



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Perihan GEYİK

İLETİŞİM MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN MEDYA OKURYAZARLIK
DÜZEYLERİNİN MÜFREDAT İLE İLİŞKİSİ: “ELAZIĞ ÖRNEĞİ”

Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2018



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Perihan GEYİK

İLETİŞİM MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN MEDYA OKURYAZARLIK
DÜZEYLERİNİN MÜFREDAT İLE İLİŞKİSİ: “ELAZIĞ ÖRNEĞİ”

Danışman

Doç.Dr. İ. Ayşad GÜDEKLİ

Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2018

T.C.
Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Perihan GEYİK'in bu çalışması, jürimiz tarafından Gazetecilik Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Dr. Öğr. Üyesi Sibel KARADUMAN (İmza)

Üye (Danışmanı) : Doç. Dr. İ. Ayşad GÜDEKLİ (İmza)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Ali Murat KIRIK (İmza)

Tez Başlığı: İletişim Meslek Lisesi Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Müfredat İle İlişkisi: “Elazığ Örneği”

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 27/06/2018

Mezuniyet Tarihi : 19/07/2018

(İmza)

Prof. Dr. İhsan BULUT

Müdür

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “İletişim Meslek Lisesi Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Müfredat ile İlişkisi: Elazığ Örneği” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

(İmza)

Perihan GEYİK



T.C.

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Perihan GEYİK
Öğrenci Numarası	20145251016
Enstitü Ana Bilim Dalı	Gazetecilik
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Programın Türü	(x) Tezli Yüksek Lisans () Doktora () Tezsiz Yüksek Lisans
Danışmanının Unvanı, Adı-Soyadı	Doç. Dr. İ. Ayşad GÜDEKLİ
Tez Başlığı	İletişim Meslek Lisesi Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Müfredat İle İlişkisi: “Elazığ Örneği”
TurnItIn Ödev Numarası	982878301

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 163 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 16/07/2018 tarihinde tarafımdan TurnItIn adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç % 12

alıntılar dahil % 14'tür.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(x) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

17/07/2018

(imza)

Doç. Dr. İ. Ayşad GÜDEKLİ

İÇİNDEKİLER

TABLolar LİSTESİ	iv
KISALTMALAR LİSTESİ	vii
ÖZET	viii
SUMMARY	ix
TEŞEKKÜR.....	xi
ÖNSÖZ	xii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL OLARAK MEDYA VE MEDYANIN İŞLEVLERİ

1.1. Medya	4
1.1.1. Gazete	4
1.1.2. Dergi.....	6
1.1.3. Televizyon.....	8
1.1.4. Radyo	10
1.1.5. İnternet	12
1.2. Medyanın İşlevleri.....	15
1.2.1 Haber ve Bilgi Verme İşlevi	15
1.2.2 Eğitim İşlevi	16
1.2.3. Eğlendirme İşlevi	17
1.2.4. Kamuoyu Oluşturma ve Harekete Geçirme İşlevi	17
1.2.5. Toplumsallaştırma İşlevi.....	18

İKİNCİ BÖLÜM

MEDYA OKURYAZARLIĞI KAVRAMI, TARİHSEL GELİŞİMİ VE MEDYA EĞİTİMİ

2.1. Medya Okuryazarlığının Tanımı	19
2.2. Medya Okuryazarlık Eğitimi	21
2.3. Medya Okuryazarlığının Amacı	23
2.4. Medya Okuryazarlığının İlkeleri	24
2.4.1. Len Masterman’a Göre Medya Eğitiminin İlkeleri.....	25
2.4.2. Patrica Aufderheide’ye Göre Medya Okuryazarlığının Genel İlkeleri ..	27
2.4.3. Cyndy Scheibe ve Faith Rogow: Medya Eğitiminde On iki İlke.....	29

2.5.	Medya Okuryazarlığının Önemi	31
2.6.	Medya Okuryazarlığının Tarihsel Gelişimi	33
2.6.1.	Dünya’da Medya Okuryazarlığı Eğitimi	34
2.6.2.	Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Eğitimi	37
2.6.3.	Türkiye’de Yapılan Akademik Çalışmalar	40
2.7.	Medya Okuryazarlığı Yaklaşımları	44
2.7.1.	Ana Akım Medya Okuryazarlığı Çerçevesinde Korumacı Yaklaşım	44
2.7.2.	Eleştirel Yaklaşım	46

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DEKİ İLETİŞİM MESLEK LİSELERİ VE MÜFREDATLARI

3.1.	İletişim Meslek Liseleri’nin Tarihçesi	48
3.2.	Türkiye’de İletişim Eğitimi Veren Liseler	49
3.3.	İletişim Meslek Liselerine Öğretmen Olarak Atanma Şartları	56
3.4.	İletişim Meslek Liselerindeki Bölümler ve Ders Müfredatları	57
3.4.1.	Gazetecilik Alanı Dersleri ve Müfredat İçerikleri	57
3.4.2.	Radyo Televizyon Alanı Dersleri ve Ders Müfredat İçerikleri	57
3.4.3.	Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanı ve Ders Müfredatları	58
3.5.	Ortak Dersler	59
3.5.1.	Gazetecilik - Radyo Televizyon - Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanı Ortak Dersleri	59
3.5.2.	Gazetecilik - Radyo Televizyon Ortak Dersleri	59
3.5.3.	Gazetecilik - Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanı Ortak Dersleri	60

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

İLETİŞİM MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN MEDYA OKURYAZARLIK DÜZEYİNİN MÜFREDATLA İLİŞKİSİ: “ELAZIĞ ÖRNEĞİ”

4.1.	Araştırmanın Amacı	61
4.2.	Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları	62
4.3.	Araştırmanın Yöntemi	62
4.4.	Çalışmanın Evren ve Örneklemi	63

4.5.	Veri Toplama Aracı	63
4.6.	Araştırmanın Önemi	64
4.7.	Bulgular	64
4.7.1.	Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	64
4.7.2.	Kullanılan Kitle İletişim Araçlarına İlişkin Bulgular.....	66
4.7.3.	Öğrenim Görülen Bölüme Göre Medya Kullanım Alışkanlıkları, Nedenleri ve Müfredat Derslerine Bakış Açısına İlişkin Bulgular	71
4.7.4.	İletişim Meslek Lisesi Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyine İlişkin Bulgular	79
SONUÇ		103
KAYNAKÇA.....		111
EK 1- Anket Formu.....		120
EK 2- Gazetecilik Alanı Meslek Dersleri ve Kazanımları		123
EK 3- Radyo Televizyon Alanı Meslek Dersleri ve Kazanımları.....		128
EK 4- HLK Alanı Meslek Dersleri ve Kazanımları.....		136
EK 5- Resmi ve Özel İzinler		142
ÖZGEÇMİŞ		145

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 3.1	Türkiye’de Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanında Eğitim Veren Okullar ve Bulundukları İller	50
Tablo 3.2	Türkiye’de Gazetecilik Alanında Eğitim Veren Okullar ve Bulundukları İller	52
Tablo 3.3	Türkiye’de Radyo Televizyon Alanında Eğitim Veren Okullar ve Bulundukları İller	53
Tablo 3.4	Bünyesinde Halkla ilişkiler ve Organizasyon Hizmetleri, Gazetecilik ve Radyo Televizyon Alanlarını Barındıran Okullar ve Bulunduğu İller.....	54
Tablo 3.5	Gazetecilik Alanı ve Radyo Televizyon Alanında Eğitim Veren Okullar	55
Tablo 3.6	Radyo Televizyon Alanı ve Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanlarında Eğitim Veren Okullar	55
Tablo 3.7	Gazetecilik Alanı ve Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanlarında Eğitim Veren Okullar	55
Tablo 4.1	Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeğinin Alt Faktörlerine İlişkin Güvenirlik Katsayıları	64
Tablo 4.2	Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı	64
Tablo 4.3	Katılımcıların Yaş Dağılımı	65
Tablo 4.4	Katılımcıların Bölüm Dağılımı	65
Tablo 4.5	Katılımcıların Sınıf Dağılımı	65
Tablo 4.6	Katılımcıların Annelerinin Eğitim Düzeyi Dağılımı.....	65
Tablo 4.7	Katılımcıların Babalarının Eğitim Düzeyi Dağılımı	66
Tablo 4.8	Katılımcıların Ailelerinin Aylık Gelir Düzeyi Dağılımı	66
Tablo 4.9	Katılımcıların Sahip Oldukları Tv Adeti Dağılımı	66
Tablo 4.10	Katılımcıların Tv İzleme Sürelerinin Dağılımı	67
Tablo 4.11	Katılımcıların Tv İzleme Nedelerinin Dağılımı	67
Tablo 4.12	Katılımcıların İnternet Bağlantılı Bilgisayara Sahip Olma Durumlarının Dağılımı.....	67
Tablo 4.13	Katılımcıların İnternet Kullanma Sürelerinin Dağılımı	67
Tablo 4.14	Katılımcıların Cep Telefonu Sahip Olma Durumlarının Dağılımı.....	68
Tablo 4.16	Katılımcıların Gazete Okuma Sıklığının Dağılımı.....	68
Tablo 4.17	Katılımcıların Dergi Okuma Sıklığının Dağılımı.....	69
Tablo 4.18	Katılımcıların İnternet Kullanma Nedenlerinin Dağılımı	69

Tablo 4.19	Katılımcıların Cep Telefonunun Haberleşme Haricinde Kullanma Amaçlarının Dağılımı.....	70
Tablo 4.20	Katılımcıların Gazete Okuma Nedenlerinin Dağılımı	70
Tablo 4.21	Katılımcıların Dergi Okuma Nedenlerinin Dağılımı	70
Tablo 4.22	Öğrenim Gördüğü Bölüme Göre İnternet Kullanma Nedenleri.....	71
Tablo 4.23	Öğrenim Gördüğü Bölüme Göre Cep Telefonunu Haberleşme Haricinde Kullanma Nedenlerinin Dağılımı	72
Tablo 4.24	Öğrenim Gördüğü Bölüme Göre Gazete Okuma Nedenlerinin Dağılımı.....	72
Tablo 4.25	Öğrenim Gördüğü Bölüme Göre Dergi Okuma Nedenlerinin Dağılımı.....	73
Tablo 4.26	Öğrenim Gördüğü Bölüme Göre Medyayı Takip Etme Sıklığının Dağılımı.....	74
Tablo 4.27	Öğrenim Gördüğü Bölüme Göre Derslerin İçerik Yönünden Yetersizliğinin Analizi	75
Tablo 4.28	Öğrenim Gördüğü Bölüme Göre Ders Konularının İçerik Yönünden Yeterliliğinin Analizi.....	76
Tablo 4.29	Eğitim Gördüğünüz Bölümde Kitle İletişim Araçlarından Gelen Mesajları; Olumlu Ya Da Olumsuz Olduğunu Anlamanıza En Çok Katkısı Olan Meslek Dersi Analizi	77
Tablo 4.30	Katılımcıların Öğrenim Gördüğü Bölüme Göre ve Dersleri Hakkındaki Görüşlerinin Analizi.....	78
Tablo 4.31	Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeğinin Faktörlere Göre Dağılımı.....	79
Tablo 4.32	Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği'nin Alt Faktörlerine İlişkin Aritmetik ve Standart Sapmaları.....	80
Tablo 4.33	Cinsiyet Değişkenine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	81
Tablo 4.34	Yaş Değişkenine Bağlı Olarak Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	82
Tablo 4.35	İnternete Bağlı Bilgisayara Sahip Olma Değişkenine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	83
Tablo 4.36	Cep Telefonuna Sahip Olma Değişkenine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	84
Tablo 4.37	Öğrenim Görülen Bölüm Değişkenine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	84

Tablo 4.38	Öğrenim Görülen Sınıf Değişkenine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	85
Tablo 4.39	Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	87
Tablo 4.41	Öğrenci Ailelerinin Gelir Düzeyine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	91
Tablo 4.42	Öğrencilerin Evinde Tv Olma Değişkenine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	92
Tablo 4.43	Öğrencilerin Evinde Tv İzleme Süreleri Değişkenine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	93
Tablo 4.44	Öğrencilerin Evinde Tv İzleme Nedenlerine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	94
Tablo 4.45	Öğrencilerin İnternet Kullanma Sürelerine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	95
Tablo 4.46	Öğrencilerin İnternet Kullanma Nedenlerine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	96
Tablo 4.47	Öğrencilerin Cep Telefonu Kullanma Sürelerine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	97
Tablo 4.48	Öğrencilerin Cep Telefonu Kullanma Nedenlerine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	98
Tablo 4.49	Öğrencilerin Gazete Okuma Sıklığına Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	99
Tablo 4.50	Öğrencilerin Gazete Okuma Nedenlerine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	100
Tablo 4.51	Öğrencilerin Dergi Okuma Sıklığına Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	101
Tablo 4.52	Öğrencilerin Dergi Okuma Nedenlerine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi	102

KISALTMALAR LİSTESİ

DARPA	: Defence Research Project Agency
ECML	: Avrupa Medya Okuryazarlığı Merkezi
HLK	: Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanı
İLAD	: İletişim Araştırmacıları Derneği
KPSS	: Kamu Personeli Seçme Sınavı
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
MEGEP	: Milli Eğitimi Geliştirme Projesi
ODTÜ	: Ortadoğu teknik üniversitesi
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun
RTV	: Radyo Televizyon Alanı
TCP/IP	: Transmission Control Protocol) yapıldı ve
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Üst Kurulu
TTK	: Talim Terbiye Kurulu'na
TTTAŞ	: Türk Telsiz- Telefon Anonim Şirketi
TV	: Televizyon
YÖK	: Yüksek Öğretim Kurumu

ÖZET

Günümüzde bilim ve teknolojinin hızla gelişmesi iletişim araçlarını ve iletişim şekillerini değiştirmiştir. Bugün medya haber ve bilgi vermenin yanı sıra bireylerin yaşam şekillerini belirleyerek duygu, düşünce ve davranışların şekillenmesinde de önemli bir etkiye sahiptir. Her geçen gün toplumsal yaşamda daha fazla yer edinen medyanın olumsuz etkilerine karşı bireylerin bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda günümüzde her bireyin kazanması gereken en önemli beceri medya okuryazarlığıdır. Medya okuryazarlığı medyadan gelen her türlü içeriğin yönlendirici özelliğini fark etme ve medya içeriklerine eleştirel bakabilme becerisidir.

Bu araştırma İletişim Meslek Lisesi öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin müfredatla ilişkisini ve İletişim Meslek Lisesi eğitim müfredatının medya okuryazarı bireyler yetiştirmede ne derecede etkili olup olmadığını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Araştırma 2017-2018 eğitim ve öğretim yılında Elazığ il merkezinde bulunan Necip Güngör Kısaparmak Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinde eğitim gören 10-11-12. Sınıf; Gazetecilik, Radyo Televizyon, Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri bölümlerinde okuyan 153 öğrenci üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma ilişkisel tarama modelinde gerçekleştirilmiş olup veri toplamak amacıyla Karaman ve Karataş (2009) tarafından geliştirilen 17 maddeden ve üç alt boyuttan oluşan “Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği” kullanılmıştır. Elde edilen verilerin analizi için SPSS 20.00 istatistik programından yararlanılmış ve araştırmada frekans, yüzde, aritmetik ortalama hesaplanmış; değişkenler arasındaki ilişkinin bulunması için Ki-Kare analizi, bağımsız iki örneklem T testi ve tek yönlü Varyans analizi (LSD) testi kullanılmıştır.

Medya okuryazarlık düzey belirleme ölçeği verileri ortalamasına göre İletişim Meslek Lisesi öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin normalin üstünde olduğu görülmüştür. Ayrıca öğrencilerden görsel ve yazılı medyayı yakından takip edenlerin, sıklıkla internet kullananların medya mesajlarına karşı farkındalıklarının daha fazla olduğu saptanırken, bu mesajlara eleştirel bakabilme, içerik hakkında kendini yönlendirebilme becerilerinin de yüksek olduğu belirlenmiştir. Bunun yanı sıra medya mesajlarının içeriklerini analiz ederek tepki verme becerilerinin biraz daha yetersiz düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak, İletişim Meslek Lisesi eğitim müfredatının medya okuryazarı bireyler yetiştirmede yeterli olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Medya Okuryazarlığı, İletişim Meslek Liseleri, Müfredat, Elazığ

SUMMARY

**THE RELATIONSHIP BETWEEN MEDIA LITERACY LEVEL AND
CURRICULLUM OF COMMUNICATION VOCATIONAL SCHOOL STUDENT:
ELAZIG (AS AN) EXAMPLE**

In today's world, rapid advances in science and technology changed communication devices as well as means of communication. In addition to its main function of broadcasting news and information, today's media has become more effective in shaping the emotions, thoughts and actions of individuals by influencing their lifestyles. It becomes imperative to increase the individuals' awareness against negative effects of the media that gains wider acceptance in social life. Towards this goal, the most important skill every individual must gain is media literacy. Media literacy can be defined as the skill to differentiate the influential aspect of any content of the media and the ability to evaluate that content with a sense of criticism.

This research paper aims to reveal the relationship between media literacy of students of Vocational High Schools in Communication and the schools curriculum as well as the degree of effectiveness of the curriculum in the education of students' media literacy.

The research has been done on 153 students studying 10-11-12th grade students in 2017- 2018 Academic Year, in the departments of Journalism, Radio-Television, Public Relations and Organizational Services in Necip Gungor Kisaparmak Vocational and Technical High School located in the Central City of province of Elazig. The work has been done in Relational Screening Model developed by Karaman and Karatas (2009) utilizing "Media Literacy Level Determination Criteria" that comprises seventeen titles with three subchapters. A Statistics Program named SPSS 20.00 has been used for data analysis, also, frequency, percentage, arithmetic mean have been computed, and to evaluate the relation between variables, Chi-Square analysis, Binary-Independent-Variable Sampling T-test and Linear Variance Analysis (LSD) Test has been utilized.

