gruplar arası	61,112	3	20,371	11,722	,000
	Gruplar içi	1157,349	666	1,738		
	Toplam	1218,461	669			
Öğrencilerin bir günde internette geçirdiği ortalama süre	Gruplar arası	69,577	3	23,192	18,923	,000
	Gruplar içi	816,268	666	1,226		
	Toplam	885,845	669			

Tablo 26'ya göre öğrencilerin dergilere güvenme durumları ile ilgili sınıf düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,76, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,82, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,04, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,90 olarak tespit edilmiştir. Buna göre sınıf düzeyi arttıkça dergilere güven düzeyi artmaktadır. Öğrencilerin televizyonu takip etme durumları ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,10, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,84, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,48, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,40 olarak tespit edilmiştir. Buna göre sınıf düzeyi arttıkça öğrencilerin televizyonu takip etme oranı düşmektedir. Öğrencilerin interneti takip etme durumları ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,51, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,26, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,24, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,54 olarak tespit edilmiştir. Buna göre sınıf düzeyi arttıkça öğrencilerin interneti takip etme oranı düşmektedir.

Öğrencilerin interneti takip etme durumları ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,16, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,96, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,46, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,14 olarak tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin sınıf düzeylerine göre doğrusal bir farklılığa rastlanmazken, öğrencilerin kitap ve dergiyi takip etme düzeylerinin en yüksek olduğu dönem 7. ve 8. sınıftır. Öğrencilerin cep telefonu kullanma durumları ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,36, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,11, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,82, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,51 olarak tespit edilmiştir. Buna göre sınıf düzeyi arttıkça öğrencilerin

cep telefonu kullanma oranı düşmektedir. Öğrencilerin internette bir günde geçirdiği ortalama süre ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,27, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,60, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,04, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,10 olarak tespit edilmiştir. Buna göre sınıf düzeyi arttıkça öğrencilerin bir günde internette geçirdiği ortalama süre artmaktadır.

Tablo 27. Ortaokul Öğrencilerinin Medya ve Medya Okuryazarlığına İlişkin Düşüncelerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre ANOVA-Tukey-LSD Sonuçları

Farklılık gösteren durumlar	Varyansın kaynağı	Kareler toplama	Sd	Kareler ortalaması	F	P
Öğrencilerin sağlık programlarının doğru bilgi iletmesine yönelik düşünceleri	Gruplar arası	19,983	3	6,661	2,761	,041
	Gruplar içi	1606,608	666	2,412		
	Toplam	1626,591	669			
Öğrencilerin magazin programlarının doğru bilgi iletmesine yönelik düşünceleri	Gruplar arası	21,541	3	2,131	3,325	,019
	Gruplar içi	1438,263	666	,435		
	Toplam	1459,804	669			
Öğrencilerin TV izlediklerinden dolayı yeterince ders çalışmama durumları	Gruplar arası	6,393	3	2,223	4,896	,002
	Gruplar içi	289,883	666	1,001		
	Toplam	296,276	669			
Öğrencilerin reklamlardaki sözleri tekrar etme ve hareketleri taklit etme durumları	Gruplar arası	7,436	3	2,479	7,105	,000
	Gruplar içi	232,355	666	,349		
	Toplam	239,791	669			
Öğrencilerin televizyon izledikleri için geç uyuma durumları	Gruplar arası	16,373	3	5,458	14,048	,000
	Gruplar içi	258,732	666	,388		
	Toplam	275,104	669			
Öğrencilerin reklamlarda gördükleri ürünleri satın almak isteme durumları	Gruplar arası	8,415	3	2,805	6,674	,000
	Gruplar içi	279,914	666	,420		
	Toplam	288,330	669			

Tablo 27'ye göre öğrencilerin sağlık programlarının doğru bilgi iletmesine yönelik düşünceleri ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,18, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,96, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,43, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,15 olarak tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin sağlık programlarının doğru bilgi iletmesine yönelik düşünceleri ile sınıf düzeyi arasında doğrusal bir bağlantı yoktur. En üst düzeyde güvenilirlik 7.sınıf öğrencilerinde görülmüştür. Öğrencilerin magazin programlarının doğru bilgi iletmesine yönelik düşünceleri ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,41, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,97, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,05, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,95 olarak tespit edilmiştir. Buna göre 5.sınıf

öğrencilerinin magazin programlarının doğru bilgi ilettiğini daha üst düzeyde düşündükleri tespit edilmiştir.

Öğrencilerin TV izlediklerinden dolayı yeterince ders çalışmama durumu ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,80, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,75, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,64, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,54 olarak tespit edilmiştir. Buna göre sınıf seviyesi düştükçe öğrencilerin televizyon izlediklerinden dolayı ders çalışmama durumu artmaktadır.

Öğrencilerin reklamlardaki sözleri tekrar etme ve hareketleri taklit etme durumları ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,91, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,76, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,76, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,59 olarak tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin sınıf düzeyi arttıkça öğrencilerin reklamlardaki sözleri tekrar etme ve hareketleri taklit etmesi azalmaktadır. Öğrencilerin televizyon izledikleri için geç uyuma durumları ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,81, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,70, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,46, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,42 olarak tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin sınıf seviyesi düştükçe televizyon programlarından etkilenerek geç uyuma durumları artmaktadır. Öğrencilerin reklamlarda gördükleri ürünleri satın almak isteme durumları ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,91, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,74, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,73, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,57 olarak tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin reklamlarda gördükleri ürünleri satın alma isteği sınıf seviyesi azaldıkça artmaktadır.

Tablo 28. Ortaokul Öğrencilerinin Medya ve Medya Okuryazarlığına İlişkin Düşüncelerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Anova-Tukey-LSD Sonuçları

Farklılık gösteren durumlar	Varyansın kaynağı	Kareler toplama	Sd	Kareler ortalaması	F	P
Öğrencilerin izledikleri dizilerin kaynağının roman olduğuna yönelik düşünceleri	Gruplar arası	6,569	3	2,190	3,752	,011
	Gruplar içi	388,638	666	,584		
	Toplam	395,207	669			
Öğrencilerin izledikleri dizilerin kaynağının gerçek olaylar olduğuna yönelik düşünceleri	Gruplar arası	5,012	3	1,671	3,175	,024
	Gruplar içi	350,452	666	,526		
	Toplam	355,464	669			
Öğrencilerin kitle iletişim	Gruplar arası	4,632	3	1,544	3,831	,010

araçlarını eleştirel bakış açısıyla takip etme durumları	Gruplar içi	268,419	666	,403		
	Toplam	273,051	669			
Öğrencilerin medyada haberlerin abartılı yayımlandığına yönelik düşünceleri	Gruplar arası	6,854	3	2,285	3,905	,009
	Gruplar içi	389,588	666	,585		
	Toplam	396,442	669			
Öğrencilerin Türkiye’de medyanın tarafsız olmadığına yönelik düşünceleri	Gruplar arası	6,295	3	2,098	3,498	,015
	Gruplar içi	399,532	666	,600		
	Toplam	405,827	669			

Öğrencilerin cep telefonunu vazgeçilmez olarak görme durumları	Gruplar arası	27,578	3	9,193	14,477	,000
	Gruplar içi	422,884	666	,635		
	Toplam	450,461	669			

Tablo 28’e göre öğrencilerin izledikleri dizilerin kaynağının roman olduğuna yönelik düşünceleri ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,52, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,57, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,46, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,30 olarak tespit edilmiştir. Buna göre izledikleri dizilerin kaynağının roman olduğuna yönelik düşünceleri ile sınıf düzeyi arasında doğrusal bir bağlantı yoktur. En üst düzeyde katılım 5.sınıf öğrencilerinde tespit edilmiştir. Öğrencilerin izledikleri dizilerin kaynağının gerçek olaylar olduğuna yönelik düşünceleri ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,44, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,45, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,26, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,29 olarak tespit edilmiştir. Buna göre izledikleri dizilerin kaynağının yaşanmış olaylar olduğuna yönelik düşünceleri ile sınıf düzeyi arasında doğrusal bir bağlantı yoktur. En üst düzeyde katılım 5.sınıf öğrencilerinde tespit edilmiştir.

Öğrencilerin kitle iletişim araçlarını eleştirel bakış açısıyla takip etme durumları ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,73, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,74, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,90, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,90 olarak tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin kitle iletişim araçlarını eleştirel bakış açısıyla takip etme durumu sınıf seviyesi arttıkça yükselmektedir. Öğrencilerin medyada haberlerin abartılı yayımlandığına yönelik düşünceleri ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,06, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,02, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,24, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,24 olarak tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin

medyada haberlerin abartılı yayınlandığına yönelik düşünceleri sınıf seviyesi arttıkça yükselmektedir.

Öğrencilerin Türkiye’de medyanın tarafsız olmadığına yönelik düşünceleri ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,05, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,01, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,15, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,26 olarak tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin Türkiye’de medyanın tarafsız olmadığına yönelik düşünceleri sınıf seviyesi arttıkça yükselmektedir. Öğrencilerin cep telefonunu vazgeçilmez olarak görme durumu ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,79, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,88, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,21, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,28 olarak tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin cep telefonunu vazgeçilmez olarak görme durumu sınıf seviyesi arttıkça yükselmektedir.

