

TC
Marmara Üniversitesi
Eğitim Bilimleri Enstitüsü
Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı
Eğitim Yönetimi ve Denetimi Bilim Dalı

**BİLGİ TOPLUMUNDA OKUL VE MEDYA İLİŞKİSİ:
TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Nermin YILMAZ

İstanbul, 2007

TC
Marmara Üniversitesi
Eğitim Bilimleri Enstitüsü
Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı
Eğitim Yönetimi ve Denetimi Bilim Dalı

**BİLGİ TOPLUMUNDA OKUL VE MEDYA İLİŞKİSİ:
TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Nermin YILMAZ

Danışman: Prof. Dr. Muhsin HESAPÇIOĞLU

İstanbul, 2007

T.C.
Marmara Üniversitesi
Eğitim Bilimleri Enstitüsü

BİLGİ TOPLUMUNDA OKUL VE MEDYA İLİŞKİSİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

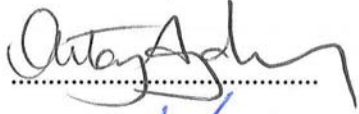
Nermin Yılmaz

İmzalar

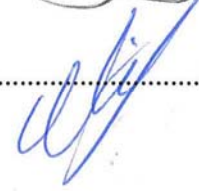
Danışman: Prof.Dr. Muhsin Hesapçioğlu

.....


Jüri Üyesi: Yrd.Doç.Dr. Oktay Aydın

.....


Jüri Üyesi: Prof.Dr. Münevver Çetin

.....


Eğitim Yönetimi ve Denetimi Bölümü

Yüksek Lisans Tezi

İSTANBUL, 2007

ÖNSÖZ

Bilginin güç haline geldiği bir dünyada çocuklar hem kendi atalarının masallarını dinleyebilmeleri hem de bilgi toplumunun yarınlarına kendi izlerini bırakabilme isteği duymalıdır. Bilgi toplumunda bilgi çağına uyum sağlayabilmenin en önemli alt yapısı eğitimden geçmektedir. Eğitim öğretim faaliyetlerinin en önemli amacı bir ülkenin geleceği olan çocukları iyi insanlar olarak yetiştirerek topluma hazırlamaktır.

Bilgi toplumunda toplumsal olayları en çok etkileyen “kitle iletişim araçları” “medya” bulunmaktadır. Yeni değişen koşullara göre eğitim uygun, uyumlu hale getirilmelidir. Bilgi toplumu olabilmek için önce bilgi insanı, bilgi yöneticisi, bilgi okulu olunması gerekir. Okul kapılarını çevreye kapatmak yerine halka mesajlarını sistemli ve etkin bir şekilde iletip, görüş ve düşünce almalıdır.

Okul ile medya arasında kaliteli, uyumlu, birbirini destekleyici kol kola çalışmanın nasıl sağlanacağını oldukça önemlidir. Vakit kaybetmeden okul ve medya yöneticileri bir araya gelerek eğitime dair sorunları paylaşmalı, çözüm önerileri sunmalı, çocuk adına en iyi eğitimi verme yolları aramalıdır.

Bilgi Toplumunda Okul ve Medya İlişkisi'nin araştırılmasına, eğitim ile iletişim arasında zengin bağlantıların keşfedilmesine Türkiye'ye ışık tutmasına olanak sağlayan sayın hocam Prof. Dr. Muhsin Hesapçioğlu'nun bilgi, birikim ve tecrübeleri pusulam oldu. Engin düşüncesi, yol haritası, farkındalığı için teşekkür ederim.

Araştırmanın gerçekleştirilmesinde pek çok kişinin katkıları olmuştur.

Millî Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu Başkanı Prof. Dr. İrfan Erdoğan'a, Millî Eğitim Bakanlığı Öğretmen Eğitimi ve Yetiştirme Genel Müdürü Ömer Balıbey'e İstanbul İl Millî Eğitim Müdürü Ata Özer'e, İl Millî Eğitim Müdür Yardımcısı Sadettin Pircioğlu'na, bu çalışmanın Türkiye'ye ışık tutabilmesine olanak veren İl Millî Eğitim Müdür Yardımcısı Arif Dede'ye, İl Millî Eğitim Kültür Bölümü şefi Emine Altınsoy'a, Yenibosna İlköğretim Okul Müdürü Yusuf Köse'ye, Müdür Başyardımcısı Refik Ezer'e, Gürsel Kadakal'a ve tüm okul yöneticilerine

meslektaşlarım, Yüksel Gündüz, Dinçer Dede, Yeter Ateş, ve Zeynep Süzmen Şen'e teşekkür ederim. Marmara Üniversitesi Eğitim Yönetimi ve Denetimi bölümündeki hocalarıma Yrd. Doç. Dr. Canan Savran, Öğr. Gör. Dr. Mustafa Otrar, ve ayrıca Prof. Dr. Ayşen Bakioğlu'na da teşekkürü borç bilirim.

Bu çalışmanın önemine inanan eğitime yapılan yatırımın en iyi yatırım olduğunu her fırsatta gösteren, desteğini esirgemeyen iletişim direktörlüğünü yaptığım Rıza Çalimbay'a, beni gazetecilik mesleği ile tanıştıran kendisinin her zaman bilgi birikim tecrübelerinden yararlandığım Yeni Asır Gazetesi Bölge Haberler Müdürü Tevfik Tortamış'a, Abdurrahman Pala'ya, Türkiye Radyo Televizyon Kurumuna, Türkiye Gazeteciler Cemiyetine, Medya Takip Merkezine, Cumhuriyet Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni İbrahim Yıldız'a değerli görüş ve zamanlarını ayıran tüm medya mensuplarına teşekkür ederim.

Çocukluğumdan bu yana beni akademik yaşama yönlendiren her zaman beni destekleyen sevgili babama, anneme, değerli görüşleri için Nazif Yılmaz, Nevin Uzun, Ayfettin Uzun'a ve bu çalışmam esnasında kendilerine ayırmam gereken vakitler için anlayış gösteren Berkant Uzun ve Zeynep Uzun'a teşekkür ederim.

Nermin Yılmaz

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, bilgi toplumunda okul ve medya ilişkilerini araştırmaktır. Araştırma, İstanbul İli Avrupa Yakası resmî ve özel ilköğretim okullarında görev yapmakta olan okul yöneticileri ile İstanbul Avrupa Yakası medya kuruluşlarında görev yapan medya mensuplarının okul ve medya ilişkileri algılarını ve düşüncelerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla 1343 okul yöneticisi, 446 medya mensubu olmak üzere toplam 1789 kişiye ulaşılmıştır. Bu bağlamda okul-medya ilişkileri konusundaki algı ve görüşler, medya eğitimi-yeterliliği, medyadan faydalanma, medyanın etkileri alt boyutlarında incelenmiştir.

Bu araştırma konusu, Türkiye’de bilimsel anlamda ilk kez ele alınmaktadır. Elde edilen sonuçların tüm Türkiye’deki ilköğretim okul yöneticilerine ışık tutacağı düşünülmektedir.

Bu araştırmada survey (genel tarama) modeli kullanılmıştır. Araştırmada veri toplamak amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen bir anket kullanılmıştır. Adı geçen ankette örneklemin sahip olduğu çeşitli özelliklere ve okul-medya ilişkileri konusundaki algı ve düşüncelerine ait maddeler yer almıştır. Araştırma kapsamında toplanan datalar üstünde istatistiksel olarak, frekans ve yüzdeler dağılımları ile ki kare analizleri yapılmıştır. Elde edilen veriler bilgisayarda “SPSS for Windows ver:15.0” programında çözümlenmiş, manidarlıklar .05 düzeyinde sınanmıştır.

Araştırma sonucunda, okul yöneticileri ile medya mensuplarının okul-medya ilişkileri konusundaki algılarının farklılaştığı ortaya çıkmıştır. Eğitim yöneticilerinin, medyanın eğitim sürecine katkısı konusunda çekinceleri bulunmaktadır. Buna karşılık medya mensuplarının ise, okul-medya ilişkileri konusunda çekimser kaldıkları ve konuya ilişkin yeterli bilgiye sahip olmadıkları anlaşılmıştır. Okul ile medya arasında bilgi ve iletişim eksikliği olduğu görülmüştür. Araştırmanın sonuç bölümünde literatür çalışması ve anket uygulaması sonucu elde edilen veriler ve tespit edilen problem alanlarına ilişkin çözüm önerileri sunulmuştur.

Anahtar Kelime: Bilgi toplumu, okul, medya, medya ilişkileri, okul halkla ilişkileri, medya okuryazarlığı.

ABSTRACT

The aim of this study is to research school and media relationships in an educational society. It is aimed at determining the understanding and thoughts about school media relationships of school administrators of public and private primary schools and media personnel in the Istanbul European side. With this aim, 1343 school administrators, 466 media personnel, a total of 1789 people were contacted. Within this context, understandings and opinions on school-media relationships, making use of the media and the subordinate dimensions of the media's effects were observed.

The subject of this study has been taken into hand as a scientific study for the first time in Turkey. The results attained by the study is being thought of to hold a light for all primary school administrators in Turkey.

The survey model was used in this study. In this research, a survey prepared by the researcher was used in order to collect data. In the survey mentioned; items containing various characteristics of the sample and thoughts and understandings of school media relationships take place. All the data attained during the study have been statistically analyzed with two square using frequency and percentage. The datum that was obtained was analysed on the computer using "SPSS for Windows ver:15.0", the significants were examined at an .05 level.

As a result of this study, a difference has appeared in the understandings and opinions of school administrators and media personnel. Education administrators have drawbacks about the contribution of media in the education process. In response to this, it is understood that the media is hesitant in the subject of school media relationships and does not have enough information about the subject. It is seen that there is a lack of information and communication between schools and the media. In the final part of the research, suggestions for solving the problem areas which were attained via the literature study and survey application take place.

Key Word: Information (education) society, school, media, media relations, school public relations, media literate.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iv
İÇİNDEKİLER.....	v
TABLO LİSTESİ.....	iv
BİRİNCİ BÖLÜM.....	1
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Problem.....	1
1.2. Amaç.....	7
1.3. Önem	8
1.4. Varsayımlar	9
1.5. Sınırlılıklar.....	9
1.6. Tanımlar.....	10
İKİNCİ BÖLÜM.....	12
2. LİTERATÜR TARAMASI.....	12
2.1. Bilgi Toplumu.....	12
2.1.1. Bilgi Toplumu Nedir?	12
2.1.2. Bilgi Okuryazarlığı.....	16
2.1.3. Bilgi Okuryazarlığı ile Medya Okuryazarlığı Etkileşimi.....	17
2.1.4. Bilgi Toplumu ve Okul	18
2.1.5. Bilgi Toplumunda Okul ve Medya	21
2.2. Okul	22
2.2.1. Eğitim Nedir?	22
2.2.2. Okul Nedir?	24
2.2.3. Okulun Amacı, Görevi ve İşlevleri	24
2.2.4. Okulun Toplumsallaşma Görevi	28
2.2.5. Okulda Medya Eğitimi	31

2.2.5.1. Medya Okuryazarlığı	33
2.2.5.2. Yurtdışında Medya Okur Yazarlığı Dersi.....	35
2.2.5.3. Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Dersi.....	36
2.2.5.3.1. Programın Temel Yaklaşımı	36
2.2.5.3.2. Programın Yapısı.....	37
2.2.5.3.3. Medya Okuryazarlığı Dersinde Ölçme ve Değerlendirme	39
2.2.6. Okul Çevre İlişkisi	39
2.2.7. Okulda Halkla İlişkiler	44
2.3. Medya	45
2.3.1. Medya Nedir?	45
2.3.2. Medya (=Kitle İletişim) Kuramları	46
2.3.2.1. Yığımsal Kuram.....	47
2.3.2.2. Liberal- Çoğulcu Kuram.....	47
2.3.2.3. Frankfurt Okulu	47
2.3.2.4. Marksist Kuram	48
2.3.3. Medya Modelleri	48
2.3.3.1. Gündem Koyma ve Saptama Modeli.....	49
2.3.3.2. Bağımlılık Modeli.....	49
2.3.3.3. Sessizlik Sarmalı Modeli	49
2.3.3.4. Yetiştirme (=Cultivation) Modeli	50
2.3.4. Medya Organları (=Kitle İletişim Araçları)	50
2.3.4.1. Yazılı Medya	51
2.3.4.2. Görsel Medya.....	51
2.3.4.3. İşitsel Medya.....	51
2.3.4.4. İnternet Medyacılığı (=Haberciliği).....	52
2.3.5. Medya (=Kitle İletişim) Araçlarının İşlevleri	52
2.3.5.1. Siyasî İşlevi.....	53
2.3.5.2. Ekonomik İşlevi.....	53
2.3.5.3. Enformasyon İşlevi.....	53
2.3.5.4. Kültürel İşlevi	54
2.3.5.5. Eğlendirme İşlevi.....	54
2.3.5.6. Eğitim İşlevi=Çocuğun Toplumsallaşmasında Kitle İletişim Araçlarının Rolü	54

2.3.5.6.1. Görsel Medyanın Çocuk Eğitimindeki Etkisi	58
2.3.5.6.2. Yazılı Medyanın Çocuğun Eğitimindeki Etkisi ...	64
2.3.5.6.3. İşitsel Medyanın Çocuğun Eğitimindeki Etkisi ...	66
2.4. Okul ve Medya İlişkisi	67
2.4.1. Okul ve Çevre İlişkisi.....	67
2.4.2. Okulda Halkla İlişkiler	67
2.4.2.1. Halkla İlişkiler	67
2.4.2.2. Halkla İlişkiler Modelleri	69
2.4.2.3. Okulda Halkla İlişkiler	70
2.4.2.3.1. Okul Halkla İlişkilerinin Stratejisi	72
2.4.2.3.2. Okul Halkla İlişkilerinde Okul Yöneticisinin Rolü	72
2.4.3. Okul Halkla İlişkilerinin Medya ile Olan İlişkileri	75
2.4.3.1. Medya İlişkileri.....	75
2.4.3.2. İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğü Örneğinde Medyayla İlişkiler.....	76
2.4.3.3. Okul Halkla İlişkileri ve Medya İlişkileri.....	77
2.4.3.3.1. Medya ile İlişkilerde Okul Yöneticisinin Medya Plânı.....	78
2.4.3.3.2. Okul Halkla İlişkilerinin Medya ile İlişkilerinde Kriz Yönetimi.....	83
2.4.3.3.3. Okul ve Medya İlişkilerinde Etik	84
2.4.3.3.4. Okul -Medya İlişkilerinde Araç ve Yöntemler	85
2.5. İlgili Araştırmalar	92
2.5.1. Türkiye’de Yapılan Araştırmalar	92
2.5.2. Yurtdışında Yapılan Araştırmalar	94

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....96

3. YÖNTEM.....96

3.1. Araştırma Modeli.....	96
3.2. Evren ve Örneklem	96
3.3. Veri Toplama Araçları.....	97
3.4. Anketin Uygulanması	98
3.5. Verilerin Çözümlemesi ve Yorumlanması	99

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	101
4. BULGULAR.....	101
4.1. Grubun Genel Yapısına İlişkin Bilgiler.....	101
4.1.1. Yöneticilere İlişkin Tablolar.....	102
4.1.2. Medya Mensuplarına İlişkin Tablolar.....	116
4.2. Araştırmanın Hipotezlerine Ait Analizler.....	123
4.2.1. Verilen Cevapların Medya Mensubu ya da Eğitim Yöneticisi Olmaya Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemeye Yönelik Kikare Analizi Sonuçları.....	124
4.2.2. Eğitim Yöneticilerinin Cevaplarının Sahip Oldukları Çeşitli Özelliklere Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemeye Yönelik Kikare Analizi Sonuçları.....	151
4.2.2.1. Eğitim Yöneticilerinin Cevaplarının Çalışılan Okul Türüne Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemeye Yönelik Kikare Analizi Sonuçları.....	151
4.2.2.2. Eğitim Yöneticilerinin cevaplarının Görev Türü Değişkenine Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemeye Yönelik Kikare Analizi Sonuçları.....	174
4.2.2.3. Eğitim Yöneticilerinin Cevaplarının Cinsiyet Değişkenine Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemeye Yönelik Kikare Analizi Sonuçları.....	176
4.2.2.4. Eğitim Yöneticilerinin Cevaplarının Yöneticilerin Kıdem Değişkenine Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemeye Yönelik Kikare Analizi Sonuçları.....	183
4.2.2.5. Eğitim Yöneticilerinin Cevaplarının Okulun Halkla İlişkiler Biriminin Varlığı Değişkenine Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemeye Yönelik Kikare Analizi Sonuçları.....	190
BEŞİNCİ BÖLÜM.....	194
5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER.....	194
5.1. Sonuç ve Tartışma.....	194
5.2. Öneriler.....	211
KAYNAKÇA.....	219
EKLER.....	230

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Göre Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerler.....	102
Tablo 2: İlce Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	102
Tablo 3: Okul Türü (Gruplandırılmış) Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	103
Tablo 4: Mezuniyet Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	103
Tablo 5: Branş Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri	104
Tablo 6: Şu Anda Çalıştığı Kurum Dahil Kaç Okulda Çalışıldığı (Gruplandırılmış) Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	105
Tablo 7: Şu Anda Çalıştığı Kurumdaki Kıdemi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri	106
Tablo 8: Meslekî Kıdem Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	106
Tablo 9: Yöneticilikteki Kıdem Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	107
Tablo 10: Okul Mevcudu Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	107
Tablo 11: Okuldaki Sınıf Sayısı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri	108
Tablo 12: Okuldaki Öğretmen Sayısı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	108
Tablo 13: Okuldaki Diğer Personel Sayısı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	109
Tablo 14: Ailede Başka Öğretmen Olup Olmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri	109
Tablo 15: Medenî Durum Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri	110
Tablo 16: İkamet Durumu Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri	110
Tablo 17: Çocuğunun Olup Olmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	110
Tablo 18: 2 Hafta ya da Daha Uzun Süreli Meslekî Eğitim Alınıp Alınmadığı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri	111
Tablo 19: Okulun Halkla İlişkiler Odasının Bulunup Bulunmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri	111
Tablo 20: Okulun Araç-Gereç Odasının Bulunup Bulunmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	112
Tablo 21: Okulun İnternet İmkânının Bulunup Bulunmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	112
Tablo 22: Okulun Televizyon Odasının Bulunup Bulunmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	113
Tablo 23: Okulun Kütüphanesinin Bulunup Bulunmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	113

Tablo 24: Kütüphanede Gazete-Dergi Bulunup Bulunmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	113
Tablo 25: Okulun Sekreterinin Bulunup Bulunmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri	114
Tablo 26: Okulun Santral Operatörünün Bulunup Bulunmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	114
Tablo 27: Okulun Faksının Bulunup Bulunmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri	115
Tablo 28: Yöneticinin Cinsiyeti Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri	115
Tablo 29: Yöneticinin Yaşı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	115
Tablo 30: Medya Mensuplarının Çalıştıkları Kurum Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri	116
Tablo 31: Yaş Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	117
Tablo 32: Cinsiyet Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri	118
Tablo 33: Çocuk Sahip Olup Olmama Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	118
Tablo 34: Meslekteki Kıdemi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	118
Tablo 35: Çalıştığı Kurumdaki Kıdemi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	119
Tablo 36: Unvan Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri	120
Tablo 37: Unvan (Gruplandırılmış) Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	120
Tablo 38: Servis Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	121
Tablo 39: Medyadaki Çalışma Alanı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri...	121
Tablo 40: Medyadaki Çalışma Alanı (Gruplandırılmış) Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri	122
Tablo 41: Eğitim Düzeyi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri	122
Tablo 42: Eğitim Gördüğü Alan Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	123
Tablo 43: “Okul gibi eğitim kurumlarının kendi medya organları olmalıdır (medya ekonomisi)” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	124
Tablo 44. “İlköğretim okullarında bilinçli medya malzemeleri ve sistemleri bilinçli olarak kullanılmaktadır” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	125

Tablo 45: “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim programları ile eğer bunlar eğlenceli olurlar ise yakından ilgilenmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	126
Tablo 46: “Medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı (sivil toplum örgütü gibi)' ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	127
Tablo 47: “Medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları ilköğretim öğrencilerinin yalnızlığa düşmelerine yol açar.” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	129
Tablo 48: “İlköğretim öğrencileri için medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları öğretmen ve diğer öğrenci arkadaşlarının katılımı ile desteklenmelidir.” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	130
Tablo 49: “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır.” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	131
Tablo 50: “İlköğretim okullarında medya kullanımı dersi çocukları bilinçli medya kullanıcısı haline getirebilecektir.” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	132
Tablo 51: “Eğitim fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medya konularına dair müfredat güçlendirilmelidir.” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	134
Tablo 52: “Okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler.” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	135

Tablo 53: “İlköğretim okulları etkinliklerini medyaya düzenli ve düzgün şekilde (halkla ilişkiler ve okul aile birlikleri) bildirmektedirler.” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	136
Tablo 54: “İlköğretim okullarında medya kriz plânı uygulanmaktadır (vardır)” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	137
Tablo 55: “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için daha çok görsel bilgi yüklü olup çocuğun örgün bilgi birikimine değil çocuğun gelişimine katkıda bulunmayacak bilgi tüketimine yöneliktir” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	138
Tablo 56: “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için program yaparken (seçerken) eğitim uzman ve kurumlarından da yardım alarak pedagoji ve bilgi toplumu oluşturmak konularına özen göstermelidirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	139
Tablo 57: “İletişim okul ve fakültelerinde eğitim program ve yayınlarına dair müfredat güçlendirilmelidir.” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	140
Tablo 58: “İlköğretim okul yöneticileri ve eğitim yöneticileri çocuğun korunması açısından medya yayınlarını gözleyerek yararlı ve zararlı gördükleri hususları medyaya ya da medya üst kurullarına bildirmelidirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	141
Tablo 59. “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenirken eğitim sistemini nasıl etkilediklerinden çok kendi meslek hedeflerini ön plânda tutmaktadırlar.” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	143
Tablo 60: “Medyada eğitim programı yapımcıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler.” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	144

Tablo 61: “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınları ile ilgilenmektedirler.” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	145
Tablo 62: “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya organlarının yayınlarından en çok eğitim yayınları ile ilgilenmektedirler.” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	146
Tablo 63: “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarının program akışını (düzenini) çok yakından bilmektedirler.” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	147
Tablo 64: “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocuklarını etkilemektedir.” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	148
Tablo 65: “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenmektedir” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	149
Tablo 66: Eğitim Yöneticilerinde “Okul gibi eğitim kurumlarının kendi medya organları olmalıdır (Medya ekonomisi)” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	151
Tablo 67: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim okullarında bilinçli medya malzemeleri ve sistemleri bilinçli olarak kullanılmaktadır” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	152
Tablo 68: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim programları ile eğer bunlar eğlenceli olurlar ise yakından ilgilenmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	153
Tablo 69: Eğitim Yöneticilerinde “Medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı (sivil toplum örgütü gibi)' ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup	

Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	154
Tablo 70: Eğitim Yöneticilerinde “Medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları ilköğretim öğrencilerinin yalnızlığa düşmelerine yol açar” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	155
Tablo 71: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim öğrencileri için medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları öğretmen ve diğer öğrenci arkadaşlarının katılımı ile desteklenmelidir” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	156
Tablo 72: Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	157
Tablo 73: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim okullarında medya kullanımı dersi çocukları bilinçli medya kullanıcısı haline getirebilecektir” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	158
Tablo 74: Eğitim Yöneticilerinde “Eğitim Fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medya konularına dair müfredat güçlendirilmelidir” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	159
Tablo 75: Eğitim Yöneticilerinde “Okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	160
Tablo 76: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim okulları etkinliklerini medyaya düzenli ve düzgün şekilde (halkla ilişkiler ve okul aile birlikleri) bildirmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	161
Tablo 77: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim okullarında medya kriz plânı uygulanmaktadır (vardır)” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	162

Tablo 78: Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için daha çok görsel bilgi yüklü olup çocuğun örgün bilgi birikimine değil çocuğun gelişimine katkıda bulunmayacak bilgi tüketimine yöneliktir” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	163
Tablo 79: Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için program yaparken (seçerken) eğitim uzman ve kurumlarından da yardım alarak pedagoji ve bilgi toplumu oluşturmak konularına özen göstermelidirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	164
Tablo 80: Eğitim Yöneticilerinde “İletişim okul ve fakültelerinde eğitim program ve yayınlarına dair müfredat güçlendirilmelidir” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	165
Tablo 81: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim okul yöneticileri ve eğitim yöneticileri çocuğun korunması açısından medya yayınlarını gözleyerek yararlı ve zararlı gördükleri hususları medyaya ya da medya üst kurullarına bildirmelidirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	166
Tablo 82: Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenirken eğitim sistemini nasıl etkilediklerinden çok kendi meslek hedeflerini ön plânda tutmaktadırlar” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	167
Tablo 83: Eğitim Yöneticilerinde “Medyada eğitim programı yapımcıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	168
Tablo 84: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınları ile ilgilenmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	169

Tablo 85: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya organlarının yayınlarından en çok eğitim yayınları ile ilgilenmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	170
Tablo 86: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarının program akışını (düzenini) çok yakından bilmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	171
Tablo 87: Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocuklarını etkilemektedir” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	172
Tablo 88: Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenmektedir” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	173
Tablo 89: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim okullarında medya kullanımı dersi çocukları bilinçli medya kullanıcısı haline getirebilecektir” İfadesine Verilen Görev Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	174
Tablo 90: Eğitim Yöneticilerinde “Eğitim fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medya konularına dair müfredat güçlendirilmelidir” İfadesine Verilen Cevaplarla Görev Türü Değişkeni Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	175
Tablo 91: “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim programları ile eğer bunlar eğlenceli olurlar ise yakından ilgilenmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Cinsiyet Değişkeni Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	177
Tablo 92: “Okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Cinsiyet Değişkeni Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	178

Tablo 93: “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için program yaparken (seçerken) eğitim uzman ve kurumlarından da yardım alarak pedagoji ve bilgi toplumu oluşturmak konularına özen göstermelidirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Cinsiyeti Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	179
Tablo 94: “Medyada eğitim programı yapımcıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Cinsiyeti Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	180
Tablo 95: “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarının program akışını (düzenini) çok yakından bilmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Cinsiyet Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	181
Tablo 96: Eğitim Yöneticilerinde “Medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı (sivil toplum örgütü gibi)' ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Kıdemi Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	183
Tablo 97. Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Kıdemi Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	184
Tablo 98. Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için daha çok görsel bilgi yüklü olup çocuğun örgün bilgi birikimine değil çocuğun gelişimine katkıda bulunmayacak bilgi tüketimine yöneliktir” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Kıdemi Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	186
Tablo 99. Eğitim Yöneticilerinde “Medyada eğitim programı yapımcıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Kıdemi Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	187

Tablo 100: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya organlarının yayınlarından en çok eğitim yayınları ile ilgilenmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Kıdemi Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	188
Tablo 101: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarının program akışını (düzenini) çok yakından bilmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Kıdemi Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	189
Tablo 102: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim Okullarında Bilinçli Medya Malzemeleri Ve Sistemleri Bilinçli Olarak Kullanılmaktadır” İfadesine Verilen Cevaplarla Okulun Halkla İlişkiler Biriminin Varlığı Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	190
Tablo 103: Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır” İfadesine Verilen Cevaplarla Okulun Halkla İlişkiler Biriminin Varlığı Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	191
Tablo 104: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim okulları etkinliklerini medyaya düzenli ve düzgün şekilde (halkla ilişkiler ve okul aile birlikleri) bildirmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Okulun Halkla İlişkiler Biriminin Varlığı Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları	192
Tablo 105: Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenmektedir” İfadesine Verilen Cevaplarla Okulun Halkla İlişkiler Biriminin Varlığı Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları.....	193

BÖLÜM I

1.GİRİŞ

Bu bölümde araştırmaya konu olan problem durumu ifade edilmiş, araştırmanın amacı, önemi, sayıtlıları, sınırlılıkları belirtilmiş ve araştırma ile ilgili bazı terimlerin tanımlarına yer verilmiştir.

1.1. Problem

Bir zamanlar okulların yaşayabilmesindeki en önemli etken, sabahları sobayı yakabilen, çocukları ısıtarak eğitime hazırlayan öğretmenin bulunması ve öğretmenin öğrencilere belirli kabul edilen temel bilgileri verilmesiydi (C.E. Brooks, 1976, s.1). Modern hayatla beraber toplum hayatındaki değişimler, problemler eğitimin bir çok alanında kendisini göstermektedir.

21. yüzyılda bilgi kavramı değişen anlamı ile birlikte hayatımıza girmiş, gelişen teknoloji ile beraber değişen ihtiyaçlar, hızla artan nüfus, bilgi kullanımını, bilgi yönetimini ve bilgi yöneticiliğini ön plâna çıkarmıştır. Küreselleşmeyle beraber teknolojik gelişme ve rekabet yaşanmaktadır. Bu teknolojilerden gerektiği şekilde yararlanabilmek için bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır. Kurumlarda amaca yönelik olarak kullanılacak bilgilerin toplanması ve kullanılması ancak etkin bir bilgi yönetimi ile sağlanabilecektir. Günümüzde örgütlerde karşılaşılan değişik sorunlara yönelik bilgileri etkin kullanmak için çözümler oluşturulmaktadır.

Örgüt, toplumsal gereksinimlerin bir kısmını karşılamak üzere önceden belirlenmiş amaçları gerçekleştirecek görev ve rolleri yapmak için güçleri, eylemleri eşgüdümleyen toplumsal açık bir sistemdir (İ.E. Başaran, 1982, s.56).

“Okul dediğimiz örgütün en önemli ve açık özelliği, üzerinde çalıştığı ham maddenin toplumdan gelen ve topluma giden insan oluşudur. Böylece, okulun birey boyutu kurum boyutundan daha duyarlı, informal yanı formal yanından daha ağır, etki alanı yetki alanından daha geniştir. Gerçekten sosyal bir sistem olarak kurulması

ve çalışması gereken okul ortamında, davranış bilimleri ve insan ilişkilerinin yeri bu bakımlardan büyük önem taşır” (Z. Bursalıoğlu, 1972a, s.24).

Sanayileşme ve şehirleşme ile birlikte çeşitlenen ve daha karmaşık hale gelen eğitim, medyanın artan gücü ile daha da karmaşık hale gelmektedir (V. Gani, 1996, s.1363). Günlük hayatın önemli bir parçası haline gelen medya, eğitim sürecine dahil olmakta, bireyin sosyalleşmesine etkisi günden güne artmaktadır (İ. Erdoğan, 1998, s.847). Artık medya ve eğitim araçlarının, sosyalleşme ve öğrenme süreçlerine, toplumun iletişim kültürüne olan etkileri konu edilmektedir (R. Vollbrecht, 2004, s.308-309).

21. yüzyılda, modern çağdan kalma aydınlanma döneminin çocuğu olan okul kurumu eleştiri altındadır. Günümüzde oluşmuş bir öğrenme piyasası bulunmakta olup normal eğitim sisteminin dışında okula rakip olabilecek birçok kurum vardır. Bunlardan bir tanesi de medyadır. Okul kendisine ait bir sıra görevi medyaya vermeye başlamıştır. Bu nedenle “okul kurumu şimdiye kadarki izole konumunu terk etmek durumundadır” (M.Hesapçioğlu, 2004,s.7-14). Okulun kendini yeni teknolojiye bilgi toplumuna uyarlaması gerekmektedir.

Günümüzde çocukların medya ile olan ilişkileri tartışılmakta ve bunların pedagojik olarak desteklenmesi yönüne doğru gidilmektedir (R. Vollbrecht, 2004, s.308-309). “Çocuktan işe başlamak aslında güzel, temelli bir olaydır, çünkü insanların hepsi evvela çocuk olurlar ve geçitlerden atlayarak büyürler” (H.R. Öymen, 1957, s.1).

Medya, çocuğa eleştirel düşünme becerisi kazandırabilecekken, dikkatli olunmadığı takdirde dogmatik bir birey olmasına da yol açabilir. Medya olayları anlamakta ve yorumlamakta önemli bir etken olup, kendi tekniklerini kullanarak etki kurmaya çalışır. Medya kendine özgü bu teknikleri kullanırken, izleyici bu tekniklerin farkına varmadan medyanın aktardığı şekilde takip ederse eleştireliliğini kaybedip yanılabilir. Bu nedenle okullarda “medya aşinalığı”nı sağlayıcı bilgiler verilmelidir (İ. Erdoğan, 1998, s.874).

Medya-eğitim ilişkisi toplumu ciddi şekilde etkileyen bir konu olup medyanın kontrolü ve dengeli davranışları toplum üzerinde etkindir. Kontrolün amacı kanun, genel ahlâk, etik ve ortak değerler çerçevesinde kalmak isteği ve gayretidir. Medya çalışanlarına “pedagojik formasyon” kazandırılması çok önemlidir. Medyaya kayıtsız kalınmaması birey ve toplum için önemli olup bu konudaki çalışmalar desteklenmelidir (V. Gani, 1996, s.1365-1366).

Medyanın eğitime yönelik elinde tuttuğu güç özellikle çocuklar açısından olumlu ve olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Bu gücün olumsuz etkilere yol açmaması medya kurumlarının bilinçli bir çaba harcamaları gerekmektedir. Çünkü kitle iletişim araçları ile sunulan mesajlar çocuklar üzerinde etkiye sahiptir.

Bilim ve teknolojideki gelişmeler, sanayileşme, uzmanlaşma, nüfus ,sosyal hareketlilik, yarar guruplarının kurulması, toplum ve ailedeki demokratlaşma, üretim ve tüketimdeki değişiklikler, kültüre yabancı öğelerin sızması okulun çevresi ve bu çevrede yaşayan halk ile olan ilişkilerinde değişiklik yapan etkenlerdir. Bütün bu değişimler okul çevre ilişkisinin değişmesine de katkıda bulunmaktadır (Z. Bursalıoğlu, 1972b, s.75). Sosyal, politik, ekonomik değişimlerden hızla etkilenen okul ve okul yöneticisinin de aynı hızla değişim göstermemesi geleneksel yapılarını koruması önemli bir problemdir.

Okulların geleneksel yapılardan kurtulamadıkları toplumdan kopuk hale geldikleri böylece çevrenin istek ve ihtiyaçlarını karşılayamadıkları görölmektedir. Okullarda görev yapmakta olan yöneticiler, öğretmenler çalışmalarını öğrenci, ebeveyn ve çevre ile birlikte yürütmektedirler. Okuldaki verimli bir eğitim-öğretim süreci çevredeki güçlerle etkinlik kazanabilecektir.

M.S. Cutlip ve A.H. Center eğitimle ilgili halk desteği almanın ihtiyacını belirterek uyarıda bulunmaktadır. Okulun çevresiyle haber ve mesaj alışverişi olmadığında, halkın okulla ilgili bilgi sahibi olmaması anlayış, kabul etme, destek eksikliği okulun işlevlerini sürdürebilmesi ve kurumun gelişimini tehlikeye sokar. Eğitimcilerin, eğitimi geliştirebilmesi, halkın düşüncelerine bağlıdır. Toplumun eğitim ihtiyacını karşılariken halkın düşünceleri tarafından yol gösterebilmesi

eğitimin gelişebilmesini sağlar (M.S. Cutlip ve A.H. Center'dan aktaran: C.E. Brooks, 1976, s.2).

“Ülkemizde okulun çevreye açılmasını engelleyen birçok etmen vardır. Örneğin bürokratik engeller, malî olanaksızlıklar, öğretmenlerin ağır ders yükü bunlar arasında sayılabilir” (M. Tezcan, 1994, s.257). Çevre ile sağlıklı bir ilişki kurma sorumluluğu yöneticinin bu sorumluluğu net olarak tanımlamasına ve kişisel yeteneklerine bağlıdır (M. Aydın, 1994, s.188-189). Okul yöneticisi sorumluluklarıyla okuldan halka, haktan okula gönderilen mesajların sistemli bir şekilde gidip gelmesini sağlamak zorundadır (C.E. Brooks, 1976, s.1).

Haber alışverişi olmadığına halk okul ile ilgili bilgi alamayacağı için halkın anlayış, kabul etme ve destek eksikliği okul kurumu için bir problem teşkil eder. Sadece okul yöneticilerinin çabaları ile halk ile ilişkilerde başarı sağlanamaz. İstenilen toplum anlayışını ve desteğini elde etmenin teknikleri ve stratejileri hemen hemen sınırsızdır. Fakat yerel okul ile ilgili bilginin geribildirim yayılması sadece basılı ve elektronik medyanın avantajları ile elde edilebilir (C.E. Brooks, 1976, s.2).

Eğitim yöneticisi her konudan önce örgüt-çevre ilişkisini anlayarak bu iki sistemin birbirlerine olan bağımlılık ve katkılarını okula uyarlamalı, ayrıca örgüt liderliği üstünde sistem liderliği yaratmalı ve sağlamalıdır (Z. Bursalıoğlu, 1978, s.85).

Özellikle çevre ile etkileşimi öngören açık sistem teorisi çevreyi ön plâna aldığından okul-çevre ilişkisi önemlidir. Buna göre okul çevrenin birbirini etkilemesi aynı amaçlara dönük çalışması birlik ve bütünlük özelliği göstermesi ve birindeki değişimin diğerinde izlenmesi beklenmektedir. Okul sorunlarını çevreden farklı alamaz. Okulun çevresindeki bir değişiklik onu etkileyecektir (Z. Bursalıoğlu, 1972b, s.76). Okulun çevresindeki kurumlardan medyadaki bir değişiklik okulda da değişiklik yaratır. Okulun medyadan medyanın da okuldan beklentileri birbirini aştığı zaman veya iletişim eksikliği olduğu zaman aralarındaki ilişki gerilecektir.

Okulun problemleri sadece okuldan kaynaklanmamakta etkileşim halinde olduğu diğer sistemlerden de kaynaklanmaktadır. Bundan dolayı diğer sistemleri de

incelemek, araştırmak gereği doğmaktadır. Ayrıca bir sistem olarak okulun kuruluş ve işleyiş kanunları ile medyanın kuruluş ve işleyiş kanunları farklı olduğu için okul ile medyanın bütün özellikleri bir ilişkide toplanamamaktadır. Ancak okul ve medya temel özellikleri ile ilişkilendirilebilmektedir. Bu ilişki de okulun gelişebileceği yönde kurulmalıdır. Aslında okulun da, medyanın da, amacı sağlıklı, verimli, üretici, iyi insanlar yetiştirmektir.

Okul halkla ilişkilerinin medya ile olan ilişkileri oldukça hassas, dikkat edilmesi gereken bir alandır. Basın bütün kamu ve özel örgütler üzerinde kontrol hakkı olan bir kurumdur (Z.Bursalıoğlu, 1979, s.195). Özellikle de bilgi toplumunda okul ve medya ilişkilerinin medyanın bilgi sisteminde işlemesi sonucu ortaya çıkan bir takım değişimleri düşünerek olursak okulun başarısı, okul yöneticisinin ya da halkla ilişkiler uygulayıcısının insan ilişkileri ve iletişim becerisine bağlıdır. Bir okulun çevresindeki güçlerden olan medya okulun başarı ve başarısızlığında etken bir faktördür. Okulda yapılan çalışmaların, okul başarılarının, duyurulması ya da duyurulmaması gereken noktalarda medya ile ilişkileri önemli bir noktadır. Her husustan önce okul yöneticisi halk ile iyi bir iletişim halinde olup, halka kitle iletişim araçlarını kullanarak doğru anlatımı yapmakla başarısını gösterebilir. Fakat önemli bir problem noktası ise bu çalışmaların gerçekleştirilmesi sırasında yaşanan bürokrasi ve prosedürlerdir. Basına bilgi aktarmanın Türk kamu yönetiminde titiz ve hassas bir nokta olduğu unutulmamalıdır. Halkla ilişkiler sorumluları için 657 sayılı Devlet Memurları Yasası'nın getirdiği bir sınırlama vardır (M. Kazancı, 2004, s.89). Medya organlarına yapacakları açıklamalar için ilgili kurumlardan izin almaları gerekmektedir.

Bilgi üretecek bir toplum olarak bireylerin eğitime nasıl yön verebiliriz. Bu bireyleri eğitecek programları, ders araç gereçleri öğretmenleri yöneticileri nasıl hazırlamalıyız (N.Büyükkantarcıoğlu, 2006, s.123). Yukarıdaki açıklananlardan sonra bilgi toplumunda okulların ne ölçüde bilgi ürettiği, yöneticinin bilgiyi ne ölçüde kullanabildiği çocuğun ne ölçüde bilgi edindiği sorgulanabilir. İşte bu noktada atılacak en somut adım eğitimle ilgilidir. Çünkü eğitim, bilgi toplumunda değişen koşullara ve kitle iletişim araçlarına uyumlu hale getirilmelidir.

Günümüzde toplumsal olayları en çok etkileyen faktör “kitle iletişim araçları”dır. Bu nedenle. “kitle iletişim araçları ile eğitimi, demokratik bir ortamda sürdürme yollarını nasıl aramalıyız?”, “Medya ile eğitim yöneticisi nasıl bir araya gelebilir ve eğitimin bazı problemlerinin çözüm yolları nasıl bulunabilir?” soruları cevaplanmaya çalışılmalıdır.

Çalışmada okul-medya ilişkilerinde aşağıdaki alanlar problem edinilmiştir:

1. Okulda medya eğitimi çocukları bilinçli medya üretici yapabilecek midir?

2. Medyanın eğitim işlevi gerçekleşmekte midir?

3. Okulun mesajlarını halka iletilmesini sağlayan, okul-medya ilişkilerini gerçekleştiren okul yöneticisi ve halkla ilişkiler uygulayıcısının medya ile olan ilişkilerinin okula faydaları nelerdir?

Bir yandan, eğitimi daha iyi hale getirerek çocuğu iyi yetiştirmek diğer yandan medyanın ticarî kaygılarını göz ardı etmeden gerçekçi bir bakış oluşturmak, bu iki kurumun yöneticilerinin ve çalışanlarının görüş ve algıları, okul ve medya alanında yapılacak akademik çalışmalar için önemlidir. “Okulda medya eğitimi-medya yeterliliği”, “medyadan faydalanma” ve “medyanın çocuklar üzerindeki etkisi” bu araştırmanın sorunsalını oluşturmaktadır. Çok fazla gündemde yer bulan fakat çok fazla araştırma yapılmayan medya ile ilişkiler anlamında geniş ve soyut yönleri fazla olan bu problem alanı ile ilgili araştırma ve incelemelere gereksinim vardır. Bu nedenlerden dolayı okul yöneticisi ve medya mensubunun okul ve medya ilişkilerine yönelik algı ve görüşlerinin ortaya konulması gereklidir.

Günümüz bilgi toplumunda okul ve medya ilişkisi nasıl işlemektedir? Yöneticilerde olması gereken okul-medya ilişkilerinin resmî ve özel ilköğretim okul yöneticilerinde var olup olmadığı, okul yöneticileri ve medya mensuplarının okul-medya ilişkileri konusundaki algı ve görüşlerinin karşılaştırılması, bu araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

1.2. Amaç

Bu araştırmanın genel amacı, bilgi toplumunda okul ve medya ilişkilerinin araştırılmasıdır. Bu genel amaç doğrultusunda okul yöneticileri ile medya mensuplarının okul-medya ilişkileri düşünce ve algılarına bakılmıştır

Bu çalışmanın önemli bir amacı da fazla çalışma yapılmayan okul ve medya ilişkileri bilgilerini objektif bir şekilde rapor etmektir. Bu objektifliğin bir parçası okuldaki yöneticilerin okul yöneticiliği sorumluluklarını medyadaki çalışanların medyanın eğitim işlevi görevini ortaya koyarak okul ve medya ilişki boyutunu araştırmaktır. Bu doğrultuda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. İlköğretim okul yöneticiliği ve medya mensubu olma değişkeni ile onların okul-medya ilişkilerine yönelik düşünce ve algıları (medya eğitimi-yeterliliği, medyadan faydalanma, medyanın etkileri) birbirine bağımlı mıdır?

2. İlköğretim okul yöneticilerinin sahip oldukları çeşitli demografik, meslekî ve görev özellikleri ile onların okul-medya ilişkisine yönelik düşünce ve algıları (medya eğitimi-yeterliliği, medyadan faydalanma, medyanın etkileri) birbirine bağımlı mıdır?

2.1. İlköğretim okulları yöneticilerinin görev yaptıkları ilköğretim okulu türü (resmî-özel) değişkeni ile okul-medya ilişkisine yönelik düşünce ve algıları (medya eğitimi-yeterliliği, medyadan faydalanma, medyanın etkileri) değişkenleri birbirine bağımlı mıdır?

2.2. İlköğretim okulları yöneticilerinin görev türü değişkeni ile okul-medya ilişkisine yönelik düşünce ve algıları (medya eğitimi-yeterliliği, medyadan faydalanma, medyanın etkileri) değişkenleri birbirine bağımlı mıdır?

2.3. İlköğretim okulları yöneticilerinin cinsiyet değişkeni ile okul-medya ilişkisine yönelik düşünce ve algıları (medya eğitimi-yeterliliği, medyadan faydalanma, medyanın etkileri) değişkenleri birbirine bağımlı mıdır?

2.4. İlköğretim okulları yöneticilerinin kıdemi değişkeni ile okul-medya ilişkisine yönelik düşünce ve algıları (medya eğitimi-yeterliliği, medyadan faydalanma, medyanın etkileri) değişkenleri birbirine bağımlı mıdır?

2.5. İlköğretim okul yöneticilerinin okullarında halkla ilişkiler birimi bulunma özelliği değişkeni ile okul-medya ilişkisine yönelik düşünce ve algıları (medya eğitimi-yeterliliği, medyadan faydalanma, medyanın etkileri) birbirine bağımlı mıdır?

1.3. Önem

1. Üzerinde fazla araştırma yapılmayan bu alandaki eksikliği önemli ölçüde giderecektir.

2. Bu araştırma ile resmî ve özel okulların medya ile olan ilişkileri karşılaştırılabilecektir.

3. Bu araştırma ile özel ve resmî ilköğretim okulları yöneticilerinin medya iletişim becerisine sahip olup olmadıkları ortaya konulabilecektir.

4. Bu araştırma okul-medya ilişki düzeyine bakmak açısından önem taşımaktadır.

5. Bu araştırmaya dayanarak hizmet içi eğitimlerle ilköğretim okulları yöneticilerinin medya ilişkilerinin geliştirilmesi sağlanabilir.

6. Bu araştırma bilgi toplumunda eğitim ve medya arasında en verimli ilişkinin nasıl sağlanabileceğini ortaya koyacaktır.

7. Bu araştırma eğitim kurumları ile medya arasında kopukluğun giderilebilmesi ve eğitimde medyadan faydalanılması açısından önem taşımaktadır,

8. Okulun çocukta medya bilincini nasıl oluşturabileceğine dair bilgiler sunacaktır.

9. Bu araştırma konuyla ilgili Türkiye’de bundan sonra yapılacak araştırmalara ışık tutacaktır.

1.4. Varsayımlar

1. Kaynaklardan elde edilen bilgi, görüş ve düşünceler doğru kabul edilmiştir.
2. Ankete katılan yöneticiler anketi samimî, ciddî ve objektif bir şekilde yanıtlamışlardır.
3. Anket soruları araştırmanın amacına hizmet eder niteliktedir.
4. Özel ve resmî ilköğretim okul yöneticilerinin ve medya mensuplarının okul-medya ilişkilerine yönelik algılarının araştırılabilmesi için alınan örneklem sayısının yeterli olduğu kabul edilmektedir. Araştırmanın örneklemini araştırmanın evreni olan Türkiye'yi temsil etmektedir.

1.5. Sınırlılıklar

1. Araştırma İstanbul İli Avrupa Yakası ilköğretim okulları ve medya kuruluşları ile sınırlıdır.
2. Araştırma özel ve resmî ilköğretim okullarında görev yapan okul müdürleri ve müdür yardımcıları ve medya (yazılı, görsel, işitsel, internet) kuruluşlarında çalışan medya mensupları (genel yayın yönetmeni, yazı işleri müdürü, görsel yönetmen, program müdürü / şefi, editör, köşe yazarı, eğitim yazarı, yazar, redaktör, muhabir) ile sınırlıdır.
3. Araştırmanın konusu ilköğretim okulları ile medya kurumlarını kapsamaktadır.
4. Araştırmanın süresi yüksek lisans tez süresiyle sınırlıdır.
5. Araştırma yüksek lisans tez süresi boyunca ulaşılan bilgi ve bulgularla sınırlıdır.
6. Bu araştırma araştırmacının zamanı, bilgi kaynakları, meslek tecrübesi ve maddî imkânlarıyla sınırlıdır.

7. Araştırma, okulda medya eğitimi, çocuğun toplumsallaşmasında kitle iletişim araçlarının rolü (=medyanın eğitim işlevi), okul halkla ilişkilerinin medya ile olan ilişkileri konularıyla sınırlandırılmıştır. Eğitim teknolojileriyle öğrenme çalışmanın kapsamına alınmamıştır. Okul yöneticileri ile medya mensupları arasındaki ilişkilere bakılarak araştırılan çalışmanın sınırları daraltılmıştır.

1.6. Tanımlar

Araştırmada geçen belli başlı terimlerin tanımları aşağıda verilmektedir.

Bilgi Toplumu: Bilgi toplumu, yeni temel teknolojilerin gelişimiyle bilgi sektörünün, bilgi üretiminin, bilgi sermayesinin ve nitelikli insan faktörünün önem kazandığı, eğitimin sürekliliğinin ön plâna çıktığı, iletişim teknolojileri, bilgi otoyolları, elektronik ticaret gibi yeni gelişmeler ile toplumu ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal açıdan sanayi toplumunun ötesine taşıyan bir gelişme aşaması olarak tanımlanır (C.C. Aktan ve M. Tunç, 1998, s.120-121).

Bilgi Okuryazarlığı: Bilgi okuryazarlığı, bilgiyi etkili kullanabilmek amacıyla yazılı kaynaklar, internet, görsel, işitsel medya türlerini tanıyabilme, istenilen bilgiyi bulabilme, değerlendirebilme ve seçebilme becerisi olarak tanımlanır (A. Altun, 2005, s.49).

Medya Okuryazarlığı: Medya karşısında pasif bir alıcı olmak yerine, medyayı okuyabilmek, medyanın dilini çözebilecek bilinç düzeyine ulaşarak iletişim olgusunda aktif bir birey olarak yer alabilmektir (MEB Talim Terbiye Kurulu ve RTÜK, 2006, s.6).

Sosyalleşme: Sosyalleşme toplumun değerlerini, normlarını, beklentilerini önce öğrenip daha sonra kişiliğinin bir parçası haline getiren bireylerin, topluma mâl olması sürecidir (H.Y. Celkan, 1991, s.57).

Medya (=Kitle İletişim Araçları): Medya deyimi, Latince ortada bulunan, aradaki, araç anlamlarına gelen “medium” kelimesinin bir türevidir. Bu anlamı ifade etmek için batı dillerinde “kitle iletişim araçları” karşılığı olan “mass media” ifadesi kullanılmaktadır (D. McQuial, 1994, s.41-42).

Yazılı Medya: Yazılı medya gazete ve dergi yayıncılığını içerir (C. Aydede, 2004, s.36).

Görsel Medya: Görsel medya televizyonu içerir (C. Aydede, 2004, s.37).

İşitsel Medya: İşitsel medya radyoyu içerir (C. Aydede, 2004, s.37).

Okul Yöneticisi: Bir okulun ya da okul türünün yönetici başı ve mesleksi önderi (R. Öncül, 2000, s.819).

Halkla İlişkiler: Halkla ilişkiler, yönetimin felsefesi, bu felsefenin yürütülen politika ve eylemlerle görüntülenmesi, bir yönetim fonksiyonu ve karşılıklı anlayış ve iyi niyetin sağlanması için, kamuoyu ile haberleşme yöntemlerinden yararlanarak bu felsefenin, politikanın uygulanmasını ve eylemlerin açıklanmasıdır (A. Asna, 2006, s.10).

Medya İlişkileri: Medya ilişkileri, kurumların ve kurumları temsil eden kişilerin, halkla ilişkiler uygulayıcılarının medyayla=basın yayın organlarıyla iletişim halinde olduğu her düzeyde ilişkiler ağına denir (C. Aydede, 2004, s.14).

BÖLÜM II

2. LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde “bilgi toplumu”, “okul”, “medya”, “okul-medya ilişkisi” incelenmiş ve “ilgili araştırmalar” özetlenmiştir. Burada araştırmanın önemi ve amaçları doğrultusunda yapılan literatür çalışması yansıtılmıştır.

2.1. Bilgi Toplumu

Bu bölümde “bilgi toplumu” kavramı, bilgi okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı, bilgi toplumunda okul ve medya konuları incelenmektedir.

2.1.1. Bilgi Toplumu Nedir?

Farklı şekilde tüm tarihsel süreci dikkate alarak analiz yapan B. Jones ve A. Toffler gibi düşünürler, toplumları tarım, sanayi ve sanayi sonrası toplum olarak sınıflandırmaktadırlar. Günümüzde bilgi toplumu ya da sanayi toplumuyla ilgili olarak dalga kuramından yararlanan ve öngörülerini büyük yankılar uyandıran gelecek bilimci A. Toffler, tarih boyunca görülen önemli dönüm noktalarından bahsederken, ana hatlarıyla iki önemli dönüşümün gerçekleştiğini ve üçüncü dönemin fiilen yaşanmakta olduğunu belirtmektedir. Bu yaklaşıma göre, toplumsal gelişmenin ilk dönüm noktası tarımın ortaya çıkması, ikincisi ise sanayi devrimidir (H.B. Akın, 1999). P. Drucker, İkinci Dünya Savaşı'ndan hemen sonra ortaya çıkmaya başlayan üçüncü dönüm noktası sonucu oluşan toplumu “kapitalist ötesi toplum” olarak adlandırmaktadır. Buna göre, yeni toplumun temel ekonomik kaynağı, yani iktisatçıların deyimiyle üretim araçları sermaye, emek ya da doğal kaynaklar değil bilgidir (P. Drucker'dan aktaran: H.B. Akın, 1999).

P. Drucker'ın ekonomik temelli tanımıyla kapitalist ötesi toplum, yaygın kullanımıyla ise “bilgi toplumu”, 1950'li ve 1960'lı yıllarda Amerika Birleşik Devletleri, Japonya, Batı Avrupa ülkeleri gibi gelişmiş ülkelerde bilgi teknolojilerinin giderek artan bir şekilde kullanımıyla ortaya çıkmış bir aşamadır. Gelişmiş ülkelerde şekillenen bu aşamanın en önemli özelliği, bilginin ve bilgi teknolojilerinin tarım, sanayi, hizmetler sektörlerinin yanı sıra eğitim, sağlık, iletişim

gibi her alanda kullanılabilir olmasıdır. Bilgi toplumu, yeni temel teknolojilerin gelişimiyle bilgi sektörünün, bilgi üretiminin, bilgi sermayesinin ve nitelikli insan faktörünün önem kazandığı, eğitimin sürekliliğinin ön plâna çıktığı, iletişim teknolojileri, bilgi otoyolları, elektronik ticaret gibi yeni gelişmeler ile toplumu ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal açıdan sanayi toplumunun ötesine taşıyan bir gelişme aşaması olarak tanımlanabilir (C.C. Aktan ve M. Tunç, 1998, s.120-121).

Sanayi toplumunun teknolojileri ile gerçekleştirilen maddî üretim yerine bilgi toplumunda bilgisayarlara ve bilişim teknolojilerine dayalı bir üretime geçilmektedir. Tüm gelişmeler gibi endüstriyel gelişmenin temelinde de üretilmiş bilginin üzerine daha yeni bilgi eklenilmesi ve giderek artan şekilde paylaşılır kılınması isteği ve çabası yatmaktadır (İ.H. Yücel, 1997).

Bilginin temel değer olduğu mevcut toplumda gelişmişliğin ölçü birimi sahip olunan bilgi, bilginin etkinliği de yeni bir bilgi üretimi olmaktadır. Bilginin kullanımı arttıkça üretim yapısı da değişmekte, bilgi, işgücü ve sermayeden de önemli bir faktör olarak üretime girmektedir. Bilgi, araştırma-geliştirme faaliyetlerine aktarılan insan gücü, finans kaynakları ve zaman kullanımı ile elde edilmektedir (İ.H. Yücel, 1997).

Bilgi toplumunun en önemli özelliklerinden bir tanesi hazır bilgilere erişebilme imkânının olmasıdır. Enformasyon teknolojisindeki hızlı gelişme, üretim için her türlü bilgi akışını hızlandırıp kolaylaştırdığı gibi zaman ve mekân kullanımında sağladığı avantajlarla, üretimde etkinlik ve verimliliği de arttırmıştır (İ.H. Yücel, 1997).

Bilginin öneminin giderek artmasıyla bilginin derlenerek denetim altına alınması, bilgi işlem metotlarıyla kullanıma hazır hale getirilen bilginin ekonomik, toplumsal ve bilimsel gelişmelere katkısı daha da önem kazanmıştır. Bilgi toplumunun en önemli özelliği bilginin toplanması, düzenlenmesi ve yayımı işlemlerinden meydana gelen gelişmelerdir. Bu dönemde bilgi alınır-satılır bir emtia olarak işlem görmeye başlamış ve bu konuda özel şirketler kurulmuştur (İ.H. Yücel, 1997).

Bilgi toplumu aynı zamanda bu topluma ayak uydurabilecek yeni bir insanı da gerekli kılmaktadır. Bilgi toplumunun insanının özellikle iş dünyasında tahlil, sentez, araştırmacılık, müteşebbislik, objektiflik, pratik yaratıcı düşünce, problem çözme ve karar verme beceri ve tekniklerine sahip olması, gereğinde grup çalışması yapabilme, etkili konuşma, etkili takdim, rapor yazma ve sunma tekniklerini çok iyi bilmesi gerekmektedir (İ.H. Yücel, 1997).

Yukarıda genel özellikleri verilen bilgi toplumunun temel özellikleri ise sanayi toplumunun özellikleri ile karşılaştırmalı olarak şu şekilde sıralanabilir (C.C. Aktan ve M. Tunç, 1998, s.122):

- Sanayi toplumundaki maddî sermayenin yerini, bilgi toplumunda bilgi ve insan sermayesi almaktadır.
- Sanayi toplumunda mal ve hizmet üretiminde gelişmenin başlangıcı olan buhar makinesinin yerini, bilgi toplumunda bilgisayarlar almaktadır.
- Sanayi toplumunda kol gücünün yerini, bilgi toplumunda beyin gücü almaktadır.
- Sanayi toplumunda fiziksel ve düşünsel anlamda insan sermayesinin üretime katılımı söz konusu iken, bilgi toplumunda düşünsel anlamda, yükseköğrenim görmüş nitelikli insan sermayesinin üretime katılımı söz konusudur.
- Sanayi toplumunda sanayi mallarının ve hizmetlerin üretimi yapılmaktadır. Bilgi toplumunda ise bilgi ve teknolojinin üretimi gerçekleşmekte ve bilgi sektörünün ürünü olarak bilgisayar, iletişim ve elektronik araçlar, elektronik haberleşme, robotlar, yeni gelişmiş malzeme teknolojileri gündeme gelmektedir.
- Sanayi toplumundaki fabrikaların yerini, bilgi toplumunda bilgi kullanımını içeren bilgi ağları ve veri bankaları (=iletişim ağ sistemi) almaktadır. Bilgi, dünyanın her tarafında üretilmekte ve iletişim teknolojisi aracılığıyla anında her tarafa yayılmaktadır.

- Bilgi toplumu işgücünden tasarruf sağlamakta, bu ise kısa dönemde işsizlik, uzun dönemde ise yeni teknolojilerin global etkilerini ortaya çıkarmaktadır.

- Sanayi toplumundaki genel eğitimin yerini, bilgi toplumunda eğitimin bireyselleşmesi ve sürekliliği almaktadır.

- Sanayi toplumunda, birincil, ikincil ve üçüncül endüstriler tarım, sanayi ve hizmetlerken, bilgi toplumunda birincil, ikincil ve üçüncül sektörlerin yanı sıra dördüncül sektör olan bilgi sektörü ortaya çıkmaktadır.

- Sanayi toplumundaki, özel ve kamu iktisadî kuruluşlardan farklı olarak bilgi toplumunda gönüllü kuruluşların önem kazandığını görüyoruz.

- Sanayi toplumunda başlıca üretim faktörleri emek, tabiat, sermaye, girişimci iken, bilgi toplumunda üretim sürecinde bu üretim faktörlerinin yanı sıra beşinci üretim faktörü olarak teknik bilgi ön plâna çıkmaktadır.

- Sanayi toplumunda üretilen mal ve hizmetlerin kıtlığı söz konusu iken, bilgi toplumunda bilgi kıt değildir. Bilgi, sürekli artmakta ve artan verimler özelliği içermektedir.

- Sanayi toplumunda üretilen mal ve hizmetlerin bir yerden bir yere taşınmasında uzaklık ve maliyet önemli iken, bilgi toplumunda bilgi otoyolları ile tüketici ile bilgi arasındaki uzaklık önemini kaybetmekte ve maliyetler minimuma inmektedir.

- Sanayi toplumunda tüketici taleplerinin karşılanmasında mal ve hizmetlerin mobilitesi oldukça düşük, bilgi toplumunda ise bilginin mobilitesi kolaydır. Bu durum, bilginin sınırsız bir tüketici tarafından tüketilmesine ve yenilikleri teşvik etmesine yol açmaktadır.

- Sanayi toplumunda temel bilgiyi, fizik, kimya bilimleri, bilgi toplumunda ise; kuantum elektronığı, moleküler biyoloji ve çevresel bilimler gibi yeni araştırma alanlar oluşturmaktadır.

- Sanayi toplumunda politik sistem temsili demokrasi iken, bilgi toplumunda katılımcı demokrasi anlayışının daha belirgin bir önem kazanacağı düşünülmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler neticesinde adına “tele-demokrasi” denilen bir değişimin ileriki yıllarda yaşanacağı tahmin edilmektedir.

Bilgi toplumunu belirleyen temel karakteristikler ise şu şekilde sıralanabilir (H.B. Akın, 1999):

Ekonomik yapıdaki değişim: Mal üretiminden hizmet üretimine geçiş.

Yükselen yeni sınıflar: Sanayi toplumunda yarı vasıflı işçiler, çalışan sınıf içinde en kalabalık grubu oluştururken, bilgi toplumunda teknik ve profesyonel sınıf, yani bilim adamları, teknisyenler, mühendisler, öğretmenler sayıca artmış ve toplumun kalbine yerleşmişlerdir.

Bilginin artan rolü: Sanayi toplumu, malların üretimi için makine ve insanların koordinasyonuna dayanmaktaydı. Yeni toplum ise bilgi etrafında örgütlenmektedir.

Bilişim teknolojisi: Sanayi toplumunun ortaya çıkmasında en önemli etken buhar makinesi, elektrik, içten yanmalı motor gibi enerji teknolojilerinin bulunmasıdır. Bilişim teknolojilerinin ortaya çıkıp hızla gelişmesi de benzer bir etkiyi yeni oluşan toplumda oluşturmuştur.

Bilgi toplumunun yukarıda belirtilen temel özelliklerinden ve karakteristiklerinden hareketle bilgi toplumu, sanayi toplumunun sosyo-ekonomik gelişme sürecinde yol açtığı gelişmelerden daha farklı, ekonomik alandaki tüm karar birimlerinin ve kurumların yapısında hızlı değişimi ve yeniden yapılanmayı gerektiren bir aşama olarak nitelendirilebilir (C.C. Aktan ve M. Tunç, 1998, s.122).

2.1.2. Bilgi Okuryazarlığı

Bilgi okuryazarlığı, bilgiyi etkili kullanabilmek amacıyla yazılı kaynaklar, internet, görsel, işitsel medya türlerini tanıyabilme, istenilen bilgiyi bulabilme, değerlendirebilme ve seçebilme becerisi olarak tanımlanabilir. Bilgi okuryazarlığı, geleneksel anlamda okuryazarlığın ve bilgisayar okuryazarlığının kapsamını

genişletmekle birlikte, bireylerin bilgi oluşturma süreçlerine aktif katılımlarını sağlayabilmelerinde de önemli bir niteliktir (A. Altun, 2005, s.49). Bilgi okuryazarı bir birey ise şu zeliklerle tanımlanabilir (C. Doyle'den aktaran A. Altun, 2005, s.52):

- bilgiye olan ihtiyaı kabullenir,
- akıllı karar verebilmek için doğru ve bütüncül bilgiye ihtiyaç duyulduğunu görür,
- potansiyel bilgi kaynaklarını görebilir,
- kendisini başarıya götürebilecek arama stratejileri geliştirebilir,
- bilgisayar ya da diğer araçlarla erişime açık olan bilgi kaynaklarına erişebilir,
- bilgiyi değerlendirebilir,
- uygulanabilirlik açısından bilgiyi organize edebilir,
- yeni bilgi ile var olan önceki bilgileri kaynaştırabilirler,
- eleştirel düşünme ve problem zmede bilgilerden faydalanabilir.

Bilgi okuryazarlığı, bilgi toplumu koşullarında başarılı olmak isteyen bireylerin sahip olması gereken bir niteliktir. Eğitim sistemlerinde de bu niteliğe sahip bireyleri yetiştirmek için gerekli düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Çünkü ğrencilerin de hem sınıf içinde hem de elektronik ortamda katılımcı, araştırmacı, bilgiye ulaşan ve bilgiyi kullanan bireyler olmaları gerekmektedir (MEB, 01.08.2007).

2.1.3. Bilgi Okuryazarlığı ile Medya Okuryazarlığı Etkileşimi

Bilgi okuryazarlığının medya okuryazarlığı ile etkileşimi de bulunmaktadır. Medya okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığını gerektirmektedir. Medya okuryazarlığı daha çok medya kullanıcıları için gerekli bir kavram olsa da, bilgi okuryazarlığı hem medya üreticileri ve hem de medya kullanıcıları için gereklidir. Bilgi okuryazarlığı kavramı bilgi yönetimi kavramına bağlanmaktadır. Bilgi hedeflenmeli, tanımlanmalı,

seçilmeli, değerlendirilmeli, yorumlanmalı, dağıtılmalı ve bilginin yeni amaçları yeniden yaratılmalıdır. Bilgi okuryazarlığı için gerekli olan bu bilgi yönetim süreçleri toplumdaki bireylerin entelektüel nitelikleri ve sosyal sorumluluk almaya hazır oluşları ile yakından ilgilidir (T.A. Bauer, 2006, s.10-11).