The research result has shown that the media literacy level of students' of the Communication Vocational High School is higher than normal. Furthermore, students who closely follow visual and press media as well as those who use internet have shown to possess a higher awareness of media messages and as well as abilities of critical observation and higher self-guidance of the content of these messages. In addition, it has also been determined that ability to react by analyzing content of these media messages as

well as their ability of their selfawareness of their influence in the process is somewhat lower. As a result, Curriculum of the Communication Vocational High School has been found to be satisfactory in educating individuals with a sense of media literacy.

Keywords: Media Literacy, Communication Vocational High School, Curriculum, Elazığ



TEŞEKKÜR

Böyle bir konuda çalışmamı öneren ve yardımlarını esirgemeyen danışmanım Doç. Dr. İsmail Ayşad GÜDEKLİ'ye, yabancı literatür taramama destek veren eniştem Mustafa BAŞAR'a, çalışma grubumu oluşturan sevgili öğrencilere, anketlerin uygulanmasında yardımcı olan okul müdürü Ali CANPOLAT'a, eğitim hayatımda her zaman bana destek olan canım ablalarım ve abilerime özellikle annem Keriman AYDOĞAN'a, kızıma bakarak benim yokluğumu ona hissettirmeyen kayınvalidem Kamile GEYİK'e, her zaman her konuda bana destek olan hayat arkadaşım Özkan GEYİK'e özellikle de bana annelik gibi hayatın en güzel duygusunu yaşatan canım kızım Özgü Peri GEYİK'e sonsuz teşekkürler.

ÖNSÖZ

Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı yüksek lisans çalışma programının gereği olarak hazırlanan bu çalışmada, medya eğitimi alan İletişim Meslek Lisesi öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri müfredatla ilişkilendirilmektedir. Bu amaçla çalışmanın merkezini İletişim Meslek Lisesi müfredat derslerinin medya okuryazarı bireyler yetiştirmede ne derece etkili olduğu, verilen eğitimin medya okuryazarı birey yetiştirmeye katkısının olup olmadığını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu amaç kapsamında medya ve iletişim eğitimi alan bu öğrencilerin medya kullanım alışkanlıkları, müfredat derslerine bakışları, medya okuryazarı olmalarına etkisi olan ve olmayan meslek dersleri ele alınmıştır. Ayrıca bu çalışma öğrencilerin yaş, cinsiyet, gelir düzeyi ve öğrenim gördükleri bölümler açısından medya okuryazarlık düzeylerinde anlamlı bir farkın olup olmadığını ortaya koymak amacıyla yapılmıştır.

Bu kapsamda çalışma Elazığ ilinde bulunan Necip Güngör Kısaparmak Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinde eğitim gören 10-11-12. Sınıf; Gazetecilik, Radyo Televizyon, Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri bölümlerinde okuyan 200 öğrenci rastlantısal örneklem yöntemine göre seçilmesiyle gerçekleştirilmiş fakat verilerin analizinde 153 anket kullanılmıştır.

Araştırma nicel bir araştırma olup, yöntem olarak tarama modellerinden, ilişkisel tarama modelinde gerçekleştirilmiştir. Tarama modeli yöntemi var olan durumu ortaya koymayı amaçlayan bir yöntem olduğu için bu tür çalışmalarda veri toplamak için anket formu ve likert tipi anket kullanılır ve verilerin analizinde frekans, yüzde, aritmetik ortalama, standart sapma vb. değerler hesaplanır. Bu çalışmada da verilerin toplanması için anket ve likert tipi derecelendirme ölçeği kullanılmış ve anket sonuçları SPSS 20.00 istatistik programı aracılığıyla elektronik ortamına aktarılmış ve araştırmada frekans analizi, aritmetik ortalama Ki-Kare analizi ve bağımsız iki örneklem t testi ve tek yönlü varyans analizi (LSD) testi kullanılmıştır. Verilerin analiz sonucuna göre İletişim Meslek Lisesi ders müfredatının medya okuryazarı bireyler yetiştirmeye elverişli bir içeriğe sahip olduğu tespit edilmiştir.

Perihan GEYİK
Antalya, 2018

GİRİŞ

Kültürün şekillenmesinde ve bireylerin kişilik gelişiminde önemli araçlardan biri olan medya günümüzde hayatımızın her alanına girmekte ve neyi nasıl düşünmemiz gerektiği konusunda belirleyici hale gelmektedir. Medya tüm bunları yaparken ilettiği mesajlarla bireylere farklı benlik şekillerini öğretir ve toplumun değişmesine neden olur. Bu yöntemle medya, bireylerin medya mesajlarını algılanmasını, analiz etmesini, değerlendirmesini ve yorumlanmasına da engel olur. İşte medya okuryazarlığı bu sürecin sonucu olarak bireylere medyadan gelen mesajların kritik yönünü göstererek eleştirel düşünme becerilerini kazandırmayı amaçlarken, diğer yandan bireylere medya metinlerini algılama, değerlendirme, anlama ve analiz etme yeteneklerini geliştirmeyi de amaçlamaktadır.

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle bilgi teknolojilerinden eleştirel ve güvenilir bir şekilde yararlanabilmek için medya okuryazarlığı kavramı önemli bir hale gelmiş buna bağlı olarakta medya okuryazarlığı eğitime olan ihtiyaçta artmıştır. Bilgi çağı olarak adlandırılan yaşadığımız çağda sadece bilginin üretilmesi ve yayılması önemini yitirmiş gündelik yaşamımızda her an karşımıza çıkan ve ince pazarlama hileleriyle bezenmiş birçok enformasyona karşı medya okuryazarı olmak insanların en temel ihtiyaçları olan hava ve sudan sonra en önemli ihtiyaç haline gelmiştir (Şahin, 2011: 6).

Hızlı bir şekilde değişen dünyamızda bireylerin bu hızlı değişime ayak uydurabilmesi için medyayı iyi kullanmalarının yanı sıra medyadan gelen iletileri de gerekli şekilde çözümleyebilme yeteneğine sahip olması gerekmektedir. Bu nedenle bireylerin sadece medya metinlerine ulaşabilmesi değil aynı zamanda bu metinlerin içeriğini doğru analiz edip değerlendirebilmesi de gerekmektedir. Solmaz ve Yılmaz (2012: 56) da belirttiği gibi medya okuryazarlığı sadece medyadaki içeriğe erişme ve onu kullanma yeteneği değil, aynı zamanda bu içeriği değerlendirme yeteneğindedir sahip olmaktır. Bu amaçla, medya okuryazarlığı dünyanın tüm gelişmiş ülkelerindeki okullarda çeşitli düzeylerde öğretilmektedir. Bu eğitimler doğrudan müfredatta öğretilir ya da müfredatla ilgili farklı derslerde öğretilir. Medya eğitimi nasıl verilirse verilsin bu eğitimin temel olarak uygulamaya odaklanan ve öğrencilerin eleştirel, aktif, katılımcı ve yaratıcı yönlerini geliştirecek biçimde planlanması gerekmektedir.

Medya okuryazarlığı eğitimiyle medya mesajlarının doğru bir şekilde algılanması, doğru bir şekilde yorumlanması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda bireylerin medya mesajlarını doğru bir biçimde yorumlayabilmeleri için bu mesajlara eleştirel olarak

bakabilmesi ve gerçek ve kurgu ayrımını yapabilmesi gerekmektedir. Bu nedenle medya eğitimiyle, medyadan gelen mesajları analiz edebilmek için gerekli becerileri kazandırması önemlidir.

Medya okuryazarlığı eğitimiyle öğrencilerin medyayı; bilgiyi kullanma, analiz etme, değerlendirme ve iletişim kurma yeteneklerini geliştirmeye yarayan bir araç olarak kullanmaları sağlanmalıdır. Ayrıca medya okuryazarlık eğitiminde; medyanın yönlendirme ve yönetme işlevlerine sahip olduğu öğretilmeli, mesaj gönderenlerin kendi düşüncelerini empoze etmek için çaba gösterebilecekleri anlatılmalı, kitle iletişim araçları tarafından verilen bilgi ve haberler hakkında alıcılar bilinçlendirilmelidir. Buna ek olarak medya okuryazarlığının; eğitim, kültür, siyasal, sosyal ve ekonomik programlardaki önemi vurgulanmalı ve medyanın bilinçli olarak değerlendirilebilmesi için de medyanın yapısını ve işleyişinin öğretilmesi önem arz etmektedir.

Ertürk ve Gül (2006: 7) bireylerin medya araçlarından etkili bir şekilde yarar sağlayabilmeleri için bilinçli medya kullanıcıları olmalarının sağlanması gerektiğini belirtmekte ve bunun da ancak medya okuryazarlığı eğitimiyle gerçekleştirilebileceğinden söz etmektedir. Aynı şekilde Sivritepe (2014: 2) de medyayı doğru şekilde anlamak ve medyadan doğru şekilde yararlanmak için medya okuryazarlığı eğitimine ihtiyaç olduğunu belirterek medya okuryazarlığı eğitiminin sadece çocuklara değil, okul öncesinden başlanarak hayat boyu verilmesi gerektiğini söylemektedir.

Ülkemizde “Medya Okuryazarlığı” dersi 2006 yılından beri ilköğretim ikinci kademedede seçmeli ders olarak verilmekte ve medya okuryazarlığı konusuyla ilgilenen araştırmacılar tarafından ele alınmaktadır. Ancak, yapılan çalışmalar ülkemizde “Medya Okuryazarlığı” dersinin ilköğretim ikinci kademedede seçmeli ders olarak verilmeye başladığından bu yana bu dersin öğrencilere çok katkısının olmadığını göstermektedir. Türkiye’de ilköğretim ikinci kademedede verilen medya eğitimiyle istenilen ve beklenen yeterliliklerin kazandırılmadığı pek çok araştırmacı tarafından ortaya çıkarılmıştır. Bu nedenle orta öğretim kurumlarından biri olan İletişim Meslek Liselerinde verilen medya eğitiminin öğrencilere medyayla ilgili gerekli ve istenilen yeterlilikleri kazandırıp kazandırmadığının saptanması ülkemizde verilen medya eğitiminin ne kadar başarılı olup olmadığını sorgulamamız açısından önemlidir.

Bu nedenle çalışma kapsamında, İletişim Meslek Lisesi ders müfredatının bu liselerde öğrenim gören öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyine etkisi, bu liselerde eğitim gören öğrencilerin medya kullanım alışkanlıkları ve medya okuryazarlık düzeyleri

ve ders müfredatındaki derslerden hangilerinin medya okuryazarı olmaya katkısının daha fazla olduğu ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Dört bölüme ayırdığımız bu çalışmanın ilk bölümünde “Medya” ana başlığı altında medyanın tanımına, (Gazete, Dergi, Televizyon, Radyo, İnternet) ve medyanın işlevlerine yer verilmektedir. Medya okuryazarlığı eğitimiyle ilgili teorik bilgilerin yer aldığı ikinci bölüm konunun önemini vurgulamak açısından ve konuya dikkat çekmek açısından önemlidir. Çalışmanın ikinci bölümünde “Medya Okuryazarlığı Kavramı, Tarihsel Gelişimi ve Medya Eğitim” ana başlığı altında medya okuryazarlığı kavramı, medya okuryazarlığının önemi, yaklaşımları, modelleri, ilkelerine yer verilerek medya okuryazarlığı kavramının ne anlama geldiği, önemi ve gerekliliği konusunda farkındalık yaratılmak istenmiştir. Ayrıca bu bölümde Avrupa ve Amerika’da başlayan medya okuryazarlığı eğitiminin Türkiye ve Dünyadaki gelişimi anlatılmış bunun yanı sıra Türkiye’de yapılan akademik çalışmalara da yer verilmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde “Türkiye’deki İletişim Liseleri Ve Müfredatları” ana başlığı altında; İletişim Meslek Liseleri’nin kuruluş nedenlerine ve ilk kurulduğu yıla, Türkiye’de İletişim Eğitimi veren Liselere yer verilirken bu okullara öğretmen olma kriterlerine, bu liselerdeki bölümlere, bu bölümlerdeki ortak derslere yer verilmektedir. Ayrıca bu liselerin müfredat derslerinin içerikleri EK 2-3-4’ te verilmiştir.

Çalışmanın dördüncü ve son bölümünde Elazığ Necip Güngör Kısaparmak Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi’ nde (İletişim Meslek Lisesi) gerçekleştirilen anket çalışmasının SPSS 20.00 istatistik programında çözümlenmesi sonucu elde edilen verilerin bulgularına yer verilmektedir. Elde edilen veriler ışığında İletişim Meslek Lisesi Müfredatının medya okuryazarlığına ne derece etkili olup-olmadığı, öğrencilerin medyaya ve öğrenim gördükleri okulun ders müfredatına yönelik düşünceleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Sonuç bölümünde çalışmayla ilgili genel değerlendirmeler yapılarak, araştırma sonucu doğrultusunda çeşitli önerilere yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL OLARAK MEDYA VE MEDYANIN İŞLEVLERİ

Günümüzde medya hem toplumun hem de bireylerin nasıl yaşaması gerektiği konusunda belirleyici unsurlardan biridir. Bununla birlikte medya çeşitli işlevleri bünyesinde barındırmakta birey ve toplum üzerinde pek çok etkide de bulunmaktadır. Bu açıdan bu bölümde medya kavramına, gazete, dergi, televizyon, radyo ve internet'in topluma ve bireye etkilerine, ayrıca medyanın işlevlerine yer verilmektedir.

1.1. Medya

Medya, bilgiyi içeren ve bilgiyi taşıyan her şeyi kapsamaktadır. (Andersen, 2002: 31). “Medya” kelimesi günümüzdeki modern iletişim araçlarını da içine alan sinema, video, radyo, fotoğrafçılık, reklamcılık, gazete ve dergiler, kaydedilmiş müzik, bilgisayar oyunları ve internet, cep telefonları, billboardlar, filmler, imgeler, web siteleri gibi her türlü görsel, işitsel ve yazınsal unsurlar bütünü olarak tanımlar (UNESCO, 2006).

Medya, Latince “medium” kelimesinin çoğulundan türetilmiş bir kelime olarak karşımıza çıkmakta ve Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre de medya; iletişim araçları anlamına gelerek, (gazete, dergi, radyo, televizyon ve internet)’in yerine kullanılmaya başlayan bir sözcük haline gelmiştir. 20. yüzyılda teknolojideki gelişmelerle yaşamımızın bir parçası haline gelen kitle iletişim araçlarında 1980’li yılların gelmesiyle önemli ve büyük gelişmeler olduğu saptanmıştır. Kitle iletişim araçları bu yıllarda birbirlerine yakınlaşmış ve bütünleşmiştir. Gerçekleşen bu yakınlaşma ve bütünleşme sonucu kitle iletişim araçları yerine medya denilmeye başlamış ve bu kullanım gündelik dilde yerini almıştır (RTÜK, 2007: 24)

Tuncer’e (2013: 8) göre medya, iletişimin gerçekleştiği ortam ve kitle iletişim araçları anlamına gelmektedir ve medya, her türlü mesajı, farklı beğenilere sahip kitlelere kendi yayın politikası ve özelliklerine göre yeniden oluşturarak tek yönlü olarak gönderen kitle iletişim araçlarıdır.

Kısaca medya her türlü yazılı, görsel ve elektronik haber ve bilgi aktarımına aracılık eden her şeydir.

1.1.1. Gazete

Kitle iletişim araçlarının en önemlilerinden biri olan gazete, insanların bilgi ve haber alma ihtiyacı karşısında ortaya çıkmıştır. İnsanların çeşitli konulardan haberdar

olma isteği çok eskilere uzanır. Bu istek neticesinde doğan gazete, bu isteği yazılı hale getirerek herkesin ulaşabileceği bir biçimde sunan yayınlardır.

Kelime olarak “para” anlamına gelen gazete, Eski Roma’da Senato’nun yaptığı uygulamaları halka duyurmak amacıyla çıkardığı “Fogli Volanti” haber kâğıdının satın alınması için, piyasaya arz edilen paraya “gazete” adını vermişlerdir. Osmanlı İmparatorluğu’n da ise gazeteye; zabıtname, tutanak anlamına gelen “ceride” denilmektedir (İspirli, 2000: 13).

Dünyada çağdaş anlamda ilk gazeteler 17. yüzyılda çıkarılmaya başlanmıştır. İlk gazete 1609’da Strasbourg’da Almanca çıkarılan “Avisa Relation Oder Zeitung” dur (Tokgöz, 2003: 98). Gazetede genel olarak savaş ve dış politika haberleri yer almaktadır. Gazete aynı yıl aynı adla Augusburg’da yayımlanmaya başlamıştır. İngilizlerin ilk gazetesi “The Weekly News From Italy and Germany” olurken, 1631’de Fransa Paris’te haftalık olarak yayımlanan “La Gazette” yi 1640’ta yayımlanan İtalyan gazetesi “Gazete Publica” takip etmiştir (MEB- Medya Tarihi Kitabı, 2011: 18-19). Koçak (2011: 29) gazetelere ilk yönelişin; daha sonra hükümetin yayın organı haline gelen Fransız gazetesi “La Gazette” ile başlamaktadır. Gazetenin asıl amacının haber ve bilgi vermek olduğunu belirten Koçak, teknolojiye ilerlemeyle birlikte gazetelerin asıl işlevinden saptığını ve gazetelerin reklam ve ilan için kullanılmaya başladığını ifade etmektedir. Yücedoğan (2012:155-156) da 20. yüzyılla birlikte gazetelerin ve gazetecilik mesleğine olan bakışın değiştiğini, gazetelerin ve gazetecilerin saygınlıklarının azaldığını belirtmektedir. Bu durumun yapılan araştırmalarla da ortaya konduğunu belirten Yücedoğan, gazetecilik ve gazetelere olan inancın azaldığını söylemektedir.