Tablo 29. Ortaokul Öğrencilerinin Medya ve Medya Okuryazarlığına İlişkin Düşüncelerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Anova-Tukey-LSD Sonuçları

Farklılık gösteren durumlar	Varyansın kaynağı	Kareler toplama	Sd	Kareler ortalaması	F	P
Öğrencilerin ders kitabı haricinde kitap okuma durumları	Gruplar arası	5,530	3	1,843	3,822	,010
	Gruplar içi	321,218	666	,482		
	Toplam	326,748	669			
Öğrencilerin bir günde TV karşısında geçirdiği ortalama süre	Gruplar arası	24,501	3	8,167	6,611	,000
	Gruplar içi	822,776	666	1,235		
	Toplam	847,278	669			
Öğrencilerin TV yayınlarından rahatsızlık duyduklarında TV’yi kapatma durumları	Gruplar arası	47,609	3	15,870	8,411	,000
	Gruplar içi	1256,665	666	1,887		
	Toplam	1304,275	669			
Öğrencilerin TV yayınlarından rahatsızlık duyduklarında ortam değiştirme durumları	Gruplar arası	62,912	3	20,971	12,808	,000
	Gruplar içi	1090,445	666	1,637		
	Toplam	1153,357	669			
Öğrencilerin TV yayınlarından rahatsızlık duyduklarında kanal değiştirme durumları	Gruplar arası	22,319	3	7,440	4,228	,006
	Gruplar içi	1171,844	666	1,760		
	Toplam	1194,163	669			
Öğrencilerin TV yayınlarından rahatsızlık duyduklarında kanala telefon açma durumları	Gruplar arası	55,158	3	18,386	7,349	,000
	Gruplar içi	1666,193	666	2,502		
	Toplam	1721,351	669			
Öğrencilerin TV yayınlarından rahatsızlık duyduklarında kanala e-posta gönderme durumları	Gruplar arası	71,423	3	23,808	8,716	,000
	Gruplar içi	1819,180	666	2,732		
	Toplam	1890,603	669			

Tablo 29’a göre öğrencilerin ders kitabı haricinde kitap okuma durumları ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,36, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,22, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,19, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,09 olarak

tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin ders kitabı haricinde kitap okuma durumları sınıf seviyesi arttıkça azalmaktadır. Öğrencilerin bir günde TV karşısında geçirdiği ortalama süre ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,63, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,00, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,17, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,02 olarak tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin bir günde TV karşısında geçirdiği ortalama süre sınıf seviyesi arttıkça artmaktadır.

Öğrencilerin TV yayınlarından rahatsızlık duyduklarında TV'yi kapatma durumları ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,73, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,45, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,01, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,15 olarak tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin TV yayınlarından rahatsızlık duyduklarında TV'yi kapatma durumları sınıf seviyesi arttıkça azalmaktadır. Öğrencilerin TV yayınlarından rahatsızlık duyduklarında ortam değiştirme durumları ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,45, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,70, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,07, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,97 olarak tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin TV yayınlarından rahatsızlık duyduklarında ortam değiştirme durumları sınıf seviyesi arttıkça azalmaktadır.

Öğrencilerin TV yayınlarından rahatsızlık duyduklarında kanal değiştirme durumları ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,85, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 2,01, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,59, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 1,61 olarak tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin TV yayınlarından rahatsızlık duyduklarında kanal değiştirme durumları sınıf seviyesi arttıkça azalmaktadır. Öğrencilerin TV yayınlarından rahatsızlık duyduklarında kanala telefon açma durumları ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,88, 6.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,65, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,08, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,38 olarak tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin TV yayınlarından rahatsızlık duyduklarında kanala telefon açma durumları sınıf seviyesi arttıkça azalmaktadır. Öğrencilerin TV yayınlarından rahatsızlık duyduklarında kanala e-posta gönderme durumları ile sınıf düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). 5.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 4,22, 6.sınıf

öğrencilerinin aritmetik ortalaması 4,02, 7.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,36, 8.sınıf öğrencilerinin aritmetik ortalaması 3,62 olarak tespit edilmiştir. Öğrencilerin TV yayınlarından rahatsızlık duyduklarında kanala e-posta gönderme durumları sınıf seviyesi arttıkça azalmaktadır.

BÖLÜM V

SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

5

5.1 Sonuçlar ve Tartışma

1. Öğrencilerin medya araçlarından yaygın olarak televizyon, internet ve cep telefonunu kullandıkları kitap, gazete, dergi, DVD ve VCD kullanma oranlarının düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu durum öğrencilerin basılı medya araçlarından daha çok teknolojik medya araçlarını takip ettiklerini göstermektedir. Öğrencilerin yaklaşık yarısının (% 46) günlük ortalama 1-2 saat aralığında interneti ve televizyonu takip ettiği tespit edilmiştir. Günlük ihtiyaçlar göz önüne alındığında internet ve televizyona fazla zaman ayrıldığı görülmektedir. Bu durum katılımcıların internet ve televizyondan gelebilecek mesajların etkisinde daha fazla olacağını göstermektedir. Buradan elde edilen sonuçlar Arslan ve Diğerleri (2006) Binark ve Sütçü (2007)' nin yaptığı çalışmalarda da öğrencilerin teknolojik araçları yoğun olarak takip ettikleri tespit edilmiştir. Araştırmamız bu araştırmalarla benzerlik göstermektedir.

2. Öğrenciler genellikle facebook ve twitter gibi sosyal ağları tercih ettikleri ve katılımcıların yarısından fazlasının (% 60) bu ağlarda 50 kişiden fazla kişi ile iletişim içinde oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların yarısından fazlası (% 70) araştırma ödevlerini yaparken internetten yararlanmaktadır. Bu durum katılımcılar için internetin ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Öğrencilerin yarısından fazlası (% 55) gazete ve dergiyi bilgi edinmek ve günlük işleri takip etmek amacıyla takip ettikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların yaklaşık yarısının (% 48) interneti sosyal ağları kullanmak ve oyun eğlence amacıyla kullandıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların yaklaşık yarısı (% 45) sosyal ağları arkadaşlarıyla iletişim kurmak ve fotoğraf paylaşmak amacıyla kullandıkları tespit edilmiştir.

3. Öğrencilerin yaklaşık yarısı (% 45) televizyon, gazete, internet, radyo ve dergiye güvendikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların ifadelerinden yaklaşık yarısının (% 46) ise iletişim araçlarına güven konusunda kararsız kalmışlardır. İletişim araçlarına güvenmiyorum diyenlerin oranı ise düşüktür. Katılımcıların yarısından fazlasının (55) televizyon programlarına güven duyduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların ifadelerinden elde edilen bulgular değerlendirildiğinde kitle iletişim araçlarına ve bu araçların yayınlarına duyulan güvenin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Buradan elde edilen sonuçlar ile Elma ve diğerleri (2009a)'nin yaptığı çalışmalar arasında benzerlikler tespit edilmiş ve öğrencilerin medya ve medya araçlarına güven düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir.

4. Öğrencilerin televizyonda genellikle dizi ya da film, spor programları, müzik ve eğlence programları, haber programları, çizgi film ve belgesel izledikleri tespit edilmiştir. Katılımcılar yaklaşık yarısı (% 45) televizyonu genellikle seyretmeyi sevdiği için ve eğlenceli olduğu için izlediği tespit edilmiştir. Katılımcılar televizyonda yayınlanan dizi veya filmlerin kaynaklarının roman, hikâye ve gerçek olayların olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların çoğu (% 75) ders çalışmaktan sıkıldıklarında genelde bilgisayarı ve televizyonu kullanmayı tercih etmiştir. Katılımcılar televizyon yayınlarından rahatsızlık duyduklarında televizyonu kapatmayı, ortam değiştirmeyi ya da kanal değiştirmeyi tercih ettikleri tespit edilmiştir. Buradan elde edilen sonuçlar Cesur ve Paker (2007) ve Arslan ve diğerleri (2006) yaptığı çalışmaların sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

5. Katılımcıların yaklaşık yarısının (% 47) kitle iletişim araçlarını eleştirel bakış açısıyla takip etmediğini ifade etmiştir. Katılımcıların yaklaşık yarısı iletişim kurarken kendilerini başkalarının yerine koyduklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların yaklaşık yarısı (% 48) Türkiye'de medyanın tarafsız olduğuna inanmamaktadır. Katılımcıların yaklaşık yarısı (% 46) TV'de ki programları izlerken seçici davrandıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılar cep telefonlarını vazgeçilmez olarak nitelendirmişlerdir. Katılımcıların yaklaşık yarısı (% 48) ders kitapları dışında kitap okuduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların çoğunun (% 75) medya araçlarından yayınlanan mesajların bireyler tarafından farklı algılandığını düşündükleri tespit edilmiştir.