2.1.4. Bilgi Toplumu ve Okul

Eğitim, toplumu 21. yüzyılın bilgi toplumu olmaya hazırlayacak temel alanların başında yer almaktadır (M.Sağlam, 1998, s.794). 21. yüzyılda bilgi toplumuna geçiş ile eğitim alanında da eğitilmiş insanın tanımı, öğrenme ve öğretme biçimleri ve öğrenilen / öğretilen bilgi değişmektedir. Öncelikle bilgi toplumunda hızlı değişen bilginin hızına ayak uydurabilmek için bireylerin öğrenmeyi öğrenebilmesi gerekmektedir. Eğitim sistemi de öğrenciyi bu yönde hazırlamalıdır (M.Hesapçioğlu, 1996, s.23). Artık çocuklar belli bir alanın bilgisine ulaşmış bilgi depocukları olarak değil, bilginin bilgisine ulaşmış “bilge”ler olarak yetiştirilmeye çalışılmalıdır (G. Göktürk, 1998, s.802). Bireylerin, değişen hızlı bilgiye ulaşmaları, kendileri ile ilgili gelişmelerin ve tartışmaların dışında kalmamaları ve katılımcı vatandaşlar olabilmeleri için temel düzeyde bilgisayar becerilerine de hâkim olmaları gerekmektedir (M.Hesapçioğlu, 1996, s.23; İ. Erdoğan, 1998, s.873). Kişilerin bu temel beceriyi kazanmasının yanında tüm eğitim sistemleri de bilgi teknolojisi araçlarının getirdiği imkânlardan yararlanmalıdır. Okullarda öğrencilerin temel bilgi altyapısına ulaşması sağlanmalıdır. Eğitim programları da bilgi teknolojisinden en iyi şekilde yararlanılabilmesi için gözden geçirilmelidir (M.Sağlam, 1998, s.795). Çünkü bilgisayar aşinalığına sahip olacak işgücünü, tüketiciyi ve vatandaşı yetiştirecek olan eğitim sistemidir (İ. Erdoğan, 1998, s.873).

Bilgi toplumun okullarında eğitim programı “çerçeve program” olmalıdır. Bu program bir yandan kültürün ve dalın vazgeçilmez içeriklerini vererek “gelenek” ilkesine dikkat ederken, bir yandan da bireysel problem alanlarının çözümü için zaman ve alan bırakarak özgürlük ilkesine dikkat etmek durumundadır (M. Hesapçioğlu, 1996, s.23). Zaten bir süre sonra katı müfredatlar bilgi üretiminin çılıncı hızına ayak uyduramayacaklardır (G.Göktürk, 1998, s.802).

Eğitim tarihi içinde ilgi birkaç bin yıldır “öğretme”den yana olurken artık “öğrenme”den yana olmaya başlamıştır. İlgi odağının öğrenmeye kayması demek, her husustan önce farklı kişilerin, farklı biçimlerde öğrendiklerinin kabul edilmesi demektir. Bu nedenle onların kişisel öğrenme profillerine en uygun alan hangisi ise onları oraya yönlendirmek gerekmektedir (M.Hesapçıoğlu, 1996, s.22-23).

Bilgi toplumunun öđretme teknolojisi bir öđrenme teknolojisidir. Bilgisayar, televizyon ve videodan oluřan görsel pedagoji dűnyası içinde yetiřen çocukların bilgi-beceri dűzeyi, öđretmenlerin bilgi-beceri dűzeyini sűrekli olarak sınava tábî tutmaktadır (M.Hesapçıođlu, 1996, s.22-23). Öđrenim sűreleri de büyük oranda öđretmenin sunuř tekeline bađımsızlařmaktadır. Ancak bu öđretmenin artık gereksiz olduđu anlamına gelmiyor. Sadece öđretmenin rolű daha az bilgi nakli, biçimsel ve teknik bađlamın didaktikleřtirilmesi, plânlanması ve bu sırada öđrencilerde ortaya çıkan ruhsal sonuçların giderilmesi olarak yeniden tanımlanmaktadır (M.Hesapçıođlu, 1998, s.818). Bilgi toplumunda öđrenme merkezli eđitimde bireyin en uygun yöntemlerle öđrenmesi için bizzat arařtırarak, sorgulayarak , yorumlayarak oluřan bir eđitim ortamı oldukça önemlidir. Öđretmenin klâsik sistemi bırakıp çok çeřitli kaynaklardan yararlanıp öđrenmeye rehberlik eden yaklařımda bulunmalıdır. Bu da daha fazla zaman ve emek demektir (H.Yavuzer, 28.04.2007).

Daha çok bilgiyi sunma ve bilgiye ulařma konularında rehberlik rolűnű üstelenmesi gereken öđretmen, bilginin seçimi konusunda da uzman olmak durumundadır. Öđrencinin çođu zaman kitle iletiřim araçları, aile ve okul kűltüründen öđrendiđi bilgiler, öđretmenin müfredat çerçevesinde anlattıđı bilgilerle tutarlı olmayabilir. Bu durumda öđretmen, öđrencinin kűltürel çevresinden öđrendiđi bilgilerle okulda verilmeye çalıřılan bilgileri birbiriyle eřleřtirip bir ayıklama yapmak durumundadır (V.elik, 1998, s.829).

Okulların bilginin yeni biçimlerde üretilmesi ve dağıtılması esaslarına göre yeniden yapılandırılması gerekmektedir. Bu çerçevede okullar hem bilgi üretir hale gelmeli hem de bilgiyi dağıtmalıdır. Bilginin üretiminin ve dağıtımının geliştirilebilmesi için başvurulacak en etkili yollardan birisi kűtüphanelerin geliştirilmesidir. Kűtüphanelerin işleyiş biçimlerinde de bölűmlēmeye geçilmelidir.

Bu şekilde belli bir alanda araştırma yapan birey sahasındaki kaynaklara kolayca ulaşabilecektir (İ.Erdoğan, 1998, s.870-871).

Bilgi toplumunda yetişkinlerin yetki ve bilgi önceliği pedagojik olarak yok olmaktadır. Çünkü o bilgiler de zaten eskiyen dünyada eskimişlerdir. Bunun yanında eğitim bilimi yaşam=iş özdeşliğini kabul etmek yerine onu problematize etmelidir. Çünkü çağımızda, üretim güçlerinin korkunç gelişimi sonucu boş zaman ve işsizler artmaktadır. Ayrıca bilgi toplumundaki hızlı sosyal değişim öğrenileni daha sonra yaşamda kullanmak mantığını gittikçe geçersizleştirmektedir (M.Hesapçioğlu, 1998, s.818).

Bilgi çağının eğitimi, toplumların birbirlerine kapalı olduğu ve etkileşimlerinin az olduğu dönemlerdeki gibi ağırlıklı olarak belirli değerleri aktaran ve önceki kuşakların yaptıklarını yineleyen değil, yeni işler yapabilme yeteneği olan insanları yetiştirmeyi temel amaç edinmelidir. Dolayısıyla bilgi çağındaki eğitim ve öğretim etkinlikleri, bireyleri her an değişen koşullara uyum sağlayacak şekilde donatmalıdır. Bu çerçevede etkili okuma, yazma, konuşma, yaratıcı düşünme, problem çözme, karar verme, araştırma yapma ve nasıl öğrenileceğini öğrenme gibi becerilerin kazandırılması üzerinde önemle durulmalıdır (İ.Erdoğan, 1998, s.870).

Bilgi toplumuyla beraber artık eğitimde yaş ayrımcılığı ortadan kalkmalı, kuşaklar bir arada eğitim görmelidir (G.Göktürk, 1998, s.802). Bilgi toplumunda yaşam boyu eğitim bir realiteye dönüşmüştür (İ.Erdoğan, 1998, s.871).

Soru soran, araştıran ve tartışan bir toplum oluşturmak eğitimin en önemli hedeflerinden biri olmalıdır. Bu nedenle çocuklara neden-sonuç ilişkileri ve soru sorma alışkanlığının verilmesi gereklidir. Bu şekilde yetiştirilen çocuklar araştırma-geliştirme faaliyetlerine önem vereceklerdir. Toplumda bilimsel düşüncüyü bir hayat tarzı haline getirmeden bilgi toplumu oluşturulamaz (İ.H. Yücel, 1997).

Yukarıda aktarılanların da ışığı altında yaşanan çağda eğitimin hedefleri esas itibariyle bir yabancı dili iyi şekilde bilen, bilgisayar okur-yazarlığı olan, enformatik formasyona sahip, enformasyonu bilgiye dönüştürebilen, yapıcı yaratıcı olan, disiplinler arası çalışabilen, yerelliği anlayan ve bunu küreselleştirebilen, risk

alabilen, demokrasi ve insan haklarına saygılı bir birey yetiştirmek olacaktır (M. Aslan, 1998, s.877). Bu hedefleri gerçekleştirebilmek için bir bütün olarak eğitim sisteminde gerekli düzenlemeleri yapmak bilgi çağının gerisinde kalmak istemeyen ülkelerin ilk hedeflerinden birisi olmalıdır.

2.1.5. Bilgi Toplumunda Okul ve Medya

Teknolojik gelişme ve küreselleşmeyle beraber yeni problemler de oluşmaya başlamıştır. Mesaj kirliliği, enformasyon karmaşası, kamuoyunun medyaya duyulan güveninin sarsılması, yoğun rekabet ortamı, bir meslek dalı olan medya ilişkileri kapsamındaki halkla ilişkilerin sorgulanır hale gelmesi bu yeni problemlerden sayılabilir (C.Aydede, 2004, s.10).

Radikal anlamda dünya değiştikçe çalışma ve iletişim yöntemlerimiz de değişmektedir. Teknolojideki baş döndürücü değişim kitle iletişimdeki değişimi meydana getirmiş ve “enformasyon çağı”na geçilmiştir. Amerikan Halkla İlişkiler Derneği (Public Relations Tactics / PRSA) Dergisi’nin verilerine göre (Public RelationsTactics / PRSA Dergisi’nden aktaran: C. Aydede, 2004, s.13-14):

- Son otuz yıl içerisindeki enformasyon son 500 yılda üretilen enformasyondan fazladır.
- Times dergisinin tek sayısındaki enformasyon miktarı 17. yüzyılda yaşamış ortalama bir insanın hayatında karşılaştığı enformasyondan fazladır.
- E-posta ve internet, enformasyon erişimi fırsat eşitliğini sağlayarak iletişim engellerini ortadan kaldırmaktadır.
- Video ve sesli posta, video konferansı gibi olanaklar iletişim kuran kişiler arasında uluslararası engelleri ortadan kaldırmaktadır.

Görüldüğü üzere kitle iletişimdeki bu çeşitlenme nedeniyle bilgi toplumunda okul ve medya ilişkisinde medya (=basın ve yayın organları) iletişimin en etkin kanalıdır. Bu nedenle medya ilişkilerinin başarısı halkla ilişkiler programlarının başarısını doğrudan etkilemektedir (C. Aydede, 2004, s.14). Medya faaliyetlerinin de

içine doğduğu enformasyon toplumunda bilgilendirme, organik bir gereksinime dönüştürmüştür (Ö. Soysal, 1995, s.4).

Günümüzde her kurum kurumsal kimliğini oluştururken medyanın gücünün farkındadır. “Doğru hedefe ulaşan tanıtım” ihtiyacı kurum için vazgeçilmez bir ihtiyaçtır. Başlangıçta sevinçle karşılanan bilgi çeşitliliği zamanla bilgi kalabalıklığı ve bilgi kirliliğine dönüşmüştür. Eğitim kurumları medya iletişiminde yazılı görsel ve işitsel medyaya özellikle de görsel medyanın çok çeşitli tematik kanallarına kadar uzanan hedef, strateji ve vizyona sahip, dikkatli ve özenli bir medya yaklaşımı geliştirmelidir (C. Aydede, 2004, s.14-15). Bilgi toplumunda doğru bir okul medya ilişkisi için doğru iletişimi sağlama koşullarını uygulamak okul için fayda sağlayacaktır. Bilgi toplumunda okul medya ilişkisi için önce bilgi toplumunda öğrenim gerçekleştirmek, bilgi öğretmeni, bilgi yöneticisi ve bilgi okulu olmak gerekmektedir.

2.2. Okul

Bu bölümde eğitim ve okul kavramlarına değinildikten sonra, okulun amaçları ve görevlerinden kısaca bahsedilmiş ve okulun toplumsallaşma görevi irdelenmiştir. Okulda medya eğitimi ve okulun çevreyle ilişkileri incelenmiştir. Okulda halkla ilişkilere kısaca değinilmiştir. Bu konu ilerleyen bölümlerde ayrıntılı olarak işlenmiştir.

2.2.1. Eğitim Nedir?

Okulun tanımlarına geçmeden önce eğitimin ne olduğuna, böylece okulun eğitim süreci içindeki yerine kısaca değinilecektir.

“Eğitim” her şeyden önce, insanoğlunun bugünkü ve yarınki yaşamına bir müdahaledir. Eğitimin bu tür bir müdahale olmasından dolayı, çok çeşitli eğitim anlayışları geliştirilmiştir. Bu eğitim anlayışları, zamana ve ülkelere göre son derece değişiklik göstermişlerdir. Yine “insan” ve “onun özü”ne ilişkin yapılan felsefi, felsefi antropolojik ve bilimsel araştırmalar eğitim konusunda anlayış farklılığına götürmüşlerdir (M. Hesapçıoğlu, 1994, s.29).

Eğitim 6đreten ve 6đrenen arasında ilişkinin 6z6n6 sevgi ve sorumluluk oluşturur. Eğitim yolu ile 6đrenen 6ocuk kendi kendini belirleme, birey olma yetisini kazanır, bir ahlak6 ve moral yapı oluşturur. Bu a6ıdan eğitim insanın 6zg6rleşme s6reci olarak da tanımlanır (M.Hesap6ıoğlu, 30 Nisan 2004, s.2). T6rkiye Cumhuriyet eğitim tarihi de 6zg6rleşme m6cadelesinin bir par6ası olarak başlamıştı. Başkomutanın “ya istikl6l ya 6l6m” s6zleri ile ayağa kalkan bir ulus d6şmanı akıl, inan6 ve 6zg6rl6k tutkusu ile yenmesini bildi. Ancak 6zg6r yaşamak, insanı aydınlatarak 6ağdaş bir T6rkiye kurmak gerekiyordu. Bunun yolu da eğitimden, eğitim ordularının zaferinden ge6iyordu (N.Yılmaz, 25 Kasım 2003, s.9). Atat6rk uzun yıllar ihmal edilmiş olan memleketimizin kısa zamanda muasır medeniyet seviyesine eğitim yoluyla erişebileceğini ileri s6rerek, eğitim felsefesini ortaya koymuştur (S.Karag6z, 1956, s.1).

H. Y. Celkan’ın tanımına g6re ise eğitim, 6đretim kurumlarında uygulanan bir teknik, 6đretim faaliyetlerinin t6m6, tahsil, terbiye, yetişme ve yetiştirme gibi anlamları i6eren temel bir sosyal kurumdur (H.Y. Celkan, 1991, s.8).

Eğitim sosyal politikanın bir fonksiyonudur. “Eğitim, mill6 politikaların en 6nemli bir par6ası haline gelmiş, sosyal ekonomik, politik kompleks bir fonksiyon oluşu nedeniyle b6t6n temay6l ve ilgileri 6zerinde toplamıştır (M. Hesap6ığlu, 1969, s.2)

Eğitim ama6 y6n6nden incelendiğinde kasıtlı (=intentionnel) ve işlevsel (=fonctionnel) olmak 6zere ikiye ayrılır. Okullarda yapılan eğitim kasıtlıdır. Belirli bir program, pl6n ve ama6 d6hilinde yaptırılır, pratik değeri azdır. Oysa fonksiyonel eğitim, 6ocuğun ailede, okulda, her t6rl6 toplumsal gruplarda yaşayan, y6r6rl6kte ve uygulamada olan değer yargılarını, kuralları, yaptırımları bizzat yaşayarak, yeri ve zamanı geldik6e anında 6đrenmesi demektir (H.Y.Celkan, 1991, s.10-11).

Yukarıda tanımlanmaya 6alışılan “eğitim”in ger6ekleştirme yeri ise okuldur. Bir sonraki başlıkta T6rk eğitim sisteminde ilkokđretim okullarına dair bilgilere yer verilmiştir.

2.2.2. Okul Nedir?

“Aydınlanma / modernizm ile başlayan uluslaşma süreci, eğitim olgusunun kurumsallaşmasına, okul denen birimin yaratılmasına neden olmuştur (M. Hesapçioğlu, 2003, s.147).

Okul, eğitim sisteminin tabanında yer alan temel sistemdir. Okulöncesi, ilköğretim, ortaöğretim okulları, yaygın eğitim ve hizmet içi eğitim merkezleri, fakülteler, enstitüler, yüksekokullar, bağımsız bölümler ve bunlara benzer eğitim kuruluşları okul kavramı altındadırlar (İ.E. Başaran, 2006, s.78).

“Okul denilen kurum farklı bakış açılarına, farklı teorilere göre kavramlaştırılmaktadır. Her bir farklı bakış açısına göre farklı bir okul anlayışı ortaya çıkar ve her bir okul anlayışı da o okulda gerçekleştirilen eğitim / öğretim ve öğretmeni tanımlar. Okula ilişkin bu farklı bakış açılarına *okul teorileri* denir” (M. Hesapçioğlu, 2004, s.7-14). Bu bilgi doğrultusunda bazı okul tanımları şöyle sıralanabilir:

Okul geleneksel olarak öğrenilen, bilgiyi üreten, sunan ve yayan bir örgüttür (V. Çelik, 2002, s.134). Okul kendine özgü kültüre sahip örgütlü bir kurumdur (M. Tezcan, 1994, s.239). Okul, özgün bir toplumsal sistem, formal bir örgüttür (M. Aydın, 1994, s.198).

“Okul dediğimiz örgütün en önemli ve açık özeliği, üzerinde çalıştığı ham maddenin toplumdan gelen ve topluma giden insan oluşudur. Böylece, okulun birey boyutu kurum boyutundan daha duyarlı, informel yanı formal yanından daha ağır, etki alanı yetki alanından daha geniştir. Gerçekten sosyal bir sistem olarak kurulması ve çalışması gereken okul ortamında, davranış bilimleri ve insan ilişkilerinin yeri bu bakımlardan büyük önem taşır” (Z. Bursalıoğlu, 1972a, s.24).

2.2.3. Okulun Amacı, Görevi ve İşlevleri

Okul eğitim-öğretim etkinlikleri içinde bir takım amaçları gerçekleştirerek, görevleri yerine getirir. Okulun amacı, görevi ve işlevleri aşağıda kısaca

tanıtılacaktır. Ardından Türkiye Millî eğitiminin amaçları aktararak konu somutlaştırılacaktır.

Okul amaçları eğitimin amaçlarının içerisinde yer alır ve çeşitli ölçütlere göre sınıflandırılabilir. Bu ölçütlerden birisi “eğitim sisteminin işlevleri”ne dayalı olarak okulun işlevleridir. İşlevsel ölçüte göre okulun amaçları aşağıdaki kategorilerde toplanmaktadır (M. Hesapçioğlu, 1994, s.70-71):

1. Toplumsal kategoriye giren amaçlar: Bu amaçlar, kişinin ait olduğu toplum yapısının karakterini belirten, kişinin bu toplum yapısına uyum sağlayacak şekilde sosyalleşmesini öngören amaçlardır.

2. Kişisel kategoriye giren amaçlar: Bu amaçlar, kişinin topluma kültürel entegrasyonunu sağlayan ve kişinin kendi psikolojik özelliklerine göre gelişimini öngören amaçlardır.

3. Ekonomik kategoriye giren amaçlar: Bu amaçlar, kişinin topluma belli yeteneklerle donatılmış üretici bir kişi olarak katılmasını sağlayan amaçlardır.

4. İnsanlar arası ilişkiler (= politika) kategorisine giren amaçlar: Bu amaçlar, toplum düzeninin yaşaması ve kendini yeniden üretmesine yönelik amaçlardır.

Amaçların bu şekilde gruplandırılması, bir sosyal sistemin, oradan bir eğitim sisteminin oradan da okulun işlevlerini belirten bir toplum kuramına dayanmaktadır. Sosyal düşünce tarihinde bulunan değişik sosyal kuramlar içerisinde en önemlisi T. Parsons'un kuramıdır (M. Hesapçioğlu, 1994, s.71). Yukarıdaki sınıflandırma da T. Parsons'un kuramına dayanmaktadır.

Z. Bursalıoğlu okulun görevlerini sosyal, politik ve ekonomik görevler olarak üç grupta incelemiştir. Okulun sosyal görevi çocuğu sosyalleştirmektir (=kültürü aşlamak). Okulun politik görevi yetiştirdiği kuşağın vatandaşlık sistemine bağlılık göstermesini sağlamaktır. Okulun ekonomik görevi ise ekonomiye beyin gücü ve insan gücü kazandırmaktır (Z. Bursalıoğlu, 2002, s.37).

V. Çelik’de okulun görevlerini sosyal, politik ve ekonomik olmak üzere üçe ayırmıştır. Okul yalnızca bir öğrenim kurumu değildir. Kendi içinde ve dışında çatışan sosyal, politik ve ekonomik değerleri dengelemek görevine de sahiptir (V. Çelik, 2002, s.51).

İ. E. Başaran okulun görevini şöyle açıklar: “...Toplumun üyelerini değişime hazırlamak, toplumsal ilişkileri geliştirmek ve toplumun her üyesini üretim yeterlikleri ile donatmaktır (İ. E. Başaran 2006, s.17). Bu görev tanımı kişisel, toplumsal ve ekonomik kategorilere girmektedir.

C. Binbaşıoğlu ise “okulun amacını öğrenciye dogmalar halinde ezber bilgiler vermek değil onu düşünebileceği bir formasyona kavuşturmak” şeklinde açıklamaktadır (C. Binbaşıoğlu, 2005, s.580). Bu amaç ise kişisel kategoriye giren amaçlar içinde değerlendirilebilir.

Okulun temel işlevi belli öğrenme yaşantılarının öğrencilerle yaşanmasını sağlamak için çevreyi gerekli biçimde düzenleyerek, toplumun sosyal ve ekonomik çevrenin eğitsel ihtiyaçlarını karşılamaktır (H. Taymaz, 2007, s.4). H. Taymaz’ın yapmış olduğu bu tanım ise toplumsal, kişisel ve ekonomik kategoriye girmektedir.

Okulun içsel ve dışsal sorumluluğu üç hususa dayanmaktadır: (1) öğrencilerin destekleyici bir eğitim ortamında iyi öğrenim görecekları inancını arttırmak, (2) zararlı uygulamaların gerçekleştirilmesi olasılığını azaltmak ve (3) zararlı ve etkisiz uygulamaların belirlenmesi ve düzeltilmesi için gerekli içsel öz düzenlemelerin yapılmasını sağlamaktır (M. Hesapçioğlu, A. Bakioğlu ve R. Baltacı, 2001, s.149).

Toplumsal yapılarıdaki değişim okulun görevlerini de etkilemektedir. Günümüzdeki aile yapısında ebeveynler çocukları için çok az zaman ayırırlar ve bundan dolayı çocukların tüm günlerini geçirebilecekleri okullara ihtiyaç duyurlar. Böylece okul, sadece bilgi ve becerinin sunulduğu bir kurum olmaktan çıkıp ebeveynlerin de bazı rollerini üstlenerek pedagojik bir tam gün kurum kimliğine sahip olmaktadır (M. Hesapçioğlu, 2004, s.7-14).

Okulun bir diğer önemli rolü de kültürün değişimini gerçekleştirmesidir (Z. Bursalıoğlu, 2002, s.35).

Okulun yukarıda aktarılan amaç ve görevlerini Türkiye özelinden incelediğimizde, Türkiye Millî Eğitimi'nin amaçlar hiyerarşisinin en üstünde Türkiye Cumhuriyeti'nin ulaşmak istediği Türk toplumunun siyasal felsefesini yansıtan idealin olduğu görülür. Bu ideal Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün hedef olarak gösterdiği "çağdaş gelişmiş, medeniyetler düzeyi"ne erişmek ve bu düzeyi aşmaktır. Bu uzak amaç altında Türk Millî Eğitimi'nin genel amaçları, 14.06.1973 tarih ve 1739 sayılı millî eğitim temel kanununda 2. maddesinde belirtilen amaçlardır. Türk Millî Eğitimi'nin genel amaçları örgün eğitimimizin genel amaçlarıdır (M. Hesapçıoğlu 1994, s.69).

Okulun amaçları Millî Eğitim Bakanlığı mevzuatında aşağıdaki gibi ele alınmaktadır (MEB, 28.07.2007):

"Madde 2. Türk Millî Eğitimi'nin genel amacı, Türk Milleti'nin bütün fertlerini,

1. (Değişik: 16/6/1983 - 2842/1 md.) Atatürk inkılâp ve ilkelerine ve Anayasada ifadesini bulan Atatürk milliyetçiliğine bağlı, Türk Milleti'nin millî, ahlâkî, manevî ve kültürel değerlerini benimseyen, koruyan ve geliştiren, ailesini, vatanını, milletini seven ve daima yüceltmeye çalışan, insan haklarına ve Anayasanın başlangıcındaki temel ilkelere dayanan demokratik, lâik ve sosyal bir hukuk Devleti olan Türkiye Cumhuriyeti'ne karşı görev ve sorumluluklarını bilen ve bunları davranış haline getirmiş yurttaşlar olarak yetiştirmek,

2. Beden, zihin, ahlâk, ruh ve duygu bakımlarından dengeli ve sağlıklı şekilde gelişmiş bir kişiliğe ve karaktere, hür ve bilimsel düşünme gücüne, geniş bir dünya görüşüne sahip, insan haklarına saygılı, kişilik ve teşebbüse değer veren, topluma karşı sorumluluk duyan, yapıcı, yaratıcı ve verimli kişiler olarak yetiştirmek,

3. İlgi, istidat ve kabiliyetlerini geliştirerek gerekli bilgi, beceri, davranışlar ve birlikte iş görme alışkanlığı kazandırmak suretiyle hayata hazırlamak ve onların, kendilerini mutlu kılacak ve toplumun mutluluğuna katkıda bulunacak bir meslek sahibi olmalarını sağlamak,

Böylece bir yandan Türk vatandaşlarının ve Türk toplumunun refah ve mutluluğunu artırmak, öte yandan millî birlik ve bütünlük içinde iktisadî, sosyal ve kültürel kalkınmayı desteklemek ve hızlandırmak ve nihayet Türk Milleti'ni çağdaş uygarlığın yapıcı, yaratıcı, seçkin bir ortağı yapmaktır” (MEB, 28.07.2007).

“Bu genel amacın altında özel amaçlar yer alır. Bunlar da yine hiyerarşik yapıda olmak üzere, herhangi bir okul (düzeyinin) amaçları, bir dersin amaçları, bir konunun amaçları şeklindedir. Gerek Millî Eğitim Temel Kanunu'nda gerekse millî eğitim şuraları kararlarında –örneğin XI. Millî Eğitim Şurası kararlarında– okul düzeylerinin amaçları belirtilmektedir” (M. Hesapçioğlu 1994, s.70).

II. Özel amaçlar:

Madde 3. Türk eğitim ve öğretim sistemi, bu genel amaçları gerçekleştirecek şekilde düzenlenir ve çeşitli derece ve türdeki eğitim kurumlarının özel amaçları, genel amaçlara ve aşağıda sıralanan temel ilkelere uygun olarak tespit edilir (MEB, 28.07.2007).

Türk Millî Eğitimi'nin temel ilkeleri ise “genellikle ve eşitlik, ferdin ve toplumun ihtiyaçları, yöneltme, eğitim hakkı, fırsat ve imkân eşitliği, süreklilik, Atatürk inkılâp ve ilkeleri ve Atatürk milliyetçiliği, demokrasi eğitimi, laiklik, bilimsellik, plânlılık, karma eğitim, okul ile ailenin işbirliği ve her yerde eğitim”dir (MEB, 28.07.2007).

2.2.4. Okulun Toplumsallaşma Görevi

Okulun toplumsallaşma rolünü anlatabilmek için öncelikle toplumsallaşmayı kavram ve araçlar açısından incelemek gerekmektedir.

Sosyalleşme insanın içinde yaşadığı topluma uyum sağlaması, toplum ile bütünleşmesi ya da özdeşleşmesidir. Bir diğer tanıma göre ise toplumun değerlerini, normlarını, beklentilerini önce öğrenip daha sonra kişiliğinin bir parçası haline getiren bireylerin, topluma mâl olması sürecidir (H.Y. Celkan, 1991, s.57).

Diğer insanlara nasıl davranılacağını öğrenmek olarak tanımlanabilecek sosyal gelişim (=sosyalleşme), insan yaşamının önemli bir yönüdür (T.C. Morgan'dan

aktaran Y.D. Ertürk ve A.A. Gül, 2006, s.23). Bir diğer kaynağa göre ise toplumsallaşma toplumun kural ve geleneklerini öğrenme sürecidir (N. A. Sprinthall ve R.C. Sprinthall'dan aktaran: A.E. Şahin, 2006, s.6).

“En geniş anlamıyla toplumsallaşma, çocuğun eğitimi demektir. Bu sürece, aynı zamanda, *topluma hazırlanma* denilebilir ki birey, bu süreçle, belli bir toplumla ve dar anlamda ise belli bir grupla bütünleşmektedir. Birey, toplumsallaşırken toplumsal etkileşime tâbi olur (M. Tezcan, 1994, s.28). Çocuk, bilişsel, psikososyal, ve fiziksel olmak üzere bu üç alandaki etkileşim sonucu gelişimini tamamlamaktadır. Sağlıklı çocuklarda gelişim alanları da birbirleriyle doğrudan ve karmaşık yollardan etkileşim halindedir. Gelişim üzerine etki eden etkenler biyolojik (=olgunlaşma) ve çevresel etkenler (=sosyalleşme) olarak sınıflandırılmaktadır (Y.D. Ertürk ve A.A. Gül, 2006, s.19-20).

Birey birçok araç ile toplumsallaşır. Çocuğun toplumsallaşmasında rol oynayan belli başlı toplumsal kurumlar aile, akran grupları, çevre ve okul olarak sıralanabilir (M. Tezcan, 1994, s.37):

1. Aile: “Aile temel sosyal kurumdur. Toplumun en küçük sosyal örgütü ve aynı zamanda eğitim kurumudur” (H.Y. Celkan, 1991, s.95). Ailede toplumsallaşma, çocuğa öğretimde buluma, rehberlik, çocuğun eylemlerine yanıt vermek ve kendi eylemlerine çocuğu katmak yollarıyla olur” (M. Tezcan, 1994, s.148).

2. Akran grupları: Çocuğun sosyalleşmesinde ve eğitimsel değerler kazanmasında aileden sonra arkadaş grupları etkilidir (H.Y. Celkan, 1991, s.99). Çocuk akran gruplarında hoşça vakit geçirir ve toplumsal ufuklarını, görüş açısını geliştirir ve daha karmaşık bir kişi durumuna gelir (M. Tezcan, 1994, s.173-175).

3. Çevre (kitle iletişim araçları, dinsel kurumlar, gençlik hizmetleri örgütleri, iş örgütleri, ekonomi ve siyasal kurumlar): Kişiliğin oluşumunda kalıtım kadar çevre de önemli bir öğedir (M. Tezcan, 1994, s.37). Çocuğun eğitiminden sorumlu olan kişiler çevreyi iyi kullanmadıkları takdirde çocuğun çevre tarafından gelişimini engellemiş olurlar.

Çocuğun toplumsallaşmasında kitle iletişim araçlarının rolü medya bölümünde ayrıntılı olarak işlenmiştir.

4. Okul: Okul çocuğun toplumsallaşmasında temel kurumlardan biridir (M. Tezcan, 1994, s.244). Okulun görevlerinden bir tanesi çocuğun sosyalleşmesidir. “... Eğitim, işlevleri ve ilişkilerinin niteliği açısından, en azından kuramsal olarak, eşsiz bir toplumsal sistemdir. Topluma yeni katılanların toplumsallaşması, siyasallaşması ve kültürlenmesi işi eğitime verilmiştir” (M. Aydın, 1994, s.176).

Okulun toplumsallaştırma işlevi şu görevleri içerir (M. Tezcan, 1994, s.245-246):

- çocuğu eğitmek,
- çocuğa kültürün temel bilgi ve becerilerini anlatmak,
- çocuğu ailesine olan duygusal bağımlılıktan kurtarmak,
- öğrencileri seçmek ve ayırmak,
- geçerli toplumsal değeri desteklemek,
- toplumsal bağlılığı öğretmek,
- öğretmeni öğrenciler için bir model olarak göstermek.

Çocuk okulun bir üyesi iken aynı zamanda çevresindeki kulüp, serbest zaman etkinlikleri ve geçici nitelikteki arkadaş grupları gibi diğer örgütlü grupların da üyesi olur (M. Tezcan, 1994, s.29). E. Durkheim çocuğun toplumsallaşmasında okulun artan önemi üzerinde durarak okulun çocuğun grup yaşamındaki dayanışma duygusunu kazandırdığını belirtmiştir (M. Tezcan, 1994, s.12).

“Amerikalı eğitimci J. Dewey örgün bir eğitim kurumu olarak okulun çocuğa, çevrenin karmaşık ilişkilerini ve olaylarını basitleştirecek sunma, çocuğa çevrenin zararlı alışkanlıklarından arındırılmış ilişkiler ortamı hazırlama ve onun dar çevresiyle geniş çevresi arasında bir denge ve bütünleşme sağlayarak dinamik bir

karakter kazanması gibi imkânlar sunmasından ibaret fonksiyonundan bahseder” (H. Y. Celkan, 1991, s.151).

Okulun toplumsal görevlerinden birisi de, öğrencilerin aileleri ile iyi diyalog kurmaktır. Bu amaç ile kurulan okul aile birliklerine okul yönetiminin verdiği aktif role dayalı olarak mezuniyet, kutlama, anma günleri, sergi, defile, konferans, toplantı ve eğlence gibi kaynaştırma, kültür ve yardım amaçlarına yönelik etkinlikler düzenleme sorumluluğu düşer (H.Y. Celkan, 1991, s.159). Okul toplumsallaşma görevini yürütürken okul yöneticisi de sosyalleşir. Yönetici bu süreçte aktördür. Okul örgütündeki insanlar yöneticinin uyumunda ve sosyalleşmesinde anahtar öğeler durumundadırlar. Okuldaki sosyalleşme süreci okulun değer ve öncelikleri ile kişinin değer ve öncelikleri arasında bir uyum oluşturacaktır (A. Balcı, 2000, s.111).

Okul, en önemli ve temel görevi olan toplumsallaştırma görevini yerine getirirken üstlendiği büyük sorumluluğun farkına varmalı ve bu alanda çocuğa ve topluma tüm imkânları sunmaya çalışmalıdır. Eğitim yönetimi, toplumun eğitim gereksinmelerini karşılayan, eğitim örgütünü önceden belirlenen amaçları en etkili bir şekilde gerçekleştirmek geliştirmek sürecini ve yeni durumlara yenileştirmek uyarlamak durumundadır. Okulun kendini yeni teknolojiye bilgi toplumuna uyarlaması gerekmektedir.

2.2.5. Okulda Medya Eğitimi

20. yüzyılda birçok derin değişiklik aynı anda, farklı alanlarda ve birbirleri ile ilişkili olarak gerçekleşmiştir. Bunlar arasında dünyanın yeni teknolojiler ve medya araçları yolu ile değiştirilmesi sayılmaktadır. Bu değişimlere uyum sağlamak yeni yeteneklerin geliştirilmesini gerektirmiştir. Bu yeteneklerin geliştirilmesinde eğitim temel belirleyicidir (M. Hesapçioğlu, 2001, s.41).

21. yüzyılda, modern çağdan kalma aydınlanma döneminin çocuğu olan okul kurumu eleştiri altındadır. Günümüzde oluşmuş bir *öğrenme piyasası* bulunmakta olup normal eğitim sisteminin dışında okula rakip olabilecek birçok kurum vardır. Bunlardan bir tanesi de medyadır. Okul kendisine ait bir sıra görevi medyaya vermeye başlamıştır (M. Hesapçioğlu, 2004, s.7-14).

Sanayileşme ve şehirleşme ile birlikte çeşitlenen ve daha karmaşık hale gelen eğitim, medyanın artan gücü ile daha da karmaşık hale gelmektedir (V. Gani, 1996, s.1363). Günlük hayatın önemli bir parçası haline gelen medya, eğitim sürecine dahil olmakta, bireyin sosyalleşmesine etkisi günden güne artmaktadır (İ. Erdoğan, 1998, s.847). Artık medya ve eğitim araçlarının, sosyalleşme ve öğrenme süreçlerine, toplumun iletişim kültürüne olan etkileri konu edinilmektedir (R. Vollbrecht, 2004, s.308-309).

Bilişim alanındaki gelişmeler, kitle iletişim alanlarının (medyanın) etkileri ile değişen değerler içerisinde çocuklar değişen dünyaya hazırlık yaparak büyümektedirler. Bu hızlı gelişmeler ve öğrenme süreçlerindeki değişimler çocuk için yeni bir yaşam anlayışı sunmakta algıladığı teknolojiyi gündelik hayatına aktarmaktadır (Y.D. Ertürk ve A.A. Gül, 2006, s.1-2).

1970’li yıllardan bu yana çocukların medya ile olan ilişkileri tartışılmakta ve bunların pedagojik olarak desteklenmesi yönüne doğru gidilmektedir. Öğrencilerde tüketici bir medya kullanımı yerine yaratıcı, düşünsel, seçici, medya kullanımı oluşturulmaktadır. Burada amaç mümkün olduğunca bir medya yeterliliği geliştirmektir (R. Vollbrecht, 2004, s.308-309).

80’li yıllarda, kitle iletişim araçlarının eğitime baş kaldırma rolüne soyunduğuna dair görüşler doğmuştur. Buna önlem olarak da kitle iletişim araçlarının eğitimde kullanılması kavramı (edu-communication=iletişimsel eğitim) ortaya atılmıştır (Unesco’dan aktaran: Y. Budak, 2002, s.18). Kitle iletişiminin yaygınlaşmasıyla değişen koşullar göz önünde bulundurulduğunda da, okuldaki eğitim programlarının çocuk için psikolojik, fiziksel ve duygusal açıdan doyuruculuk sağlayabilmesi açısından da gereklidir (Y. Budak, 2002, s.23).

Medya, çocuğa eleştirel düşünme becerisi kazandırabilecekken, dikkatli olunmadığı takdirde dogmatik bir birey olmasına da yol açabilir. Medya olayları anlamakta ve yorumlamakta önemli bir etken olup, kendi tekniklerini kullanarak etki kurmaya çalışır. Medya kendine özgü bu teknikleri kullanırken, izleyici bu tekniklerin farkına varmadan medyanın aktardığı şekilde takip ederse eleştireliliğini kaybedip yanılabilir. Bu nedenle okullarda “medya aşinalığı”nı sağlayıcı bilgiler

verilmelidir. Medya aşinalığı sağlamanın amacı programların nasıl yapıldığını bazı görüşlerin nasıl vurgulandığını, bazı görüşlerin ise nasıl göz ardı edildiğini anlama yeteneği kazandırmaktır. Okul çocuğa medyayı kullanma, kontrol etme, medyadan gelen bilgiyi araştırma ve yorumlama ve medyaya eleştirel bakabilme yetenekleri kazandırmalıdır. Medya aşinalığı kazanan birey mesajların neden verildiğine eleştirel bir gözle bakabilmeyi öğrenir (İ. Erdoğan, 1998, s.874).

İlkokuldan başlanarak öğrencilere sunulan atmosferin onların özgür düşünce geliştirmelerine, kendilerini bu yolda eğitmelerine olanak tanımadığı gerçeğini düşünecek olursak iletişim eğitiminin bu ülkenin özgül koşulları doğrultusunda üstüne düşen görevler de kendiliğinden belirginleşmeye başlar. Böylesi kapsamlı bir bilinç eğitimi iletişim eğitiminin gerekli bir tamamlayıcısı olarak düşünülmeli Türkiye’de sağlıklı bir kamuoyu oluşturulması ve iletişim ahlâkının bağlamında ortaya çıkan sorunların çözümlerinin doğru yerde aranması gerekmektedir (A. Cemal, 1996, s.1369-1370).

Günümüzde, bireylerin kitle iletişim araçlarından etkin bir şekilde yararlanabilmeleri için, bilinçli kullanım biçimlerinin geliştirilebileceği, “medya okur yazarlığı” olarak isimlendirilen eğitim sürecinden söz edilmektedir. Medyayı kötülemek onu görmezden gelmek yerine medyayı nasıl kullanacakları konusunda çocuklara eğitim verilmesi gereği vurgulanmaktadır (Y.D. Ertürk ve A.A. Gül, 2006, s. 7).

Çocuklara eleştirel düşünen, medyayı etkin bir şekilde kullanan gerçekçi medya izleyicileri olmalarının nasıl sağlanacağını anlatan “medya okuryazarlık dersi” bir sonraki bölümde açıklanmaktadır.

2.2.5.1. Medya Okuryazarlığı

Bilim ve teknolojiadaki hızlı gelişme iletişim alanında da etkili olmuş ve bir enformasyon çağı yaşanmıştır. Kitle iletişim araçlarının gelişimi iletişim kanallarının çeşitliğinin arttırmış, bilgi ve enformasyon bolluğunda doğru bilgiye ulaşma yollarının belirlenmesi de bir sorun olmuştur (MEB Talim Terbiye Kurulu ve RTÜK, 2006, s.5).

Özellikle çocuklar sunulan bilgi ve enformasyonu seçme şansı olmadan bilinçsizce doğrudan alarak etkilenmektedir. Kolay erişilebilen kitle iletişim araçlarından televizyon yayınları evlerin içine kadar gelerek çocukların etkiye en açık ve en hassas alıcı grubu durumuna gelmelerine neden olmaktadır (MEB Talim Terbiye Kurulu ve RTÜK, 2006, s.5).

“Genç insan için medyanın etkisi ve buradan kaynaklanan rizikolar merkezi öneme sahiptir. Çünkü çocuklar ve gençler bugün geçmişle karşılaştırılmayacak derecede, farklı ve yoğun biçimde bilgi ve oryantasyon değerleri etkisi altındadırlar. Refah devletinin çocuklarının tüketim yönelimliliği onların beceri yeteneğini sınırlıyor, artan televizyon tüketimi ve sunulan şiddetin kabulü, konsantre olma yeteneğini azaltıyorlar, korku duygusunu kuvvetlendiriyorlar ve şiddet eğilimini artırıyor. Bunlara bağlı olarak eğitim amaçları, eğitim stillerinde değişiklikler gerçekleşiyor, çocuklar, ebeveynler ve öğretmenler arasındaki iletişim ve anlaşılma biçimleri değişiyor ve cinsler arasındaki rol anlayışı yeni kalıplar alıyor” (H. Sanders’ dan aktaran: M. Hesapçıoğlu, 2004, s.7-14).

İletişim uzmanları, kitle iletişim araçlarından etkin bir biçimde faydalanabilme, bilinçli kullanım biçimleri geliştirebilme ve özellikle televizyonun sorun yaratabilecek olası olumsuz etkilerinden korunabilmek için, ilk yaşlardan itibaren bir eğitim sürecinin başlamasının önemini vurgulamaktadırlar. Öncelikle ailede başlayacak olan bu “medya okur yazarlığı süreci” okul eğitimi ile beraber iletilere eleştirel gözle bakmayı, seçici olmayı, kendi mesajını oluşturabilme becerisini ve alışkanlığını geliştirecektir. Dolayısıyla çocuk araçları doğru kullanma biçimlerini öğrenip günlük hayata aktarmayı öğrenecektir (Y.D. Ertürk ve A.A. Gül, 2006, s.47).

Geçmişte kitle iletişim araçları konusunda ders veren eğitimciler, çocukları korumaya yönelik bir anlayış benimsemişler, araçların olumsuz olabilecek kültürel, ahlakî ve ideolojik etkileri karşısında çocukları savunmayı amaçlamışlardı. Ne var ki, günümüzde bu gibi yaklaşımlar gençlerin karmaşık medya deneyimlerini kavramaktan uzak olduğu gibi, baş döndürücü bir biçimde değişen medya ortamı karşısında gençlere gerekli donanımı sağlayamadıkları için eleştiri almaktadırlar. Son yıllarda eskinin korumacı görüşünden çok farklı bir yaklaşım ortaya çıkmıştır (D. Buckingham’ dan aktaran: Y.D. Ertürk ve A.A. Gül, 2006, s.48). D. Buckingham’ ın

bahsettiği bu yaklaşım “medya eğitimini” ve “medya okuryazarı” kişiler yaratmayı hedeflemektedir.

Medya okuryazarlığı tartışmalarında yazarların birleştiği ortak nokta aracın özelliklerinin aktardığı bilginin yapısı ile bu bilginin kişi tarafından anlamlandırma biçimine bağlı olmasıdır (Y.D. Ertürk ve A.A. Gül, 2006, s.49). Ailede başlayan ve okulda geliştirilen bu anlamlandırma sürecinde eğitimcilere, ailelere, yayıncılara medyaya büyük görev düşmektedir. Medya okuryazarlığı konusunda sadece çocuğun bilinçlendirilmesi değil ailenin de bilinçlendirilmesi gerekmektedir. RTÜK bu konuda çalışmalarını sürdürmektedir (Z. Akman, 11mayıs 2007).

2.2.5.2. Yurtdışında Medya Okur Yazarlığı Dersi

Birçok ülkede medya okur yazarlığı çerçevesinde ulusal eğitim politikalarının geliştirilmesine önem verilmektedir. İskandinav Yarımadası, Avustralya, Kanada, Japonya, İsrail, Latin Amerika ve Amerika Birleşik Devletlerinde medya eğitimi ders olarak okullarda okutulmaktadır. İngiltere, Belçika, Yunanistan, İrlanda, Lüksemburg, Hollanda, Avusturya, Portekiz, Finlandiya, İsveç gibi Avrupa ülkelerinde ilköğretim öncesi sınıflardan başlayarak değişik seviyelerde işlenmektedir. Solevenya, Polonya, Litvanya ve Macaristan da ise bu amaçla pilot uygulamalar yapılmaktadır (F. Alver ve A.A. Gül, 2005 s.267-282). Almanya’ da bu konuda özel bir ders olmayıp dersleri bütün şekilde kavrayan çalışmalar yapılmaktadır (R. Vollbrecht, 2004, s.308-309). İngiltere, Avustralya ve Kanada gibi ülkeler medya okuryazarlığı eğitiminde başarılı sayılırken Amerika Birleşik Devletlerinde bu konuda başarısız olduğu kaydedilerek bunun nedenleri uzmanlar tarafından araştırılmaktadır (Y.D. Ertürk ve A. A. Gül, 2006, s.50).

R. Kubey makalesinde televizyon izleme alışkanlığını uyuşturucu madde bağımlılığı kadar sakıncalı görmekte “Aşılama Yöntemi”nin okullarda yaygın bir şekilde uygulandığını oysa çocuklar için zararlı olabilecek bu yöntemin İngiltere’de 1960’lı yıllarda terk edildiğini kaydetmiştir (R. Kubey’den aktaran: Y.D. Ertürk ve A.A. Gül, 2006, s.50).

D. Buckingham ise yöntemin yaratabileceği sakıncaları şu şekilde açıklamıştır: “...gençlerin araçlar ile kurdukları duygusal bağ yok sayılmakta, aldıkları keyif görmezden gelinmekte, gerçek anlamda çözümlene ve eleştirel bir yaklaşım benimseneceğine alaycı bir üstünlük taslanmaktadır”. D. Buckingham bu yaklaşımın öğrencinin öğretmenini doğrular şeklinde taklit etmesine neden olabileceğini ve medya eğitiminin güvenilirliğini zedeleyeceğini ve öğrencinin medya eğitiminden uzaklaşacağını düşünmektedir (D. Buckingham’dan aktaran: Y.D. Ertürk ve A.A. Gül, 2006, s.50).

Sonuç olarak medya eğitimindeki bu gelişmeler iletilerin farklı bir şekilde ele alınmasının gerektiğini ortaya çıkarmış ve zamanla okullarda “aşılama yaklaşımı” yerine “metin görsel dili çözümlene”, “bağlamsal çözümlene”, “kavramsal yaklaşım” ve “teknoloji kullanımı” gibi yöntemlerin yaş gruplarına göre değişen oranlarda birlikte kullandıkları görülmüştür (Y.D. Ertürk ve A.A. Gül, 2006, s.52).

2.2.5.3. Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Dersi

Çocukların görsel, işitsel ve yazılı medya karşısında savunmasız bir alıcı durumunda buldukları ve medya karşısında bilinçlendirilmeleri gerektiği görülmektedir. Medya okuryazarlığı dersi bu bilinci sağlama görevini üstlenmelidir. İlköğretimden başlayarak çocuk medya okuryazarlığı dersi sayesinde “medya karşısında pasif bir alıcı olmak yerine, medyayı okuyabilecek, medyanın dilini çözebilecek bilinç düzeyine ulaşarak iletişim olgusunda aktif bir birey olarak yer alabilecektir” (MEB Talim Terbiye Kurulu ve RTÜK, 2006, s.6).

Türkiye’de öğrencilere bu yeterlilikleri kazandırmak amacıyla müfredata alınan medya okuryazarlığı dersinin 2006-2007 eğitim-öğretim yılında pilot uygulaması yapılmıştır ve 2007-2008 eğitim-öğretim yılında da seçmeli ders olarak okutulmaktadır.

2.2.5.3.1. Programın Temel Yaklaşımı

Çağımızda tartışılmaz üstünlük “bilgiyi üreten” ve “bilgiyi kullananlarıdır”. Kalkınma plânları ve milli eğitim şuralarında öğrencilerin bilgiye ulaşma yollarını öğrenmelerine, sorun çözme ve karar verme becerilerini geliştirmelerine olanak

verilecek şekilde öğretim programlarının yeniden düzenlemesi gerekmektedir. Böylesi gerekçelere dayanarak medya okuryazarlığı dersi ile etkinlik merkezli, öğrencinin bireysel farklılıklarını ve kendi yaşantısını dikkate alan çevresi ile etkileşim halinde yeni bir anlayış yaşama geçirilmeye çalışılmıştır (MEB Talim Terbiye Kurulu ve RTÜK, 2006, s.6-7).

Medya okuryazarlığı dersi öğretim programı temel yaklaşımı aşağıdaki gibidir (MEB Talim Terbiye Kurulu ve RTÜK, 2006, s.7):

1. Bilgi, beceri ve değerlerin gelişmesini sağlayarak öğrenmeyi öğrenmenin gerçekleşmesini ön plânda tutar.
2. Öğrencileri gözlem, araştırma yapmaya ve çevresine yapıcı eleştirel gözle bakmaya özendirir.
3. Öğrencilerin fiziksel ve duygusal açıdan sağlıklı ve mutlu bireyler olarak yetişmesini amaçlar.
4. Öğrencilerin ruhsal, ahlakî, sosyal ve kültürel yönlerden gelişmesini hedefler.
5. Öğrencilerin öğrenme sürecinde deneyimlerini kullanmasına ve çevreyle etkileşim kurmasına olanak sağlar.
6. Her öğrenciye ulaşabilmek için çoklu zeka kuramını, öğrenme=öğretme yöntem ve tekniklerindeki çeşitliliği dikkate alır.
7. Oluşturulacak öğrenci çalışma dosyalarına bakılarak öğrenme ve öğretme süreçlerinin akışı içerisinde değerlendirmeye olanak sağlar.

2.2.5.3.2. Programın Yapısı

“Medya okuryazarlığı dersi öğretim programı oluşturmacı yaklaşımla hazırlanmıştır” (MEB Talim Terbiye Kurulu ve RTÜK, 2006, s.7). Oluşturmacılığa göre gerçekliğin öznel yaşantısı ve bilgisi, bilinçte bu dış gerçeğin basit bir yansıması

değildir, aksine dış gerçek, öznel bakış açıları, eylemler ve kavramlarla üretilmiş bir oluşturmadır (M. Hesapçioğlu, Ocak 2005, s.25).

Bu yaklaşıma göre öğrenciler çevresinde ya da okulda gözlemediği ve bilgiye dönüştürdüğü veriler ile bu derste elde edeceği verileri ve edineceği bilgileri birbiri ile ilişkilendirecektir. Böylelikle öğretmenin de rehberliğinde öğrenci yepyeni bazı beceri ve değerlere ulaşacaktır (MEB Talim Terbiye Kurulu ve RTÜK, 2006, s.7).

Medya okuryazarlığı dersi programının genel amaçları aşağıda ele alınmaktadır (MEB Talim Terbiye Kurulu ve RTÜK, 2006, s.6-7):

1. Medyayı farklı açılardan okuyarak yaşadığı çevreye duyarlı, ülkesinin problemlerini bilen, medyada gördüklerini aklın süzgecinden geçirecek bilinç kazanır.

2. Televizyon, video, sinema, reklamlar, yazılı basın, internet gibi ortamlardaki mesajlara ulaşarak bunları çözümlenme, değerlendirme ve iletme yeteneği elde eder,

3. Yazılı, görsel, işitsel medyaya yönelik eleştirel bakış açısı kazanır.

4. Mesajların oluşturulmasına ve analizine dönük olarak cevap bulmaktan-soru sorma sürecine doğru bir değişimi gündeme getirir.

5. Bilinçli bir medya okuryazarı olur.

6. Toplumsal yaşama daha aktif ve yapıcı şekilde katılır.

7. Kamu ve özel yayıncılığın daha olumlu noktalara taşınması noktasında duyarlılık oluşturulmasına katkı sağlar.

Medya okuryazarlığı dersinde gözlem, araştırma, eleştirel düşünme, yaratıcı düşünme, iletişim, problem çözme, bilgi teknolojilerini kullanma, girişimcilik, sosyal ve kültürel katılım, Türkçe'yi doğru ve etkili kullanma becerilerinin kazandırılması hedeflenmektedir (MEB Talim Terbiye Kurulu ve RTÜK, 2006, s.8).

Medya okuryazarlığı dersi öğretim programı ile öğrencilere kazandırılmak istenen değerler ise şöyle sıralanabilir: özel yaşamın gizliliğine saygı, etik duyarlılık,

dürüstlük, sorumluluk, etik kurallara bağlılık, farklılıklara saygı, kültürel mirası yaşatmaya duyarlılık, aile içi iletişime önem verme, bilinçli tüketim, toplumsal hayata aktif katılım, bilimsellik, eşitlik, yardımlaşma, dayanışma, paylaşma (MEB Talim Terbiye Kurulu ve RTÜK, 2006, s.8-9).

Medya okuryazarlığı dersinin programında verilen etkinlikler birer öneri ve örnek niteliğindedir ve öğrencilerin birbirleriyle ve öğretmenlerle karşılıklı iletişime ve etkileşime girmelerini, birbirlerine açık uçlu ve anlamlı sorular sormalarını, araştırma yapmalarını sağlayan özelliklere sahiptir (MEB Talim Terbiye Kurulu ve RTÜK, 2006, s.9).

2.2.5.3.3. Medya Okuryazarlığı Dersinde Ölçme ve Değerlendirme

Medya okuryazarlığı dersi notla değerlendirilmemekte, yalnızca karnede öğrencinin bu dersi aldığı belirtilmektedir. Notla değerlendirilmeyecek bir dersin ölçme ve değerlendirmesi ve ölçme araçları, notla değerlendirilecek derslerinkinden farklıdır. Bu derste kullanılacak bazı ölçme araç ve yöntemleri olarak görüşme, gözlem, sözlü sunum, performans değerlendirme, performans ödevi, proje, öz değerlendirme, akran değerlendirme ve ürün dosyası sıralanabilir (MEB Talim Terbiye Kurulu ve RTÜK, 2006, s.16-18).

Sonuç olarak kitle iletişim araçlarından etkin bir şekilde yararlanabilme, bilinçli kullanım biçimleri geliştirebilme medyanın olası olumsuz etkilerinden korunmada aileye, okula ve medyaya büyük görev düşmektedir. Bilinçli bir medya okuryazarlığı dersi ile okullar bu alandaki görevlerini büyük oranda yerine getirecektir.

2.2.6. Okul Çevre İlişkisi

Bu bölümde sırasıyla okul çevre ilişkilerinin tarihsel süreci, okul çevre ilişkisi ve okul yöneticisinin çevresiyle ilişkilerine yer verilmektedir.

Okul sosyal bir örgüttür. Girdisi ve çıktısı insandır. Girdiyi çevreden alarak belirli bir eğitim sürecinden sonra ürünü tekrar çevreye verir. Bu yüzden çevreyle sıkı bir ilişki içindedir. Bu işbirliğinin tam gerçekleştiği örgütlerde örgüt amacına

ulaşırken, gerçekleşmeyen örgütlerde ise eğitim örgütü tam olarak amacına ulaşamaz, sorunlar ortaya çıkar (Y. Kolay, 2004, s.94).

Bilim ve teknolojideki gelişmeler, sanayileşme, uzmanlaşma, nüfus, sosyal hareketlilik, yarar guruplarının kurulması, toplum ve ailedeki demokratlaşma, üretim ve tüketimdeki değişiklikler, kültüre yabancı öğelerin sızması okulun çevresi ve bu çevrede yaşayan halk ile olan ilişkilerinde değişiklik yapan etkenlerdir. Bütün bu değişimler okul çevre ilişkisinin değişmesine de katkıda bulunmaktadırlar (Z. Bursalıoğlu, 1972b, s.75).

Okulun çevreye olan etkisi Cumhuriyet döneminde giderek daha bilinçli olarak ele alınmıştır. Atatürk'ün 1 Mart 1923 tarihinde TBMM'de yaptığı konuşma okulun çevreye etkisini ön plâna çıkararak Maarif Mısakî içerisinde önemli bir yer tutmasına yol açmıştır. Maarif Mısakî içerisinde yer alan bu ilke ve yöntemler okul programlarına ve yönetmeliklere geçmiştir. Bunların hepsi 1973 yılında çıkan Millî Eğitim Temel Kanunu'nda "Millî Eğitim Temel İlkeleri" içinde toplanarak öğretim programlarına da girmiştir. Okul çevre ilişkileri Köy Öğretmen Okulları ile Köy Enstitüleri'nde 1937-1946 yılları arasında tam anlamıyla uygulanmıştır (C. Binbaşoğlu, 2005, s.253). Köy Enstitüleri, buldukları çevreye dolaysız ve dolaylı, ekonomik, kültürel ve sosyal etkilerde bulunmuşlardır (Y. Akyüz, 2001, s.357).

Türkiye'de okul çevre ilişkileri üzerine ilk kez düşünce üreten Ethem Nejat olmuştur: öğretmen okulu öğrencileri ile köylere gezi düzenleyip, köylüler ile okul arasında çevre ilişkisi kurarak onların toplumsal çevrelerini ve yurdunu tanımalarını sağlamıştır (M. Tezcan, 1994, s.251). İbrahim Baltacıoğlu da üretici bir eğitim sisteminden yana olmuştur. Açık hava okulu, doğayı tanımak, öğrencileri açık havada geliştirmek Baltacıoğlu'nun getirdiği yeniliklerdir (M. Tezcan, 1994, s.26).

Yaşanılan yüzyılda okul çevre ilişkileri daha önem kazanmıştır. 21. yüzyılda okulun ders ve ders dışı kalitesini ancak nitelikli eğitim yönetimi oluşturabilir. Böylesi bir oluşturma okulun sosyal bütünleştirme yeteneğinin ve okulun öğrenciler ve çevre tarafından kabul edilme derecesinin artırılması ile sağlanır (M. Hesapçıoğlu, 2004, s.7-14).

Okulun çevre ile etkili bir ilişki kurması ve bütünleşmesi şu sonuçları verebilir: “(1) okulun toplum içindeki konumunu yükseltir, (2) eğitim iş görenlerine, çevredeki değişimleri tanıtır, (3) topluma karşı görevlerini yerine getirmesini sağlar, (4) okulu topluma tanıtır, (5) okulun, toplumun insan gücünden yararlanmasını olanaklaştırır, (6) halkın okula olan güvenini artırır, (7) halktan daha çok yardım sağlar” (İ.E. Başaran, 2006, s.83).

Okulun çevre ve toplumu etkilemesi ve değişimlere yol açması ile okulun çevreye dönük olması ve etkilenmesi çembersel bir eğilim izler (Z. Bursalıoğlu, 2002, s.152). Kültürel, siyasal, yönetsel, ekonomik, toplumsal, yasal, bilimsel ve teknolojik değişimler ve eğilimler okulu etkiler (İ.E. Başaran, 2006, s.83). Bu değişim karşısında okul da her tip çevreye uyabilme, çevrenin temsilcilerini kurumda barındırabilme esnekliği hoşgörüsüne sahip olmalıdır. Bu esneklik toplumun demokratlaşması ile doğru orantılıdır (Z. Bursalıoğlu, 1978, s.42-43).

“Ülkemizde okulun çevreye açılmasını engelleyen birçok etmen vardır. Bürokratik engeller, malî olanaksızlıklar, öğretmenlerin ağır ders yükü bunlar arasında sayılabilir” (M. Tezcan, 1994, s.257).

Eğer, bir okul, öğrenci, teknoloji, araç gereç alışverişi için başka ülkelerle ilişki içinde ise, bu ülkelerin okulları ve ilgili sistemleri (=örgütleri) de okulun çevresi sayılır. Okulun özel çevresi ise, üst eğitim örgütleri, diğer eğitim sistemleri, aileler, örgütler ve benzerleridir (İ. E. Başaran 2006, s.82).

Okulun özel çevresinin bir parçası olan aile, öğrencilerin başarısında oldukça önemlidir. Aile çevresinin okul için geliştirilmesinde okul-veli işbirliğinin güçlendirilmesi, ebeveynler için çocuk ile ilgili programlar, okul aile birliği toplantısı, ev ziyaretleri ve okulda geceler düzenlenmesi yararlı olabilir (İ.E. Başaran, 2006, s.82-83).

1947’de okul-aile birliklerinin kurulmaya başlamasından sonra veliler zaman zaman okulla işbirliği yaparak eğitim öğretime katılır duruma gelmişlerdir (C. Binbaşoğlu, 1993, s.28).

Okul yönetimi ailenin katkısını sağlamak üzere öğrenci velilerinin bir araya gelerek birlik ve dernek kurmalarına yardımcı olur. Fakat okul yöneticisi bu kuruluşları okulun emrinde ya da hizmet edecek kuruluşlar olarak görmeden aralarındaki ilişkileri ilgili kanun ve yönetmelik hükümleri ile belirli ilkelere göre düzenler (Y.Kolay, 2004, s.100).

Eğitim yöneticisi her husustan önce örgüt-çevre ilişkisini anlayarak bu iki sistemin birbirlerine olan bağımlılık ve katkılarını okula uyarlamalı ayrıca örgüt liderliği üstünde sistem liderliği yaratmalı ve sağlamalıdır (Z. Bursalıoğlu, 1978, s.85). Okul yöneticisi görevini etkili ve verimli bir şekilde yerine getirebilmek için birtakım yeterliliklere de sahip olmalıdır çünkü okul örgütlerinde temel girdi ve çıktı insandır ve bu nedenle yöneticinin sorumluluğu diğer örgütlere göre daha fazladır (F. Töremen ve Y. Kolay, 2003, s.349-350). Okul yöneticisi sadece yasa ve yönetmeliklere doğrultusunda değil insan ilişkileri boyutunda da okulu yönetmeli, kişilerin ihtiyaçlarını karşılayacak bir model benimsemelidir (H. Ensari ve Y. Gündüz, 2006, s.28; Z. Bursalıoğlu, 1978, s.42-43). Ayrıca okul yöneticisinin bir başka önemli özelliği ise güvenirliliktir (M.Ö. Çetin, 2004, s.32).

Okul sosyal bir ortam içinde çevrenin bir parçası olarak varlığını sürdürür. Okul yöneticisinin çevre ilişkileri genel olarak dört esas etrafında aşağıdaki gibi özetlenebilir (H. Taymaz, 2007, s.208):

1. Toplumun okulun faaliyetleri hakkında bilgi alma hakkı vardır.
2. Okul yöneticisi toplumun okuldan beklentilerini öğrenerek uygun halkla ilişkiler faaliyetleri ile bunları karşılama yollarını aramalıdır.
3. Okul beklentiler çerçevesinde çevreye ve topluma hizmet vermelidir.
4. Çevre ve toplum okulun beklentileri çerçevesinde okula gerekli fayda ve desteği sağlanmalıdır.

Çevre ile bilgi alışverişinde bulunulması çevre ile ilişkinin en temel adımıdır. Bu ilişkinin gelişmesi için çevrenin okuldan ve okulun çevreden beklentilerine ilişkin veriler sağlanarak ilgililere duyurulur. Okul ve çevresi ile ilgili karşılıklı beklentilerin

belirlenmesinden sonra yine karşılıklı olarak birbirlerine verebilecekleri belirlenir (H. Taymaz, 2007, s.210).

M. Aydın'a göre okul çevre ilişkilerinde yöneticinin sorumlulukları şu şekilde sıralanabilir (M. Aydın, 1994, s.185):

1. Okul ile çevre arasında iletişim kurulması.
2. Çevrenin eğitimi desteklemeye özendirilmesi.
3. Çevresel değerlerin öğretim kadrosuna yorumlanması.
4. Çevre kalkınması.
5. Eğitim gereksiniminin belirlenmesi.
6. Öğretim programının yorumlanması.
7. Diğer kuruluşların rollerinin belirlenmesi.

Yukarıda sayılan yöneticinin sorumluluklarından okul ile çevre arasında iletişim kurma sorumluluğu öneminden dolayı aşağıda detaylı olarak ele alınmaktadır.

Yöneticinin (1) çevre çözümlemesi (sorunun saptanması açısından) ve (2) iletişim teknikleri konularındaki yeterliliği (soruna yaklaşımda izlenecek yolun belirlenmesi açısından) okulu etkilemektedir. Çevre çözümlemesinde okul yöneticisi çevre güç yapısı, kültür grupları, ekonomik ve siyasal yapısı, tarihsel ve dinamik nitelikleri konusunda bilgi toplamalıdır. Çevre ile sağlıklı bir ilişki kurma sorumluluğu yöneticinin bu sorumluluğu net olarak tanımlamasına ve kişisel yeteneklerine bağlıdır (M. Aydın, 1994, s.188-189). Okul yöneticisinin okul kültürünü çevreye yerel radyo, televizyon ve basına aracılığıyla tanıtabilir. Yerel radyoda okul kültürü ile ilgili konuşmalar yapabilir, yerel televizyonlarda değişik okullardan gelen öğrenciler arasında yarışmalar düzenleyebilir (V. Çelik, 2002, s.69-70). Yarışmalar, sergiler, anma günleri düzenlenebilir (H. Taymaz, 2007, s.209).

Okul yöneticisi okulu tanıtıcı bir broşür hazırlayabilir. Bu broşürde okul erişim ve mevcut bilgileri, olanakları öğretim-eğitim etkinlikleri, öğrenci işleri ve öğrencilerin başarı durumları, okulun sivil toplum kuruluşları ile ilişkileri ve sağlanan faydalara yer verilebilir (H. Taymaz, 2007, s.82):

F. Özmen ve H. Harktı "Denizli ilindeki ilköğretim ve ortaöğretim okullarının çevresiyle bütünleşebilme düzeyleri" adlı araştırmada "yerel basın ve yayın kuruluşlarının desteği alınmalıdır" önerisinde bulunmuşlardır (F. Özmen ve H. Harktı 2005, s.172).

Sonuç olarak okul ve çevresindeki bütün formal ve informel örgütler etkileşim halindedirler (Z. Bursalıoğlu, 2002, s.35). Okul ve çevrenin birbirini karşılıklı etkilemesi birindeki değişikliğin diğerini etkilemesi sonucunu doğurur. Okul bu konuda seçici davranmalı ve kendi amaçlarına uyanları alarak uygun olmayanları kendi amaçları çerçevesinde düzeltmelidir. Bu düzeltme işlemlerinde durum tarafların güçlerini aştığında okul ve çevre karşılıklı uzlaşma ortamı hazırlamalıdır (M. Gürsel, 2003, s.160). Okul hem amaçlarının gerçekleştirilmesi açısından farklı bir kurum olma özelliğini korumalı hem de çevresi ile bütünleşmelidir (M. Aydın, 1994, s.171).