Avrupa’da gazetecilik faaliyetlerinin başlamasında iki unsur çok önemlidir. Bunlardan ilki, ülkeler arasında yaşanan din savaşları hakkında bilgi edinmek, ikincisi ise coğrafi keşiflerle birlikte biriken sermaye için pazar arayışları, yani ticaret önemli rol oynamaktadır (Tokgöz, 2003: 58-59). Osmanlı’ da ise gazetenin çıkışı Avrupa’dan oldukça farklıdır. Avrupa’da ticaretin gelişmesi sonucu oluşan ekonomik ihtiyaçları gidermek amacıyla çıkan gazeteye alttan bir talep varken, Osmanlı’da dağılmakta olan ülkeyi modernleştirerek tekrar eski haline getirmeyi amaçlayan batılılaşma hareketi neticesinde devlet eliyle başlatılmıştır (Altun, 2010: 17). Bu bağlamda Osmanlı’da Türkçe olarak yayımlanan ilk gazete devlet eliyle çıkarılmıştır. II. Mahmut’un çabası sonucu 11 Kasım 1831’ de yayımlanan “Takvim-i Vakay-i” Osmanlı Devleti’nin ilk gazetesidir (Topuz, 2003: 15).

Bilici (2011: 23-24) teknolojinin gelişmesine bağlı olarak özellikle 2000’li yıllardan sonra okuyucuların okuma alışkanlıklarının değiştiğini, yazılı materyallerdense dijital materyallere doğru bir yöneliş olduğunu, bunun sonucunda da kâğıt ve emek maliyetlerinin azaldığını ifade ederek, bu yönelişi çevre bilincinin oluşmasına bağlamaktadır. Günümüzde internet teknolojisinden yararlanan gazetelerin varlıklarını bir şekilde sürdürebildiğine değinen Koçak (2011: 29-30) gazetelerin böylelikle daha geniş bir okuyucu kitlesine ulaşabildiğini söylemektedir. Yine basının tirajını arttırmak için magazin içerikli haberlere ve bol fotoğrafa yer verdiğine değinen Koçak, mevcut durumun haber içeriklerini sığlaştırdığını, haberlerin bilgi ve fayda sağlama özelliğinin kaybolduğunu belirtmektedir.

1.1.2. Dergi

Geçmişten günümüze var olan değişim içinde gazete ve kitaplardan sonra sosyal ve toplumsal hayatı etkileyen dergiler bir toplumun yeniden yapılanmasında etkili olan iletişim araçlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Dergiler, gazete ve kitaptan farklı olarak günlük gelişmeleri daha ayrıntılı ele alan yayınlar olmakla birlikte farklı konuları ele alarak çok çeşitli okuyucu kitlesine seslenen yayınlardır.

Yüksel ve Gürcan’a göre dergi:

“Dergi, düzenli aralıklarla yayınlanan, değişik ilgi alanlarına hitap eden, deneme, makale, inceleme, araştırma ve eleştiri gibi yazı başlıklarından oluşan, değişik edebi türleri ya da belirli konulara yönelik derlemeleri içeren basılı yayınlardır. Belirli bir konunun ayrıntılı olarak incelendiği yazılı bir iletişim aracıdır. Gazetelerde gerektiği gibi incelenmeyen, atlanan bilgilerin daha yoğun bir şekilde verilmesi söz konusudur. Dergilerin en belirgin özelliği, yöneldikleri belirli bir hedef kitlesinin olmasıdır (Yüksel ve Gürcan, 2001: 15).”

Dünyada dergi yayınlarının ilk kez 17. yüzyılın ortalarında başladığını ifade eden Bacaksız, dünya tarihindeki en eski derginin, 1663–1668 yılları arasında Hamburg’da yayınlanan “Erbaucliche Monaths-Unterredungen” (Örnek Aylık Düşünceler) olduğunu belirtmektedir. 18. yüzyılda okuma yazma oranındaki artışın dergilere olan ilgiyi arttırdığını, 19. yüzyıldaki kâğıt üretimindeki gelişmelerin dergi maliyetlerini düşürdüğünü belirten Bacaksız, 20. yüzyıldaki teknolojik gelişmelerin dergilerin daha kaliteli bir biçimde basılmasına olanak sağladığını, fakat bunun dergi maliyetlerini arttırarak dergileri reklama yönelttiğini belirtmektedir (Bacaksız, 2010: 71-72).

Dünyada ve Türkiye’de çıkan ilk dergilerin bilime hizmet etmek amacıyla çıkarıldığını söyleyen Sayer (2007: 12) ilk dergilerin bilim insanlarına yönelik olarak çıkarıldığını daha sonra ise farklı okurlar için farklı konuları ele alan dergiler yayınlanmaya başladığını ifade etmektedir.

Al (2007) çalışmasında Osmanlı Devleti’nde dergi yayıncılığının 17. yüzyılın sonlarında başladığını, Osmanlı’da çıkarılan ilk derginin 1795’te Fransız Büyükelçiliği tarafından Fransızca yayınlanan “Bulletin de Nouvelles” olduğunu ifade ederek, Osmanlı’da Türkçe bir derginin 50 yıl sonra çıkarıldığını söyler. Osmanlı Devleti’nde Türkçe ve Fransızca olarak yayınlanan ilk derginin 1850 yılında yayın hayatına başlayan “Vakay-i Tıbbiye” dergisi olduğunu belirten Gürcan (2015: 11) bu dergiyi 1851 Mecmua-i Fünun (Bilimler Dergisi), 1863 Ceride-i Askeriye (Askeri Gazete), 1865 Takvim-i Ticaret (Ticaret Takvimi) takip ettiğini söyler.

Dünyada çocuk dergiciliğinin ahlaki değerleri öğretmek amacıyla çıkarılmaya başladığına dikkat çeken Şimşek (2001: 2-3) bu amaçla; eğitici hikâyelere, fablara, doğa bilgilerine, mektuplara yer verildiğini vurgulayarak, dünyada bu amaçla yayınlanan ilk çocuk dergisinin 1722’de çıkarılan “Leipziger Wochenblatt Für Kinder” olduğunu ifade etmektedir. Osmanlı Devleti’nde çıkarılan ilk çocuk dergisi ise 1869’da çıkarılan “Mümeyyiz”dir (Şimşek, 2001:5).

Ülkemizde Kurtuluş Savaşı, Cumhuriyet Dönemi ve Çok Partili Döneme geçiş yıllarında da dergicilik faaliyetleri devam etmiştir. Kurtuluş Savaşı yıllarının önemli dergileri şunlardır: mizah dergileri Diken ve Aydede, kadın dergileri İnci, Yeni İnci, Hanım, çocuk dergisi Hacıyatmaz, edebiyat dergisi Ümid, Büyük Mecmua. Cumhuriyet döneminin en önemli dergileri: Kadro, Varlık, Yeni Adam, Fikir Hareketleri, Ülkü dönemin fikir dergilerini oluştururken, Akbaba ve Yedigün dönemin mizah dergileridir. Çok partili hayata geçişle birlikte dergi sayısında hızlı bir artış yaşanmıştır. Dönemin en önemli dergisi, basın tarihimizin en fazla tiraja sahip dergisi 1946’da Aziz Nesin ve Sabahattin Ali tarafından çıkarılan “Markopaşa”dır (MEB- Medya Tarihi Ders Kitabı, 2011: 31-43-52).

20. yüzyıldaki teknik gelişmelerle birlikte dergilerin ticari bir araç konumuna geldiğini belirten Çarpınlioğlu, dergilerin asıl işlevinden saptığını, eğitim işlevini yerine getirmediğini vurgulamakta ve günümüzde dergilerin ideal yaşam şekillerinin pazalandığı küresel ağın bir parçasına dönüşerek bireyleri okuma alışkanlığından uzaklaştırdığının altını çizmektedir (Çarpınlioğlu, 2013: 10-11).

1.1.3. Televizyon

Teknolojinin gelişmesiyle yaşamımıza çok çeşitli kitle iletişim araçları girmesine rağmen günümüzde en fazla tercih edilen kitle iletişim araçlarının başında televizyon gelmektedir. Çünkü televizyon sayesinde insanlar çok uzaklardaki olaylardan haberdar olabilmekte ayrıca sunduğu eğlence olanaklarıyla gazete, dergi ve radyoya oranla daha fazla tercih edilmektedir.

Günümüzde televizyon modası geçmiş gibi görünse de her evde yerini almakta, hem göze hem kulağa seslenmesi açısından ve olaylar çok uzaklarda gerçekleşse de televizyon sayesinde bu olaylar daha kolay takip edilebilmekte bu özellikle televizyonu medya araçlarının en etkilisi ve güçlüsü kılmaktadır (Yeşil ve Korkmaz, 2008: 57).

Dünyada ilk televizyon yayını 1927 yılında Amerika Birleşik Devletlerinde Newyork ve Washington arasında gerçekleşmiştir. Daha sonra 1934 yılında İngiltere televizyon yayınlarına başlamış, ülkemizde ise televizyon yayınlarına 1954'te kapalı devre yayıncılık olarak İstanbul Teknik Üniversitesinde başlamıştır. Türkiye Radyo Televizyon Üst Kurulu (TRT) ise yayınlarına 1966 yılında kapalı devre olarak başlamakta fakat tam anlamıyla yayıncılık hayatına 31 Ocak 1968'de geçilmiştir (MEB- Raydo Televizyon Yapımcılığı Ders Kitabı, 2011: 190-191).

20. yüzyılın en önemli buluşlarından biri olan televizyon hiç şüphesiz diğer kitle iletişim araçlarından oldukça farklı bir çekiciliğe sahiptir. Çünkü televizyon birbiri ile hiçbir benzerlik göstermeyen farklı sosyo kültürel özelliklerde bireyleri aynı anda etkisi altına alma yeteneğine sahip olmakla birlikte toplumsal yapının yeniden şekillenmesine ve kültürel değişimlere de neden olan kendine özgü özellikleri barındıran bir medya aracıdır (RTÜK, 2007: 61). Televizyon bireylerin zaman ve mekânla sınırlanmış hayat tecrübelerinin sınırlarını genişleten, genişletmekle de kalmayıp önemli değişikliklere sebep olan teknolojik bir imkândır. Kitle iletişim araçlarının gelişme süreçlerine bakıldığında hiçbir televizyonun gücüne televizyon kadar kısa bir zamanda ulaşamamıştır (Çiçek, 2013: 12)

Büyükbaykal (2011: 33) televizyonun teknolojiye ilerlemelere kendini adapte ettiğini ve bireylerin birçok ihtiyacını karşılayabildiğine dikkat çekerek, televizyonun toplumsal yapıyı oluşturduğunu ve gündelik hayatın vazgeçilmezi haline geldiğini söylemektedir. Aktı (2011: 24) da televizyonun bireyi ve toplumu etkileme gücüne değinmekte ve televizyonun toplumu; düşünsel, sosyal, duygusal ve kültürel olarak etkilediğini belirtmektedir. Hiç şüphesiz televizyon gündelik yaşantımızda olan olaylara

bakış açımızı belirlerken toplumun en küçük birimi olan aileyi, çocukları, kültürü ve ahlaki değerlerimizi de etkilemektedir.

Televizyonun aile hayatına etkilerine değinecek olursak bunu sadece kendi ülkemize indirgemenin doğru olmayacağını belirtmek gerekmektedir. Çünkü televizyon evrenseldir dolayısıyla etkileri de evrenseldir. Bu nedenle televizyon sadece bizi değil bütün dünya toplumlarını aynı oranda etkilemektedir. Bu etki ülkelerin zenginlik durumlarına göre farklılık gösterse de günümüzde hemen hemen her toplum birbirinden az ya da çok etkilenmektedir. Televizyon hayatımızın bir parçası olmadan önce aileler bir arada sohbet ederek zaman geçirirken televizyon eğlence anlayışımızda farklılıklar yaratarak aile içindeki sıcak sohbet ortamını kaybolmasına sebep olmakta ve bunun sonucunda da aile içindeki bireylerin paylaşımlarını azaltmaktadır (MEB-Radyo Televizyon Yapımcılığı Ders Kitabı, 2011: 230).

Günümüzde televizyonu daha çok çocuklar izlemektedir bu nedenle de çocuklar televizyonun oluşturduğu kurgusal gerçeklikten daha fazla etkilenmektedir. Çünkü çocukların bilişsel düzeyleri yetişkinlerle aynı düzeyde değildir. Bu nedenle çocuklar televizyonda ya da başka bir yerde gördükleri ve yaşadıkları olaylardan daha kolay etkilenir ve bunları da kendi yaşamlarına daha kolay yansıtırlar. Dolayısıyla televizyon çocukların yaşamında önemli ve etkili bir güce sahiptir ve onları olumlu ya da olumsuz düşünce ve davranışlara da yöneltebilir (Altıncılık ve Özkan, 2014: 192). ABD’de yapılan araştırmalar televizyon izleme süresi ve şiddet arasında doğru orantı olduğunu göstermiş ve çocuk programlarında sunulan şiddetin yetişkinler için hazırlanan programlardan %10 oranında daha fazla olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla çocukların yaşamında önemli bir yere sahip olan televizyon onlara olumlu ya da olumsuz bir davranış ve düşünce geliştirmelerine neden olabilir. Bu nedenle yapılan çalışmalar; kontrollü televizyon izlemenin oluşabilecek olumsuz davranışları ortadan kaldırdığını, hatta çocukların kendileri için yararlı davranışlar geliştirebileceklerini göstermektedir (MEB-Radyo Televizyon Yapımcılığı Ders Kitabı, 2011: 230-232).

Televizyonun bir diğer etki alanı ise kültüre olan etkileridir. Televizyon zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldırarak hiç gitmediğimiz ve görmediğimiz yerler ve kültürlerle ilgili fikir ve bilgi verirken o kültürlerin yaşamlarını deneyimlemize olanak sunar. Günümüz insanı, kendisi gitmese de televizyon aracılığıyla dünyanın evine geldiği bir zamanda yaşamaktadır. Televizyonda yayınlanan içerikler aracılığıyla yabancı ülkelerle etkileşim artarken yine televizyon aracılığıyla gelişmiş ülkelerin zengin yaşam tarzı ve estetik beğenileri öne çıkarılarak toplumun bu yaşam tarzını benimsemesi sağlanır bu da

kültürel dezanformasyona neden olur (Kocadaş, 2006: 6). Şahin'in (2011: 250) de belirttiği gibi: "Televizyon çok iyi bir kültürel yayılma aracıdır. Bu araç iyi kullanıldığında başka bir toplumun kültürü topluma çok rahat bir şekilde empoze edilebilir ve diğer toplumun kültürel motifleri hedef kültüre işlenir."

Doğan ve Göker (2012:8-9) televizyonun ahlak kurallarını yok saymasını ele alarak televizyonun özellikle cinsel içerikli program ve görüntülerle ahlaki yapıyı zedelediğini belirtmektedirler. Turhan (1997: 84) da televizyonun toplumların sahip olduğu ahlaki değerleri yeniden biçimlendirdiğini belirterek ahlaki unsurlarda oluşan zedelenmenin kültürel yozlaşmaya neden olduğunu düşünmektedir. Televizyonun toplumsal değişimde önemli bir faktör olduğunu dile getiren Şahin (2011: 250) televizyonun çeşitli ahlaksal ve kültürel değerleri yayarak bireylerin bunları alışkanlık haline getirmesine neden olduğunu söylemektedir. Şahin, alışkanlık haline gelen değerlerin ise toplumun ahlaki yapısını değiştirip etkileyeceğini belirtmektedir.

Tümbü özellikleriyle televizyon, günümüzün önemli "kültürel üretim ve aktarım" aracıdır. Bu nedenle Comstock'un da söylediği gibi: "Artık hiçbir şey televizyondan önceki gibi olmayacaktır." Televizyon bireylerin zaman ve mekânla sınırlanmış hayat tecrübelerinin sınırlarını genişleten, genişletmekle de kalmayıp önemli değişikliklere sebep olan teknolojik bir imkândır. Kitle iletişim araçlarının gelişme süreçlerine bakıldığında hiçbirisi televizyonun gücüne televizyon kadar kısa bir zamanda ulaşamamıştır (Çiçek, 2013: 12)

1.1.4. Radyo

Sesli haberleşme araçlarının hayatımıza girmesiyle evlerimizin vazgeçilmezi haline gelen radyo günlük gelişmeleri takip etmek isteyen bireylerin anında ulaştıkları bir medya aracıdır. 1920-1960'lı yıllar arasında en popüler zamanını yaşayan radyo, aile yaşantısından tutunda haber alma alışkanlıklarımıza kadar birçok şeyi değiştirmiştir. Ayrıca radyonun ucuz ve kolay kullanılabilen bir araç olması toplumda daha hızlı yaygınlaşmasını sağlamıştır. Radyo günümüzde kullanılan kitle iletişim araçlarına göre teknolojik olarak biraz geri kalmış gibi görünse de hala en önemli kitle iletişim araçlarından biridir.

Kelime olarak "ışma" anlamına gelen radyoyu Birsen (2015: 133) bütün sanat dalları ve haberleşme yollarının birleşimi olarak tanımlamaktadır. Ayrıca radyoyu, bir haberleşme aracı olarak gören Birsen, radyoyu; olayların elektro manyetik dalgalar aracılığıyla aktarılması süreci olarak görmektedir. Kısaca radyoyu formüle eden Birsen: "Radyo= ses+söz+efekt unsurlarının birleşimidir." der. Özetle radyo, ses ve söz

özelliklerinin itinayla birleştiği, bu birleşen ürünün efekt unsuruyla harmanlandığı, bireylere istedikleri zaman, istedikleri yerde haber alma özgürlüğü tanıyan, en ucuz, kullanım açısından en kolay ve haberi en hızlı şekilde topluma iletebilen kitle iletişim aracıdır.