6. Katılımcıların yaklaşık yarısı (% 44) televizyon izlediği için yeterince ders çalışmadığını ifade etmiştir. Katılımcıların yarısından fazlası (% 60) televizyondaki reklamların sözlerini tekrarladığını ve hareketlerinin taklit ettiğini ifade etmiştir. Katılımcıların yarısından fazlası (% 70) televizyonda gördükleri şiddet olaylarından etkilendiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcılar başka şeylerle ilgilenirken televizyonun dikkatlerini dağıttığını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların yarısı (% 50) reklamlarda gördüğü ürünleri satın almak istemediğini ifade etmiştir. Buradan elde edilen sonuçlar Karaca ve diğerleri (2007) medyanın çocuklara etkileri konusunda yaptığı araştırmaya benzerlik göstermektedir.

7. Katılımcıların ifadelerinden elde edilen sonuçlara göre medya okuryazarlığının amaçları önem sırasına göre şu şekilde sıralanmıştır: 1. Medya metnindeki sosyal, kültürel, ekonomik ve politik yönlendirmelere karşı uyanık bir birey yetiştirmektir. 2. Eleştirel düşünme yeteneğine sahip insanlar yetiştirmektir. 3. Bireylerin iletişim becerilerini geliştirmektir. 4. Medya metnini anlayıp değerlendirebilecek insanlar yetiştirmektir. 5. Medya mesajlarını çözümlenebilecek bireyler yetiştirmektir. 6. Medya yardımı ile kendini ifade edebilecek insanlar yetiştirmektir. 7. Demokratik bir toplum yaşamı oluşturabilecek insanlar yetiştirmektir. 8. Medya teorileri ve medya kültürü hakkında bilgi vermektir. 9. Medya tarihi hakkında bilgi vermektir.

5.2 Öneriler

1. Araştırmada öğrencilerin medya araçlarından televizyon, internet ve cep telefonlarını yoğun olarak kullandıkları tespit edildiğinden öğrencilere bu araçların doğru kullanımı ve bu araçlardan gelebilecek mesajları doğru anlamlandırmalarını sağlayacak bir medya okuryazarlığı dersi verilmelidir.

2. Öğrencilerin gün içerisinde uzun saatler televizyon ve internet takip ettiğine ulaşıldığından medya okuryazarlığı dersinin yanı sıra televizyon ve internet çocukların kullanabileceği şekilde güvenli bir hale getirilmeli ve televizyon yayınları ve internet ortamı sıkı bir şekilde denetlenmelidir.

3. Katılımcıların facebook ve twitter gibi sosyal ağları yoğun olarak tercih ettikleri sonucuna ulaşıldığından facebook ve twitter bireyler için güvenli hale getirilmeli bireylere facebook ve twitter kullanımı ile ilgili çeşitli eğitim düzenlenmeli ve seminerler verilmelidir.

4. Katılımcıların yarısından fazlasının gazete ve dergiyi bilgi edinmek ve günlük işleri takip etmek amacıyla kullandıkları tespit edildiğinden bireylerin gazete ve dergilerde bulunan haber ve bilgileri doğru anlamlandırmalarını sağlamak için bireylerin medya okuryazarı olarak yetiştirilmesi gereklidir. Bu konuda çeşitli kamu kuruluşları ve medya araçları duyarlı olmalı ve çeşitli çalışmalar yapmalıdır.

5. Araştırmada katılımcıların kitle iletişim araçlarına olan güvenleri iyi durumdadır fakat katılımcıların yarısı medya araçlarına güvenip güvenmeme konusunda kararsızdır. Bu durumda kitle iletişim araçları ile topluma çeşitli içerikler ulaştıran medya bireylerin güvenleri konusunda dikkatli olmalı ve toplumun kitle iletişim araçlarına yani medyaya olan güvenini koruyarak artırmak için çalışmalar yapmalıdır.

6. Milli eēitim bakanlıēı ve RTÜK başta okul öncesi aēda çocukları bulunan ebeveynler olmak üzere ilkokul ve ortaokul düzeyinde çocukları olan tüm ebeveynlere yönelik medya okuryazarlıēı eēitimi konusunda rehberlik yapmalıdır. Bu rehberlik yazılı dokümanlar yardımıyla olacaēı gibi çeşitli seminerler vasıtasıyla da gerçekleştirilebilir. RTÜK tarafından yapılan “Akıllı İşaretler” uygulaması buna güzel bir örnektir.

7. Katılımcıların yaklaşık yarısının (% 45) kitle iletişim araçlarını eleştirel bakış açısıyla takip etmediēini ifade etmiştir. Bu durumda bireylerin medyayı eleştirel bir bakış açısıyla deēerlendirmesi içi çeşitli çalışmalar yapılmalıdır. Bunun yanında katılımcılar ülkemizde medyanın tarafsız olmadıēını düşündükleri tespit edildiēi için medyanın tarafsız olmasına dikkat edilmeli ve tarafsız bir medya oluşturulması için çalışılmalıdır.

8. UNESCO ve AB başta olmak üzere medya okuryazarlıēı eēitimi konusunda önemli çalışmalara imza atan kuruluşların bu çalışmaları yakından izlenmeli ve özellikle de bu çalışmalar da Türkiye’de katılımcı olarak yerini almalıdır. Ülkemizdeki Türkçe eēitimi ile ilgilenen uzmanların medya okuryazarlıēı eēitimine ilgilerini yoēunlařtırmaları faydalı olabilir.

9. Araştırmada katılımcıların yaklaşık yarısı (% 45) televizyon izlediēi için yeterince ders alıřamadıēını ifade etmiştir. Bu durumda ebeveynlere televizyonun çocukların başarılarını ne kadar etkiledikleri konusunda çeşitli bilgiler aktaran seminerler düzenlenmelidir.

10. Araştırmada katılımcıların yarısından fazlası (% 60) televizyonda gördükleri şiddet olaylarından etkilendiklerini ifade etmiştirler. Bu yüzden Milli Eēitim Bakanlığı ve RTÜK televizyonlarda şiddet içeren yayınların engellenmesini saēlayacak çalışmalar yapmalıdır.

KAYNAKÇA

- Aksaçlıoğlu, A ve Yılmaz, B. (2007).“**Öğrencilerin Televizyon İzlemeleri ve Bilgisayar Kullanmalarının Okuma Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisi**”, Türk Kütüphaneciliği Dergisi, s.21: 3-28.
- Aktı, S. (2011). **İlköğretimde Sekizinci Sınıf Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı İle Sosyal Beceri Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi**. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Altun, A. (2007).“**Medya Okuryazarlığı Eğitimi: Önemi ve ihtiyaçları**”,(der. NurçayTürkoğlu; Melda Cinman Simsek), Medya Okuryazarlığı, Kalemus Yayınları, İstanbul.
- Algan, E. (2011).**Marmara Üniversitesi iletişim Fakültesi I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı Bildirisi**, (Editörler: Şimşek ve Türkoğlu), Parşömen yayınları, İstanbul
- Altun, A. (2005). **Gelişen Teknolojiler ve Yeni Okuryazarlıklar**. Ankara: Anı Yayıncılık, 74-75.
- Altun, A. (2008a).**Türkiye’de Medya Okuryazarlığı**.İlk öğretmen Eğitimci Dergisi, Cilt 16, s. 30-34.
- Altun, A. (2009a). **Eğitim Bilim Açısından Seçmeli Medya Okuryazarlığı DersiProgramına Eleştirel Bir Yaklaşım**. Ahi Evran Üniversitesi Eğitim FakültesiDergisi, Cilt 10, Sayı 3, Aralık, s. 97-109.
- Altun, A. (2009b). **21. Yüzyıl Vatandaşlığı İçin Gerekli Bir Beceri Olarak Medya Okuryazarlığı**: UNESCO, AB ve Türkiye Örnekleri. I. Uluslararası AvrupaBirliği, Demokrasi, Vatandaşlık ve Vatandaşlık Eğitimi Sempozyumu BildiriKitabı. Ankara: Pegem Akademi, 9-17.241