2.2.7. Okulda Halkla İlişkiler

Eğitimde halkla ilişkiler okulun iç ve dış toplulukları arasındaki plânlı ve sistematik iki yönlü iletişim sürecidir (H. Taymaz, 2007, s.70). "Okul örgütün değil halkın malıdır" (Z. Bursalıoğlu, 1979, s.191). Bu nedenle okulun başarısı halk ile olan ilişkilerine, halktan görebileceği maddî ve manevi desteğe bağlıdır. Halk okulu anlayabildiği derecede okula yardımcı olur ve eğitime olumlu etkide bulunur (Z. Bursalıoğlu, 1967, s.130). Halkla ilişkilerin önemi, okul çevre ile ilişkilerinden ve okulun çevre kalkınmasına katkıda bulunması gereğinden doğmaktadır. Çevreden ayrı kalan geleneksel okul ya da çevrenin sadeleştirilmiş bir modeli olan okul kavramları yerini, çevrenin gelişmesine katkıda bulunan "çevre okulu" kavramı almış durumdadır. "Çevre okulu" kavramının uygulanması, okul-halk ilişkilerinin okul yönetimindeki yer ve önemini artırmıştır (Z. Bursalıoğlu, 1972a, s.97-98).

Okulda halkla ilişkiler konusu “okul ve medya” ilişkisi bölümünde ayrıntılı olarak işlenmiştir.

2.3. Medya

Bu bölümde medya kavramı, medya kuramları ve modelleri, kitle iletişim araçları ve işlevleri incelenmiş, kitle iletişim araçlarının eğitim işlevi ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Kitle iletişim araçlarının (=medyanın) çocuk üzerindeki etkisi işlenmiştir.

Herhangi bir iletişim kuramı temeli ile şekillendirilmemiş bu araştırmada iletişimde incelenen “etki” ve “etkililik” yeri geldiğince açıklanmaktadır.

2.3.1. Medya Nedir?

İletişim “mesajlar aracılığıyla toplumsal etkileşim” olarak tanımlanabilir. Mesajlar bir kültürde paylaşılan bir anlama sahip biçimsel olarak kodlanmış, simgesel ya da temsili olaylar olup, anlam yaratmak amacıyla üretilirler. İletişim araçları ise mesajların karakteristiklerine sahip olan ya da mesajları ileten biçimleri benimseyebilen araçlardır (G. Gerbner, 2005, s.79).

Kavramlara bir açıklık getirmek üzere önce “medya” sözcüğüne değinecek olursak üzere “galat-ı meşhur” yanlışı meşhur olmuş, tanınıp tutunmuş bir sözcük olarak yer almaktadır. “Midyum”un çoğulu olan medya, iletişimin yapıldığı ortam anlamını taşımaktadır (N.Gürel, 1996, s.253).

İletişimin bir kurumu olan medya deyimini ise, Latince ortada bulunan, aradaki, araç anlamlarına gelen “medium” kelimesinin bir türevidir. Bu anlamı ifade etmek için batı dillerinde “kitle iletişim araçları” karşılığı olan “mass media” ifadesi kullanılmaktadır. Medya terimi, basın faaliyetinin klâsik anlam ve kapsamının değişime uğramasından doğmuştur. Klâsik anlamda basın, kitapları, broşürleri, dergileri ve özellikle gazeteleri içine alır. Zamanla basına telgraf ve telefon hizmetleri, radyo ve televizyon, elektronik veri, uydu yayıncılığı, film, tele-konferans ve reklamcılık gibi modern teknolojinin getirdiği araçlar katılmıştır. Geniş anlamıyla medya kavramı, bu araçların yanı sıra onlara yayılan bilgi, haber, düşünce ve

kanıları, bunların üretimini de içine alır (D. McQuial, 1994, s.41-42). Kitle iletişim terimi ilk kez olarak 1940 yılında Horald D. Lasswell tarafından kullanılmıştır (E. Mutlu, 1994, s.211). Bu çalışmada medya ve kitle iletişim araçları eş anlamlı olarak zaman zaman birbirinin yerine kullanılmaktadır.

Kitle iletişiminin başlıca özellikleri şunlardır (E. Mutlu, 1994, s.211-212):

1. Kitle iletişiminin izleyici kitlesi oldukça geniştir ve içeriği herkese açıktır.
2. İzleyici kitlesi çeşitli toplumsal kümelerden gelen ve değişik niteliklere sahip insanlardan oluşan ayrı türden ve kimliksiz bir topluluktur.
- 3.Kitle iletişim araçları kaynaktan uzakta bulunan, birbirlerinden de ayrı olarak konumlanmış çok sayıda insanla aynı anda ilişki kurabilir.
4. Kitle iletişimi, karmaşık biçimsel kurumlar gerektirir.
5. İletişimciyle izleyici kitlesi arasındaki ilişki, izleyici kitlesi ve kişisel tanışıklığı olmayan profesyonel iletişimci rolündeki kişiler aracılığıyla kurulur. İletişim izleyici kitlesinin anında yanıt verme olasılığını fiilen dışlamaktadır.
6. Kitle iletişim araçlarının ürünleri hem fiziksel hem de bireye maliyetinin oldukça az olması nedeniyle parasal anlamda halkın çoğunluğu için kolayca elde edilebilirdir.

Kitle iletişim araçlarının bu özelliklerinin yanında, bu araçların denetimini elinde bulunduranlar açısından da önemli avantajlar sağlamaktadır. Bunlar medyaya asıl korkutucu gücünü veren unsurlardır. Bu durum medya organlarını elinde bulunduran kişilerin kendi çıkarları doğrultusunda bu gücü kullanma riskini doğurmaktadır.

2.3.2. Medya (=Kitle İletişim) Kuramları

Kitle iletişim yapısıyla toplum arasındaki ilişkileri açıklamayı amaçlayan kuramlar, yığınsal kültür kuramları, özgürlükçü-çoğulcu kuramlar, Frankfurt Okulu'nun eleştirel kuramı ve Marksist kuramlar olmak üzere dörde ayrılabilir (E.

İlal, 1995, s.46). Kimi kaynaklarda Frankfurt Okulu ve Marksist kuramlar eleştirel kuramlar başlığı altında toplanmıştır.

2.3.2.1. Yığınsal Kuram

Çok değişik yapıda kuramcılarının oluşturduğu bu kuram 19. yüzyılın ortalarından başlayarak gelişen yığınların eleştirisine dayanmaktadır. “Yığınsal kültür” kuramcıları, halkın kendiliğinden yarattığını iddia ettikleri özgün halk kültüründen ayırdıkları “yığınsal kültür”ü siyasal baskının bir aracı olarak görmektedirler. Basın ve eğitim alanında yaşanan gelişmeleri seçkinlerle yığınlar arasındaki dengeyi bozan bir tehlike olarak gören F. Nietzsche ve O. Gasset gibi düşünürlere karşın, M. Arnold gibi düşünürler de 19. yüzyılın siyasal bunalımlarını bir kültür sorunu olarak değerlendirmekte ve kültürel yapının çökmesini, gelişen yığınsal kültüre ve yığınsal iletişime bağlamaktadır (E. İlal, 1995, s.47).

2.3.2.2. Liberal- Çoğulcu Kuram

Yığınsal kuram, dayandığı seçkinler-yığınlar ayrımının belirsizliği, toplumsal yapının parçalanma nedenini ve seçkinlerin egemen kültürünün yerini neden bir yığın kültürünün aldığı açıklayamaması sebepleriyle eleştirilmiştir. Bu eleştirilere dayanarak özellikle ABD’de E. Shills ve D. Bell gibi toplum bilimcilerin çabalarıyla kitle iletişim araçlarının işlevini olumlu değerlendiren liberal-çoğulcu kuram geliştirilmiştir. Kitle iletişim araçları çoğulcu toplumda baskı gruplarının görüşlerinin, yönetici seçkinleri etkilemesine yardımcı olan, devletin yasama, yürütme ve yargı güçlerinden sonra “dördüncü kuvvet” iddiler (E. İlal, 1995, s.48-49; E. Yüksel, s.247). Ancak bu kuramcılar, kitle iletişim araçlarının kamuoyunu belirli bir yönde etkilemek için kullanılabilecek bir araç olmaya elverişli olduğunu ve bu alandaki tekelleşmeyi göz ardı etme eğilimindediler (E. İlal, 1995, s.49).

2.3.2.3. Frankfurt Okulu

H. Marcuse, T. Adorno ve M. Horkheimer gibi düşünürlerin öncülüğünde 1923 yılında Frankfurt’ta kurulan “Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü” çevresinde toplanan “Frankfurt Okulu” kuramcıları kitle iletişim araçları konusunda tümüyle olumsuz bir sonuca varmışlardır. Bu yaklaşıma göre, batının kapitalist yapısı toplumsal

değişmeyi gerçekleştirecek güçleri denetim altına almıştır ve bu denetimde kitle iletişiminin büyük bir işlevi vardır (E. İlal, 1995, s.50).

M. Horkheimer ile T. Adorno, özellikle kültürdeki totaliteryan eğilimlere duyarlıydılar ve bu noktada, insanların ve kültürel biçimlerin 20. yüzyılda kitle iletişim araçları tarafından metalar haline dönüştürülmeleri sürecinin, insanın gerçeği gerçek olmayandan, ussalı ussal olmayandan ayırma yetisini yıkmiş olduğunu vurguluyorlardı. Kitle iletişim araçlarının koşullaştırıcı imge ve ürünleri, tüm üreticileri edilgen tüketiciler haline getirmeyi amaçladığı için, hem üreticinin hem de ürünün özerkliği pazar koşullarıyla sınırlanır (J. Zipes, 2005, s.228-229).

Frankfurt Okulu kitle iletişim araçlarında uysallaştırılan, bir tüketim malına dönüştürülen sanatın kurulu düzene karşı çıkma işlevini yitirdiğini iddia ederler (E. İlal, 1995, s.51). Bu açıdan bakıldığında kitle iletişim araçları, sanatın özgürleştirici potansiyelini frenleme işlevi görür (J. Zipes, 2005, s.230).

2.3.2.4. Marksist Kuram

Marksist kuramlar, kitle iletişim araçlarının toplumdaki ideolojik kültürel işlevine eleştirel yaklaşımlarıyla ortaklaşırlar (E. İlal, 1995, s.52). Bu görüşlere göre medya, hâkim sınıfla ve devletle iç içe olan ve onların değerlerini, ideolojisini yeniden üreten kurumlar olarak nitelendirilir. Egemen sınıf ya da sınıfların, kapitalist üretim ilişkilerinin sürdürülmesinden kaynaklanan çıkarlarının korunması için kitlelerin bilinçlerinin şekillendirilmesinde etkin bir role sahip görülen medya, “özerk” bir kurum olarak tanımlanmaz (E. Yüksel, s.257). Bu eleştirilerin yanında Marksist kuramlar değişen toplumsal yapılarda bu araçların olumlu, bilinçlendirici işlevler kazanabileceğini kabul eder (E. İlal, 1995, s.52).

2.3.3. Medya Modelleri

Bir önceki bölümde kitle iletişim tartışmalarının temelini oluşturan dört farklı kurama yer verilmiştir. Bu dört temel kuram çerçevesinde kitle iletişimini ve iletişimi açıklamaya çalışan bir çok model oluşturulmuştur. Bu bölümde, çalışmanın kapsamına uygunluğu göz önünde bulundurularak bu modellerden kitle iletişiminin kültür ve topluma etkilerini açıklamaya çalışan modellere yer verilecektir. Bunlar

gündem koyma ve saptama modeli, bağımlılık modeli, sessizlik sarmalı modeli ve yetiştirme modelidir.

2.3.3.1. Gündem Koyma ve Saptama Modeli

Gündem belirleme yaklaşımının temel hipotezi, medyanın insanların ne hakkında düşüneceklerini belirlediği fikrine dayanır. Geleneksel gündem belirleme yaklaşımına göre medyanın belirli bir konuya ayırdığı (gazete ve dergi için) yer ya da (radyo ve televizyon için) zaman miktarının ölçülmesi ile elde edilecek veriler, izleyenlerin aynı konuya gösterdiği ilgi miktarıyla ya da onların bu konunun önemliliğine ilişkin yargılarıyla yakından ilişkilidir. Ayrıca, oluşan gündemlerin siyasal gündemi de şu ya da bu biçimde etkilediği ileri sürülerek, demokratik toplumlarda medyanın siyaset üzerindeki gücü tartışmalarına yeni bir boyut kazandırılmaktadır (E. Yüksel, s.261).

2.3.3.2. Bağımlılık Modeli

Bu model kitle iletişim sistemi ile toplumsal sistem arasındaki ilişkiyi ele alır. Kitle iletişim araçlarından beklenebilecek etkilerin çeşidi ve derecesi, aradaki ilişkiye göre değişir. Model, modern toplumda bireylerin, kendi toplumlarında ne olduğuna dair bilgilendirilmek, yönlendirilmek üzere kitle iletişim araçlarının enformasyon kaynaklarına giderek daha fazla bağlandıklarını iddia eder (D. McQuaid ve S. Windahl, 2005, s.140).

2.3.3.3. Sessizlik Sarmalı Modeli

Kitle iletişim araçlarının belirli konuları kamunun görüş ve tartışma alanından uzaklaştırma yeteneği üzerinde duran bu model Alman sosyolog Elisabeth Noelle-Neumann tarafından geliştirilmiştir. Model kitle iletişimi, kişiler arası iletişim ve toplumsal ilişkiler, düşüncenin bireysel olarak açıklanması ve bireylerin toplumsal çevrelerinde onları çevreleyen düşünce ortamı hakkında sahip oldukları algılama olmak üzere dört öge arasındaki etkileşimle ilgilenir (H.A. Boz, 1999, s.42). Bu modele göre toplum farklı düşünen bireyleri yalnız bırakmakla tehdit eder. Bu nedenle bireyler sürekli dışlanma korkusu içindedirler ve bundan ötürü sürekli kanaat ortamlarını gözlemleyip değerlendirmeye çalışırlar. Bu gözlemlerden

çıkarılan sonuçlar, bireyin, özellikle de görüşlerini ifade etme ya da saklama (konuşma ya da susma) hususlarında kamu içindeki davranışlarını etkiler (E. N. Neumann'dan aktaran: G. Ülger, 2001, s.112).

2.3.3.4. Yetiştirme (=Cultivation) Modeli

G. Gerbner'a ait bu kurama göre televizyon izlemek, basmakalıp ve çarpıtılmış olarak dar bir bakış açısından verilen gerçeklikle uyum sağlayan toplumsal bir dünya görüşünün, izleyiciler tarafından yavaşça benimsenmesine yol açar. Modelin temelinde iki temel varsayım vardır. İlk varsayıma göre televizyon benzer pazar özelliklerine göre üretilen birbiriyle içten bağlantılı öykülerden (haberler ve diğer programlar) oluşan organik bütünlükte bir dünyayı temsil eder. İkinci varsayıma göre ise televizyon izleyicilerinin büyük bir bölümü programları seçici olmadan izler. Bu kuramın araştırmalarının başlıca odak noktasını televizyonun toplumdaki gerçek suç olayları ile karşılaştırmalı olarak şiddet ve suçu nasıl sergilediği konusu oluşturur (D. McQuail ve S. Windahl, 2005, s.132).

2.3.4. Medya Organları (=Kitle İletişim Araçları)

Medya organlarını duyu organlarına göre, mesaj sunum biçimlerine göre, mekanik olup olmama durumuna göre değişik biçimlerde sınıflamak mümkündür (M. Salı, 2003):

Duyu organlarına göre: Göze hitap eden görsel araçlar (gazete, dergi), kulağa hitap eden işitsel araçlar (radyo), hem göze hem kulağa hitap eden görsel-işitsel araçlar (televizyon).

Mesaj sunum biçimine göre: Yazılı araçlar (gazete, dergi), sözlü araçlar (radyo), hem yazılı hem sözlü araçlar (televizyon).

Mekaniklik durumuna göre: Mekanik olanlar (radyo, televizyon), mekanik olmayanlar (gazete, dergi).

Dilimizde iletişim araçlarının tümünü kapsayan bir anlam olarak medya kullanılmaktadır. Yazılı basın, görüntülü yada görsel basın deyimlerine bakacak olursak basın zaten basılıyı, yazılıyı ifade etmektedir. Gazeteye, dergiye yazılı

iletişim aracı, televizyona görsel iletişim aracı, medyaya işitsel iletişim aracı demek daha doğru olacaktır (N. Gürel, 1996, s.253). Bu çalışmada yazılı medya (gazete, dergi), görsel medya (televizyon), işitsel medya (radyo) ve bunlara ek olarak internet medyacılığı açıklanmaya çalışılacaktır.

Kitle iletişim araçlarının kullanım yoğunluğu kişilerden kişilere, toplumlardan toplumlara değişmektedir. Bu durum ekonomik, kültürel ve sosyal bir çok değişkenden etkilenmektedir (J. Fiske, 2003, s.36-37).

2.3.4.1. Yazılı Medya

Yazılı medya gazete ve dergi yayıncılığını içerir. Gazete güncel olaylardan söz eden yazılı araçtır. Kitap gibi bir teması yoktur, radyo ve televizyon gibi anlık kesitler sunar. Gazeteler, günümüzde daha çok radyo ve televizyonun anında verdiği haberleri geniş ayrıntılarıyla ele alarak yorumlayan ve yol gösteren araçlar olarak tamamlayıcı bir rol üstlenmişlerdir (C. Aydede, 2004, s.36). Dergi ise süreli yayınların gazete dışındaki en önemli türüdür. Türkiye’de dergi kavramı kitaba yakın olan ve yılda en çok üç dört kez yayımlanan yayınlardan, gazeteye yakın olan ve haftada ya da on beş günde bir yayımlanan “magazin”e kadar tüm süreli yayınları kapayacak şekilde algılanmaktadır (G. Göktürk, 2001, s.52-53).

2.3.4.2. Görsel Medya

Görsel medya televizyonu içerir. Kesintisiz bir haber ve eğlence kaynağı olan televizyon diğer kitle iletişim araçlarını oldukça geride bıraktığı için günlük hayatlarda ezici bir güç kazanmıştır. Radyonun hızını ve sesle sağlanan sıcak iletişimi uydu teknolojilerinin de yardımıyla hareketli ve renkli görüntüyle birleştiren televizyon yüksek maliyetli bir araçtır (C. Aydede, 2004, s.37).

2.3.4.3. İşitsel Medya

İşitsel medya radyoyu içerir. Radyo insan sesinin iletişim gücü üzerine kuruludur. Taşınabilir olmasıyla yaşamın her alanına nüfuz eden radyo kitle iletişim araçları arasında en demokratik, en ucuz ve popüler olanıdır (C. Aydede, 2004, s.37).

Radyo 1920’li yıllardan 1950’li yıllarla kadar en gözde kitle iletişim aracı olmuştur. 50’lilerden sonra tahtını televizyona bırakmak durumunda kalmıştır (G. Göktürk, 2001, s.69).

2.3.4.4. İnternet Medyacılığı (=Haberciliği)

İnternet medyacılığı haber portallarını ve haber sitelerini içerir. İnternet teknolojisi ile ortaya çıkan bu portallar henüz gelişme aşamasını tamamlamamış ve halen hızlı bir değişim sürecinde olan yapılardır (C. Aydede, 2004, s.37). Türkiye’de de Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet, Sabah, Zaman gibi ulusal gazetelerin hemen-hemen hepsinin bir internet sitesi vardır. Bunların bir kısmının kendi editöryal ekipleri, özgün haberler üretmekte, hatta gazetenin gündem toplantılarına katılmaktadırlar. NTV ve CNN Türk gibi haber kanallarının da haber vermeye yönelik birer siteleri vardır (H. Kara, 12 Haziran 2007).

2.3.5. Medya (=Kitle İletişim) Araçlarının İşlevleri

“İşlev” sözcüğü, medyanın ne yapması gerektiği, gerçekte ne yaptığı ve amaçlarının ne olarak görüldüğü konularını kapsar (E. Uyguntürk, 1999, s.1). Kitle iletişim araçlarının işlevleri ile ilgili ilk görüş C. W. Mills’in öncülüğünü yaptığı görüştür. C. W. Mills’e göre, kitlesel iletişim araçları modern toplumların aynasıdır. Bu görüşe bir bakıma “*kültürün yansıması*” görüşü denilebilir. Daha sonraları B. Berelson, bazı kitle iletişim araçlarının, bazı koşullar altında, bazı insanlara, bazı etkilerinin olabileceği görüşünü getirmiştir. E. Katz’ın bu konudaki yaklaşımı ise “*uyarı- tepki- etki*” yaklaşımıdır. Bu yaklaşıma göre kitle iletişim araçları ile yapılan iletişim dev bir şırınga ile bireylere verilmekte, bireyler savunmasız olarak verilen bu iletileri almaktadırlar. Ancak yapılan araştırmalar bu yaklaşımın zayıf yanlarını ortaya çıkardığından, P. Lazarsfeld ve daha sonra H. D. Lasswell’in “*toplumsal denetim*” yaklaşımları önem kazanmıştır. Bu yaklaşıma göre kitle iletişim araçları kamu görüşünü güçlendirme hizmeti görmektedirler (A. Aziz, 1982, s.3).

Medyanın işlevleri farklı kaynaklarda farklı sınıflandırılmakla birlikte bu çalışmada hepsini kapsayacak biçimde siyasî, ekonomik, enformasyon, kültürel, eğlendirme ve eğitim işlevleri olarak sınıflandırılacaktır. Medyanın eğitim işlevi

çalışmanın temel konularından olduğu için ayrıntılı olarak işlenecektir. Eğitim işlevinde etkilenen kitle olarak çoğunlukla çocuk ve gençlere değinilecek, konunun daha net irdelenmesi için yazılı, görsel, işitsel, medya organlarının eğitim işlevlerine ayrı ayrı yer verilecektir.

2.3.5.1. Siyasî İşlevi

Kitle iletişim araçlarının siyasî işlevleri, çevreden gelen girdilere cevap vermek suretiyle, mevcut siyasî düzenin korunması için gerekli işlevleri ifade etmektedir. Medya siyasî işlevlerini yerine getirirken, demokrasinin de gereği olarak halkın istek ve beklentilerini, tepkilerini üst yönetime, üst yönetimin almış olduğu kararları ile yaptığı ya da yapacağı uygulamaları halka bildirmek suretiyle, siyasî düzenin işlemesine katkıda bulunur (G. Göktürk, 2001, s.28-29). Bu durum bir yandan da politik sürece katılım yanılısamasını yaratarak gerçekte yaşamları sorgusuz bir şekilde düzenleyen otoriteyi destekler (E. Uyguntürk, 1999, s.2).

2.3.5.2. Ekonomik İşlevi

Medya, özellikle ticarî anlamda yayın yapan medya, ekonomik işlevlerin yerine getirilmesinde önemli bir yere sahiptir (G. Göktürk, 2001, s.29). Kamu hizmeti anlayışıyla yapılan yayınların gelir kaynağını temelde, alıcı sahiplerinden alınan ruhsat ücretleri oluşturulmaktadır. Ancak, ruhsat ücretleri yetersiz kalırsa, devlet ve özel kişilerin yardımına başvurulmaktadır (E. İlal, 1995, s.45). Ticarî modelse ise durum daha farklıdır: her durumda kâr edilmeye çalışılmaktadır. Bu anlayışa göre yayın zamanı da satılık bir maldır ve yayının temelini reklamlar oluşturur. Reklamlar vasıtasıyla da ekonomik yaşamda bir hareketlilik doğar, üretici ile tüketiciyi birbirinden haberdar olur (G. Göktürk, 2001, s.29).

2.3.5.3. Enformasyon İşlevi

Enformasyon olgusu genellikle belge şeklinde ya da görsel ya da işitsel bir mesaj olarak tanımlanır (İ. Akçal, 2006). Medyanın gerek sosyal, gerek ekonomik, gerekse siyasî işlevlerini yerine getirmesi ancak enformasyon sayesinde gerçekleşir. Medya, her gün birlerce enformasyonu, insanlara aktarır. İnsanlar bir yandan

enformasyon sağanağına tabi tutulurken diğer yandan da eksik oldukları alanlarda bilgilerini tamamlarlar (G. Göktürk, 2001, s.30). Bu, dünyaya ilişkin bir bakış açısı oluşturarak olumlu bir etkiye neden olurken diğer yandan da izleyici edilgen kılarak olumsuz bir etkiye neden olur (E. Uyguntürk, 1999, s.1).

2.3.5.4. Kültürel İşlevi

Bir toplum sanatsal ve kültürel yapıtlarını, kitle iletişim araçları ile yaymak suretiyle korur. Medya böylece kültürel geliştirme işlevini yerine getirir (S. MacBride, 1980, s.11). Medya kültürü oluşturan materyalleri sağlar ve onun bir parçası haline gelir. Bu materyal kültürü sürdürür ve yansıtır. Aynı zamanda olumsuz bir etki olarak alt kültürlerin çeşitliliği pahasına kitle kültürünü geliştirir, değişim ve büyümeyi engeller (E. Uyguntürk, 1999, s.2).

2.3.5.5. Eğlendirme İşlevi

Medyanın sosyal alandaki bir diğer işlevi ise, eğlendirme, iyi vakit geçirme ve duyguları uyandırma işlevidir (S. MacBride, 1980, s.11; G. Göktürk, 2001, s.27). Medya göndermiş olduğu iletilerle insanları günlük hayatın stresinden uzaklaştırır, kişilere duygusal anlamda bir canlanma yaşatır (G. Göktürk, 2001, s.28).

Ancak günümüzde medyanın eğlence işlevi çok fazla ağırlık kazanmış ve diğer işlevlerinin önüne geçmiştir (G. Ülger, 2001, s.100). Bu durum ise izleyicinin dikkatinin önemli toplumsal konulardan ve eşitsizlikten uzaklaşmasına neden olmaktadır (E. Uyguntürk, 1999, s.1). Bu, son dönemlerde insanların çoğu toplumsal olayla ilgili bir fikre sahip olmamasının ve toplumsal değişimdeki payının farkına varamamasının başlıca nedenlerindedir.

2.3.5.6. Eğitim İşlevi=Çocuğun Toplumsallaşmasında Kitle İletişim

Araçlarının Rolü

Modern çağın simgesi haline gelen kitle iletişim araçlarının önemi eğitim-öğretim yönünden de gittikçe artmaktadır. Örgün eğitimde kitle iletişim araçlarının kullanılmasını zorunlu kılan nedenler eğitim talebinin giderek artması, eğitim görececek öğrenci sayısının sürekli artışı, eğitim amaç ve niteliğinin değişmesi olarak

sıralanabilir (H.Y. Celkan, 1991, s.102). Ancak çalışmanın kapsamına uygun olarak bu bölümde medyanın örgün eğitimin doğrudan bir parçası olarak eğitim işlevinden ziyade, yaygın eğitimdeki işlevi ve örgün eğitime katkısı incelenecektir.

Sosyalleşmenin araçları arasında aile, okul, akran grubu, iş hayatı ve kitle iletişim araçları (=medya) önemli yer tutar (M.E. Erkal, 2005, s.102). Medya bireye yaşam boyunca ona lazım olacak bilgileri, davranış kalıplarını sunmak suretiyle kişinin sosyalleşmesine katkıda bulunur (G. Göktürk, 2001, s.27). Medya, toplumdan ve toplumsal grupların çatışmalarından örnekler sunar. Bu örnekler toplumun üyelerini, başarılı bir şekilde hareket etmelerini sağlayan inançlar ve ilişkiler yoluyla sosyalleştirir, karşılıklı ilişki denen bir çeşit işlev sağlar (E. Uyguntürk, 1999, s.2).

Sosyalleşme kapsamı çerçevesinde medyanın yerine getirdiği bir diğer işlevi ise sosyal yönlendirme olmaktadır. İnsanların çeşitli yetersizliklerinin oluşu, buna rağmen bir çok konuyu bilmek ve görmek istemeleri medyaya önemli görevler ve sorumluluklar yüklemiştir. Medya bu yönüyle olup biten olayların daha rahat algılanmasına yardımcı olmaktadır (G. Göktürk, 2001, s.27).

Topluma yeni üyeler kazandırma, bunları toplumun kültürel değerleri ile eğitime medyanın eğitim işlevleri arasındadır. Böylelikle okulların tek bilgi kaynağı olma özelliği de azalır (S. MacBride, 1980, s.11). Medya bu işlevini yerine getirirken kimi zaman doğrudan doğruya eğitici iletiler gönderir, kimi zaman da eğitim amaçlı iletilerini, başka iletilerin arasına gizlemek suretiyle gönderir (G. Göktürk, 2001, s.27). Daha bilimsel, teknik, eğitici, belgesel programları, eğitim hayatına yönelik yardımcı ders niteliğindeki programlar bunlara örnek gösterilebilir (G. Ülger, 2001, s.97). Ancak medyanın doğrudan doğruya eğitmek amacıyla göndermiş olduğu iletiler, hedef kitle tarafından çok fazla rağbet görmez. Çünkü, bu tür iletilerde, okul ortamında olduğu gibi öğretmen-öğrenci ilişkisi görülmektedir. Ancak, dolaylı biçimde gönderilen iletiler, farkına varılmadan alındığı için hedef kitle tarafından çok daha çabuk kabul görür (G. Göktürk, 2001, s.27-28).

Birleşmiş Milletlerin kitle iletişim araçlarıyla ilgili yayınladığı bildirgesinin dördüncü maddesine göre de kitle iletişim araçları, insan haklarının, bütün insanlar ve halklar arasında hak, eşitlik ve ekonomik ve toplumsal kalkınmanın sağlanması;

gençlerin barış, adalet, özgürlük, karşılıklı saygı ve anlayış ruhu içinde eğitilmeleri konularında önemli bir role sahiptir. Aynı şekilde, kitle iletişim araçları genç kuşakların bakış açılarının ve düşüncelerinin bilinmesinde önemli bir rol oynar (BM, 28 Kasım 1978). Yine Birleşmiş Milletler medyanın olumlu gücünden yararlanarak çocuk suçluluğunun önlenmesi için Riyad İlkeleri'nde kitle iletişim araçlarına yönelik bir dizi yönlendirici ilke yayınlamıştır (BM, 14 Aralık 1990):

- Kitle iletişim araçları, gençlerin, çeşitli ulusal ve uluslararası kaynaklardan gelen bilgi ve belgelere ulaşmalarını sağlamaya özendirilmelidir.

- Kitle iletişim araçları, gençlerin toplumdaki olumlu rolünü belirginleştirmeye özendirilmelidir.

- Kitle iletişim araçları, toplumda gençler için sunulan hizmetler ve olanaklar hakkında istihbarat yayınlamaya özendirilmelidir.

- Genelde kitle iletişim ve özelde de televizyon ve sinemayı pornografi, uyuşturucu ve şiddete az yer vermeye, şiddet ve istismarın sunumunu çocuk için olumsuz açıdan vermemeye, özellikle çocuklar, kadınlar ve kişisel ilişkiler söz konusu olduğunda gurur incitici ve aşağılayıcı sahnelerin gösterilmesinden kaçınmaya ve eşitlik ilkelerini ve eşitliğe dayanan örnekleri işlemeye yönlendirmelidir.

- Kitle iletişim araçları, toplumsal plân üzerindeki rolleri ve sorumluluklarının önemini, keza gençler üzerindeki uyuşturucu ve alkol istismarı ile ilgili mesajları ile yaratacakları etkinin bilincinde olmalıdırlar. Bu etkiyi, mesajlarını tutarlı ve yansız biçimde yayınlamaya bu istismarı önleme hizmetine adanmalıdırlar.

Medyanın eğitime yönelik elinde tuttuğu bu güç özellikle çocuklar ve gençler açısından olumlu ve olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Bu gücün olumsuz etkilere yol açmaması için özellikle ticarî medya kurumlarının yukarıdaki ilkeler doğrultusunda bilinçli bir çaba harcamaları gerekmektedir. Çünkü kitle iletişim araçları ile sunulan mesajlar çocuklar ve gençler üzerinde yüksek etkiye sahiptir.

Kitle iletişim araçları verdiği mesajlarla, çocuğun, neyi nasıl düşüneceğini, nerede nasıl davranacağını, kendini nasıl görüp değerlendireceğini, diğer insanları nasıl görüp değerlendireceğini, adalet, özgürlük, kadın, erkek, gelecek, namus, töre, insan onuru, insan hakkı gibi birçok kavramı öğrenmesinde doğrudan etkilidir. Çocukların olumlu ve olumsuz kavramlarını doğru oturtmalarını sağlamak için kitle iletişim araçlarından eleştirel bakış açısı ile yararlanmaları sağlanmalıdır (N. Mora, 2006).

Eğitimde medyanın yararını savunanlara göre kitle iletişim araçları ahlâksızlığı, düzenbazlığı, günahkârlığı teşhir eden, ifade özgürlüğünün bekçisi gibi çalışan, milyonlarca insanın kültürel seviyelerini yükselten, halka günlük zararsız eğlence sunan, dünya olayları hakkında insanları aydınlatan, ekonomik örgütlerin gelişmesi için ürünlerini satın alma ve tüketimi bıkmadan ısrarla tekrarlayarak, yaşama düzeyini geliştiren sâdik birer hizmetkâr ve kurtarıcıdır âdetâ. Herbert Marcuse gibi Frankfurt Okulu'nun önde gelen temsilcilerinden biri için ise medya, tutucu okul mensuplarının iddia ettiklerinin tersine, insanı “tek boyutluluğa” indirgemektedir. Gençler, medya hakkında genellikle kuşkucu değil, tam tersine onun bilgilendirici ve zaman zaman eğlendirici olduğuna dair kanaatlere sahiptir (Y. Çetinkaya, 2004).

Y. Çetinkaya'ya göre medya, gençlerin doğru bilgi kaynaklarına yönelmesini engelleyici bir fonksiyon icrâ etmekte ya da bilgi kaynaklarını da kendisi önermekte, böylece öğrenme ve gelişme çağındaki gençlerin ufkunu daraltmaktadır. Bu da, gençlerin giderek yozlaşmasına yol açmaktadır. Medyanın gençleri olumsuz anlamda etkilediği bir başka boyutu da, reklamlardır. Reklamların dili, görsel malzemeleri, tüketime yönelik kışkırtıcılığı ile gençleri zihinsel olarak etkilemektedir (Y. Çetinkaya, 2004).

B. Çaplı çocuğun etkilendiği odaklar arasında aile, okul, arkadaş çevresi ve televizyon geldiğini söyleyerek N. Postman'ın şu satırlarını aktarmaktadır. Gelişmiş toplumlarda çocukların iletişim araçlarına yetişkinler kadar hızlı ve doğrudan erişim olanaklarına sahip olmaları ile ilgilidir görüşü “çocukların yok oluşu” kavramıyla açıklamaktadır (N. Postman'dan aktaran: B. Çaplı, 2002, s. 185-186).

Ancak bu eleştirilerden ya da olumlu yaklaşımlardan yola çıkarak medyanın bütünüyle olumsuz ya da tümüyle olumlu sonuçlara yol açtığı iddia edilemez. Önemli olan tüm bu etkilerin bilimsel yollarla tespit edilip, gerekli önlemlerin alınması ve medyanın gücünden yararlanarak olumlu etkiler yaratmaya olanak sağlayacak düzenlemelere gidilmesidir.

Kitle iletişim araçlarına düşen görev toplumun her kesimine uygun düşen eğitimsel program ve yayınlar hazırlamak, bunların toplumsal bütünlüğe, bireylerin bilinçlenmesine ve yaratıcılığına katkıda bulunmasına dikkat etmektir. Ailelere ve öğretmenlere düşen görev ise eğitimin amaçlarına ya da öğretilecek konulara uygun yazı ve programları seçmektir (H.Y. Celkan, 1991, s.103).

Kitle iletişim araçlarının çocuğu ve gençleri olumlu ve olumsuz açılardan etkileme gücü, dolayısıyla eğitim işlevini gerçekleştirme gücü bu araçların toplum tarafından tüketilmesiyle doğru orantılıdır. Örneğin günümüzde en yaygın kullanılan kitle iletişim aracı olan televizyon ile, kullanımı çoğu zaman müzik dinlemek ile sınırlı olan radyonun ya da okuma oranının oldukça düşük olduğu Türkiye gibi ülkelerde dergi ya da gazetenin çocuğun toplumsallaşması ve dolayısıyla eğitimi üzerindeki etkisi aynı olmayacaktır. Bu nedenle görsel, yazılı ve işitsel kitle iletişim araçlarının çocuğun eğitimi üzerindeki etkisi ayrı ayrı incelenecektir.

2.3.5.6.1. Görsel Medyanın Çocuk Eğitimindeki Etkisi

Kitle iletişim araçlarından özellikle televizyonun etkileri çocuklar ve gençler tarafından yaygın kullanımı dolayısıyla çokça tartışılmaktadır (R. Bertrand'dan aktaran: Y.D. Ertürk ve A.A. Gül, 2006, s.13). Çocuğun yaşı, televizyonda hangi programları seyrettiği, ne kadar süre televizyon önünde kaldığı, kimlerle bu süreci paylaştığı gibi pek çok etken televizyon-çocuk etkileşimindeki değişkenlerdir. Ekonomik, sosyal, psikolojik kültürel yapılara göre de televizyondan etkilenme şekilleri ve şiddetleri değişiklik göstermektedir (Y.D. Ertürk ve A.A. Gül, 2006, s.17).

Çocukların televizyona ayırdıkları zaman dilimi üzerine çok sayıda araştırma yapılmış veri elde edilmiştir. Çocukların orta öğrenimleri sürecinde on iki bin saat

süreyi okulda, buna karşılık on beş bin saati de televizyon önünde geçirdikleri saptanmıştır (R. Bertrand'dan aktaran: Y.D. Ertürk ve A.A. Gül, 2006, s.13). Amerikan Kaiser Vakfı'nın, 9 Mart 2005 tarihinde Washington DC'de açıklanan "8-18 Yaş Çocuklarının Yaşamında Medyanın Rolü" isimli raporuna göre çocuklar günün dörtte birinden fazla bölümünü, altı buçuk saati, iletişim araçlarına ayırmaktadırlar. Bu kitle iletişim araçlarından televizyon izleme üç saat elli bir dakikalık ortalama ile ilk sırada yer almaktadır (Kaiser Family Foundation'dan aktaran: Y.D. Ertürk ve A.A. Gül, 2006, s.13).

Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun yaptığı bir araştırmada ilköğretim çağındaki çocukların %72,6'sı günde 2 saat ve daha fazla televizyon izlediklerini belirtmişlerdir (RTÜK, 2006, s.40).

Bu oranlar bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun kişilerin ve özellikle çocukların hayatında ne kadar büyük bir role ve dolayısıyla eğitim gücüne sahip olduğunu göstermektedir (P. Bourdieu, 2000, s.54).

Televizyonun çocuğa nasıl ulaştığı sorusunda ise aracı kanal olarak "aile" çıkmaktadır. R. Şirin "televizyon hem aileye odaklı, hem de ailenin merkez medyasıdır. Sadece çocukların değil ailenin de sosyalleşmesine yön verir, modern ailenin dadısı bu yüzden televizyondur" görüşündedir (R. Şirin, 1999, s.31). Çocuk ailesinin izin verdiği ölçüde televizyon izleme şekli geliştirmektedir. Çocuklar televizyonda sadece çizgi film ve çocuk programları izlememekte televizyon açık olduğu oranda yetişkinlere sunulan içeriğe ulaşmaktadırlar (Y.D. Ertürk ve A. A. Gül, 2006, s.12-13). Ailenin televizyon izleme şekli çocuk için modelleme ögesi olmaktadır. Bunun sonucun ise "alışkanlık" kavramı doğmaktadır. Bu konuda J.U. Rogge, "...çocukların yayınları tüketmesinin toplumsal sonuçlarını belgelemek isteyen kimse aileyi de göz önüne almak zorundadır" görüşündedir (J.U. Rogge, 1989, s.122). Bu konuda da eğitime büyük görev düşmektedir. Okullar televizyonun etkileme gücünün yüksek oluşunu göz ardı etmeden yalnızca çocuğa değil aileye de yönelik çalışma yaparak bu konuda başarıya ulaşacaklardır.

Televizyonun etkileme gücünün yüksek oluşu, eğitim-öğretimde de etkileyici bir araç olarak kullanılmasına yol açmıştır. Eğitim programlarının eğlence motifleri

ile desteklenmesi öğretici değerini artırır. Böylece çocuk eğlenirken dinlenir, dinlenirken öğrenir, öğrenirken de oynar (H.Y. Celkan, 1991, s.103). Televizyonlar toplumsal fayda gözeterek yayın yaptıklarında bir çok eğitim kurumunun yaptığı işlevi tek başına yapabilecek güce sahiptirler (R. Özkan, 2004, s.46-55). Ancak bu güç bilinçli yönlendirilmediği takdirde önemli sorunlara yol açabilmektedir.

Çocuklara yönelik Susam Sokağı, Teletubbies, Barney gibi programlar çocukların eğitimi, sosyalleşmesi, açısından önemli bir yer teşkil etmektedir. Programdaki ilgi çekici karakterler, sık, yavaş vurgulanarak tekrarlanan kelimeler (Örneğin her bir programda en az 7 - 8 kere “hoşça kalın” kelimesinin geçmesi), kısa ilgiyi dağıtmayacak bir sürenin seçilmesi çocukların eğitime katkıda bulunmaktadır. Ancak televizyon bu eğitme işlevini toplumu kötü örneklerle yöneltici olarak da kullanabilmektedir. Teletubbies gibi eğitici bir programın ardından Pokemon gibi çocukları damdan atlamaya kadar itebilen çizgi filmlerin yayınlanması oldukça ironik bir çelişkidir (G. Ülger, 2001, s.97-98).

N. Postman ise Susam Sokağı gibi programların eğitici yönünü kabul etmekle beraber olaya başka bir eleştiri getirir. 1969’da yayına başlayan Susam Sokağı çocuklara bilgiler öğretebilmekle beraber çocuklara asla okulu sevdirmemişti. Susam Sokağı gibi iyi bir program bile sadece çocuklara televizyon seyretmeyi özendirir. N. Postman televizyonu bir “öğretim programı” olarak adlandırmanın uygun olacağını öne sürerek, televizyonun da öğretim programları gibi gençlerin zihinlerini ve karakterlerini etkilemeyi, eğitmeyi ve yetiştirmeyi hedeflediğini ileri sürer (N. Postman, 2004, s.163).

N. Postman’a göre televizyonun öğretim programında önde gelen bir yer kapma iddiası onun eğlendirici olmasına dayanmaktadır. Bu durumsa çocuklara öğrenmeye değer her durumun bir eğlence biçimine bürünebileceğini ve bürünmesi gerektiğini öğretecektir (N. Postman, 2004, s.170-171).

Ortalama bir çocuğun 16 yaşına kadar televizyonda on üç bin şiddet eylemine tanık olduğu saptanmıştır. Şiddet eylemlerinin izlenmesi, çocukta ruhsal gerginliği arttırabilmekte, dengesi daha kolay değişebilen, öfke eğilimli çocuklarda ise dürtüsel ve duygusal kontrolü zayıflatmaktadır. Aşırı televizyon izleme, televizyonun görsel

algıya hitap eden doğasının, beynin sağ yarıküresindeki dille ilgili bölgenin gelişimini engellemesi nedeniyle akademik başarıyı düşürmektedir. Aşırı uyarıcı öğelerle donatılmış programlara alışan çocuk hafif uyaranlara dikkat vermemektedir. Televizyon plânlama, organizasyon, dikkat ve öz-denetimden sorumlu olan ön beyin korteksinin tembelleşmesine neden olmaktadır (H. Yavuzer, 2003, s.76-77).

Dil gelişimiyle ilgili yapılan araştırmalar televizyonun çocuğun kullandığı kelime sayısında bir artışa da neden olamadığını ortaya koymuştur. Televizyonun daha çok çocuğun argo kelime kullanımına etkisi söz konusudur (G. Göktürk, 2001, s.90).

Televizyonun çocuk eğitimi konusundaki diğer bir etkisi, çocuğun mal ve hizmetleri tanınması ve satın alması için yapılan reklamlarda ortaya çıkmaktadır. Özellikle, çocuklar için hazırlanmış ve çocuklara yönelik programların arasına yerleştirilmiş reklamlar çocuğun o ürüne ihtiyacını yaratmada etkili olmaktadır (R. Özkan, 2004, s.47).

Televizyonun bir diğer olumsuz etkisinin, bireyin hayatında önemli bir yeri olan ailenin eğitim işlevinin televizyonun etkisiyle sarsıntıya uğraması olduğu söylenebilir. Bir çok aile çocuklara maddî ve manevî toplumsal değerlerini öğretilmediklerinden, çocukların televizyonlardan daha fazla etkilendiklerinden yakınmaktadır (R. Özkan, 2004, s.47).

Televizyonun çocuklar üzerinde olası etkileri “olumlu ya da istenen etkiler” ve “olumsuz ve istenmeyen etkiler” olarak şu şekilde özetlenebilir (J. N. Kapferer, AAP, R. Bertrand, Ö. Sayın, M. Mete, H. A. Başal, S. Ögülmüş ve G. De Gaetona’dan aktaran: Y.D. Ertürk ve A.A. Gül, 2006, s.18):

Olumsuz etkiler: Fiziksel saldırganlığın artması, şiddete başvurma, şiddete karşı duyarsız olma, okuma zevkinde azalma, ders çalışmaya karşı isteksizlik, dikkatini yoğunlaştırılmama, kendini ifade edememe, kendini izlediği kahramanın yerine koyarak gerçeklerden uzaklaşma, hayal gücü ve yaratıcılığın kısıtlanması, sosyal ilişkilerin zayıflaması göz ve uyku bozukluğu olumsuz etkiler belirlenmiştir.

Olumlu etkiler: Konuşma ve ifade etme gelişimin hızlanması, müzik dinleme zevkinin gelişmesi, yeni bilgilerin öğrenilmesi ve algılama yeteneğinin hızlanması, şiddetten arınma, hayal gücü ve yaratıcılığın gelişmesi, dünyayı tanıma ve anlama olumlu etkiler belirlenmiştir.

Yukarıdakilerden de anlaşılacağı üzere televizyonun birbirine karşıt sayılabilecek etkilerinden bahsetmek mümkündür (Y.D. Ertürk ve A.A. Gül, 2006, s. 2).

Eğitici televizyon yayınlarının olumlu toplumsal sonuçlar doğurabilmesi için, bu yayınların hazırlanması ve sunumunda, öğrenme-öğretme kuramlarının ve bu kuramlar doğrultusunda yapılan araştırmaların sonuçlarının dikkate alınması gerekmektedir. Ayrıca, hedef izleyici grubunun çeşitli yönleriyle tanınması ve bu yönde yapılmış psikolojik ve sosyolojik araştırma sonuçlarından haberdar olunması gerekmektedir. Ulaşılmak istenen hedeflere en uygun yöntemlerin, araç gereçlerin seçilip kullanılmasına ilişkin bilgi ve beceriler de gerekli olmaktadır. Doğrudan eğitici özellik taşımayan programların yayın içeriklerinde, yayın saatlerinde çocuklara en uygun olabilecek ve onların ruhsal gelişimlerine zarar vermeyecek düzenlemeleri gerçekleştirmek ilke edinilmelidir (Ş. Yapıcı, 2006, s.2). Bunun ticarî kanallarda çok da verimli gerçekleştirilmediği görülmektedir. Bu durumsa bir çok ticarî kanalın bulunduğu günümüzde kanallar üstü bir denetleme kurumunun ve öncelikli amacı toplumsal fayda olacak bir kamu kanalının olması gerekliliğini göstermektedir.

Türkiye’de denetleme görevini Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) üstlenmiştir. Yine Türkiye Radyo Televizyon Kurumu’na (TRT) bağlı televizyon ve radyo kanalları yoluyla toplumsal fayda temelli yayınlar yapılmaktadır.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) 1983 yılında 2954 Sayılı Kanunla yurt içine yapılacak radyo ve televizyon yayınları için millî siyasete uygun ilkeleri tespit etmek, ilgili kanunda belirtilen görev ve esasların uygulanmasının gözetim, denetim ve değerlendirilmesini yapmak amacıyla kurulmuştur (RTÜK, 28.07.2007). Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), televizyon yayınlarında çocuk ve gençlerin zihinsel, sosyal ve ahlakî gelişimleri üzerinde olumsuz etki oluşturabilecek

mevcut zararlı içeriğin sınıflandırılması amaçlı bir sistem geliştirmek üzere 2001 yılında çeşitli komisyonlarla çalışmaya başlamış ve bunu 2006 yılında uygulamaya koymuştur (RTÜK, Akıllı İşaretler Kodlayıcı Uygulama Rehberi, ty.yyy.).

“Akıllı işaretler” adıyla anılan bu sistem televizyon yayınlarının içeriğiyle ilgili bilgilendirici bir sınıflandırma sistemidir. Televizyon yayıncılarının, anne babaların ve genelde toplumun, çocukları ve gençleri televizyon yayınlarının olası zararlı etkilerinden koruma sorumluluğunu yerine getirmelerinde onlara yardımcı olmak üzere tasarlanmıştır. Toplumun farklı kesimlerinin temsil edildiği geniş çaplı bir araştırma sonucu anne babaların %80'e yakınının televizyon programlarının içeriği konusunda bilgilenmek ve uyarılmak istediklerini ortaya koymuştur. Bu talep, sistemin en önemli gerekçesini oluşturmaktadır (RTÜK, 28.07.2007).

Akıllı İşaretler sistemi, konuyla ilgili bağımsız uzmanlar tarafından geliştirilmiş karma bir sistemdir. İki konuda bilgi vermektedir (RTÜK, 28.07.2007):

1. Programın olası zararlı içeriği: Zararlı etkileri olabilecek içerik alanları, şiddet ve korku, cinsellik ve örnek oluşturabilecek olumsuz davranışlar (ayrımcılık, alkol ve sigaranın aşırı kullanımı, madde kullanımı, yasa dışı davranışlar ile kaba konuşma / küfür) olarak belirlenmiştir.

2. Programın hangi yaş grubuna uygun olduğu: Programlardan etkilenme düzeylerine göre yaş gruplarıdır. Tüm izleyici, 7 yaş, 13 yaş ve 18 yaş olmak üzere dört grupta ele alınmıştır (RTÜK, 28.07.2007).

Bu proje televizyonun toplumsal etkisi konusunda oluşan hassasiyetin göstergesi olduğu için oldukça önemlidir. Ancak yine de program içeriklerinin sadece işaretlere güvenilmeden aileler tarafından dikkatlice takip edilmesinde fayda vardır.

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu da her yıl genel yayın plânı kapsamında çocuklara ve gençlere yönelik programların hedeflerini ve ilkelerini, çocuklara yönelik düzenlenecek programların çerçevesini belirler (TRT, 28.07.2007, s.19-59). Bu yayın plânı görsel medya bölümünde ele alınmakla birlikte işitsel medyayı da

içermektedir. 2007 yayın plânında çocuklara yönelik programlar ve bu programların hedefleri ve ilkeleri ve programlar EK 1’de aktarılmıştır.

Bu programlar, hedefler ve ilkeler Türkiye Radyo Televizyon Kurumu’nun çocuk ve gençlere yönelik çalışmalarındaki titizliğini göstermektedir. Aynı titizlik özel televizyonlar tarafından da gösterildiğinde televizyonun olumsuz etkileri büyük oranda azalacaktır.

2.3.5.6.2. Yazılı Medyanın Çocuğun Eğitimindeki Etkisi

Basının eğitici-öğretici rolü öğrenmede anındaki etkileyiciliği, öğretilenlerin kullanılabilirliği bakımından önemlidir (H.Y. Celkan, 1991, s.103). Yazılı medyayı oluşturan dergi ve gazeteler çocukların eğitiminde görsel medya kadar olmasa da önemli bir paya sahiptir.

Kitle iletişim araçlarından dergiler yine çocuk eğitimi üzerinden değerlendirildiğinde, öncelikle ulaşabilmek için satın almak gibi seçime dayalı bir eylem gerçekleştirilmesinin gerekliliği ve bu seçimde de çocuğun yaşı dikkate alınarak uygun olan derginin satın alınacağı ve aile içinde okunan dergilerden yetişkinlere yönelik olanlara çok fazla maruz kalmayacağı varsayıldığında çocuğun gelişimi için televizyona göre daha fazla olumlu etkisinin olacağı varsayılabilir. Ancak çocukların bir çok eve alınan ve çoğunlukla magazin içerikli gazetelere maruz kaldığı görülmektedir. Kaliteli gazeteler olarak tabir edilebilecek ve içeriğini ülke ve dünya gündemiyle ilgili haberlerin oluşturduğu gazetelerde dahi haberlerin sunuluş biçimi yoğun şiddet içerdiğinden çocuklar için olumsuz etkilere neden olabilmektedir.

Çocuklara yönelik dergilerin oranı ne yazık ki çok fazla değildir. Çocuklar da, ailenin okuma alışkanlığına bağlı olarak, televizyon ve bilgisayarın yaygınlaşması ile birlikte bu dergilere eskisi kadar ilgi göstermemektedirler (A.S. Arvas, 08.05.2007).

Çocuk dergileri çocuğun psiko-sosyal gelişiminde etkili olmaktadır. Özellikle okulda çıkarılan dergiler çocuklar tarafından üretildiği için önemlidir (V. Günyol’dan aktaran: G. Göktürk, 2001, s.58).

Çocuk dergileri içeriklerinde bilim, spor, sanat, bilmece, boyama, hikaye, ünlü kişilerin yaşamı, masal ve genellikle çizgi dizilerden oluşan öyküler, din gibi konulara yer vermektedirler. Böylece eğitici ve eğlendirici özelliklere yer veren dergiler çocuk üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkilere sebep olmaktadır (G. Göktürk, 2001, s.62).

Okul öncesi çocuklarına yönelik yalnızca boyama ve resim çizme etkinliklerini içeren dergiler, çocukla ilgili bilinmeyen yönlerin ortaya konmasına ve onun deneyim kazanmasına yardımcı olur (G. Göktürk, 2001, s.62).

Dergilerin önemli bir bölümünü oluşturan çizgi romanlar çocuklara farklı bir şekilde düşünmeyi öğretmekte, hayal gücünü geliştirmektedirler. Bunun yanında aynı çizgi romanların insanüstü güçlere sahip kahramanları ile çocuğa istediklerini elde etmek için her yola başvurmalarının normal olduğu inancını aşlamaya çalışmak gibi olumsuz bir etkisi de vardır (G. Göktürk, 2001, s.60).

Çocuğun dil kullanma becerisinde de dergiler önemli bir işlevi yerine getirmektedirler. Çocuk okuduğu metinlerde aynı zamanda anadilinde varolan kelimeleri ve cümle yapılarını da öğrenmektedir. Bu nedenle çeviri dergilerde çevirinin iyi olması önem kazanmaktadır. Dergilerin içinde yer alan bulmaca ve bilmeceler, hedef kitlenin yaş durumu dikkate alınarak hazırlırsa zekâ gelişimine ve entelektüel açıdan gelişimine katkıda bulunabilir (G. Göktürk, 2001, s.63).

Tüm bu yarar ve zararların gazeteler için de geçerli olduğu söylenebilir. Ancak gazetelerin kimi eklerinin dışında belirli bir yaş grubuna yönelik olmaması ve her türlü gündemin sayfalarında yer bulması özellikle şiddet ve suç konusunda gazetelerin olumsuz etkilerini daha fazla ön plâna çıkarmaktadır. Gazete ve dergilerin suçu yaygınlaştırmak konusundaki etkileri şöyle özetlenebilir: Suç tekniğini öğretmek, suçu olağan, çekici, hatta yararlı bir faaliyet olarak göstermek, suçluya saygın bir kişilik vermek, suçluyu sempatik bir kişi olarak sunmak, adaletten kurtulmanın kolay olduğunu telkin etmek, adalet mekanizması ve polisi gülünç şekillerde göstermek, suçun âdeta reklamını yapmak ve ücret aracı haline getirmek (H. Yavuzer, 1994, s.24).

Gazete ve dergilerin bir diğerk olumsuz etkisi ise içlerinde yer alan reklamlar aracılığıyla çocuk ve gençleri bilinçsiz bir tüketime ve satın alma alışkanlığına yönlendirmesidir.

2.3.5.6.3. İşitsel Medyanın Çocuğın Eğitimindeki Etkisi

Radyo genel olarak haber verme, bilgilendirme, eğitime, eğlendirme, mal ve hizmetlerin tanıtılması işlevlerini yerine getirir. Radyonun haber verme işlevinden sonra en önemli işlevi de eğitimidir. Türkiye’de radyodan çocuklara yönelik hazırlanan yayınlar genellikle Türkiye Radyo Televizyon (TRT) Kurumu radyoları tarafından yapılmaktadır (G. Göktürk, 2001, s.69-70). Görsel medya bölümünde aktarıldığı gibi Türkiye Radyo Televizyon Kurumu yıllık olarak oluşturduğu genel yayın plânında çocuklara ve gençlere yönelik programların hedeflerini ve ilkelerini belirler. Bunun yanında her yıl için çocuklara ve gençlere yönelik kampanya şekline dönüştürülecek ve öncelikle işlenecek konuları belirler (TRT, 28.07.2007, s.19-59). Bu hedefler doğrultusunda oluşturulan yayınlar gerek radyonun gerek televizyonun çocuklara ve gençlere yönelik doğrudan eğitim işlevi gören yayınlarını oluşturur.

Örneğın TRT’ye bağılı bir radyo olan Radyo 1’de yayınlanan “Çocuğın Dünyası” adlı programın içeriğı şöyle tanımlanmıştır: “Yapımı İstanbul Radyosu tarafından gerçekleştirilen programda, çocuk eğitime ve çocuğın gelişimini sağlamaya yönelik çeşitli konular, çeşitli bilgi, açıklama ve röportajlar sunularak, çocuklara yönelik radyo oyunları ve müziğey yer veriliyor” (TRT, 27.07.2007).

Radyolarda yayınlanan skeçlerle seriler, diziler, tek oyunlar, dramatik belgesellerde eğitici unsurlara yer verilmek suretiyle çocuğın eğitimi gerçekleştirilebilir. Çocuk farkına varmadan oyun oynuyormuşçasına gönderilen mesajı alır. Radyo, dinleyicisinin hayal gücünü devreye sokarak onun yaratıcılığının gelişmesine katkıda bulunur. Radyo hedef kitlesine ses aracılığıyla ulaştığından konuşmalar çocuklar üzerinde çok etkili olmaktadır. Bu nedenle radyo programlarında dile çok dikkat etmek gerekmektedir (G. Göktürk, 2001, s.74-79).

Radyoda dilin yanlış kullanımı yoluyla sebep olunabilecek olumsuz etkinin yanında diğerk bir olumsuz etkisi ise eğitim ve güldürü adına yapılan yayınlarda,

çocuğa küfür, ahlâksızlık, şiddet konularında model oluşturmaktadır. Üçüncü olumsuz etki ise tüm kitle iletişim araçlarında rastlanan reklamlar ile çocukların bilinçsiz tüketime teşvik edilmesidir (G. Göktürk, 2001, s.78).

2.4. Okul ve Medya İlişkisi

Bu bölümde okuldaki halkla ilişkilere geçmeden önce halkla ilişkilerin tanımları ve modellerine değinilmiştir. Daha sonra okulda halkla ilişkiler stratejileri ve okul halkla ilişkilerinde okul yöneticisinin / halkla ilişkiler uzmanının rolü incelenmiştir. Halkla ilişkilerin okul ve medya ilişkisindeki işlevi ele alınarak okul ile medya ilişkileri anlatılmıştır.

2.4.1. Okul ve Çevre İlişkisi

Eğitim öğretim faaliyetlerinin en önemli amacı ülkenin geleceği olan çocukları iyi vatandaşlar olarak yetiştirmektir. Çocukların eğitiminde okul çevre işbirliğinin yeri ve önemi, okul çevre ilişkileri okul bölümümüzde kapsamlı olarak ele alınmıştır.

2.4.2. Okulda Halkla İlişkiler

Bilgi toplumunda ister devlet, ister özel okulda çalışıyor olsun her yöneticinin “halkla ilişkiler”in ne olduğunu, halk ile iki yönlü nasıl bağlantı kurulacağını ve nasıl fayda sağlayacağını bilmesi gerekmektedir. Yöneticilik eğitiminde halkla ilişkilerin önemi açısından okulda halkla ilişkiler anlatılmadan önce temel oluşturması amacıyla halkla ilişkiler tanımlarına ve stratejilerine değinmek uygun olacaktır.

2.4.2.1. Halkla İlişkiler

21. yüzyılın toplumuyla düzenli, fakat aynı zamanda dikkatli bir biçimde ilişki kurmak, onunla karşılıklı yarar ve anlayışa dayalı olarak etkileşmek, haberleşmek gerekmektedir (M. Kazancı, 2004, s.1). Toplumsal bilinç, sorumluluk, çevre bilinci çalışmaları önem kazanmaktadır. Bütün bu kavramlar iletişim çatısı altında toplanmaktadır. İletişimi sağlayan ise halkla ilişkilerdir (A. Asna, 2006, s.7-8).

İletişim olgusu Amerika’da Puplic Relations adı verilen bir mesleğin alt yapısını oluşturur (A. Asna, 1997, s.70). Deyimin İngilizce’si Puplic Relations

“halkla ilişkiler”, Fransızca’sı Relations Puplices “halklarla ilişkiler”dir. Puplic Fransızcıda pupligue ise halk kamu anlamına gelmektedir. Fransızca anlamında halk çoğul anlamında kullanılmıştır. Bir halktan değil bir çok halktan söz edilmektedir. İlişki kurulacak kitleyi halk değil gurup insanlar topluluğu olarak ele almak daha doğrudur (A. Asna, 1997, s.208).

Halkla ilişkiler deyimi ilk defa, Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Thomas Jefferson’ın 1807 yılında Kongreye gönderdiği mesajda kullanılmıştır. Böylece 1800’lerde Amerika’da başlayan halkla ilişkiler Avrupa’ya ve Japonya’ya yayılmış, İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra kurulan örgütlerle uluslararası düzeye gelmiştir. 1980’li yıllara kadar klâsik, kurumsal niteliği içinde gelişimine devam etmiştir (A. Asna, 1997, s.70).

Halkla ilişkilerin bir çok tanımı olmakla beraber bu çalışmada önemli görülen birkaç tanımla yetinilecektir. Uluslararası Halkla İlişkiler Birliği halkla ilişkileri şöyle tanımlamıştır: “Halkla ilişkiler, özel ya da kamu sektöründeki bir örgütün temasta buldukları kimselerin anlayış, sevgi ve desteğini elde etmek için sürekli olarak yaptıkları yönetim formülüdür” (L. Ilgar, 2000, s.123).

A. Asna dört nitelik taşıyan halkla ilişkilerin tek bir cümlede tanımını şöyle yapmaktadır. “Halkla ilişkiler, yönetimin felsefesi, bu felsefenin yürütülen politika ve eylemlerle görüntülenmesi, bir yönetim fonksiyonu ve karşılıklı anlayış ve iyi niyetin sağlanması için, kamuoyu ile haberleşme yöntemlerinden yararlanarak bu felsefenin, politikanın uygulamanın ve eylemlerin açıklanmasıdır” (A. Asna, 2006, s.10).

Bütün bu tanımlardan çıkarabileceğimiz sonuç “halkla ilişkiler” sevgi, saygı ve güvene dayanan, plânlı, programlı, kurumun hedefleri doğrultusunda beklentilerine cevap verebilen, iletişimi kullanarak kurumu amaçlarına ulaştıran kişisel ilişkiler stratejisidir.

Halkla ilişkilerin asıl amacı kurumu ve organizasyonları gerçeğe uygun, samimi ve dürüstçe tanıtmak ve anlatmaktır (Z. Bursalıoğlu, 1967, s.131).

Türkiye'ye bakıldığında ise ilk kurumsal halkla ilişkiler uygulaması 1960'lara dayandığı görülür. 1960 sonlarında kurulan Devlet Plânlama Teşkilâtı'nda halkla ilişkilerden sorumlu "Yayın ve Temsil Şubesi" kuruldu. Halkla ilişkiler sorumlusu "temsil etmek" ve "yayın" yapmakla görevlendirildi (A. Asna, 1997, s.75). Türkiye'de halkla ilişkiler eğitimi ise ilk olarak Ankara Siyasal Bilgiler Fakültesine bağlı Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu'nda başlamıştır (A. Asna, 1997, s.195).

Türkiye'de halkla ilişkilerin varlığı bilinmesine karşın toplumsal ve yönetsel sistemimiz böyle bir uygulamaya gereksinme duymadığı için kamu yönetiminde halkla ilişkiler sürekli olarak bir yana bırakılmıştır. Çünkü plânlı toplumsal çalışmanın doğması kuşkusuz o sistem içinde böyle bir gereksinmenin duyulmasına bağlıdır (M. Kazancı, 2004, s.11-12).

Halkla ilişkileri ihtiyaç haline getiren, kamuoyunun önemi, insan faktörü ve klâsik çerçeve dışındaki yeni alanlardaki uygulamalardaki gelişmelerdir. Çevre ilişkileri ve basın-yayın organları ile iletişim klâsik çerçeve dışındaki yeni alanlarda uygulamalar olup, yeni alanlarda kullanılmaya başlanmıştır (A. Asna, 2006, s.13-15).

2.4.2.2. Halkla İlişkiler Modelleri

Halkla ilişkilerin doğduğu Amerika'da birtakım modeller geliştirilmiştir. Bir organizasyonda tercih edilen halkla ilişkiler modeli, o organizasyonda halkla ilişkilerin nasıl görüldüğünü ve işlevinin ne olduğunu açıklar (E.G. Ural, 2006, s.7). Bu modellerin en bilinenleri Todd Hunt ve James Gruning'in modelleri ve zanaat halkla ilişkileri ve profesyonel halkla ilişkiler modelidir (J. Gruning ve T. Hunt'tan aktaran E. G. Ural, 2006, s.7).

T. Hunt ve T. Gruning'in Halkla İlişkiler Modelleri: Bu modeller basın ajansı modeli, kamuoyu bilgilendirme modeli, iki yönlü asimetrik model ve iki yönlü simetrik modeldir. Basın ajansı modeli 19 yüzyılın ortalarında tam zamanlı halkla ilişkiler uygulamaları gerçekleştiren ilk uzmanlar tarafından oluşturulmuştur. Kamuoyu bilgilendirme modelini 20. yüzyılın başında büyük şirketler ve hükümet daireleri hakkında gerçekleri ortaya koyan gazetecilere tepki olarak ortaya çıkmıştır.

Bu iki modelde de bilginin medya aracılığı ile kurumdan kamuoyuna doğru yayıldığı tek yönlü halkla ilişkiler yaklaşımı söz konusudur (J. Gruning ve T. Hunt'tan aktaran: E. G. Ural, 2006, s.7-9).

İki yönlü asimetrik model ise çalışmalarını davranış bilimlerine ve sosyal bilimlere dayandırmaya çalışarak halkla ilişkiler uygulamasına araştırma ve bilimsel bir bakış getirir. İki yönlü simetrik model ise araştırmayı kamuoyunu motive ya da ikna etmek için değil, iletişimi kolaylaştırmak için kullanmaktadır (J. Gruning ve T. Hunt'tan aktaran: E. G. Ural, 2006, s.8).