Radyo ile ilgili il teknik çalışmalar 1860'lı yıllarda James Clerk Maxwell'e kadar dayanmaktadır. Maxwell ilk kez elektromanyetik dalgaları keşfetmiş fakat bu alanda ilk teknik çalışmaları 1885-1889 Alman fizikçi Heinrich Hertz geliştirilmiştir. Bu teknik çalışmalarla ilk kez ses aktarımını ise İtalyan Guglielmo Marconi 1895' te gerçekleştirmiştir. Dünyada ilk radyo yayını 2 Kasım 1920'de ABD'de başlamış ve ilk yıl 4 tane olan radyo istasyonu sayısı 1922 yılına gelindiğinde 392'ye ulaşmıştır (RTÜK, 2007: 78-79). Türkiye'de ise ilk radyo yayınları 6 Mayıs 1927'de TTTAŞ (Türk Telsiz-Telefon Anonim Şirketi) aracılığıyla başlamıştır (Birsen, 2015: 73). Birsen (2013: 77) radyoculuğa Türkiye'nin diğer kitle iletişim araçlarında farklı olarak dünya ile hemen hemen aynı yıllarda başladığının altını çizerek, yeni olan Cumhuriyet niteliklerinin halka anlatılmasında radyodan yararlanıldığını, ayrıca radyonun etkileme gücünün fark edilmesiyle radyo yayınlarının devlet tekeline alındığını belirtmektedir. Ayrıca Birsen (2015: 73) Amerika'da radyonun ticari amaçla kullanıldığını, reklam gelirlerini arttırmak isteyen radyoculuk anlayışından dolayı radyoların halkın nabzını çok iyi tuttuklarını, bu nedenle ABD'de popüler yayın anlayışının benimsendiğini ifade ederken, Avrupa'da kamusal yayıncılığın ön planda tutulduğunu fakat Alman Nazilerinin radyoyu bir propaganda aracı olarak kullandıklarını belirtmektedir.

1980'li yıllara kadar Avrupa kamusal yayıncılık anlayışı benimsemiş fakat 1980'den sonra bu anlayış kırılarak radyoculuk devlet tekeline kurtularak birçok radyo ve televizyon istasyonunun kurulmasını sağlamıştır. Türkiye'de 1990'lı yıllara kadar Avrupa'daki kamusal yayıncılık anlayışını benimsemiş fakat 1990'da özel radyo ve televizyon kurmak devlet tekeline çıkarılarak 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluşları ve Yayınları Hakkında Yasa ile özel radyoculuk ve televizyonculuğun yolu açılmıştır (Birsen, 2015: 73-74).

Geçmişte kolay taşınabilmesi, ucuz olması ve kullanmak için herhangi bir beceri gerektirmemesi dolayısıyla en çok tercih edilen kitle iletişim araçlarında biri olan radyo günümüzde internet teknolojisinin yaygınlaşması nedeniyle değer kaybetmiş ve dinleyici sayısı da gittikçe azalmıştır. Buna ek olarak özel radyoculuğun gelişmesi radyo program içeriklerinin basitleşmesine neden olmuş ve radyoculuğun işlevlerini tam anlamıyla yerine getirememesi de toplum tarafından eleştirilmektedir. Günümüzde radyolar ya da radyo

yayıncılığı program içeriklerinin basitleşmesi, yeterli donanıma sahip olmayan sunucu ve spikerlerin dili yanlış ve farklı kullanması nedeniyle eleştirilse geri kalmış ya da gelişmekte olan ülkelerin gelişimine katkı sağlayan bir medya aracıdır.

Günümüzde internet teknolojilerindeki büyük sıçrama radyoculuk anlayışının değişmesine neden olmuş, internet sayesinde her birey kendi radyosunu kurabilmekte ve kendi programlarını kendi sunabilme imkânı bulmaktadır. Yani internet teknolojisi hem radyoculuğu hem de radyoculuk anlayışının değişmesine neden olmuştur.

1.1.5. İnternet

İnternet birçok haberleşme ağının birlikte oluşturduğu iletişim ortamı anlamına gelmekte ve dünya üzerindeki çok sayıda bilgisayar ağını TCP/IP (İnternet Protokolü) ile birbirine bağlayan, herhangi bir sahibi ve işletmecisi bulunmayan, bir ağ sistemi olarak tanımlanabilir. Diğer bir deyişle internet, bilimsel gelişmeleri sağlayan, bilgi teknolojilerini değiştiren, toplumdaki bireylerin yaşam şekillerini değiştirmeye zorlayan, sürekli değişen ve değiştiren teknolojiler kümesidir (Ersöz ve Meral, 2016: 238).

Bu nedenle internet içinde yaşadığımız çağın sürekli değişen yaşam şekillerine ve bilimsel yeniliklerine ayak uydurabilmemiz için önemli araçlardan biri haline gelmiştir. İnternet teknolojisinin gelişmesi bilgiyi daha önemli hale getirmiştir. Bugün bir bireyin bilgiden izole bir şekilde yaşaması mümkün değildir. Dünyada ekonomik bir güç olmak isteyen toplumlar bilgiyi elinde barındırabilen toplumlardır. Bu nedenle toplumlar bilgi edinebilmek için bilgi teknolojilerinden etkili bir şekilde yararlanabilmek adına bu alana yönelmiş ve güçlü yatırımlar yapma çabası içerisindeyler. Toplumlar bilgi teknolojilerinin önemini kavradıkları için günümüzde tüm okullarda bilgi teknolojilerine yer verilmekte ve bu konuda öğrenciler donanımlı hale getirilmeye çalışılmaktadır (Çavuş ve Gökdaş, 2006: 57).

Özellikle 2000’li yıllarda öne çıkan ve günümüzde ceplerimize bile taşınan internet 1965 yılında Amerika’da ülkenin güvenliği ve savunma sistemleri ile ilgili DARPA (DefenceResearch Project Agency) ajansında çalışan uzmanların ortak bir ağ ile haberleşebilmeleri amacıyla gelişen bir teknolojidir. 1969 yılına gelindiğinde ise dört üniversitenin ana bilgisayar ve telefon hattıyla bilgi paylaşımında bulunmaları sağlanmış ve bu ağ sistemine de ARPANET (Advanced Research Project Agency) adı verilmiştir (Gürcan, 2015: 16). University of California at Los Angeles, Stanford Stanford Research Institute, University of Utah ve University of California at Santa Barbara arasında bilgi akışını sağlayan bu ağ 1972 yılına gelindiğinde e- posta gönderme işlemini de

gerçekleştirmeye başladı. 1 Ocak 1983'te ARPANET içinde İletişim Kontrol Protokolü (Transmission Control Protocol) yapıldı ve TCP/IP yani günümüzde kullanmaya devam ettiğimiz internet ağı oluşturuldu. 1990'da internet ağı sistemi NSFNET' e yönelik ileri Ağ Hizmetleri (Advance Network Services) oluşturularak internetin özel işletimcilerin eline geçmesini sağladı (Çakır ve Topçu, 2005: 75).

Dünyada bu tür gelişmeler yaşanırken ülkemizin internetle tanışması ise şu şekildedir. Ülkemizde internetle ilgili ilk çalışmalar 1991'de başlamış ODTÜ-TÜBİTAK'ın işbirliğiyle TR-Net adlı bir proje grubu oluşturulmuştur. 1993'te ODTÜ-Ankara-Washington-ABD arasında ilk bağlantı gerçekleştirilmiş oldu. Bu yıllardan sonra da ülkemizde internet kullanımı hızla yaygınlaştı (Koçak, 2011: 59). Bilgisayar teknolojilerindeki gelişmeye paralel olarak ortaya çıkan internet teknolojisi diğer kitle iletişim araçlarına göre bireyler arasındaki kullanımı en hızlı yayılan kitle iletişim aracıdır (Slevin, 2002'den akt. Erol, 2007: 122). Tabiki insanlar arasında kullanımı çok hızlı yayılan internetin toplumu etkilemesi de kullanımında olduğu gibi toplumu daha hızlı bir değişimin içine soktuğu da göz ardı edilmemelidir. Bireyler üzerinde olumlu ve olumsuz pek çok etkisi bulunan internet, bireylerin günlük hayatlarından, sosyal gelişmelerine ve hatta kültürel farklılaşmalarına kadar etkilemektedir. Özellikle dünyada internet kültürel aktarımın bir parçası haline gelerek bireylerin birbirinden daha çok etkilenmesine neden olmaktadır. Bununla birlikte internet bilginin daha hızlı bir şekilde tüm dünyaya yayılmasını ve daha geniş kitlelere iletilmesini de sağlamaktadır (Sarıfakıoğlu, 2007: 54).

Tüm bu gelişmeler hem ülkemizde hem de dünyada eğitim anlayışı ve sistemlerinin de değişmesine neden olmuş, internet eğitime farklı bir boyutta kazandırmıştır. İnternet, eğitim almak için sınıfa olan ihtiyacı ortadan kaldırmış çevrimiçi olarak farklı ülkelerden, her yaş ve cinsiyetten bireylerin aynı anda ya da istedikleri zaman eğitim ve bilgi almalarını olanaklı hale getirmiştir. Buna ek olarak İnternet, öğrenmek isteyen veya öğrenciler için geniş bir bilgi deposu olmakla birlikte, ders dışında da bilgi sahibi olmak isteyen öğrencilere ve bireylere; eğlenceli, renkli ve görsellerle desteklenmiş bilgiler de sunmaktadır. İnternet aracılığıyla öğrenciler kuru bir bilgiden öte görüntü ve sesle desteklenen bilgiler alabilmekte ayrıca uzaktan eğitim uygulamaları ile hemen hemen istediği her alanda eğitimlerde alabilmektedir (Çıkılı, vd., 2004: 52-57).

İnternet teknolojisindeki gelişmeler bireylerin haber alma alışkanlıklarını da değiştirmiştir. Eskiden yazılı basında ya da televizyondan haber alan bireyler günümüzde internet gazetelerinden ya da sosyal medya aracılığıyla olup bitenlerden haberdar olmaya başlamalıdır. Bu alışkanlıklardaki değişme basılı gazetelerin okunma oranını düşürmekle

kalmamış ayrıca gazete tirajlarının da düşmesine neden olmuştur. Bireylerin haber alma alışkanlıklarındaki değişimleri ele alan Gürcan ve Batu (2002: 5-6) geleneksel gazete okuyucusu ve internet gazete okuyucusunun birbirinden farklı olduklarını belirtmektedirler. Gürcan ve Batu, bireylerin internet gazetesini tercih etmelerini şu sebeplere bağlamaktadır; İnternetin coğrafi sınır tanımaması, evrensel haberlere anında ulaşabilme, ilgi alanlarına yönelik haberlere vakit kaybetmeden ulaşma, klasik haberlerin yanında internet gazetelerinin hava, yol vb. tahminleri sunması, okurun gazete okumak için belli bir ücret ödemek zorunda kalmaması.

İnternetin yaşamımızın bir parçası haline gelmesi yeni bir kavramı ortaya çıkarmıştır: İnternet Okuryazarlığı. İnternet okuryazarlığı, milyonlarca bilgi barındıran kütüphane niteliğindeki bir ortamdan en iyi şekilde yararlanabilmek, bu ortamda bulunan her türlü iletişim ortamlarına nasıl dâhil olunabileceğini bilmek olarak tanımlanmaktadır (Ersöz ve Meral, 2016: 240). Livingstone da internet okuryazarlığının geleneksel okuryazarlıktan farklı olduğunu ve farklı beceriler gerektirdiğinden söz eder. İnternet okuryazarlığı bireylerin çevrimiçi fırsatları görmesini sağlar ve ayrıca çevrimiçi tehditleri görerek bu tehditlerden nasıl korunulacağını da öğretmektedir (Livingstone, 2008: 106-112)

Günümüzde internet ve bilgi teknolojilerinin gelişmesi yaşamımıza birçok iletişim ortamı katmış ve bugün yeni iletişim ortamlarının hepsine “Yeni Medya” denilmektedir. Bu nedenle interneti yeni medyadan bağımsız olarak düşünmemek gerekmektedir. Bu nedenle internet başlığı altında yeni medya kavramına değinmenin yararlı olduğu düşünülmektedir.

Yeni medya kavramına bakacak olursak: Yeni medya kavramı 1970’ lerde ortaya atılan bir kavramdır ve 90’ larla birlikte büyük gelişme gösteren bilgisayar ve internet teknolojisi ile birlikte başka bir nitelik kazanmıştır (Thompson, 1995: 23-25)

Bugün “Yeni Medya” bilgisayar ya da sayısal ortamların gelişmesiyle hayatımıza giren sosyal paylaşım sitelerinden tutunda cep telefonu mesajlarına kadar yeni teknolojilerini anlatmak için kullanılan bir kavramdır (Kuyucu, 2013: 15). Yani yeni medya, toplumsal yaşamızla bütünleşmiş olan bilgisayardan, cep telefonuna, internet ortamından kayıt cihazlarına kadar tüm sayısal teknolojileri kapsamaktadır.

İçinde yaşadığımız çağa ayak uydurabilmek için en önemli ortamlardan biri olan yeni medya, kıymetli olan bilgiye ulaşma yollarını çoğaltmış, insanların bilgiye daha kolay ulaşmasına olanak sunmaktadır (Güdekli, 2016: 132).

Günümüzde toplumsal yaşamın bir gerekliliği haline gelen ve gündelik yaşam pratiklerimizi belirleyen bu araçların topluma getirileri olurken toplumsal kültür üzerinde de olumsuz birçok etkisi bulunmaktadır.

Bunlara bakacak olursak: Yeni medya araçlarıyla toplum tektipleştirilmiş ve dokunmatik bir toplum oluşturulmuştur. Bu araçların yaygınlaşmasıyla insanlar enformasyon bolluğuyla karşı karşıya kalarak neye nasıl inanacağı konusunda kararsız bırakılmaktadır. Bu sayede iktidar sahipleri yeni medya araçlarıyla toplumu istediği şeye inandırabilmektedir. Ayrıca yeni medyayla dil kuralları da değişmekte yeni iletişim dilleri ortaya çıkmaktadır (Yengin, 2012: 113-114).

Yeni medya araçları internet sayesinde birçok farklı iletişim ortamı sunar ve zaman ve mekân sınırlarını da ortadan kaldırır. İnternet birçok etkileşim ve bilgi ortamı sunarken internet ortamında birçok içeriğin kontrol edilememesi ise özellikle çocukların kötü içeriklere kolayca ulaşmasına neden olur. Bu nedenle yeni medya araçlarının bir uzantısı olan internet ahlaki değerlerin zarar görmesine de neden olmaktadır.

Günümüzde internet birçok olumlu ya da olumsuz özelliği bünyesinde barındırır da görsel ve işitsel bilgiye erişimi hızlandırdığı için en çok tercih edilen kitle iletişim aracı olmaya devam edeceği düşünülmektedir.

1.2. Medyanın İşlevleri

Günümüzde medyanın işlevleriyle ilgili farklı birçok görüş bulunmaktadır. Toplum büyük kısmı tarafından medya, kültürün sürekliliğini sağlanması açısından yararlı bulunurken, kimileri ise bu araçları zararlı bulmaktadır. Bu araçların olumlu ya da olumsuzluğu bireylerin bu araçları hangi amaçla kullandıklarına bağlı olarak değişmektedir (Güngör, 2011: 235).

H.Lasswell'den akt. Güngör'e (2011: 235) göre medyanın eğitim, propaganda ve gözetleme olmak üzere üç tane temel işlevi vardır. (Özdemir 1998'den akt. Mora, 2008: 6)'ya göre; Daniel Katz, Graeme Burton ve Denis McQuail'e göre medyanın beş işlevi vardır. Bunlar; "Bilgilendirme, kültürel devamlılık, toplumsallaştırma, kamuoyu yaratma ve eğlendirme."

1.2.1 Haber ve Bilgi Verme İşlevi

Medyanın en birincil kamusal görevlerinin başında haber ve bilgi verme işlevi gelmektedir. Basın için bir hak olan bu işlev, kamu yararı taşıdığı için bu hak bilgilendirme hakkıdır (Eren, 1986: 156). Medya bizi dünyada olup bitenlerden haberdar ederken, içinde bulunduğumuz evreni içinde yaşayan insanlarıyla birlikte tanımamızı da sağlar. Faklı kıta

ve ülkelerle kendi ülkemizde yaşanan olaylar hakkında bilgi edinmemize olanak sunar (Kılıç, 2014: 79). Kılıç'ın (2014: 79) da belirttiği gibi medya bu işlevi yerine getirirken doğru ve yansız olmalıdır. Günümüzde toplumlarının en doğal hakları arasında yer alan haber alma hakkı demokratik toplumlarda ulusal ve uluslararası kanunlar ve düzenlemelerle de korunmaktadır (Aziz, 2006: 70).

Medya aracılığıyla her türlü konuya ilişkin bilgi edinmek olanaklı hale gelirken, medya ile geniş halk kitlelerine sadece ulusal boyutta değil, uluslararası boyutta da ulaşabilmektedir. Medya sayesinde birçok konu, bilgi ve haber medya aracılığıyla ulaşılabilir hale gelmekte ve uluslararası arenaya da dağıtılabilmektedir (RTÜK, 2007: 26).