- Ankaralıgil, Y. S. (2009). **İlköğretim 6. ve 7. Sınıf Öğrencilerinde Medya Okuryazarlığı ve Eleştirel Düşünme Üzerine Bir Araştırma**. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Apak, Ö. (2008). **Türkiye, Finlandiya ve İrlanda İlköğretim Programlarının Medya Okuryazarlığı Eğitimi Açısından İncelenmesi**. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Arslan, F; Ünal, A. S; Güler, H; Kardas, K. (2006). **“Okul Çağı Çocuklarının Televizyon İzleme Alışkanlıklarının İncelenmesi”**, TSK Koruyucu Hekimlik Bülten Cilt: 5, Sayı: 6 , 391- 401.
- Arslan, M. S; Genç, E; Kaya, N; Azer, H. (2009). **Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen Kılavuz Kitabı**. Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, İstanbul.
- Aslan, H. (2009). **Medya Okuryazarlığının Görsel Kültür ve Sanat Eğitimi Ekseninde Çözümlemesi**. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Ata, B. (2006). **“Sosyal Bilgiler Öğretim Programı”**, Hayat Bilgisi ve Sosyal Bilgiler Öğretimi Yapılandırmacı Bir Yaklaşım (Ed. C. Öztürk), Ankara: Pegem A Yayıncılık
- Atay, M. Ö.ve Çelebi, E. (2009). **“Elektronik Bakıcı Televizyon”** , Çocuk ve Medya (Ed. Selda İçin Akçalı), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 69-83.
- Bütün, E. (2010). **“Medya Okuryazarlığı Dersine İlişkin Öğretmen, Öğrenci, Veli Görüşleri Samsun İli Örneği”**, Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.
- Bek, M. ve Binark, M. (2007). **Eleştirel Medya Okuryazarlığı Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar**. İstanbul: Kalkedon Yayınları, s. 88-99.
- Bilici, E. İ. (2011). **Türkiye’de Ortaöğretimde Medya Okuryazarlığı Dersi İçin Bir Model Önerisi**. (Yayımlanmamış Doktora Tezi).
- Buckingham, D. (2003). **Media Education: literacy, learning and contemporary culture**. Cambridge: Polity Press.
- Bozkurt, Veysel. (1996). **Enformasyon Toplumu Ve Türkiye**. Sistem Yayınları. İstanbul.
- Can, F. (2005). **Bilgi Çağının Gündümlü Silahı Medya**. Alfa Yayınları. İstanbul.
- Cantor, Joanne ve Wilson, J. Barbara (2003), **“Media and Violence: Intervention Strategies For Reducing Aggression”**, **Media Psychology**, Sayı: 5, ss.363-403.
- Cesur, S. ve Paker, O. (2007). **“Televizyon ve Çocuk: Çocukların TV Programlarına İlişkin Tercihleri”**, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (www.e-sosder.com) ISSN: 1304-0278. C.6, S.19, s. 106-125
- Chomsky, N. (2002). **Medya Gerçeği**. 2. Baskı, (Çev: Osman Akınhay). Everest Yayınları, İstanbul.
- Christ, W. ve Potter, W.J. (1998). **Media literacy, media education and the academy**. Journal of Communication, 48 (1), 5-13.
- Cüceloğlu, Doğan. (2002). **İletişim Donanımları**. Remzi Yayınları. İstanbul.
- Çakır, H. ve Topçu, H. (2005). **Bir İletişim Dili Olarak İnternet**. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S. 19, s.71-96.

- Çakmak, E. (2010). **İngiltere ve Türkiye’deki ilköğretim medya okuryazarlığı eğitimi program ve uygulamalarının karşılaştırmalı olarak incelenmesi.**Yayımlanmamış doktora tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Çağlar, İ. ve Kılıç, S. (2009). **Genel İletişim.** Nobel Yayın Dağıtım. Ankara.
- Çetinkaya, S. (2008). **Bilinçli Medya Kullanıcıları Yaratma Sürecinde Medya Okuryazarlığının Önemi.** (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Dökmen, Ü. (2002).**İletişim Çatışmaları Ve Empati.** 18. Baskı. Sistem Yayınları. Ankara.
- Demirkaya G, H. ve ALTUN, A. (2008) . **Sosyal Bilgilerde Medya Okuryazarlığı ve Güncel Olaylar.** B. Tay ve A. Öcal (Editörler). Sosyal Bilgiler Öğretimi. Ankara: Pegem Akademi, ss. 497-539.
- Deveci, H. ve Çengelci, T. (2008). **Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarından Medya Okuryazarlığına Bir Bakış.** Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi.Aralık 2008. Cilt:V, Sayı:II, 25-43. <http://efdergi.yyu.edu.tr> adresinden 29 Ocak 2013Tarihinde elde edilmiştir.
- Denis, M, ve Swen, W. (1993). **İletişim Modelleri.** Çev. Mehmet Küçükkurt. İmaj Yayınları. Özkan Matbaacılık. Ankara.
- EuropeanCommission (2008). Study on theCurrentTrendsandApproachestoMedia Literacyin Europe.http://www.mediamillion.com/wpcontent/uploads/2011/05/Estudio_Current-trends-and-approaches-ML-Europe.pdf, 24 Aralık 2012.
- Elma, C., Kesten, A., Dicle, A. D., Mercan, E., Çınkır, Ş., Palavan, O. (2009). **Medya Okuryazarlığı Dersinin Okul Müdürlerinin Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi.** Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi. 36, 87-96.
- Erdoğan, İ. (2005). **İletişimi Anlamak.** (Geliştirilmiş 2. Baskı). Pozitif Matbaacılık. Ankara.
- Erdoğan, M. T. (2010). **Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Sağlanmasında Medya Okuryazarlığının Rolü.** Ankara: Elma Teknik Basım.
- Ersöz, S. M. ve Pınar, S. (2006).**“İnternet Okuryazarlığı ve Dijital Uçurum”.**I.Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı Bildiri Kitabı. c.1: 149-159. İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını.
- Ertürk, Y. D. ve Gül, A. A.(2006). **Çocuğunuzu Televizyona Teslim Etmeyin.** Medya Okuryazarı Olun. Nobel Yayın Dağıtım. Ankara.
- Genç, S. Zeki ve Güner, F. (2010).**“İlköğretim 7. ve 8. Sınıf Öğrencilerinin Televizyon İzleme Profili (Çanakkale İli Örneği)”**, Milli Eğitim Dergisi, Sayı:188, 230- 250.l.
- Güvenir, H. A. (2005). **“İnternetin Tarihi ve Türkiye”.** Dergi Bilkent. Sayı: 4, ss. 8– 12.
- Hepburn, M. A. (1999). **Media literacy: A mustformiddleschoolsocialstudies.***TheClearing House*, 72(6), 352-356.
- Hobbs, R. (1998). **The seven greatdebates in themedialiteracymovement. Journal ofCommunication,**
- Hobbs, R. (2004). **“Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma”.**(çev. Melike Türkan Bağlı), Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, Cilt: 37, Sayı:1, 122- 140.

- İnceoğlu, Y. (2007). **Medyayı Doğru Okumak**. Medya Okuryazarlığı. (Edt. Türkoğlu, N. ve Şimşek, M. C.)Kalemus Yayınları. İstanbul. ss.21-26
- İnan, T. (2010). **Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri ve Medya Okuryazarlığına İlişkin Görüşleri**. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- İnan, T. ve Nida, B. (2009).“**Medya Okuryazarlığı Dersinin Gerekliliğine Yönelik Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Görüşleri**”,TheFirstInternationalCongress of EducationalResearch, Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Kalaycı, Ş. (Ed.). (2008). **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**.Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Karataş, A. (2008). **Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri**(Yüksek Lisans Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal BilimlerEnstitüsü.
- Kartal, O. (2007). **Ortaöğretim 10. Sınıf Öğrencilerinin Televizyon DizilerindekiMesajları Algılamalarında Medya Okuryazarlığının Etkisi**. YayımlanmamışYüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal BilimlerEnstitüsü, Eğitim Bilimleri ABD, Çanakkale.
- Karaman, M. K., ve Karataş, A. (2009).**Media LiteracyLevels of theCandidateTeachers**.ElementaryEducation Online. Sayı. 8 (3), 798-808 <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/ilkonline/article/view/5000038133/5000036990>adresinden 12 Eylül 2014 tarihinde alınmıştır.
- Karaman, M. K. (2010).“**Öğretmen Adaylarının TV ve İnternet Teknolojilerini Kullanma Amaç ve Beklentilerinin Medya Okuryazarlığı Bağlamında Değerlendirilmesi**, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, s.3(2): 51-62.
- Karaca, Y.,Pekyaman, A., & Güney, H. (2007).Ebeveynlerin Televizyon Reklam İçeriklerinin Çocuklar Üzerindeki Etkilerini Etik Açıdan Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma.*Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2).
- Kaya, K, ve Tuna, M. (2008). **İlköğretim Çağındaki Çocukların Sosyalleşmesinde Televizyonun Etkisi**, S. D. Ü. Fen Edebiyat Fakültesi SosyalBilimler Dergisi, Sayı: 17, ss.159 –182.
- Keleş, M. (2013). **Eleştirel Pedagoji Bağlamında Medya Okuryazarlığı Dersinin İşleniş Biçiminin İncelenmesi**. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Kutoğlu, Ü. (2007).**Medya Okuryazarlığı ve Çocuk Eğitimi**. Medya Okuryazarlığı.(Edt. Türkoğlu, N. ve Şimşek, M. C.). Kalemus Yayınları. İstanbul. ss.105-117.
- Koçak, B. (2011). **İlköğretim Yedinci ve Sekizinci Sınıf Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Dersine İlişkin Algıları**. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Kocadaş, B. (2005).**Medya ve Kültür**. Bilig Dergisi.s.34: 1-13.
- Koparan, N. (2007). “**Medyanın Kadınlar Üzerindeki Etkisi**”, Yüksek Lisans Tezi,Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Lee, A. S. (1980). **Education of Mass Media**. *MIS quarterly*, 44-66.
- Martinson, D. L. (2004, June). Media literacyeducation: No longer a curriculumoption. In *TheEducational Forum* (Vol. 68, No. 2, pp. 154-160). Taylor & Francis Group.