Zanaat Halkla İlişkileri ve Profesyonel Halkla İlişkiler Modeli: Hunt ve Gruning'in modellerinin modern halkla ilişkiler uygulamaları için yeterli olmadığı eleştirileri bu modellerin zanaat ve profesyonel halkla ilişkiler şeklinde yeniden kavramlaştırılmalarına neden olmuştur Zanaat düzeyi halkla ilişkiler uygulayıcılarına göre tek amaç medyaya ya da başka iletişim kanallarına bilgi ulaştırmak iken profesyonel (=uzman) halkla ilişkiler uygulayıcılarının amacı bir kurumda çatışmayı azaltmak ve stratejik hedef kitlelerine ulaşmaktır (E.G. Ural, 2006, s.9).

2.4.2.3. Okulda Halkla İlişkiler

Okul ve çevre ilişkileri ayrıntılı olarak okul bölümünde ele alınmıştır. Okulun çevreyle ilişkilerini sağlayan okul yöneticisinin ve halkla ilişkiler uygulayıcısının görevi ve rolleri bu bölümde incelenmektedir.

Eğitimde halkla ilişkiler, genel eğitim politikasına göre, okulun, toplum ve çevredeki yerini, başarılarını ve başarısızlıklarını halka duyurma ve anlatmasıdır (Z. Bursalıoğlu, 1979, s.191). H. Taymaz'a göre ise eğitimde halkla ilişkiler, bir eğitim örgütü ve bu örgütün iç ve dış toplulukları arasındaki plânlı ve sistematik iki yönlü iletişim süreci olarak da tanımlanabilir (H. Taymaz, 2007, s.70).

Klâsik tanımlama halkla ilişkiler sürecini dört temel ögeye ayırır (L.W. Hughes'dan aktaran: H. Taymaz, 2007, s.70-71):

(1) Çözümleme: Eğitimle ilgili kaygı uyandıran sorunların neler olduğunu belirlemek.

(2) Plânlama: Okulun hedefleri göz önünde bulundurularak daha sonra yapılacak iletişim aşamalarını tasarlamak. Çalışma aşamalarını plânlayarak iş paylaşımı yapmak.

(3) İletişim: Basına bilgi verme, okul mektupları, broşürler, haber yazıları, yerel medya, yüz yüze iletişim, eğitimsel fuarlar ve okulda yapılan özel kutlamalar gibi, ilgililere ve hedef kitleye okulu doğru ve açık şekilde yansıtacak iletişim türlerini belirlemek.

(4) Değerlendirme: Anket ve diğer yöntemler ile mesajın ilgililer tarafından alınıp alınmadığı ve istenen etkiyi gösterip göstermediğini kontrol etmek.

Okulun merkezci bir sistem içinde çalıştığı ülkelerin çoğunda, halkla ilişkiler olurlarına bırakılarak bunları bilimsel ilkelere göre programlaştırmak gereksiz görülür (Z. Bursalıoğlu, 1979, s.196-197). Çağdaş yönetim anlayışının temel öğesi ise halkla ilişkilerdir (A. Asna, 1997, s.203).

Okulda halkla ilişkilerin faydalarından birisi halkın eğitime katılmasının herhangi bir politik grubun tekeline girmesi tehlikesine karşı bir önlem olması, diğeri ise anne ve babanın da okulda çocuğun eğitim üzerinde söz hakkı olmasıdır. Okul yöneticileri, çevrenin eğitime katılması için halkla ilişkiler faaliyetleri ile önderlik etmelidir (Z. Bursalıoğlu, 1967, s.136).

Okul halkla ilişkilerinin amaçları okulun kalitesini ve değerini arttırmak, halka ve okul çalışanlarına faydalı bilgiler vermek, okulun imajını halka anlatmak, halkın değerlendirmelerine ve algılarına etki etmek olarak sıralanabilir (T.J. Kowalski, 2004, s.10-12). Bu genel amaçları çerçevesinde, özel amaçlar halkın ilgi ve gereksinimleri doğrultusunda olmalıdır. Bu özel amaçlar halkın belirli gruplarına ve sınıflarına değil bütününe yönelik oluşturulmalıdır (Z. Bursalıoğlu, 1979, s. 193).

Okul halkla ilişkileri, yukarıdaki amaçlara, kitle iletişim araçları yoluyla medyayla etkili iletişim sağlayarak ulaşmaya çalışır.

2.4.2.3.1. Okul Halkla İlişkilerinin Stratejisi

Eğitim süreci bilimsel, teknolojik gelişmeler ve sosyal değişikliklerden etkilendiği için eğitim de bu güçlerin arasındaki ilişkilerin bir sonucu haline gelir (Z. Bursalıoğlu, 1967, s.130). Bu dengenin okulun lehine olabilmesi için söz konusu değişiklerdeki olumlu olanların olumsuz olanlara göre daha fazla olmasını sağlamak okul halkla ilişkilerinin stratejisi olmalıdır (Z. Bursalıoğlu, 1979, s.192).

Okul halkla ilişkilerinin stratejilerinin gerçekleşmesi için eğitim süreçlerine etki yapan güçlerin ve bunları kullanan kişilerin bilinmesi gerekir (Z. Bursalıoğlu, 1967, s.131). Bundan sonra bu kişiler eğitim süreçlerine dâhil edilerek kullandıkları güçlerin nitelik ve derecesini eğitim sürecinde olumlu toplumsal değişimlere neden olmasına temel hazırlanmalıdır (Z. Bursalıoğlu, 1979, s.192).

2.4.2.3.2. Okul Halkla İlişkilerinde Okul Yöneticisinin Rolü

Okulların bazılarının çevre ve halkla olan ilişkilerinin iyi olmayışı, bu alanın önemini yeterince anlamamış, tekniklerini öğrenmemiş okul yöneticilerinin davranışlarından kaynaklanmaktadır (Z. Bursalıoğlu, 1967, s.133-135). “Bu konuda başarılı olmak isteyen okul yöneticisi, önce halkla ilişkilerin eğitimdeki yeri ve önemini anlamalı ve benimsemelidir. Bundan sonra, okul-halk ilişkileri programının nasıl yapılacağı ve uygulanacağını, eleştiriri ve hücumların nasıl karşılanacağını, basınla olan ilişkilerin inceliklerini, bütün bu eylemlerde yöneticinin oynayacağı rolleri öğrenmek zorundadır. Bu sorunların çözümü ise, özellikle sosyal psikoloji ve iletişim alanlarında yetişmiş olmayı gerektirir” (Z. Bursalıoğlu, 1972a, s.98-99).

Okul yöneticisinin halkla ilişkiler rolünden bu konudaki yasal sorumluluklarından bahsetmek yerinde olacaktır.

Türkiye Cumhuriyeti kanun ve yönetmeliklerinde ilköğretimden başlayıp üniversiteye kadar devam eden devlet memurlarının tamamında ilk atamalarından, görevde yükselmelerine kadar memuriyetleri sırasında halkla ilişkiler konusunda yetişmişlik istenmektedir. Konumuzla ilgili kanun ve yönetmelikler aşağıdaki gibidir (MEB, 11.06.2003):

Millî Eğitim Bakanlığı İlköğretim Kurumları Yönetmeliği:

Madde 61 — Müdür başyardımcısı, ders okutmanın yanında müdürün en yakın yardımcısıdır. Müdürün olmadığı zamanlarda müdüre vekâlet eder.

Müdür başyardımcısı, okulun her türlü eğitim-öğretim, yönetim, öğrenci, personel, tahakkuk, ayniyat, yazışma, eğitici etkinlikler, yatılılık, bursluluk, güvenlik, beslenme, bakım, koruma, temizlik, düzen, nöbet, halkla ilişkiler gibi işleriyle ilgili olarak okul müdürü tarafından verilen görevleri yapar. Bu görevlerin yapılmasından ve okulun amaçlarına uygun olarak işleyişinden müdüre karşı sorumludur.

Madde 62 — Müdür yardımcıları, ders okutmanın yanında okulun her türlü eğitim-öğretim, yönetim, öğrenci, personel, tahakkuk, ayniyat, yazışma, eğitici etkinlikler, yatılılık, bursluluk, güvenlik, beslenme, bakım, koruma, temizlik, düzen, halkla ilişkiler gibi işleriyle ilgili olarak okul müdürü tarafından verilen görevleri yapar. Bu görevlerin yapılmasından ve okulun amaçlarına uygun olarak işleyişinden müdüre karşı sorumludurlar (Adalet Bakanlığı, 02.05.2007).

Millî Eğitim Bakanlığı Yönetici Atama ve Görevde Yükselme Yönetmeliği:

Yukarıdaki yönetmelikte bulunan görevde yükselme eğitimi kapsamında halkla ilişkiler ve davranış kuralları da bulunmaktadır (Memurlar.net, 15.05.2007).

Aday Memurların Yetiştirilmesine Dair Genel yönetmelik (Memurlar.net, 15.05.2007).

Madde 5 aday memurların eğitim konuları aşağıda gösterilmiştir.

Temel eğitim konuları

7) Halkla ilişkiler

Halkla ilişkilerde teknik odaklı uygulamadan strateji odaklı uygulamaya gidildikçe yöneticinin de rolleri değişmektedir. Uygulayıcı rollerle ilgili çalışmalarda

ilk kez Broom ve Smith tarafından tanımlanan dört kuramsal rol şöyledir (E.G. Ural, 2006, s.11):

İletişim kolaylaştırıcı rolü: İletişim kabiliyeti, insanlarla iyi geçinme, plânlama ve organizasyon yeteneği, özel yaşam ve meslek hayatının bütünlüğü, bilgiye nereden ulaşabileceğini öğrenme gibi niteliklere sahip olması gerekmektedir (F. Jefkins, 1989, s.12).

Uzman reçeteci rolü: Halkla ilişkiler uzmanı problem çözücü hem de otorite rolündedir (S.M. Cutlip, A.H. Center, G.M. Broom, 1994, s.42-44).

İletişim kolaylaştırıcısı rolü: Duyarlı dinleyici ve bilgi süzgeci görevlerini içerir. Organizasyon ve hedef kitle arasında aracı rolü üstlenerek iki yönlü iletişim sürdürür (S.M. Cutlip, A.H. Center, G.M. Broom, 1994, s.42-44).

Problem çözme yardımcısı rolü: Uygulayıcı rolü iletişim problemlerini tanımak ve çözmek için yöneticilerden yardım almaktır (E.G. Ural, 2006, s.11).

İletişim teknisyeni rolü: İletişim teknisyeni rolünde yöneticiler ve halkla ilişkiler çalışanı medya ile sağlıklı ilişkiler kurma çalışması gerçekleştirirler (E.G. Ural, 2006, s.11-12). Yazı yazma, yazılan yazıları düzeltme, haber bültenleri ve makaleler yazma ve medya ile ilgilenme gibi gazetecilikle ilişkili görevleri içerir (S. M. Cutlip, A.H. Center, G.M. Broom, 1994, s.42-44).

Ziya Bursalıoğlu'na göre halkla iyi ilişkiler kurmak isteyen okul yöneticisi çevre ve okul arasında bir işbirliği kurmalıdır Okuldaki herkesin bu programa katılmasını sağlayarak programı sağlam ilkelere dayandırmalıdır. Okulun yayınlarından sorumlu bir kişi görevlendirerek basınla ilişkileri kurmalıdır En önemlisi de bu konuda, okulda hizmet-içi eğitim çalışmaları yaptırmasıdır (Z. Bursalıoğlu, 1967, s.135).

A. Asna yöneticilik eğitimi yapan okullarda yetişenlerin, diploma alırken zihinlerinde halkla ilişkiler bilgilerine de yer vermelerinin gelecekteki sosyal düzenin işleyişi açısından şimdiden güven altına almalarında kendilerine yardımcı olacağı görüşündedir (A.Asna, 1974, s.9).

Etkili okul yöneticisinin özelliği, çevre ile sağlıklı bir ilişki kurma halkla ilişkiler becerisine ve bu yöndeki sorumluluğu karşılamaadaki etkililiğine bağlıdır.

2.4.3. Okul Halkla İlişkilerinin Medya ile Olan İlişkileri

Okul yöneticisinin her husustan önce iyi bir iletişim becerisine sahip olabilmesi ve kitle iletişim araçlarını kullanarak okulun başarısını, etkinliklerini halka duyurması gerekmektedir. Bu nedenle okul halkla ilişkilerinin medya olan ilişkilerinin güçlü olması önemlidir. Bu bölümde Türkiye’de çok fazla çalışma yapılmamış bir alan olan okul halkla ilişkilerinin medya ile olan ilişkileri anlatılarak okul yöneticilerine ve okul halkla ilişkiler uygulayıcılarına ışık tutmak amaçlanmıştır.

Bu bölümde öncelikli olarak medya ilişkileri incelenmiştir. Daha sonra okul halkla ilişkilerinin medya olan ilişkileri anlatılarak, medya ile ilişkilerde okul yöneticisinin medya plânı, okul-medya ilişkilerinde etik ve bu ilişkilerde kullanılan araç ve yöntemler ayrıntılı olarak verilmiştir.

2.4.3.1. Medya İlişkileri

Medya ilişkileri, kurumların ve kurumları temsil eden kişilerin, halkla ilişkiler uygulayıcılarının medyayla=basın yayın organlarıyla ağırlıklı olarak da yazılı basınla iletişim halinde olduğu her düzeyde ilişkiler ağına denir (C. Aydede, 2004, s.14).

Medya ilişkilerinin temelini “veri”, “enformasyon” ve “akıl” oluşturur. Medya kurumu bilgi çeşitliliği ile oluşan bilgi kirliliğinden her zamankinden daha titiz ve seçici davranarak ilişkileri geliştirebilir. Kurumun ise daha dikkatli bir medya yaklaşımı geliştirmesi gerekir. Çünkü hedef strateji ve vizyona uygun doğru medya yaklaşımı kuruma ait bilgi ve etkinliklerin medya tarafından en verimli şekilde habere dönüşmesini sağlamaktadır (C. Aydede, 2004, s.14-15). Günümüzde kurumlarda medya ile ilişkileri sağlayan halkla ilişkiler uzmanı ya da medya uzmanı bulunmaktadır. Bu uzmanlar kuruluşun medyada yer almasını sağlamak için düzenli olarak medyayla iletişimde bulunurlar (B. Wells ve N. Spinks’den aktaran: A. Okay ve A. Okay, 2005, s.19).

Amerikan kökenli bir meslek dalı olan halkla ilişkilerin dört temel modelin birincisinin basın ajansı modeli olması kuşkusuz bir tesadüf değildir. Bu durum medya ve halkla ilişkiler ilişkisinin ne derece önemli olduğunun bir göstergesidir (Y. E. Çöklü, 1995, s.34).

Röportaj, haber, makale yoluyla medyayla kurulan ilişkiler okuldaki halkla ilişkiler uygulayıcısı için bir avantajdır. Medyayla kurulacak yanlış ilişki ise bir dezavantaj olabilir. Halkla ilişkiler uygulayıcısı medya ilişkilerini tüm iletişim araçlarının aynı derecede önemli olduğu bilinciyle yürütmelidir (C. Aydede, 2004, s.10).

Kurum halkla ilişkiler mesajlarını verirken sadece kurumun ihtiyaçlarına göre değil, medyanın, dinleyici ve okuyucu profilini inceledikten sonra beklentilere göre vermelidir (M. Kazancı, 2004, s.87-88).

2.4.3.2. İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğü Örneğinde Medyayla İlişkiler

İl Millî Eğitim Müdürlüğü Basın ve Halkla İlişkiler Bölümü medyayla ilişkileri sürdürmektedir. Medyadan gelen talep yada ilçeler aracılığı ile okullardan gelen istekler doğrultusunda çalışma yapmaktadırlar. Günlük haberlerinin takip edilmemesi, arşivlenmesi ve İl Millî Eğitim Müdürü'nün bilgilendirilmesi görevleri arasındadır. İstanbul Millî Eğitim Müdürlüğü Basın ve Halkla İlişkiler Şefi Aynur Babat görevleriyle ilgili şu açıklamayı yapmıştır: “Basın ilişkileri İstanbul İl Millî Eğitim Müdürü'nün onayı alınarak valilik kararıyla gerçekleştirilmektedir. Televizyon çekimleri, basın bültenleri, röportaj izinleri görevlerimiz arasındadır. Türkiye'deki eğitime dair tüm haberler her gün takip edilerek, haber kupür kesimi yapıp İl Millî Eğitim Müdürü'ne intikali sağlanmaktadır. Okullardan gelen her türlü basın duyuru talebi, ilçe kanalıyla bize ulaşmaktadır. Millî Eğitim Müdürü'nün imzası ve valilik oluruyla gerekli iznin alınmasından sonra tanıtım duyurusu gerçekleştirilebilir. Bazen de okullarla ilgili medyada çıkan herhangi bir olumsuz haberin soruşturması için gereken yerlere gerekli yazışma yapılır. Eğer okula medyanın daveti söz konusuysa yine aktivitenin açıklaması olan bir yazının ilçe kanalıyla elimize ulaşarak geçerli iznin alınmasından sonra gerekli çalışma başlatılabilir. Özel okullar da, resmî okullar

da izin almadan okulları ile ilgili duyuruyu yayınlamaz, çalışma yapamazlar” (A. Babat, 20.08.2007).

Bir okul yaptığı çalışmayı medyaya duyurmak istediğinde okula ait antetli kağıt ve açıklama ile birlikte kendi İlçe Millî Eğitim Müdürlüğü kanalıyla İl Millî Eğitim Müdürlüğü’ne talepte bulunmak zorundadır. Uygun görüldüğü takdirde valilik onayı alınmaktadır. Eğer medya tarafından okulda çekim yapılması talep edilmişse okul müdürünün onayı doğrultusunda eğitim-öğretimi aksatmayacak şekilde izin verilmektedir (A. Babat, 20.08.2007).

2.4.3.3. Okul Halkla İlişkileri ve Medya İlişkileri

Özel okulların çoğunda ve halkla ilişkiler departmanı bulunmakta ve bu departmanlarda da halkla ilişkiler uygulayıcıları görev yapmaktadır. Halkla ilişkiler uygulayıcılarının aldıkları isimler de kurumlara ve kişilere göre halkla ilişkiler müdürü, halkla ilişkiler uzmanı, halkla ilişkiler sorumlusu, basın danışmanı, medya danışmanı, medyayla ilişkiler sorumlusu, kurumsal iletişim direktörü şeklinde yer almaktadır.

Bazı kurumlarda halkla ilişkiler departmanının içinde sadece basınla ilişkilerden sorumlu uzman bir kişinin de çalıştığı görülür (A. Okay ve A. Okay, 2005, s.22). Devlet okullarında ise halkla ilişkiler odası bulunduran çok az sayıda okul mevcuttur. İstanbul Avrupa yakasında 42 devlet okulu halkla ilişkiler odası bulundurmaktadır. Bu görevi, okul yöneticileri, okul aile derneği, medya mensubu olan veliler ve öğretmenler gönüllü olarak sürdürmektedirler.

Okul ve medya kurumunun etkinliklerini sürdürebilmek için ortak amaçları vardır (C. Aydede, 2004, s.15). Medya mensubu ile halkla ilişkiler uzmanı iki taraflı bir ilişkiye sahiptir. Halkla ilişkiler uzmanı çalıştığı kurumun medyada yer almasını sağlamaya çalışırken medya mensubu da halkla ilişkiler sorumlusundan bilgi ve haber alma ihtiyacını karşılar (L. Mercer ve J. Singer’dan aktaran: A. Okay ve A. Okay, 2005, s.22). Bu ikili ilişkide, medya ile olan ilişkilerini sağlayan kişinin konuya hâkim olması, iletişim becerilerinin yüksek olması, muhabirlerle arasının çok

iyi olması ve bölgesel eğitim politikasını biliyor olması gerekmektedir (T.J. Kowalski, 2004, s.257).

Medya ile ilişkiler rolünün üstlenen uzman ya da okul yöneticisi yukarıda sayılan bu özelliklere sahip olmanın yanında, okulunun toplum tarafından algılanmasında medyanın etkisinin bilincinde olmalıdır. Bir çok insan radyo, televizyon, gazetede çıkan bilgiler dahilinde o okulu değerlendirecektir. Bu yüzden yönetici / uzman, medya ile nasıl bir ilişki kurulacağı plânlamalıdır (T.J. Kowalski, 2004, s.166).

2.4.3.3.1. Medya ile İlişkilerde Okul Yöneticisinin Medya Plânı

Medya ilişkileri plânı ihtiyaçların değerlendirilmesi, problem analizi, amaç belirleme ve strateji seçimi süreçlerini içerir (T.J. Kowalski, 2004, s.255).

Bir medya plânı yapmadan önce okul yöneticisinin kendisine ve okuluna soracağı sorular şu şekilde sıralanabilir (T.J. Kowalski, 2004, s.256):

- Okulun daha önce halkla ilişkiler geçmişi neydi?
- Hangi tip medya okullarla ilgilenmektedir?
- Hangi muhabirler sizin okulunuza bakmaktadır?
- Okulla ilgili hangi mesajlar verilmeli?
- Hedeflenen medyanın ilgi ve ihtiyaçları nelerdir?
- Okul hakkında vermek istenilen mesaj haber niteliği taşıyor mu?
- Hangi bölgeler, hangi sektörler için haber değeri taşımakta hangi iletişim kanalı seçilebilir?
- Medya plânını kim yönetecek ve yürütecek?
- Bu plân ne kadar sürede güncellenecek?

Medyayla sağlıklı verimli başarılı ilişki kurmanın temelini halkla ilişkiler uzmanının medyanın yapısı, işleyişi ve hedef kitleleri hakkında bilgi sahibi olması oluşturur (A. Okay ve A. Okay, 2005, s.22). Medyayla ilişki kurarken gazetecilerin bilgi alma isteklerini yerine getirmek, onları günü gününe izlemek, bülten yayımlamak, geziler, basın konferansları düzenlemek gerekmektedir. Ancak bunun yanında yöneticinin kurum adına gerektiği zaman dosyalarını kapalı tutmaları da önemlidir (N. Tortop, 2006, s.50).

Medyayla ilişkilerin rolü, halkla ilişkiler bölümünün medyada kamuoyuna duyurmak istediği bilgilerin kitle iletişim araçları aracılığı ile kamuoyuna ulaştırmaktır (F. Jefkins'den aktaran: A. Okay ve A. Okay, 2005, s.21). İşin doğası gereği medya ile olan ilişkilerde halkla ilişkiler uygulayıcısına büyük rol düşmektedir. Öncelikle medya mensubunun günümüz teknolojisinde bilgi bombardımanına tutulduğunu unutmayıp halkla ilişkilercinin haber kaynağı olarak farklılaşması gerekir. Medyayla sağlıklı ilişki kurmanın tek yolu etkin mesajlar değildir. Bunu onlarda yaratılan güven duygusu, saygınlık ve itibar sağlar (C. Aydede, 2004, s.15-16).

Basınla ilişkilerde yayın organının büyüklüğüne göre ayırım yapmak, haber ulaştırmada bazılarını öncelik vermek izlenebilecek olumsuz bir yöntemdir. Bazen ise muhabirler kurumla ilgili bir haberi kendi çabalarıyla öğrenerek doğruluk derecesini ölçmek için halkla ilişkiler bölümüne başvurabilir. G. Önal böyle bir durumda öncelik hakkına saygı göstererek bu haberi diğerlerine duyurmamak gerektiği görüşündedir (G. Önal, 2000, s.70).

C. Aydede medya ile ilişkileri sağlam temellere oturtmak için halkla ilişkiler uygulayıcısına aşağıdaki kılavuz ilkeleri önermektedir (C. Aydede, 2004, s.16-21):

- Medya ilişkilerinde aşırı baskı ve ısrarcılık hedefe ulaştırmaz.
- Basın yayın kuruluşlarının reklam bölümlerinin muhatabı kurumların halkla ilişkiler çalışanlarıdır. Reklam bütçesi haber yaratmak, basında yer almak için kullanılmamalıdır.
- Medya ilişkileri anlık değildir, süreklilik gerektirir.

- Meslekî etik ilkeleri gözetmek temel bir sorumluluktur.
- Kurumun beklentileri, neyi istediği açıkça söylenmelidir.
- Basın yayın çalışanları kendilerine profesyonelce yaklaşılmasını bekler.
- Gazetecinin kurumla ilgili yaptığı haberi yayımlamadan göstermesi istenilmemelidir.
- Medya mensuplarını bilgi talep edilmedikçe bilgi bombardımanına tutulmamalıdır. Gönderilen haberin ise görsel ve destekleyici verilerle gönderilmesi hedefe ulaştırır.
- Özel haber çalışması, birden fazla kişi ile ilişki kurarak gerçekleştirilmeye çalışılmamalıdır. Haber çalışmasını yapmış, belgelerini hazırlamış bir gazeteciyi aynı haberi başka muhabirin kaleminden okumak rahatsız eder.
- Medya ilişkilerinde dikkat edilecek nokta “doğru mesajı doğru zamanda doğru kanaldan iletmek”tir.
- “Acaba ulaştı mı” sorusu, anlamlı bir soru değildir. Medya mensubu ek bilgiye ihtiyaç duyarsa sizi arayacaktır.
- Basında yer alma olasılığı yüksek olan, haber değeri taşıyan bilgiler gönderilmelidir.
- Gazeteciler tanıdıkları, güven duydukları, araştırma sırasında kolaylıkla ulaşabildikleri kurumların haberlerine öncelik verirler.
- Gazetecilerin basın bültenlerini okumaya ayırdıkları süre kısadır. Bu süreyi iyi kullanmak için bir basın bülteninin gazete dilinde yazılmış bir metin olmasına dikkat edilmesi gerekir. Özellikle başlık ve spot gibi gazeteciliğe özgü biçimsel araçlarla gazetecinin dikkatini çekip, haber olma değeri yaratılmalıdır.
- Bülteni doğru hazırlamak yetmez, doğru yere doğru kişilere ulaştırmak gerekir. Bunun içinde basını çok iyi takip edilmeli ve değişimleri izlenmelidir.

Okul medya ilişkisinde halkla ilişkiler uygulayıcısı medya ilişkilerine gazeteci gözüyle bakabilmelidir. Medya ilişkilerinin en önemli kuralı dürüstlüktür. C. Aydede, 2004, s.21-22). Daima doğruyu söyleyin ve kendilerine kolaylık gösterin (Z. Bursalıoğlu, 1979, s.196). Yalan söylemeyin. Eğer yalan söylerseniz o yalanlar muhakkak açığa çıkar okulunuzun kamuoyundaki güveni yok olur medyayla pozitif ilişki kuramazsınız (T.J. Kowalski, 2004, s.263). Medyayla doğru bir ilişki kurabilmek için karşılıklı güven ve saygıya dayanan doğru dürüst haber niteliği taşıyan güvenilir bilgilerin medyaya iletilmesi gereklidir (A. Okay ve A. Okay, 2005, s.22). Halkla ilişkiler uygulayıcısı için en doğru strateji sağlıklı haber kaynağı olarak algılanmak, kurumun dürüstlüğünü ve iyi niyetini göstermektir.

Okul yöneticilerinin önceden muhabirleri tanınması kurum için daha olumludur. Muhabirlere karşı her zaman nazik ve saygılı olunmalı ve okula gelmelerini sağlanmalıdır (T.J. Kowalski, 2004, s.258-259).

Eğer kuruma gelen muhabir eğitim konusunda yeniyse ve kurumu tanımıyorsa eğitim politikası hakkında bilgilendirilmelidir. Toplantı gündemi ve toplantıya katılacak isimler muhabire önceden bildirilmelidir (T.J. Kowalski, 2004, s.259-260).

Okul yönetimi haberin zamanlamasını koymalı, haber bültenini tarihlendirmelidir (T.J. Kowalski, 2004, s.259). Medya, haberin çıkması için yalvaran, olumsuz haber çıktığında ise basını çekiştiren bir halkla ilişkiler uygulayıcısından hoşlanmaz. İletilen malzemenin kaliteli doyurucu olması haberin çıkma nedenlerindedir. Bu nedenle daha önce kullanılmış, güncelliği gitmiş haberlerin medyada çıkması talep edilmemelidir (C. Aydede, 2004, s.24).

Eğitim yöneticisinin basın ile olan ilişkilerinde, göz önünde tutabileceği ilkelere bir tanesi de basını kokutmaya ya da tehdit etmeye kalkışmamaktır (Z. Bursalıoğlu, 1979, s.196) Medyada kurum hakkında gerçekdışı bir haber yer alırsa bile kurumun tekzip hakkı olduğu unutulmamalıdır (C. Aydede, 2004, s.25).

Medya mensuplarından verilen randevulara karşı duyarlı olunmalı, görüşülecek konularla ilgili önceden hazırlık yapılmalıdır (C. Aydede, 2004, s.25). Okul yöneticilerinin önceden muhabirleri tanınması kurum için daha olumludur.yöneticinin

haber çalışması esnasında muhabiri tanıyor olması karşılıklı güven ortamı yaratır (T.J. Kowalski, 2004, s.258-259).

Bir muhabire yazılı ve sözlü olarak akşam haberlerinde çıkabilecek nitelikte bilgi verilmemelidir. Genellikle muhabirler bu konuda okul yöneticilerinin ağızlarından laf almak konusunda oldukça yeteneklidirler (T.J. Kowalski, 2004, s.262).

Medyadaki muhabir ya da yönetici tarafından yapılabilecek en ufak hata bile örneğin kişinin unvanının yanlış yazılabilmesi gibi büyük hatalara neden olabilir. Böyle bir durum gerçekleştiğinde okul yöneticisi muhabire durumu bildirerek düzeltme istemelidir. Düzeltme isteme talebine rağmen muhabir düzeltme yapmamışsa bu durum editöre bildirilmelidir (T.J. Kowalski, 2004, s.267).

Bursalıoğlu basınla ilişkilerin önemini ortaya koyan eğitim alanında ilk araştırmacılarıdır. Eğitim yöneticisinin basın ile olan ilişkilerinde, göz önünde tutabileceği ilkeleri şöyle sıralar (Z. Bursalıoğlu, 1979, s. 196; Z. Bursalıoğlu, 1967, s.135):

1. Basın arasında ayırım yapmamak ve taraf tutmamak.
2. Daima doğruyu söylemek ve bunun incelenmesinde kendilerine kolaylık göstermek.
3. Olay ya da fikirleri abartmadan yansıtmak.
4. Görevinden, durumundan, çevresinden yakınmamak.
5. Olayları örtbas amacıyla yardım istememek.
6. Korkutmaya ya da tehdit etmeye kalkışmamak.
7. Kişisel tartışmalara girmemek.
8. Duygularını karşı tarafa belli etmemek.
9. Üzülmemek.

N. Günkut'a göre basınla ilişkilerde dürüst olmak basına her türlü çalışma kolaylığı ve olanağı sağlamak ilgi çekici haberler vermek yayın imkânı olmayan isteklerde bulunmamak yer ve zamanı doğru seçmek uyulması gereken kurallardandır.Yerine getirebilme olanağı bulunmayan isteklerde bulunmamak bir program için teklif verilecekse bunun, hem örgüt, hem basın ve hem de halk için yararlı olmasına dikkat etmek (N. Günkut, 1974, s.31).

Medya ile sağlıklı bir ilişki kurulması isteniyorsa yukarıdaki ilkeler bu ilişkinin temelini oluşturmalıdır. Bu çerçevede gerçekleşen medya ilişkisi okulun çevresiyle kuracağı ilişkinin de kaynağı olacaktır.

2.4.3.3.2. Okul Halkla İlişkilerinin Medya ile İlişkilerinde Kriz Yönetimi

Kriz, beklenilmeyen ve önceden sezilmeyen fakat hemen karşılık verilmesi gereken, kuruluşun yaşama, uyum ve savunma mekanizmalarını yetersiz hale getirerek mevcut değerlerini, amaçlarını ve imajını tehdit eden gerilim durumuna denir (M. Kazancı,2004, s.310).

Yıllarca pozitif bir çizgide emek vererek yönetim gerçekleştiren okul yöneticilerini, negatif haberler inanılmaz strese sokar. Böyle bir durumda kaçmak yerine medyaya açık bir tavır sergilenmelidir Kriz yönetimi sırasında “yorum yok” denmemeli, olay yalanlanmamalı, medyaya karşı ulaşılr olunmalıdır. Konu hakkında objektif değerlendirmelerin sunumunda medyaya konuşacak kişinin yetkili birisi olması kriz yönetiminin bir parçasıdır (C. Aydede, 2004, s.21-22).

Kriz yönetimini açık bir şekilde ifade edilmelidir. Negatif bir haber iyi yönetilirse pozitif etki sağlayabilir (T.J. Kowalski, 2004, s.261).

Özellikle soru cevap yöntemi, kriz ortamı oluştuğunda sık kullanılan bir yöntemdir. Bir kurumda medya ile iletişim sağlayan uzmanın masasının üzerinde her zaman muhtemel sorulara karşı hazırlanmış cevaplar bulunmalıdır (C. Aydede, 2004, s.98-99).

Krizler her zaman kendi içinde fırsatları da barındırır. Krizlere hazırlıklı olmak, uygulanacak stratejide usta manevralarla kurum saygınlığını, itibarı, kamuoyu

nezrindeki tanınırlığı olumlu bir algılamaya dönüştürülebilir. Krizler ve fırsatlar her zaman kol kola dolaşır yeter ki görmesini ve değerlendirmesi bilinsin (N. Yılmaz ve Z.S. Şen, Ocak 2004, s.17). Okul yöneticisinin krizleri fırsatlara dönüştürme yeterliliğini bilmesi ve değerlendirebilmesi yönetici etkililiğine bağlıdır.

2.4.3.3.3. Okul ve Medya İlişkilerinde Etik

Halkla ilişkiler mesleğinin uygun etik çerçevede yürütülebilmesi için bir dizi etik kurallar ve ilkeler belirlenmiştir (A.G. Pira ve E.P. Baytekin, 2007, s.70). Fransa’da, 9 mart 1954 yılında halkla ilişkiler meclisinin kabul ettiği halkla ilişkiler meslek kuralları bu meslekte çalışan herkes için bilinmesi ve uyulması gereken kurallardır. Fransa’da saptanan halkla ilişkiler meslek kuralları Uluslar arası Halkla İlişkiler Derneği (International Public Relations Association= IPRA) tarafından da örnek alınmış ve Atina Kanunu (Code d’ Athenes) olarak kabul edilmiştir. Bu kurallara göre halkla ilişkiler görevlisinin basın, radyo, ve televizyon ile ilişkileri yönünden uyması gereken kurallar şöyle özetlenebilir (N. Tortop, 2006, s. 42-43):

1. Halkla ilişkiler görevlilerinin gazete ve gazetecilere verdiği bilgileri propaganda ya da ticarî reklama niteliği taşımamalıdır,
2. Haberler parasız verilerek karşılığında hiçbir çıkar beklenmemelidir,
3. Haberler bir kuruluş ya da teşebbüsün durumu, bütün çalışma biçimleri, üretimini yaptıkları hizmetler ya da halka yararlı olabilecek teşebbüsler ile ilgili olabilir,
4. Haberin kaynağı belirtilmeli, gerekirse halkla ilişkiler bürosunun ismi de zikredilmelidir,
5. Haberler gazetelerin müdürlerine ya da yetkili kılınan arkadaşlarına verilmelidir,
6. Gazeteciler kendilerine bildirilen haberleri değerlendirmede bağımsızdırlar. Bu değerlendirmeye başka unsurların karışmasına yönelik hiç baskı yapılmamalıdır,

7. Halkla ilişkiler uygulayıcısı haberin yayınlanma yetkisini kendisinde tutmak istiyorsa, yukarıda belirtilen haber hazırlama kurallarına uymak koşulu ile normal yayın yollarını benimsemelidir.

Türkiye'deki duruma göz atıldığında ise Halkla İlişkiler Derneği'nin 11 maddeden oluşan yönetmeliğinin 4, 5, 6 ve 7. maddelerinin medya ilişkilerini kapsadığı görülmektedir. Bu maddelerden 7. Madde çocuklarla ilgili olduğu için önemlidir (Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, 16.07.2007):

Madde 7: Çocuklarla ilgili ürünlerin tanıtılması için hazırlanan halkla ilişkiler mesajlarında onların güven duygularını zedeleyecek, ruhsal ve fiziksel zayıflıklarını etkileyecek içerik bulunmamasına özen gösterilir.

Medya, içinde yaşanan tüm bilgileri doğru bir biçimde vermelidir. “Yalnızca izleyicinin merakını tatmin etmek için özel yaşama ve mahremiyete müdahale edilmesi, haberin doğduğu konusunda en basit standartların bile çiğnenmesi, izleyici şaşkırtmanın ötesinde şok etmeye çalışmak amacıyla kimi zaman tamamen uydurma haberlerin yapılması, medyanın sahip olması gerektiği düşünülen meslek ahlakına uygun değildir” (B. Çaplı, 2002, s.78-79).

Halkla ilişkiler etiği kamu kesimiyle iletişim kurulması ve sürdürülmesi için ahlakî bir zorunluluktur. Bu, ilişkilerin kalitesini geliştirme ve dengeli kılma açısından da önemlidir. Etik ilkelerin ihmal edilmesi uzun vadede mesleğin geleceğini tehlikeye atacak olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (A.G. Pira ve E.P. Baytekin, 2007, s.70).

2.4.3.3.4. Okul -Medya İlişkilerinde Araç ve Yöntemler

Buraya kadar yazılı ve görsel basında olumlu yer almanın önemi verilerek okul ve medya ilişkisi ve okul yöneticisi ve medya mensubu arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu bölümde okul-medya ilişkilerini sağlayan araç ve yöntemlerin esas ve özellikleri incelenecektir.

Medya ile kurulan ilişkiler iletişim faaliyetlerini okul halkla ilişkileri için vazgeçilmez bir uygulama alanı haline getirmektedir. Başarılı bir halkla ilişkiler

çalışmasında kitle iletişim araçlarından yararlanmanın gerekliliği bilinen bir gerçektir. Geniş kitleye yönlendirici mesajlar yollamak bu araçlarla gerçekleşebilmektedir (M. Kazancı, 2004, s.85).

Hedef kitleye ulaşım haberleşmenin sağlanmasında kişisel (yüz yüze) ve kişisel olmayan iletişim kanallarından faydalanılır. Kişisel olmayan iletişim mesajların bire bir ilişki kurulmadan yazılı, görsel, işitsel araçlarla iletilmesidir. Halkla ilişkilerin yararlandığı basılı araçlar gazeteler, dergiler, broşürler, el kitapları, bültenler, fotoğraflar, yıllık raporlar, mektuplar, afişler, pankartlar sayılabilir. En çok kullanılan basılı araç ise gazetedir (G. Önal, 2000, s.63).

(a) Okul gazetesi

Okul gazetesi okulu dış hedef kitlelerine (velilere, ileride okulun öğrencisi olmaya aday olan öğrencilere, diğer eğitim kurumlarına, üniversitelere, basına, çevreye) olduğu kadar iç hedef kitleye de (okulun öğrencilerine, eğitim kadrosuna, personele, ortaklara) tanıtır.

Okul gazetesinde, okullun eğitim-öğretim imkanları, ekonomik, teknolojik, sosyal yapısı hakkında bilgiler, okul öğrencilerinin hazırlamış olduğu yazılar, öğrencilerin kazanmış olduğu başarılar, okulun eğitim kadrosu ile ilgili bilgiler, çalışanlarla ilgili evlilik, doğum ya da ölüm haberleri ile genel olarak eğitim sektörü ile ilgili bilgiler de yer alır.

Okul gazetesi basılı olarak hazırlandığı gibi okul panolarına da hazırlanabilir. Okul panolarına hazırlanan duvar gazeteleri daha çok öğrenci yazılarından oluşur. Okulda yapılan sosyal, kültürel ve sanatsal çalışmalar hakkında bilgiler verilir. Bu tarz duvar gazetelerinin hedefi daha çok öğrencilerdir.

Okul gazeteleri haftalık, on beş günlük, aylık, periyotlarda çıkartılır, ücretsiz olarak dağıtılır (F.B. Peltekoğlu, 2001, s.86).

Medyada görünürlük sağlamak ve haber ulaştırmak için kullanılan araçlar ve yöntemler basın kiti (= kurumsal dosyalar), basın bülteni, özel görüşme / röportaj, basın toplantısı, faaliyet raporu ve özel raporlar, görsel malzeme, video haber

bültenleri, basın davetleri / geziler, internet siteleri ve sanal medya turu olarak sıralanabilir (C. Aydede, 2004, s.61).

Okullarda bu yöntemlerden en çok basın bülteni, basın kiti, röportaj ve internet aracılığı ile bilgilendirme yapılmaktadır. Burada okul ve medya ilişkilerinde en çok kullanılan araç ve yöntemler ele alınmaktadır.

(b) Basın kiti (=kurumsal dosyalar): Basın kitinin içinde kurumun halkla ilişkiler departmanının hazırladığı ve medya mensuplarının ihtiyaçlarını görecektir, kurum ve kurum yöneticileri hakkındaki bilgiler kurumsal broşürler ve basın bülteni bulunur (Y.E. Çöklü, 1998, s.75; C. Aydede, 2004, s.69). Eğer basın kiti, basın toplantısı için oluşturulmuşsa, konuşmacıların okudukları metinler ve özgeçmişlerine de yer verilmelidir (Y.E. Çöklü, 1998, s.75). Bir basın kiti yaklaşık iki haftada hazırlanabilir. Basın kitine CD formatını da eklemek kolaylaştırıcı olacaktır (C. Aydede, 2004, s.69-71; A. Okay ve A. Okay, 2005, s.112).

(c) Basın bülteni-basın bildirisi: Kurumların kendileriyle ilgili bir yenilik durumunda basına ilettikleri haberlere “basın bülteni” denir (M. Oktay, 1996, s.119). Bülten hazırlama süreci şu aşamalardan oluşur:

Bir basın bülteni hazırlanırken şu ilkelere dikkat edilmelidir: Gerektiği zaman eklemeler, alt başlık ve düzeltmeler yapılabilmesi için, başlıkla haber arasında ve kağıdın iki yanı ve altında boşluklar bırakılmalıdır (T.J. Kowalski, 2004, s.265-266; G. Önal, 2000, s.64). Bildiri açık, kısa anlaşılır olmalıdır (N. Tortop, 2006, s.51). Kişi açıklamaları ve şahsî yorumlar tırnak içinde kullanılmalıdır (T.J. Kowalski, 2004, s.265-266). Kurumun adı, adresi, telefon numaraları, bülteni gönderen kişinin adı, muhakkak yazılmalıdır (G. Önal, 2000, s.64). Bülteni yazmadan önce muhtemel dağıtım basın listesi hazırlanmalıdır (T.J. Kowalski, 2004, s.266). Bildirilerle beraber gerekli fotoğraflar da eklenmelidir (N. Tortop, 2006, s.51). Bildirinin basılması için uygun olan tarih belirtilmelidir (T.J. Kowalski, 2004, s.266).

Halkla ilişkiler uygulayıcısı yukarıdaki yukarıda ki süreçlere ve ilkelere uyarak hazırladığı bildirimleri, klâsik yazılı basında kullandığı gibi görsel ve işitsel medyada da kullanabilir (A. Okay ve A. Okay, 2005, s.149).

Bültenin en sağlıklı gönderim yönetimi özel kurye kullanmaktır. Diğer yöntemler ise faks ve elektronik postadır (C. Aydede, 2004, s.67-68).

(d) Basın röportajı-özel görüşme: Medyanın kurumla ilgili bilgi alma yöntemlerinde biriside röportajdır (A. Okay ve A. Okay, 2005, s.115). Medya dilinde röportaj adı verilen bu görüşmeler, yazılı basın (dergi ve gazete), radyo ve televizyon röportajları olmak üzere üçe ayrılır (C. Aydede, 2004, s.71).

Medyadan röportaj talebi gelen okul yöneticisinin röportaj öncesinde ve süresince yapması gerekenler, röportajı yapacak kişinin araştırılması, sorularla ilgili bilgi edinilmesi, röportaj süresinin öğrenilmesi, röportaj yapacak muhabire özgeçmişin gönderilmesi, röportaj süresince doğal ve sakin olunması, her sorunun mutlaka doyurucu biçimde yanıtlanması şeklinde sıralanabilir (F.P. Seitel'den ve F. M. Bogner'den aktaran: A. Okay ve A. Okay, 2005, s.115-118; C. Aydede, 2004, s.85).

Dergi ve gazete röportajlarının televizyon ve radyo röportajlarına göre süresi daha uzun tutulabildiği için gerek ele alınan konuların kapsamı gerekse tartışmanın derinliği açısından daha verimlidir (C. Aydede, 2004, s.71-72).

Geniş kitlelere yönelik halkla ilişkiler çalışmalarında ise televizyondan yararlanma olanağı mutlaka aranmalıdır (G. Önal, 2000, s.72). Televizyondan faydalanırken okul yöneticisinin dikkat edeceği noktalar ise göz temasının korunması ve doğal olunması, reklam aralarında yapılan konuşmalara dikkat edilmesi, savunmacı pozisyona girilmemesi, mesajın iyi verilebilmesi için zamanın iyi kullanılması, özel noktalara dikkat çekmek isteniyorsa slayt, istatistik gibi görsellerden faydalanılması olarak sıralanabilir. röportajı yapan kişiye daha önceden sormasını istediğiniz bir iki soru da önerilebilir (T. J. Kowalski, 2004, s.268).

Bu kadar geniş alana yayılan radyodan ise değişik şekillerde fayda sağlanabilir (G. Önal, 2000, s.71). Radyolarda ise sabah yayınları hedef kitleye ulaşmak için büyük fırsattır. Saati belli bir programda dinleyicinin de katılımı ile soru sorulabileceğinden okulun yaptıklarını anlatmak için güzel bir fırsattır. Fakat geniş bir bilgiye sahip olunmalıdır (T.J. Kowalski, 2004, s.269).

(e) Basın konferansı (=basın toplantısı): Basın toplantıları, basın bültenleri ve basın röportajlarını birleştiren bir yöntemdir (C. Aydede, 2004, s.88). Kurumun önemli başarıları, ürün lansmanları, kriz durumları, vizyon değişiklikleri söz konusu olduğu zaman basın toplantısı yapılabilir. Son zamanlarda kamu kuruluşlarında da giderek daha fazla kullanılmaya başlanmıştır (C. Aydede, 2004, s.88-91).

Gazetecilerin basın toplantısına daveti sırasında basın toplantısının amacı, yeri, saati, açıkça belirtilmelidir (N. Tortop, 2006, s.54). Basın toplantısı başlamadan, konuyla ilgili daha önceden hazırlanan yazılı metin, doküman ve belgeler, fotoğraflar dosya halinde sunulmalıdır (G. Önal, 2000, s.65-66). Toplantıya katılmayacak basın mensuplarına da bu dosya iletilmelidir (A. Okay ve A. Okay, 2005, s.92). Toplantıda konuşmalar çok uzun olmamalı ve soru- cevap için zaman bırakılmalıdır (N. Tortop, 2006, s.54). Basın konferansının düzenleneceği yere de dikkat edilmelidir (A. Okay ve A. Okay, 2005, s.94-97). Konferansın zamanlaması da konferansın başarısı için önemlidir (C. Schnider'den aktaran: N. Tortop, 2006, s.55). Hafta ortası ve öğleden önce, basın toplantısı için en uygun zamandır. Basın mensupları belli bir süre önceden "basılı davetiye" ya da mektup yoluyla davet edilmelidir (A. Okay ve A. Okay, 2005, s.97-100).

Basın toplantısı bittikten sonra başarılı ya da eksik yönleri tespit edilmeli ve rapor tutulmalıdır (A. Okay ve A. Okay, 2005, s.102). Toplantıyı takip eden günlerde gazetelerde yer alan makaleler ve yazılar ile ilgili gazeteciler aranıp teşekkür edilmelidir (N. Tortop, 2006, s.54).

Yazılı basında kullanılan basın konferansı ile ilgili tüm konular görsel-işitsel medya için de geçerlidir (A. Okay ve A. Okay, 2005, s.155).

Basın odası: Halkla ilişkiler uygulayıcısı olan okul müdürü, müdür yardımcıları ve halkla ilişkiler uzmanı bilgiyi medya kanallarına ulaştırmak için gerekli çalışma ortamına ihtiyaç duyar. Bu çalışmaların gerçekleştirildiği yer ise basın odasıdır. İyi bir basın odası için aşağıdaki noktalar önemlidir (Y.E. Çöklü, 1998, s.76-77):

1.Rahatlık: Gazetecilerin medya organlarına haber gönderebilmelerini kolaylaştırıcı faks fotokopi, bilgisayar, yazıcı gibi araç- gereç bulunmalıdır.

2.Ulaşılabilirlik: Gazetecileri engelleyecek karışıklıklar giderilmelidir.

3. Destek personel-yardımlaşma: Medyayla verimli, profesyonelce bir ilişki sağlanabilmesi için halkla ilişkiler uygulayıcısına yardımcı olabilecek asistanları olmalıdır.

Bu basın odasında bulunması gereken araç gereçler aynı zamanda halkla ilişkiler uygulayıcısının medyaya bilgi verirken de kullanması gereken araç gereçlerdir. Böyle önemli bir görevi yüklenen hassas olan ilişkileri sürdüren kişilerin özel okul ise kurum sahipleri devlet okulu ise üstleri tarafından değerlerinin anlaşılması gerekmektedir.

(f) Basın medya listesi: Basın medya listelerinde ilgili kişinin adının görevi ve statüsünün doğru olarak yazılmış olması, kişi ve kurumun posta, internet, adres telefon, faks numaraları güncelleşmiş olması önemlidir. Bilgiler bilgisayar ortamında da muhafaza edilmelidir. Tüm bu liste sadece kurumun üst yönetiminde ve halkla ilişkiler uygulayıcısının elinde bulunmalıdır (Y.E. Çöklü, 1998, s.74).

(g) Faaliyet raporu ve özel raporlar: Kurum geçmiş bir yıl içerisinde yaptığı çalışmaları anlatmak ve geleceğe yönelik projelerini duyurmak amacıyla faaliyet raporu düzenler. Halkla ilişkiler uygulayıcısının buradaki rolü bir yıl içerisindeki çalışmaları toplayarak raporu oluşturmaktır (C. Aydede, 2004, s.97-98). Okullarda ise bir yıllık etkinlikler, aktiviteler, okulun başarıları raporlanır ve kurum bülteni oluşturularak medyaya ve veliye ulaştırılır.

(h) Video-haber bültenleri: Video haber paketi kurgu çerçevesinde ses ve görüntü eşliğinde sunulan bir haber paketidir (C. Aydede, 2004, s.101). Bu yöntem okullarda çok fazla kullanılmamaktadır.

(i) Basın davetleri ve geziler: Basın gezileri medya mensuplarına kurumla ilgili bilgilerin verildiği gezilerdir. Bu geziler aracılığıyla basın mensupları ile daha samimi ilişkiler geliştirilebilir (A. Okay ve A. Okay, 2005, s.106-107). Gezi programının bir basın dosyası ile bütünlemek kurum açısından olumlu bir çalışma olacaktır (C. Aydede, 2004, s.102).

(k) İnternet ve internet siteleri: Kurum internetten basını bilgilendirmek amacı ile yararlanabileceği gibi, kendi web sitesini oluşturarak da yararlanabilir. İnternet aracılığı ile gazeteci kurumla ilgili her türlü bilgiyi edinme ve haberini bu bilgiler ışığında yazma imkânı bulur (A. Okay ve A. Okay, 2005, s.127-129). Basın dosyaları konusunda anlatılan bilgileri de web sitesi aracılığıyla gazeteciye sunmak mümkündür (A. Okay ve A. Okay, 2005, s.141).

(l) Sanal medya turu (SMT): Yazılı, görsel, işitsel muhabirlerle önceden plânlanan çevrimiçi görüşmelerden oluşan sanal medya turu geleneksel medya çalışmalarının uzantısıdır. Mesaj, televizyon, radyo, web sitesi ve yazılı basın muhabirlerine uydu, internet, ve telefon aracılığı ile aynı anda gönderilir (C. Aydede, 2004, s.106-107).

Okullar yukarıda açıklanan yöntemlerden en çok basın bülteni, basın kiti, okul gazetesi, röportaj ve interneti kullanırlar.

Basına bilgi aktarmanın Türk kamu yönetiminde titiz ve hassas bir nokta olduğu unutulmamalıdır. Halkla ilişkiler sorumluları için 657 sayılı Devlet Memurları Yasa'sının getirdiği bir sınırlama vardır (M. Kazancı, 2004, s.89). Bu yasanın 15. maddesine göre “Devlet memurları, kamu görevleri hakkında basına, haber ajanslarına ve radyo televizyon kurumlarına bilgi ve demeç veremezler. Bu konuda gerekli bilgi ancak bakanın yetkili kılacağı görevli tarafından verilebilir” (R.Özmen, 2002, s.37). Devlet memurları kanununun 125-D/g maddesinde disiplin cezalarının çeşitleri ile ceza uygulanacak fiil ve haller şöyledir: Kademe ilerlemesinin durdurulması maddesine göre “Yetkili olmadığı halde basına, haber ajanslarına ya da radyo ve televizyon kurumlarına bilgi ve demeç vermek” kademe ilerlemesinin durdurulması ile cezalandırılır. Bu durumda memurun bulunduğu kademedeki ilerlemesi 1-3 yıl durdurulabilir (R.Özmen, 2002, s.107-108).

Bu nedenle medyayla ilişkilerde yukarıdaki yöntemleri uygularken öncelikle gerekli yazışmalar yapılarak izin almak gerekmektedir.

Basınla ilişki kurmak isteyen kişiler ve kurumlar, basının dilini anlayan, yetişmiş, bilgi ve kabiliyetli halkla ilişkiler uygulayıcısı görevlendirmek zorundalar.

Basına kendi dilini bilmeyenlerin aracılığı ile yaklaşmak olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Karşılıklı anlayış, güven havası içerisinde kurumla ilgili aktarılmak istenilen bilgilerin akışını sağlamak halkla ilişkileri uygulayıcısının basınla ilişkiler önemlilerin görevlerindedir (N. Günkut, 1974, s.27). Okul medya ilişkileriyle ilgili bir örnek olaya EK 2'den ulaşılabilir.

2.5. İlgili Araştırmalar

2.5.1. Türkiye'de Yapılan Araştırmalar

Yurtiçinde yapılan, bu araştırmaya yakın çalışmalar şöyledir:

Gülsüm Göktürk, “Medyanın Çocuk Eğitimindeki Rolü ve Türkiye Çocuk Dergisi Örneği” (2001) isimli doktora tezinde medyanın üstlenmiş olduğu işlevlerden biri olan sosyal işlevi içerisindeki eğitime görevini yerine getirip getirmediğini araştırmıştır. Çocuk dergileri eğitime işlevlerini yerine getiriyor mu sorusunun cevabını aramak için örnek olarak Türkiye Çocuk Dergisi incelenmiştir.

Medya araçlarından televizyon ve radyonun eğitim işlevini yerine getirmede başarısız olduğu, basılı eserler içinde yer alan kitapların diğer medya araçlarına göre çocuk üzerinde daha olumlu etkiler gösterdiği, dergilerinde diğer medya araçlarında olduğu gibi eğitim konusunda yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Gürdal Ülger “Medyanın Kültür Oluşturma ve Toplumu Yönlendirmede Kalite Olgusunu Kullanması” (2001) isimli yüksek lisans tezinde iletişimin kalite anlayışıyla etkileşimini, kültür oluşumunda kitle iletişim araçlarının etkileşimini, küreselleşme ile kitle iletişiminin ilişkisini irdelemiştir.

Bu çalışmada, kalite anlayışından sapıldıkça iletişimin de yapıcılığını yitireceği ve işlevselliğinden uzaklaşacağı, popüler kültür ve kitle kültürü kavramlarının kitle iletişim aralarıyla şekillendiği ve kültürel yapının oluşumunda kitle iletişim araçlarının rolünün büyük olduğu, kitle iletişim ile bağlantılı olarak post modernizm ve imaj kavramlarının doğurduğu büyük güçten kaçmanın artık imkânsızlaştığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Safiye Yalçın “Televizyon Reklamlarının Çocuklar Üzerindeki Etkileri (Reklamların Tüketime Etkisi Üzerine Bir Araştırma)” (2001) isimli yüksek lisans tezinde televizyondaki reklamların ilköğretim çağındaki 8-11 yaş grubu çocukların tutum ve davranışları üzerinde oluşturduğu etkileri araştırmıştır.

Bu çalışmada, televizyon reklamlarının çocukların tutum ve davranışları üzerindeki etkileri hususunda eğitim ve ekonomik düzey değişkenlerinin tek başına belirleyici bir faktör olmadıkları, buna karşılık televizyonun bireyler üzerinde yarattığı ikna kabiliyeti ile bilinçli tüketiciler yerine aşırı ve gereksiz ürünlerin tüketimine yönelen tüketiciler topluluğu oluşturma fonksiyonunun devam ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Yeşim Korkmaz “Görsel Medyada Şiddet ve Toplumsal Yaşama Etkileri” (1997) isimli yüksek tez çalışmasında görsel medyada şiddetin hangi boyutlarda olduğunu ve bunun toplumda yarattığı etkiyi araştırmıştır.

Amacı kâr etmek olan özel televizyonların açılmasıyla birlikte haber programlarında, reality showlarda, sinema filmlerinde ve hatta çizgi filmlerde bile şiddetin yoğun olarak kullanılmaya başlandığı sonucuna ulaşmıştır. Bu durumun olumsuz etkilerinin giderilmesi için şiddet içeren programların tanıtım fragmanlarının ve programların yayın saatlerinin çocuklara uygun olarak düzenlenmesi, uyarı alt yazılarının kullanılması, yargıya intikal etmiş olaylarda canlandırma tekniklerinin kullanılması ve şiddet içeren çizgi filmlerin yayından kaldırılması ve izleyicilerin bilinçlendirilmesi önerilerinde bulunmuştur.

Yonca Ece Çöklü “Medya İlişkileri Kapsamında Halkla İlişkiler Yazarlığı” (1998) isimli doktora tez çalışmasında halkla ilişkiler yazarlığının kullanımının zorunlu olduğu yazılı materyalleri, bunların etkin kullanımı için gerekli olan şartları, mesaj ve haber nitelikli yazanın hazırlanmasını, uyulması gereken hususları, yazılı iletişim araçlarının en çok kullanılanı ve temeli olan basın / medya bültenlerinin kullanım niteliklerini ve doğru kullanım yollarını incelemiştir.

Çalışması sonucunda “halkla ilişkiler yazarlığı”nın yazılı format ve içeriği bakımından, yazıyı toplumsal ilişkilerdeki diğer kullanımlarından farklılaştıran bir kurallar bütününe sahip olduğu sonucuna varmıştır. Ayrıca çalışması ile uyulması

gereken yazılı iletişim kurallarının, bu iletişim materyallerinin dağıtımının, bunların etkinliklerinin değerlendirilmesinin halkla ilişkiler yazarlığı uzmanlığının bir gereği olarak halkla ilişkiler mesleği altında ele alınacak konular olduğunu savunmuş ve halkla ilişkiler yazarlığının meslekteki sınırlarını çizmiştir.

2.5.2. Yurtdışında Yapılan Araştırmalar

Konuyla doğrudan bağlantılı olan bir tane yurtdışı çalışmasına ulaşılmıştır:

C. E. Brooks “Practices and Perceptions in School-Media Relations in the Midwest” (1976) isimli doktora tezinde Midwest’teki okul-medya ilişkilerinde algılanan etkinliği ve belirli haber türlerinin göreceli önemini bulmayı amaçlamış, okul yöneticilerinin, günlük gazete editörlerinin ve televizyon haber müdürlerinin okul-medya ilişkilerindeki sorumluluklarını araştırmıştır. Çalışmasının örneklemini 105 okul müdürü, 35 günlük gazete editörü ve 35 televizyon haber müdürü oluşturmuştur. Aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

1. Örneklemin yaklaşık onda dokuzu (%88,9) mevcut okul-medya uygulamalarının “ortalama” ya da “çok daha büyük” bir etkiye sahip olduğunu algılamaktadır.

2. Ankete cevap verenlerin 79’ u (% 97,53) yerel okul-medya ilişkilerinin ya “hiçbir değişiklik yapmadığını” ya da “yararlı” olduğu cevabını vermiştir.

3. Ankete Midwest bölgesinden cevap verenlerin bir buçuk katından fazlası (% 60,49) okulla ilgili verilen haberlerde çok nadiren hatalar olduğuna inanıyor.

4. Millî Eğitim Bakanlığı’nın gizli oturumlarını izlemek üzere muhabirlere Midwest’te yapılan 81 çağrıdan 32’ sine (% 39.51) günlük gazete editörleri, televizyon haber müdürleri tarafından cevap verilmiştir.

5. Ankete cevap veren üç grup denek için okullarla ilgili haberlerde en çok önem verilen kategori, kamu parasından yapılan harcamalardır.

6. Ankete Midwest yedi eyalet bölgesinden cevap veren okul müdürleri, günlük gazete editörleri ve televizyon haber müdürlerinin algı ve düşüncelerindeki en büyük fark, eğitim ğretim takviminin okul haberleri kategorisi olarak algılanan göreceli önemi üzerinde yoğunlaşmıştır.

BÖLÜM III

3. YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli

Bu çalışma çocuğa en kaliteli eğitimi vererek hayata hazırlamak adına okul ile medya arasında en verimli ve uyumlu ilişkinin sağlanabilmesi için okul yöneticileri ile medya mensupları arasındaki ilişkinin hangi düzeyde olduğunun belirlenmesi amacıyla nicel araştırma türünde yapılmıştır.

Araştırma genel tarama (survey) modelidir. Genel tarama modelleri, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup, örnek ya da örnekleme üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir (N. Karasar, 2004, s.79).

Araştırmada İstanbul Avrupa Yakası'ndaki okul yöneticileri ve yardımcılarını ile medya yöneticileri ve mensupları arasındaki görüşler ve algılar karşılaştırılmıştır. Okul yöneticilerinin ve medya mensuplarının görüşlerine ve algılarına bakılmıştır. Araştırmadaki bağımsız değişkenlerin arasındaki ilişkiler ve bu ilişkilerin yönü incelenmeye çalışılmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini Türkiye'deki özel - resmî ilköğretim okul yöneticileri ve medya mensupları oluşturmaktadır. Bu araştırmanın çalışma evrenini ise İstanbul İli Avrupa Yakası sınırları içindeki özel ve resmî ilköğretim okul yöneticileri ve medya mensupları oluşturmaktadır.

Araştırmada İstanbul İli Avrupa Yakası'ndaki 21 ilçenin tümü örnekleme dahil edilmiştir. 21 ilçedeki 836 resmî ve 131 özel okul olmak üzere toplam 967 ilköğretim okulunun tümüne ulaşılmıştır. Bu okullarda görevli bir okul yöneticisi ve bir müdür yardımcısı olmak üzere 1343 kişilik yönetici örneklem grubu oluşturulmuştur.

Bu araştırmanın medya örneklemini, İstanbul Avrupa Yakası'nda yer alan ve yöneticilerinin izin verdiği 45 medya (yazılı-görsel-işitsel-internet) kurumunda çalışan ve anket doldurmayı kabul eden 446 medya mensubu oluşturmaktadır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak okul yöneticileri ve medya mensupları için ayrı ayrı anketler geliştirilmiştir.

Eğitim yöneticileri anketinin ilk bölümünde okul yöneticilerinin çeşitli demografik özelliklerini belirlemek üzere çeşitli sorular yer almıştır. Bu sorularda, görev, görev yapılan ilçe, yöneticinin cinsiyeti, yöneticinin yaşı, okul türü, mezuniyet durumu, branş, şu ana kadar kaç okulda çalışıldığı, bu okuldaki kıdemi, meslekî kıdemi, yöneticilikteki kıdemi, ailede başka öğretmen olup olmaması, medeni durum, ikamet durumu, çocuğunun olup olmaması, iki hafta veya daha uzun süreli meslekî eğitim alınıp alınmadığı araştırılmıştır. Bu anketin ikinci bölümünde ise çalışılan kurumun çeşitli özelliklerine ilişkin, okul mevcudu, okuldaki sınıf sayısı, okuldaki öğretmen sayısı, okuldaki diğer personel sayısı, okulun halkla ilişkiler odasının bulunup bulunmaması, okulun araç-gereç odasının bulunup bulunmaması, okulun internet imkânının bulunup bulunmaması, okulun televizyon odasının bulunup bulunmaması, okulun kütüphanesinin bulunup bulunmaması, kütüphanede gazete-dergi bulunup bulunmaması, okulun sekreterinin bulunup bulunmaması, okulun santral operatörünün bulunup bulunmaması, okulun faksının bulunup bulunmaması sorularına yer verilmiştir. Eğitim yöneticileri anketinin son bölümünde yöneticilerin okul-medya ilişkileri konusundaki algı-düşünce ve görüşlerini almak için 23 sorudan oluşan anket maddeleri yer almıştır. Bu anket maddelerinin tümü beşli değerlendirme skalasından oluşmuştur.

Anket maddeleri okul ve medya ilişkilerini belirlemeye yönelik olarak “medya eğitimi-medya yeterliği”, “medyadan faydalanma”, “medyanın etkileri” boyutları ele alınarak okul yöneticilerinin ve medya mensuplarının görüşlerinden ve ilgili literatürden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Medya mensupları anketinin ilk bölümünde medya mensuplarının sahip oldukları kimi özellikleri belirlemek üzere çeşitli sorular yer almıştır. Bu sorularda, çalıştığı kurum, yaş, cinsiyet, çocuk sahip olup olmama, meslekteki kıdemi, çalıştığı kurumdaki kıdemi, unvan, görev yaptığı servis, medyadaki çalışma alanı, eğitim düzeyi, eğitim gördüğü alan araştırılmıştır. Medya mensuplarının okul-medya ilişkileri konusundaki görüşlerini almak için ise okul yöneticilerine uygulanan üçüncü bölüm anket soruları aynen alınmıştır.

3.4. Anketin Uygulanması

Araştırmaya geçmeden önce, araştırmada kullanılacak anket sorularının kontrol edilmesi amacıyla öncelikle pilot uygulama yapılmıştır. Bu bağlamda Avrupa Yakası'nda beş ilçeden (Bakırköy, Bahçelievler, Bağcılar, Güngören, Küçükçekmece) yüz okul yöneticisine, medyada ise üç medya kurumundan (Cumhuriyet Gazetesi, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) ve Türkiye Çocuk Dergisi) otuz medya mensubuna ulaşılmıştır. Alınan geri bildirimler ve gözlemler sonucu problem tespit edilen maddeler gözden geçirilmiş ve bu bağlamda anket tekrar düzenlenmiştir. Anketlere son şekil verildikten sonra araştırma kapsamındaki eğitim yöneticileri örnekleminin tümüne ulaşabilmek için İstanbul İli Valiliğine başvurularak gerekli izin istenmiştir. 13.02. 2007 tarih ve 18.580/362 sayılı valilik oluru yazısı ile İl Millî Eğitim Müdürlüğü kanalıyla gerekli olan izin alınmıştır. İlgili kurumlardan alınan izin yazıları Ek 2'de gösterilmiştir. Bu ilçelerdeki her okula İl Millî Eğitim Müdürlüğü resmî kanalıyla ulaşılmıştır. Her okuldan bir okul müdürü ve müdür yardımcısı örnekleme oluşturmuştur. Bazı okulların müdür yardımcılarının olmaması nedeniyle, sadece müdürler örnekleme alınmıştır. Araştırmada toplam 1343 yöneticiye ulaşılmıştır.