Eğer bir toplum gündemdeki olaylarla ilgili yanlış ve yanlış bir şekilde bilgilendirilirse o toplum doğru kararlar alamaz, doğru ilişkiler kuramaz ve doğru davranışlar geliştiremez. Bu yüzden medyanın doğru haber ve doğru bilgi sunması gerekmektedir. Bu unsur sağlıklı bir toplumun oluşturulabilmesi için medyanın en temel görevidir (Vural, 2015: 97).

1.2.2 Eğitim İşlevi

Medyanın diğer önemli işlevlerinden biri de eğitim işlevidir. Medyanın bu işlevi özellikle az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde daha ön plandadır (Özkanal, 2014: 5). Medya, toplumu oluşturan bireylerin bilgi ve becerilerini en üst seviyeye çıkarmayı amaçlarken aslında kamusal yayıncılık ilkelerini de yerine getirmektedir. Bireyler medyanın eğitim işlevi sayesinde toplumsal ortama hazırlanırken, toplumsal değer yargılarını da öğrenmektedir (Bülbül, 2000: 47).

Medya toplumdaki bireylerin yaşam boyu zihinsel gelişimlerine yardımcı olurken; bireylerin kişiliğinin oluşmasına, yetenek ve becerilerini geliştirmesine yardımcı olacak bilgiler edinmesini sağlayarak eğitimin geliştirilmesine katkı sağlar (RTÜK, 2007: 17).

Medya araçları eğitim teknolojilerinin gelişmesine katkıda bulunarak zaman ve mekân farklılıklarını ortadan kaldırır ve herkesin eğitim almasını mümkün hale getirmektedir (MEB- Radyo Televizyon Yapımcılığı Kitabı, 2011: 9). Kitle İletişim araçlarıyla bireyler bilgi, beceri ve yeteneklerini geliştirebilme imkânı bulmaktadırlar. Kitle iletişim araçları örgün ya da yaygın eğitim imkânı bulamayanlara da imkânlar sunar. Özellikle uzaktan eğitimle, örgün eğitimde bulunan her olanak mümkün kılınmaktadır (Kılıç, 2014: 81). Bu sayede medya demokrasinin vazgeçilmezi olan her vatandaşın kamu hizmetinden eşit oranda yararlanması ilkesine de hizmet etmekte; cinsiyet, yaş, ırk ayrımı yapmaksızın her vatandaşın bu eğitimden eşit oranda yararlanmasını sağlamaktadır.

1.2.3. Eğlendirme İşlevi

Kitle iletişim araçları bireyleri günlük hayatın monotonluğundan, sıkıcılığından kurtararak güzel vakit geçirmesini sağlarken, bunu hem daha ucuza mal eder hem de çeşit çeşit programlarla bireylere farklı alternatifler sunar (Kılıç, 2014: 81).

Günlük yaşamın rutin işleyişinden sıkılan toplum, medya içeriklerinde ciddi programlardan daha eğlenceli programları tercih etmeye başlamıştır. Bu ihtiyacı en ucuza karşılayabildikleri mecra ise medyadır. Tolumun beklentilerini göz önüne alan medya, içeriklerini oluştururken eğlendirmeye yönelik programları tercih etmiş, bu da toplumun özellikle televizyona olan bağımlılığını daha da arttırmıştır (RTÜK, 2007: 27).

Bireyin, gündelik yaşamın sıradanlığından ve sıkıntılarından kendini soyutlamasına yardımcı olan kitle iletişim araçlarının ilk amacının eğlendirme olmaması gerekmektedir. Eğlendirmenin yanı sıra medya kültürel değerleri aşağılamamalı, dezenformasyona uğratmamalı, öğretici, benimsetici ve bütünleştirici olmalıdır (Özkanal, 2014: 5). Aziz'in (2002: 63) de belirttiği gibi medyanın eğlendirme işlevi diğer işlevlerin başarılı olması için tamamlayıcı, yardımcı bir işlevdir. Eğlence programları oluşturmak birinci amaç değildir.

1.2.4. Kamuoyu Oluşturma ve Harekete Geçirme İşlevi

Medya toplumun yapısını, düzenini, bireyler arasındaki ilişkileri yeniden yaratma, şekillendirme gücünün yanı sıra bu ilişkileri yeniden üretme ve yorumlama gücüne de sahiptir. Bu güç bunlarla sınırlı kalmayıp, toplum içinde aktif bir role sahip siyasi gücü, yani siyasi liderleri ve hükümet politikalarını eleştirebilecek boyutlara da sahiptir (MEB-Radyo Televizyon Yapımcılığı Ders Kitabı, 2011: 14).

Demokratik rejimlerde medyanın iki işlevi vardır. İlki medyanın siyasal rejimleri vatandaşlar adına denetlemesi ve gözetlemesi biçiminde algılanan ve medyayı dördüncü güç olarak nitelendiren işlev. Bu işlevde medya vatandaşın gözü, kulağıdır. Medya, doğrunun ve haklının yanında durarak siyasal iktidarları denetler (Erdoğan, 1999: 34). Medyanın ikinci işlevi ise farklı düşünce ve görüşlere yer vererek kamuoyunun bilgi sahibi olmasına katkıda bulunmasıdır (Atabek, 2014: 98).

Yine demokratik rejimlerde kamuoyu ve medya arasındaki ilişki ikiye ayrılır. İlki, medya kamuoyunun sesidir ve kamuoyunda çıkan görüşleri yansıtır. İkincisi ise, medya kamuoyunu düzenler hatta kamuoyunu yaratır (Atabek, 2014: 98-99). Medya belli konulara dikkat çekerek kamuoyu oluşturmakta ve insanları ikna ederek harekete geçmelerini sağlayan önemli bir araçtır (Tokgöz, 2003: 110). Bu nedenle medyaya

kamuoyu oluşturma işlevi bağlamında önemli sorumluluklar düşmektedir. Bunun için medya toplumdaki mevcut görüş ve fikirleri herhangi bir ayırım yapmaksızın duyurmalı ve incelemidir (Gökçe, 1996: 211).

1.2.5. Toplumsallaştırma İşlevi

Bireylerin toplum içinde yaşamlarını devam ettirebilmesi için o toplumun maddi ve manevi kurallarını bilmesi gerekir. Medya bireylerin yaşamını sorunsuzca devam ettirebilmesi için gerekli olan bu kuralları aktararak toplumsallaştırma işlevini yerine getirmektedir (Kaya, 1985: 15).

Toplumsal değer yargılarının, inançların, düşüncelerin ve davranışların oluşmasında medya önemli bir etki alanına sahiptir. Kitle iletişim araçları insanların yaşadıkları çevreyi daha iyi tanımasına, toplumsal kuralları öğrenmesine aracılık eder. Bu sayede bireyin içinde bulunduğu toplumu daha iyi tanımasına vesile olur (Kılıç, 2014: 80)

Aziz'in (1982: 48-53) de belirttiği gibi medya araçları bireylere bilmediği ve hiç görmediği yerler hakkında bilgiler sunar ve onlara dolaylı yaşam deneyimi kazandırır. Böylelikle küçük akrabalık bağları yerine ulusal ve uluslararası; bilmediği, gitmediği yerler ve konular hakkında bilgi vererek, bireylerin dış dünyaya açılmasını mümkün kılar, ulusların modern ve büyük bir toplum yapısına geçmesini sağlar.

Medya araçları bireylerin içinde yaşadıkları toplumun sosyal hayat gereklilikleri hakkında bilmesi gerekenleri öğreten uyum süreçlerinin tamamıdır (Büyükbaykal, 2011: 36). Sonuç olarak medya bireylerin sosyal yaşamlarını belirlemede önemli araçlardan biridir. İnsanın sosyal yapı içinde yabancılaşmasını önleyen, günlük yaşam tarzımızı şekillendirerek yön veren, sosyal hayata uyum sağlamamızı kolaylaştıran bir yapıdadır.

İKİNCİ BÖLÜM

MEDYA OKURYAZARLIĞI KAVRAMI, TARİHSEL GELİŞİMİ VE MEDYA EĞİTİMİ

21. yüzyılda insan hayatının tamamını etkisi altına alan medyaya karşı bireyin eleştirel bakış açısı edinebilmesi, her türlü kitle iletişim aracından gelen enfarmasyona karşı eleştirel bir bakış açısı kazanabilmesi ve bugün bireyin sağlıklı bir yaşam sürdürebilmesi için medya okuryazarı olması gerekmektedir. Bu nedenle bu bölümde medya okuryazarlığı kavramına, medya okuryazarlığının tarihsel gelişimine, medya okuryazarlığının önemine, medya eğitimine, medya okuryazarlığı yaklaşımları, modelleri ve ilkelerine yer verilmektedir.

2.1. Medya Okuryazarlığının Tanımı

Medya okuryazarlığı nedir diye araştırdığımızda birçok tanıma rastlamak mümkündür. Bunun nedenini ise medya okuryazarlığı kavramının farklı birçok disiplinden etkilenmiş olmasına bağlanabilir. Özellikle medya okuryazarlığı kavramının eğitimciler ve iletişim bilimciler tarafından ele alınması medya okuryazarlığının birçok tanımının olmasına, net olarak tek bir tanımının yapılamamasına neden olmaktadır (Ankaralığil, 2009: 37). Bu nedenle konumuzun önemini vurgulamak için medya okuryazarlığının farklı tanımlarını ele almak doğru bir yaklaşım olacaktır.

Medya okuryazarlığı ile ilgili ilk tanımlamayı 1978’de Finli araştırmacı Sirkka Minkinen yapmıştır. Minkinen medya okuryazarlığını: bilişsel, ahlaki, felsefi ve estetik becerileri geliştirmeyi amaçlamak olarak tanımlamaktadır (İnceoğlu, 2016: 19).

Koçak (2011: 78) “Medya okuryazarlığı kavramının İngilizce “media” ve “literacy” kelimeleri yerine kullanıldığını belirterek “Medya okuryazarlığını” bireyin medya mesajlarını kendisine göre yeniden anlamlandırması olarak tanımlar.

1992 Aspen Medya Okuryazarlığı Liderlik Enstitüsü toplantısına katılan bilim insanlarının medya okuryazarlığı tanımlamasını Jolls ve Thoman (2008: 33) şu şekilde aktarmaktadır: “Çeşitli yapılarda bulunan medya mesajlarına erişme, analiz etme, değerlendirme ve yaratma yeteneğidir.”

(ECML) European Center For Media Literacy’ e göre medya okuryazarlığı “her gün televizyon, radyo, bilgisayar, gazete, dergi ve tabii ki reklamlar aracılığıyla aldığımız yüzlerce ve hatta binlerce yazılı, işitsel ve görsel sembollerini yorumlama ve bunlardan işitsel ve görsel anlamlar yaratma yetisi” dir (Thoman, 2008: 33). Medya Okuryazarlığı

Sözlüğüne göre medya okuryazarlığı, medya iletilerine maruz kalan bireylerin bu iletilere karşı eleştirel düşünebilme ve bağımsız karar alma yeteneği olarak tanımlanmıştır (Silverblatt ve Eliceiri, 1997: 48).

Potter (2005: 58) medya okuryazarlığını, medya tarafından sunulan mesajları anlamlandırma ve medya tarafından sunulan, karşılaşmak zorunda kaldığımız mesajlar topluluğu olarak tanımlamaktadır.

1990 Fransa'nın Toulouse şehrinde düzenlenen "Medya Eğitiminde Yeni Yönelimler" adlı konferansta "medya okuryazarlığı" için kullanılan "medya eğitimi, medya çalışmaları ve medya okuryazarlığı" kavramlarının doğru tabir olup olmadığı konusunda istişare edilmiştir. Yapılan tartışmaların sonucunda toplumun aktif katılım sağlayabilmesi için gerekli olan; bilginin okunabilmesi, işleminden geçirilebilmesi özelliklerini içinde barındıran medya okuryazarlığı kavramı olmuştur. Bu tartışmaların sonucunda medya okuryazarlığının analitik düşünme becerisi gerektiren bir kavram olduğu ortaya çıkarken medya okuryazarlığının kitle iletişim araçlarının işlevlerine ve yapısına ilişkin bilgiyi estetik ve ideolojik içeriğini de ele alarak anlamlandırma becerisi olduğuna kanaat getirilmiştir (Altun, 2010: 13-14).

Uysal'a (2006: 47) göre medya okuryazarlığı medya kodlarını analiz ederken, medyanın geleneklerini, değer ve ideolojilerini eleştirebilmenin yanı sıra medyayı akıllıca kullanmayı sağlayan bir pedogojidir.

Bek ve Binark'a göre medya okuryazarlığı şu şekildedir:

"Yurttaşların farklı iletişim araçlarının özelliklerinin ve olanaklarının, medya sektöründeki üretim ilişkilerinin ve yapısının, bu araçlar dolayımı ile dolaşıma sokulan kültürel metinlerde kurgulanan dünya ve ülke halleriyle, yaşam tarzları metinleri tüketen izler-kitlenin çoklu ve parçalı aidiyet tasarımlarına sahip olduğunun; bu farklılıkların da medya metinlerini tüketme pratiğinde farklı ve çoklu etkilerinin olduğunun, ancak medyanın kolektif ve popüler bellek yaratmada önemli rol oynadığının, dolayısı ile üretim ilişkileri ve yapısının, medya metinleriyle tüketim pratikleri arasındaki ilişkinin bir anlam haritası inşaa etme süreci olduğunun farkındalığını sağlayan kültürel donanım olarak tanımlanmaktadır (Bek ve Binark, 2007: 58)."

Günümüzde medya okuryazarlığıyla ilgili birçok tanımın yapıldığı görülmekle birlikte Jolls ve Thoman (2008: 33) gün geçtikçe bu tanımların değişeceğini savunur ve 21. yüzyıl insanının medya okuryazarlığının sadece medyaya erişme, analiz etme, değerlendirme ve yaratma yeteneğinden başka daha güçlü ve tutarlı tanımlara ihtiyaç duyacağını söyler. Medya okuryazarlığının 1980'lerde Amerika Birleşik Devletlerinde çocukları ve gençleri medyanın olumsuz etkilerinden korumak ve daha bilinçli bireyler

olmaları için müfredata alındığını belirten Özad, medya okuryazarlığının ne olduğunu şu şekilde açıklamıştır (Potter, 2001'dan akt. Özad, 2016: 91).

- Medya okuryazarı olmak medyayı akıllı ve etkili bir biçimde kullanmaktır.
- Medya endüstrilerinin siyasi görüşü, gelişmesi, ekonomik tabanı ve idari yapısı konusunda bilgi sahibi olmaktır.
- Farklı kaynaklardan gelen bilginin doğruluğunu değerlendirmektir.
- Medyanın bireylerin ve toplumun inanç, tavır, davranışlar ve değerler üzerindeki etkisinin bilincinde olmaktır.
- Demokratik bir biçimde değişik medya kanalları yoluyla etkili iletişim kurmaktır.
- Yeni iletişim ortamları sürekli oluşup, toplumun isteği doğrultusunda gelişmektedir.

Sonuç olarak bu tanımlardan yola çıkarak medya okuryazarı birey ne izlediğinin, ne okuduğunun ve işittiğinin farkında olmalı ve maruz bırakıldığı iletileri anlamlandırabilecek, bu iletileri değerlendirip tartışabilecek düzeyde medyanın ne dediğinin farkında olan, medyanın gerçekte ne demek istediğini bilen birey demektir (Taşkiran, 2007: 85).

2.2. Medya Okuryazarlık Eğitimi

Kubey (2001: 5) medya okuryazarlığı kavramının; medya eğitimi, medya pedagojisi kavramlarıyla içiçe olduğunu, bu kavramların birbiriyle ilişkisinin olduğunu belirterek, medya okuryazarlığı ve medya eğitiminin aynı anlama gelen kavramlar olduğunu belirtmektedir.

Sadriu (2009: 2) ise medya okuryazarlığının yeni bir okuryazarlık anlayışı olduğunu söyler ve eleştirel ve bilinçli bir bakış açısı kazandırma süreci olarak gördüğü medya eğitimini, medyanın etkilerini çözebilme ve yorumlayabilme yetisi olarak görmektedir.

Medya eğitimini günlük hayatta karşılaştığımız medya içerikleri olduğunu ifade eden Frau-Meigs (2006: 2) medya eğitiminin televizyon programlarından, okuduğumuz dergilere, izlediğimiz filimler ve dinlediğimiz müziklere odaklandığını belirtir.

Buckingham'a (2003: 3) göre medya okuryazarlığı eğitimi, bireylerin medyanın özelliklerini bilme yeteneğinin öğrenilmesi ve öğretilmesi süreci olarak tanımlanmakta ve bu nedenle medya eğitimini yalnızca yazılı basın öğelerinin değil, görsel ve işitsel öğelerin de anlamlandırılabilmesi yeteneklerinin geliştirmesine yönelik bir sistem olarak görmektedir.

Türkoğlu (2006: 166) da medya okuryazarlığı kavramının “medya” ve “eğitim” kavramlarıyla bağlantılı olduğunu söyler fakat medya okuryazarlığı kavramının daha geniş kapsamlı bir anlam ifade ettiğini belirtmektedir. Ayrıca Türkoğlu, medya okuryazarlığının sadece beceri kazandırmaya yönelik bir eğitim anlayışı olmadığını eleştirel bir aklın gerekliliğine de vurgu yaptığını ifade etmektedir.

Medya okuryazarlığının demokrasi açısından önemli olduğunu belirten Pekman medya okuryazarlığı eğitiminin gerekliliğini şu şekilde ifade eder:

“ Eleştirel düşünme ve sorun çözme yeteneklerini kazandırarak vatandaşların bilgiyi bilinçli tüketme ve üretmesini sağlayacaktır. Bu nedenle medya okuryazarlığı eğitimi, ifade özgürlüğü, bilgi edinme hakkı ve demokrasi açısından önem arz eder (Pekman, 2016: 41).”