- Masterman, Len. (1985). **Teaching The Media**. Routledge. London.
- MEB (2007). Talim ve Terbiye Kurulu ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulu **İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu**.
- MEB (2005). **Sosyal Bilgiler Programı (6-7)**. MEB Yayınları. Ankara.
- Mutlu, E. (2004). **Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya**. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Nacaroğlu, D. (2007). “**Etkin Bir Medya Okur- Yazarlığı İçin Yerel Olanak Ya Da Olanaksızlıklar**”, (Edt. Türkoğlu, N. ve Şimşek, M. C.), Medya Okuryazarlığı, Kalemus Yayınları, İstanbul
- Oskay, Ü. (2005). **İletişimin ABC’Sİ**. Der Yayınları. Dördüncü Baskı. İstanbul.
- Odabaşı, F., Kabakçı, I., ÇOKLAR, A. N. (2007). **İnternet, Çocuk ve Aile**. (2. Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.
- Önal, H. İ. (2007). **Medya Okuryazarlığı: Kütüphanelerde Yeni Çalışma Alanı**. Türk Kütüphaneciliği, Cilt: 21, Sayı: 3, 335- 359.
- Özkan, R. (2004). “**Televizyonun Eğitimdeki Yeri ve Televizyon Dizilerinde Verilmek İstenen Mesaj**”, Milli Eğitim Dergisi, Sayı: 162, 45- 56.
- Özdemir, S. (1998). **Medya, Emperyalizm ve Küreselleşme**, İstanbul: Timaş Yayınları
- Postman, Neil (2010). **Televizyon Öldüren eğlence Gösteri Çağında Kamusal Söylem** (Çev. Osman AKINHAY), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Potter, J.W. (2001). **Media Literacy**. Thousand Oaks CA: Sage.
- RTÜK. (2009). **Televizyon İzleme Eğilimleri Arastırması 2**. Kamuoyu. Yayın Arastırma ve Ölçme Dairesi Başkanlığı. Ankara.
- RTÜK (2007). **Medya Okuryazarlığı Projesi**. Ankara.
- RTÜK (2007). **İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı**. Ankara.
- Salı, B. J., Ünal, F., Küçük, M. (2008). **İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersinin Amaçlarının ve Etkinliklerinin Değerlendirilmesi**. Anadolu Üniversitesi 8. Uluslararası Eğitim Teknolojileri Konferansında Sunulan Bildiri. Eskişehir.
- Semiz, L. (2013). **Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Yeterlikleri ve Medya Okuryazarlığı Dersini Yürüten Öğretmenlerin Karşılaştıkları Sorunlar**. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Scheibe, C. ve Rogow, F. (2004). **12 Basic Principles for Incorporating Media Literacy and Critical Thinking into any Curriculum**. Ithaca, NY: Project LookSharp.
- Sönmez, V. (2005). **Eğitim Felsefesi**. 7. Baskı. Anı Yayınları. Ankara.
- Sur, E. (2012). **İlköğretim İkinci Kademe Öğretmen ve Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığına İlişkin Görüşleri**. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Sperry, S. and C. Sperry. (2006). **Media Construction Of Presidential Campaigns: A Document-Based History Kit 2nd. Edition**. New York: Project LookSharp— Ithaca College. <http://www.ithaca.edu/looksharp/?action=presidential> (Date accessed: April 2007).

- Şahin, Ç. ve Tüzel, S. (2011).“**Medya Dünyasının Gerçek Dünyayı Yansıtma Düzeyinin Öğretmen Adaylarının Görüşleri Doğrultusunda Belirlenmesi**” Eğitim ve Bilim Dergisi, c.36: 127-140.
- Şeylan, S. (2008).**Medya Okuryazarlığı Ders Uygulamalarında Dünya Üzerinde Görülen Aksaklıklar**, Yayınlanmamış Yüksek Lisan Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi, İstanbul
- Taşkıran, Ö, N. (2007). **Medya Okuryazarlığına Giriş**. İstanbul: Beta Yayınları.
- Topuz, H. (2007).“**Medya Eğitimi: Medya Çözümlemesi**”, Medya Okuryazarlığı (Edt. Türkoğlu, N. ve Şimşek, M. C.), Kalemus Yayınları, İstanbul, ss. 15-20
- Tutar, H., Yılmaz, K. M., Erdönmez, C. (2004). **Genel ve Teknik İletişim**. Gözden Geçirilmiş 2. Baskı. Nobel Yayınları. Ankara.
- Tuncer, N. (2000). **Çocuk ve internet Kullanımı**,Türk Kütüphaneciliği, 14/2, ss.205-212.
- Treske, G. (2007). “**Medyayı Doğru Okumak**”, Medya Okuryazarlığı,(Edt. Türkoğlu, N. ve Şimşek, M. C.), Kalemus Yayınları, İstanbul. ss.27-39.
- Thoman, Elizabeth ve TessaJolls. (2004). “**Media Literacy-A National Priorityfor a ChangingAmericanBehavioralScientist World**”. **Center for Media Literacy**.
- UNESCO (2007). Children’s Media Literacy Project: “**Lookand Listen**”. TheBroadcastingCommission of Jamaicaand UNESCO: <http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php260>
- Uslu, Z. (2007). **Yeni İletişim Araçları ve Toplumsal Etkileri**, Sosyoloji Araştırmaları Dergisi,S.1.
- Uğur, E. (2004). **Genel ve Teknik İletişim (Tüm Yönleriyle İletişim Becerisi)**. Matsan Matbaacılık.
- Yıldırım, A.ve Şimşek, H. (2008). **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**.Ankara: Seçkin yayıncılık.
- Yapıcı, Ş. (2006).**Bir Eğitim Aracı Olarak Televizyon Ve Etkileri**, AKÜ Eğitim Fakültesi Dergisi, Haziran, Cilt 6, Sayı 2, s. 71–86.
- Yeşil, R. ve Korkmaz, Ö. (2008). **Öğretmen Adaylarının Televizyon Bağımlılıkları,Okuryazarlık Düzeyleri ve Eğitselliğine İlişkin Düşünceleri**, SelçukÜniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi, S. 26, s. 55-72.

EKLER

EK1:İZİNYAZILARI



T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü

Sayı : 16541545-302.13-1300100124
Konu : Cihan ÖZAY'ın Milli Eğitim İzin
Yazısı Hk.

11.06.2013

İSTANBUL İL MİLLİ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜNE

Enstitümüz İlköğretim Anabilim Dalı Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencilerinden **Cihan ÖZAY** tez aşamasında olup "**Ortaokul Sosyal Bilgiler Öğretmen ve Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığına İlişkin Algı, Görüş ve Yorumları**" başlıklı tezini Yrd. Doç. Dr. Gül TUNCEL danışmanlığında yürütmektedir. Tezin uygulama çalışmalarını İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğüne bağlı okullarda yapabilmesi için kendisine gerekli iznin verilmesi hususunda müsaadelerinizi arz ve rica ederim.

Prof. Dr. Aysen BAKİOĞLU
Müdür

EK :
Ek-1 Öğrenci Dilekçesi
Ek-2 Tez Öneri formu ve Ek1 Ek2
Ek-3 Tez Önerisi



Telefon No:(0216)4140545/1352
necmettin.gok@marmara.edu.tr

Ayrıntılı bilgi için
Necmettin GÖK

1 / 2

237



T. C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TEZ ÖNERİ FORMU (EBE - FN - 01)

İstanbul, 2013

MARMARA ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

Enstitünüzİlköğretim...
Ana Bilim DalıSosyal Bilgiler...
Bilim Dalı511510009
numaralı öğrencisiCihan ÖZAYin,
ekte tez araştırma önerisi bulunan "Ortaokul Sosyal Bilgiler Öğretmen ve
Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığına İlişkin Algı, Görüş ve Yorumları" konulu
yüksek lisans tezini yaptırabileceğimi arz ederim.

T.C. MARMARA ÜNİVERSİTESİ EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
TARİH: 22.04.2013
SAYI: 1300065844

Saygılarımla,

Tez Yöneticisi

İmza

Ad SOYAD

Ana Bilim Dalı Başkanı

İmza

Ad SOYAD:

Prof. Dr. Cemil ÖZTÜRK

Program Danışmanı

İmza

Ad SOYAD:

Doç. Dr. Ali Yılmaz

Bu bölüm enstitü tarafından doldurulacaktır

Öğrencinin numarası	
Adı SOYADI	
Programı	
Tez süresinin başlangıç tarihi	
Tez süresinin bitiş tarihi	
Yazışma adresi	
Telefon numarası	
@ adresi	

NOT: Bu form derslerini başarıyla tamamlayan öğrenciler için doldurulacak ve ekinde iki nüsha tez araştırma önerisi bulunacaktır.

M. Bül

P.n. ÖZAY
Akpınar
Y.K.

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğüne

Enstitümüzün **İlköğretim** Anabilim Dalı **Sosyal Bilgiler Öğretmenliği** Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisiyim. Enstitünüzce onaylanan “Ortaokul Sosyal Bilgiler Öğretmen ve Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığına İlişkin Algı, Görüş ve Yorumları” konulu tez çalışmasını Yrd.Doç. Dr. Gül TUNCEL danışmanlığında yürütmekteyim. Tez konusu gereği Milli Eğitim Bakanlığına bağlı okullarda tez konuyla ilgili ampirik bir çalışma yapmak istiyorum. Yapacağım çalışmaya ait bilgiler ekte yer almaktadır. Hazırlamış olduğum <http://ozavanket.blogspot.com/> veya <https://docs.google.com/forms/d/1j2T8z0QnDImU6CCmPSbbreRFwzKtcXbLT8CxfVGqE1U/viewform?pli=1> adresinde yayınlanan “Ben ve İletişim Araçları Anketini” İstanbul Milli Eğitim Müdürlüğüne bağlı okullarda uygulamak istiyorum.