Medya (yazılı-görsel-işitsel-internet) mensuplarından 446 medya mensubuna ulaşılmıştır. Araştırma kapsamındaki medya mensuplarına ulaşabilmek için, yazılı, görsel, işitsel ve internet medya kanalları olmak üzere İstanbul İli Avrupa Yakası sınırları içindeki medya kurumları tesadüfi örnekleme metodu ile belirlenmiştir. Daha sonra valilik oluru ile yöneticileri ile görüşmeler yapılmıştır. Yöneticilerin gerekli izni verdiği kurumlardaki medya mensupları, bu araştırmanın ikinci örneklem grubunu (medya mensupları) oluşturmuştur.

Bu açıklamalar doğrultusunda, araştırmanın toplam örneklem büyüklüğü 1789 kişi olmuştur.

Okul ve medya ilişkileri okul yöneticileri anket formu, İstanbul İl Millî Eğitim Kültür Bölümü tarafından okullara gönderilmiştir. İlgili kurum tarafından cevaplama için kendilerine on beş günlük bir süre verilmiştir. Bu bağlamda anketler 01.03.2007 tarihinde okullara ulaşmış ve 19.03.2007 tarihinde ise doldurularak İstanbul İl Millî Eğitim Kültür Bölümü'ne ulaşmıştır. Doldurulmuş olan anketler araştırmacı tarafından adı geçen kurumdan teslim alınmıştır.

Medya anketleri 20.03.2007 ile 01.06.2007 tarihleri arasında araştırmacı tarafından yüz yüze görüşme yöntemi ile yapılmıştır.

Anket formları ekler bölümünde EK 3'de yer almıştır.

3.5. Verilerin Çözümlemesi ve Yorumlanması

İstatistiksel çözümlemelere geçmeden önce, demografik değişkenler gruplandırılmış, ardından okul yöneticilerine ve medya mensuplarına uygulanan anketler değerlendirilmiştir.

Daha sonra elde edilen verilerin istatistiksel çözümlmeleri bilgisayar ortamında gerçekleştirilmiştir.

Bu aşamada, araştırma grubunu oluşturan okul yöneticileri (görev, görev yapılan ilçe, okul türü, mezuniyet durumu, branş, bu dahil kaç okulda çalışıldığı, bu okuldaki kıdemi, meslekî kıdemi, yöneticilikteki kıdemi, okul mevcudu, okuldaki sınıf sayısı, okuldaki öğretmen sayısı, okuldaki diğer personel sayısı, ailede başka öğretmen olup olmaması, medeni durum, ikamet durumu, çocuğunun olup olmaması, iki hafta veya daha uzun süreli meslekî eğitim alınıp alınmadığı, okulun halkla ilişkiler odasının bulunup bulunmaması, okulun araç-gereç odasının bulunup bulunmaması, okulun internet imkânının bulunup bulunmaması, okulun televizyon odasının bulunup bulunmaması, okulun kütüphanesinin bulunup bulunmaması, kütüphanede gazete-dergi bulunup bulunmaması, okulun sekreterinin bulunup bulunmaması, okulun santral operatörünün bulunup bulunmaması, okulun faksının

bulunup bulunmaması, yöneticinin cinsiyeti, yöneticinin yaşı) ve medya mensuplarının (yer, çalıştığı kurum, yaş, cinsiyet, çocuk sahip olup olmama, meslekteki kıdemi, çalıştığı kurumdaki kıdemi, unvan, görev yaptığı servis, medyadaki çalışma alanı, eğitim düzeyi, eğitim gördüğü alan, çalışma yeri) ayrı ayrı demografik özelliklerini betimleyici frekans ve yüzde dağılımları çıkarılmıştır.

Ayrıca eğitim yöneticileri ve medya mensuplarının okul-medya ilişkileri konusundaki görüşlerini karşılaştırmak ve bu değişkenlerin birbirine bağımlı olup olmadığını belirlemek amacıyla ki kare (Chi-Square) analizleri yapılmış ve sonuçlar tablolar halinde sunulmuştur.

Araştırmanın bulgular bölümünün son aşamasında eğitim yöneticilerinin sahip oldukları çeşitli özelliklere göre, okul medya ilişkileri konusundaki görüşlerini karşılaştırmak ve bu değişkenlerin birbirine bağımlı olup olmadıklarını da belirlemek üzere yine “ki kare” (Chi-Square) analizleri yapılmıştır.

“Ki-kare” analizlerinde, herhangi bir hücrenin beklenen frekansının beşten az olduğu durumlarda “ki kare” analiz sonuçları hiç verilmemiş, sadece tabloların yüzdelerle sonuçları değerlendirilmiştir.

Elde edilen veriler bilgisayarda “SPSS for Windows ver:15.0” programında çözümlenmiş, manidarlıklar .05 düzeyinde sınanmış, diğer manidarlık düzeyleri ayrıca belirtilmiş ve bulgular araştırmanın amaçlarına uygun olarak tablolar halinde sunulmuştur.

BÖLÜM IV

4. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde örneklem grubunu tanıttıcı betimsel değerlere ve araştırma hipotezlerine yönelik analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

4.1. Grubun Genel Yapısına İlişkin Bilgiler

Bu bölümde örneklem grubunu oluşturan okul yöneticilerine ait demografik değerlerle (görev, görev yapılan ilçe, okul türü, mezuniyet durumu, branş, bu dahil kaç okulda çalışıldığı, bu okuldaki kıdemi, meslekî kıdem, yöneticilikteki kıdem, okul mevcudu, okuldaki sınıf sayısı, okuldaki öğretmen sayısı, okuldaki diğer personel sayısı, ailede başka öğretmen olup olmaması, medeni, durum, ikamet durumu, çocuğunun olup olmaması, iki hafta ya da daha uzun süreli meslekî eğitim alınıp alınmadığı, okulun halkla ilişkiler odasının bulunup bulunmaması, okulun araç-gereç odasının bulunup bulunmaması, okulun internet imkânının bulunup bulunmaması, okulun televizyon odasının bulunup bulunmaması, okulun kütüphanesinin bulunup bulunmaması, kütüphanede gazete-dergi bulunup bulunmaması, okulun sekreterinin bulunup bulunmaması, okulun santral operatörünün bulunup bulunmaması, okulun faksının bulunup bulunmaması, yöneticinin cinsiyeti, yöneticinin yaşı) medya mensuplarına ait demografik değerlere (yer, çalıştığı kurum, yaş, cinsiyet, çocuk sahip olup olmama, meslekteki kıdemi, çalıştığı kurumdaki kıdemi, unvan, görev yaptığı servis, medyadaki çalışma alanı, eğitim düzeyi, eğitim gördüğü alan çalışma yeri) ilişkin frekans yüzde dağılımlarına yer verilmiştir.

4.1.1. Yöneticilere İlişkin Tablolar

Tablo 1: Görev Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerler

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Yönetici	622	46,3	47,1	47,1
Yönetici Yard.	699	52,0	52,9	100,0
Toplam	1321	98,4	100,0	
Cevapsız	22	1,6		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda görüldüğü gibi, örneklem grubunu oluşturan okul yöneticilerinin 622'si (%46,3) yönetici, 699'u ise (%52,0) yönetici yardımcısı görevinde bulunmaktadır. Öte yandan toplam 22 yönetici (%1,6) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 2: İlçe Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Avcılar	52	3,9	3,9	3,9
B.Çekmece	87	6,5	6,5	10,3
Bağcılar	109	8,1	8,1	18,5
Bahçelievler	73	5,4	5,4	23,9
Bakırköy	75	5,6	5,6	29,5
Bayrampaşa	49	3,6	3,6	33,1
Beşiktaş	51	3,8	3,8	36,9
Beyoğlu	36	2,7	2,7	39,6
Çatalca	54	4,0	4,0	43,6
Eminönü	11	,8	,8	44,5
Esenler	59	4,4	4,4	48,8
Eyüp	42	3,1	3,1	52,0
Fatih	102	7,6	7,6	59,6
Gaziosmanpaşa	111	8,3	8,3	67,8
Güngören	54	4,0	4,0	71,9
Kağıthane	53	3,9	3,9	75,8
Küçükçekmece	72	5,4	5,4	81,2
Sarıyer	60	4,5	4,5	85,6
Silivri	69	5,1	5,1	90,8
Şişli	64	4,8	4,8	95,5
Z.Burnu	60	4,5	4,5	100,0
Toplam	1343	100,0	100,0	

Örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin görev yaptıkları okulların bulunduğu ilçeye göre dağılımı yukarıda sunulmuştur.

Tablo 3: Okul Türü (Gruplandırılmış) Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Resmî	1182	88,0	88,5	88,5
Özel	153	11,4	11,5	100,0
Toplam	1335	99,4	100,0	
Cevapsız	8	,6		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda görüldüğü gibi, örneklem grubunu oluşturan okul yöneticilerinin 1178'i (%88,0) devlet okullarında, 153'ü (%11,4) özel okullarda görev yapmaktadırlar. Toplam 8 yönetici (%0,6) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 4: Mezuniyet Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Yüksekokul	353	26,3	26,7	26,7
Üniversite	851	63,4	64,4	91,1
Yüksek lisans	98	7,3	7,4	98,5
Doktora	13	1,0	1,0	99,5
Diğer	7	,5	,5	100,0
Toplam	1322	98,4	100,0	
Cevapsız	21	1,6		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda görüldüğü gibi, örneklem grubunu oluşturan okul yöneticilerinin 353'ü (%26,3) yüksekokul, 851'i (%63,4) üniversite, 98'i (%7,3) lisans, 13'ü (%1,0) doktora, 7'si (%0,5) diğer düzeyde eğitime sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Toplam 21 (%1,6) yönetici bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 5: Branş Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Cevapsız	238	17,7	16,6	16,6
Ağaç İşleri	1	,1	,1	16,7
Almanca	5	,4	,4	17,1
Beden Eğitimi	13	,9	,1	18,0
Bilgisayar	2	,1	,1	18,2
Biyoloji	5	,4	,4	18,5
Coğrafya	22	1,7	1,3	19,8
Çocuk Gelişim	2	,2	,1	20,3
Din Kültür	65	6,4	4,5	25,2
Türk Dili ve Ede.	4	,4	,2	26,9
Eğitim Bilimleri	1	,1	,1	27,0
Felsefe	2	,1	,1	27,3
Fen Bilgisi	45	3,3	3,0	30,5
Fizik	8	,6	,6	31,0
Fransızca	10	,7	,6	31,6
Görsel Sanatlar	2	,1	,1	31,9
İktisat	1	,1	,1	32,0
İlahiyat	3	,2	,2	32,2
İngilizce	21	1,6	1,6	33,8
İş ve Teknik	1	,1	,1	33,9
İşletme	2	,1	,1	34,0
Kamu Yön.	1	,1	,1	34,1
Kimya	3	,2	,2	34,3
Makine	1	,1	,1	34,4
Matematik	55	4,0	3,9	38,5
Meslek Dersi	1	,1	,1	38,6
Müzik	6	,4	,4	39,2
Okul Öncesi	2	,1	,1	39,3
Otelcilik Turizm G	1	,1	,1	39,4
Psikoloji	5	,4	,4	40,1
Rehberlik ve Psiko	9	,9	,1	40,6
Resim	7	,5	,5	41,1
Sanat Tarihi	2	,1	,1	41,3
Sınıf Öğretmenliği	630	46,9	46,9	88,2
Sosyal Bilgiler	47	3,5	3,5	91,7
Tarih	37	2,8	2,8	94,5
Teknoloji-Tasarım	18	1,34	,3	95,3
Türk Halk Oyunları	1	,1	,1	95,4
Türkçe	56	4,2	4,2	99,6
Y.Dil	2	,1	,1	99,7
Zih.Eng.Öğrt.	6	,4	,3	100,0
Toplam	1343	100,0	100,0	

Örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin branşlarına göre dağılımı yukarıda sunulmuştur.

Tablo 6: Şu Anda Çalıştığı Kurum Dahil Kaç Okulda Çalışıldığı (Gruplandırılmış) Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
1 Okul	98	7,3	7,4	7,4
2 Okul	189	14,1	14,4	21,8
3 Okul	239	17,8	18,1	39,9
4 Okul	217	16,2	16,5	56,4
5 Okul	185	13,8	14,0	70,5
6 Okul	118	8,8	9,0	79,4
7 Okul	109	8,1	8,3	87,7
8 Okul	75	5,6	5,7	93,4
9 Okul	17	1,3	1,3	94,7
10 Okul ve üstü	70	5,2	5,3	100,0
Toplam	1317	98,1	100,0	
Cevapsız	26	1,9		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda görülebileceği gibi, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 98'i (%7,3) şu andaki dahil olmak üzere bir okulda, 189'u (%14,1) iki okulda, 239'u (%17,8) üç okulda, 217'si (%16,2) dört okulda, 185'i (%13,8) beş okulda, 118'i, (%8,8) altı okulda, 109'u (%8,1) yedi okulda, 75'i (%5,6) sekiz okulda, 17'si (%1,3) dokuz okulda, 70'i de (%5,2) on ve üstü okulda çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Öte yandan 26 (%1,9) yönetici bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 7: Şu Anda Çalıştığı Kurumdaki Kıdemi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
1 Yıl	180	13,4	13,6	13,6
2 Yıl	183	13,6	13,9	27,5
3 Yıl	117	8,7	8,9	36,4
4 Yıl	119	8,9	9,0	45,4
5 Yıl	83	6,2	6,3	51,7
6 Yıl	94	7,0	7,1	58,8
7 Yıl	76	5,7	5,8	64,6
8 Yıl	61	4,5	4,6	69,2
9 Yıl	50	3,7	3,8	73,0
10 Yıl ve Üstü	356	26,5	27,0	100,0
Toplam	1319	98,2	100,0	
Cevapsız	24	1,8		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda görülebileceği gibi, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 180'i (%13,4) bir yıldır, 183'ü (%13,6) iki yıldır, 117'si (%8,7) üç yıldır, 119'u (%8,9) dört yıldır, 83'ü (%6,2) beş yıldır, 94'ü (%7,0) altı yıldır, 76'sı (%5,7) yedi yıldır, 61'i (%4,5) sekiz yıldır, 50'si (%3,7) dokuz yıldır, 356'sı (%26,5) 10 yıl ve daha fazla süredir bu okulda çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Öte yandan 24 (%1,8) yönetici bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 8: Meslekî Kıdem Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
5 yıldan az	104	7,7	7,8	7,8
6-10 yıl	332	24,7	25,0	32,8
11-15 yıl	202	15,0	15,2	48,0
16-20 yıl	137	10,2	10,3	58,4
21 yıl ve üstü	553	41,2	41,6	100,0
Toplam	1328	98,9	100,0	
Cevapsız	15	1,1		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda görülebileceği gibi, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 104'ü (%7,7) beş yıldan daha az süre, 332'si (%24,7) 6-10 yıl, 202'si (%15,0) 11-15 yıl, 137'si (%10,2) 16-20 yıl, 553'ü ise (%41,2) 21 yıl ve daha fazla süredir meslekî

kıdeme sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Öte yandan 15 (%1,1) yönetici bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 9: Yöneticilikteki Kıdem Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
5 yıldan az	520	38,7	39,5	39,5
6-10 yıl	326	24,3	24,7	64,2
11-15 yıl	212	15,8	16,1	80,3
16-20 yıl	127	9,5	9,6	89,9
21 yıl ve üstü	133	9,9	10,1	100,0
Toplam	1318	98,1	100,0	
Cevapsız	25	1,9		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda görülebileceği gibi, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 520'si (%38,7) beş yıldan daha az süre, 326'sı (%24,3) 6-10 yıl, 212'si (%15,8) 11-15 yıl, 127'si (%9,5) 16-20 yıl, 133'ü ise (%9,9) 21 yıl ve daha fazla süredir meslekî kıdeme sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Öte yandan 25 (%1,9) yönetici bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 10: Okul Mevcudu Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
500 ve altı	288	21,4	22,0	22,0
501-1000 Kişi	305	22,7	23,3	45,2
1001-1500 Kişi	236	17,6	18,0	63,2
1501-2000 Kişi	202	15,0	15,4	78,6
2001 ve üstü	280	20,8	21,4	100,0
Toplam	1311	97,6	100,0	
Cevapsız	32	2,4		
Toplam	1343	100,0		

Tablodan da anlaşılabilir olduğu üzere örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin görev yaptıkları okullarının 288'i (%21,4) okul mevcutlarının 500 ve altı, 305'i (%22,7) 501-1000 kişi, 236'sı (%17,6) 1001-1500 kişi, 202'si (%15,0) 1501-2000 kişi, 280'i ise (%20,8) 2001 kişiden daha fazla olduğunu belirtmişlerdir. Toplam 32 yönetici (%2,4) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 11: Okuldaki Sınıf Sayısı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
10 ve altı	159	11,8	12,3	12,3
11-50 arası	970	72,2	75,0	87,2
51-100 arası	159	11,8	12,3	99,5
101 ve üstü	6	,4	,5	100,0
Toplam	1294	96,4	100,0	
Cevapsız	49	3,6		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda sunulduğu üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 159'u (%11,8) çalıştıkları okulda 10 ya da daha az sayıda, 970'i (%72,2) 11-50 arasında, 159'u (%11,8) 51-100 arasında, 6'sı da (%0,4) 101 ve üstü sayıda dersliğin bulunduğunu belirtmiştir. Toplam 49 yönetici (%3,6) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 12: Okuldaki Öğretmen Sayısı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
10 ve altı	55	4,1	4,3	4,3
11-50 arası	872	64,9	67,6	71,9
51-100 arası	350	26,1	27,2	99,1
101 ve üstü	12	,9	,9	100,0
Toplam	1289	96,0	100,0	
Cevapsız	54	4,0		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda sunulduğu üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 55'i (%4,1) çalıştıkları okulda 10 ya da daha az sayıda, 872'si (%64,9) 11-50 arasında, 350'si (%26,1) 51-100 arasında, 12'si de (%0,9) 101 ve üstü sayıda öğretmenin bulunduğunu belirtmiştir. Toplam 54 yönetici (%4,0) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 13: Okuldaki Diğer Personel Sayısı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
10 ve altı	1065	79,3	88,7	88,7
11-50 arası	123	9,2	10,2	98,9
51-100 arası	12	,9	1,0	99,9
101 ve üstü	1	,1	,1	100,0
Toplam	1201	89,4	100,0	
Cevapsız	142	10,6		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda sunulduğu üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 1065'i (%79,3) çalıştıkları okulda 10 ya da daha az sayıda, 123'ü (%9,2) 11-50 arasında, 12'si (%0,9) 51-100 arasında, 1'i de (%0,1) 101 ve üstü sayıda diğer personelin bulunduğunu belirtmiştir. Toplam 142 yönetici (%10,6) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 14: Ailede Başka Öğretmen Olup Olmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Var	674	50,2	52,8	52,8
Yok	603	44,9	47,2	100,0
Toplam	1277	95,1	100,0	
Cevapsız	66	4,9		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda sunulduğu üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 674'ü (%50,2) ailelerinde başka bir öğretmenin var olduğunu, 603'ü ise (%44,9) ailelerinde başka öğretmenin olmadığını belirtmiştir. Toplam 66 yönetici (%4,9) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 15: Medenî Durum Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Evli	1114	82,9	86,3	86,3
Bekar	177	13,2	13,7	100,0
Toplam	1291	96,1	100,0	
Cevapsız	52	3,9		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda sunulduğu üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 114'ü (%82,9) evli olduğunu, 177'si ise (%13,2) bekar olduğunu belirtmiştir. Toplam 52 yönetici (%3,9) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 16: İkamet Durumu Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Lojman/Kira	565	42,1	43,8	43,8
Kendinin/Ailesinin	724	53,9	56,2	100,0
Toplam	1289	96,0	100,0	
Cevapsız	54	4,0		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda sunulduğu üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 565'i (%42,1) kaldığı evin kira ya da lojman olduğunu, 724'ü ise (%53,9) kendisinin ya da ailesinin olduğunu belirtmiştir. Toplam 54 yönetici (%4,0) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 17: Çocuğunun Olup Olmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Var	1048	78,0	81,6	81,6
Yok	237	17,6	18,4	100,0
Toplam	1285	95,7	100,0	
Cevapsız	58	4,3		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda sunulduğu üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 1048'i (%78,0) çocuk sahibi olduğunu, 237'i ise (%17,6) çocuğunun olmadığını belirtmiştir. Toplam 58 yönetici (%4,3) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 18: 2 Hafta ya da Daha Uzun Süreli Meslekî Eğitim Alınıp Alınmadığı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Katıldı	912	67,9	70,0	70,0
Katılmadı	391	29,1	30,0	100,0
Toplam	1303	97,0	100,0	
Cevapsız	40	3,0		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda sunulduğu üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 912'si (%67,9) en az 2 hafta süren meslekî eğitim aldığını, 391'i ise (%29,1) böyle bir eğitim almadığını belirtmiştir. Toplam 40 yönetici (%3,0) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 19: Okulun Halkla İlişkiler Odasının Bulunup Bulunmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Var	118	8,8	9,2	9,2
Yok	1167	86,9	90,8	100,0
Toplam	1285	95,7	100,0	
Cevapsız	58	4,3		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda sunulduğu üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 118'i (%8,8) okulda halkla ilişkiler odasının olduğunu, 1167'si ise (%86,9) okulda halkla ilişkiler odasının olmadığını belirtmiştir. Toplam 58 yönetici (%4,3) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 20: Okulun Araç-Gereç Odasının Bulunup Bulunmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Var	991	73,8	75,9	75,9
Yok	314	23,4	24,1	100,0
Toplam	1305	97,2	100,0	
Cevapsız	38	2,8		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda sunulduğu üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 991'i (%73,8) okulda araç-gereç odasının olduğunu, 314'ü ise (%23,4) okulda araç-gereç odasının olmadığını belirtmiştir. Toplam 38 yönetici (%2,8) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 21: Okulun İnternet İmkânının Bulunup Bulunmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Var	919	68,4	70,8	70,8
Yok	379	28,2	29,2	100,0
Toplam	1298	96,6	100,0	
Cevapsız	45	3,4		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda sunulduğu üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 919'i (%68,4) okulda internet imkânının olduğunu, 379'u ise (%28,2) okulda İnternet imkânının olmadığını belirtmiştir. Toplam 45 yönetici (%3,4) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 22: Okulun Televizyon Odasının Bulunup Bulunmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Var	1265	94,2	95,0	95,0
Yok	66	4,9	5,0	100,0
Toplam	1331	99,1	100,0	
Cevapsız	12	,9		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda sunulduğu üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 1265'i (%94,2) okulda TV odasının olduğunu, 66'ı ise (%4,9) okulda TV odasının olmadığını belirtmiştir. Toplam 12 yönetici (%0,9) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 23: Okulun Kütüphanesinin Bulunup Bulunmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Var	1174	87,4	88,5	88,5
Yok	152	11,3	11,5	100,0
Toplam	1326	98,7	100,0	
Cevapsız	17	1,3		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda sunulduğu üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 1174'ü (%87,4) okulda kütüphane olduğunu, 152'si ise (%11,3) okulda kütüphanenin olmadığını belirtmiştir. Toplam 17 yönetici (%1,3) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 24: Kütüphanede Gazete-Dergi Bulunup Bulunmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Var	470	35,0	36,5	36,5
Yok	816	60,8	63,5	100,0
Toplam	1286	95,8	100,0	
Cevapsız	57	4,2		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda sunulduğu üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 470'i (%35,0) kütüphanede gazete-dergi olduğunu, 816'sı ise (%60,8) kütüphanede gazete-dergi olmadığını belirtmiştir. Toplam 57 yönetici (%4,2) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 25: Okulun Sekreterinin Bulunup Bulunmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Var	508	37,8	39,0	39,0
Yok	796	59,3	61,0	100,0
Toplam	1304	97,1	100,0	
Cevapsız	39	2,9		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda sunulduğu üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 508'i (%39,0) okulda sekreter olduğunu, 796'si ise (%59,3) okulda sekreterin olmadığını belirtmiştir. Toplam 39 yönetici (%2,9) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 26: Okulun Santral Operatörünün Bulunup Bulunmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Var	464	34,5	35,7	35,7
Yok	834	62,1	64,3	100,0
Toplam	1298	96,6	100,0	
Cevapsız	45	3,4		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda sunulduğu üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 464'ü (%34,5) okulda santral operatörünün olduğunu, 834'si ise (%62,1) okulda santral operatörünün olmadığını belirtmiştir. Toplam 45 yönetici (%3,4) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 27: Okulun Faksının Bulunup Bulunmaması Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Var	1314	97,8	98,7	98,7
Yok	17	1,3	1,3	100,0
Toplam	1331	99,1	100,0	
Cevapsız	12	,9		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda sunulduğu üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 1314'ü (%97,8) okulda faksın olduğunu, 17'si ise (%1,3) okulda faksın olmadığını belirtmiştir. Toplam 12 yönetici (%0,9) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 28: Yöneticinin Cinsiyeti Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Bayan	263	19,6	19,9	19,9
Erkek	1057	78,7	80,1	100,0
Toplam	1320	98,3	100,0	
Cevapsız	23	1,7		
Toplam	1343	100,0		

Tabloda sunulduğu üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 263'ü (%19,6) bayan, 1057'si ise (%78,7) erkektir. Toplam 23 yönetici (%1,7) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 29: Yöneticinin Yaşı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
30 ve altı	129	9,6	9,8	9,8
31-40	429	31,9	32,5	42,3
41-50	454	33,8	34,4	76,7
51 ve üstü	308	22,9	23,3	100,0
Toplam	1320	98,3	100,0	
Cevapsız	23	1,7		
Toplam	1343	100,0		

Tablodan da anlaşılacağı üzere, örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin 129'u (%9,6) 30 yaş ve altında, 429'u (%31,9) 31-40 yaş grubunda, 454'ü (%33,8) 41-50 yaş grubunda, 308'i ise (%22,9) 51 ve üstü yaş grubunda bulunmaktadır. Toplam 23 yönetici (%1,7) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

4.1.2. Medya Mensuplarına İlişkin Tablolar

Tablo 30: Medya Mensuplarının Çalıştıkları Kurum Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Ailem Dergisi	1	,2	,2	94,6
Akşam Gazetesi	28	6,3	6,3	10,3
Alem Dergisi	1	,2	,2	10,5
Alem Radyo	2	,4	,4	11,0
Anadolu Ajansı	18	4,0	4,0	4,0
Arma TV	2	,4	,4	11,4
ATV	6	1,3	1,3	12,8
Chp Dergisi	1	,2	,2	13,2
Cumhuriyet Gazetesi	13	2,9	2,9	16,1
Doğan Haber Ajansı	14	3,1	3,1	19,3
Dünya Gazetesi	1	,2	,2	26,0
Eğitimciler Gazetesi	4	,9	,9	60,8
Fanatik Gazetesi	3	,7	,7	20,2
Fotomaç Gazetesi	1	,2	,2	19,5
Fox TV	21	4,7	4,7	24,9
Güneş Gazetesi	4	,9	,9	25,8
Hürriyet Gazetesi	20	4,5	4,5	30,5
İhlas Anahtar Gazetesi	12	2,7	2,7	33,2
İstanbul Gazetesi	1	,2	,2	33,4
Kanal D TV	1	,2	,2	33,6
Kral TV	1	,2	,2	37,9
Mandalina TV	1	,2	,2	33,9
Milliyet Gazetesi	15	3,4	3,4	37,7
NTV	12	2,7	2,7	40,6
Platin Dergisi	1	,2	,2	13,0
Posta Gazetesi	11	2,5	2,5	44,6
Radikal Gazetesi	13	2,9	2,9	47,5
Radyo Artı	1	,2	,2	47,8
Sabah Gazetesi	7	1,6	1,6	42,2
Show TV	15	3,4	3,4	51,1
Star Gazetesi	2	,4	,4	51,8
Star TV	1	,2	,2	51,3

Tablo 30'un Devamı

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
TGRT Fm	9	2,0	2,0	55,8
TGRT Haber TV	18	4,0	4,0	59,9
TRT	78	17,5	17,5	78,7
Tübitak Dergisi	8	1,8	1,8	80,5
Türkiye Gazeteciler Cemiyeti	9	2,0	2,0	53,8
Türkiye Gazetesi	22	4,9	4,9	85,4
Türkiye Magazin. Gaz. Derneği	2	,4	,4	61,2
TV Net	2	,4	,4	85,9
Ulus Gazetesi	1	,2	,2	86,1
Vatan Gazetesi	2	,4	,4	34,3
Yeni Şafak Gazetesi	36	8,1	8,1	94,4
Yenigün Gazetesi	1	,2	,2	86,3
Zaman Gazetesi	24	5,4	5,4	100,0
Toplam	446	100,0	100,0	

Tablodan da anlaşılacağı üzere, örneklem grubunu oluşturan medya mensuplarının çalıştıkları yere ilişkin dağılım yukarıda verilmiştir.

Tablo 31: Yaş Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
30 ve altı	146	32,7	37,9	37,9
31-40	130	29,1	33,8	71,7
41-50	77	17,3	20,0	91,7
51 ve üstü	32	7,2	8,3	100,0
Toplam	385	86,3	100,0	
Cevapsız	61	13,7		
Toplam	446	100,0		

Tablodan da anlaşılacağı üzere, örnekleme oluşturan medya mensuplarının 146'sı (%32,7) 30 ve altı yaş grubunda, 130'u (%29,1) 31-40 yaş grubunda, 77'si (%17,3) 41-50 yaş grubunda, 32'si ise (%7,2) 51 ve üstü yaş grubunda bulunmaktadır. Öte yandan toplam 61 (%13,7) medya mensubu bu soruyu cevapsız bırakmışlardır.

Tablo 32: Cinsiyet Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Kadın	142	31,8	34,2	34,2
Erkek	273	61,2	65,8	100,0
Toplam	415	93,0	100,0	
Cevapsız	31	7,0		
Toplam	446	100,0		

Tablodan da anlaşılacağı üzere, örnekleme oluşturan medya mensuplarının 142'si (%31,8) bayan, 273'ü (%61,2) bayandır. Öte yandan toplam 31 (%7,0) medya mensubu bu soruyu cevapsız bırakmışlardır.

Tablo 33: Çocuk Sahip Olup Olmama Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Var	183	41,0	48,0	48,0
Yok	198	44,4	52,0	100,0
Toplam	381	85,4	100,0	
Cevapsız	65	14,6		
Toplam	446	100,0		

Tablodan da anlaşılacağı üzere, örnekleme oluşturan medya mensuplarının 183'ü (%41,0) çocuk sahibi olduğunu, 198'i (%44,4) çocuk sahibi olmadığını ifade etmiştir. Öte yandan toplam 65 (%14,6) medya mensubu bu soruyu cevapsız bırakmışlardır.

Tablo 34: Meslekteki Kıdemi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
5 yıl ve altı	87	19,5	23,0	23,0
6-10 yıl	87	19,5	23,0	46,0
11-15 yıl	66	14,8	17,5	63,5
16-20 yıl	67	15,0	17,7	81,2
21 yıl ve üstü	71	15,9	18,8	100,0
Toplam	378	84,8	100,0	
Cevapsız	68	15,2		
Toplam	446	100,0		

Tabloda görüldüğü gibi, örneklem grubunu oluşturan medya mensuplarının 87'si (%19,5) 5 yıl ve altı, 87'si (%19,5) 6-10 yıl, 66'sı (%14,8) 11-15 yıl, 67'si (%15,0) 16-20 yıl, 71'i (%15,9) 21 yıl ve üstü yıllık meslekî kıdemleri bulunmaktadır. 68 medya mensubu (%15,2) kıdemle ilgili soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 35: Çalıştığı Kurumdaki Kıdemi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
5 yıl ve altı	151	33,9	42,4	42,4
6-10 yıl	86	19,3	24,2	66,6
11-15 yıl	58	13,0	16,3	82,9
16-20 yıl	32	7,2	9,0	91,9
21 yıl ve üstü	29	6,5	8,1	100,0
Toplam	356	79,8	100,0	
Cevapsız	90	20,2		
Toplam	446	100,0		

Tablodan da anlaşılabilceği üzere, örneklem grubunu oluşturan medya mensuplarının 151'i (%33,9) içinde bulunduğu kurumda beş yıl ve altı, 86'sı (%19,3) 6-10 yıl, 58'i (%13,0) 11-15 yıl, 32'si (%7,2) 16-20 yıl, 29'u (%6,5) 21 yıl ve üstü süredir çalıştıklarını ifade etmişlerdir. 90 medya mensubu (%20,2) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 36: Unvan Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Gen.Yay.Yön.	21	4,7	4,8	4,8
Yazı İşl.Md.	7	1,6	1,6	6,4
Görsel Yönetmen	13	2,9	3,0	9,4
Program Md.	13	2,9	3,0	12,4
Servis Md./Şef	43	9,6	9,9	22,3
Editör	74	16,6	17,0	39,3
Köşe Yazarı	11	2,5	2,5	41,8
Eğitim Yazarı	6	1,3	1,4	43,2
Yazar	7	1,6	1,6	44,8
Redaktör	20	4,5	4,6	49,4
Muhabir	109	24,4	25,1	74,5
Diğer	111	24,9	25,5	100,0
Toplam	435	97,5	100,0	
Cevapsız	11	2,5		
Toplam	446	100,0		

Tablodan da anlaşılacağı üzere, örneklem grubunu oluşturan medya mensuplarının unvan değişkenine ilişkin dağılım yukarıda verilmiştir. Öte yandan söz konusu değişken yeniden gruplandırılmış ve aşağıda sunulmuştur.

Tablo 37: Unvan (Gruplandırılmış) Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Üst Düzey Yön.	41	9,2	9,4	9,4
İkinci Düzey Yön.	56	12,6	12,9	22,3
Eğitim Yazarı	6	1,3	1,4	23,7
Diğer	332	74,4	76,3	100,0
Toplam	435	97,5	100,0	
Cevapsız	11	2,5		
Toplam	446	100,0		

Tabloda görülebileceği üzere, örneklem grubunu oluşturan medya mensuplarının 41'i (%9,2) üst düzey yönetici, 56'sı (%12,6) ikinci düzey yönetici, 6'sı (%1,3) eğitim yazarı, 332'si ise (%74,4) diğer unvanlarla görev yaptıklarını ifade etmişlerdir. 11 medya mensubu (%2,5) söz konusu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 38: Servis Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Haber	142	31,8	32,5	32,5
Eğitim	27	6,1	6,2	38,7
Magazin	11	2,5	2,5	41,2
Sağlık/aile	6	1,3	1,4	42,6
Spor	60	13,5	13,7	56,3
Ekonomi	8	1,8	1,8	58,1
Politika	5	1,1	1,1	59,3
İnternet	10	2,2	2,3	61,6
Kültür/sanat	16	3,6	3,7	65,2
Reklam	7	1,6	1,6	66,8
İlaveler	7	1,6	1,6	68,4
Teknik Servis	16	3,6	3,7	72,1
Diğer	122	27,4	27,9	100,0
Toplam	437	98,0	100,0	
Cevapsız	9	2,0		
Toplam	446	100,0		

Tabloda örneklem grubunu oluşturan medya mensuplarının görev yaptıkları servis değişkenine ilişkin dağılım yukarıda verilmiştir.

Tablo 39: Medyadaki Çalışma Alanı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
TV	132	29,6	30,3	30,3
Gazete	176	39,5	40,4	70,6
Dergi	36	8,1	8,3	78,9
Radyo	43	9,6	9,9	88,8
İnternet	9	2,0	2,1	90,8
Diğer	40	9,0	9,2	100,0
Toplam	436	97,8	100,0	
Cevapsız	10	2,2		
Toplam	446	100,0		

Tabloda örneklem grubunu oluşturan medya mensuplarının görev yaptıkları çalışma alanı değişkenine ilişkin dağılım yukarıda verilmiştir. Çalışma alanına ilişkin veriler yeniden gruplandırılmış ve tablo olarak ilişikte sunulmuştur.

Tablo 40: Medyadaki Çalışma Alanı (Gruplandırılmış) Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Görsel Medya	132	29,6	30,3	30,3
Yazılı Medya	212	47,5	48,6	78,9
İşitsel Medya	43	9,6	9,9	88,8
İnternet	9	2,0	2,1	90,8
Diğer	40	9,0	9,2	100,0
Toplam	436	97,8	100,0	
Cevapsız	10	2,2		
Toplam	446	100,0		

Tabloda görülebileceği gibi, örneklem grubunu oluşturan medya mensuplarının 132'si (%29,6) görsel medya, 212'si (%47,5) yazılı medya, 43'ü (%9,6) işitsel medya, 9'u (%2,0) İnternet alanında çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Toplam 10 medya mensubu (%2,2) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 41: Eğitim Düzeyi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Lise	62	13,9	14,2	14,2
Üniversite	289	64,8	66,1	80,3
Yüksek Lisans	56	12,6	12,8	93,1
Doktora	9	2,0	2,1	95,2
Diğer	21	4,7	4,8	100,0
Toplam	437	98,0	100,0	
Cevapsız	9	2,0		
Toplam	446	100,0		

Tabloda görülebileceği gibi, örneklem grubunu oluşturan medya mensuplarının 62'si (%13,9) lise mezunu, 289'u (%64,8) üniversite (lisans) mezunu, 56'sı (%12,6) yüksek lisans mezunu, 9'u (%2,0) doktora, 21'i de (%4,7) diğer düzeyde eğitime sahip olduğunu ifade etmiştir. Toplam 9 medya mensubu (%2,1) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 42: Eğitim Gördüğü Alan Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
İletişim / Radyo-TV / Gazetecilik/Basın-Yayın	200	44,8	45,9	45,9
Eğitim	18	4,0	4,1	50,0
Halkla İlişkiler	15	3,4	3,4	53,4
Lise ve Dengi okul	35	7,8	8,0	61,5
Diğer	168	37,7	38,5	100,0
Toplam	436	97,8	100,0	
Cevapsız	10	2,2		
Toplam	446	100,0		

Tabloda görülebileceği gibi, örneklem grubunu oluşturan medya mensuplarının 200'ü (%23,8) iletişim ve radyo-TV/gazetecilik/basın-yayın alanında, 18'i (%4,0) eğitim alanında, 15'i (%3,4) halkla ilişkiler, 35'i (%7,8) lise ve dengi okul, 168'i (%37,7) diğer alanlarda eğitim gördüklerini ifade etmişlerdir. Toplam 10 medya mensubu (%2,2) bu soruyu cevapsız bırakmıştır. Analizler için yeterli dağılım oluşmadığından alt gruplar arasında anlamlı birleştirmeler yapılmış ve oluşan dağılım aşağıda sunulmuştur.

4.2. Araştırmanın Hipotezlerine Ait Analizler

Bu bölümde örneklem grubunu oluşturan okul yöneticileri ve medya mensuplarının anket maddelerine verdikleri cevapların görev gruplarına bağlı olup olmadığını belirlemek, örneklem grubundaki okul yöneticilerinin anket maddelerine verdikleri cevapların görev yapılan okul türü, görev türü, cinsiyet, kıdem, okulda halka ilişkiler birimi bulunup bulunmaması, değişkenine bağlı olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılmış ki kare (Chi-Square) analizleri sonuçları araştırmanın amaçları doğrultusunda tablolar halinde sunulmuştur.

4.2.1. Verilen Cevapların Medya Mensubu ya da Eğitim Yöneticisi Olmaya Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemeye Yönelik Kikare Analizi Sonuçları

Tablo 43: “Okul gibi eğitim kurumlarının kendi medya organları olmalıdır (medya ekonomisi)” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yönetici-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Grup		Toplam	X ²	sd	p	
		Yönetici	Medya					
Okul gibi eğitim kurumlarının kendi medya organları olmalıdır (medya ekonomisi)	Kesinlikle	f	59	26	85	28,557	4	,000***
	Katılmıyorum	%	4,4%	5,8%	4,8%			
	Katılmıyorum	f	201	48	249			
	Katılmıyorum	%	15,0%	10,8%	13,9%			
	Kararsızım	f	167	31	198			
	Kararsızım	%	12,4%	7,0%	11,1%			
	Katılıyorum	f	708	234	942			
	Katılıyorum	%	52,7%	52,5%	52,7%			
Toplam	f	1343	446	1789				
	%	100,0%	100,0%	100,0%				

***P<,001

Okul gibi eğitim kurumlarının kendi medya organları olmalıdır (medya ekonomisi)” ifadesine eğitim yöneticilerinin % 52,7’si katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını verenler ise % 15,5’dir. Medya mensuplarında ise aynı değerler % 52,5 ve % 24’dür. Medya mensuplarının konuya ilişkin olumlu görüş yüzdesi, eğitim yöneticilerinden daha fazladır. Okulun medya organı olmasını kabul etmeyenlerin yüzdesi (%15), medya yöneticilerinkinden(%10,8) daha fazladır.

Tabloda görülebileceği üzere, “Okul gibi eğitim kurumlarının kendi medya organları olmalıdır (medya ekonomisi)” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yönetici-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=28,557$; $p<.001$).

Eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre ‘‘Okul gibi eğitim kurumlarının kendi medya organları olmalıdır (medya ekonomisi)’’ ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir.

Tablo 44. ‘‘İlköğretim okullarında bilinçli medya malzemeleri ve sistemleri bilinçli olarak kullanılmaktadır’’ İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yönetici-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Grup		Toplam	X ²	sd	P	
		Yönetici	Medya					
İlköğretim okullarında bilinçli medya malzemeleri ve sistemleri bilinçli olarak kullanılmaktadır.	Kesinlikle	f	125	33	158	43,138	4	,000***
	Katılmıyorum	%	9,3%	7,4%	8,8%			
	Katılmıyorum	f	572	152	724			
	Katılmıyorum	%	42,6%	34,1%	40,5%			
	Kararsızım	f	205	130	335			
	Kararsızım	%	15,3%	29,1%	18,7%			
	Katılıyorum	f	377	111	488			
	Katılıyorum	%	28,1%	24,9%	27,3%			
	Kesinlikle	f	64	20	84			
	Katılıyorum	%	4,8%	4,5%	4,7%			
Toplam	f	1343	446	1789				
	%	100,0%	100,0%	100,0%				

***P<,001

‘‘İlköğretim Okullarında Bilinçli Medya Malzemeleri Ve Sistemleri Bilinçli Olarak Kullanılmaktadır’’ ifadesine eğitim yöneticilerinin % 42,6’sı katılmıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılmıyorum yanıtını verenler ise % 9,3’dr. Medya mensuplarında ise aynı değerler % 34,1 ve % 7,4’dr. Eğitim yöneticilerinin konuya ilişkin olumsuz görüş yüzdesi, medya mensuplarınınkinden daha fazladır. %29,1’lik medya mensubunun konuya ilişkin görüşleri kararsızlık noktasındadır. Tabloda görülebileceği üzere, ‘‘İlköğretim Okullarında Bilinçli Medya Malzemeleri Ve Sistemleri Bilinçli Olarak Kullanılmaktadır’’ ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yönetici-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=43,138; p<,001$).

Eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre ‘‘İlköğretim Okullarında Bilinçli Medya Malzemeleri Ve Sistemleri Bilinçli Olarak Kullanılmaktadır’’ katılım düzeyi değişim göstermektedir. Eğitim yöneticilerinin, öğrencilerin medya sistemlerini bilinçli bir şekilde kullanmadıklarını düşünme eğilimleri daha yüksektir.

Tablo 45: ‘‘İlköğretim ağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim programları ile eğer bunlar eğlenceli olurlar ise yakından ilgilenmektedirler’’ İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yönetici-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar		Grup		Toplam	X ²	sd	p
			Yönetici	Medya				
İlköğretim ağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim programları ile eğer bunlar eğlenceli olurlar ise yakından ilgilenmektedirler.	Kesinlikle	f	35	15	50	8,021	4	,091
	Katılmıyorum	%	2,6%	3,4%	2,8%			
	Katılmıyorum	f	136	26	162			
	Katılmıyorum	%	10,1%	5,8%	9,1%			
	Kararsızım	f	75	25	100			
	Kararsızım	%	5,6%	5,6%	5,6%			
	Katılıyorum	f	815	283	1098			
	Katılıyorum	%	60,7%	63,5%	61,4%			
	Kesinlikle	f	282	97	379			
	Katılıyorum	%	21,0%	21,7%	21,2%			
Toplam	f	1343	446	1789				
	%	100,0%	100,0%	100,0%				

‘‘İlköğretim ağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim programları ile eğer bunlar eğlenceli olurlar ise yakından ilgilenmektedirler’’ ifadesine eğitim yöneticilerinin % 60,7’si katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını verenler ise % 21’dir. Medya mensuplarında ise aynı değerler % 63,5 ve % 21,7’dir. Hem eğitim yöneticileri hem de medya mensupları, öğrencilerin medyadaki eğitim programları ile ancak eğlenceli oldukları takdirde ilgilendiklerini açıklamışlardır. Konu hakkında eşit görüşe sahiptirler.

Tabloda görülebileceği üzere, ‘‘İlköğretim ağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim programları ile eğer bunlar eğlenceli olurlar

ise yakından ilgilenmektedirler” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yönetici-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($X^2=8,021$; $p>.05$).

Eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim programları ile eğer bunlar eğlenceli olurlar ise yakından ilgilenmektedirler” İfadesine katılım düzeyi değişim göstermemiştir. İki grupta; öğrencilerin medyadaki eğitim programları ile ancak eğlenceli oldukları takdirde ilgilendikleri konusunda hemfikirdirler.

Tablo 46: “Medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı (sivil toplum örgütü gibi)' ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yönetici-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Grup		Toplam	X ²	sd	P	
		Yönetici	Medya					
*Medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı(sivil toplum örgütü gibi)' ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir.	Kesinlikle	f	46	7	53	61,879	4	,000***
	Katılmıyorum	%	3,4%	1,6%	3,0%			
	Katılmıyorum	f	220	55	275			
	Katılmıyorum	%	16,4%	12,3%	15,4%			
	Kararsızım	f	392	70	462			
	Kararsızım	%	29,2%	15,7%	25,8%			
	Katılıyorum	f	611	261	872			
	Katılıyorum	%	45,5%	58,5%	48,7%			
	Kesinlikle	f	74	53	127			
	Katılıyorum	%	5,5%	11,9%	7,1%			
	Toplam	f	1343	446	1789			
		%	100,0%	100,0%	100,0%			

***P<,001

“Medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı(sivil toplum örgütü gibi)' ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı

(millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir” ifadesine eğitim yöneticilerinin % 45,5'i katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını verenler ise % 5,5'dir. Medya mensuplarında ise aynı değerler % 58,5 ve % 11,9'dur. Medya mensuplarının konuya ilişkin olumlu görüş yüzdesi, eğitim yöneticilerinden daha fazladır. Eğitim yöneticileri konuya ilişkin (%29,2), medya mensuplarından (%15,7) daha fazla çekimser kalmışlardır. Tabloda görülebileceği üzere, “Medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı (sivil toplum örgütü gibi)' ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yönetici-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=61,879$; $p<.001$).

Eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre “Medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı (sivil toplum örgütü gibi)' ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Medya mensuplarının, konuya ilişkin olumlu düşünme eğilimleri daha yüksektir. Eğitim yöneticileri içinde kararsız kalanların anlamlı derecede yüksek düzeyde olması düşündürücüdür.

Tablo 47: “Medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları ilköğretim öğrencilerinin yalnızlığa düşmelerine yol açar” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yönetici-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Grup		Toplam	X ²	sd	P	
		Yönetici	Medya					
Medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları ilköğretim öğrencilerinin yalnızlığa düşmelerine yol açar.	Kesinlikle	f	56	35	91	25,767	4	,000***
	Katılmıyorum	%	4,2%	7,8%	5,1%			
	Katılmıyorum	f	488	177	665			
	Katılmıyorum	%	36,3%	39,7%	37,2%			
	Kararsızım	f	194	85	279			
	Kararsızım	%	14,4%	19,1%	15,6%			
	Katılıyorum	f	496	118	614			
	Katılıyorum	%	36,9%	26,5%	34,3%			
	Kesinlikle	f	109	31	140			
	Katılıyorum	%	8,1%	7,0%	7,8%			
Toplam	f	1343	446	1789				
	%	100,0	100,0%	100,0%				

***P<.001

“Medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları ilköğretim öğrencilerinin yalnızlığa düşmelerine yol açar” ifadesine eğitim yöneticilerinin % 36,9’u katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını verenler ise % 8,1’dir. Medya mensuplarında ise aynı değerler % 26,5 ve % 7,0’dır. Eğitim yöneticilerinin konuya ilişkin endişeleri, medya mensuplarınınkinden daha fazladır. Elde edilen bu sonuçlarla doğru orantılı olarak medya aracılığı ile öğrencilerin yalnızlığa düşeceklerini kabul etmeme yüzdesi eğitim yöneticilerinde 36,3 iken medya mensuplarında 39,7 olmuştur.

Tabloda görülebileceği üzere, “Medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları ilköğretim öğrencilerinin yalnızlığa düşmelerine yol açar” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yönetici-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=25,767$; $p<.001$).

Eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre , “Medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları ilköğretim öğrencilerinin yalnızlığa

düşmelerine yol açar” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Eğitim yöneticilerinin, konuya ilişkin olumsuz düşünme eğilimleri daha yüksektir. Medya mensupları, medya aracılığı ile öğrencilerin yalnızlığa düşmeyecekleri konusunda daha iyimser bir görüşe sahiptir.

Tablo 48: “İlköğretim öğrencileri için medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları öğretmen ve diğer öğrenci arkadaşlarının katılımı ile desteklenmelidir” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yönetici-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Grup		Toplam	X ²	sd	p	
		Yönetici	Medya					
İlköğretim öğrencileri için medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları öğretmen ve diğer öğrenci arkadaşlarının katılımı ile desteklenmelidir.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	32	9	41	5,592	4	,232
		%	2,4%	2,0%	2,3%			
	Katılmıyorum	f	99	19	118			
		%	7,4%	4,3%	6,6%			
	Kararsızım	f	72	24	96			
		%	5,4%	5,4%	5,4%			
	Katılıyorum	f	840	289	1129			
		%	62,5%	64,8%	63,1%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	300	105	405			
		%	22,3%	23,5%	22,6%			
Toplam	f	1343	446	1789				
	%	100,0%	100,0%	100,0%				

“İlköğretim öğrencileri için medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları öğretmen ve diğer öğrenci arkadaşlarının katılımı ile desteklenmelidir” ifadesine eğitim yöneticilerinin % 62,5’u katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını verenler ise % 22,3’dür. Medya mensuplarında ise aynı değerler % 64,8 ve % 23,5’dur.

Tabloda görülebileceği üzere, “İlköğretim öğrencileri için medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları öğretmen ve diğer öğrenci arkadaşlarının katılımı ile desteklenmelidir” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yönetici-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($X^2=5,592$; $p>.05$).

Hem eğitim yöneticileri hem de medya mensupları, eğitim içerikli yayınların öğretmen ve arkadaş katılımı ile desteklenmesi konusunda görüş birliği içindedirler.

Tablo 49: “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır” ifadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yönetici-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Grup		Toplam	X ²	sd	P	
		Yönetici	Medya					
Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	41	16	57			
		%	3,1%	3,6%	3,2%			
	Katılmıyorum	f	82	85	167			
		%	6,1%	19,1%	9,3%			
	Kararsızım	f	50	49	99			
		%	3,7%	11,0%	5,5%			
	Katılıyorum	f	700	235	935	143,684	4	,000***
		%	52,1%	52,7%	52,3%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	470	61	531			
		%	35,0%	13,7%	29,7%			
Toplam	f	1343	446	1789				
	%	100,0%	100,0%	100,0%				

***P<,005

“Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır” ifadesine eğitim yöneticilerinin % 52,1’i katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını verenler ise % 35,0’dır. Medya mensuplarında ise aynı değerler % 52,7 ve % 13,7’dir. Bu iki yüzde değerleri birleştirildiğinde, eğitim yöneticilerinin özel eğitim yayınları konusundaki olumlu dilek yüzdesi, medya mensuplarından daha yüksek düzeydedir. Bu sonuç ile doğru orantılı olarak medya mensuplarının % 19,1’i özel yayınların olmasına gerek olmadığı düşüncesini ileri sürmüştür. Tabloda görülebileceği üzere, “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır.” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yönetici-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare

(chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=143,864$; $p<.001$).

Eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre , “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Eğitim yöneticileri, medyada ilköğretime yönelik özel yayınların bulunması gerekliliğine , medya mensuplarından daha fazla inanmaktadır.

Tablo 50: “İlköğretim okullarında medya kullanımı dersi çocukları bilinçli medya kullanıcısı haline getirebilecektir” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	f	Grup		Toplam	X ²	sd	P
			Yönetici	Medya				
İlköğretim okullarında medya kullanımı dersi çocukları bilinçli medya kullanıcısı haline getirebilecektir.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	28	9	37	84,524	4	,000***
	Katılmıyorum	%	2,1%	2,0%	2,1%			
	Kararsızım	f	107	39	146			
	Katılmıyorum	%	8,0%	8,7%	8,2%			
	Katılıyorum	f	135	118	253			
	Katılıyorum	%	10,1%	26,5%	14,1%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	773	226	999			
	Katılıyorum	%	57,6%	50,7%	55,8%			
Toplam	f	1343	446	1789				
	%	100,0%	100,0%	100,0%				

***P<,001

“İlköğretim okullarında medya kullanımı dersi çocukları bilinçli medya kullanıcısı haline getirebilecektir” ifadesine eğitim yöneticilerinin % 57,6’sı katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını verenler ise % 22,3’dür. Medya mensuplarında ise aynı değerler % 50,7 ve % 12,1’dir. Bu iki yüzde değerleri birleştirildiğinde eğitim yöneticilerinin (yaklaşık % 80), ilköğretim okullarında medya dersinin bulunmasının öğrencileri daha fazla bilinçlendireceği

konusundaki düşüncelerinin olumlu yönde olduğu anlaşılmaktadır. Aynı yüzde medya mensuplarında sadece yaklaşık % 63 olmaktadır.

Tabloda görülebileceği üzere, “İlköğretim okullarında medya kullanımı dersi çocukları bilinçli medya kullanıcısı haline getirebilecektir” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yöneticisi-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=84,524; p<.001$).

Eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre “İlköğretim okullarında medya kullanımı dersi çocukları bilinçli medya kullanıcısı haline getirebilecektir” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Eğitim yöneticileri, ilköğretimde medya dersinin olmasının, medyaya ilişkin çocukları daha fazla bilinçlendireceği konusundaki düşünceleri, medya mensuplarınınkinden anlamlı derecede daha yüksek düzeydedir.

Okul –medya ilişkisini belirlemeye yönelik hazırlanan anketin ilk sekiz sorusu medya eğitimi ve medya yeterliği alanı ile ilgilidir. Bu sekiz anket maddesine, yönetici ve medya mensuplarının verdikleri cevaplar, genel olarak değişim göstermiştir. Okul yöneticileri, öğrencilerin medya konusunda yeterli düzeyde bilinçli olmadıklarını, onları bilinçlendirmek adına ilköğretim programına medya dersinin konması gerektiğini, ayrıca medyada ilköğretime yönelik özel programların hazırlanmasının şart olduğunu, bilinçsiz medya kullanımının öğrencileri yalnızlığa itebileceğini, medya mensuplarından daha fazla düşünmektedirler. Medya mensupları, her ilköğretim okulunun özel kendilerine ait medya organı olması gerekliliği konusunda, eğitim yöneticilerinden daha fazla olumlu görüş içindedirler. Medyadaki eğitim programlarının ancak eğlenceli olduğunda çocukların dikkatini çektiği ve eğitim içerikli yayınların öğretmen ve arkadaş katılımı ile desteklenmesi gerektiği konularında eğitim yöneticileri ve medya mensuplarının düşünceleri eşdeğerdedir.

Tablo 51: “Eğitim fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medya konularına dair mufredat gulendirilmelidir” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yönetici-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Grup		Toplam	X ²	sd	p	
		Yönetici	Medya					
Eğitim Fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medya konularına dair mufredat gulendirilmelidir.	Kesinlikle	f	24	5	29	25,062	4	,000***
	Katılmıyorum	%	1,8%	1,1%	1,6%			
	Katılmıyorum	f	61	21	82			
	Katılmıyorum	%	4,5%	4,7%	4,6%			
	Kararsızım	f	73	42	115			
	Kararsızım	%	5,4%	9,4%	6,4%			
	Katılıyorum	f	822	302	1124			
	Katılıyorum	%	61,2%	67,7%	62,8%			
	Kesinlikle	f	363	76	439			
	Katılıyorum	%	27,0%	17,0%	24,5%			
Toplam	f	1343	446	1789				
	%	100,0	100,0	100,0				

Eğitim fakültelerinde ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medyaya yönelik mufredatların zenginleştirilmesi ifadesine eğitim yöneticileri % 27 kesinlikle katılıyorum, % 61,2 katılıyorum cevabını vermişlerdir. Bu sonuçlara göre eğitim yöneticilerinin çoğunluğunun (yaklaşık %89), medya konusundaki mufredatların zenginleştirilmesini istedikleri anlaşılmaktadır. Medya mensuplarında da benzer bir sonuç elde edilse de, eğitim yöneticileri kadar yüksek düzeyde değildir (yaklaşık % 85). Konu hakkında kararsızlık yüzdesi, medya grubunda daha yüksektir (%9,4).

Tabloda görülebileceği üzere, “Eğitim Fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medya konularına dair mufredat gulendirilmelidir” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yönetici-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=25,062; p<.001$).

Eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre “Eğitim Fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medya konularına dair müfredat güçlendirilmelidir” katılım düzeyi değişim göstermektedir. Eğitim yöneticilerinin, eğitim fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde verilmekte olan medya konularının programının zenginleştirilmesi gerektiği konusundaki düşünceleri, medya mensuplarınınkinden anlamlı derecede daha yüksek düzeydedir.

Tablo 52: “Okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yönetici-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Grup		Toplam	X ²	sd	p	
		Yönetici	Medya					
Okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler.	Kesinlikle	f	31	12	43			
	Katılmıyorum	%	2,3%	2,7%	2,4%			
	Katılmıyorum	f	68	31	99			
	Katılmıyorum	%	5,1%	7,0%	5,5%			
	Kararsızım	f	60	35	95			
	Kararsızım	%	4,5%	7,8%	5,3%			
	Katılıyorum	f	746	261	1007	18,258	4	,001***
	Katılıyorum	%	55,5%	58,5%	56,3%			
	Kesinlikle	f	438	107	545			
	Katılıyorum	%	32,6%	24,0%	30,5%			
	Toplam	f	1343	446	1789			
		%	75,1	24,9	100,0			

*** P<,001

Okul yöneticileri, “Okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler” İfadesine % 32,6 kesinlikle katılıyorum, % 55,5 ise katılıyorum cevabı vermişlerdir. Medya mensuplarında ise aynı değerler % 24 ve % 58,5 olmuştur. Eğitim yöneticilerinin konu hakkındaki olumlu görüşleri, medya mensuplarınınkinden biraz daha yüksek düzeydedir. Yine bu sonuçlarla doğru orantılı olarak kararsızlık ve katılmıyorum yüzdeleri de medya mensuplarında daha yüksek düzeydedir. Tabloda görülebileceği

üzere, “Okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yönetici-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=18,258$; $p<.01$). Eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine, “Okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Eğitim yöneticilerinin, kendi aralarında medya konusunda bilimsel toplantılar yapma düşüncesine verdikleri değer, medya mensuplarınınkinden anlamlı derecede daha yüksek düzeydedir.

Tablo 53: “İlköğretim okulları etkinliklerini medyaya düzenli ve düzgün şekilde (halkla ilişkiler ve okul aile birlikleri) bildirmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yönetici-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Grup		Toplam	X ²	sd	p	
		Yönetici	Medya					
İlköğretim okulları etkinliklerini medyaya düzenli ve düzgün şekilde (halkla ilişkiler ve okul aile birlikleri) bildirmektedirler.	Kesinlikle	f	138	43	181	12,007	4	,017*
	Katılmıyorum	%	10,3%	9,6%	10,1%			
	Katılmıyorum	f	621	197	818			
	Katılmıyorum	%	46,2%	44,2%	45,7%			
	Kararsızım	f	169	84	253			
	Kararsızım	%	12,6%	18,8%	14,1%			
	Katılıyorum	f	334	103	437			
	Katılıyorum	%	24,9%	23,1%	24,4%			
Toplam	f	1343	446	1789				
	%	100,0	100,0	100,0				

* p<,05

İlköğretim okullarındaki yöneticilerin sadece % 6’sı okullarındaki etkinlikleri medyaya tümüyle yansıttıklarını kabul etmiştir. %24,9’ u ise bu düşünceye katılıyorum şeklinde cevap vermişlerdir. İlköğretim okullarının yaptıkları

etkinlikleri, medyaya bildirmediklerini kabul etme yüzdesi 46,2 olmuştur. Medya mensuplarından da hemen hemen benzer sonuçlar alınmıştır. Sadece bu madde için kararsızlık durumu, medya grubunda çok daha yüksek düzeydedir (%18,8). Tabloda görülebileceği üzere, “İlköğretim okulları etkinliklerini medyaya düzenli ve düzgün şekilde (halkla ilişkiler ve okul aile birlikleri) bildirmektedirler.” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yönetici-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($\chi^2=12,007$; $p<.05$). Medya çalışanlarının okulların etkinliklerini düzenli olarak medyaya bildirdikleri konusuna ilişkin kararsızlık cevapları, eğitim yöneticilerinininkinden daha yüksek düzeydedir. Bu sonuçta, medya mensuplarının bilgi eksikliği bulunmasının etkisi bulunmaktadır.

Tablo 54: “İlköğretim okullarında medya kriz plânı uygulanmaktadır (vardır)” ifadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yönetici-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Grup		Toplam	X ²	sd	p	
		Yönetici	Medya					
İlköğretim okullarında medya kriz plânı uygulanmaktadır (vardır).	Kesinlikle Katılmıyorum	f	277	77	354	65,574	4	,000***
		%	20,6%	17,3%	19,8%			
	Katılmıyorum	f	677	163	840			
		%	50,4%	36,5%	47,0%			
	Kararsızım	f	205	144	349			
		%	15,3%	32,3%	19,5%			
	Katılıyorum	f	159	55	214			
		%	11,8%	12,3%	12,0%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	25	7	32			
		%	1,9%	1,6%	1,8%			
Toplam		f	1343	446	1789			
		%	75,1	24,9	100,0			

*** p<,001

İlköğretim okullarındaki yöneticilerin sadece % 1,9’u ilköğretim okullarında medya kriz plânının uygulandığını tümüyle kabul etmiştir. % 11,8’ i ise bu düşünceye katılıyorum şeklinde cevap vermişlerdir. İlköğretim okullarının medya kriz plânının bulunmadığını kabul edenler (katılmıyorum ve hiç katılmıyorum yanıtlar toplamı) ise yaklaşık yüzdesi 71 olmuştur. Medya mensuplarından da hemen

hemen benzer sonuçlar alınmıştır. Sadece bu madde için kararsızlık durumu, medya grubunda çok daha yüksek düzeydedir (%32,3). Tabloda görülebileceği üzere, “İlköğretim okullarında medya kriz plânı uygulanmaktadır (vardır)” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yönetici-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=65,574$; $p<.001$).

İlköğretim okullarının medya kriz plânının bulunması ve uygulanması konusundaki düşünce ve algılar; eğitim yöneticileri ve medya mensuplarına göre değişim göstermektedir. Medya çalışanlarının okulların medya kriz plânlarının uygulanıp uygulanmadığı konusuna ilişkin kararsızlık cevapları, eğitim yöneticilerinininkinden daha yüksek düzeydedir. Bu sonuçta, medya mensuplarının bilgi eksikliği bulunmasının etkisi bulunmaktadır.

Tablo 55: “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için daha çok görsel bilgi yüklü olup çocuğun örgün bilgi birikimine değil çocuğun gelişimine katkıda bulunmayacak bilgi tüketimine yöneliktir” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yönetici-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar		Grup		Toplam	X ²	sd	p
			Yönetici	Medya				
Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için daha çok görsel bilgi yüklü olup çocuğun örgün bilgi birikimine değil çocuğun gelişimine katkıda bulunmayacak bilgi tüketimine yöneliktir.	Kesinlikle	f	60	10	70	10,445	4	,034*
	Katılmıyorum	%	4,5%	2,2%	3,9%			
	Katılmıyorum	f	215	70	285			
	Katılmıyorum	%	16,0%	15,7%	15,9%			
	Kararsızım	f	165	55	220			
	Kararsızım	%	12,3%	12,3%	12,3%			
	Katılıyorum	f	658	248	906			
	Katılıyorum	%	49,0%	55,6%	50,6%			
	Kesinlikle	f	245	63	308			
	Katılıyorum	%	18,2%	14,1%	17,2%			
	Toplam	f	1343	446	1789			
		%	75,1	24,9	100,0			

* p<,05

Tabloda görülebileceği üzere, “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için daha çok görsel bilgi yüklü olup çocuğun örgün bilgi

birikimine değil çocuğun gelişimine katkıda bulunmayacak bilgi tüketimine yöneliktir” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yönetici-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=10,445$; $p<.05$). Araştırmanın belki de en önemli sonuçlarından bir tanesi, yukarıda açıklanan maddeye, medya mensuplarının, eğitim yöneticilerinden daha fazla katılım içinde olmalarıdır. Medya mensuplarının çoğunluğu (yaklaşık %70), kendi hazırladıkları programların çocuk gelişimine olumlu yönde katkıda bulunamayacağını kabul etmişlerdir. Eğitim yöneticilerinden de benzer bir sonuç elde edilmiştir ancak medya mensuplarınınkinden daha düşük düzeydedir (yaklaşık %67).

Tablo 56: “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için program yaparken (seçerken) eğitim uzman ve kurumlarından da yardım alarak pedagoji ve bilgi toplumu oluşturmak konularına özen göstermelidirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yönetici-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Grup		Toplam	X ²	sd	p	
		Yönetici	Medya					
Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için program yaparken (seçerken) eğitim uzman ve kurumlarından da yardım alarak pedagoji ve bilgi toplumu oluşturmak konularına özen göstermelidirler.	Kesinlikle	f	31	5	36	19,409	4	,001***
	Katılmıyorum	%	2,3%	1,1%	2,0%			
	Katılmıyorum	f	40	11	51			
	Katılmıyorum	%	3,0%	2,5%	2,9%			
	Kararsızım	f	44	14	58			
	Kararsızım	%	3,3%	3,1%	3,2%			
	Katılıyorum	f	489	213	702			
	Katılıyorum	%	36,4%	47,8%	39,2%			
	Kesinlikle	f	739	203	942			
	Katılıyorum	%	55,0%	45,5%	52,7%			
	Toplam	f	1343	446	1789			
		%	100,0	100,0	100,0			

*** p<,001

Hem eğitim yöneticileri hem de medya mensupları, televizyon, gazete gibi medya kuruluşlarının ilköğretim çağı çocukları için program yaparken (seçerken) eğitim uzman ve kurumlarından da yardım alarak pedagoji ve bilgi toplumu

oluşturmak konularına özen göstermeleri düşüncesine çoğunluk katılmışlardır. Ancak kesinlikle katılıyorum görüşü eğitim yöneticilerinde (%55), medya mensuplarınınkinden (%45,5) anlamlı derecede daha yüksektir. Tabloda görülebileceği üzere, “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için program yaparken (seçerken) eğitim uzman ve kurumlarından da yardım alarak pedagoji ve bilgi toplumu oluşturmak konularına özen göstermelidirler” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yönetici-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=19,409$; $p<.001$). Elde edilen bu sonuca göre, medya kurumlarının çocuklar için yayın hazırlarken pedagojik yardım almaları konusundaki düşünceler, eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre değişim göstermektedir. Bu görüşe kesinlikle katılan eğitim yöneticilerinin sayısı, medya mensuplarınınkinden daha yüksek düzeydedir.