Avrupa Medya Okuryazarlığı Merkezi (European Center of Media Literacy ECML)’ye göre medya okuryazarlığı eğitiminde şunlar amaçlanmaktadır: (ECML’den akt. Pekman, 2016: 41-42).

- Medya içeriklerinin yanlı bakış açılarını iletmeyi amaçladığını anlamak
- Duygusal etki yaratmayı amaçladığını fark etmek,
- Amaçlanan şeylerin farkında olmak
- Medyanın bazı çıkar gruplarına hizmet ettiğini bazılarını da dışladığını fark etmek
- Medyanın neden bazı çıkar gruplarına hizmet ettiğini bazılarını da dışladığının cevabını bulabilmek
- Farklı eğlence ve bilgi kaynakları bulabilmek
- Medyayı yararına kullanabilemeyi öğrenmek
- Medya iletilerine karşı aktif hale gelmek
- Dijital okuryazarlığı öğrenmek

Medya okuryazarlık eğitiminin medyayı öğretmek ve öğrenmekle ilgili olduğunu ifade eden Buckingham’a (2003: 4) göre medya eğitimi, medya iletileri karşısında aktif olarak durabilmeyi, medya iletilerine karşı eleştirel düşünme becerisi kazandırmayı amaçlar. Ayrıca medya eğitimi, bireylerin eleştirel ve yaratıcı düşünme yetesinin gelişmesine katkı sağlamaktadır.

Günümüzde medya okuryazarlığı eğitimi bireylerin sorgulayıcı, eleştirel düşünme yeteneğini ortaya çıkarmayı amaçlayan bir anlayışla verilmelidir. Bu nedenle medya okuryazarlığı ders müfredatları aktif birer medya okuryazarı yetiştirmeyi amaçlayan aynı zamanda iletişim teknolojileri ve medya kullanım alışkanlıklarındaki dönüşümü de göz

önüne alarak yeni medya okuryazarı bireyler yetiştirmeyi amaçlayan bir anlayışla oluşturulmalıdır.

2.3. Medya Okuryazarlığının Amacı

Medya okuryazarlığının amacı, medya aracılığıyla yaratılan kurgulanmış gerçeğin algılanmasına yardımcı olmaktır. Bunu yaparken de bireylerin medya tüketim sürecine aktif katılımını sağlayarak, medyada üretilen reklam ve halkla ilişkiler teknikleriyle yaratılan yanlış temsillere karşı bireylere farkındalık kazandırmaktır (Taşkiran, 2007: 91).

Medya okuryazarlığının amacı sadece medyanın olumsuz etkilerinin bilişsel düzeyde yok edilmesi için beceri ve yetenek kazandırılması değildir; amaç medya tarafından oluşturulan yaşam alanlarımızın korunmasıdır (Alver, 2006: 23).

Medya okuryazarlığının amaçlarının başında çeşitli şekillerde iletilen medya mesajlarına karşı (Televizyonda yayınlanan bir reklamdan, CD’de dinlediğimiz müzik sözlerine, gazete haberlerinden bir tişörtte bulunan slogana kadar her medya ürünü bir mesaj taşır) bireylerin farkındalığını arttırmak ve onların bu mesajlara karşı daha seçici olmasını sağlamaktır (Pekman, 2016: 41).

Medya Okuryazarlığının amacı, medya mesajlarının altındaki gerçek niyeti ortaya çıkarmak, medya iletileri ortaya konulurken kullanılan teknikleri ortaya koymak ve medyanın toplumsal yaşamı nasıl etkilediğiyle ilgili farkındalık düzeyini arttırmaktır. Ancak medya okuryazarlığının amacı sadece bu değildir, ayrıca kitle iletişim araçlarını kullanan bireylerin eleştirel düşünce becerilerini geliştirmeyi ve desteklemeyi de amaçlar (Fuchs, 2011’den akt. İnan, 2013: 30).

Medya okuryazarlığının amacı, medya ile ilgili gerçekleri gözler önüne sermek ya da bir içerikle ilgili video oluşturmak ya da sunu hazırlatabilmek değildir. Medya okuryazarlığının asıl amacı, medyanın yanıltmalarına karşı bireylerin farkındalık düzeyini artırıcı beceriler geliştirmesini sağlayarak demokratik toplumlarda vatandaşların yönetime ve medya içeriklerinin düzenlenmesine aktif katılımını sağlamaktır (Thoman ve Jolls 2008: 23-24).

Medya okuryazarlığının bir başka amacı, gençlere fikir ve düşüncelerini nasıl yazılı hale getireceklerini öğretmektir. Bunu yaparken de medya tarafından gönderilen mesajları tam olarak anlamalarına imkân tanıyarak dijital ya da medyada var olan iletilere kolayca ulaşabilecekleri ortamlar oluşturmaktır (Thoman ve Jolls 2008: 23-24).

Son olarak medya okuryazarlığının amacı, medyada gördüğümüz ya da yazılı basında okuduklarımızla ilgili soru sormayı öğretmektir. Kitle iletişim araçlarından gelen

enformasyona karşı öğretmenlerin ve ailelerin gerçekçi bir şüphecilikle yaklaşmasını sağlamak ve sağlıklı bir rehberlik ve yönlendirme yapmaları konusunda teşvik etmektir (Thoman ve Jolls 2008: 23-24).

Özetle medya okuryazarlığının amacı, bireylerin medya tarafından yaratılan gerçekliği ayırt edebilme yeteneğinin kazandırılması ve medyadan gelen her iletiyi kanıksayıp onu yaşam tarzı haline getirmemeleri için bir farkındalık kazandırmaktır.

2.4. Medya Okuryazarlığının İlkeleri

Medya yoluyla bizlere sunulan ve programların içine yedirilen gizli iletileri keşfedebilmek ve analiz edebilmek için medya okuryazarlığı ilkelerini bilmek çok önemlidir. Medya okuryazarlığıyla ilgili 1980'lerden sonra birçok çalışma yapılmış yapılan bu çalışmalar birçok farklı görüş ve ilkeyi de beraberinde getirmiştir. Bunlardan en çok bilineni ise Thoman ve Jolls'a (2008: 37-41) göre şöyledir:

1. Medya iletilerinin tamamı yapılandırılmıştır: Medyada oluşturulan her mesaj medya uzmanları tarafından yapılandırılmıştır. Bunlar ister televizyonda karşılaştığımız bir program olsun ister bir reklam afişi olsun bu mesajlar yapılandırılmış mesajlardır. Bizler sadece uzmanlar tarafından yeniden yapılandırılan tasarımları görebilir ya da işite biliriz.

2. Yeniden inşaa edilen medya mesajları kendi kuralları olan yaratıcı bir dil kullanır: Her medya aracının kendine has bir iletişim biçimi ve dili vardır. Bunlar: Gerilimi arttıran bir müzik veya kişinin duygularını daha ön plana çıkarmayı amaçlayan bir yakın çekim ya da ön plana çıkarılmak istenen haberi büyük puntolarla gazete manşetlerine taşınması olabilir. Medyada yaratılan manipülasyonu ancak medya dilinin yapısını ve metafor sistemini anlayarak çözebiliriz. Medya mesajlarının nasıl meydana getirildiğini en iyi video hazırlayarak anlayabiliriz.

3. Her birey aynı medya mesajını farklı yaşar: Her bireyin hayata karşı algısı farklıdır ve aynı şeyleri dinleyip izlemekten hoşlanmaya bilir. Bunun nedeni bireylerin; yaşlarının, yetiştiği çevrenin ya da eğitim düzeylerinin farklı oluşuna bağlanabilir. Hatta öyleki anne babalarla çocukları bile aynı programları seyretmekten hoşlanmayabilirler. Bireyler genellikle kendilerine yakın olanı daha fazla merak ederler. Bundan dolayı bireyler medyada karşılaştıkları olaylarla ilgili daha fazla soru sorarlar. İşte bireylerin bu mesajlarla ilgili daha fazla soru sorması aslında bireylerin bu mesajları kanıksamadan önce ince eleyip sık dokuyarak kendi süzgeçlerinden geçirmelerini sağlar. Bundan dolayı medya çalışmalarıyla ilgilenen araştırmacılar, her yaş gurubundan bireye medya yoluyla gönderilen mesajları anlayabilecekleri bir beceri kazandırılabilceğini düşünür.

4. Medya iletilerinin temeli kazanç ve güç elde etmedir: Her kitle iletişim aracının gerçek amacı reklamlar yoluyla daha fazla maddi gelir el etmektir. Bundan dolayı gazeteler öncelikle reklam sayfalarını düzenler ve geri kalan sayfaları da haberlerle doldururlar. Yine televizyonlarda reklam yoluyla bir izler kitle oluşturma çabası içindedirler çünkü medya sahipleri bu izler kitlenin fazlalığından yararlanarak reklamlar yoluyla daha fazla para kazanmayı amaçlamaktadırlar. Reklam verenler de televizyon kanallarının izleyici potansiyeline göre reklam verirler. Özellikle de kişi sayısı ve zamana göre belli ücretlerle reklam verirler. Yine reklam verenler reklam mesajları için izleyici özelliklerini de önemserler.

5. Medyaya değerler ve farklı bakış açıları yerleştirilmiştir: Medya mesajlarının en büyük özelliği içinde yapılandırılmış bilgiler bulunmasıdır. Bu yapılandırılmış mesajlar bunları üretenler tarafından önemli mesajlar olarak görülür. Medya reklamlar yoluyla kısa hikâyeler anlatır ve bu hikâyelerde yaratılan bir konu bütünlüğü içinde izleyenlere aktarılır. Yaratılan hikâyedeki tüm ana öğeler; karakter, karakterlerin yaşı, cinsiyeti hatta hikâyedeki aksiyonlar bile izleyicilere bazı değerleri benimsetmek amacıyla hikâyeye iç içe verilir. Reklamlara ya da medyada yayınlanan programların içine yerleştirilen gizli iletileri keşfetmek için, medya mesajlarının nasıl “okunacağını” öğrenmek önemlidir.

Medya okuryazarlığı ilkelerini, bir medya iletilisini analiz ederken kullanılmakla birlikte soruya dönüştürülmüştür. Bunlar:

- Soru-1: Bu mesajı kim oluşturdu?
- Soru-2: Dikkatimi çekmek için kullanılan yaratıcı teknikler nelerdir?
- Soru-3: Başka insanlar bu mesajı sizden farklı olarak nasıl anlayabilirler?
- Soru-4: Bu mesaj niçin gönderildi?
- Soru-5: Bu mesajda sunulan ya da göz ardı edilen yaşam stilleri, değerler ve bakış açıları nelerdir (Thoman ve Jolls, 2008: 41).

En çok bilinen bir başka medya okuryazarlık ilkeleri ise “Medya Farkındalık Eğitimi” adı altında gerçekleştirilen eğitimde (Len Masterman, 1995’den akt. Taşkiran, 2007: 100-102) tarafından oluşturulan ilkelerdir. Bunlar:

2.4.1. Len Masterman’a Göre Medya Eğitiminin İlkeleri

1. Medya eğitimi ciddi olduğu kadar önemli riskleri de beraberinde getirir. Medya eğitimi toplumu oluşturan bireylerin büyük kısmına güç verilme eylemi olmakla birlikte demokratik yapılarında güçlendirilmesidir.

2. Medya eğitiminin merkezindeki birleştirici kavram yeniden temsildir. Medya aracılık eder. Dünyada olup bitenlerin aynısını yansıtmaz sadece onları temsil eder. Medya işaretler ve semboller sistemi olduğu için medyada yer alan işaret ve sembollerin çözümlenmesi gerekmektedir. Medya hayat akışını sağlayan önemli bir nosyondur.

3. Medya eğitimi hayat boyu devam eder. Bu nedenle amaç, öğrencinin istekli hale getirilmesidir.

4. Medya eğitimi sadece bireylere eleştirel düşünme yetisi kazandırmayı amaçlamaz aynı zamanda özerklik duygusunu geliştirmeyi de amaçlar.

5. Medya eğitimi araştırmaya dayanır. Belli bir kültüre ait değerleri zorla kabul ettirmeye çalışmaz.

6. Medya eğitimi aktüeldir ve fırsatçıdır. İçeriğini sürekli güncelleyerek bireylerin dünya üzerindeki konumlarını anlamalarına ışık tutar. Bugünü konumlandırırken tarihi ve ideolojik olaylardan yararlanır.

7. Medya eğitiminde başlıca anahtar kavram alternatif bir mevzudan çok analitik araçlardır.

8. Medya eğitiminin içeriğini oluşturmak amaç için bir araçtır. Bu nedenle medya eğitiminde oluşturulan içerik farklı bir içerik oluşturmaktan daha öte aktarılabilen analitik araçların gelişmesidir.

9. Medya eğitiminin etkili olup olmadığını iki ölçüt belirler:

- Öğrencilerin eleştirel düşünebilme yeteneklerini yeni durumlara aktarabilmesi
- Öğrencilerin göstermiş oldukları sorumluluk ve güdünün derecesi

10. Medya eğitiminde değerlendirme demek öğrencinin kendi kendisini değerlendirmesi anlamına gelmekle birlikte; öğrencilerin kendilerini hem gelişimsel hem de kazanımları açısından değerlendirebilme yeteneğidir.

11. Medya eğitimi öğretmen ve öğrenci arasındaki ilişkiyi çeşitli çıkarımlar hedefleyerek değiştirmeyi amaçlar. Medya eğitimi öğretmen ve öğrenci arasındaki ilişkiyi karşılıklı konuşma ortamına dönüştürmeyi hedefler.

12. Medya eğitimi araştırmalarını tartışmayla değil, karşılıklı bilgi paylaşımıyla gerçekleştirir.

13. Medya eğitimi aktif katılımcı bir yapıda olduğu için demokratik pedagogların çalışma alanı içindedir. Öğrencilerin kendi öğrenmelerinde sorumluluk sahibi bireyler olmalarına katkıda bulunurken, öğrenimleri hakkında daha uzun vadeli bakış açısı geliştirmeleri konusunda onları cesaretlendirir. Kendi öğrenmeleriyle ilgili kontrol

mekanizmaları geliştirmelerine katkıda bulunur. Medya eğitimi yeni bir alan olduğu için yeni çalışma biçimlerine de ilgi duyar.

14. Medya eęitimi öęrenmenin rekabet veya yarıřma yoluyla gerçekleřmeyeceęini savunur. Öęrenmenin grup odaklı ve iřbirlięiyle gerçekleřeceęini dūřunur. Öęrenmenin tūm grubu oluřturan bireylerin kaynaklarını paylařmasıyla ve anlayıřıyla gerçekleřeceęini grūřunū benimser.

15. Medya eęitimi hem uygulamalı eleřtiri hem de eleřtirel uygulamadır. Kūltūrel eleřtirinin kūltūrel yeniden ūretimden daha ūstūn olduęunu tasdik eder.

16. Medya eęitimi gerçek yařamdan örnekler verilerek gerçekleřtirilen būtūncūl bir sūretir. Örneęin, anne ve babalar, medya uzmanları ve ęretmen arasındaki iliřkilerin dūzenlenmesi.

17. Medya eęitimi sūrekli deęiřim göstermek zorundadır. ūnkū sūrekli deęiřen bir gerçeklikle karřı karřıyadır ve bu yūzden geliřmeli ve deęiřmelidir.

18. Medya eğitimi kendine zgū bir epistemolojidir. Var olan bilgi basit bir biçimde öğretmenlerce aktarılmamış ya da öğrenciler tarafından keşfedilmemiş olabilir. Bu bir son değildir, başlangıçtır. Öęrenci ve öğretmenlerin aktif katılımıyla oluşturulan yeni bilgiden eleştirel sorgulamalar ve diyalog konusu oluşturulur (Len Masterman, 1995'den akt. Taşkıran, 2007: 100-102).

2.4.2. Patrica Aufderheide'ye Göre Medya Okuryazarlığının Genel İlkeleri

Aufderheide'ye (1989) göre dūnyayı būyūk lūde medyadan tanıyoruz. Ancak medya dūnyayı nūmūze kolayca sunmuyor. Medya gerçeęi yorumlayıp, řekillendirip, sunuyor. Sorumlu vatandaşlık gereęi, bizler medya okuryazarı olmalıyız. Bu sūrece dāhil olabilmek için medya okuryazarlıęının sekiz kavram ařaęıdadır.

1. Būtūn medya yapısıdır: Medya sadece gerçeęi yansıtmaz. Medya belirli amaçlara yönelik yapımlar sunar. Bu yapımların bařarısı grūnūrlūęūnde tabiilięinde yatar. Yapı gibi grūnmezler. Ama yapıdırlar, ayrıca bu yapıların oldukları gibi grūnmeleri için farklı birçok sınırlamalar ve kararlar yapıya dāhil olur.

2. Medya yapı gerçekliğidir: Medya kendi başına yapı olmakla beraber, medya yapımları her birimizin kafasında bir gerçek nosyonu inřa ederler. Her birimiz içimizde gözlem ve deneyimlerimize dayalı bir gerçeklik modeli taşırız. Bu modeli kullanarak, gerçeği yalandan ayırt edebilme yetisine sahip olduğumuza inanırız ve medyanın gzlerimizdeki peeyi medyanın çekmesine mūsaade etmeyeceğimizden eminizdir. Ancak

gerçeklik modelimizin tamamına yakını bizim yahut (ebeveyn, öğretmen gibi) bizim model kabul ettiğimiz kişilerin gördüğü medyadan gelir.