İstanbul Milli Eğitim Müdürlüğü'nden gerekli izinin alınması hususunu bilgilerimize arz ederim.

Öğrenci No: 511510009

Cihan ÖZAY

İMZA

Ekler:

1. Tez Öneri Formu ve Tez Önerisi
2. Araştırmada kullanılacak anket formu
3. Ek-1, Ek-2 Formu

T.C. MARMARA ÜNİVERSİTESİ EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
TARİH : 10 Haziran 2013
SAYI : 130099021

Öğrencinin

Adres-Telefon

: Taşdelen Merkez Mah. Megakent Sitesi
A1 Blok Daire : 19 Taşdelen –ÇEKMEKÖY/ İSTANBUL
0505 875 40 04

NOT -1: İzin yazısı ve ekleri 2 takım halinde hazırlanarak Enstitüye teslim edilecektir.

NOT -2: Dilekte el yazısı ile doldurulmayacak, bilgisayar çıktısı olarak düzenlenecektir.

MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞINA BAĞLI HER TÜR OKUL VE KURUMLARDA
YAPILMASINA İZİN VERİLEN ARAŞTIRMA TAMAMLANDIKTAN
SONRA, ARAŞTIRMANIN TESLİMİNE İLİŞKİN TAAHHÜTNAME TUTANAĞI

ARAŞTIRMA SAHİBİNİN	
Adı Soyadı	Cihan ÖZAY
Bulunduğu Üniversite-Kurum	Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü
ARAŞTIRMANIN KONUSU	"Ortaokul Sosyal Bilgiler Öğretmen ve Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığına İlişkin Algı, Görüş ve Yorumları "
Teslim Edilen Araştırma Örneği Türü Ve Sayısı	Bir Adet elektronik ortamda CD/ Basılı materyal
Araştırmayı Teslim Alan Kurum	EARGED Başkanlığı İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Yukarıda yazılı araştırma örneğini EARGED Başkanlığı/ Millî Eğitim Müdürlüğüne teslim ettim. ...

07/06/2013

Teslim Eden

Cihan ÖZAY

ARAŞTIRMACI

Teslim Alan

.....

.....

UYGUNDUR

...../...../20..



T.C.
İSTANBUL VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 59090411/605/3360060
Konu: Anket (Cihan ÖZAY)

14/11/2013

MARMARA ÜNİVERSİTESİ
(Eğitim Bilimleri Enstitüsüne)

İlgi: a) 11.06.2013 gün ve 1300100124 sayılı yazınız.
b) Valilik Makamının 13.11.2013 tarih ve 3352324 sayılı oluru.

Üniversiteniz Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Tezli Yüksek Lisans Programı Öğrencisi Cihan ÖZAY'ın "**Ortaokul Sosyal Bilgiler Öğretmen ve Öğrencilerin Medya Okuryazarlığına İlişkin Algı Görüş ve Yorumları**" konulu tezine ilişkin anket çalışması istemi hakkında ilgi (a) yazınız ilgi (b) Valiliğimiz Onayı ile uygun görülmüştür.

Bilgilerinizi ve ilgi (b) Valilik Onayı doğrultusunda gerekli duyurunun araştırmacı anketçi tarafından yapılmasını, işlem bittikten sonra 2 (iki) hafta içinde sonuçtan Müdürlüğümüz Strateji Geliştirme Bölümüne rapor halinde bilgi verilmesini arz ederim.

M. Nurettin ARAS
Müdür a.
Şube Müdürü

EKLER:
Ek-1 Valilik Onayı.
2 Anket Soruları.

Bu belge, 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5 inci maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. Evrak teyidi <http://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden 7d3b-2b7b-3b9e-a351-1d02 kodu ile yapılabilir.

NOT: Verilecek cevapta tarih, numara ve dosya numarasının yazılması rica olunur.
STRATEJİ GELİŞTİRME BÖLÜMÜ E-Posta: sgb34@meb.gov.tr,
ADRES: İl Millî Eğitim Müdürlüğü D Blok Bab-1 Ali Cad. No:13 Çağaloğlu
Telefon: Snt.212 455 04 00 Dahili: 239



T.C.
İSTANBUL VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 59090411/20/3352324
Konu: Anket (Cihan ÖZAY)

13/11/2013

VALİLİK MAKAMINA

- İlgi :a) Marmara Üniversitesinin 11.06.2013 tarih ve 13000100124 sayılı yazısı.
b) MEB Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü'nün 07.03.2012 tarihli ve 616 sayılı ve 2012/13 No'lu Genelgesi.
c) Millî Eğitim Komisyonunun 08.11.2013 tarihli tutanağı.

Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Tezli Yüksek Lisans Programı Öğrencisi Cihan ÖZAY'ın "**Ortaokul Sosyal Bilgiler Öğretmen ve Öğrencilerin Medya Okuryazarlığına İlişkin Algı Görüş ve Yorumları**" konulu tezine dair anket çalışmasını ilimiz ortaokullarında görev yapan sosyal bilimler öğretmenlerine; anket (30 madde) uygulama isteği hakkındaki ilgi (a) yazı ve ekleri müdürlüğümüzce incelenmiştir.

Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Tezli Yüksek Lisans Programı Öğrencisi Cihan ÖZAY'ın söz konusu talebi; bilimsel amaç dışında kullanılmaması, katılımcıların gönüllülük esasına göre seçilmesi, Eğitim ve Öğretimi aksatmaması koşuluyla, okul idarelerinin denetim, gözetim ve sorumluluğunda ilgi (b) Bakanlık emri esasları dâhilinde uygulanması, sonuçtan Müdürlüğümüze rapor halinde (CD formatında) bilgi verilmesi kaydıyla Müdürlüğümüzce uygun görülmektedir.

Makamlarınızca da uygun görüldüğü takdirde Olurlarınıza arz ederim.

Dr. Muammer YILDIZ
Millî Eğitim Müdürü

OLUR
13/11/2013

Harun KAYA
Vali,
Vali Yardımcısı

Bu belge, 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5 inci maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. Evrak teyidi <http://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden 710e-4f67-3f4a-a38f-26fc kodu ile yapılabilir.

NOT: Verilecek cevapta tarih, numara ve dosya numarasının yazılması rica olunur.
STRATEJİ GELİŞTİRME BÖLÜMÜ E-Posta: sgb34@meb.gov.tr,
ADRES: İl Millî Eğitim Müdürlüğü D Blok Bab-ı Ali Cad. No:13 Cağaloğlu
Telefon: Snt.212 455 04 00 Dahili: 239

MİLLİ EĞİTİM BAKANLIĞINA BAĞLI HER TÜR OKUL VE KURUMLARDA
YAPILMASINA İZİN VERİLEN ARAŞTIRMA UYGULANMASINDA,
OLABİLECEK FİZİKİ ZARARLARI KARŞILAMA TAAHHÜDÜ

ARAŞTIRMA SAHİBİNİN	
Adı-Soyadı	Cihan ÖZAY
T.C. Kimlik No	33787853644
Bağlı Bulunduğu Üniversite-Kurum	Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü
Araştırmanın Konusu	"Ortaokul Sosyal Bilgiler Öğretmen ve Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığına İlişkin Algı, Görüş ve Yorumları "
Uygulanacak veri toplama araçları ve sayısı	Bir Adet http://ozayanket.blogspot.com/ adresinde yayınlanan "Ben ve İletişim Araçları Anketi "
Veri toplama araçlarının uygulanacağı sınıf vb. yer	Sınıf Bilgisayar Laboratuvarı Diğer
Uygulama yapılan yerin mevcut durumu	
Uygulama sonu mevcut durum	

Yukarıda yazılı araştırma uygulamasında meydana gelen fiziki zararı ilgili kuruma ödemeyi taahhüt ederim. 21/06/2013

Cihan ÖZAY

ARAŞTIRMACI



T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü

Sayı : 16541545-302.14.01-1300089267
Konu : Tez Konusu (Cihan ÖZAY)

27.05.2013

Sayın Cihan ÖZAY

Yüksek Lisans Tez Öneriniz ile ilgili 14.05.2013 tarih ve 2013/9-2 sayılı Enstitü Yönetim Kurulu Karar örneği ekte sunulmuştur.

Gereği için bilgilerinizi rica ederim.

Prof. Dr. Ayşen BAKİOĞLU
Müdür

Ek : 1 Karar Örneği



(0 216) 337 14 53 (Faks) ozay.sercan@marmara.edu.tr
(0 216) 414 05 45 (Santral)

Ayrıntılı bilgi için :Özay SERCAN AKPINAR

14.05.2013 TARİHLİ ENSTİTÜ YÖNETİM KURULU KARAR ÖRNEKLERİ

KARAR NO:2013/9-2:

Tez adı değişikliği olan ve tez çalışmalarına yeni başlayacak öğrencilerin tez öneri formları incelendi. Yapılan görüşmeler sonunda; aşağıda isimleri belirtilen öğrencilerin tez adlarının belirtilen şekilde kabulü hususuna oy birliği ile karar verildi.