Tablo 57: “İletişim okul ve fakültelerinde eğitim program ve yayınlarına dair müfredat güçlendirilmelidir” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yönetici-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Grup	Grup		Toplam	X ²	sd	p
			Yönetici	Medya				
İletişim okul ve fakültelerinde eğitim program ve yayınlarına dair müfredat güçlendirilmelidir.	Kesinlikle	f	20	6	26	66,374	4	,000***
	Katılmıyorum	%	1,5%	1,3%	1,5%			
	Katılmıyorum	f	42	23	65			
	Katılmıyorum	%	3,1%	5,2%	3,6%			
	Kararsızım	f	54	46	100			
	Kararsızım	%	4,0%	10,3%	5,6%			
	Katılıyorum	f	690	275	965			
	Katılıyorum	%	51,4%	61,7%	53,9%			
	Kesinlikle	f	537	96	633			
	Katılıyorum	%	40,0%	21,5%	35,4%			
Toplam	f	1343	446	1789				
	%	100,0	100,0	100,0				

*** p<,001

İletişim okul ve fakültelerinde eğitim program ve yayınlarına dair müfredat programlarının güçlendirilmesi görüşüne eğitim yöneticileri % 40, medya mensupları

% 21,5 kesinlikle katılım göstermişlerdir. Katılıyorum görüşleri ise aynı sıra ile % 51,4 ile % 61,7 olmuştur. Konuya ilişkin eğitim yöneticilerinin olumlu yaklaşımı, medya mensuplarınınkinden daha yüksek düzeyde olmuştur. Medya mensuplarının, iletişim fakültelerindeki eğitim programları ve yayınlarının müfredatlarının zenginleştirilmesi düşüncesine yönelik olarak % 10,3 oranında çekimser kalmışlardır. Tabloda görülebileceği üzere, “İletişim okul ve fakültelerinde eğitim program ve yayınlarına dair müfredat güçlendirilmelidir” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yönetici-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=66,374$; $p<.001$). İletişim okul ve fakültelerinde eğitim program ve yayınlarına dair müfredatın güçlendirilmesine yönelik olarak açığa çıkan düşünce ve görüşler, her ne kadar olumlu yönde olsalar da, eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre değişim göstermiştir. Bu değişim çoğunluk eğitim yöneticilerinin lehine olmuştur.

Tablo 58: “İlköğretim okul yöneticileri ve eğitim yöneticileri çocuğun korunması açısından medya yayınlarını gözleyerek yararlı ve zararlı gördükleri hususları medyaya ya da medya üst kurullarına bildirmelidirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yönetici-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar		Grup		Toplam	X ²	sd	p
			Yönetici	Medya				
İlköğretim okul yöneticileri ve eğitim yöneticileri çocuğun korunması açısından medya yayınlarını gözleyerek yararlı ve zararlı gördükleri hususları medyaya ya da medya üst kurullarına bildirmelidirler.	Kesinlikle	F	27	9	36	6,290	4	,179
	Katılmıyorum	%	2,0%	2,0%	2,0%			
	Katılmıyorum	F	66	17	83			
	Katılmıyorum	%	4,9%	3,8%	4,6%			
	Kararsızım	F	89	41	130			
	Kararsızım	%	6,6%	9,2%	7,3%			
	Katılıyorum	F	625	221	846			
	Katılıyorum	%	46,5%	49,6%	47,3%			
	Kesinlikle	F	536	158	694			
	Katılıyorum	%	39,9%	35,4%	38,8%			
Toplam	F	1343	446	1789				
	%	100,0	100,0	100,0				

Tabloda görülebileceği üzere, “İlköğretim okul yöneticileri ve eğitim yöneticileri çocuğun korunması açısından medya yayınlarını gözleyerek yararlı ve zararlı gördükleri hususları medyaya ya da medya üst kurullarına bildirmelidirler” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yöneticisi-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($X^2=6,290$; $p>.05$). Her iki grubun da konuya ilişkin olumlu görüşleri yüksek düzeydedir.

Araştırma kapsamında kullanılan okul-medya ilişkilerine yönelik olarak hazırlanan anketin dokuz ile 16. maddeleri, medyadan faydalanma alt başlığı altında toplanmıştır. Eğitim yöneticilerinin okul-medya ilişkisi bağlamında, medyadan faydalanma alt başlıklarındaki olumlu görüşleri çoğunluk medya mensuplarından anlamlı derecede daha yüksek düzeydedir. Eğitim fakültelerindeki medya derslerinin müfredatlarının zenginleştirilmesi, okul yöneticilerinin medya konusunda ortak toplantılar yapmaları, ilköğretim okullarında medya kriz planının uygulanması konularında olumlu görüşler her iki grup için eşit düzeyde olsa da, medya mensuplarının çekimserlik değerlerinin yüksekliği ilgi çekici bulunmuştur. Bu sonuç; okul medya ilişkilerine yönelik medyadan faydalanma özelliğinde medya mensuplarının bilgi yetersizliğine sahip oldukları şeklinde yorumlanmıştır. Eğitim yöneticilerinin çocuklara yönelik yayınları izleyerek, bunların yarar ve zararlarını medya üst kurullarına bildirmeleri konusunda, medya mensupları ile eğitim yöneticilerinin görüşleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Tablo 59. “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenirken eğitim sistemini nasıl etkilediklerinden çok kendi meslek hedeflerini ön plânda tutmaktadırlar” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yönetici-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Grup		Toplam	X ²	sd	p	
		Yönetici	Medya					
Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenirken eğitim sistemini nasıl etkilediklerinden çok kendi meslek hedeflerini ön plânda tutmaktadırlar.	Kesinlikle	f	50	7	57	61,355	4	,000***
	Katılmıyorum	%	3,7%	1,6%	3,2%			
	Katılmıyorum	f	94	62	156			
		%	7,0%	13,9%	8,7%			
	Kararsızım	f	101	56	157			
		%	7,5%	12,6%	8,8%			
	Katılıyorum	f	565	217	782			
		%	42,1%	48,7%	43,7%			
	Kesinlikle	f	533	104	637			
	Katılıyorum	%	39,7%	23,3%	35,6%			
Toplam	f	1343	446	1789				
	%	100,0	100,0	100,0				

*** <,001

“Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenirken eğitim sistemini nasıl etkilediklerinden çok kendi meslek hedeflerini ön plânda tutmaktadırlar” önermesine, eğitim yöneticilerinin çoğunluğu (Kesinlikle katılıyorum % 39,7 katılıyorum % 42,1) olumlu bir yaklaşım göstermiştir. Medya mensuplarının da olumlu yaklaşımı söz konusudur ancak yüzde değerleri eğitim yöneticileri kadar yüksek düzeyde değildir. Ayrıca bu sonuç ile doğru orantılı olarak medya mensuplarının kararsız kalma ve katılmama karar yüzdeleri de , eğitim yöneticilerinininkinden yüksek düzeydedir (%12,6 ve %13,9).

Tabloda görülebileceği üzere, “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenirken eğitim sistemini nasıl etkilediklerinden çok kendi meslek hedeflerini ön plânda tutmaktadırlar” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yönetici-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek

amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=61,355$; $p<.001$).

Elde edilen bu sonuca göre, medya kurumlarının çocuklar için yayın hazırlarken kendi meslek hedeflerini ön plânda tutmaları konusundaki düşünceler, eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre değişim göstermektedir. Bu görüşe katılan eğitim yöneticilerinin sayısı, medya mensuplarınınkinden daha yüksek düzeydedir. Dolayısıyla medya mensupları içinde de bu karara katılmayanların yüzdesi de eğitim yöneticilerininkinden daha yüksek düzeydedir.

Tablo 60: “Medyada eğitim programı yapımcıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Grup	Grup		Toplam	X ²	sd	p
			Yönetici	Medya				
Medyada eğitim programı yapımcıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	218	28	246	57,395	4	,000***
		%	16,2%	6,3%	13,8%			
	Katılmıyorum	f	481	118	599			
		%	35,8%	26,5%	33,5%			
	Kararsızım	f	260	116	376			
		%	19,4%	26,0%	21,0%			
	Katılıyorum	f	271	135	406			
		%	20,2%	30,3%	22,7%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	113	49	162			
		%	8,4%	11,0%	9,1%			
Toplam	f	1343	446	1789				
	%	100,0	100,0	100,0				

*** p<.001

Eğitim yöneticileri, medya eğitim yazarlarının, eğitim haberlerini hazırlarken hem medya hem de pedagoji etiğine dikkat ettikleri konusunda, çoğunluk olumsuz düşünceye sahiptirler (kesinlikle katılmıyorum % 16,2 katılmıyorum % 35,8). Kararsız kalan % 19,4’ü de bu sonuçlara eklediğimizde, eğitim yöneticilerinin konuya ilişkin çok fazla endişeleri oldukları görülmektedir. Medya mensupları ise konuya daha ılımlı yaklaşmış ve kesinlikle katılma (%11) ve katılma (%30,3)

oranları daha yüksek düzeyde olmuştur. Ancak kararsız ve olumsuz görüşe sahip olanların yüzdeleri de azımsanmayacak kadar yüksek değerlere ulaşmıştır (Yaklaşık %52). Bu sonuç medya mensuplarının bu konuda aralarında görüş farklılıkları bulunduğunu göstermektedir.

Tabloda görülebileceği üzere, “Medyada eğitim programı yapımcıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yönetici-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=57,395$; $p<.001$). Medya eğitim yazarlarının, eğitim haberlerini hazırlarken hem medya hem de pedagoji etiğine dikkat ettikleri konusunda, eğitim yöneticileri ve medya mensuplarının farklı görüşleri bulunmaktadır. Eğitim yöneticilerinin konuya ilişkin görüşleri daha olumsuz iken, medya mensuplarında olumlu görüş ağır basmaktadır. Ancak medya mensuplarının kendi içlerinde de olumlu ve olumsuz görüş açısından belirgin farklılıklar bulunmaktadır.

Tablo 61: “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınları ile ilgilenmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yönetici-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Grup		Toplam	X ²	sd	p
		Yönetici	Medya				
İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınları ile ilgilenmektedirler.	Kesinlikle Katılmıyorum	f 31	7	38	18,843	4	,001***
		% 2,3%	1,6%	2,1%			
	Katılmıyorum	f 232	68	300			
		% 17,3%	15,2%	16,8%			
	Kararsızım	f 159	75	234			
		% 11,8%	16,8%	13,1%			
	Katılıyorum	f 748	214	962			
		% 55,7%	48,0%	53,8%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f 173	82	255			
		% 12,9%	18,4%	14,3%			
Toplam		f 1343	446	1789			
		% 100,0	100,0	100,0			

*** p<,001

İlköğretim çağındaki çocukların televizyon ve gazete gibi medya yayınları ile ilgileri konusundaki görüşler ve düşünceler genel olarak olumlu yöndedir. Eğitim yöneticilerinde kesinlikle katılıyorum düşüncesi % 12,9, katılıyorum düşüncesi ise % 55,7 kabul görmüştür. Medya mensuplarında aynı değerler % 18,4 ve % 48 olmuştur. Medya mensuplarındaki kararsızlık yüzdesi yine diğer itemlerde olduğu gibi oldukça yüksek düzeyde olmuştur (%16,8). Tabloda görülebileceği üzere, “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınları ile ilgilenmektedirler” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yöneticisi-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=18,843$; $p<.001$). Hem eğitim yöneticileri hem de medya mensupları ilköğretim okulları öğrencilerinin medya yayınları ile ilgilendikleri konusunda olumlu düşünce içinde ve hemfikirdirler. Ancak bu konu hakkında medya mensuplarının kararsızlık görüşlerinin eğitim yöneticilerinininkinden anlamlı derecede daha yüksek olması, konu hakkında yeterli bilgilerinin bulunmadığını akla getirmektedir.

Tablo 62: “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya organlarının yayınlarından en çok eğitim yayınları ile ilgilenmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Grup		Toplam	X ²	sd	p	
		Yönetici	Medya					
İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya organlarının yayınlarından en çok eğitim yayınları ile ilgilenmektedirler.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	274	115	389	10,132	4	,038*
		%	20,4%	25,8%	21,7%			
	Katılmıyorum	f	754	245	999			
		%	56,1%	54,9%	55,8%			
	Kararsızım	f	155	47	202			
		%	11,5%	10,5%	11,3%			
	Katılıyorum	f	125	35	160			
		%	9,3%	7,8%	8,9%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	35	4	39			
		%	2,6%	,9%	2,2%			
Toplam	f	1343	446	1789				
	%	100,0	100,0	100,0				

*p<,05

İlköğretim çağı çocuklarının medya yayınlarını takip ettikleri konusundaki olumlu görüş, onların medya yayınlarındaki eğitim içerikli yayınları takip etmesi konusunda maalesef söz konusu değildir. Hem eğitim yöneticileri hem de medya mensuplarının adı geçen görüşe katılmama yüzdeleri çok yüksek düzeydedir.

Tabloda görülebileceği üzere, “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya organlarının yayınlarından en çok eğitim yayınları ile ilgilenmektedirler” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yöneticisi-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak sadece ,05 düzeyinde anlamlı bulunmuştur ($X^2=10,132$; $p<.05$). Bu sonuçta görüşler arası farklılığın diğer itemlerinkinden daha az olduğu şeklinde yorumlanabilir. Eğitim yöneticilerinin konuya ilişkin olumlu görüşleri, medya mensuplarınınkinden biraz daha yüksek düzeydedir.

Tablo 63: “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarının program akışını (düzenini) çok yakından bilmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Grup		Toplam	X ²	sd	p	
		Yönetici	Medya					
İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarının program akışını(düzenini) çok yakından bilmektedirler.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	88	10	98	13,556	4	,009**
		%	6,6%	2,2%	5,5%			
	Katılmıyorum	f	323	113	436			
		%	24,1%	25,3%	24,4%			
	Kararsızım	f	220	85	305			
		%	16,4%	19,1%	17,0%			
	Katılıyorum	f	581	189	770			
		%	43,3%	42,4%	43,0%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	131	49	180			
		%	9,8%	11,0%	10,1%			
Toplam	f	1343	446	1789				
	%	100,0	100,0	100,0				

** p<,01

İlköğretim çağı çocuklarının medyadaki program akışı konusunda bilgi düzeylerinin yüksekliğini hem medya mensupları hem de eğitim yöneticileri kabul etmişlerdir. Bu görüşe olumlu yönde katılım konusunda aralarında görüş birliği bulunmaktadır (yaklaşık %53). Çocukların yayın akışını çok iyi bilemeyecekleri konusundaki görüş yüzdesi eğitim yöneticilerinde (yaklaşık %30,7), medya mensuplarınınkinden (yaklaşık %27,5) daha yüksektir. Kararsızlıkta ise yine medya mensupları ilk sırayı almıştır (%19,1).

Tabloda görülebileceği üzere, “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarının program akışını (düzenini) çok yakından bilmektedirler” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yöneticisi-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=13,556; p<.01$).

Tablo 64: “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocuklarını etkilemektedir” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yöneticisi-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Grup		Toplam	X ²	sd	p	
		Yönetici	Medya					
Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocuklarını etkilemektedir.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	35	8	43	12,464	4	,014*
		%	2,6%	1,8%	2,4%			
	Katılmıyorum	f	43	12	55			
		%	3,2%	2,7%	3,1%			
	Kararsızım	f	41	18	59			
		%	3,1%	4,0%	3,3%			
	Katılıyorum	f	501	204	705			
		%	37,3%	45,7%	39,4%			
Toplam	f	1343	446	1789				
	%	100,0	100,0	100,0				

* P<,05

Televizyon, gazete gibi medya yayınlarının ilköğretim çağı çocuklarını etkilediği konusundaki görüşe hem medya mensupları hem de eğitim yöneticileri

yüksek bir katılım göstermişlerdir. Her iki grup içinde yaklaşık % 90'a yakın bir sonuç elde edilmiştir. Bunun dışındaki katılım derecelerinde bazı yüzde farklılıkları bulunmaktadır. Eğitim yöneticilerinin etkilemediğini kabul etme yüzdesi, medya mensuplarınınkinden daha yüksek düzeydedir.

Tabloda görülebileceği üzere, “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocuklarını etkilemektedir” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yönetici-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=12,464$; $p<.05$).

Tablo 65: “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenmektedir” İfadesine Verilen Cevaplarla Grup (Eğitim Yönetici-Medya Mensubu) Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	f	Grup		Toplam	X ²	sd	p
			Yönetici	Medya				
Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenmektedir.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	224	62	286	14,490	4	,006**
	Katılmıyorum	%	16,7%	13,9%	16,0%			
	Katılmıyorum	f	574	201	775			
	Katılmıyorum	%	42,7%	45,1%	43,3%			
	Kararsızım	f	200	87	287			
	Kararsızım	%	14,9%	19,5%	16,0%			
	Katılıyorum	f	284	89	373			
	Katılıyorum	%	21,1%	20,0%	20,8%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	61	7	68			
	Katılıyorum	%	4,5%	1,6%	3,8%			
Toplam	f	1343	446	1789				
	%	100,0	100,0	100,0				

** p<,01

Medya organlarının ilköğretim okullarındaki etkinlik ve olaylarla ilgilendikleri konusuna yönelik olarak hazırlanan önermeye eğitim yöneticilerinin çoğunluğu olumsuz görüş bildirmiştir (kesinlikle katılmıyorum %16,7 katılmıyorum %42,7). Medya mensupları da hemen hemen aynı görüşe katılmış ve yaklaşık %59 olumsuz düşünce ileri sürmüşlerdir. İlgili düşünce konusunda kararsız kalma yüzdesi, yine medya mensuplarında daha yüksek düzeydedir. Eğitim yöneticileri içinde görüş

ayrılıkları çıkmış ve yaklaşık %25,6'lık bir grup, medyanın ilköğretim okullarının etkinlikleri ile yeterli ilgilenim içinde olduklarını kabul etmiştir.

Tabloda görülebileceği üzere, “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenmektedir” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yöneticisi-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=14,557; p<.01$).

Medya mensubu ya da eğitim yöneticisi olma özelliğine göre, ilköğretim okullarındaki etkinliklere medyanın gerekli ilgiyi göstermesine ilişkin görüşler değişim göstermiştir. Olumlu görüşler açısından anlamlı farklılıklar bulunmazken, kararsızlık ve olumlu katılım konusunda iki grup arasında farklılıklar söz konusudur. Kararsızlıkta medya mensupları, olumlu görüşte ise eğitim yöneticileri lehine farklılıklar bulunmaktadır.

Araştırma kapsamında kullanılan medya-okul ilişkileri anketinin 17-23 no'lu maddeleri medyanın etkileri ana alanı ile ilgilidir. Hem eğitim yöneticileri hem de medya mensupları, medyanın çocuklar üzerinde etkilerinin bulunduğunu kabul etmişlerdir. Ortak görüşlere göre, çocuklar medya yayınlarını yakından takip etmekte, yayın akışları konusunda bilgi sahibi olmada, beceri sahibidirler. Medya yayınlarının çocuklar üzerinde etkileri bulunduğu konusunda ortak olumlu görüşe sahiptirler. Ancak çocukların medya organlarındaki eğitim yayınlarını izlemeleri konusuna katılım düzeyleri daha düşük düzeyde olmuştur. Çocuklar üzerinde medyanın etkileri konusunda yeterli bilgi sahibi olmama, medya mensuplarında azımsanmayacak kadar yüksek düzeydedir. Medya organlarının eğitim yayınlarında eğitim etiğine dikkat ettikleri konusunda, eğitim yöneticilerinin çekinceleri bulunmaktadır. Yine eğitim yöneticileri, medyanın ilköğretim okulları etkinlikleri ile medyanın yeterince ilgilenmediği konusundaki görüşleri belirgindir.

4.2.2. Eğitim Yöneticilerinin Cevaplarının Sahip Oldukları Çeşitli Özelliklere Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemeye Yönelik Kikare Analizi Sonuçları

4.2.2.1. Eğitim Yöneticilerinin Cevaplarının Çalışılan Okul Türüne

Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemeye Yönelik Kikare Analizi Sonuçları

Araştırmanın bulgular bölümünün bu alt başlığında araştırma grubunu oluşturan eğitim yöneticilerinin çeşitli demografik özelliklerine göre okul-medya ilişkileri konusundaki görüşleri karşılaştırılacaktır. İlk etapta eğitim yöneticisinin çalıştığı ilköğretim okulunun resmî ya da özel oluşuna göre değişimler kaykare analizi ile incelenmiştir.

Tablo 66: Eğitim Yöneticilerinde “Okul gibi eğitim kurumlarının kendi medya organları olmalıdır (Medya ekonomisi)” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	X ²	sd	p	
		Resmî	Özel					
Okul gibi eğitim kurumlarının kendi medya organları olmalıdır (medya ekonomisi)	Kesinlikle Katılmıyorum	f	47	11	58	16,143	4	,003**
		%	4,0%	7,2%	4,3%			
	Katılmıyorum	f	167	34	201			
		%	14,1%	22,2%	15,1%			
	Kararsızım	f	141	25	166			
		%	11,9%	16,3%	12,4%			
	Katılıyorum	f	639	64	703			
		%	54,1%	41,8%	52,7%			
Kesinlikle Katılıyorum	f	188	19	207				
	%	15,9%	12,4%	15,5%				
Toplam		f	1182	153	1335			
		%	100,0%	100,0%	100,0%			

** p<,01

Okul gibi eğitim kurumlarının kendi medya organları olmalıdır (medya ekonomisi) ifadesine resmî ilköğretim yöneticilerinin % 54,1'si katılıyorum yanıtını

vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını verenler ise % 15,9'dur. Özel ilköğretim okulu yöneticilerinin ise aynı değerler % 41,8 ve % 12,4'dür. Resmî ilköğretim yöneticilerinin konuya ilişkin olumlu görüş yüzdesi, özel ilköğretim okulu yöneticilerinin daha fazladır. Özel ilköğretim okulu yöneticilerinde, okulun medya organı olmasını kabul etmeyenlerin yüzdesi (%29,4), resmî ilköğretim okulu yöneticilerinininkinden (%18,1) daha fazladır. Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “Okul gibi eğitim kurumlarının kendi medya organları olmalıdır (medya ekonomisi)” ifadesine verilen cevaplarla çalışılan okul türü arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=16,143$; $p<.01$). Özel ya da resmî ilköğretim okulu yöneticisi olma özelliğine göre “Okul gibi eğitim kurumlarının kendi medya organları olmalıdır (medya ekonomisi)” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Resmî okullarda çalışan yöneticiler, “okulların kendi medya organları olmalıdır” görüşüne, özel okullarda yöneticilik yapan meslektaşlarından daha fazla inanmaktadırlar.

Tablo 67: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim okullarında bilinçli medya malzemeleri ve sistemleri bilinçli olarak kullanılmaktadır” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	X ²	sd	p	
		Resmî	Özel					
İlköğretim okullarında bilinçli medya malzemeleri ve sistemleri bilinçli olarak kullanılmaktadır.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	117	8	125	11,280	4	,024*
		%	9,9%	5,2%	9,4%			
	Katılmıyorum	f	513	53	566			
		%	43,4%	34,6%	42,4%			
	Kararsızım	f	176	28	204			
		%	14,9%	18,3%	15,3%			
	Katılıyorum	f	323	53	376			
		%	27,3%	34,6%	28,2%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	53	11	64			
		%	4,5%	7,2%	4,8%			
	Toplam	f	1182	153	1335			
		%	100,0%	100,0%	100,0%			

* p<,05

“İlköğretim Okullarında Bilinçli Medya Malzemeleri Ve Sistemleri Bilinçli Olarak Kullanılmaktadır” ifadesine resmî okul yöneticilerinin % 43,4’ü katılmıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılmıyorum yanıtını verenler ise % 9,9’dur. Özel okul yöneticilerinde ise aynı değerler % 34,6 ve % 5,2’dir. Resmî okul yöneticilerinin konuya ilişkin olumsuz görüş yüzdesi, özel okul yöneticilerinininkinden daha fazladır. Açıklanan görüşe katılma özelliği ise özel ilköğretim okulları yöneticilerinde daha fazladır. Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “İlköğretim Okullarında Bilinçli Medya Malzemeleri Ve Sistemleri Bilinçli Olarak Kullanılmaktadır” ifadesine verilen cevaplarla çalışılan okul türü arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=11,280$; $p<.05$). Özel ya da resmî ilköğretim okulu yöneticisi olma özelliğine göre ifadeye katılım düzeyi değişim göstermektedir. Özel okullarda çalışan yöneticiler, bilinçli medya kullanımı görüşüne, resmî okullarda yöneticilik yapan meslektaşlarından daha fazla inanmaktadırlar.

Tablo 68: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim programları ile eğer bunlar eğlenceli olurlar ise yakından ilgilenmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	
		Resmî	Özel		
İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim programları ile eğer bunlar eğlenceli olurlar ise yakından ilgilenmektedirler.	Kesinlikle	f	32	3	35
	Katılmıyorum	%	2,7%	2,0%	2,6%
	Katılmıyorum	f	126	9	135
	Katılmıyorum	%	10,7%	5,9%	10,1%
	Kararsızım	f	72	3	75
	Kararsızım	%	6,1%	2,0%	5,6%
	Katılıyorum	f	706	105	811
	Katılıyorum	%	59,7%	68,6%	60,7%
	Kesinlikle	f	246	33	279
	Katılıyorum	%	20,8%	21,6%	20,9%
Toplam	f	1182	153	1335	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

“İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim programları ile eğer bunlar eğlenceli olurlar ise yakından ilgilenmektedirler” ifadesine resmî okul eğitim yöneticilerinin % 59,7’si katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını verenler ise % 20,8’dir. Özel okul yöneticilerinde ise aynı değerler % 68,6 ve % 21,6’dır. Hem resmî hem de özel okul yöneticileri, öğrencilerin medyadaki eğitim programları ile ancak eğlenceli oldukları takdirde ilgilendiklerini açıklamışlardır. Konu hakkında eşit görüşe sahiptirler.

Bir hücrede beklenen frekans değeri 5’in altına indiği için kaykare analizi sonuçları kullanılmamış ve yorumlanmamıştır.

Tablo 69: Eğitim Yöneticilerinde “‘Medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı (sivil toplum örgütü gibi)' ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	X ²	sd	p	
		Resmî	Özel					
*Medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı(sivil toplum örgütü gibi)' ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir.	Kesinlikle	f	43	2	45	6,701	4	,153
	Katılmıyorum	%	3,6%	1,3%	3,4%			
	Katılmıyorum	f	200	18	218			
	Katılmıyorum	%	16,9%	11,8%	16,3%			
	Kararsızım	f	341	49	390			
	Kararsızım	%	28,8%	32,0%	29,2%			
	Katılıyorum	f	531	78	609			
	Katılıyorum	%	44,9%	51,0%	45,6%			
	Kesinlikle	f	67	6	73			
	Katılıyorum	%	5,7%	3,9%	5,5%			
	Toplam	f	1182	153	1335			
		%	100,0%	100,0%	100,0%			

“‘Medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı (sivil toplum örgütü gibi)' ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir” ifadesine

resmî okullarda çalışan eğitim yöneticilerinin %44,9'u katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını verenler ise %5,7'dir. Özel okullarda çalışan eğitim yöneticilerinde ise aynı değerler %51,0 ve %3,9'dur. Özel okul yöneticileri konuya ilişkin (%32,0), medya mensuplarından (%28,8) daha fazla çekimser kalmışlardır. Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “Medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı (sivil toplum örgütü gibi)' ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir.” ifadesine verilen cevaplarla çalışılan okul türü arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($X^2=6,701$; $p>.05$). Özel ya da resmî ilköğretim okulu yöneticisi olma özelliğine “Medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı (sivil toplum örgütü gibi)' ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermemektedir.

Tablo 70: Eğitim Yöneticilerinde “Medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları ilköğretim öğrencilerinin yalnızlığa düşmelerine yol açar” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	X ²	sd	p	
		Resmî	Özel					
Medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları ilköğretim öğrencilerinin yalnızlığa düşmelerine yol açar.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	54	2	56	7,083	4	,132
		%	4,6%	1,3%	4,2%			
	Katılmıyorum	f	433	53	486			
		%	36,6%	34,6%	36,4%			
	Kararsızım	f	168	25	193			
		%	14,2%	16,3%	14,5%			
	Katılıyorum	f	438	55	493			
		%	37,1%	35,9%	36,9%			
Toplam	f	1182	153	1335				
	%	100,0%	100,0%	100,0%				

“Medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları ilköğretim öğrencilerinin yalnızlığa düşmelerine yol açar” ifadesine resmî okul yöneticilerinin % 37,1’i katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını verenler ise % 7,5’dir. Özel okul yöneticilerinin ise aynı değerler % 35,9 ve % 11,8’dir.

Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “Medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları ilköğretim öğrencilerinin yalnızlığa düşmelerine yol açar” ifadesine verilen cevaplarla çalışılan okul türü arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($X^2=7,083; p>.05$).

Eğitim yöneticilerinin konuya ilişkin endişeleri, onların çalıştıkları okul türüne göre değişim göstermemiştir.

Tablo 71: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim öğrencileri için medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları öğretmen ve diğer öğrenci arkadaşlarının katılımı ile desteklenmelidir” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	
		Resmî	Özel		
İlköğretim öğrencileri için medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları öğretmen ve diğer öğrenci arkadaşlarının katılımı ile desteklenmelidir.	Kesinlikle	f	27	5	32
	Katılmıyorum	%	2,3%	3,3%	2,4%
	Katılmıyorum	f	84	14	98
	Katılmıyorum	%	7,1%	9,2%	7,3%
	Kararsızım	f	62	8	70
	Kararsızım	%	5,2%	5,2%	5,2%
	Katılıyorum	f	742	95	837
	Katılıyorum	%	62,8%	62,1%	62,7%
	Kesinlikle	f	267	31	298
	Katılıyorum	%	22,6%	20,3%	22,3%
Toplam	f	1182	153	1335	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

“İlköğretim öğrencileri için medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları öğretmen ve diğer öğrenci arkadaşlarının katılımı ile desteklenmelidir” ifadesine resmî okul yöneticilerinin % 62,8’i katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını verenler ise % 22,6’dır. Özel okul yöneticilerinde ise aynı değerler % 62,1 ve % 20,3’dür. Bir hücrede beklenen frekans değeri 5’in altına indiği için kaykare analizi sonuçları kullanılmamış ve yorumlanmamıştır.

Tablo 72: Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayımlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	
		Resmî	Özel		
Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayımlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	35	5	40
		%	3,0%	3,3%	3,0%
	Katılmıyorum	f	71	8	79
		%	6,0%	5,2%	5,9%
	Kararsızım	f	45	5	50
		%	3,8%	3,3%	3,7%
	Katılıyorum	f	609	87	696
		%	51,5%	56,9%	52,1%
	Kesinlikle Katılıyorum	f	422	48	470
		%	35,7%	31,4%	35,2%
Toplam		f	1182	153	1335
		%	100,0%	100,0%	100,0%

“Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayımlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır” ifadesine özel okul yöneticilerinin % 51,5’u katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını verenler ise % 35,7’dir. Özel okul yöneticilerinde ise aynı değerler % 56,9 ve % 31,4’dür. Bu iki yüzde değerleri birleştirildiğinde, iki grubun görüşe olumlu katılım düzeylerinin eşit olduğu anlaşılmaktadır.

Bir hücrede beklenen frekans değeri 5’in altına indiği için kaykare analizi sonuçları kullanılmamış ve yorumlanmamıştır.

Tablo 73: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim okullarında medya kullanımı dersi çocukları bilinçli medya kullanıcısı haline getirebilecektir” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	
		Resmî	Özel		
İlköğretim okullarında medya kullanımı dersi çocukları bilinçli medya kullanıcısı haline getirebilecektir.	Kesinlikle	f	21	6	27
	Katılmıyorum	%	1,8%	3,9%	2,0%
	Katılmıyorum	f	97	9	106
	Katılmıyorum	%	8,2%	5,9%	7,9%
	Kararsızım	f	117	17	134
	Kararsızım	%	9,9%	11,1%	10,0%
	Katılıyorum	f	684	85	769
	Katılıyorum	%	57,9%	55,6%	57,6%
Kesinlikle	f	263	36	299	
Katılıyorum	%	22,3%	23,5%	22,4%	
Toplam	f	1182	153	1335	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

“İlköğretim okullarında medya kullanımı dersi çocukları bilinçli medya kullanıcısı haline getirebilecektir” ifadesine resmî okul yöneticilerinin % 57,9’u katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını verenler ise % 22,3’dür. Özel okul yöneticilerinde ise aynı değerler % 55,6 ve % 23,5’dur. Bu iki yüzde değerleri birleştirildiğinde eğitim yöneticilerinin, çalıştıkları okul farkı olmadan ilköğretim okullarında medya dersinin bulunmasının öğrencileri daha fazla bilinçlendireceği konusundaki düşüncelerinin olumlu olduğu anlaşılmaktadır.

Bir hücrede beklenen frekans değeri 5’in altına indiği için kaykare analizi sonuçları kullanılmamış ve yorumlanmamıştır.

Tablo 74: Eğitim Yöneticilerinde “Eğitim Fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medya konularına dair müfredat güçlendirilmelidir” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	
		Resmî	Özel		
Eğitim Fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medya konularına dair müfredat güçlendirilmelidir.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	18	5	23
		%	1,5%	3,3%	1,7%
	Katılmıyorum	f	55	5	60
		%	4,7%	3,3%	4,5%
	Kararsızım	f	63	9	72
		%	5,3%	5,9%	5,4%
	Katılıyorum	f	728	90	818
		%	61,6%	58,8%	61,3%
	Kesinlikle Katılıyorum	f	318	44	362
		%	26,9%	28,8%	27,1%
Toplam		f	1182	153	1335
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

Eğitim fakültelerinde ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medyaya yönelik müfredatların zenginleştirilmesi ifadesine resmî okul yöneticileri % 29,6 kesinlikle katılıyorum, %61,6 katılıyorum cevabını vermişlerdir. Bu sonuçlara göre eğitim yöneticilerinin çoğunluğunun (yaklaşık %89), medya konusundaki müfredatların zenginleştirilmesini istedikleri anlaşılmaktadır. Özel okul yöneticilerinde de benzer bir sonuç elde edilmiştir (% 87,8).

Bir hücrede beklenen frekans değeri 5’in altına indiği için kaykare analizi sonuçları kullanılmamış ve yorumlanmamıştır.

Tablo 75: Eğitim Yöneticilerinde “Okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	
		Resmî	Özel		
Okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler.	Kesinlikle	f	25	5	30
	Katılmıyorum	%	2,1%	3,3%	2,2%
	Katılmıyorum	f	61	6	67
	Katılmıyorum	%	5,2%	3,9%	5,0%
	Kararsızım	f	48	10	58
	Kararsızım	%	4,1%	6,5%	4,3%
	Katılıyorum	f	660	84	744
	Katılıyorum	%	55,8%	54,9%	55,7%
	Kesinlikle	f	388	48	436
	Katılıyorum	%	32,8%	31,4%	32,7%
Toplam	f	1182	153	1335	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

Resmî okul yöneticileri, “Okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler” ifadesine % 55,8 kesinlikle katılıyorum, % 32,8 ise katılıyorum cevabı vermişlerdir. Özel okul yöneticilerinde ise aynı değerler % 54,9 ve % 31,4 olmuştur. Özel ve resmî ilköğretim okullarında görev yapan eğitim yöneticilerinin konu hakkındaki olumlu görüşleri büyük ölçüde farklılık göstermemiştir

Bir hücrede beklenen frekans değeri 5’in altına indiği için kaykare analizi sonuçları kullanılmamış ve yorumlanmamıştır.

Tablo 76: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim okulları etkinliklerini medyaya düzenli ve düzgün şekilde (halkla ilişkiler ve okul aile birlikleri) bildirmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	X ²	sd	p	
		Resmî	Özel					
İlköğretim okulları etkinliklerini medyaya düzenli ve düzgün şekilde (halkla ilişkiler ve okul aile birlikleri) bildirmektedirler.	Kesinlikle	f	121	15	136	3,323	4	,505
	Katılmıyorum	%	10,2%	9,8%	10,2%			
	Katılmıyorum	f	549	69	618			
	Katılmıyorum	%	46,4%	45,1%	46,3%			
	Kararsızım	f	154	14	168			
	Kararsızım	%	13,0%	9,2%	12,6%			
	Katılıyorum	f	289	43	332			
	Katılıyorum	%	24,5%	28,1%	24,9%			
Kesinlikle	f	69	12	81				
Katılıyorum	%	5,8%	7,8%	6,1%				
Toplam	f	1182	153	1335				
	%	100,0%	100,0%	100,0%				

Resmî İlköğretim okullarındaki yöneticilerin sadece % 5,8'i ilköğretim okullarının kurumlarında yaptıkları etkinlikleri medyaya tümüyle yansıttıklarını kabul etmiştir. %24,5' i ise bu düşünceye katılıyorum şeklinde cevap vermişlerdir. Resmî İlköğretim okullarındaki yöneticilerin yapılan etkinlikleri, medyaya bildirilmediğini kabul etme yüzdesi yaklaşık 56,6 olmuştur. Özel eğitim kurumlarında çalışan yöneticilerinden de hemen hemen benzer sonuçlar alınmıştır. Toplam olumlu görüş yüzdesi yaklaşık olarak %35,9 iken katılmama yönündeki görüşler yaklaşık 54.9 olmuştur.

Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “İlköğretim okulları etkinliklerini medyaya düzenli ve düzgün şekilde (halkla ilişkiler ve okul aile birlikleri) bildirmektedirler” ifadesine verilen cevaplarla çalışılan okul türü arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($X^2=3,323; p>.05$).

Tablo 77: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim okullarında medya kriz plânı uygulanmaktadır (vardır)” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	X ²	sd	p	
		Resmî	Özel					
İlköğretim okullarında medya kriz plânı uygulanmaktadır(vardır).	Kesinlikle	f	251	25	276	10,741	4	,030*
	Katılmıyorum	%	21,2%	16,3%	20,7%			
	Katılmıyorum	f	599	73	672			
	Katılmıyorum	%	50,7%	47,7%	50,3%			
	Kararsızım	f	171	34	205			
	Kararsızım	%	14,5%	22,2%	15,4%			
	Katılıyorum	f	137	21	158			
	Katılıyorum	%	11,6%	13,7%	11,8%			
	Kesinlikle	f	24	0	24			
	Katılıyorum	%	2,0%	,0%	1,8%			
Toplam		f	1182	153	1335			
		%	100,0%	100,0%	100,0%			

* p<,05

Resmî ilköğretim okullarındaki yöneticilerin sadece % 2’i ilköğretim okullarında medya kriz plânının uygulandığını tümüyle kabul etmiştir. % 11,6’ ı ise bu düşünceye katılıyorum şeklinde cevap vermişlerdir. İlköğretim okullarının medya kriz plânının bulunmadığını kabul edenler (katılmıyorum ve hiç katılmıyorum yanıtlar toplamı) resmî ilköğretim okullarında çalışan yöneticiler için yaklaşık yüzdesi 71,9 olmuştur. Özel okul yöneticilerinden de hemen hemen benzer sonuçlar alınmıştır. Ancak toplam katılmama yüzdesi %64 olmuştur. Bu sonuç resmî okul yöneticilerinininkinden anlamlı derecede düşüktür. Ayrıca bu madde için kararsızlık durumu, özel okul yönetici grubunda çok daha yüksek düzeydedir (%22,2).

Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “İlköğretim okullarında medya kriz plânı uygulanmaktadır (vardır)” ifadesine verilen cevaplarla çalışılan okul türü arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=10,741$; $p<,05$).

İlköğretim okullarının medya kriz plânının bulunması ve uygulanması konusundaki düşünce ve algılar, özel ve resmî ilköğretim kurumlarında görev yapan yöneticilere göre değişim göstermektedir. Özel okullarda görev yapan yöneticilerin konu hakkındaki olumsuz görüşleri, resmî okullarınkinden daha düşük düzeydedir.

Tablo 78: Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için daha çok görsel bilgi yüklü olup çocuğun örgün bilgi birikimine değil çocuğun gelişimine katkıda bulunmayacak bilgi tüketimine yöneliktir” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	X ²	sd	p	
		Resmî	Özel					
Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için daha çok görsel bilgi yüklü olup çocuğun örgün bilgi birikimine değil çocuğun gelişimine katkıda bulunmayacak bilgi tüketimine yöneliktir.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	57	2	59	7,190	4	,126
	Katılmıyorum	%	4,8%	1,3%	4,4%			
	Katılmıyorum	f	185	29	214			
	Katılmıyorum	%	15,7%	19,0%	16,0%			
	Kararsızım	f	150	13	163			
	Kararsızım	%	12,7%	8,5%	12,2%			
	Katılıyorum	f	574	81	655			
	Katılıyorum	%	48,6%	52,9%	49,1%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	216	28	244			
	Kesinlikle Katılıyorum	%	18,3%	18,3%	18,3%			
	Toplam	f	1182	153	1335			
	Toplam	%	100,0%	100,0%	100,0%			

Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için daha çok görsel bilgi yüklü olup çocuğun örgün bilgi birikimine değil çocuğun gelişimine katkıda bulunmayacak bilgi tüketimine yöneliktir” ifadesine verilen cevaplarla çalışılan okul türü arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($X^2=7,190$; $p>.05$). Adı geçen konu hakkında özel ve resmî okullarda görev yapan yöneticilerin görüşleri değişim göstermemiştir. Her iki grupta benzer kabul görüşünü benimsemişlerdir.

Tablo 79: Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için program yaparken (seçerken) eğitim uzman ve kurumlarından da yardım alarak pedagoji ve bilgi toplumu oluşturmak konularına özen göstermelidirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	
		Resmî	Özel		
Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için program yaparken (seçerken) eğitim uzman ve kurumlarından da yardım alarak pedagoji ve bilgi toplumu oluşturmak konularına özen göstermelidirler.	Kesinlikle	f	25	5	30
	Katılmıyorum	%	2,1%	3,3%	2,2%
	Katılmıyorum	f	35	3	38
	Katılmıyorum	%	3,0%	2,0%	2,8%
	Kararsızım	f	41	2	43
	Kararsızım	%	3,5%	1,3%	3,2%
	Katılıyorum	f	442	46	488
	Katılıyorum	%	37,4%	30,1%	36,6%
	Kesinlikle	f	639	97	736
	Katılıyorum	%	54,1%	63,4%	55,1%
Toplam	f	1182	153	1335	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

Hem resmî okul yöneticileri hem de özel okul yöneticileri, televizyon, gazete gibi medya kuruluşlarının ilköğretim çağı çocukları için program yaparken (seçerken) eğitim uzman ve kurumlarından da yardım alarak pedagoji ve bilgi toplumu oluşturmak konularına özen göstermeleri düşüncesine çoğunluk katılmışlardır.

Üç hücrede beklenen frekans değeri 5’in altına indiği için kaykare analizi sonuçları kullanılmamış ve yorumlanmamıştır.

Tablo 80: Eğitim Yöneticilerinde “İletişim okul ve fakültelerinde eğitim program ve yayınlarına dair müfredat güçlendirilmelidir” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	
		Resmî	Özel		
İletişim okul ve fakültelerinde eğitim program ve yayınlarına dair müfredat güçlendirilmelidir.	Kesinlikle	f	15	5	20
	Katılmıyorum	%	1,3%	3,3%	1,5%
	Katılmıyorum	f	35	3	38
	Katılmıyorum	%	3,0%	2,0%	2,8%
	Kararsızım	f	49	4	53
	Kararsızım	%	4,1%	2,6%	4,0%
	Katılıyorum	f	619	69	688
	Katılıyorum	%	52,4%	45,1%	51,5%
	Kesinlikle	f	464	72	536
	Katılıyorum	%	39,3%	47,1%	40,1%
Toplam	f	1182	153	1335	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

İletişim okul ve fakültelerinde eğitim program ve yayınlarına dair müfredat programlarının güçlendirilmesi görüşüne resmî okul yöneticileri % 39,3, özel okul yöneticileri % 47,1 kesinlikle katılım göstermişlerdir. Katılıyorum görüşleri ise aynı sıra ile % 52,4 ile %45,1 olmuştur.

İki hücrede beklenen frekans değeri 5'in altına indiği için kaykare analizi sonuçları kullanılmamış ve yorumlanmamıştır.

Tablo 81: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim okul yöneticileri ve eğitim yöneticileri çocuğun korunması açısından medya yayınlarını gözleyerek yararlı ve zararlı gördükleri hususları medyaya ya da medya üst kurullarına bildirmelidirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	
		Resmî	Özel		
İlköğretim okul yöneticileri ve eğitim yöneticileri çocuğun korunması açısından medya yayınlarını gözleyerek yararlı ve zararlı gördükleri hususları medyaya ya da medya üst kurullarına bildirmelidirler.	Kesinlikle	f	24	2	26
	Katılmıyorum	%	2,0%	1,3%	1,9%
	Katılmıyorum	f	55	9	64
	Katılmıyorum	%	4,7%	5,9%	4,8%
	Kararsızım	f	82	5	87
	Kararsızım	%	6,9%	3,3%	6,5%
	Katılıyorum	f	555	69	624
	Katılıyorum	%	47,0%	45,1%	46,7%
	Kesinlikle	f	466	68	534
	Katılıyorum	%	39,4%	44,4%	40,0%
Toplam	f	1182	153	1335	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

“İlköğretim okul yöneticileri ve eğitim yöneticileri çocuğun korunması açısından medya yayınlarını gözleyerek yararlı ve zararlı gördükleri hususları medyaya ya da medya üst kurullarına bildirmelidirler” ifadesine hem resmî (yaklaşık % 87) hem de özel okul yöneticileri (yaklaşık %89) eşdeğer yüksek katılım göstermişlerdir.

Bir hücrede beklenen frekans değeri 5’in altına indiği için kaykare analizi sonuçları kullanılmamış ve yorumlanmamıştır.

Tablo 82: Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenirken eğitim sistemini nasıl etkilediklerinden çok kendi meslek hedeflerini ön plânda tutmaktadırlar” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	X ²	sd	p	
		Resmî	Özel					
Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenirken eğitim sistemini nasıl etkilediklerinden çok kendi meslek hedeflerini ön plânda tutmaktadırlar.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	47	3	50	4,369	4	,358
		%	4,0%	2,0%	3,7%			
	Katılmıyorum	f	81	10	91			
		%	6,9%	6,5%	6,8%			
	Kararsızım	f	87	13	100			
		%	7,4%	8,5%	7,5%			
	Katılıyorum	f	490	74	564			
		%	41,5%	48,4%	42,2%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	477	53	530			
		%	40,4%	34,6%	39,7%			
Toplam		f	1182	153	1335			
		%	100,0%	100,0%	100,0%			

“Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenirken eğitim sistemini nasıl etkilediklerinden çok kendi meslek hedeflerini ön plânda tutmaktadırlar” önermesine, resmî okul yöneticilerinin çoğunluğu (Kesinlikle katılıyorum % 40,4 katılıyorum % 41,5) olumlu bir yaklaşım göstermiştir. Özel okul yöneticilerinde de olumlu yaklaşımı söz konusudur (Kesinlikle katılıyorum % 34,6 katılıyorum % 48,4).

Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenirken eğitim sistemini nasıl etkilediklerinden çok kendi meslek hedeflerini ön plânda tutmaktadırlar” ifadesine verilen cevaplarla çalışılan okul türü arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($X^2=4,369$ $p>,05$). Her iki grupta benzer kabul görüşünü benimsemişlerdir.

Tablo 83: Eğitim Yöneticilerinde “Medyada eğitim programı yapımçıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	X ²	sd	p	
		Resmî	Özel					
Medyada eğitim programı yapımçıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	201	16	217	9,312	4	,050*
		%	17,0%	10,5%	16,3%			
	Katılmıyorum	f	423	56	479			
		%	35,8%	36,6%	35,9%			
	Kararsızım	f	215	41	256			
		%	18,2%	26,8%	19,2%			
	Katılıyorum	f	241	29	270			
		%	20,4%	19,0%	20,2%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	102	11	113			
		%	8,6%	7,2%	8,5%			
Toplam		f	1182	153	1335			
		%	100,0%	100,0%	100,0%			

Resmî okul yöneticileri, medya eğitim yazarlarının, eğitim haberlerini hazırlarken hem medya hem de pedagoji etiğine dikkat ettikleri konusunda, çoğunluk olumsuz düşünceye sahiptirler (kesinlikle katılmıyorum % 17,0, katılmıyorum % 35,8). Kararsız kalan % 18,2’yi de bu sonuçlara eklediğimizde, resmî okul yöneticilerinin konuya ilişkin çok fazla endişeleri oldukları görülmektedir. Özel okul yöneticilerinde de benzer sonuçlar elde edilmiştir (kesinlikle katılmıyorum % 10,5 katılmıyorum % 36,6). Ancak özel okul yöneticileri içinde konu hakkında kararsız kalanları da azımsanmayacak kadar yüksek düzeydedir (%26,8).

Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “Medyada eğitim programı yapımçıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler” ifadesine verilen cevaplarla çalışılan okul türü arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=9,312; p<.05$).

Tablo 84: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınları ile ilgilenmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	
		Resmî	Özel		
İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınları ile ilgilenmektedirler.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	26	4	30
		%	2,2%	2,6%	2,2%
	Katılmıyorum	f	216	14	230
		%	18,3%	9,2%	17,2%
	Kararsızım	f	139	20	159
		%	11,8%	13,1%	11,9%
	Katılıyorum	f	652	92	744
		%	55,2%	60,1%	55,7%
	Kesinlikle Katılıyorum	f	149	23	172
		%	12,6%	15,0%	12,9%
Toplam		f	1182	153	1335
		%	100,0%	100,0%	100,0%

İlköğretim çağındaki çocukların televizyon ve gazete gibi medya yayınları ile ilgileri konusundaki görüşler ve düşünceler genel olarak olumlu yöndedir. Resmî okul yöneticilerinde kesinlikle katılıyorum düşüncesi % 12,6, katılıyorum düşüncesi ise % 55,2 kabul görmüştür. Özel okul yöneticilerinde aynı değerler % 15 ve % 60,1 olmuştur. Elde edilen sonuçların iki grup içinde birbirine yakın olduğu görülmektedir.

Bir hücrede beklenen frekans değeri 5'in altına indiği için kaykare analizi sonuçları kullanılmamış ve yorumlanmamıştır.

Tablo 85: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya organlarının yayınlarından en çok eğitim yayınları ile ilgilenmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	X ²	sd	p
		Resmî	Özel				
İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya organlarının yayınlarından en çok eğitim yayınları ile ilgilenmektedirler.	Kesinlikle	f	251	22	273		
	Katılmıyorum	%	21,2%	14,4%	20,4%		
	Katılmıyorum	f	653	96	749		
	Katılmıyorum	%	55,2%	62,7%	56,1%		
	Kararsızım	f	130	24	154		
	Kararsızım	%	11,0%	15,7%	11,5%		
	Katılıyorum	f	115	9	124		
	Katılıyorum	%	9,7%	5,9%	9,3%	10,350	4
Kesinlikle	f	33	2	35			
Katılıyorum	%	2,8%	1,3%	2,6%			
Toplam		f	1182	153	1335		
		%	100,0%	100,0%	100,0%		

* p<,05

Hem resmî okul yöneticileri hem de özel okul yöneticilerinin; ilköğretim çağı çocuklarının medya yayınları içinde en fazla eğitim içerikli yayınları takip etmesi görüşüne katılmama yüzdeleri çok yüksek düzeydedir. Ancak resmî okul yöneticilerinde kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum cevabını verenlerin toplam yüzdesi 76,4 iken, aynı sonuç özel okul yöneticilerinde yaklaşık %81 civarındadır. Kararsızlık yüzdesi de özel okul yöneticilerinde (%15,7), resmî okul yöneticilerinininkinden (%11) daha yüksektir.

Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya organlarının yayınlarından en çok eğitim yayınları ile ilgilenmektedirler” ifadesine verilen cevaplarla çalışılan okul türü arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=10,132$; $p<,05$).

İlköğretim çağı çocuklarının medya yayınları içinde en fazla eğitim içerikli yayınları takip etmesi konusundaki düşünce ve algılar, özel ve resmî ilköğretim kurumlarında görev yapan yöneticilere göre değişim göstermektedir. Özel okullarda görev yapan yöneticilerin konu hakkındaki olumsuz görüşleri, resmî okullarınkinden daha yüksek düzeydedir.

Tablo 86: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarının program akışını (düzenini) çok yakından bilmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	X ²	sd	p	
		Resmî	Özel					
İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarının program akışını (düzenini) çok yakından bilmektedirler.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	80	7	87	4,153	4	,386
		%	6,8%	4,6%	6,5%			
	Katılmıyorum	f	287	33	320			
		%	24,3%	21,6%	24,0%			
	Kararsızım	f	187	33	220			
		%	15,8%	21,6%	16,5%			
	Katılıyorum	f	512	65	577			
		%	43,3%	42,5%	43,2%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	116	15	131			
		%	9,8%	9,8%	9,8%			
Toplam		f	1182	153	1335			
		%	100,0%	100,0%	100,0%			

İlköğretim çağı çocuklarının medyadaki program akışı konusunda bilgi düzeylerinin yüksekliğini hem resmî okul yöneticileri hem de özel okul yöneticileri kabul etmişlerdir. Bu görüşe olumlu yönde katılım konusunda aralarında görüş birliği bulunmaktadır (yaklaşık %53). Çocukların yayın akışını çok iyi bilemeyecekleri konusundaki görüş yüzdesi resmî okul yöneticilerinde (yaklaşık %31), özel okul yöneticilerinininkinden (yaklaşık %26) daha yüksektir. Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarının program akışını (düzenini) çok yakından bilmektedirler” ifadesine verilen cevaplarla çalışılan okul türü arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek

amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($X^2=4,153$; $p>,05$).

Tablo 87: Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocuklarını etkilemektedir” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	
		Resmî	Özel		
Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocuklarını etkilemektedir.	Kesinlikle	f	29	5	34
	Katılmıyorum	%	2,5%	3,3%	2,5%
	Katılmıyorum	f	37	3	40
	Katılmıyorum	%	3,1%	2,0%	3,0%
	Kararsızım	f	36	5	41
	Kararsızım	%	3,0%	3,3%	3,1%
	Katılıyorum	f	443	56	499
	Katılıyorum	%	37,5%	36,6%	37,4%
Kesinlikle	f	637	84	721	
Katılıyorum	%	53,9%	54,9%	54,0%	
Toplam	f	1182	153	1335	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

Televizyon, gazete gibi medya yayınlarının ilköğretim çağı çocuklarını etkilediği konusundaki görüşe hem resmî okul yöneticileri hem de özel okul yöneticileri yüksek bir katılım göstermişlerdir. Her iki grup içinde yaklaşık % 90'a yakın bir sonuç elde edilmiştir. Bunun dışındaki katılım derecelerinde çok küçük yüzde farklılıkları bulunmaktadır.

Bir hücrede beklenen frekans değeri 5'in altına indiği için kaykare analizi sonuçları kullanılmamış ve yorumlanmamıştır.

Tablo 88: Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenmektedir” İfadesine Verilen Cevaplarla Çalışılan Okul Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Okul Türü		Toplam	X ²	sd	p	
		Resmî	Özel					
Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenmektedir.	Kesinlikle	f	201	22	223	5,377	4	,251
	Katılmıyorum	%	17,0%	14,4%	16,7%			
	Katılmıyorum	f	502	68	570			
	Katılmıyorum	%	42,5%	44,4%	42,7%			
	Kararsızım	f	169	30	199			
	Kararsızım	%	14,3%	19,6%	14,9%			
	Katılıyorum	f	258	25	283			
	Katılıyorum	%	21,8%	16,3%	21,2%			
Kesinlikle	f	52	8	60				
Katılıyorum	%	4,4%	5,2%	4,5%				
Toplam		f	1182	153	1335			
		%	100,0%	100,0%	100,0%			

Medya organlarının ilköğretim okullarındaki etkinlik ve olaylarla ilgilendikleri konusuna yönelik olarak hazırlanan önermeye resmî okul yöneticilerinin çoğunluğu olumsuz görüş bildirmiştir (kesinlikle katılmıyorum % 17, katılmıyorum % 42,5). Özel okul yöneticileri de hemen hemen aynı görüşe katılmış ve yaklaşık %59 olumsuz düşünce ileri sürmüşlerdir. İlgili düşünce konusunda kararsız kalma yüzdesi, özel okul yöneticilerinde biraz daha yüksek düzeydedir (%19,6).

Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenmektedir” ifadesine verilen cevaplarla çalışılan okul türü arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($X^2=5,377$; $p>,05$).

Resmî ya da özel okul yöneticisi olma özelliğine göre, ilköğretim okullarındaki etkinliklere medyanın gerekli ilgiyi göstermesine ilişkin görüşler genel olarak olumsuz yöndedir ve aralarında değişim göstermemiştir.

4.2.2.2. Eğitim Yöneticilerinin Cevaplarının Görev Türü Değişkenine Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemeye Yönelik Kikare Analizi Sonuçları

Eğitim yöneticilerinin görev türü değişkeni ile Okul-medya ilişkileri konusundaki görüşleri arasındaki bağımlılığı incelemek üzere yapılan kaykare işlem sonuçları aşağıda sunulmuştur. Ancak 24 anket sorusu için ayrı ayrı yapılan kaykare analizlerinde sadece istatistiksel açıdan anlamlı sonuç veren tabloların yorumuna yer verilmiştir.

Tablo 89: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim okullarında medya kullanımı dersi çocukları bilinçli medya kullanıcısı haline getirebilecektir” İfadesine Verilen Görev Türü Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Görev Türü			Toplam	X ²	sd	P
		Yön.	Yön.	Yrd.				
İlköğretim okullarında medya kullanımı dersi çocukları bilinçli medya kullanıcıları haline getirebilecektir.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	7	20	27	13,516	4	,009**
		%	1,1%	2,9%	2,0%			
	Katılmıyorum	f	41	63	104			
		%	6,6%	9,0%	7,9%			
	Kararsızım	f	56	75	131			
		%	9,0%	10,7%	9,9%			
	Katılıyorum	f	359	404	763			
		%	57,7%	57,8%	57,8%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	159	137	296			
		%	25,6%	19,6%	22,4%			
Toplam	f	622	699	1321				
	%	100,0%	100,0%	100,0%				

** p<,01

“İlköğretim okullarında medya kullanımı dersi çocukları bilinçli medya kullanıcısı haline getirebilecektir” ifadesine eğitim yöneticilerinin % 57,7’si katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını verenler ise % 25,6’dır. Yönetici yardımcılarında ise aynı değerler % 57,8 ve % 19,6’dır. Bu iki

yüzde değerleri birleştirildiğinde eğitim yöneticilerinin (yaklaşık % 83), ilköğretim okullarında medya dersinin bulunmasının öğrencileri daha fazla bilinçlendireceği konusundaki düşüncelerinin olumlu yönde olduğu anlaşılmaktadır. Aynı yüzde yönetici yardımcılarında sadece yaklaşık %78 olmaktadır. Kararsızlık ve katılmama oranları, eğitim yönetici yardımcılarında daha yüksek düzeydedir. Tabloda görülebileceği üzere, soruya verilen cevaplarla görev türü (eğitim yönetici-yöneticisi yardımcısı) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=13,516$; $p<.01$). Eğitim yöneticisi ya da yardımcısı olma özelliğine göre “İlköğretim okullarında medya kullanımı dersi çocukları bilinçli medya kullanıcısı haline getirebilecektir” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Eğitim yöneticileri, ilköğretimde medya dersinin olmasının, medyaya ilişkin çocukları daha fazla bilinçlendireceği konusundaki düşünceleri, yardımcılarınınkinden anlamlı derecede daha yüksek düzeydedir.

Tablo 90: Eğitim Yöneticilerinde “Eğitim fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medya konularına dair müfredat güçlendirilmelidir” İfadesine Verilen Cevaplarla Görev Türü Değişkeni Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Görev Türü			Toplam	X ²	sd	p
		Yönetici	Yönetici Yrd.					
Eğitim Fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medya konularına dair müfredat güçlendirilmelidir.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	9	15	24	10,354	4	,035*
	Katılmıyorum	%	1,4%	2,1%	1,8%			
	Kararsızım	f	23	36	59			
	Katılmıyorum	%	3,7%	5,2%	4,5%			
	Katılıyorum	f	23	47	70			
	Katılıyorum	%	3,7%	6,7%	5,3%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	384	425	809			
	Katılıyorum	%	61,7%	60,8%	61,2%			
Toplam	f	622	699	1321				
	%	100,0%	100,0%	100,0%				

* p<,05

“Eğitim Fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medya konularına dair müfredat güçlendirilmelidir” ifadesine eğitim yöneticilerinin % 61,7’si katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını verenler ise % 29,4’dr. Yönetici yardımcılarında ise aynı değerler % 60,8 ve % 25,2’dır. Bu iki yüzde değerleri birleştirildiğinde eğitim yöneticilerinin (yaklaşık % 91), müfredat programlarının zenginleştirilmesi konusundaki düşüncelerinin olumlu yönde olduğu anlaşılmaktadır. Aynı yüzde yönetici yardımcılarında sadece yaklaşık %86 olmaktadır. Kararsızlık ve katılmama oranları, eğitim yönetici yardımcılarında daha yüksek düzeydedir.

Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “Eğitim Fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medya konularına dair müfredat güçlendirilmelidir” ifadesine verilen cevaplarla çalışılan okulun halkla ilişkiler biriminin varlığı değişkeni arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=10,354; p<.05$). Eğitim yöneticisi ya da yardımcısı olma özelliğine göre Eğitim Fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medya konularına dair müfredat güçlendirilmelidir.” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Eğitim yöneticilerinin, müfredat programlarının zenginleştirilmesi konusundaki düşünceleri, yardımcılarınınkinden anlamlı derecede daha yüksek düzeydedir.

4.2.2.3. Eğitim Yöneticilerinin Cevaplarının Cinsiyet Değişkenine Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemeye Yönelik Kikare Analizi Sonuçları

Eğitim yöneticilerinin cinsiyet değişkeni ile Okul-medya ilişkileri konusundaki görüşleri arasındaki bağımlılığı incelemek üzere yapılan kaykare işlem sonuçları aşağıda sunulmuştur. Ancak 23 anket sorusu için ayrı ayrı yapılan kaykare analizlerinde sadece istatistiksel açıdan anlamlı sonuç veren tabloların yorumuna yer verilmiştir.

Tablo 91: “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim programları ile eğer bunlar eğlenceli olurlar ise yakından ilgilenmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Cinsiyet Değişkeni Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Cinsiyet		Toplam	X ²	sd	p	
		Bayan	Erkek					
İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim programları ile eğer bunlar eğlenceli olurlar ise yakından ilgilenmektedirler.	Kesinlikle	f	8	27	8			
	Katılmıyorum	%	3,0%	2,6%	3,0%			
	Katılmıyorum	f	14	120	14			
		%	5,3%	11,4%	5,3%			
	Kararsızım	f	11	61	11			
		%	4,2%	5,8%	4,2%			
	Katılıyorum	f	179	623	179	11,986	4	,017*
		%	68,1%	58,9%	68,1%			
	Kesinlikle	f	51	226	51			
	Katılıyorum	%	19,4%	21,4%	19,4%			
Toplam	f	263	1057	1320				
	%	100,0%	100,0%	100,0%				

*P<,05

“İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim programları ile eğer bunlar eğlenceli olurlar ise yakından ilgilenmektedirler” ifadesine bayan eğitim yöneticilerinin % 68,1’si katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtı verenler ise % 19,4’dür. Erkek eğitim yöneticilerinde ise aynı değerler % 58,9 ve % 21,4’dür. Hem bayan hem de erkek eğitim yöneticileri, öğrencilerin medyadaki eğitim programları ile ancak eğlenceli oldukları takdirde ilgilediklerini açıklamışlardır. Ancak bayan yöneticilerin görüşe kabul oranları, erkek meslektaşlarından daha yüksek düzeydedir.

Tabloda görülebileceği üzere, “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim programları ile eğer bunlar eğlenceli olurlar ise yakından ilgilenmektedirler” ifadesine verilen cevaplarla eğitim yöneticisinin cinsiyeti bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştu ($X^2=11,9861$; $p<,05$). Erkek ya da bayan eğitim yöneticisi olma özelliğine göre “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim

programları ile eğer bunlar eğlenceli olurlar ise yakından ilgilenmektedirler” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermiştir. Ancak bayan yöneticilerin görüşe kabul oranları, erkek meslektaşlarından daha yüksek düzeydedir.

Tablo 92: “Okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Cinsiyet Değişkeni Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Cinsiyet		Toplam	X ²	sd	p	
		Bayan	Erkek					
Okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler.	Kesinlikle	f	7	24	31			
	Katılmıyorum	%	2,7%	2,3%	2,3%			
	Katılmıyorum	f	16	50	66			
	Katılmıyorum	%	6,1%	4,7%	5,0%			
	Kararsızım	f	13	46	59			
	Kararsızım	%	4,9%	4,4%	4,5%			
	Katılıyorum	f	163	571	734	10,318	4	,035*
	Katılıyorum	%	62,0%	54,0%	55,6%			
Kesinlikle	f	64	366	430				
Katılıyorum	%	24,3%	34,6%	32,6%				
Toplam	f	263	1057	1320				
	%	100,0%	100,0%	100,0%				

* P<,05

Bayan okul yöneticileri, “Okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler” ifadesine % 24,3 kesinlikle katılıyorum, % 62,0 ise katılıyorum cevabı vermişlerdir. Erkek okul yöneticileri ise aynı değerler % 34,6 ve % 54 olmuştur. Erkek eğitim yöneticilerinin konu hakkındaki olumlu görüşleri, bayan meslektaşlarınınkinden biraz daha yüksek düzeydedir. Yine bu sonuçlarla doğru orantılı olarak kararsızlık ve katılmıyorum yüzdeleri de bayan yöneticilerde daha yüksek düzeydedir. Tabloda görülebileceği üzere, “Okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler” ifadesine verilen cevaplarla cinsiyet değişkeni

bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=10,318$; $p<.05$). Bayan ya da erkek eğitim yöneticisi olma özelliğine göre, “Okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Erkek eğitim yöneticilerinin, kendi aralarında medya konusunda bilimsel toplantılar yapma düşüncesine verdikleri değer, bayan yöneticilerden anlamlı derecede daha yüksek düzeydedir.