3. İzleyici medyayla anlamın pazarlığına girişir: Medya mesajlar iletir ama bu herkes tarafından aynı biçimde algılanmaz. Arkadaşınızın nefret ettiği bir filmi sevmeniz buna gayet açık bir örnektir. Her birimiz anlamı farklı deneyimlerimizle süzer: sosyo-ekonomik statümüz, kültürel alt yapımız, cinsiyet, yorgun olup olmayışımız, hikâyede tanıdık birinin olup olmaması. Ancak kimi anlamlar diğerlerinden daha yaygın kabul görür ki farklı okumalarımıza yol açan filtre göreviyle bu göreliliği, ya da sosyal gücü, yansıtan bir hakikattir.

4. Medyanın ticari içermeleri: Bu ülkedeki medya yapımlarının çoğu para kazanmak içindir, yani kar amaçlı olmalıdır. Hatta sözgelimi kamu medyası ismiyle anılan kamu televizyonu veya radyosu bile yok olmamak için para kazanmalıdır. Medyanın şifrelerini çözdüğünüzde, kendinize sunu sormalısınız: Bunun ödemesini kim yaptı? Bu yapıyı destekleyen ekonomik yapı nedir? Yapımcı, senarist veya yönetmen konuyu seçtiğinde ya da yapıma başladığında, mali baskılar onların seçimini nasıl etkiledi?

Kitlesel medya bireylerle değil topluluklarla - aslen, demografik pazarlarla konuşur. Siz demografik pazarların sadece birer parçasısınız - gençler, erkek veya kadınlar, bölgenizdeki insanlar, size has hobileri olan insanlar, vs. Ait olduğunuz grubun ne kadar çok para harcaması gerekse, kitlesel medya gözünde o kadar değerlenirsiniz.

Kitlesel medyanın ticari içermeleri, kurum sahipliğini başka bir biçimde de içine alır. Aynı firma bir plak firmasının, film stüdyosunun, kablo hizmetlerinin, şebeke televizyonunun (televizyon şebekesinin), video-kaset yapımcısı, kitap veya dergi yayıncısının da sahibiyse (Time-Warner da olduğu gibi), yapıyı, dağıtımı ve izlenmeyi kontrol etmeye kudreti büyük olur.

5. Medya ideolojik ve değerli mesajlar ihtiva eder: Medya okuryazarı kişi medya yazılarının/eserlerinin değerler taşıdığının/içerdiğinin ve ideolojik içermeleri olduğunun hep farkındadır. (Bu anlamda ideoloji, bizim normal diye düşündüğümüz varsayım kümesi anlamına gelir.) Medya okuryazarı birey bir şeyin taraflı olduğundan şikâyetçi olmaz; taraflı oluşu, varsayımları, yapılan her şeydeki değerleri araştırır. Sonuçta her şey dünyayı kendi değerleri ve varsayımlarıyla yorumlayan insanlarca yapılır. Çoğu zaman, medya dünyayı olduğu gibi, ya da statükoyu, algılanan bilgeliği, medyaca konsensus olarak kabul edilen düşünceyi, doğrular. Ve nihayetinde o statükonun destekleyicisi olurlar. Medya ekseriyetle statükoyu desteklediğinden, değerler taşıdığı gerçeği nerdeyse görünmez yahut

olağan ya da not etmeye değer bulunmaz. O değerleri taşıdığı siz muhalefet ettiğiniz zaman daha çok ortaya çıkar.

6. Medya sosyal ve siyasi içermeler barındırır: Medya gerçeği inşa ederken mesajlarını şekillendiren ekonomik şartlara bağımlı olduğundan ve değerleri güçlü biçimde yayınladığından, kamunun bireyleri olarak bizlerin toplumsal hayatında önemli sosyal ve siyasi etkileri vardır.

7. Medyada şekil ve muhteva yakından ilgilidir: Her medyanın kendine özgü ayırt edici özellikleri vardır. Önemli bir hadiseyi gazeteleri okuyarak, televizyon izleyerek, radyo dinleyerek farklı deneyimler yaşarsınız. Medya okuyazarı birey sorar: Bu medya muhtevaya tesir ederken, şekle ne oldu? Şu biçimsel kapasite iyi kullanılmış mı yoksa boşa mı gitmiş? Ya şekil muhtevayı sınırılıyorsa?

8. Her medya özgün bir estetik biçime sahiptir: Medyayı nasıl okuyacağımızı anlamak, aynı zamanda her bir medyanın birer sanat formu ve bilgi yayımcısı olduğunu anlamaktır. Bizler, yazıda iyi desenlenmiş ifadelere, canlı alıntılara, sıkı inşa edilmiş argümanlara dikkat kesiliriz. Ses, video ve filmlerdeki zıtlıkları keskinleştiren ve vuruşları kalbimize aksettiren kurguları hep takdir ederiz. Bir sahneye girerken bizim bakış açımızı şekillendiren bir kameranın gücünü anlarız. Medyanın nasıl inşa edildiğini gördüğümüzde, sahip olduğu estetik değeri de yargılayabiliriz. İlgili iki grup soru sorarız: Bizi eğlendirdi mi, dikkatimizi muhafaza etti mi, bizi oyaladı mı – ve oyaladıysa nasıl oyaladı? Dünyayla, insan ilişkileriyle ve benim payımla ilgili bana çok şey kattı mı - ve bunu nasıl yaptı? (Aufderheide, 1989).

2.4.3. Cyndy Scheibe ve Faith Rogow: Medya Eğitiminde On iki İlke

Cyndy Scheibe ve Faith Rogow'un beraber hazırladıkları “ Look Sharp Project” adlı çalışmada medya eğitiminin müfredata nasıl uyarlanacağı açıklanmıştır. Her ilke için örnek etkinliklerin verilmiş ve bu etkinliklerin öğretmenlere medya okuryazarlığı konusunda rehber olacağı düşünülmektedir. Bu maddeler özetle şöyledir: (İnal, 2009: 58-67; Taşkiran, 2007: 123-128).

1. Öğrencilere medya mesajlarını eleştirel bir yolla kullanmayı öğretirken, medya mesajlarını herkesin farklı bir biçimde yorumlayacağını unutmamaları sağlanmalıdır. Farklı kitle iletişim araçlarından edindikleri bilgileri yorum yaparak tanımasına izin verilmeli, öğrencilerin bir konuyla ilgili kendilerinin bir medya mesajı hazırlamalarına olanak tanınmalı.

2. Yeni bir konuya giriş yapılırken öğrencilerin dikkatlerinin dağılmaması için medyadan ya da kısa hikâyelerden ya da kitaplardan yararlanılmalı. Herhangi bir konuya ilişkin bilgi için medya araştırması yaptırarak bu bilgilerin küçük gruplar içinde tartışılması sağlanmalı.

3. Öğrencilerin bildiği bir konu ile ilgili popüler medyadan örnekler göstererek bu bildikleri ya da inandıkları şeyin doğruluğunun tartışılması sağlanmalıdır.

4. Öğrencilere farklı medya kaynaklarından yararlanarak hazırlayabilecekleri ödevler tasarlamak.

5. Bir konuyu manipüle ederek yanıltıcı bir şekilde bilgi veren medya iletilerinden örnekler vererek bu bilgilerin medyanın bu bilgileri nasıl yanlış bir şekilde aktardığını ve temsil ettiğini göstermek.

6. Öğrencilerin kendi yanıltıcı mesajlarını oluşturmalarını sağlamak. Herhangi bir konu hakkında yapılmış programlarla ilgili içerikleri göstererek; gerçeğe kurgu arasındaki farkı öğrenmeleri konusunda onlara yardım etmek. Farklı kitle iletişim araçlarından gelen enformasyonlardan hangisinin güvenilir olduğuna dair onlara yol göstermek.

7. Bir konuyla ilgili yapılmış farklı program türlerini göstererek bu konunun sunulma biçimlerinin karşılaştırılması ve kullanılarak sunulması ve zaman ve mekân farkını da gözleterek bu farkın neden oluştuğunu vurgulamak.

8. Bir konuyla ilgili medyanın tarihsel ve kültürel bakımdan etkisini tartışarak çözümlemek. Tarihsel ve kültürel olaylarla ilgili geçmiş ve günümüzü kıyaslamak ve bu bilgilerin eskiden hangi yollarla öğrenildiğinin önemiyle ilgili sorular sormak.

9. Okuma ve anlama alıştırmaları yapmak için basılı yayınlardan (kitap, gazete, dergi vb.) yararlanmak. Bu basılı yayınlardan yararlanarak dil bilgisi ve gramer (redaksiyon) işlemleri yaptırarak medya eğitimini de içeren alıştırmalar yaptırmak.

10. Öğrencilerin ilgi alanlarına göre medya mesajlarını analiz etmeye teşvik etmek. Öğrencilerin düşüncelerini dile getirirken medya mesajlarından yararlanmasına bunlardan örnekler vermesine izin vermek.

11. Medyayı bir değerlendirme aracı olarak kullanıp yazılı sınav yerine bilgisayar destekli sınav yapmak. Konuya ilgili yanlış bilgi veren bir ünitenin (Örneğin bir reklam, gazete, web sitesi, film, klip) sonunda bir medya metnini gösterip öğrencilerin neyin doğru neyin yanlış mesaj olduğunu belirleyip belirleyemediklerine bakmak.

12. Öğrencilerin kurumlarla (örneğin, müzeler, kütüphaneler, galeriler) işbirliği yapmalarını sağlayarak medya mesajlarını analiz etmelerini ya da oluşturmalarını

sağlamak. Bunu yaparken de büyük sınıf öğrencilerinin küçük sınıflarda okuyan öğrencilere medya okuryazarlığı ilklerini öğretmeleri için teşvik etmek.

2.5. Medya Okuryazarlığının Önemi

Teknolojinin gelişmesiyle elektronik medya, özellikle çocukları ve yetişkinleri kendine bağımlı hale getirerek birçok bilgiyle karşı karşıya bırakmaktadır. Medya tarafından karşı karşıya bırakıldığımız bilgiler özellikle çocukları çok daha fazla etkilemekte ve çocuklar kendilerine iletilen bu bilgileri belli bir süzgeçten geçirmeden olduğu gibi almaktadırlar (Treske, 2016: 29). Son zamanlarda internetin yaşamımızda daha fazla yer edinmeye başlamasıyla medya toplumsal yaşantımızda daha fazla yer almaya başlamış, bu nedenle yetişkin bireylerin yanı sıra çocuklar içinde medya okuryazarı olmak daha önemli bir hale gelmiştir (Kalan, 2010: 61).

Günümüzde medya o kadar önemli bir yer tutar ki bireyler gerçek dünya ve medya dünyası arasındaki ayrımı fark etmekte zorlanmaktadır (Potter, 2001'dan akt. Kutoğlu, 2016: 99) Bireylerin gerçek dünyaları medya dünyasıyla o kadar zaptedilmiştir ki bireyler günlük konuşma dilinde bile medyada kullanılan (örneğin televizyon dizilerinde) kullanılan dili kullanır olmuştur. Bundan dolayı bireyler bu mecralarda yayınlanan her olayı gerçek sanmakta ve buna göre davranış ve tutum geliştirmektedirler. Fakat medyada yer alan her olay gerçek dünyayı yansıtmamaktadır. Eğer ki var olan olayı biz kendi gözlerimizle izlemişsek gerçek dünyayı aktarırken, var olan olayı medya aracılığıyla öğrenmemiz medya dünyasını yansıtmaktadır. Var olan olayı kendi gözlerimizle görüp sonra medyadan izlemek medyanın gerçeği nasıl inşa edip sunduğunu anlamamız açısından önemlidir (Potter, 2001'dan akt. Kutoğlu, 2016: 99).

James Potter'ın da belirttiği gibi medya iletileri göründükleri gibi değildir. Medya iletilerinin birçok yan anlamı vardır. Biz bu yan anlamaların ne kadar farkına varırsak medyanın bizi kontrol etmesi o kadar zor olur bunun için de medya okuryazarı olmak çok önemlidir. Çünkü medya bireyler üzerinde kontrol sağlamak ister. Medya okuryazarlığı konusunda ne kadar çok şey bilirse medyanın bizi etkisi altına alması o kadar zorlaşır ve medyanın olumsuz etkilerinden kendimizi korumuş oluruz (Potter, 2011: 134).

Demokrasinin ön koşulu insanların kendi yaşantılarıyla ve gelecekleriyle ilgili özgürce karar alabilmesi yatmaktadır. Bu nedenle medya okuryazarlığının önemi, sadece medya iletilerini deneyimleyebilmek için değil daha geniş perspektifte demokrasinin oturması ve yurttaşlık bilincinin oluşması için gerekli olan eleştirel düşüncenin oluşmasına da katkı sağlamaktadır (Çetinkaya, 2008: 61-62).

Şahin (2011: 45) medya mesajlarının bireylerin düşüncelerini ve eylemlerini etkilediğini söyleyerek, medya iletilerinin beynin sağlıklı düşünmesini olumsuz etkilediğini, artan rekabet koşulları nedeniyle medya ürünlerinde mizah, şiddet ve cinsellik gibi uyarıcılara daha fazla yer verildiğini belirtir. Medyaya genellikle hoş vakit geçirmek için başvurduğumuzu belirten Şahin (2011: 53) medyanın asıl amacının ticaret olduğunu söyler. Kıncal ve Kartal'a (2009: 318) göre medya, ticari bir yapıdadır ve güç elde etmeyi amaçladığından, bireyleri yönlendirebilmek için çeşitli yöntemler kullanmaktadır. Bu süreç içinde, bireylerin medya içeriklerine sorgulayıcı, eleştirel bir yaklaşım ortaya koyabilmeleri için medya okuryazarlığı kavramını öne çıkarmaktadırlar.

Yine Çetinkaya (2008: 63) medya okuryazarı olmanın önemini medyanın gerçekliği kurgulamasına bağlayarak medyanın, gerçekliği kurgularken kendi gücünün devamlılığı için egemen iktidarın devamlılığını sağlaması gerektiğini söyler ve bunun içinde kurgusal bir gerçeklik yaratarak gerçekliği egemen söyleme dönüştürdüğünü belirtir. Bu egemen söylemi kitle iletişim araçlarıyla bütün topluma sunar ve medyanın bu söyleminin bireylerin bilinçaltına yerleşecek şekilde pekiştirir.

Medya okuryazarlığı önemlidir çünkü bireyler medya ürünlerini tüketirken pasif bir durum sergiler ve üst düzey becerilerini kullanmaz. Medya mesajlarını hiç sorgulamadan kabul etmek bir dizi çarpık ve yanlış inanç ve tutum geliştirmemize neden olur (Şahin, 2011: 54). Tüm bunlardan dolayı her birey medyayı bilinçli olarak kullanmayı bilmelidir.

Bireylerin medya mesajlarını doğru yorumlayabilmesi ve yeni medya mesajları üretebilmeleri bilinçli medya kullanıcısı olmanın önemini vurgulayan Bozkurt (2012: 55) medya okuryazarlığı dersinin çocukların kurgu ve gerçeği birbirinden ayırmaları konusunda onlara bir farkındalık kazandırdığını ifade etmektedir. Ayrıca çocukların doğru tercihler yapma, doğru analiz edebilme ve doğru düşünceleri açısından da medya eğitiminin önemli olduğunun altını çizen Bozkurt, medya eğitiminin medya ürünlerinin altında yatan ideolojilere karşı da bir farkındalık oluşturduğunu, geleceğin bilinçli vatandaşlarını yetiştirme bağlamında da medya okuryazarlığının önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Bireylerin yeniden inşaa edilen gerçeği ayırt edebilmesi için medya okuryazarı olması gerektiğini belirten Karaduman, bugün hem geleneksel hem de sosyal medyanın insan hayatında daha fazla yer edindiğini söylemektedir. Karaduman, bireylerin dünya ile ilgili gerçek algılar oluşturabilmesi için medya içeriklerini doğru anlaması gerektiğini ve bunun artık sosyal bir ihtiyaç haline geldiğini vurgulayarak medya okuryazarlığının önemli bir ihtiyaç olduğunu belirtmektedir (Karaduman, 2014: 3041).

Thoman ve Jolls (2008: 14-15) medya okuryazarlığının neden önemli olduğunu beş başlık altında toplamıştır. Bu başlıklar şunlardır:

- Bir toplumda demokrasiyi benimsemiş yurttaşların olabilmesi için o yurttaşların eleştirel düşünme becerilerinin kendilerini ifade edebilme yetilerinin olması gerekmektedir. Medya okuryazarlığı bireylere bu becerileri yavaş yavaş kazandırarak bireylerin toplumsal tartışmalara katılabilir hale gelmesini sağlamaktadır.
- Günümüz insanı ve geçmişteki insan aynı oranda medya iletisine maruz kalmamaktadır. Geçmişteki bireylerin bir yılda karşılaştığı bilgi bombardımanına bugünkü birey bir günde karşılaşmaktadır. Bu yüzden medya okuryazarlığı günümüzdeki imaj bombardımanının üstesinden gelebilmemiz açısından da önemlidir.
- Medya dünyada nasıl bir tutum ve davranış sergileyeceğimizi belirleyen bir güçtür. Medya okuryazarlığı bu gücü anlamamızı sağlayarak medya bağımlılığından kurtulmayı sağlar.
- Yazılı basın ürünleri kadar görsel medya ürünlerine de maruz kalmaktayız bunun için görsel medyanın yaydığı mesajları anlamlandırabilmek için medya okuryazarlığı önemlidir.
- Medya okuryazarlığı bilginin kaynağını ve bu bilgilerin kimlerin çıkarlarına hizmet ettiğini anlama konusunda da yardım eder.

Çetinkaya medya okuryazarlığının önemini şu ifadelerle özetlemektedir:

“Medya okuryazarlığı insanlara çevrelerinde olanları ve kendilerine “gerçek” olarak sunulan bilginin gerçekliğini sorgulama konusunda eleştirel bir bakış açısı kazandırması nedeniyle önemlidir. Medya okuryazarlığının vurguladığı eleştirelilik, iktidarın kitleler üzerinde uyguladığı kontrol mekanizmalarını görünür kılıp insanları bu kontrol mekanizmalarından özgürleştirmek için gereklidir (Çetinkaya, 2008: 65).”