Adı Soyadı	Programı	Tez Konusu	Y.L DR
Ayhan GÜNEŞ 510109004	Eğitim Yönetimi ve Denetimi	Liselerde Görev Yapan Öğretmenlerin Kopya Çekme Davranışına İlişkin Görüşleri	Y.L
İsmnaz Sinem ARJKAN 511309006	Okul Öncesi Öğretmenliği	Öğretmenlerin ve Ailelerin Sağlıklı Yaşam Alışkanlıkları ile Okul Öncesi Eğitimi Almakta Olan Çocukların Gelişimsel Özelliklerinin Karşılaştırılması	Y.L
Sevgi BALKAN 511402982	Sınıf Öğretmenliği	Karma Oluşturulmuş Sınıflarda Öğrenim Gören İlkokul Birinci Sınıf Öğrencileri Arasındaki Bitişik Eğik El Yazısı Yazım Hatalarının Doğum Aylarına Göre Karşılaştırılması	Y.L
Cihan ÖZAY 511510009	Sosyal Bilgiler Öğretmenliği	Ortaokul Sosyal Bilgiler Öğretmen ve Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığına İlişkin Algı, Görüş ve Yorumları	Y.L
Anı ÇAKMAK 516110004	Zihin Engelliler Öğretmenliği	Görme Engeli Olan Çok Engelli Çocuklar İçin Etkili Olan Pekitireç Değerlendirme Yönteminin Belirlenmesi	Y.L
Nilay GÜLERERLİ 510311010	Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık	Beylikdüzü'nde Görev Yapan Öğretmenlerin Evlilik Uyumları ile Yaratıcılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	Y.L
Recep KILIÇ 513204981	Tarih Öğretmenliği	ESKİ: Ortaöğretim Tarih Öğretmenlerinin Tarih Öğretmenlerinin Tarih ve Tarih Öğretimi Hakkındaki Düşüncelerinin Değerlendirilmesi YENİ: Talim ve Terbiye Kurulu'nun 1926 - 1968 Yılları Arasında Tarih Eğitimi ile ilgili Aldığı Kararların Değerlendirmesi	Y.L
İrem ALGAN 515610004	Müzik Öğretmenliği	ESKİ: Müzik Öğretmenliği Lisans Programında Yer Alan "Oyun, Dans ve Müzik" Dersinin Değerlendirilmesi YENİ: Müzik Öğretmeni Adaylarının "Oyun, Dans ve Müzik" Dersine İlişkin Tutum ve Motivasyon Düzeylerinin Karşılaştırılması	Y.L
Elif KABAK 516110003	Zihin Engelliler Öğretmenliği	Kaynaştırma Eğitimi Alan Zihin Engelli Öğrencilerde Zihin Kuramı ve Yönetici/Yürütücü İşlevler Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	Y.L
Derya TULUNOĞLU 516110001	Zihin Engelliler Öğretmenliği	Otizmli Çocukların Tıbbi Tanılama Süreçlerine İlişkin Ailelerin ve Tanılamadan Görev Alan Uzman Doktorların Görüşlerinin İncelenmesi	Y.L
Figen YILDIZ 511210006	İlköğretim Matematik Öğretmenliği	Öğrencilerin Matematiksel Dili Anlama ve Kullanma Becerilerinin Farklı Değişkenlere Göre İncelenmesi	Y.L
Burcu MENCİK 510311005	Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık	Çalışan ve Çalışmayan Annelerin Ebeveyn Rolüne İlişkin Kendilik Algılarının Ego Durumları İncelenmesi	Y.L
Zuhal DOKUR 516109001	Zihin Engelliler Öğretmenliği	Otizmli Çocukların Yüz İfadesinden Duyguları Tanımasında Etkin Olan Faktörlerin Değerlendirilmesi	Y.L



T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü

Sayı : 68601947-131027189
Konu :

İstanbul, / /2013

Sayın, Cihan ÖZAY

Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin 15. maddesine göre Enstitü Yönetim Kurulunun 11 Şubat 2013 tarih ve 2013/04-13 sayılı karara ile Yrd. Doç. Dr. Gül TUNCEL tez danışmanınız olarak seçilmiştir.

Bilgilerinizi rica ederim.

Prof.Dr. Ayşen BAKIOĞLU
Müdür

Ek1: Yönetim Kurul Kararı Örneği

Not : Tez Danışmanı atanmasından itibaren 3 ay içinde Tez Önerisi Enstitüye Bildirilmelidir.(2 Nüsha)

11 ŞUBAT 2013 TARİHLİ ENSTİTÜ YÖNETİM KURULU KARAR ÖRNEĞİ

KARAR NO : 2013 – 04 – 13. Enstitümüz öğrencilerinin danışman tayinleri ile ilgili yazılar okundu. Yapılan görüşmeler sonunda; aşağıda isimleri belirtilen öğrencilerin danışman tayinlerinin aşağıdaki şekilde kabulü hususuna oy birliği ile karar verildi.

Öğrencinin Adı Soyadı	Y.L DR	1. Tez Danışmanı	2. Tez Danışmanı
Aylin ŞENALP	DR	Yrd. Doç. Dr. Yaprak Türkan YÜCELSİN TAŞ	Prof. Dr. Murat DEMİRKAN
Güluy HEPPINAR	DR	Prof. Dr. Cemal YILDIZ	-
Cihan ÖZAY	Y.L	Yrd. Doç. Dr. Gül TUNCEL	-
Gözde ÖZBEK	Y.L	Doç. Dr. Yücel KABAPINAR	-

ASLI GİBİDİR
AYSEL KÖRKMAZ BEYOĞLU
ENSTİTÜ SEKRETERİ

Uygulamaların Yapılacağı Kurumların Listesi

1. İstanbul ili ataşehir ilçesindeki ortaokullar
2. İstanbul ili çekmeköy ilçesindeki ortaokullar
3. İstanbul ili üsküdar ilçesindeki ortaokullar
4. İstanbul ili ümraniye ilçesindeki ortaokullar
5. İstanbul ili sancaktepe ilçesindeki ortaokullar



T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü

Sayı : 16541545-302.13-1300100124
Konu : Cihan ÖZAY'ın Milli Eğitim İzin
Yazısı Hk.

11.06.2013

İSTANBUL İL MİLLİ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜNE

Enstitümüz İlköğretim Anabilim Dalı Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencilerinden **Cihan ÖZAY** tez aşamasında olup "**Ortaokul Sosyal Bilgiler Öğretmen ve Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığına İlişkin Algı, Görüş ve Yorumları**" başlıklı tezini Yrd. Doç. Dr. Gül TUNCEL danışmanlığında yürütmektedir. Tezin uygulama çalışmalarını İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğüne bağlı okullarda yapabilmesi için kendisine gerekli iznin verilmesi hususunda müsaadelerinizi arz ve rica ederim.

Prof. Dr. Aysen BAKIOĞLU
Müdür

EK :
Ek-1 Öğrenci Dilekçesi
Ek-2 Tez Öneri formu ve Ek1 Ek2
Ek-3 Tez Önerisi



Telefon No:(0216)4140545/1352
necmettin.gok@marmara.edu.tr

Ayrıntılı bilgi için :
Necmettin GÖK

1 / 2

Bu belge, 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.
<http://ebys.marmara.edu.tr/ERMS/Record/RecordConfirmationPage.aspx?code=0DED98EC92A247B3BBC5F4C10DB80899>

"Ben ve İletişim Araçları" Anketi

Değerli arkadaşlar,

Bu araştırma Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Sosyal Bilgiler Programında yürütülmekte olan bir çalışma için hazırlanmıştır. Lütfen ankette yer alan ifadeleri belirtilen kriterler doğrultusunda içtenlikle yanıt veriniz. Bu ifadelerin kesinlikle doğru veya yanlış cevabı yoktur. Önemli olan anketteki her bir sorunun samimiyetle cevaplanmasıdır. Soruları cevaplarırken önce soruyu dikkatle okuyunuz. Sonra sorunun yanında bulunan seçeneklerden durumunuza en uygun düşenin önüne işareti koyunuz. Vereceğiniz cevaplar saklı tutulacaktır. Cevapsız soru bırakmamaya özen gösteriniz. Katılımınız için teşekkür ederim.

Saygılarımla, Cihan ÖZAY
Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri
Enstitüsü

[\(ozaycihan37@gmail.com\)](mailto:ozaycihan37@gmail.com)

* Gerekli

Formun Üstü

1) Anketi cevaplayan kişi *

2-) Okulunuz ?

3-) Okulunuzun adı?

4-)Cinsiyetiniz?

Kişiyeye ait bilgiler

5- Yaşadığınız şehir?

6-)Öğrenci babasının eğitim durumu ?

7-)Öğrenci annesinin eğitim durumu?

Medya kullanımına ait bilgiler

8-) Aşağıdaki medya araçlarını hangi sıklıkla takip edersiniz?

	Her gün	İki-üç günde bir	Haftada bir	Ayda bir	Hiç
Televizyon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İnternet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gazete	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dergi/ Kitap	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cep Telefonu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
DVD / VCD	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Radyo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lütfen her satır için bir yanıt girin

9-)Bilgisayarı hangi amaçla kullanıyorsunuz?