Tablo 93: “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için program yaparken (seçerken) eğitim uzman ve kurumlarından da yardım alarak pedagoji ve bilgi toplumu oluşturmak konularına özen göstermelidirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Cinsiyeti Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar		Cinsiyet		Toplam	X ²	sd	p
			Bayan	Erkek				
Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için program yaparken (seçerken) eğitim uzman ve kurumlarından da yardım alarak pedagoji ve bilgi toplumu oluşturmak konularına özen	Kesinlikle Katılmıyorum	f	7	22	29	10,183	4	,037*
	Katılmıyorum	%	2,7%	2,1%	2,2%			
	Katılmıyorum	f	1	38	39			
	Katılmıyorum	%	,4%	3,6%	3,0%			
	Kararsızım	f	6	38	44			
	Kararsızım	%	2,3%	3,6%	3,3%			
	Katılıyorum	f	92	388	480			
	Katılıyorum	%	35,0%	36,7%	36,4%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	157	571	728			
	Katılıyorum	%	59,7%	54,0%	55,2%			
Toplam	f	263	1057	1320				
	%	100,0%	100,0%	100,0%				

* p<,05

Hem bayan hem de erkek eğitim yöneticileri; televizyon, gazete gibi medya kuruluşlarının ilköğretim çağı çocukları için program yaparken (seçerken) eğitim uzman ve kurumlarından da yardım alarak pedagoji ve bilgi toplumu oluşturmak konularına özen göstermeleri düşüncesine çoğunluk katılmışlardır. Ancak kesinlikle katılıyorum görüşü bayan eğitim yöneticilerinde (%59,7), erkek yöneticilerden

(% 54) anlamlı derecede daha yüksektir. Tabloda görülebileceği üzere, “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için program yaparken (seçerken) eğitim uzman ve kurumlarından da yardım alarak pedagoji ve bilgi toplumu oluşturmak konularına özen göstermelidirler” ifadesine verilen cevaplarla cinsiyet bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=10,183$; $p<.05$). Elde edilen bu sonuca göre, medya kurumlarının çocuklar için yayın hazırlarken pedagojik yardım almaları konusundaki düşünceler, bayan ya da erkek eğitim yöneticisi olma özelliğine göre değişim göstermektedir. Bu görüşe kesinlikle katılan bayan eğitim yöneticilerinin sayısı, erkek meslektaşlarınınkinden daha yüksek düzeydedir.

Tablo 94: “Medyada eğitim programı yapımcıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Cinsiyeti Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Cinsiyet		Toplam	X ²	sd	p	
		Bayan	Erkek					
Medyada eğitim programı yapımcıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler.	Kesinlikle	f	32	184	216	15,628	4	,004**
	Katılmıyorum	%	12,2%	17,4%	16,4%			
	Katılmıyorum	f	102	369	471			
		%	38,8%	34,9%	35,7%			
	Kararsızım	f	69	189	258			
		%	26,2%	17,9%	19,5%			
	Katılıyorum	f	43	220	263			
		%	16,3%	20,8%	19,9%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	17	95	112			
		%	6,5%	9,0%	8,5%			
	Toplam	f	263	1057	1320			
		%	100,0%	100,0%	100,0%			

** p<,01

Erkek eğitim yöneticileri, medya eğitim yazarlarının, eğitim haberlerini hazırlarken hem medya hem de pedagoji etiğine dikkat ettikleri konusunda, çoğunluk

olumsuz düşünceye sahiptirler (kesinlikle katılmıyorum % 17,4, katılmıyorum % 34,9). Kararsız kalan % 17,9'u de bu sonuçlara eklediğimizde, erkek eğitim yöneticilerinin konuya ilişkin çok fazla endişeleri oldukları görülmektedir. Bayan yöneticilerde genel olarak aynı olumsuz görüşe sahip olsalar da konuya daha ılımlı yaklaşmışlardır (kesinlikle katılmıyorum % 12,2 katılmıyorum % 38,8). Bayan yöneticilerde kararsızım yanıtı da % 26,2 ile erkek yöneticilerden (%17,9) daha yüksek düzeyde olmuştur. Tabloda görülebileceği üzere, “Medyada eğitim programı yapımcıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler” ifadesine verilen cevaplarla cinsiyet bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=15,628$; $p<.01$). Medya eğitim yazarlarının, eğitim haberlerini hazırlarken hem medya hem de pedagoji etiğine dikkat ettikleri konusunda, bayan ve erkek eğitim yöneticilerinin görüşleri arasında az da olsa anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bayan yöneticiler içinde çekimser kalanların yüzdesi, erkeklerden daha yüksektir.

Tablo 95: “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarının program akışını(düzenini) çok yakından bilmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Cinsiyet Bağımlılığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Cinsiyet		Toplam	X ²	sd	p	
		Bayan	Erkek					
İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarının program akışını(düzenini) çok yakından bilmektedirler.	Kesinlikle	f	6	79	85	30,462	4	,000***
	Katılmıyorum	%	2,3%	7,5%	6,4%			
	Katılmıyorum	f	41	277	318			
		%	15,6%	26,2%	24,1%			
	Kararsızım	f	41	177	218			
		%	15,6%	16,7%	16,5%			
	Katılıyorum	f	141	429	570			
		%	53,6%	40,6%	43,2%			
	Kesinlikle	f	34	95	129			
	Katılıyorum	%	12,9%	9,0%	9,8%			
Toplam	f	263	1057	1320				
	%	100,0%	100,0%	100,0%				

***p<,001

İlköğretim çağı çocuklarının medyadaki program akışı konusunda bilgi düzeylerinin yüksekliğini hem bayan hem de erkek eğitim yöneticileri kabul etmişlerdir. Bu görüşe olumlu yönde katılım konusunda aralarında görüş birliği bulunmaktadır. Bayan yöneticilerde toplam katılım yüzdesi %66,5 iken, erkek yöneticilerde aynı değer % 50 olmuştur. Tabloda görülebileceği üzere, “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarının program akışını (düzenini) çok yakından bilmektedirler” ifadesine verilen cevaplarla grup (eğitim yönetici-medya mensubu) bağımlılığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=30,462$; $p<.001$). İlköğretim çağı çocuklarının medyadaki program akışı konusundaki yüksek bilgi düzeyini kabullenme derecesi, cinsiyet değişkenine göre değişim göstermiştir. İlköğretim çağı çocuklarının medyadaki program akışı konusunda bilgi düzeylerinin yüksekliği düşüncesine bayan eğitim yöneticileri, erkek meslektaşlarından daha yüksek bir katılım göstermiştir.

4.2.2.4. Eğitim Yöneticilerinin Cevaplarının Yöneticilerin Kıdem Değişkenine Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemeye Yönelik Kikare Analizi Sonuçları

Tablo 96: Eğitim Yöneticilerinde “‘Medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı(sivil toplum örgütü gibi)' ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Kıdemi Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Mesleki Kıdem					X ²	sd	p
		5 yıldan az	6-10 yıl	11-15 yıl	16 yıl ve üstü	Toplam			
"Medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı(sivil toplum örgütü gibi)' ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir.	Kesinlikle Katılmıyorum	f 5	11	4	26	46	24,424	12	,018*
		% 4,8%	3,3%	2,0%	3,8%	3,5%			
	Katılmıyorum	f 14	52	27	124	217			
		% 13,5%	15,7%	13,4%	18,0%	16,3%			
	Kararsızım	f 41	112	60	174	387			
		% 39,4%	33,7%	29,7%	25,2%	29,1%			
	Katılıyorum	f 36	142	94	333	605			
		% 34,6%	42,8%	46,5%	48,3%	45,6%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f 8	15	17	33	73			
		% 7,7%	4,5%	8,4%	4,8%	5,5%			
	Toplam	f 104	332	202	690	1328			
		% 100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%			

“‘Medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı (sivil toplum örgütü gibi)' ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir” ifadesine kıdemi beş yıldan az olan eğitim yöneticilerinin % 34,6’sı katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını verenler ise % 7,7’dir. Kıdemi 6-10 yıl arasında olan eğitim yöneticilerinde ise aynı değerler % 42,8 ve % 4,5’dur. Kıdem yılı 11-15 yıl arasında olan eğitim yöneticilerinde toplam katılım oranı yaklaşık %55

iken 16 yıl ve üstünde ise %53 olmuştur. Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde ifadeye verilen cevaplarla eğitim yöneticisinin kıdemi bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. ($X^2=24,424$; $p<.05$). İlköğretim okulu yöneticisinin kıdem özelliğine göre “Medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı (sivil toplum örgütü gibi) ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Yöneticilerin kıdem yılı arttıkça, adı geçen düşünceye katılım özellikleri artış göstermiştir.

Tablo 97. Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Kıdemi Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Mesleki Kıdem				Toplam	X ²	sd	p	
		5 yıldan az	6-10 yıl	11-15 yıl	16 yıl ve üstü					
Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır..	Kesinlikle Katılmıyorum	f	4	4	6	25	28,950	12	,004**	
		%	3,8%	1,2%	3,0%	3,6%				2,9%
	Katılmıyorum	f	5	15	13	47				80
		%	4,8%	4,5%	6,4%	6,8%				6,0%
	Kararsızım	f	11	17	7	14				49
		%	10,6%	5,1%	3,5%	2,0%				3,7%
	Katılıyorum	f	53	176	101	364				694
		%	51,0%	53,0%	50,0%	52,8%				52,3%
	Kesinlikle Katılıyorum	f	31	120	75	240	466			
		%	29,8%	36,1%	37,1%	34,8%	35,1%			
Toplam		f	104	332	202	690	1328			
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%			

**p<,01

“Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır” ifadesine tüm eğitim yöneticileri kıdemi ne olursa olsun yüksek düzeyde katılım göstermişlerdir. Kıdemi en düşük olan yönetici grubunun kararsızlık yüzdesi, diğer gruplardan daha yüksek düzeydedir (%10,6). Verilen ifade için katılım yüzdesi en düşük olan grupta 11-15 yıllık kıdeme sahip öğretmenler olmuştur.

Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır” ifadesine verilen cevaplarla eğitim yöneticisinin kıdemi bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. ($X^2=28,950; p<.01$).

İlköğretim okulu yöneticisinin kıdem özelliğine göre “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Kıdem yılı 11-15 yıl arasında olan eğitim yöneticilerinin katılım düzeyi yüksek olmakla beraber, diğerleri içinde anlamlı düzeyde daha düşük katılım ve dolayısıyla da daha yüksek reddediş göstermişlerdir. Kıdemi en düşük olan yöneticilerde ise çekimsellik yüzdesinin yüksek olması, yeterli deneyim sahibi olmama özelliği ile açıklanabilir.

Tablo 98. Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için daha çok görsel bilgi yüklü olup çocuğun örgün bilgi birikimine değil çocuğun gelişimine katkıda bulunmayacak bilgi tüketimine yöneliktir” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Kıdemi Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Meslekî Kıdem				Toplam	X ²	sd	p
		5 yıldan az	6-10 yıl	11-15 yıl	16 yıl ve üstü				
Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için daha çok görsel bilgi yüklü olup çocuğun örgün bilgi birikimine değil çocuğun gelişimine katkıda bulunmayacak bilgi tüketimine yöneliktir.	Kesinlikle Katılmıyorum	f 0	17	10	32	59	24,416	12	,018*
		% ,0%	5,1%	5,0%	4,6%	4,4%			
	Katılmıyorum	f 21	49	26	118	214			
		% 20,2%	14,8%	12,9%	17,1%	16,1%			
	Kararsızım	f 14	40	20	88	162			
		% 13,5%	12,0%	9,9%	12,8%	12,2%			
	Katılıyorum	f 46	154	98	355	653			
		% 44,2%	46,4%	48,5%	51,4%	49,2%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f 23	72	48	97	240			
		% 22,1%	21,7%	23,8%	14,1%	18,1%			
Toplam		f 104	332	202	690	1328			
		% 100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%			

*p<,05

Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için daha çok görsel bilgi yüklü olup çocuğun örgün bilgi birikimine değil çocuğun gelişimine katkıda bulunmayacak bilgi tüketimine yöneliktir” ifadesine verilen cevaplarla yöneticilerin meslek kıdemi arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=24,416$; $p<,05$). Adı geçen konu hakkında kıdem yılı farklı olan yöneticilerin görüşleri değişim göstermektedir. Kıdem yılı en düşük düzeyde olan yönetici grubunda, kararsızlık yüzdesi, diğer gruplardan daha yüksektir. Adı geçen görüşe katılmama yüzdesi de daha yüksektir. Bu sonuçlara göre kıdem yılı az olan daha genç yöneticiler, diğer meslektaşlarından daha yüksek düzeyde medyanın çocukların örgün bilgi birikimine katkıda bulunduğunu ifade etmişlerdir. Medyanın çocuk gelişimine olumsuz yönde etkilediğini ve onları bilgi tüketimine yönelttiğini kabul etme özelliği, en yüksek düzeyde kıdemi 11-15 yıl arasında yöneticilerde bulunmaktadır.

Tablo 99. Eğitim Yöneticilerinde “Medyada eğitim programı yapımçıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Kıdemi Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Meslekî Kıdem				Toplam	X ²	sd	p
		5 yıldan az	6-10 yıl	11-15 yıl	16 yıl ve üstü				
Medyada eğitim programı yapımçıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler.	Kesinlikle katılmıyorum	f	19	67	46	82	28,743	12	,004**
		%	18,3%	20,2%	22,8%	11,9%			
	Katılmıyorum	f	31	120	62	265			
		%	29,8%	36,1%	30,7%	38,4%			
	Kararsızım	f	21	66	37	131			
		%	20,2%	19,9%	18,3%	19,0%			
	Katılıyorum	f	26	51	37	154			
		%	25,0%	15,4%	18,3%	22,3%			
	Kesinlikle katılıyorum	f	7	28	20	58			
		%	6,7%	8,4%	9,9%	8,4%			
Toplam	f	104	332	202	690				
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%				

**p<,01

Okul yöneticileri kıdemleri ne olursa olsun, “medya eğitim yazarlarının, eğitim haberlerini hazırlarken hem medya hem de pedagoji etiğine dikkat ettikleri konusunda, çoğunluk olumsuz düşünceye sahiptirler. Kararsızlık yüzdesi, yine en yüksek düzeyde kıdemi en düşük gruptan elde edilmiştir. Adı geçen görüşe kesinlikle katılmama yüzdelere bakıldığında en yüksek olanı, kıdemi 11-15 yıl arasında olanlardan elde edilmiştir. Katılma yönünde görüş bildirenler içinde ise en yüksek yüzdelere kıdemi en düşük ve en yüksek olanlara aittir.

Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “Medyada eğitim programı yapımçıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler” ifadesine verilen cevaplarla kıdem yılı arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=28,743; p<,01$).

İlköğretim okulu yöneticisinin kıdem özelliğine göre “Medyada eğitim programı yapımcıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Kıdem yılı 11-15 yıl arasında olan eğitim yöneticilerinin katılım düzeyi, diğerleri içinde anlamlı düzeyde daha düşük katılım ve dolayısıyla da daha yüksek reddediş göstermişlerdir. Kıdemi en düşük olan yöneticilerde ise çekimsellik yüzdesinin yüksek olması, yeterli deneyim sahibi olmama özelliği ile açıklanabilir. Ancak kıdemi en yüksek düzeyde olan yöneticilerde de olumlu yönde katılım yüksek olmuştur.

Tablo 100: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya organlarının yayınlardan en çok eğitim yayınları ile ilgilenmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Kıdemi Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Meslekî Kıdem				Toplam	X ²	sd	p	
		5 yıldan az	6-10 yıl	11-15 yıl	16 yıl ve üstü					
İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya organlarının yayınlardan en çok eğitim yayınları ile ilgilenmektedirler.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	32	85	50	104	35,813	12	,000***	
	Katılmıyorum	%	30,8%	25,6%	24,8%	15,1%				20,4%
	Katılmıyorum	f	52	190	108	400				750
	Katılmıyorum	%	50,0%	57,2%	53,5%	58,0%				56,5%
	Kararsızım	f	11	28	25	88				152
	Kararsızım	%	10,6%	8,4%	12,4%	12,8%				11,4%
	Katılıyorum	f	7	20	15	78				120
	Katılıyorum	%	6,7%	6,0%	7,4%	11,3%				9,0%
	Kesinlikle Katılıyorum	f	2	9	4	20				35
	Kesinlikle Katılıyorum	%	1,9%	2,7%	2,0%	2,9%				2,6%
	Toplam	f	104	332	202	690				1328
	Toplam	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%				100,0%

***p<,001

Kıdemi ne olursa olsun tüm okul yöneticilerinin, ilköğretim çağı çocuklarının medya yayınları içinde en fazla eğitim içerikli yayınları takip etmesi görüşüne katılmama yüzdeleri çok yüksek düzeydedir. Ancak kıdem yılı 6-10 yıl arasında olan yöneticilerde kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum cevabını verenlerin toplam yüzdesi yaklaşık %83 iken, aynı sonuç özel okul yöneticilerinde yaklaşık %78 civarındadır. Kararsızlık yüzdesi de 6-10 yıl arası yöneticilerde (%8,4), diğerlerinden

daha düşük düzeydedir. Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya organlarının yayınlarından en çok eğitim yayınları ile ilgilenmektedirler” ifadesine verilen cevaplarla çalışılan meslek kıdemi arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=35,813$; $p<.001$). İlköğretim çağı çocuklarının medya yayınları içinde en fazla eğitim içerikli yayınları takip etmesi konusundaki düşünce ve algılar, kıdem yılı farklı olan yöneticilere göre değişim göstermektedir. Kıdem yılı beş yıldan az ve 6-11 yıl arasında olan yöneticilerin olumsuz görüşleri, anlamlı derecede daha yüksektir. Kıdem yılı arttıkça, adı geçen görüşü kabullenme oranı yine düşük düzeyde olmakla birlikte, diğer gruba göre daha yüksek düzeydedir.

Tablo 101: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarının program akışını (düzenini) çok yakından bilmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Eğitim Yöneticisinin Kıdemi Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	Mesleki Kıdem				Toplam	X ²	sd	p	
		5 yıldan az	6-10 yıl	11-15 yıl	16 yıl ve üstü					
İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarının program akışını (düzenini) çok yakından bilmektedirler.	Kesinlikle	f	6	22	10	48	21,33 1	12	,0 4 5 *	
	Katılmıyorum	%	5,8%	6,6%	5,0%	7,0%				6,5%
	Katılmıyorum	f	25	62	42	193				322
	Katılmıyorum	%	24,0%	18,7%	20,8%	28,0%				24,2%
	Karasızım	f	21	46	38	111				216
	Karasızım	%	20,2%	13,9%	18,8%	16,1%				16,3%
	Katılıyorum	f	40	169	89	276				574
	Katılıyorum	%	38,5%	50,9%	44,1%	40,0%				43,2%
	Kesinlikle	f	12	33	23	62				130
	Katılıyorum	%	1,9%	2,7%	2,0%	2,9%				2,6%
Toplam	f	104	332	202	690	1328				
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%				

*p<,05

İlköğretim çağı çocuklarının medyadaki program akışı konusunda bilgi düzeyleri konusunda, eğitim yöneticilerinin kıdemlerine göre farklılıklar bulunmaktadır. Kesinlikle katılmıyorum ve kesinlikle katılıyorum yüzdeleri tüm

gruplarda düşük düzeydedir. Genel olarak ortada toplanma eğilimi görülmektedir. Adı geçen görüşe katılım yüzdesi içinde en yüksek değer % 50,9'dur ve kıdemi 6-10 yıl olan gruba aittir. En düşük katılım yüzdesi ise % 38,5 ile kıdemi beş yıldan az olan yöneticilere aittir. Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarının program akışını (düzenini) çok yakından bilmektedirler” ifadesine verilen cevaplarla mesleki kıdem arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($X^2=21,331$; $p<,05$).

4.2.2.5. Eğitim Yöneticilerinin Cevaplarının Okulun Halkla İlişkiler Biriminin Varlığı Değişkenine Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemeye Yönelik Kikare Analizi Sonuçları

Tablo 102: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim Okullarında Bilinçli Medya Malzemeleri Ve Sistemleri Bilinçli Olarak Kullanılmaktadır” İfadesine Verilen Cevaplarla Okulun Halkla İlişkiler Biriminin Varlığı Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	H.İ. Birimi		Toplam	X ²	sd	p	
		Var	Yok					
İlköğretim okullarında bilinçli medya malzemeleri ve sistemleri bilinçli olarak kullanılmaktadır.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	3	118	121	27,569	4	,000***
		%	2,5%	10,1%	9,4%			
	Katılmıyorum	f	44	504	548			
		%	37,3%	43,2%	42,6%			
	Kararsızım	f	11	186	197			
		%	9,3%	15,9%	15,3%			
	Katılıyorum	f	47	310	357			
		%	39,8%	26,6%	27,8%			
Kesinlikle Katılıyorum	f	13	49	62				
	%	11,0%	4,2%	4,8%				
Toplam		f	118	1167	1285			
	%	100,0%	100,0%	100,0%				

***p <,05

Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “İlköğretim Okullarında Bilinçli Medya Malzemeleri Ve Sistemleri Bilinçli Olarak Kullanılmaktadır” ifadesine verilen cevaplarla çalışılan okulun halkla ilişkiler biriminin varlığı değişkeni arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=27,569$; $p<.001$).

Tablo 103: Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır” İfadesine Verilen Cevaplarla Okulun Halkla İlişkiler Biriminin Varlığı Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	H.İ. Birimi		Toplam	X ²	sd	p	
		Var	Yok					
Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	1	38	39	10,791	4	,029*
		%	,8%	3,3%	3,0%			
	Katılmıyorum	f	4	71	75			
		%	3,4%	6,1%	5,8%			
	Kararsızım	f	4	42	46			
		%	3,4%	3,6%	3,6%			
	Katılıyorum	f	78	597	675			
		%	66,1%	51,2%	52,5%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	31	419	450			
		%	26,3%	35,9%	35,0%			
Toplam		f	118	1167	1285			
		%	100,0%	100,0%	100,0%			

* p<,05

Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır” ifadesine verilen cevaplarla çalışılan okulun halkla ilişkiler biriminin varlığı değişkeni arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=10,791$; $p<.05$).

Tablo 104: Eğitim Yöneticilerinde “İlköğretim okulları etkinliklerini medyaya düzenli ve düzgün şekilde (halkla ilişkiler ve okul aile birlikleri) bildirmektedirler” İfadesine Verilen Cevaplarla Okulun Halkla İlişkiler Biriminin Varlığı Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	H.İ. Birimi		Toplam	X ²	sd	p	
		Var	Yok					
İlköğretim okulları etkinliklerini medyaya düzenli ve düzgün şekilde (halkla ilişkiler ve okul aile birlikleri) bildirmektedirler.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	9	123	132	16,766	4	,002**
		%	7,6%	10,5%	10,3%			
	Katılmıyorum	f	49	547	596			
		%	41,5%	46,9%	46,4%			
	Kararsızım	f	6	153	159			
		%	5,1%	13,1%	12,4%			
	Katılıyorum	f	42	279	321			
		%	35,6%	23,9%	25,0%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	12	65	77			
		%	10,2%	5,6%	6,0%			
Toplam		f	118	1167	1285			
		%	100,0%	100,0%	100,0%			

** p<,01

Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “İlköğretim okulları etkinliklerini medyaya düzenli ve düzgün şekilde (halkla ilişkiler ve okul aile birlikleri) bildirmektedirler” ifadesine verilen cevaplarla çalışılan okulun halkla ilişkiler biriminin varlığı değişkeni arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=16,766$; $p<.01$).

Tablo 105: Eğitim Yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenmektedir” İfadesine Verilen Cevaplarla Okulun Halkla İlişkiler Biriminin Varlığı Arasında Bağımlılık Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Analizi Sonuçları

İfade	Cevaplar	H.İ. Birimi		Toplam	X ²	sd	p	
		Var	Yok					
Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenmektedir.	Kesinlikle Katılmıyorum	f	15	201	216	11,952	4	,018*
		%	12,7%	17,2%	16,8%			
	Katılmıyorum	f	52	497	549			
		%	44,1%	42,6%	42,7%			
	Kararsızım	f	26	166	192			
		%	22,0%	14,2%	14,9%			
	Katılıyorum	f	16	254	270			
		%	13,6%	21,8%	21,0%			
	Kesinlikle Katılıyorum	f	9	49	58			
		%	7,6%	4,2%	4,5%			
Toplam		f	118	1167	1285			
		%	100,0%	100,0%	100,0%			

* p<,05

Tabloda görülebileceği üzere, eğitim yöneticilerinde “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenmektedir” ifadesine verilen cevaplarla çalışılan okulun halkla ilişkiler biriminin varlığı değişkeni arasında bağımlılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) analizi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=11,942$; $p<.05$).

BÖLÜM V

5. SONUÇ TARTIŞMA VE ÖNERİLER

5.1. Sonuç ve Tartışma

Araştırma çerçevesinde ulaşılan sonuçları şu şekilde özetlemek mümkündür:

Örnekleme oluşturan okul yöneticilerinin demografik özelliklerine yaş ve kıdemine birlikte baktığımızda 454'ünün (%33,8) 41-50 yaş grubunda, kıdem değişkeninde ise 553'ü ise (%41,2) 21 yıl ve daha fazla süredir mesleki kıdeme sahip oldukları görülmektedir. Okul yöneticilerinin orta yaş ve kıdemli olduklarını söyleyebiliriz.

Okul yöneticilerinin mezuniyet değişkenine baktığımızda 851'i (%63,4) üniversite 353'ü (%26,3) yüksekokul, 98'i (%7,3) yüksek lisans, 13'ü (%1,0) doktora, 7'si (%0,5) diğer düzeyde eğitime sahip oldukları görülmektedir.

Okul yöneticilerinin branş değişkeninde büyük çoğunluğunun sınıf öğretmenliği (% 46,9) oluştururken bunu din kültürü ve ahlâk bilgisi öğretmenleri (% 6,4) ve Türkçe öğretmenleri (%4,2) izlemektedir.

Örnekleme grubunu oluşturan okul yöneticilerinin 622'si (%46,3) yönetici, 699'u ise (%52,0) yönetici yardımcısı görevinde bulunmaktadır. Öte yandan toplam 22 yönetici (%1,6) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Örnekleme grubunu oluşturan medya mensuplarının 212'si (%47,5) yazılı medya, 132'si (%29,6) görsel medya, 43'ü (%9,6) işitsel medya, 9'u (%2,0) internet alanında çalışanlardan oluşmaktadır.

146'sı (%32,7) 30 ve altı yaş grubunda, 130'u (%29,1) 31-40 yaş grubunda nispeten genç olduklarını kıdem de ise eşit bir dağılım olduğu görülmektedir. 87'si (%19,5) 5 yıl ve altı, 87'si (%19,5) 6-10 yıl, 66'sı (%14,8) 11-15 yıl, 67'si (%15,0) 16-20 yıl, 71'i (%15,9) 21 yıl ve üstü yıllık meslekî kıdemleri bulunmaktadır.

Servis değişkenlerine baktığımızda 142 kişinin haber, 60 kişinin spor, 27 kişinin eğitim, 16 kişinin kültür sanat, 16 kişinin teknik servis, 11 kişinin magazin, 10 kişinin internet, 8 kişinin ekonomi, 7 kişinin reklam, 7 kişinin ilave ekler, 6 kişinin sağlık-aile, 5 kişinin politika servislerinde çalıştığı görülmektedir.

Unvanlara bakıldığında 332'si (%74,4) diğer (editör, köşe yazarı, muhabir,yazar, redaktör), 56'sı (%12,6) ikinci düzey yönetici(servis müdürü/ şefi), 41'i (%9,2) üst düzey yönetici (genel yayın yönetmeni, yazı işleri müdürü, görsel yönetmen), 6'sı (%1,3) eğitim yazarı, olarak karşımıza çıkmaktadır. Eğitim yazarlarının servis değişkeninde 27 kişi olarak görülmesi unvan belirtme seçiminde eğitim unvanı azlığı (6 kişi) (%1,3) dikkat çekicidir. Unvan değişkeni için bütün medya kurumlarında bir eğitim muhabiri ayrıldığı düşünülecek olursa unvan yazarken eğitimin değil diğer unvanların tercih edilmesi ülkemizde eğitime ne kadar önem verildiğinin bir göstergesi aynı zamanda farklı servislerde çalışıyor olmaları da diğer önemli bir neden olabilir. Eğitim muhabiri olan T. Çetinkaya'ya göre ise eğitim muhabirlerinin bir kısmı haber merkezlerinde istihbaratta başka alanlarda da haber üretmekte bundan dolayı 27 kişinin çoğunluğu kendisini sadece eğitim muhabiri nitelendirmediği düşünölmektedir (T. Çetinkaya, 25.08.2007).

“Kütüphanede gazete-dergi bulunup bulunmaması” değişkeni için örneklem grubunu oluşturan 1343 yöneticinin 816'sı ise (%60,8) kütüphanede gazete-dergi olmadığını, 470'i (%35,0) kütüphanede gazete-dergi olduğunu, belirtmiştir. Toplam 57 yönetici (%4,2) bu soruyu cevapsız bırakmıştır. Günümüzdeki okul kütüphanelerinde gazete dergi olmama oranının daha yüksek oluşu okul yöneticilerinin bu konuya önem vermemesi, gazeteleri uygun ve yararlı görmedikleri, gazetelerdeki haberlerin çocuğa fayda sağlayacağına inanmadıkları anketteki düşünceler kısmından anlaşılmaktadır. Ayrıca çocuk dergileri içinde uygun bütçe ayrılmamış olacağı nedenler arasında gelebilir.

Bilgi toplumunda okul kütüphanelerinin bilginin yeni biçimlerde üretilmesi ve dağıtılması esaslarına göre yeniden yapılandırılması gerekmektedir. Bu çerçevede okullar hem bilgi üretir hale gelmeli hem de bilgiyi dağıtmalıdır. Bilginin üretiminin ve dağıtımının geliştirilebilmesi için başvurulacak en etkili yollardan birisi kütüphanelerin geliştirilmesidir (İ. Erdoğan, 1998, s.870-871).

Araştırmanın birinci amaç cümlesi, İlköğretim özel - resmî okul yöneticiliği ve medya mensubu olma değişkeni ile onların okul-medya ilişkilerine yönelik düşünce ve algıları (medya eğitimi -yeterliliği, medyadan faydalanma, medyanın etkileri) birbirine bağımlı mıdır? şeklinde ifade edilmişti. Araştırmanın bulgularına göre bu soruya aşağıda yanıtlar verilmiştir.

Eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre “Okul gibi eğitim kurumlarının kendi medya organları olmalıdır (medya ekonomisi)” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Medya mensuplarının konuya ilişkin olumlu görüş yüzdesi, eğitim yöneticilerinden daha fazladır. Okulların okul radyosu, gazetesi ve dergisi olmasını medya mensupları daha fazla istemektedir. Okulların maddi manevi külfetten kaçınmaları, medya ürünü oluşturmak için gerekli bilgi ve donanımın yeterli olmayışı nedenler arasında düşünülebilir.

Eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre “ilköğretim okullarında bilinçli medya malzemeleri ve sistemleri bilinçli olarak kullanılmaktadır” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Konuya ilişkin eğitim yöneticilerinin olumsuz görüşleri, medya mensuplarından daha yüksektir. Eğitim yöneticileri öğretmenlerin ve öğrencilerin medya malzemelerini ve sistemlerini daha bilinçsizce kullandıklarını açıklamışlardır. Konu hakkında medya mensuplarının kararsızlık durumunun yüksekliği araştırmanın önemli bir bulgudur. Bu sonuç kendi ellerindeki gücün öğrenciler tarafından nasıl kullanıldığı konusunda fazla bilgileri olmadığını göstermektedir. Okul ve medya arasında bu bağlamda bilgi alışverişi eksikliği görülmektedir. Medyanın okullarda ilgili olumsuz haberlerde ilgisini göstermeleri medya malzemeleriyle ilgili bir soruda kararsızlık yaşamaları ise bilgi eksikliğinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu araştırmanın önemli bir bulgusudur.

Eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre “ilköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim programları ile eğer bunlar eğlenceli olurlar ise yakından ilgilenmektedirler” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermemiştir. İki grupta, öğrencilerin medyadaki eğitim programları ile ancak eğlenceli oldukları takdirde ilgilendikleri konusunda hemfikirdirler. Eğitim programlarının eğlence motifleri ile desteklenmesi öğretici

değerini arttırır. Böylece çocuk eğlenirken dinlenir, dinlenirken öğrenir, öğrenirken de oynar (H.Y. Celkan, 1991, s.103). Okul yöneticilerinde ve medyada bu katılım bu görüşü destekler niteliktedir.

Eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre “medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı (sivil toplum örgütü gibi) ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Medya mensuplarının, konuya ilişkin olumlu düşünme eğilimleri daha yüksektir. Eğitim yöneticileri içinde kararsız kalanların anlamlı derecede yüksek düzeyde olması düşündürücüdür. Artık medya ve eğitim araçlarının, sosyalleşme ve öğrenme süreçlerine, toplumun iletişim kültürüne olan etkileri konu edinilmektedir (R. Vollbrecht, 2004, s.308-309). Günümüzde oluşmuş bir *öğrenme piyasası* bulunmakta olup normal eğitim sisteminin dışında okula rakip olabilecek birçok kurum vardır. Bunlardan bir tanesi de medyadır. Okul kendisine ait bir sıra görevi medyaya vermeye başlamıştır. Bu nedenle okul kurumu şimdiye kadar ki izole konumunu terk etmek zorundadır (M. Hesapçioğlu, 2004, s.7-14). Günlük hayatın önemli bir parçası haline gelen medya, eğitim sürecine dahil olmakta, bireyin sosyalleşmesine etkisi günden güne artmaktadır (İ. Erdoğan, 1998, s.847). Sosyal, politik, ekonomik değişimlerden hızla etkilenen okul ve okul yöneticisinin de geleneksel yapılarını koruması değişime direnmesi düşündürücüdür. Okul yöneticilerinin medya aracılığı ile öğrenme fikrine çok ılımlı bakmadığı düşünülmektedir.

Eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre, “medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları ilköğretim öğrencilerinin yalnızlığa düşmelerine yol açar” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Eğitim yöneticilerinin, konuya ilişkin olumsuz düşünme eğilimleri daha yüksektir. Medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programlarının ilköğretim öğrencilerinin yalnızlığa düşmelerine yol açacağını düşünmekte. Medya mensupları, medya aracılığı ile öğrencilerin yalnızlığa düşmeyecekleri konusunda daha iyimser bir görüşe sahiptir. Medya insanın kabuğuna çekilmiş halinde yöneldiği araçların başında gelmektedir. Fakat en başta “araç” oluşları ile yalnızlık sorununu giderici, gerçek anlamda çözüm

getirici bir alternatif olma potansiyelinden uzaktır. Çünkü hiçbir araç eğlendirici, eğitici de olsa dostluğun, arkadaşlığın sosyal ortamın sıcaklığının yerini tutamaz. İletişim araçlarının günümüzdeki yaygın kullanım biçimleri insanların yalnızlığını azaltıcı değil artırıcı, bağımsızlaştırıcı değil bağımlaştırıcı yapıdadır (C.Bilgili, 2005, s.18).

Hem eğitim yöneticileri hem de medya mensupları, eğitim içerikli yayınların öğretmen ve arkadaş katılımı ile desteklenmesi konusunda görüş birliği içindedirler.

Eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre, “televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Eğitim yöneticileri, medyada ilköğretime yönelik özel yayınların bulunması gerekliliğine, medya mensuplarından daha fazla inanmaktadır. Okul yöneticilerinin 'medya aracılığı ile öğrenme' fikrine medya kadar olumlu bakmazken katılım düzeyindeki kararsızlık dikkat çekicidir. medyada ilköğretime yönelik özel yayınların bulunması gerekliliğine, medya mensuplarından daha fazla inanmaktadır. Medya mensuplarından çocuk için özel yayınlar hazırlamalarını isterken medya aracılığı ile öğrenme fikrine olumlu bakmamaları araştırmanın bir diğer bulgusudur.

Eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre “ilköğretim okullarında medya kullanımı dersi çocukları bilinçli medya kullanıcısı haline getirebilecektir” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Eğitim yöneticileri, ilköğretimde medya dersinin olmasının, medyaya ilişkin çocukları daha fazla bilinçlendireceği konusundaki düşünceleri, medya mensuplarınınkinden anlamlı derecede daha yüksek düzeydedir. Bu konuda okul yöneticilerinin bilgi toplumunda okulda medya eğitimi ve bilinçli medya kullanıcısı yapma yolunda istekli oldukları düşünülmektedir. Medya mensuplarının ise müfredatla ve derse giren sosyal bilgiler öğretmenlerinin ne kadar bilinçli bu dersi verebileceği ile ilgili çekincelerinin olduğu düşünülebilir.

Okul-medya ilişkisini belirlemeye yönelik hazırlanan anketin ilk sekiz sorusu medya eğitimi ve medya yeterliği alanı ile ilgilidir. Bu sekiz anket maddesine, yönetici ve medya mensuplarının verdikleri cevaplar, genel olarak değişim

göstermiştir. Okul yöneticileri, öğrencilerin ve öğretmenlerin medya konusunda yeterli düzeyde bilinçli olmadıklarını, onları bilinçlendirmek adına ilköğretim programına medya dersinin konulması gerektiğini, ayrıca medyada ilköğretime yönelik özel programların hazırlanmasının gerekli olduğunu, bilinçsiz medya kullanımının öğrencileri yalnızlığa itebileceğini, medya mensuplarından daha fazla düşünmektedirler. Medya mensupları, her ilköğretim okulunun özel kendilerine ait medya organı olması gerekliliği konusunda, eğitim yöneticilerinden daha fazla olumlu görüş içindedirler. Medyadaki eğitim programlarının ancak eğlenceli olduğunda çocukların dikkatini çektiği ve eğitim içerikli yayınların öğretmen ve arkadaş katılımı ile desteklenmesi gerektiği konularında eğitim yöneticileri ve medya mensuplarının düşünceleri eşdeğerdedir.

Eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine göre “eğitim fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medya konularına dair müfredat güçlendirilmelidir” katılım düzeyi değişim göstermektedir. Eğitim yöneticilerinin, eğitim fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde verilmekte olan medya konularının programının zenginleştirilmesi gerektiği konusundaki düşünceleri, medya mensuplarınınkinden anlamlı derecede daha yüksek düzeydedir. Okul yöneticileri iletişim ve medya konularında kendilerini geliştirmek istemektedirler.

Eğitim yöneticisi ya da medya mensubu olma özelliğine, “okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Eğitim yöneticilerinin, kendi aralarında medya konusunda bilimsel toplantılar yapma düşüncesine verdikleri değer, medya mensuplarınınkinden anlamlı derecede daha yüksek düzeydedir. Medya mensuplarının zaman sorunu yaşadıkları düşünülebilir. Bu konuya önem vermeme ilgi göstermeme diğer bir neden olabilir. Özellikle eğitim muhabirlerinin kendi aralarında eğitime dair problemleri konuşmak adına çok sık bir araya gelemedikleri düşünülecek olursa bu konuda zaman sorunu yaşadıkları düşünülebilir.

İlköğretim okullarının okul etkinliklerini düzenli olarak medyaya bildirmeleri konusunda olumlu ve olumsuz düşünceler hemen hemen eşit düzeydedir. Ancak medya mensuplarının kararsızlık düzeyleri, eğitim yöneticilerinininkinden daha yüksek düzeydedir. Bu sonuç, medya mensuplarının konuya ilişkin yeterli aydınlatıcı bilgiye sahip olmadıkları şeklinde yorumlanabilir. Medya mensuplarının kararsızlık düzeylerinin yüksek oluşunun bir diğer nedeni okullardan çok fazla haber isteğinin gelmesi bu bültenlerin haber değeri taşıdıklarını düşünmeleri medya tarafından okul etkinliklerinin düzgün ve düzenli bir şekilde kendilerine ulaştırılması adına kararsızlık kaldıkları düşünülmektedir. Olumsuz görüş bildiren medya mensupları ise okul yöneticilerinin haber değeri olan bültenleri ayırabilmelerini talep etmektedirler. N. Günküt'a göre basınla ilişkilerde dürüst olmak basına her türlü çalışma kolaylığı ve olanağı sağlamak ilgi çekici haberler vermek yayın imkanı olmayan isteklerde bulunmamak yer ve zamanı doğru seçmek uyulması gereken kurallardandır. Yerine getirebilme olanağı bulunmayan isteklerde bulunmamak bir program için teklif verilecekse bunun, hem örgüt, hem basın ve hem de halk için yararlı olmasına dikkat etmek (N. Günküt, 1974, s.31).

Hem eğitim yöneticileri hem de medya mensupları, ilköğretim okullarında medya kriz plânı bulunduğu ve uygulandığı konusunda çoğunluk olumsuz düşünmektedirler. Medya çalışanlarının okulların medya kriz plânlarının uygulanıp uygulanmadığı konusuna ilişkin kararsızlık cevapları, eğitim yöneticilerinininkinden daha yüksek düzeydedir. Okullarda olası herhangi bir kriz durumunda (deprem, afet, şiddet) deprem kriz plânının tatbikatlarla uygulandığı fakat medyayla olan ilişkilerle ilgili bir planın olmayışı uygulanmayışı ile ilgili olumsuz cevaplar çoğunluktadır. Bu sonuçta, okul yöneticilerinin de medya mensuplarının da okullarda medya kriz planı ile ilgili bilgi eksikliği olduğu düşünülmektedirler.

Hem eğitim yöneticileri hem de medya mensupları; televizyon, gazete gibi medya yayınlarının ilköğretim çağı çocukları için daha çok görsel bilgi yüklü olup çocuğun örgün bilgi birikimine değil çocuğun gelişimine katkıda bulunmayacak bilgi tüketimine yönelik olduklarını çoğunlukla kabul etmişlerdir. Ancak medya mensuplarının kabul ediş oranının eğitim yöneticilerinininkinden anlamlı derecede daha yüksek olması, araştırmanın en önemli bulgularından biridir. Gülsüm Göktürk,

“Medyanın Çocuk Eğitimindeki Rolü ve Türkiye Çocuk Dergisi Örneği” (2001) isimli doktora tezinde medyanın üstlenmiş olduğu işlevlerden biri olan sosyal işlevi içerisindeki eğitim işlevinin yeterine getirilmesinin yeterli olmadığını belirtmektedir. B. Çaplı çocuğun etkilendiği odaklar arasında televizyon geldiğini söyleyerek Postman’ın şu satırlarını aktarmaktadır. Gelişmiş toplumlarda çocukların iletişim araçlarına yetişkinler kadar hızlı ve doğrudan erişim olanaklarına sahip olmaları ile ilgilidir görüşü “çocukların yok oluşu” kavramıyla açıklamaktadır (N. Postman’dan aktaran: B. Çaplı, 2002, s.185-186).

Medya kurumlarının çocuklar için yayın hazırlarken pedagojik yardım almaları ve bilgi toplumu oluşturma konularına önem vermeleri konusundaki düşünce ve görüşler, eğitim yöneticisi veya medya mensubu olma özelliğine göre değişim göstermektedir. Bu görüşe kesinlikle katılan eğitim yöneticilerinin sayısı, medya mensuplarınınkinden daha yüksek düzeydedir. Medyanın okulun pedagojik özelliğini değerlendiremediği düşünülmektedir. medyanın kendi örgütsel, kurumsal ve kurumlar arası ilişkilerinde pedagojik formasyona sahip uzmanlar bulundurulması önemlidir.

İletişim okul ve fakültelerinde eğitim program ve yayınlarına dair müfredatın güçlendirilmesine yönelik olarak açığa çıkan düşünce ve görüşler, her ne kadar olumlu yönde olsalar da, eğitim yöneticisi veya medya mensubu olma özelliğine göre değişim göstermiştir. Bu değişim çoğunluk eğitim yöneticilerinin lehine olmuştur. Medya mensuplarının, iletişim fakültelerindeki eğitim programları ve yayınlarının müfredatlarının zenginleştirilmesi düşüncesine yönelik olarak eğitim yöneticilerinden daha yüksek bir oranda çekimser kalması, eğitim konularına karşı duyarsız oluşlarının bir sonucu olabilir.

İlköğretim okul yöneticileri ve eğitim yöneticilerinin çocuğun korunması açısından medya yayınlarını gözleyerek yararlı ve zararlı gördükleri hususları medyaya veya medya üst kurullarına bildirmeleri konusunda eğitim yöneticileri ve medya mensupları birbirine eşit düzeyde olumlu görüş bildirmişlerdir.

Araştırma kapsamında kullanılan okul-medya ilişkilerine yönelik olarak hazırlanan anketin dokuz ile on altıncı maddeleri medyadan faydalanma alt başlığı

altında toplanmıştır. Eğitim yöneticilerinin okul-medya ilişkisi bağlamında, medyadan faydalanma alt başlıklarındaki olumlu görüşleri çoğunluk medya mensuplarından anlamlı derecede daha yüksek düzeydedir. Eğitim fakültelerindeki medya derslerinin müfredatlarının zenginleştirilmesi, okul yöneticilerinin medya konusunda ortak toplantılar yapmaları, ilköğretim okullarında medya kriz planının uygulanması konularında olumlu görüşler her iki grup için eşit düzeyde olsa da, medya mensuplarının çekimserlik değerlerinin yüksekliği ilgi çekici bulunmuştur. Bu sonuç, okul medya ilişkilerine yönelik medyadan faydalanma özelliğinde medya mensuplarının bilgi yetersizliğine sahip oldukları şeklinde yorumlanmıştır. 657 sayılı Devlet Memurları Yasa'sının getirdiği bir sınırlama vardır (M. Kazancı, 2004, s.89). Bu yasanın 15. maddesine göre “Devlet memurları, kamu görevleri hakkında basına, haber ajanslarına ve radyo televizyon kurumlarına bilgi ve demeç veremezler. Bu konuda gerekli bilgi ancak bakanın yetkili kılacağı görevli tarafından verilebilir” (R.Özmen, 2002, s.37). Devlet memurları kanununun 125-D/g maddesinde disiplin cezalarının çeşitleri ile ceza uygulanacak fiil ve haller şöyledir: Kademe ilerlemesinin durdurulması maddesine göre “Yetkili olmadığı halde basına, haber ajanslarına ya da radyo ve televizyon kurumlarına bilgi ve demeç vermek” kademe ilerlemesinin durdurulması ile cezalandırılır. Bu durumda memurun bulunduğu kademedeki ilerlemesi 1-3 yıl durdurulabilir (R.Özmen, 2002, s,107-108). Bu nedenle medya mensupları okulla ilgili bilgi alışverişinde bulunabilmesi için okul yöneticisinin yukarıdaki yöntemleri uygularken öncelikle gerekli yazışmalar yapılarak izin alması gerekmektedir. Bu prosedür zaman sorunu olan medya mensupları için önemli bir problem olduğu anlaşılmaktadır. Okul yöneticilerinin ise medyaya izin almadan bilgi vermekten kaçındıkları düşünülmektedir.

Eğitim yöneticilerinin çocuklara yönelik yayınları izleyerek, bunların yarar ve zararlarını medya üst kurullarına bildirmeleri konusunda, medya mensupları ile eğitim yöneticilerinin görüşleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Elde edilen bu sonuca göre, medya kurumlarının çocuklar için yayın hazırlarken kendi meslek hedeflerini ön plânda tutmaları konusundaki düşünceler, eğitim yöneticisi veya medya mensubu olma özelliğine göre değişim göstermektedir. Bu görüşe katılan eğitim yöneticilerinin sayısı, medya mensuplarınınkinden daha

yüksek düzeydedir. Dolayısıyla medya mensupları içinde de bu karara katılmayanların yüzdesi de eğitim yöneticilerinden daha yüksektir.

Medya eğitim yazarlarının, eğitim haberlerini hazırlarken hem medya hem de pedagoji etiğine dikkat ettikleri konusunda, eğitim yöneticileri ve medya mensuplarının farklı görüşleri bulunmaktadır. Eğitim yöneticilerinin konuya ilişkin görüşleri daha olumsuz iken, medya mensuplarında olumlu görüş ağır basmaktadır. Ancak medya mensuplarının kendi içlerinde de olumlu ve olumsuz görüş açısından belirgin farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılığın nedeni medya mensuplarının çalıştıkları kuruma bağlı olabilir.

Hem eğitim yöneticileri hem de medya mensupları ilköğretim okulları öğrencilerinin medya yayınları ile ilgilendikleri konusunda olumlu düşünce içinde ve hemfikirdirler. Ancak bu konu hakkında medya mensuplarının kararsızlık görüşlerinin eğitim yöneticilerinkinden anlamlı derecede daha yüksek olması, konu hakkında yeterli bilgilerinin bulunmadığını akla getirmektedir.

İlköğretim çağı çocuklarının medya yayınları içinde çoğunluk eğitim içerikli yayınları takip etmesi konusunda eğitim yöneticileri de medya mensupları da olumsuz görüşe sahiptirler. Ancak düşük düzeyde olsa da, eğitim yöneticileri, medya mensuplarından daha fazla iyimser bakış sahip olmuşlardır.

İlköğretim çağı çocuklarının medyadaki program akışı konusunda bilgi düzeyleri konusunda hem medya mensupları hem de eğitim yöneticileri olumlu yönde görüş birliği içinde bulunmaktadır. Az da olsa eğitim yöneticileri çocukların yayın akışını bilme konusunda, medya mensuplarından daha fazla olumsuz görüşleri bulunmaktadır. Yine medya mensuplarının kararsızlık görüşlerinin eğitim yöneticilerinkinden anlamlı derecede daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu konuları yöneticilerin bilmesi gerektiğini düşünmektedirler. Medya mensupları okulla ilgili bilgi eksikliğine sahiptirler.

Televizyon, gazete gibi medya yayınlarının ilköğretim çağı çocuklarını etkilediği konusundaki görüşe hem medya mensupları hem de eğitim yöneticileri yüksek bir katılım göstermişlerdir. Bunun dışındaki katılım derecelerinde bazı küçük

yüzde farklılıkları bulunmaktadır. Eğitim yöneticilerinin etkilemediğini kabul etme yüzdesi, medya mensuplarından daha yüksek düzeydedir.

Medya mensubu ya da eğitim yöneticisi olma özelliğine göre, ilköğretim okullarındaki etkinliklere medyanın gerekli ilgiyi göstermesine ilişkin görüşler değişim göstermiştir. Olumlu görüşler açısından anlamlı farklılıklar bulunmazken, kararsızlık ve olumlu katılım konusunda iki grup arasında farklılıklar söz konusudur. Kararsızlıkta medya mensupları, olumlu görüşte ise eğitim yöneticileri lehine farklılıklar bulunmaktadır. F. Özmen ve H. Harkı "Denizli ilindeki ilköğretim ve ortaöğretim okullarının çevresiyle bütünleşebilme düzeyleri" adlı çalışmada "yerel basın ve yayın kuruluşlarının desteği alınmalıdır" önerisinde bulunmuşlardır (F. Özmen ve H. Harkı 2005, s.172). Okullarımızın bu desteği alabilmesi için okul yöneticileri ile medya mensupları arasında ortak bir platform oluşturulmalıdır.

Medyanın etkileri ana başlığı altında toplanan bilgiler özetlenirse; hem eğitim yöneticileri hem de medya mensuplarının, medyanın çocuklar üzerinde etkilerinin bulunduğunu kabul ettikleri görülmektedir. Ortak görüşlere göre, çocuklar medya yayınlarını yakından takip etmekte, yayın akışları konusunda bilgi sahibi olmada, beceri sahibidirler. Medya yayınlarının çocuklar üzerinde etkileri bulunduğu konusunda ortak olumlu görüşe sahiptirler. Ancak çocukların medya organlarındaki eğitim yayınlarını izlemeleri konusuna katılım düzeyleri daha düşük düzeyde olmuştur. Çocuklar üzerinde medyanın etkileri konusunda yeterli bilgi sahibi olmama, medya mensuplarında azımsanmayacak kadar yüksek düzeydedir. Medya organlarının eğitim yayınlarını hazırlarken eğitim etiğine dikkat ettikleri konusunda, eğitim yöneticilerinin çekinceleri bulunmaktadır. Yine eğitim yöneticileri, medyanın ilköğretim okulları etkinlikleri ile medyanın yeterince ilgilenmediği konusundaki görüşleri belirgindir.

Görüldüğü gibi okul yöneticileri ile medya mensupları arasında bilgi alışveriş eksikliği bulunmaktadır En kısa zamanda acilen okul yöneticileri ve medya mensupları bir araya gelerek eğitime dair çocuk adına toplantılar gerçekleştirmelidirler.

Araştırmanın ikinci amaç cümlesi “ilköğretim özel ve resmî okul yöneticilerinin sahip oldukları çeşitli demografik, meslekî ve görev özellikleri ile onların Okul-medya ilişkisine yönelik düşünce ve algıları (medya eğitimi -yeterliliği, medyadan faydalanma, medyanın etkileri) birbirine bağımlı mıdır?” şeklinde ifade edilmişti. Bu bağlamda ilk olarak görev yapılan okul türü değişkeni temel alınmış ve okul-medya ilişkileri hakkındaki görüşleri karşılaştırılmıştır.

Özel ya da resmî ilköğretim okulu yöneticisi olma özelliğine göre “okul gibi eğitim kurumlarının kendi medya organları olmalıdır (medya ekonomisi)” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Resmî okullarda çalışan yöneticiler, “okulların kendi medya organları olmalıdır” görüşüne, özel okullarda yöneticilik yapan meslektaşlarından daha fazla inanmaktadırlar.

Özel ya da resmî ilköğretim okulu yöneticisi olma özelliğine göre “ilköğretim okullarında bilinçli medya malzemeleri ve sistemleri bilinçli olarak kullanılmaktadır” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Özel okullarda çalışan yöneticiler, bilinçli medya kullanımı görüşüne, resmî okullarda yöneticilik yapan meslektaşlarından daha fazla inanmaktadırlar.

Hem resmî hem de özel okul yöneticileri, öğrencilerin medyadaki eğitim programları ile ancak eğlenceli oldukları takdirde ilgilendiklerini açıklamışlardır. Konu hakkında eşit görüşe sahiptirler.

Özel ya da resmî ilköğretim okulu yöneticisi olma özelliğine “medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı (sivil toplum örgütü gibi) ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermemektedir.

Eğitim yöneticilerinin, medya yayınlarının çocukları yalnızlığa itebileceği konusuna ilişkin endişeleri, onların çalıştıkları okul türüne göre değişim göstermemiştir.

“İlköğretim öğrencileri için medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları öğretmen ve diğer öğrenci arkadaşlarının katılımı ile desteklenmelidir”

ifadesine resmî ve özel okul yöneticilerinin olumlu katılım özelliği birbirine yakın olmuştur.

“Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır” ifadesine resmî ve özel okul yöneticilerinin olumlu katılım özelliği birbirine yakın olmuştur.

Eğitim yöneticilerinin, çalıştıkları okul farkı olmadan ilköğretim okullarında medya dersinin bulunmasının öğrencileri daha fazla bilinçlendireceği konusundaki düşüncelerinin olumlu olduğu anlaşılmaktadır.

Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre özel ve resmî okullarda görev yapan yöneticilerinin çoğunluğunun medya konusundaki müfredatların zenginleştirilmesini istedikleri anlaşılmaktadır.

İlköğretim okullarının medya kriz plânının bulunması ve uygulanması konusundaki düşünce ve algılar, özel ve resmî ilköğretim kurumlarında görev yapan yöneticilere göre değişim göstermektedir. Özel okullarda görev yapan yöneticilerin konu hakkındaki olumsuz görüşleri, resmî okullarınkinden daha düşük düzeydedir.

“Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için daha çok görsel bilgi yüklü olup çocuğun örgün bilgi birikimine değil çocuğun gelişimine katkıda bulunmayacak bilgi tüketimine yöneliktir” ifadesinde, özel ve resmî okullarda görev yapan yöneticiler benzer olumlu görüş içindedirler.

Hem resmî okul yöneticileri hem de özel okul yöneticileri; televizyon, gazete gibi medya kuruluşlarının ilköğretim çağı çocukları için program yaparken (seçerken) eğitim uzman ve kurumlarından da yardım alarak pedagoji ve bilgi toplumu oluşturmak konularına özen göstermeleri düşüncesine çoğunluk katılmışlardır.

İletişim okul ve fakültelerinde eğitim program ve yayınlarına dair müfredat programlarının güçlendirilmesi görüşüne resmî okul yöneticileri ile özel okul yöneticileri benzer olumlu katılım göstermişlerdir.

“İlköğretim okul yöneticileri ve eğitim yöneticileri çocuğun korunması açısından medya yayınlarını gözleyerek yararlı ve zararlı gördükleri hususları medyaya veya medya üst kurullarına bildirmelidirler” ifadesine hem resmî hem de özel okul yöneticileri eşdeğer yüksek katılım göstermişlerdir.

Resmî ve özel okullarda görev yapan yöneticilerin; ilköğretim çağındaki çocukların televizyon ve gazete gibi medya yayınları ile ilgileri konusundaki görüş ve düşünceler genel olarak olumlu yöndedir ve birbirine yakındır.

İlköğretim çağı çocuklarının medya yayınları içinde en fazla eğitim içerikli yayınları takip etmesi konusundaki düşünce ve algılar; özel ve resmî ilköğretim kurumlarında görev yapan yöneticilere göre değişim göstermektedir. Özel okullarda görev yapan yöneticilerin konu hakkındaki olumsuz görüşleri, resmî okullarınkinden daha yüksek düzeydedir.

Televizyon, gazete gibi medya yayınlarının ilköğretim çağı çocuklarını etkilediği konusundaki görüşe hem resmî okul yöneticileri hem de özel okul yöneticileri yüksek bir katılım göstermişlerdir.

Resmî ya da özel okul yöneticisi olma özelliğine göre, ilköğretim okullarındaki etkinliklere medyanın gerekli ilgiyi göstermesine ilişkin görüşler genel olarak olumsuz yöndedir ve aralarında değişim göstermemiştir.

Eğitim yöneticisi veya yardımcısı olma özelliğine göre “ilköğretim okullarında medya kullanımı dersi çocukları bilinçli medya kullanıcısı haline getirebilecektir” ve “eğitim fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medya konularına dair müfredat güçlendirilmelidir” ifadelerine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Eğitim yöneticileri, ilköğretimde medya dersinin olmasının, medyaya ilişkin çocukları daha fazla bilinçlendireceği ve eğitim fakültelerindeki müfredat programlarının zenginleştirilmesi konusundaki düşünceleri, yardımcılarınınkinden anlamlı derecede daha yüksek düzeydedir. Okul-medya ilişkileri anketinin bu iki maddesi dışındaki maddelerinde görev türü değişkenine göre anlamlı bir bağımlılık görülememiştir. Bu nedenle hem eğitim yöneticilerinin hem de yardımcılarının, konu hakkında benzer görüşlere sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Erkek ya da bayan eğitim yöneticisi olma özelliğine göre “ilköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim programları ile eğer bunlar eğlenceli olurlar ise yakından ilgilenmektedirler” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermiştir. Ancak bayan yöneticilerin görüşe kabul oranları, erkek meslektaşlarından daha yüksek düzeydedir.

Kadın ya da erkek eğitim yöneticisi olma özelliğine göre, “okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Erkek eğitim yöneticilerinin, kendi aralarında medya konusunda bilimsel toplantılar yapma düşüncesine verdikleri değer, kadın yöneticilerden anlamlı derecede daha yüksek düzeydedir.

Medya kurumlarının çocuklar için yayın hazırlarken pedagojik yardım almaları konusundaki düşünceler, kadın ya da erkek eğitim yöneticisi olma özelliğine göre değişim göstermektedir. Bu görüşe kesinlikle katılan kadın eğitim yöneticilerinin sayısı, erkek meslektaşlarınınkinden daha yüksek düzeydedir.

Medya eğitim yazarlarının, eğitim haberlerini hazırlarken hem medya hem de pedagoji etiğine dikkat ettikleri konusunda, kadın ve erkek eğitim yöneticilerinin görüşleri arasında az da olsa anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Kadın ve erkek eğitim yöneticileri, adı geçen bu düşüncüyü çoğunluk kabul etmemiştir. Ancak bayan yöneticiler içinde çekimser kalanların yüzdesi, erkeklerden daha yüksektir.

İlköğretim çağı çocuklarının medyadaki program akışı konusundaki yüksek bilgi düzeyini kabullenme derecesi, cinsiyet değişkenine göre değişim göstermiştir. İlköğretim çağı çocuklarının medyadaki program akışı konusunda bilgi düzeylerinin yüksekliği düşüncesine kadın eğitim yöneticileri, erkek meslektaşlarından daha yüksek bir katılım göstermiştir.

Elde edilen bu sonuçlara göre kadın eğitim yöneticilerinin okul-medya ilişkileri konusunda daha olumsuz görüşe sahip oldukları anlaşılmaktadır. Erkek yöneticiler ise kadın meslektaşlarına göre daha ılımlı görüşler ortaya atmaktadırlar. Elde edilen

bu görüşe göre kadın yöneticilerin eğitim konusunda daha idealist olma olasılıkları farklılık yaratabilir.

Yukarıda adı geçen bu anket maddeleri dışındakiler için cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir değişim elde edilememiştir.

İlköğretim okulu yöneticisinin kıdem özelliğine göre “Medyanın farklılaştırılmış bireyci ve tüketici sosyal politika yaklaşımı (sivil toplum örgütü gibi)' ile 'okulun tek tip bireyci ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temelinde bağdaştırılabilir” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Yöneticilerin kıdem yılı arttıkça, adı geçen düşünceye katılım özellikleri artış göstermiştir.

İlköğretim okulu yöneticisinin kıdem özelliğine göre “Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Kıdem yılı 11-15 yıl arasında olan eğitim yöneticilerinin katılım düzeyi yüksek olmakla beraber, diğerleri içinde anlamlı düzeyde daha düşük katılım ve dolayısıyla da daha yüksek reddediş göstermişlerdir. Kıdemi en düşük olan yöneticilerde ise çekimserlik yüzdesinin yüksek olması, yeterli deneyim sahibi olmama özelliği ile açıklanabilir.

“Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim çağı çocukları için daha çok görsel bilgi yüklü olup çocuğun örgün bilgi birikimine değil çocuğun gelişimine katkıda bulunmayacak bilgi tüketimine yöneliktir” ifadesine verilen cevaplarla yöneticilerin meslek kıdemi arasında bağımlılık anlamlıdır. Adı geçen konu hakkında kıdem yılı farklı olan yöneticilerin görüşleri değişim göstermektedir. Kıdem yılı en düşük düzeyde olan yönetici grubunda, kararsızlık yüzdesi, diğer gruplardan daha yüksektir. Adı geçen görüşe katılmama yüzdesi de daha yüksektir. Bu sonuçlara göre kıdem yılı az olan daha genç yöneticiler, diğer meslektaşlarından daha yüksek düzeyde medyanın çocukların örgün bilgi birikimine katkıda bulunduğunu ifade etmişlerdir. Medyanın çocuk gelişimine olumsuz yönde etkilediğini ve onları bilgi tüketimine yönelttiğini kabul etme özelliği, en yüksek düzeyde kıdemi 11-15 yıl arasında yöneticilerde bulunmaktadır.

İlköğretim okulu yöneticisinin kıdem özelliğine göre “Medyada eğitim programı yapımcıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler.” ifadesine katılım düzeyi değişim göstermektedir. Kıdem yılı 11-15 yıl arasında olan eğitim yöneticilerinin katılım düzeyi, diğerleri içinde anlamlı düzeyde daha düşük katılım ve dolayısıyla da daha yüksek reddediş göstermişlerdir. Kıdemi en düşük olan yöneticilerde ise çekimsellik yüzdesinin yüksek olması, yeterli deneyim sahibi olmama özelliği ile açıklanabilir. Ancak kıdemi en yüksek düzeyde olan yöneticilerde de olumlu yönde katılım yüksek olmuştur. Kıdem yılı ortalama bir düzeye ulaştığında eğitim yöneticilerinin medya okul ilişkileri konusunda daha karamsar bir tablo çizdikleri görülmektedir.

İlköğretim çağı çocuklarının medya yayınları içinde en fazla eğitim içerikli yayınları takip etmesi konusundaki düşünce ve algılar; kıdem yılı farklı olan yöneticilere göre değişim göstermektedir. Kıdem yılı beş yıldan az ve 6-11 yıl arasında olan yöneticilerin olumsuz görüşleri, anlamlı derecede daha yüksektir. Kıdem yılı arttıkça, adı geçen görüşü kabullenme oranı yine düşük düzeyde olmakla birlikte, diğer gruba göre daha yüksek düzeydedir.

“İlköğretim çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarının program akışını (düzenini) çok yakından bilmektedirler” konusundaki düşünce ve algılar; kıdem yılı farklı olan yöneticilere göre değişim göstermektedir. Kıdem yılı 6-11 yıl arasında olan yöneticilerin olumlu görüşleri, anlamlı derecede daha yüksektir. Kıdem yılı arttıkça, adı geçen görüşü reddetme oranı yine düşük düzeyde olmakla birlikte, diğer gruba göre daha yüksek düzeydedir.

“İlköğretim okullarında bilinçli medya malzemeleri ve sistemleri bilinçli olarak kullanılmaktadır”, “televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır”, “ilköğretim okulları etkinliklerini medyaya düzenli ve düzgün şekilde (halkla ilişkiler ve okul aile birlikleri) bildirmektedirler” ve yöneticilerinde “televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenmektedir” ifadeleri için okullarında halkla ilişkiler ofisi bulunan ve bulunmayan yöneticiler birbirlerinden farklı görüşler ortaya atmışlardır. Okullarında halkla ilişkiler birimi olan yöneticiler, olmayanlardan daha yüksek düzeyde, medya malzemelerinin daha

bilinçli kullanıldığını, medyanın ilköğretim okulları için özel yayınlar hazırlamalarını gerektiğini, ilköğretim okullarının etkinliklerini, medyaya düzenli olarak verildiğini ve ayrıca savunmuşlardır. Yine okullarında halkla ilişkiler birimi olan yöneticiler, olmayan yöneticilere göre medyanın okul etkinlikleri ilgilenme düzeyini daha düşük algılamışlardır.

Bu sonuçlar, okullarında halkla ilişkiler odası bulunan yöneticilerin bu konuya karşı daha sıcak bakmalarına, medyayla ilişkilerinin önemine dair olumlu görüş bildirmelerine yol açmaktadır. Halkla ilişkiler departmanı oluşturmaları, medya ilişkilerine önem verdikleri ve medyada yer almak istedikleri sonucunu düşündürmektedir. Bundan dolayı medyanın okul etkinlikleriyle ilgilenme düzeyini düşük bulmakta daha fazla ilgilenmesini istemektedirler.

Okullarında halkla ilişkiler odası bulunduran yöneticiler etkinliklerinin düzgün ve düzenli bir şekilde medyaya bildirdikleri için okullardan medyaya düzenli haber akışı olduğunu düşünmektedirler. Halkla ilişkiler odası bulundurma özelliği, medyanın öneminin kavrandığını ve medyada daha fazla yer alma isteğini göstermektedir. Bundan dolayı medyanın okullarla ilgilenme düzeyini ve medyada fazla yer almamalarını eleştirmektedirler.