(Birden fazla seçenek İşaretlenebilir)

- Oyun -Eğlence
- Sosyal ağlar
- E-mail
- Haber/Bilgi
- İletişim
- Ödev /Araştırma
- Film/ Dizi izleme

10-)Bir günde internette geçirdiğiniz ortalama süre ne kadardır?

- 30 Dakikadan az
- 30 dk – 1 saat
- 1-2 saat
- 3-4 saat
- 4 saatten fazla

11-)Bir günde televizyon karşısında geçirdiğiniz ortalama süre ne kadardır?

- 30 Dakikadan az
- 30 dk – 1 saat

- 1-2 saat
- 3-4 saat
- 4 saatten fazla

12) En çok kullandığınız sosyal ağları önem sırasına göre yazınız.

13-Sosyal ağları en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?

(Birden fazla seçenek İşaretlenebilir)

- Arkadaşlarımla iletişim kurmak amacıyla kullanırım.
- Fotoğraf paylaşımı amacıyla kullanırım.
- Video paylaşımı amacıyla kullanırım.
- Müzik paylaşımı amacıyla kullanırım.
- Anlık durum paylaşımı amacıyla kullanırım.
- Alışveriş tercihlerimi belirlemek amacıyla kullanırım.
- Beğendiğim ve tüketicisi olduğum markaları takip etmek amacıyla kullanırım.
- Kullanmıyorum

14-)En sık kullandığınız Sosyal Paylaşım Ağında kaç kişi ile aktif iletişim içindesiniz?

- 0-25
- 25-50
- 51-100
- 101 ve Üzeri
- Kullanmıyorum

15-)Ödevinizi yaparken en çok aşağıdakilerden hangisini tercih edersiniz?

- İnterneti
- Ders kitaplarını
- Ders kitaplarının yanı sıra ders harici kitapları
- Konu ile ilgili bilgi sahibi olan birine sorarım

16-)Televizyonda aşağıdaki program türlerinden en çok izlediğinizi işaretleyiniz.

(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

- Haber programları
- Sağlık programları
- Çizgi filmler
- Magazin programları
- Spor programları

- Reklamlar
- Diziler ya da filimler
- Belgesel
- Din ve ahlak programları
- Müzik, klip ,eğlence programları

17-)Gazete ve dergiyi hangi amaçla okumaktasınız?

- Bilgi edinmek
- Günlük gelişmeleri takip etmek
- Boş zamanı değerlendirmek
- Eğlenmek
- Gazete ve dergi okumam

18-)Ders çalışmaktan sıkıldığınızda aşağıdaki araçlardan en çok hangisini kullanmayı tercih edersiniz?

- Televizyon
- Radyo
- Gazete ya da dergi
- Bilgisayar
- Cep telefonu

Medya okuryazarlığına ilişkin algı, görüş ve yorumlar

19-)Televizyon karşısında geçirdiğiniz vakti aşağıdakilerden hangisiyle geçirmeyi tercih ederdiniz?

- Kitap okumak
- Spor yapmak
- Oyun oynamak
- Bilgisayarda oynamak
- Müzik dinlemek
- Resim yapmak
- Gezmek
- Arkadaşlarımla vakit geçirmek
- Ailele vakit geçirmek

20-)Televizyon yayınlarından rahatsızlık duyduğunuzda aşağıdakilerden hangisini uygularsınız?

(En sık uyguladığınız yöntem için 1 i en az uyguladığınız yöntem için 6 'ı işaretlemek koşuluyla)

- | | | | | | | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Televizyonu | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

	1	2	3	4	5	6
kapatma						
Ortam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
değiştirme						
Kanal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
değiştirme						
Televizyon						
kanalına						
telefon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
açma, mesaj ve						
mektup						
gönderme						
RTÜK' e	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
bildirme						
Televizyon						
kanalına e-	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
posta						
gönderme						

Lütfen her satır için bir yanıt girin

21-)Televizyonu neden seyrediyorsunuz?

(Birden çok cevap işaretleyebilirsiniz.)

- Televizyon seyretmeyi sevdiğim için
- Yapacak başka bir şeyim olmadığı için
- Annem, babam da izlediği için
- Annem, babam benimle yeterince ilgilenmediği için
- Hayal dünyamı geliştirdiği için
- Dışarıda oynama imkanım olmadığı için
- Arkadaşım olmadığı için
- Eğlenceli olduğu için
- Yurttaki ve dünyadaki gelişmeleri öğrenmek için

22-)Televizyondaki farklı program türlerinin hangi sıklıkla doğru bilgi ilettiğini düşünüyorsunuz?

	Her Zaman	Çoğu Zaman	Hiçbir zaman	Kararsızım	Bu Tip Program İzlemiyorum
Haber Programları	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Her Zaman	Çoğu Zaman	Hiçbir zaman	Kararsızım	Bu Tip Program İzlemiyorum
Sağlık Programları	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Magazin Programları	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reklamlar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Din ve Ahlak Programları	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lütfen her satır için bir yanıt girin

23-)Aşağıdaki ifadeler hakkında ne düşünüyorsunuz?

	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım
Televizyon izlediğim için yeterince ders çalışmıyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Televizyondaki reklamların sözlerini tekrarlıyor ve hareketlerini taklit ediyorum .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Televizyon izlediğim için geç uyuyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Televizyonda gördüğüm şiddet içeren davranışlardan etkileniyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reklamlarda gördüğüm ürünleri satın almak istiyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Televizyon izlediğim için arkadaşarımla ve kardeşlerimle daha az oyun oynuyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım
Televizyon izlediğim için annem –babamla daha az vakit geçiriyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Başka şeylerle ilgilenirken televizyon dikkatimi dağıtabiliyor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lütfen her satır için bir yanıt girin

24-)Televizyon yayınları hakkında RTÜK'e önerileriniz var mı? Varsa bir tanesini yazınız.
Öneriniz:

25-)Aşağıdaki iletişim araçlarına güveniyor musunuz?

	Evet	Kararsızım	Hayır
Televizyon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gazete	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İnternet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Radyo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dergi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lütfen her satır için bir yanıt girin

26) Televizyon dizilerinde gördüğünüz karakterlerden biri olmak ister misiniz?Cevabınız “evet “ ise benzetmek istediğiniz karakteri boşluğa yazınız.

Medya okuryazarlık seviyesi

27-İzlediğiniz dizi senaryolarının kaynağı aşağıda belirtilen kaynaklar olabilir mi?)

	Evet	Kararsızım	Hayır
Roman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Evet	Kararsızım	Hayır
Hikaye	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gerçek (yaşanmış)olaylar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lütfen her satır için bir yanıt girin

28-) Aşağıdaki ifadeler hakkında ne düşünüyorsunuz?

Kitle İletişim Aracı:İnternet, TV, Gazete,Dergi..vb

	Hiçbir zaman	Ara sıra	Sıklıkla
Kitle iletişim araçlarını eleştirel bakış açısıyla takip ederim.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kitle iletişim araçlarının mesajları farklı biçimlerde oluşturduğunu algılarım. İnsanlar arası ilişkilerde, kendimi karşımdakinin yerine koyarım. (empatik düşünmek)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Türkiye ‘ deki Medyanın eğlence işlevini daha çok öne çıkardığını düşünüyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medya kuruluşlarında yayınlanan haberlerin abartılı olarak sunulduğunu düşünüyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Türkiye de Medyanın tarafsız olmadığına inanıyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medyanın kültürel ve toplumsal değerlerin korunmasında titiz davranmadığını düşünüyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Hiçbir zaman	Ara sıra	Sıklıkla
TV'de ki programları izlerken seçici davranmıyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cep telefonum vazgeçilmezimdir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ders kitaplarımın haricinde de kitap okurum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Televizyonda izlediğim programlarda akıllı işaretler sistemine uyarım ve çevremdekileri uymaları için uyarırım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medya araçlarıyla yayınlanan mesajları her birey farklı olarak algılayabilir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lütfen her satır için bir yanıt girin

29-)Seçmeli medya okuryazarlığı dersi ile ilgili size uygun olanı işaretleyiniz?

- Seçmeli medya okuryazarlığı dersi aldım
- Seçmeli medya okuryazarlığı dersi alıyorum
- Seçmeli medya okuryazarlığı dersi almadım

30) Sizce medya okuryazarlığının amacı nedir ?

(Aşağıdaki maddeleri 1' den 9'a önem sırasına koyunuz.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Bireylerin iletişim becerilerini geliştirmektedir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eleştirel düşünme yeteneğine sahip insanlar yetiştirmektedir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Medya mesajını çözümleyebilecek bireyler yetiştirmektedir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medya tarihi hakkında bilgi vermektedir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medya teorileri medya kültürü hakkında bilgi vermektedir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medya metinlerini anlayıp değerlendirebilecek insanlar yetiştirmektedir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medya yardımı ile kendi ifade edebilecek insanlar yetiştirmektedir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Demokratik bir toplum yaşamı oluşturabilecek insanlar yetiştirmektedir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medya metinlerindeki sosyal,kültürel, ekonomik ve politik yönlendirmelere karşı uyanık bir birey yetiştirmektedir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Formun Altı