5.2. Öneriler

Bilgi çağında her alanda olduğu gibi eğitim alanında da hızlı değişimler yaşanmaktadır. Bu hızlı değişimlere okul her yönüyle hazırlanmak zorundadır. Bunu gerçekleştirecek olan ise okulu yöneten yöneticidir.

Okulların bilginin yeni biçimlerde üretilmesi ve dağıtılması esaslarına göre yeniden yapılandırılması gerekmektedir. Bu çerçevede okullar hem bilgi üretir hale gelmeli hem de bilgiyi dağıtmalıdır. Bilginin üretiminin ve dağıtımının geliştirilebilmesi için başvurulacak en etkili yollardan birisi kütüphanelerin geliştirilerek, gazete ve dergi alınması sağlanmalıdır.

Bu konuda üniversitemizde yapılacak araştırmalara ciddi bir şekilde ihtiyaç vardır. Burada amaç çocuğa en iyi eğitimi verip topluma hazırlamaktır.

Okul ve medya ilişkileri sorunlar ve fırsatları açısından önce analiz edilmeli, birbirlerini destekleyecek şekilde yürütülmelidir.

Çocukla ilgili herkes üzerine düşen görevi yapmalıdır. Okuldaki eğitim-öğretim dışında öğrencilerin çevreden öğrendikleri göz önünde bulundurularak medyadan faydalanma zararlarından korunma ve çocukların yararına dönüştürme görevi eğitimcilerin, anne babaların ve medya mensuplarının görevidir.

Düşünülmesi gereken önemli bir konu eğitim ile medya arasında en verimli ilişkinin nasıl sağlanacağıdır. Bu nedenle okulların amaçlarını bilgi toplumunun bu yeni durumuna bir an önce göre uyarlamaları gerekmektedir.

(a) Okul Yöneticileri İçin Öneriler

- İlköğretim okullarının kendilerinin yayınladığı medya organları (gazete-dergi) olmalıdır.
- İlköğretim okullarında bilinçli medya malzemeleri ve sistemleri, yönetici, öğretmen ve öğrenci tarafından bilinçli olarak kullanılmalıdır. Yöneticilere ve öğretmenlere hizmet içi eğitim kursları verilmelidir.
- Millî Eğitim Bakanlığı ve Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) işbirliği ile ilköğretim okullarında pilot uygulaması 2006-2007 yılında yapılan “medya okuryazarlığı” dersinin çocukları bilinçli medya kullanıcısı haline getirebilmesi için bu ders müfredatına ait program içeriğinin oluşturulmasında içeriğin sınıf seviyelerine göre düzenlenmesi, hizmet içi eğitim seminerlerinin daha kapsamlı oluşturulması gerekmektedir.
- Öğretmenlerin medya okur yazarlığı seminerlerinde bu konuda çok iyi yetiştirilmesi, medyadaki çalışan uzmanlardan bu konuda destek alınması gerekmektedir. İletişim fakültesinden mezun olmuş kişilere pedagojik formasyon aldırarak, onlardan fayda sağlanmalıdır.

- Medya ve okul dünyalarını birbirlerine yakınlaştırma amacına yönelik olarak eğitim fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medya konularına dair müfredat güçlendirilmelidir.

- İlköğretim okulları, etkinliklerini medyaya düzenli ve düzgün şekilde, halkla ilişkiler ve okul aile birlikleri kanalıyla bildirmelidirler.

- İlköğretim okul yöneticilerinin diğer kriz plânları gibi (afet, deprem gibi) çevreyle ilişkilerde çıkan olası kriz durumları için de medya kriz plânı olmalıdır.

- İlköğretim okul yöneticileri ve eğitim yöneticileri, medya yayınlarını gözleyerek yararlı ve zararlı gördükleri hususları, medyaya ve medya üst kurullarına bildirmelidirler. Medyanın olası zararlarından çocuğu korumalıdır.

- Okulun bir görevi de aileyi eğitmektir. İlköğretim çağındaki çocuklarını medya organlarının yayınlarının olası olumsuz etkilerinden korumaları için aile bilinçlendirilmelidir. Okul tarafından uzman kişilerce ebeveyn seminerleri verilmelidir.

- Okuldaki eğitim programlarının çocuk açısından psikolojik, fiziksel ve duygusal açıdan doyuruculuk özelliği olmalıdır. Öğrencilerin yaratıcı yenileştirici güçlerini ortaya çıkararak, bunları uygulamaya dönüştürecek şekilde oluşturmalarıdır. Okulun kendini eğitim araç gereçleri kitle iletişim araçları ile yenilemesi gerekmektedir.

- Eğitim programları bilgi çağının gerektirdiği şekilde yeniden düzenlenmeli, kitle iletişim araçlarının kişiye sunduğu sayısız bilgiyi, mesajı öğrencinin eğitim amacıyla yararlanmasının nasıl gerçekleştirileceği üzerinde durulmalıdır. Bu nedenle de okul kütüphaneleri güncel ve işlevsel hale getirilmeli okulda spor olanakları sağlanmalıdır.

- Her okul kendi okulunun özelliklerine ait genel amaçlar çerçevesinde özel amaçlar geliştirmelidir. Öğretmen yetiştiren programlarda hizmet içi eğitim seminerlerinde kitle iletişim araçlarının kullanımına ilişkin dersler verilmelidir. Kitle iletişim araçları okula rakip (tehdit) değil destek olmalıdır.

- Okul yönetimi veli ile birlikte öğrencinin yaşına uygun ve güvenli olan internet sitelerinin adreslerini belirlemelidir.

- Eğitim kurumlarına düşen görev, çocuklara demokratik kültür ve iletişim modeli oluşturmayı öncelikli hedef olarak belirlemek, medyayı doğru okumalarını sağlamaktır.

- Çocukların bakış açıları araştırmaya yöneltilmelidir. Sanalla gerçeği ayırma öğretilmelidir.

- Çocukların medya içeriğine üretim yoluyla katkı sağlamaları da teşvik edilmelidir.

- Okul yöneticileri ve öğretmenler, velilerle birlikte, üst düzey televizyon yetkililerine, yöneticilere ve haber konseylerine başvurarak, televizyondaki şiddet konusunda tepki vermelidirler.

- Her yöneticinin alanıyla ilgili gelişmelerden haberdar edilmesi için medyadan yararlanması teşvik edilmeli, periyodik bültenler yayınlanmalıdır.

- Her yöneticiye alanıyla ilgili bilimsel yayın yapabilme, yazılı ve görsel ürünler ortaya koyabilme yeteneği kazandırılmalıdır.

- Yöneticilerin iletişim becerileri ve medya konusunda düzenlenen hizmet içi eğitim programlarına katılmaları sağlanmalıdır.

- Okul yöneticilerinin, medyayla kurdukları iletişim becerilerini istenilen düzeye çıkarmak amacıyla okulda, çeşitli sosyal etkinliklere (informal toplantılar, bir proje üzerinde ortaklaşa çalışma gibi) yer verilmelidir

- Okulların kurumsal yapısında (1) halkla ilişkiler uzmanının, (2) medya okur-yazarlığı öğretmeninin ve (3) kütüphane ve araç-gereç öğretmenin ayrıca olması gerekmektedir.

- Eğitici televizyon yayınlarının olumlu toplumsal sonuçlar doğurabilmesi için, bu yayınların hazırlanması ve sunumunda, öğrenme-öğretme kuramlarının ve bu

kuramlar doğrultusunda yapılan araştırmaların sonuçlarının dikkate alınması gerekmektedir.

- Doğrudan eğitici özellik taşımayan programların yayın içeriklerinde, yayın saatlerinde çocuklara en uygun olabilecek ve onların ruhsal gelişimlerine zarar vermeyecek düzenlemeleri gerçekleştirmek ilke edinilmelidir.

- Okul çocuğa medyayı anlamak ve medya üreticisi olabilmek için fırsat vermeli.

- Okuldaki yönetici ise çevreye kapılarını kapatan değil çevreyle ilişki kuran yönetici olmalıdır.

(b) Medya Mensupları İçin Öneriler

- Eğitim ve iletişim çalışmalarını çoğaltılmalıdır. Okul ve medya işbirliği içinde olup birbirini desteklemelidir. Medya ve okul “medya aracılığı ile öğrenme” temelinde bağdaştırılabilir.

- Televizyon ve gazete gibi medya yayınlarında, eğitim programları ilköğretim çağındaki çocuklar için daha eğlenceli hale getirilmelidir.

- Medya organları (televizyon, gazete gibi) ilköğretim okullarında kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlamalı, sistemler kurmalıdır.

- Medya ve okul dünyalarını birbirlerine yakınlaştırma amacına yönelik olarak İletişim okulları ve fakültelerinde eğitim program ve yayınlarına dair müfredat güçlendirilmelidir.

- Medya ve okul yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler.

- Televizyon ve gazete gibi medya organları, ilköğretim çağı çocukları için program yaparken eğitim uzman ve kurumlarından da yardım alarak pedagoji ve bilgi toplumu oluşturmak konularına özen göstermelidirler.

- Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenirken eğitim sistemini nasıl etkilediklerini düşünerek yayın yapmalıdırlar.

- Medya organları tarafından üretilen bazı medya malzemelerinin bilinçli hazırlanması gerekmektedir.

- Televizyon, gazete gibi medya yayınlarının ilköğretim çağı çocuklarını etkilediği düşüncesiyle medyada eğitim programı yapımcıları ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiğine ve pedagojik etiğe dikkat etmelidirler.

- Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilköğretim okullarındaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenmelidir.

- Medyanın eğitim işlevi olduğu unutulmamalıdır. Medya çalışanlarına dönem dönem eğitim üzerine kurslar düzenlenmelidir.

- Medya organları yayınlarında ilköğretimde okul-veli-öğrenci bağımlı desteklemeyi ve bu birliği zedelememeyi gözetmelidirler.

- Medya organları yayınlarında ilköğretim okullarının diğer toplumsal öğeler / guruplar ile bağımlı desteklemeyi ve bu birliği zedelememeyi gözetmelidirler.

- Medya, eğitime gereken önemi vermelidir. Gazetelerdeki eğitim sayfalarının sayıları çoğaltılmalı, eğitim sayfası olmayan gazeteler de ise sayfa oluşturulmalıdır. Eğitim haber ajanslarının kurulması ve eğitim muhabirlerinin artırılması ya da eğitim servislerinde görevli muhabirlerin sadece eğitim alanına bakmaları sağlanmalıdır. Eğitim sayfası magazin ve spor kadar gerekli ilgiyi ve desteği görmelidir. Kurumlar eğitime de yatırım yapmalıdırlar.

- Türkiye’de faaliyet gösteren bütün medya kuruluşları yaygın ilkelerinin uygulanıp uygulanmadığı konusunda iç denetimi sağlayacak bir sistem oluşturmalıdır. Bu sistem, medya içeriğinin çocuklar ile ilgili konular söz konusu olduğunda öneri geliştirebilecek danışma organları barındırmalıdır.

- Medya kuruluşları çocukların ve çocuk hakları sözleşmesinde yer alan maddelere dikkat etmelidir. Görevlerini tiraj ve reyting yüksek kaygıdan uzak tutarak gerçekleştirmelidir.

- Medya kuruluşları, ebeveyn, okuyucu, izleyici konseyleri oluşturmalıdır. Medya mensuplarına meslek içi eğitim seminerleri verilmelidir.

- Gazete, dergi, radyo, televizyon ve interneti kullanarak medya ortamında faaliyet gösterenler ürettikleri içeriğin yazdıkları yazının hazırladıkları programın öncelikle çocuklara ulaştığının bilinciyle ve sorumluluğu ile hareket etmelidirler.

- Medya kuruluşları okul haber ve programlarının yapılmasında eğitim muhabirliği ve programcılığın uzmanlık alanı olarak geliştirilmesini sağlamalıdır. Eğitim alanında çalışacak medya mensuplarına eğitim, psikoloji, pedagoji bilgi toplumu konularında eğitim alma ve kendini geliştirme imkânı sağlanmalıdır. Eğitimdeki uzman kişilerden ve akademisyenlerden destek alınmalıdır.

- Medya mensubuna, mesleğin kabulünde çocuğu korumaya yönelik bir taahhütname imzalamaları sağlanmalıdır.

- Medya okuryazarlığı dersinin, ana baba seminerleriyle de verilmesi sağlanmalıdır. Anne baba da bilinçli medya okur yazarı olmalıdır. Bu konuda programlar hazırlanmalıdır.

- Medya yayımlarında izleyici dinleyici okuyucuların arasında çocukların da olabileceği ihtimali göz önünde bulundurularak çocuklar üzerinde yaratacağı etkiler göz önünde bulundurulmalıdır.

- Medya deyince haber ve magazin medyacılığı akla gelmektedir. Okul faaliyetlerine ve öğrenmeye destek olan eğitim medyasının gereken önemin verilmesi ve güçlendirilmesi gerekmektedir.

- Eğitim açısından medya çalışanlarında pedagojik formasyon kazandırılmalıdır. Yasal değişikliklerle basım-yayım hizmetleri veren medya

kuruluşlarında eğitim muhabiri istihdam edilme zorunluluğu ile ilgili yasal değişiklik olmalıdır.

- Medyaya düşen görev, toplumun her kesimine uygun düşen eğitimsel program ve yayınlar hazırlamak, bunların toplumsal bütünlüğe, bireylerin bilinçlenmesine ve yaratıcılığına katkıda bulunmasına dikkat etmektir. Eğitimcilerle düşen görev ise kitle iletişim araçlarına her şeyden önce bir eğitim aracı gözü ile bakmak ve eğitimin amaçlarına göre onlardan yararlanmaktır.

(c) Araştırmacılar İçin Öneriler

Bu araştırmada, Türkiye’de ilk defa gerçekleştirilmesinden ve literatüre ışık tutma hedefinden dolayı, okul ve medya ilişkileri daha geniş alınmıştır. Araştırma bulgularının tek tek ve daha derin incelenerek okul ve medya ilişkisinin her boyutuna farklı çalışmalar olarak konu yapılmasında yarar görülmektedir.

Araştırmanın amacı okul ve medya ilişkiler olduğu için ilişki türlerine bakılmıştır. Okulun medyayla olan her ilişkisi (okulda medya eğitimi, çocuğun toplumsallaşmasında medyanın rolü=medyanın eğitim işlevi, okul halkla ilişkilerinin medyayla olan ilişkileri) başka araştırmacılar tarafından tek tek incelenmesi önerilmektedir.

Kuşkusuz araştırma konumuz olan ilköğretim okul yöneticiler dışındaki diğer yöneticiler ve öğretmenlerin de medyayla olan ilişkileri incelenebilir.

Okul haberleri ve medya ilişkisi çalışması yapılabilir.

Okul haberciliğinde etik değerler araştırılması gereken konular arasında sayılabilir.

KAYNAKÇA

- Adalet Bakanlığı, “Millî Eğitim Bakanlığı İlköğretim Kurumları Yönetmeliği”
<http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/21518.html> [Erişim:02.05. 2007].
- Akçal, İ., Kamu Kurumlarında Bilgi Yönetimi, *Akademik Bilişim Konferansı*, Pamukkale Üniversitesi, Denizli, 9-11 Şubat 2006,
<http://ab.org.tr/ab06/bildiri/18.doc> [Erişim: 31.07.2007].
- Akın, H.B., “2000 Yılına Doğru Bilgi Toplumu Üzerine Genel Bir Değerlendirme ve Bilgi Ekonomisinin Özellikleri”, 1999, www.bilgiyonetimi.org [Erişim: 15.06. 2007].
- Akman, Z., “Medya Okur Yazarlığı Dersi” Konulu Görüşme, İstanbul 11 Mayıs 2007.
- Aktan, C.C. ve Tunç, M., “Bilgi Toplumu ve Türkiye”, *Yeni Türkiye Dergisi*, Sayı: 19, Ocak- Şubat 1998, s.118-134.
- Akyüz, Y., *Türk Eğitim Tarihi*, Alfa Basım Yayım, İstanbul 2001.
- Alver, F. ve Gül, A.A., “Çocukların Medya Kullanım”, İ.Ü. İletişim Fakültesi (Ed.),
2. Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi Bildiri Özetleri Kitabı, Dilek Ofset, İstanbul 2005, s.267-282.
- Altun, A., *Gelişen Teknolojiler ve Yeni Okuryazarlıklar*, Anı Yayıncılık, Ankara 2005.
- Arvas, A.S., “Türkiye Çocuk Dergisi” Konulu Görüşme, İstanbul 08.05.2007.
- Aslan, M., “21. Yüzyılda Eğitim (Postmodern Çağda Eğitim)”, *Yeni Türkiye Dergisi*, Sayı: 19, Ocak- Şubat 1998, s.877-880.
- Asna, A., “Halkla İlişkiler”, *Sevk ve İdare Dergisi*, Sayı: 66, 1974, s.9-14.
- Asna, A., *Halkla İlişkiler Public Relations*, Sabah Kitapları, İstanbul 1997.
- Asna, A., *Kuramda ve Uygulamada Halkla İlişkiler*, Pozitif Yayınları, İstanbul 2006.

- Aydede, C., *Profesyonel Bir İlişki- Medya ve Halkla İlişkiler*, Rota Yayıncılık, İstanbul 2004.
- Aydın, M., *Eğitim Yönetimi*, Hatiboğlu Yayınevi, Ankara 1994.
- Aziz, A., *Radyo Televizyona Giriş*, Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları, Ankara 1982.
- Babat, A., “İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğünde Medyayla İlişkiler” Konulu Görüşme, İstanbul, 20.08.2007.
- Balcı, A., *Örgütsel Sosyalleşme*, PegemA Yayıncılık, Ankara 2000.
- Başaran, İ.E., *Örgütsel Davranış*, Ankara Üniversitesi Yayınları, Ankara 1982.
- Başaran, İ.E., *Türk Eğitim Sistemi ve Okul Yönetimi*, Ekinoks, Ankara 2006.
- Bauer, T.A., “Media Competence In Search of a Theoretical Framework”, **The International Association for Media and Communication Research (IAMCR) Conference**, Cairo, July 2006, http://profed-iamcr.cci.ecu.edu.au/pdfs/06_bauer_2.pdf [Erişim: 21.06.2007].
- Bilgili, C., *Medya Eleştirileri (Toplumsal Etkiler)*, Beta Yayım, İstanbul 2005.
- Binbaşoğlu, C., “Etkili Okul Kavramı ve Buna Etki Eden Bazı Etmenler”, *Çağdaş Eğitim Dergisi*, Sayı:185, Şubat 1993, s.22-28.
- Binbaşoğlu, C., *Türk Eğitim Düşüncesi Tarihi*, Anı Yayıncılık, Ankara 2005.
- BM, Kitle İletişim Araçlarının Barışın ve Uluslararası Anlayışın Güçlendirilmesine, İnsan Haklarının Geliştirilmesine ve Irkçılık, Apartheid ve Savaş Kışkırtıcılığı ile Mücadele Edilmesine Katkıda Bulunması ile İlgili Temel Prensipler Bildirgesi, 28 Kasım 1978, http://www.canaktan.org/hukuk/insan_haklari/yirminci-yuzyilda/kitle_iletisim.htm [Erişim: 26.07.2007].

- BM, Riyad İlkeleri- Çocuk Suçluluğunun Önlenmesine İlişkin Birleşmiş Milletler Yönlendirici İlkeleri, 14 Aralık 1990, <http://www.die.gov.tr/CIN/CIN-tr/Riyad.html> [Erişim: 20.07.2007].
- Bourdieu, P., *Televizyon Üzerine*, T. Ilgaz (çev.), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul 2000.
- Boz, H.A., “Kitle İletişim Araçları ve Suskunluk Sarmalı”, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, Cilt: 32, Sayı: 1-2, 1999, s.41-47.
- Brooks, C.E., *Practices and Perceptions in School-Media Relations in the Midwest*, Ph. D., Midwest. Iowa State University, Ames Iowa 1976.
- Budak, Y., “Kitle İletişim Araçları: Okula Tehdit Mi Destek Mi?”, *Eğitim Araştırmaları*, Eğirim Araştırmaları Dergisi, Sayı: 9, Ekim 2002, s. 18-23.
- Bursalıoğlu, Z., *Eğitim İdaresi*, Kalaba Yayınevi, Ankara 1967.
- Bursalıoğlu, Z., *Eğitim Yönetiminde Teori ve Uygulama*, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara 1978.
- Bursalıoğlu, Z., *Okul Yönetiminde Yeni Yapı ve Davranış*, Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları No: 28, Ankara 1972a.
- Bursalıoğlu, Z., *Okul Yönetiminde Yeni Yapı ve Davranış*, Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları No: 78, Ankara 1979.
- Bursalıoğlu, Z., *Okul Yönetiminde Yeni Yapı ve Davranış*, PegemA Yayıncılık, Ankara 2002.
- Bursalıoğlu, Z., “Okul Çevre İlişkisine Sistem Yaklaşımı”, *Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayın Komisyonu*, Cilt: 5, Ankara 1972b, s.75-80.
- Büyükkantarcıoğlu, N., “Bilgi Toplumu Oluşturma Bağlamında Türk Edebiyatı Dersleri Üzerine Düşünceler”, *Millî Eğitim Dergisi*, Ankara, 2006, s.119-132.

- Celkan, H.Y., *Eğitim Sosyolojisi*, Atatürk Üniversitesi Yayınları No: 64, Erzurum 1991.
- Cemal, A., “Eğitim Temeli Açısından İletişim”, *Yeni Türkiye Dergisi*, Cilt:12, Kasım-Aralık 1996, s.1367-1370.
- Cutlip, S.M., Center, A. H., Broom, G. M., *Effective Public Relations*, Prentice Hall, New Jersey 1994.
- Çaplı, B., *Medya ve Etik*, İmge Kitapevi, Ankara 2002.
- Çelik, V., “Bilgi Toplumunun Eğitim Sistemi ve Geleceğe Yönelik Eğilimler”, *Yeni Türkiye Dergisi*, Sayı: 19, Ocak- Şubat 1998, s.829-836.
- Çelik, V., *Okul Kültürü ve Yönetimi*, PegemA Yayıncılık, Ankara 2002.
- Çetin, M.Ö., *Örgütsel Vatandaşlık Davranışı*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 2004.
- Çetinkaya, T., “Bilgi Toplumunda Okul medya İlişkisi” Konulu Görüşme, İstanbul 25.08.2007.
- Çetinkaya, Y., “Bir Manipülasyon Aracı Olarak Medya”, *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi*, Sayı:57, Kasım 2004, <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/cetinkaya.htm> [Erişim: 26.07.2007].
- Çöklü, Y.E., Kitle İletişim Araçlarından Televizyon Kanalında Halkla İlişkilerin Konumu ve İşlevi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 1995.
- Demirkol, E., “Üniversitelilere 1 Milyar”, *Hürriyet*, 11 Mayıs 2001.
- Ensari, H. ve Gündüz, Y., *İlköğretim Okullarında Yönetim ve Kalite*, Morpa, İstanbul 2006.
- Erdoğan, İ., “Bilgi Toplumu Olmanın Gerektirdiği Eğitim Paradigması”, *Yeni Türkiye Dergisi*, Sayı: 19, Ocak- Şubat 1998, s.870-876.
- Erkal, M.E., *Sosyoloji (Toplumbilim)*, Der Yayınları, İstanbul 2005.

- Ertürk, Y.D., ve Gül, A.A., *Çocuğunuzu Televizyona Teslim Etmeyin- Medya Okur Yazarı Olun*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 2006.
- Fiske, J., *İletişim Çalışmalarına Giriş*, S. İrvan (çev.), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara 2003.
- Gani, V., “Medya ve Eğitim” *Yeni Türkiye Dergisi*, Cilt:12, Kasım- Aralık 1996, s.1363-1366.
- Gerbner, G., “Kitle İletişim Araçları ve İletişim Kuramı”, E. Mutlu (Ed.), *Kitle İletişim Kuramları*, s.75-100, Ütopya Yayınevi, Ankara 2005.
- Göktürk, G., “Geleceğimize İhanet”, *Yeni Türkiye Dergisi*, Sayı: 19, Ocak-Şubat 1998, s.802-804.
- Göktürk, G., Medyanın Çocuk Eğitimindeki Rolü ve “Türkiye Çocuk Dergisi Örneği”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2001.
- Güncüt, N., “Halkla İlişkiler Açısından Basınla İlişkiler”, *Sevk ve İdare Dergisi*, Sayı: 66, 1974, s. 27-30.
- Gürel, N., “Basında Sorumluluğun Çeşitleri”, *Yeni Türkiye*, No: 11, Eylül-Ekim 1996, s.253-259.
- Gürsel, M., *Okul Yönetimi (Kuramsal ve Uygulamalı)*, Eğitim Kitabevi, Konya 2003.
- Hesapçıoğlu, M., “Eğitim Fakültesinin Haklı Direnişi”, *Ankara Ekspres*, Nisan 1969, s.2.
- Hesapçıoğlu, M., *Öğretim İlke ve Yöntemleri, Eğitim Programları ve Öğretim*, Beta Yayın Dağıtım A. Ş., İstanbul 1994.
- Hesapçıoğlu, M., “Bilgi Toplumunda Eğitim ve Okulun Geleceğine İlişkin Düşünceler”, *Yeni Türkiye Dergisi*, Sayı: 7, Ocak- Şubat 1996, s.21-28.

- Hesapçioğlu, M., “Modernizmden Postmodernizme Eğitim Anlayışları ve Okulun Geleceği”, *Yeni T¼rkiye Dergisi*, Sayı: 19, Ocak- Şubat 1998, s.813-820.
- Hesapçioğlu, M., “Postmodern / K¼resel Toplumda Eğitim, Okul ve İnsan Hakları”, O. Oğuz, A. Oktay ve H. Aydın (Ed.), *21. Y¼zyılda Eğitim ve T¼rk Eğitim Sistemi*, Sedar Yayınları, İstanbul 2001, s.39-80.
- Hesapçioğlu, M., Bakioğlu, A. ve Baltacı, R., “ğretmen Eğitiminde Sorumluluk ve Akreditasyon”, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri (KUYEB)*, 1 / 1, Haziran 2001, s.143-160.
- Hesapçioğlu, M., “Okul, ‘New Public Management’ ve Toplam Kalite Yönetimi”, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri (KUYEB)*, 3 (1), Mayıs 2003, s.145-165.
- Hesapçioğlu, M., “Eğitim ve Okul Alanındaki Çağdaş Gelişmeler ve Bu Gelişmelerin Eğitim Yönetimine Yansımaları”, *Yaşadıkça Eğitim*, Sayı: 82, 2004, s.7-14.
- Hesapçioğlu, M., “Eğitim Nedir?”, *Cumhuriyet*, 30 Nisan 2004, s.2.
- Hesapçioğlu, M., “T¼rk Eğitim Sistemi’nde Paradigma Değişikliği: Davranışçılıktan Oluşturmacılığa Geçiş”, *Artı Eğitim*, Ocak 2005, s.25.
- İlal, E., *İletişim, Yığınsal İletim Araçları ve Toplum*, Der Yayınları, İstanbul 1995.
- İlgar, L., *Eğitim Yönetimi Okul Yönetimi Sınıf Yönetimi*, Beta Basım Yayım Dağıtım A. Ş., İstanbul 2000.
- Jefkins, F., *Public Relations*, Pitman Publishing, Londra 1989.
- Kara, H., “İnternet Medyacılığı” Konulu Görüşme, İstanbul, 12 Haziran 2007.
- Karagöz, S., “Atat¼rk ve Eğitim”, *Eğitim Hareketleri Dergisi*, Yıl:2, Sayı: 23, Kasım 1956, s.1-3.
- Karasar, N., *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 2004.

Kazancı, M., *Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler*, Turhan Kitapevi, Ankara 2004.

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Meslek İlkeleri, http://if.kou.edu.tr/akademik/hit_meslek_ilkeleri.htm [Erişim: 16.07.2007].

Kolay, Y., “Okul-Aile-Çevre İşbirliğinin Eğitim Sistemindeki Yeri ve Önemi”, Millî Eğitim Dergisi, Sayı: 164, Güz 2004, s.94-103.

Korkmaz, Y., Görsel Medyada Şiddet ve Toplumsal Yaşama Etkileri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 1997.

Kowalski, T.J., *Public Relations in Schools*, Prentice Hall, New Jersey 2004.

MacBride, S. Many Voices, One World, *UNESCO Report*, Paris 1980.

Mavigözlü, G., “Sevgi Ders Oldu”, Hürriyet, 25 Ekim 1999.

McQuial, D., *Kitle İletişim Kuramı*, A. H. Yüksel (çev.), Anadolu Üniversitesi, Kibele Sanat Merkezi, Eskişehir 1994.

McQuail, D. ve Windahl, S., *İletişim Modelleri*, K. Yumlu (çev.), İmge Kitabevi, Ankara 2005.

MEB, Talim ve Terbiye Kurulu ve RTÜK, *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu*, Ankara 2006.

MEB, 1739 Sayılı Millî Eğitim Temel Kanunu, <http://mevzuat.meb.gov.tr/html/88.html> [Erişim: 28.07.2007].

MEB, “Proje Tabanlı Öğrenme”, 2005, http://www.meb.gov.tr/belirligunler/internet_haftasi_2005/bt/proje_tabanli_ogrenme.htm [Erişim: 01.08.2007].

Memurlar.net, “Millî Eğitim Bakanlığı Yönetici Atama ve Görevde Yükselme Yönetmeliği”, <http://www.memurlar.net/haber/1283/> [Erişim: 15.05.2007].

- Memurlar.net, “Aday Memurların Yetiştirilmesine Dair Genel Yönetmelik”,
<http://www.memurlar.net/haber/40709/> [Erişim: 07.05.2007].
- Mora, N., “Kitle İletişimi ve Zihinsel Etkileşim”, 2006, <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/article.php?sid=6215> [Erişim: 26.07.2007].
- Mutlu, E., *İletişim Sözlüğü*, Ark Yayınevi, Ankara 1994.
- Okay, A. ve Okay, A., *Halkla İlişkiler ve Medya*, Kapital Medya A.Ş., İstanbul 2005.
- Oktay, M., *Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları*, Der Yayınları, İstanbul 1996.
- Önal, G., *Halkla İlişkiler*, Türkmen Kitapevi, İstanbul 2000.
- Öncül, R., *Eğitim ve Eğitim Bilimleri Sözlüğü*, Millî Eğitim Bakanlığı Yayınları, İstanbul 2000.
- Öymen, H. R., “Okul Kaçakçılığı mı Okul Boşluğu mu”, *Eğitim Hareketleri Dergisi*, Sayı:36, Aralık 1957, s.1.
- Özkan, R., Televizyonun Eğitimdeki Yeri ve Televizyon Dizilerinde Verilmek İstenen Mesaj, *Millî Eğitim*, Sayı: 162, Bahar 2004, s.45-56.
- Özmen, F. ve Harktı, H., “Denizli İlindeki İlköğretim ve Orta Öğretim Okullarının Çevresiyle Bütünleşebilme Düzeyleri”, *Millî Eğitim ve Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:165, Yıl: 32, s.162-176.
- Özmen R. *Devlet Memurları Kanunu*, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2002.
- Peltekoğlu, B. F., *Halkla İlişkiler Nedir*, Beta Basın Yayım Dağıtım, İstanbul 2004.
- Pira, A. G. ve Baytekin, E. P., *Halkla İlişkiler Neyi Nasıl Yapmalı*, Dönence Basım ve Yayın Hizmetleri, İstanbul 2007.
- Postman, N., *Televizyon Öldüren Eğlence*, O. Akınhay (çev.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2004.

- Ramazanoğlu, A.A., “Yönetici ve Halkla İlişkiler”, *Sevk ve İdare Dergisi*, sayı:66, 1974, s.17-24.
- Rogge, J.U., *Televizyon Video Delileri*, L. Çalışkan (çev.), Alfa Yayınları, İstanbul 1989.
- RTÜK, *İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları*, Kamuoyu Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı, Ankara 2006.
- RTÜK, “Akıllı İşaretler”, <http://www.rtukisaretler.gov.tr/RTUK/index.jsp> [Erişim: 28.07.2007].
- RTÜK, Akıllı İşaretler Kodlayıcı Uygulama Rehberi, ty. yyy.
- Sağlam, M., “Bilgi Çağında Eğitim”, *Yeni Türkiye Dergisi*, Sayı: 19, Ocak- Şubat 1998, s.794-797.
- Salı, M., “Kitle İletişim Araçlarının Gündem Oluşturma Fonksiyonu”, 2003, <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/article.php?sid=1911> [Erişim:26.07.2007].
- Soysal, Ö., “Düşünen Kent’i Yaratmak”, *Düşünceler*, Sayı: 21-22, 1995, s.2-6.
- Şahin, A.E., Eğitimle İlgili Temel Kavramlar, V. Sönmez (Ed.), *Eğitim Bilimine Giriş*, s. 1-24, Anı Yayıncılık, Ankara 2006.
- Şirin, R., *Televizyon Çocuk ve Aile*, İz Yayıncılık, İstanbul 1999.
- Taymaz, H., *Okul Yönetimi*, PegemA Yayıncılık, Ankara 2007.
- Tezcan, M., *Eğitim Sosyolojisi*, Zirve Ofset, Ankara 1994.
- Toptop, N., *Halkla İlişkilere Giriş*, Yargı Yayınevi, Ankara 2006.
- Töremen, F. ve Kolay, Y., “İlköğretim Okulu Yöneticilerinin Sahip Olması Gereken Yeterlilikler”, *Millî Eğitim Dergisi*, Ankara 2003, s.341-350.

- TRT, *Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu Genel Yayın Plânı*, 2007, <http://www.trt.net.tr/wwwtrt/devduyuru.aspx?did=441> [Erişim: 28.07.2007].
- TRT, Çocuğun Dünyası Program Tanıtımı, <http://www.trt.net.tr/wwwtrt/progdetay.aspx?kimlikid=28&tur=RD&saat=09:05&kanaladi=RADYO1&gunu=> [Erişim: 27.07.2007].
- Ural, E.G., *Stratejik Halkla İlişkiler Uygulamaları*, Birsen Yayınevi, İstanbul 2006.
- Uyguntürk, E., *Medyada Denetim ve Özdenetim, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 1999.
- Ülger, G., *Medyanın Kültür Oluşturma ve Toplumu Yönlendirmede Kalite Olgusunu Kullanması, Doktora Tezi*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2001.
- Vollbrecht, R., *Medienpädagogik*, R. W. Keck , U. Songuchs ve B. Freige (Ed.), *Wörterbuch Schulpädagogik*, Klinkhardt, Duesseldorf 2004.
- Yalçın, S., *Televizyon Reklamlarının Çocuklar Üzerindeki Etkileri (Reklamların Tüketimi Etkisi Üzerine Bir Araştırma)*, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara 2001.
- Yapıcı, Ş., *Bir Eğitim Aracı Olarak Televizyon ve Etkileri, Üniversite ve Toplum*, Cilt: 6, Sayı: 2, Haziran 2006, <http://www.universite-toplum.org/text.php3?id=272> [Erişim: 27.07.2007].
- Yavuzer, H., “Bilgi Toplumunda Okul ve Medya İlişkisi” konulu görüşme, İstanbul, 28.04.2007.
- Yavuzer, H., *Çocuk ve Suç*, Remzi Kitabevi, İstanbul 1994.
- Yavuzer, H., *Çocuğu Tanımak ve Anlamak*, Remzi Kitapevi, İstanbul 2003.
- Yenisafak, “Rıza Çalimbay’a Yenibosna İlköğretim Okulu’ndan Ödül”, <http://www.yenisafak.com.tr/0602s.27.html>, 02.06.2005.

- Yılmaz, N., “Cumhuriyet’e Işık Tutanlar”, *Cumhuriyet*, 25 Kasım 2003, s.9.
- Yılmaz, N., “Mef’in Proje Yarışması Sonuçlandı”, *Cumhuriyet*, 18.05.2004.
- Yılmaz, N. Ve Şen, Z. S., “Medya ve Okul İlişkisi”, Marmara Üniversitesi Eğitim Yönetimi ve Denetimi Yüksek Lisans Programı Eğitim Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar Ders Ödevi, Mayıs 2005.
- Yücel, İ.H., “Bilim Teknoloji Politikaları ve 21. Yüzyılın Toplumu”, 1997, <http://ekutup.dpt.gov.tr/bilim/yucelih/biltpo.html> [Erişim: 29.07.2007].
- Yüksel, E., “Medya Güvenlik Kurulu”, <http://home.anadolu.edu.tr/~eyuksel/MGK.pdf> [Erişim: 17.06.2007].
- Zipes, J., “Frankfurt Okulu ve Kültür Eleştirisi”, E. Mutlu (drl.), *Kitle İletişim Kuramları*, s.227-232, Ütopya Yayınevi, Ankara 2005.

EKLER

EK 1: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu 2007 Yayın Plânında Çocuklara ve Gençlere Yönelik Programlar ve Bu Programların Hedef ve İlkeleri (TRT, 28.07.2007).

Çocuklara Yönelik Programların Hedefleri

1. çocuğun, Atatürk ilke ve inkılâplarının temel unsurlarını kavramasına,
2. çocuğun, dil yeteneğinin gelişmesine, Türkçe'yi doğru ve güzel kullanmasına,
3. çocuğun, yurdunu, milletini ve tarihini tanınmasına, yurt, millet ve bayrak sevgisi ile vatandaşlık bilinci kazanmasına; millî birlik ve beraberlik duygularının güçlenmesine, irtica, terör ve bölücülüğe karşı bilinçlendirilmesine, millî kültür değerlerimizi benimsemesine,
4. toplum içinde farklı cins, yaş ve kültürlerin olabileceği düşüncesinden hareketle, insanların birbirini anlayarak bir arada yaşama, üretme, paylaşma alışkanlıklarının geliştirilmesi ve medenî, katılımcı yeteneklerini sergileyen, özgüvenini kazanmış, toplumsal yardımlaşma ve dayanışma fikrini benimsemiş, sorumluluklarının ve haklarının bilincinde olan bireyler olarak yetişmelerine,
5. çocuğun din, dil, sosyal-duygusal, zihinsel ve fiziksel yönden yeni bilgi ve davranışlar kazanmasına, bilgi edinme kaynakları ve yolları konusunda aydınlatılmasına, temel değerlerimize ve evrensel değerlere uyum sağlamasına,
6. çocuğa aile ve toplum içindeki yeri ve değeri olduğu bilincinin verilmesine, kendisine ve çevresine olan güvenin pekiştirilmesine, ana, baba, kardeş, yakın akraba, özürlü ve yaşlılara sevgi ve saygının bir vazife olduğunun benimsetilmesine, çocuğun kişilik ve ahlâk gelişimi konusunda eğitilmesine,
7. çocuğun, doğru beslenme alışkanlığı edinmesi, sağlığını koruması, temizliğe dikkat etmesi, kaza ve tehlikelerden korunabilmesi yolunda bilgilendirilmesine,

8. çocuğun, serbest zamanlarını faydalı ve verimli bir biçimde değerlendirmesine, yeteneklerinin ortaya çıkarılmasına, sporun çocuk gelişimindeki yerinin ve öneminin belirtilmesine,

9. çocuğa okul, kütüphane ve kitap sevgisi aşılmasına, güzel sanatlara yönlendirilmesine, müzik ve tiyatro zevkinin geliştirilmesine, yardımcı olunacaktır.

Çocuklara Yönelik Programların İlkeleri

1. Tacize karşı çocuğu koruyan, tacizi engelleyen yapımlar üretilecektir.

2. Programlar, çocukların yaş ve gelişim düzeyleri, ilgi ve ihtiyaçlarına uygun olacak, programlarda çocuğu gerçek hayattan uzaklaştıracak unsurlar içeren, ruhsal ve zihinsel gelişimi olumsuz etkileyen konuların seçilmemesine özen gösterilecektir.

3. Çocuğu karamsarlığa, pasifliğe, bencillığe ve çıkarıcılığa yöneltecek türde imajlardan kaçınılacak, bireysel sorumluluk duygularını ve katılımlarını artıracak, düşündürecek, yeteneklerinin ortaya çıkmasını ve gelişmesini sağlayacak programların yapımına ve yayınına öncelik verilecektir.

4. Programlarda örnek aile yaşantıları canlandırılacak, çocukların aileleri dışında bir hayat yaşamaya özendirilmemesine özellikle titizlik gösterilecek, olumsuzluklarla başa çıkma ve doğru kaynaklardan bilgi alma yolları teşvik edilecektir.

5. Çocukları okumaya teşvik eden, Türk çocuk edebiyatını tanıtan ve evrensel barış mesajları veren programlara ağırlık verilecek, millî motiflerimizi kazandırmak ve eğitimlerine katkıda bulunmak için, Türk masal ve hikâyeleri (Keloğlan, Dede Korkut, Köroğlu, Nasrettin Hoca gibi) ile başta Atatürk olmak üzere Türk büyüklerini tanıtıcı programların yayınlanmasına ve bu programların çocukların ilgisini çekecek biçimde hazırlanmasına özen gösterilecektir.

6. Okul öncesi çağı çocuklarına yönelik programlara özel önem gösterilecek, oyunun ve oyuncağın, çocuğun kişilik ve beceri yeteneklerinin gelişiminde önemli rolü olduğu göz önünde tutulacak, eğlenerek öğrenme ve eğitime biçimindeki uygulamalara ağırlık verilecektir.

7. Çocuklara yönelik programlarda uzman kişiler ile anne ve babalardan faydalanılacak, onların hak ve sorumluluklarını belirten spot ve dia'lara yer verilecektir.

8. Programlarda toplumumuzun ortak özellikleri, davranış biçimleri, dinî inançları, gelenekleri ve değer yargıları göz önünde bulundurulacak, yabancılaşmalarına sebep olacak konulara yer verilmeyecektir.

Çocuklara Yönelik Programlar

1. Türk tarihi, Kurtuluş Savaşı yılları ve bağımsızlık ruhu, Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin kuruluşu.

2. Atatürk ilke ve inkılâpları, Atatürk'ün örnek kişiliği, Atatürk'ün çocuklara verdiği önem.

3. Millî sembol ve değerlerimiz (bayrağımız, yurdumuz, dilimiz, bayramlarımız, Türk büyükleri, millî destanlarımız, ata sözlerimiz ve kültürümüzün çocukları ilgilendiren unsurları), Türk halk kahramanlarını anlatan çizgi filmler.

4. Aile, arkadaşlık, akrabalık, komşuluk, okul, çevre ve toplum ilişkileri, çocukların özürlü yaşlılarıyla olumlu ilişkileri ve örnek davranışları, güvenlik güçlerine olan sevginin güçlendirilmesi.

5. Çocuğun kişilik ve ahlâkî gelişimine yardımcı olucu konular (kendine güven, cesaret, sorumluluk, iyilik, doğruluk, güzellik, sevgi, saygı, görgü kuralları, paylaşma, yardımlaşma ve işbirliği gibi).

6. Çocukların kendilerine yönelik ihmâl, istismar ve şiddetten kendilerini nasıl koruyacaklarının öğretilmesi, Çocuk Hakları Sözleşmesi ve bu sözleşme gereği her yıl düzenlenen "Çocuk Forumu"nda belirlenen temel meseleler ve çözüm yolları.

7. Çocuğa yeterli ve dengeli beslenme ile hayat boyu sağlıklı beslenme alışkanlığı edinmesi.

8. Çocuğun zihin gelişimine yardımcı olacak konular (Türkçe'yi doğru ve güzel kullanma, okuma, öğrenme, araştırma merakı ve alışkanlığı, bilgi edinme kaynakları ve yolları, bilgi ve satranç yarışmaları, bilim ve teknik, bilgisayar ve okur-yazarlığı, yeni kavramlar, yöntemler, olaylar, araçlar, yerler, çevreden ve dünyadan haberler).

9. Evlerini terk eden çocukları bekleyen tehlikeler (uçucu içeren yapıştırıcılar ve tiner gibi uçucu maddeler ile uyuşturucular), örnek olaylar.

10. Müzik, çocuk oyunları, kompozisyon, şiir, resim, heykel ve müzeler.

11. Tabii, tarihî ve kültürel çevre, çevre sevgisi ve koruma (ağaç, orman, akar sular, göl, deniz), çevre temizliği, turizm.

12. Yurt dışından kesin dönüş yapan işçi çocuklarının ve Türkiye'de yaşayan soydaş çocuklarının ülkemiz şartlarına uyumlarının kolaylaştırılmasına yönelik konular.

13. Okuma alışkanlığı ve kitap sevgisi, kütüphanelerden faydalanma yolları, önemli çocuk edebiyatı kitapları ve yazarları, bilim adamlarının hayat hikâyeleri.

14. Medya, iletişim araçları ve çocuk.

EK 2: Okul Halkla İlişkileri Örnek Olay

Bir okul halkla ilişkiler projesinin hikayesi şöyledir: (A.A. Ramazanoğlu, 1974, s.23-24).

Milliyet gazetesi 1963 yılında Köy öğretmenleriyle haberleşme ve yardımlaşma derneği sütunlarında köy okullarının ihtiyacını karşılamak için bir kampanya açar. Büyük bir şirketin halkla ilişkiler müdürüne Giresun'a bağlı Görele kazasının dik yamaçlarındaki Kuşköy'ün ilkokul öğretmeni Hamdi Dede'den gelen mektupta okullarının çok fakir olduğunu öğrencileri için aşağıda belirtilen malzemenin temin edilmesini rica etmektedir.

“Bir adet Türkiye haritası, bir adet Atatürk portresi, otuz adet tek çizgili defter, altmış adet kurşun kalem, otuz adet silgi ve bir adet de okul binası...”

Hamdi Dede ve öğrencileri başarılı bir halkla ilişkiler çalışması sonucu çok geçmeden bir okul binasına “ıslıklar” ile kavuştular. Şöyle ki: Kuşköy adı dağ köyünün insanların birbirlerine çok uzaktan ıslıklarla konuşmasından gelmekteydi. Basın ve kamuoyunun ilgi çekilecek noktası bulunmuştu. Sonuç olarak projenin “Toplu Başarma Projesi” haline getirilerek hem ucuza hem de emeği geçenlerin kamuoyunda adlarının duyurulması sağlandı. Böylece Millî Eğitim Bakanlığı, özel sektör, köy imamı, köy öğretmeni, Milliyet gazetesi, Kuşköy Halkının tümü bu projede ele ele, gönül gönüle işbirliği yaptılar. Sonuç olarak yukarıdaki anlatılan “Kuşköy İlkokulu Örnek Olayı” şüphesiz başarılı bir halkla ilişkilerin medya ile ilişkilerinin uygulamasının örneğidir.

Aslında burada sadece şirket halkla ilişkiler müdürü değil okul yöneticisinin başarılı bir halkla ilişkiler örneği bulunmaktadır.

EK 3: Kişisel Bilgi Formları ve Anketler

Sayın Medya Mensubu,

Eğitim ile iletişim alanını kapsayan “Okul ve Medya İlişkisi” üzerine bir bilimsel araştırma yapılmaktadır. Bu yüksek lisans tezinde kullanılmak üzere bir anket/mülakat formu düzenlenmiş olup, cevaplandırmanızı rica ederiz. Bu anket/mülakat çalışmasının sizin okul (medya) çalışmalarınız ile bir ilgisi bulunmamaktadır. Hiçbir sorunun doğru yada yanlış cevabı yoktur. Kişisel görüşlerinize dayanarak vereceğiniz samimi ve içten cevaplar ile bilimsel bir çalışmaya katkıda bulunacaksınız. Gösterdiğiniz işbirliği için teşekkür ederiz.

Kişisel Bilgi Formu

Adı Soyadı: **Kurumu:**

Yaşı:.....**Cinsiyeti:** O Kadın O Erkek **Çocuğu:** O Var O Yok

Meslek kıdemi:yıl

Kurum kıdemi:.....yıl

Unvanı: O Genel Yayın Yönetmeni O Yazı İşl. Md. O Görsel Yönetmen

O Program Md. O Servis Müdürü

O Editör O Köşe yazarı O Eğitim yazarı O Yazar O Redaktör O Muhabir O Diğer

Servisi: O Haber O Eğitim O Magazin O Sağlık/Aile O Spor O Ekonomi O Politika

O İnternet O Kültür /Sanat. O Reklam O İlaveler O Teknik Servis O Diğer

Medya alanı: O 7V O Gazete-Q Dergi O Radyo O İnternet O Diğer

Eğitim düzeyi: O Lise O Üniversite O Yüksek Lisans O Doktora O Diğer

Eğitim gördüğü alan: Q iletişim O Radyo-TV-Gazetecilik-Basın-Yayın O Eğitim O

Halkla ilişkiler O Psikoloji O Lise ve Dengi O Diğer

Yer: **Tarih:**

Ac. 9/19

Sayın Eğitim Yöneticisi,
Sayın Medya Mensubu,

Eğitim ile iletişim çalışma alanını kapsayan "Okul ve Medya İlişkisi" üzerine bir bilimsel araştırma yapılmaktadır. Bu yüksek lisans tezinde kullanılmak üzere bir anket düzenlenmiş olup, cevaplandırmanızı rica ederiz. Bu anket çalışmamız sizin okul (medya) çalışmalarınız ile bir ilgisi bulunmamaktadır. Anket kağıdının üzerine ad ve unvan gibi bilgileri yazmanıza gerek yoktur. Hiçbir soru ifadesinin doğru veya yanlış cevabı yoktur. Sorunun cevabı size göre ne ise seçeneklerden birinin yanındaki kutu içine X işareti koyunuz. Verdiğiniz samimi ve içten cevaplarla bilimsel bir çalışmaya katkıda bulunacaksınız. Gösterdiğiniz işbirliği için teşekkür ederiz.

Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü
Yüksek Lisans Öğrencisi
Nemrin Yılmaz (Öğretmen)

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Muhsin Hacıoğlu

Kişisel Bilgi Formu

Önsiyaset: <input type="radio"/> Bayan <input type="radio"/> Erkek	Yaşınız: yıl	Branşınız:	Okul türü: <input type="radio"/> Resmî <input type="radio"/> Özel <input type="radio"/> Felsefî
En Son Mezun Olduğunuz Okul: <input type="radio"/> Yüksek Okul <input type="radio"/> Üniversite <input type="radio"/> Yüksek Lisans <input type="radio"/> Doktora <input type="radio"/> Diğer			
Bu dönem kaç okulda çalıştınız:	Bu okuldaki kıdeminiz:	Öğretmenlik kıdeminiz:	İdarecilik kıdeminiz:
2 haftada en az bir süreli belgelenmiş mesleki eğitime: <input type="radio"/> Katıldım <input type="radio"/> Katılmadım		Okul medya olanaklarınız mevcudur:	
Ailemle başka öğretmen: <input type="radio"/> Var <input type="radio"/> Yok		Basın/Halkla İlişkiler Odası: ... <input type="radio"/> Var <input type="radio"/> Yok	
Medeni Durum: <input type="radio"/> Evli <input type="radio"/> Bekâr		Araç Geniş Odası: <input type="radio"/> Var <input type="radio"/> Yok	
Oladığınız yer: <input type="radio"/> Lujman/Kira <input type="radio"/> Kendinizi Aile Bireylerimin		İnternet Sabunu: <input type="radio"/> Var <input type="radio"/> Yok	
Çocuğunuz var mı: <input type="radio"/> Var <input type="radio"/> Yok		Televizyon: <input type="radio"/> Var <input type="radio"/> Yok	
		Kütüphane: <input type="radio"/> Var <input type="radio"/> Yok	
		Kütüphanede Gazete Dergi: ... <input type="radio"/> Var <input type="radio"/> Yok	
		Sekreter: <input type="radio"/> Var <input type="radio"/> Yok	
		Telefon operatörü: <input type="radio"/> Var <input type="radio"/> Yok	
		Faks: <input type="radio"/> Var <input type="radio"/> Yok	
Okul mevcudunuz: Öğrenci, Sınıf, Öğretmen, Diğer personel			

Beyaz

Okul Medya İlişkisi Soruları

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen katılıyorum
1. Okul gibi eğitim kurumlarının kendi medya organları olmalıdır (medya ekonomisi).					
2. İlkokullarda bilinçli medya malzemeleri ve sistemleri bilinçli olarak kullanılmaktadır.					
3. İlkokul çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarında eğitim programları ile eşer bunlar eğlenceli olurlar ise yakından ilgilenmektedirler.					
4. 'Medyanın farklılaştırılmış bireysel ve tüketici sosyal politika yaklaşımı (sivil toplum örgütü gibi)' ile 'okulun tek tip bireysel ve üretici sosyal politika yaklaşımı (millî kurum)' 'medya aracılığı ile öğrenme' temseline bağdaştırılabilir.					
5. Medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları ilkökul öğrencilerinin yalnızca düşmelerine yol açar.					
6. İlkokul öğrencileri için medya aracılığı ile öğrenme yayınları ve programları öğretmen ve diğer öğrenci arkadaşlarının katılımı ile desteklenmelidir.					
7. Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilkökullarda kullanılmak üzere özel yayınlar hazırlanmalı, sistemler kurulmalıdır.					
8. Okullarda medya kullanımı dersi çocukları bilinçli medya kullanıcı haline getirebilecektir.					
9. Eğitim fakülteleri ve hizmet içi eğitim seminerlerinde iletişim ve medya konularına dair müfredat güçlendirilmelidir.					
10. Okul ve medya yöneticileri belirli dönemlerde kendi aralarında olmak üzere ortak toplantılar, paneller, seminerler, konferanslar düzenleyerek sorunları ve ilerlemeleri gözden geçirmelidirler.					
11. İlkokullar etkinliklerini medyaya düzenli ve düzgün şekilde (halkla ilişkiler ve okul aile birlikleri) bildirmektedirler.					
12. İlkokullarda medya kriz planı uygulanmaktadır (vardır).					

52-4/3

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Timamen katılıyorum
13. Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilkokul çağı çocukları için daha çok görsel bilgi yüklü olup çocuğun öğrenen bilgi birikimine değil çocuğun gelişimine katkıda bulunmayacak bilgi tüketimine yöneliktir.					
14. Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilkokul çağı çocukları için program yaparken (seçerken) eğitim uzmanı ve kurumlarından da yardım alarak pedagoji ve bilgi toplumu oluşturmak konularına özen göstermelidirler.					
15. İletişim okul ve fakültelerinde eğitim program ve yayınlarına dair müfredat güçlendirilmelidir.					
16. Okul ve eğitim yöneticileri medya yayınlarını gözleyerek yararlı ve zararlı gördükleri hususları medya veya medya üst kurullarına bildirmelidirler (çocuğun korunması).					
17. Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilkokullardaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenirken eğitim sistemini nasıl etkilediklerinden çok kendi meslek hedeflerini ön planda tutmaktadırlar.					
18. Medyada eğitim programları yaparken ve medya eğitim yazarları eğitim haberlerini hazırlarken medya etiği ve pedagojik etiğe dikkat etmektedirler.					
19. İkokul çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınları ile ilgilenmektedirler.					
20. İkokul çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarından en çok eğitim yayınları ile ilgilenmektedirler.					
21. İkokul çağındaki çocuklar televizyon, gazete gibi medya yayınlarının program akışını (düzenini) çok yakından bilmektedirler.					
22. Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilkokul çağı çocuklarını etkilemektedir.					
23. Televizyon, gazete gibi medya yayınları ilkokullardaki etkinlikler ve olaylar ile ilgilenmektedir.					

T.C.
BAHÇELİEVLER KAYMAKAMLIĞI
İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü

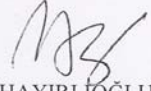
Sayı : B.08.4.MEM.4.34.18.580/4410
Konu: Anket(Nermin YILMAZ)

22/03/2007

İSTANBUL MİLLİ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜNE
(Kültür Bölümü)

İlgi :23/02/2007 gün ve 580/475 sayılı yazınız.

Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Yönetimi ve Denetimi Yüksek Lisans Programı öğrencisi Nermin YILMAZ'ın, tezi kapsamında "**Bilgi Toplumunda Okul ve Medya İlişkisi: Türkiye Örneği**" konusunda okul müdürlerine ve müdür yardımcılarına uygulanacak anket İlçemiz İlköğretim Okullar tarafından doldurularak ilişikte sunulmuştur.
Bilgilerinize ve gereğini arz ederim.


Yakup HAYIRLIOĞLU
İlçe Milli Eğitim Müdürü

Eki:1-Anket formu (70 adet)

T.C
BAHÇELİEVLER KAYMAKAMLIĞI
İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü

Sayı : B.08.4.34.MEM.4.34.18.580/ 3184
Konu : Anket(Nermin YILMAZ)


9.1./03/2007

TÜM RESMİ VE ÖZEL İLKÖĞRETİM OKULU MÜDÜRLÜKLERİNE

İlgi: İl Milli Eğitim Müdürlüğünün 23.02.2007 tarih ve 580/475 sayılı yazısı.


Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Yönetimi ve Denetimi Yüksek Lisans Programı öğrencisi Nermin YILMAZ, tezi kapsamında **"Bilgi Toplumunda Okul ve Medya İlişkisi: Türkiye Örneği"** konusunda okul müdürlerine ve müdür yardımcılara uygulama çalışmaları yapması Valilik Oluru ile uygun görülmüştür.

Bilgilerinizi, ekte gönderilen anket formlarının okulunuzu müdürü ve müdür yardımcısına doldurtulmasını, doldurulan anket formlarının **19 Mart 2007 Pazartesi günü Müdürlüğümüzde olacak şekilde gönderilmesini önemle rica ederim.**


Abdurrahim ATEŞ
Müdür a.
Şube Müdürü

Eki:1-Valilik Oluru.
2-Anket formu.(2 adet)

2.3.2007
206
580

2.3.2007
İkareyi arkalarına
Fotokopi çekip verelim.


T.C.
İSTANBUL VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : B.08.4.MEM.4.34.06.18.580/ 362
Konu: Anket(Nermin YILMAZ)


13 /02/2007

MARMARA ÜNİVERSİTESİ
(Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü)

- İlgi : a-)Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü'nün 30/01/2007 tarih ve 251 sayılı yazısı.
b-)Valilik Makamının 13/02/2007 tarih ve 18.379/562 sayılı Oluru.

Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Yönetimi ve Denetimi Yüksek Lisans Programı Öğrencisi Nermin YILMAZ, tezi kapsamında "Bilgi Toplumuunda Okul ve Medya İlişkisi:Türkiye Örneği" konusunda okul müdürlerine ve müdür yardımcılarna uygulama çalışmaları yapması ilgi(b)valilik Oluru ile uygun görülmüştür.

Bilgilerinizi, valilik olurunda belirtilen esaslar dahilinde gereğini yaptırmanın, İlçe Millî Eğitim Müdürlüğü'nün bilgisinden sonra okul müdürlüğüne gerekli duyurunun uygulamacı tarafından yapılmasına, sonuçları müdürlüğümüze rapor halinde bilgi verilmesini arz ederim.


Erdem DEMİRCİ
Müdür a.
Müdür Yardımcısı

EKLER :
Ek-1.(Valilik Oluru ve imaylı Şifreli)



NOT: Verilecek cevapta tarih, kayıt numarası, dosya numarası yazılması rica olunur.
Adres: İstanbul Millî Eğitim Müdürlüğü A.Blok Ankara cad. No:2 Çeşmeözü 536
13.62

4448632

(5)

T.C.
İSTANBUL VALİLİĞİ
İl Milli Eğitim Müdürlüğü

Sayı : B.08.4.MEM.4.34.00.18.580/ 362
Konu: Anket(Nermin YILMAZ)

13 /02/2007

VALİLİK MAKAMINA

İlgi : a-)Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü'nün 30/01/2007 tarih ve 251 sayılı yazısı.
b-)Milli Eğitim Bakanlığı Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı'nın 18.08.2003 tarih ve B.0.0.APK.0.03.05.02/2430 sayılı emri.

Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Yönetimi ve Denetimi Yüksek Lisans Programı öğrencisi Nermin YILMAZ, tezi kapsamında "Bilgi Toplumunda Okul ve Medya İlişkisi:Türkiye Örneği" konusunda okul müdürlerine ve müdür yardımcılarında uygulama çalışmaları yapılmasının istendiği ilgi(a) yazı ile bildirilmektedir.

Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Yönetimi ve Denetimi Yüksek Lisans Programı öğrencisi Nermin YILMAZ'ın, yukarıda belirtilen konudaki Ek-4,4/1, 4/2, 4/3 sayfalardaki sorulardan ibaret anket çalışmasını, ilimiz Esenler, Küçükçekmece, Bağcılar, Bahçelievler, Bakırköy, Bayrampaşa, Beşiktaş, Beyoğlu, Büyükçekmece, Çatalca, Eminönü, Eyüp, Fatih, Gaziosmanpaşa, Güngören, Kağıthane, Sarıyer, Silivri, Şişli, Zeytinburnu ilçelerimizdeki ilköğretim okullarında müdür ve müdür yardımcılara, İlçe Milli Eğitim Müdürlüklerinin ve Okul idarelerinin denetim, gözetim ve sorumluluğunda, bilimsel amaç dışında kullanılmaması koşulu ile idarenin uygun gördüğü zamanda, İLGİ(b)Bakanlık emri esasları dahilinde 2006-2007 eğitim öğretim yılında uygulanması, sonuçtan Müdürlüğümüze rapor halinde bilgi verilmesi kaydıyla Müdürlüğümüze uygun görülmektedir.

Makamınızca da uygun görüldüğü takdirde Olurlarınıza arz ederim.

M. Ata ÖZER
Milli Eğitim Müdürü

EKLER :
Ek-1. İLGİ (a)yazı ve ekleri

OLUR
13/02/2007

Hikmet DİNÇ
Vali a.
Vali Yardımcısı

EGİTİME
%100
DESTEK

NOT :Verilecek cevapta tarih, kayıt numarası, dosya numarası yazılması rica olunur.
Adres :İstanbul Milli Eğitim Müdürlüğü A.Blok Ankara cad. No:2 Çağaloğlu 526
13 82

4440632



T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
MÜDÜRLÜĞÜ

241100220040253
Eğitim Yönetimi Ve
Denetimi
NERMİN YILMAZ

SAYI : B.30.02.Mer.FB.00.00/271
KONU: İzin Yazısı hk.

İstanbul, 02.01.2009

İlmiî Eğitim Müdürlüğüne
İstanbul

Enstitümüz Eğitim Yönetimi Ve Denetimi Yüksek Lisans Programı öğrencilerinden NERMİN YILMAZ şu an tez aşamasında olup, tezi ile ilgili uygulama çalışmalarını yapabilmesi için kendisine gerekli olan izin verilmesi hususunda müsaadelerinizi arz ederim.


Yrd. Doç. Dr. Levent Deniz
Müdür V.

EK: 1-ÖĞRENCİ DİLEKÇESİ
2-ANKET

Tez Konusu: BİLGİ TOPLUMUNDA OKUL VE MEDYA İLİŞKİSİ : TÜRKİYE ÖRNEĞİ

56-4

T.C. MARMARA ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

24.01.2007

Enstitümüzün Eğitim Yönetimi ve Denetimi alanında yüksek lisans öğrencisiyim. Program Danışmanım Prof. Dr. Muhsin Hesapçıoğlu yönetiminde yaptığım yüksek lisans tez çalışmamda kullanılmak üzere İstanbul İli, Avrupa Yakası ilçelerinden Avcılar, Bağcılar, Bahçelievler, Bakırköy, Bayrampaşa, Beşiktaş, Beyoğlu, Büyükçekmece, Çatalca, Eminönü, Esenler, Eyüp, Fatih, Gaziosmanpaşa, Güngören, Kağıthane, Küçükçekmece, Sarıyer, Silivri, Şişli, Zeytinburnu ilçelerinde ilköğretim okullarındaki yöneticilere (okul müdür ve müdür yardımcıları) uygulanacak "Bilgi Toplumunda Okul ve Medya İlişkisi - Türkiye Örneği" konulu anket çalışmasını yürütmek istemekteyim.

Gerekli iznin verilmesini arz ederim.

Saygılarımla,

Nermin Yılmaz
Yüksek Lisans Öğrencisi

Ek: Anket 3 sayfa

M. Hesapçıoğlu
24.01.2007

T.C. MARMARA ÜNİVERSİTESİ EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
26.01.07
SAYI: 145

EK 4: Medyada Yer Alan Okul Haberleri



Yeni Şafak

AYDINLIK TÜRKİYE'NİN HABERCİSİ

Rıza Çalimbay'a Yenibosna İlköğretim Okulu'ndan ödül

İSTANBUL - Beşiktaş Teknik Direktörü

Rıza Çalimbay, ödülünü almak için geldiği Yenibosna İlköğretim Okulu'nda öğrenciler tarafından büyük bir coşkuyla karşılandı, öğrenciler arasında düzenlenen ankette "Ligin ikinci yansının en başarılı teknik direktörü" seçilen Rıza Çalimbay, ödülünü almak için geldiği okulda, spor salonunda öğrencilerle söyleşi yaptı. Spor salonunu tamamıyla dolduran öğrenciler, Rıza Çalimbay içeriye girdiğinde, büyük coşkuyla tezahüratlar yaparak, Çalimbay'a büyük sevgi gösterisinde bulundu. Müdür, öğretmenler ve Rıza Çalimbay, söyleşiye başlamadan önce coşkulu öğrencileri susturmakta zorluk çekerken söyleşi boyunca öğrenciler zaman zaman Çalimbay ve Beşiktaş lehine tezahürat yaptı. Çalimbay böyle bir coşkuyu beklemediğini ifade ederek, öğrencilere kendisini en başarılı teknik direktör seçtikleri için teşekkür etti.



MEF'in proje yarışması sonuçlandı.

NERMİN YILMAZ

MEF'in düzenlediği Türkiye Öğrencileri Arası 13. Araştırma Projeleri Yarışması sonuçlandı. Biyoloji dalında Vefa Lisesi öğrencisi **Elif Baş** , kimya dalında Karşıyaka Anadolu Lisesi öğrencisi **Pınar İşler** , fizik dalında Uğur Koleji öğrencisi **Nihan Malkoç** projeleriyle birincilik ödüllerini kazandı. Baş, İşler ve Malkoç 1 milyar lira para ödülü ile 20 bin dolarlık yurtdışında burs olanağına sahip oldu. **"Frekans Modülasyonu ile Bilgisayar Destekli Sıcaklık Ölçümü"** projesi ile fizik dalında Türkiye birinciliğini kazanan Uğur Koleji öğrencisi Malkoç, hedefinin Boğaziçi Üniversitesi'nde fizik öğretmenliği bölümünü kazanmak olduğunu söyledi. Projenin kendisine 2 milyon maliyet getirdiğini belirten Malkoç, **"Benim çabuk hasta olan bir yapım vardı. Bilgisayarımda sıcaklık ölçümünü alabilir miyim diye düşündüm. Ve başardım. Jüri çok titiz bir şekilde çalıştı. Boğaziçi ve diğer üniversitelerden gelen profesörlerden oluşan bir jüri vardı. Her öğrenci hazırladığı projeyi sundu. Taklit olup olmadığı daha önce yapıp yapılmadığı araştırıldı"** dedi. Kendisi de fizik öğretmeni olan Uğur Koleji Kurucusu **Kemal Koçak** da Türkiye ve uluslararası çapta herhangi bir alanda başarı kazanan öğrencilere burs verme geleneğini sürdürerek bu yıl ilk 22 proje arasına girmeye hak kazanan 4 öğrencisine bir yıllık eğitim bursu verdiğini açıkladı.



Yarışmada fizik dalında Uğur Koleji öğrencisi Nihan Malkoç birinci oldu.