Medya okuryazarlığı önemlidir çünkü günümüzde insanların karşısına en çok belli bir işlemden geçmiş olan bilgi çıkmaktadır. Bu nedenle medyadan gelen bilginin irdelenmesi ve sorgulanması açısından medya okuryazarlığı önemli bir hale gelmiştir.

2.6. Medya Okuryazarlığının Tarihsel Gelişimi

Dünyada medya okuryazarlığıyla ilgili ilk çalışmanın Leavis ve öğrencisi Thompson’a ait 1933’te yayınlanan “Kültür ve Çevre: Eleştirel Farkındalık Eğitimi” (Culture and Environment: The Training of Critical Awareness)” belirten Masterman

(1985), bu çalışmanın amacının kültürel yozlaşmayı engellemek ve medyanın toplum üzerindeki etkilerine dikkat çekmek amacıyla yapıldığını belirtir. Yine Masterman'a (1985) göre Leavis ve Thompson'ın bu çalışması sayesinde eğitimciler sınıfta üst düzey tartışmalar yapabilme imkânı bulmuşlardır (Buckingham, 1998'dan akt. Ankaralıgil, 2009: 39).

UNESCO 1960'lar dan itibaren medya okuryazarlığı kavramını üzerinde çalışmaya başlamış 19 ülkenin katılımıyla Almanya'nın Grunwald şehrinde medya eğitiminin gerekliliğini ve uluslararası işbirliği içinde gerçekleştirilebileceğini savunan bir yazı yayınlamıştır. Yayımlanan yazıda medya mesajlarına karşı eleştirel tavır alma yetisinin kazandırılabilmesinden; aileler, öğretmenler, medya çalışanları ve karar vericiler sorumlu tutulmuştur (UNESCO, 1982). UNESCO'nun medya eğitimi ile ilgili çalışmaları bununla da kalmayarak uluslararası işbirliğini özendirmeyi ve güçlendirmeyi de hedeflemiştir. 1990 yılında UNESCO, Fransa'da "Medya Eğitiminde Yeni Eğilimler" adıyla bir konferans düzenlenmesine vesile olmuş ve 2000 yılında Avusturya'da konunun uzmanlarını bir araya getirmeyi başarmıştır. UNESCO 2001'de "Youth Media Education Survey" adlı bir çalışma başlatarak 52 ülkeden 72 uzman belirlemiş ve bu uzmanlardan kendi ülkelerinde medya eğitimi hakkında anket yapmalarını istemiştir. 2001 Ekim'de tamamlanan araştırmaya 35 ülke 42 çalışma göndermiştir. UNESCO bu çalışmaları raporlamış "Gençlik Medya Eğitimi Araştırması" (Youth Media Education Survey, 2001) adıyla yayımlanmıştır (UNESCO, 2001).

2006 yılına gelindiğinde ise UNESCO Frau-Meigs Divina'nın editörlüğünde öğretmenler, öğrenciler, ebeveynler ve medya çalışanları için klavuz niteliğinde bir set hazırlamış ve bu set İngiltere'den sonra Fransızcaya ve daha sonrada RTÜK tarafından UNESCO'dan izin alınarak Türkçeye'de çevrilmiştir. Bu set bireylere medya aracılığıyla politik ve kültürel yaşama nasıl katılabileceklerini göstermeyi amaçlarken özellikle, gençlerin medyaya karşı nasıl daha eleştirel bakabileceklerine yol gösterir, eleştirel düşünme yolları geliştirmeyi ve medya eğitimini herkes için olanaklı hale getirmeyi amaçlar (UNESCO, 2006).

2.6.1. Dünya'da Medya Okuryazarlığı Eğitimi

Dünya'da ilk medya eğitimi çocukları medyanın olumsuz yönlerinden korumak amacıyla 1929 yılında İngiltere'de başlamıştır. İngiltere'de Ulusal Eğitim Programı'nın kapsamına alınan medya okuryazarlığı (British Film Institute)'nın da yardımıyla medya eğitimi verecek eğitimcilerin yetiştirilmesini desteklemekte ve Kültür, Medya Spor

Bakanlıkları ile birlikte medya okuryazarlığının eleştirel boyutunu geliştirecek politik raporlar geliştirmektedir. İngiltere’de medya eğitimi ulusal eğitim programında zorunludur ve bununla ilgili eğitim veren 5 okulda bulunmaktadır. Bunlar: Southampton, Reading, Leicester, London Institute of Education, Goldsmith’dir (Kartal ve Kıncal, 2009: 325).

ABD’de 1932’de New York Times’in öncülüğünde başlayan medya eğitiminde 48 bin öğretmen görev alırken 350 basın kuruluşu da bu programa destek vererek 17 bin okula çeşitli gazeteler gönderilmekteydi (Topuz, 2016: 17). İngiltere’de olduğu gibi ABD’de de medya okuryazarlığı eğitimi İngilizce derslerinin içinde verilmektedir. Medya eğitimiyle ilgili temel atılımsa 1990’lı yıllarda sağlık eğitimcilerinin medya eğitimini benimsemeleriyle başlamıştır. ABD ‘de medya eğitime özel kuruluşlar devlet kurumlarına nazaran daha fazla destek vermişlerdir (Bek ve Binark, 2007: 96). 1970’lere gelindiğindeyse ABD’ de bireyleri medyanın kötü içeriğinden korumak amacıyla ebeveynleri hedef alan bir eğitim anlayışı benimsenerek okul ve öğretmenlere yönelik medya okuryazarlığı içeriği oluşturulmuştur. Oluşturulan bu içerikte amaç medyanın etkili ve verimli kullanılmasına yöneliktir (Scheibeve Rogow, 2008’den akt. İnal, 2009: 69)

Kanada’ da medya okuryazarlığı eğitimi 1960 sonlarında ekran eğitimi (screen education) ile başlamıştır (Kıncal ve Kartal, 2009: 325). Kanada’da 1987 yılından itibaren ortaokul ve lise düzeyinde dil eğitimi ile birlikte verilen zorunlu medya dersi bulunmaktadır (İnal, 2009: 70). Kanada’da her yaştan vatandaşa uyan bir medya eğitim programı bulunmaktadır. Ayrıca Ontario’da dünyanın en gelişmiş zorunlu medya okuryazarlığı programı uygulanmaktadır (Kıncal ve Kartal, 2009: 325).

Finlandiya’da medya eğitimi 1970’de ilkökul, 1977’de lise müfredatına alındı (Taşkiran, 2007: 92). 1994’de ise 7-16 yaş öğrencilerine disiplinler arası bir yaklaşım olarak medya eğitimi verilmeye başlandı. 1990’dan itibaren de öğretmen yetiştiren üniversitelerde medya eğitimi verilmeye başlandı (Kıncal ve Kartal, 2009: 327).

Fransa 1979-1984 yılları arasında “ Görsel İşitsel İletişime Giriş” adlı bir proje oluşturmuş daha sonrada 1983’te medya kuruluşlarıyla işbirliği yaparak “Eğitimde İletişim Araçları Arasında Bağlantı Merkezi’ni” kurmuştur (Topuz, 2016: 17).

İsveç’te 1980, Danimarka’da ise 1970’ten bu yana medya okuryazarlığı zorunlu ders olarak okul müfredatlarına alındı. İlk yıllarda medya eğitimi Danimarka ve İsveç’te ahlakçı bir anlayışa sahipti, bu anlayıştan araştırmacı ve öğrenci merkezli bir medya eğitimi anlayışına geçilmesi ile medya eğitiminde bir atılım gerçekleşti. Danimarka 1994’ te eğitim ile ilgili çıkarılan yasa ile medya eğitime onay verilmesine rağmen okullarda uygulamaya konulmadı (Taşkiran, 2007: 92).

1970'lerin başında Belçika medya eğitime başlamış 1990'da ise medya eğitimi resmîlik kazanmıştır. Yine aynı yıllarda İtalya medya eğitime başlamış ve 500 okulda haftada iki saatlik medya eğitimi verilmiştir. Bu uygulamaya medya sahipleri de destek vererek okullara ücretsiz gazeteler göndermiş, büyük yayın evleri de desteğini esirgememiş ve bu uygulamanın boyutlarının genişlemesine katkı sağlamışlardır (Topuz, 2016: 17).

Almanya'da 1970'li yıllarda medya okuryazarlığı ile ilgili kitaplar yazıldı. 1980 ve 1990'lı yıllarda medya eğitimi teorik olarak başladı ve 2000 yıllardan itibaren sanat, coğrafya ve sosyal bilimler derslerine dâhil edilerek verilmeye başlandı (Kıncal ve Kartal, 2009: 326). İsviçre'de 1967'den bu yana Lozan'da uygulanan medya eğitiminin Zürih'te Pestalozzi programı ile tüm kantonlarda uygulanması kararlaştırıldı. 1983 yılında Avusturya medya eğitimini eğitim programına alarak ilk ve orta öğretim programlarına aldı (Topuz, 2016: 17)

İspanya'da medya okuryazarlığı 1985'te Eğitim Bakanlığı ve gazete yöneticileri Prensa-Esculea programıyla başladı(Topuz, 2016: 17). 1990 yılında ise öğrencilere eleştirel bakış açısı kazandırmak amacıyla medya eğitimi başlamasına rağmen bu eğitim zorunlu değildir. Medya eğitimi gönüllülük esasına göre dil ve edebiyat öğretmenleri tarafından verilmektedir (Bek ve Binark, 2007: 89).

Avustralya'da medya okuryazarlığı 1980'li yıllarda oluşturulmaya başlandı (Kıncal ve Kartal, 2009: 326). Ülkede 8 ile 12. sınıfa kadar 12-17 yaş aralığındaki tüm öğrencilere yönelik medya çalışmaları dersi bulunmaktadır. Medya eğitimi ilköğretimde İngilizce dersine entegre edilerek verilmektedir. Medya okuryazarlığında oldukça gelişmiş olan Avustralya'da medya eğitimini sadece medya eğitimi almış eğitimciler verebilmektedir. Ülkede medya eğitiminin amacı eleştirel tüketiciler yaratmaktır. Yeni Zellanda da ise bu eğitime kendini adayan öğretmenlerin ve ulusal girişimler sayesinde orta öğretimde önem kazanmaya başladı. Avustralya'da olduğu gibi İngilizce dersine entegre edilerek ders verilmektedir. Yeni Zellanda'da medya eğitiminin amacı dil becerini ve eleştirel düşünce gücünü geliştirmenin yanı sıra medyanın işleyişini kavratmaya yöneliktir (İnal, 2009: 75).

Afrika'da medya eğitimi yeni olmakla birlikte çok kısıtlıdır. Afrika'da medya eğitiminin amacı gençlerin medya metinlerindeki zararlı içeriklerden korumayı amaçlamaktadır. Güney Afrika'da medya eğitimi ırkçılığın sona erdiği 1994 yılında başladı. Ülkede medya eğitiminin amacı medyadan kaynaklı ön yargılara karşı öğrencileri bilinçlendirmektir. Yine ülkede medya eğitimi özel sektörden destek görememektedir (Bek ve Binark, 2007: 64)

Asya ülkelerinde ise medya eğitimiyle ilgili farklı uygulamalar bulunmaktadır (Bek ve Binark, 2007: 65). Örneğin, Hong Kong’da medya eğitiminde korumacı yaklaşım benimsenmişken, Çin’de medya eğitimi resmi olarak müfredat içerisinde yoktur. Fakat ülkede medya eğitimi büyük kentlerde ve maddi durumu iyi olan topluluklarda verilmektedir (İnal, 2009: 77) Çin’de olduğu gibi Hindistan’da da medya eğitimi resmi okul müfredatında bulunmamakla birlikte bazı özel okullarda medya eğitimi vardır. Bu eğitimin amacı, medyayı eleştirel bir bakış açısıyla okuyabilmektir (Bek ve Binark, 2007: 66).

Orta ve Latin Amerika ülkelerinde medya eğitimi resmi olarak yoktur. Farklı ders öğretmenleri medya okuryazarlığı eğitimine eğilmekte ve okul müfredatı dışında medya okuryazarlığı eğitimi verilmektedir (Koçak, 2011: 88).

2.6.2. Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Eğitimi

Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimi 1990’larda özel radyo ve televizyonların açılmaya başlamasıyla gündeme gelmeye başlamıştır. 2003 yılında yapılan İletişim Şurası’nda konu tartışılmış ve Şurada Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Komisyonu’nun katkısıyla şu karar alınmıştır:

“Toplumsal ve bireysel eğitim ve kültüre katkı sağlayacak, ruh sağlığını zedelemeyecek bir yaklaşımla ve özellikle çocukların zararlı yayınlardan korunması için AB’ye uyum çalışmalarının başlatılması ve ilk ve orta öğretim ders programlarına çocuklar ve gençlerin bilinçlendirilmesine olanak sunacak medya okuryazarlığı derslerinin eklenmesi kararlaştırılmıştır.” (<http://www.iletisimvediplomasi.com/medya-okuryazarligi-prof-dr-zakir-avsar/> erişim tarihi: 23.02.2018).

2004 yılına gelindiğinde ise Kadın ve Aileden Sorumlu Bakanlık Bünyesinde kurulan Şiddeti Önleme Platformu kapsamında çalışan Medya ve Şiddet Çalışma Grubu da medya metinlerine karşı farkındalığın artırılmasına yönelik bir görüş paylaşımında bulunmuşlardır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun (RTÜK) önerisi sonucu okul müfredatlarına medya okuryazarlığı dersi konulması proje ekibince kabul görmüş ve sonuç bölümünün üçüncü önerisi olarak kabul edilmiştir. Daha sonra RTÜK 22 Eylül 2004 tarihli toplantısında (2004/70 No’lu toplantı / 19 Sayılı Kararı) ile gençlerin ve çocukların medya okuryazarlığı eğitimi alması maksadıyla bu dersin müfredat programlarına alınması hakkında Milli Eğitim Bakanlığı ile görüşme kararı almış ve 25 Ekim 2004’te MEB ile bir

protokol imzalanmıştır (<http://www.iletisimvediplomasi.com/medya-okuryazarligi-prof-dr-zakir-avsar/> erişim tarihi: 23.02.2018).

Hiç şüphesiz medya okuryazarlığı dersinin müfredat programlarına alınmasında RTÜK'ün katkısı son derece önemli olmakla birlikte RTÜK'ün çalışmalarını Altun (2010: 56) iki başlık altında toplamıştır. Bunlardan ilki medyanın toplumu nasıl etkilediğine yönelik kamuoyu araştırmaları yaptırmasıdır. RTÜK 2006'da bu konuyla ilgili şu araştırmaları yaptırmıştır:

- İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları Araştırması, 2006
- Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması, 2006/2009/2013
- Televizyon Haberleri İzleme Eğilimleri Araştırması – 2007/2009
- Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması – 2007/2010/2014
- Kadınların Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması – 2007/2010
- Almanya'da Yaşayan Türklerin Televizyon İzleme Eğilimleri Kamuoyu Araştırması - 2007
- Özürlülerin Televizyon İzleme/Dinleme Eğilimleri Araştırması Aralık-2007
- Televizyonlardaki Spor Programlarını İzleme Eğilimleri Kamuoyu Araştırması (2008)
- Medya Okuryazarlığı Dersi Araştırması 2012
- Türkiye'de Çocukların Medya Kullanım Alışkanlıkları 2013
- Medya Okuryazarlığı Araştırması 2016 (<https://www.rtuk.gov.tr/rtuk-kamuoyu-arastirmalari-3890/> erişim tarihi: 23.03.2018).

RTÜK yaptığı bu çalışmalarla toplumun medyadan ne kadar etkilendiğini tespit ederek toplumda medya izleme alışkanlıklarıyla ilgili bir farkındalık yaratmaya çalışmıştır.

RTÜK'ün medya okuryazarlığıyla ilgili ikinci çalışma ise bireyleri medyanın olumsuz etkilerinden korumak amacıyla 2000 yılında başlattığı “Akıllı İşaretler” dir. Özellikle çocukları ve gençleri medyanın olumsuz yönlerinden korumada anne ve babalara bilgi vererek özellikle televizyon programları hakkında karar verme mekanizması haline getirmeyi planlamıştır. RTÜK yine internet kullanımındaki riskleri de düşünerek güvenli internet kullanımı için “Çocuklarımız İçin İnternet Güvenliği” adlı bir çalışma ile çocuklara ve ebeveynlere yönelik bir çalışma yapmaktadır (Altun, 2010: 58)

RTÜK yaptığı bütün araştırmalar sonucunda Türkiye'de çocukların 2–2,5 yaşında televizyon izlemeye başladıklarını, 6–17 yaş aralığındaki çocuk ve gençlerin günde 3-4 saat televizyon izlediklerini, bir yıl içinde çocukların ortalama 900 saatlerini okulda, 1500

saatlerini ise ekran başında geçirdiklerini saptamıştır. Ayrıca bu araştırmalar sonucu ülkemizdeki çocukların %82'nin izleyecekleri programı seçme, ne kadar süre televizyon izleyeceğine kendilerinin karara verdiğini de ortaya çıkarmıştır (RTÜK, 2007: 38).

RTÜK yaptığı araştırmalar sonucunda hem toplumun özellikle de çocukların kitle iletişim araçlarından olumsuz etkilendiğini ortaya koymuş ve bu amaç doğrultusunda medya okuryazarlığı dersinin ilköğretimde seçmeli ders olarak okutulması için Milli Eğitim Bakanlığı'na ve Talim Terbiye Kuruluna (TTK) teklifte bulunmuştur. Teklif Milli Eğitim Bakanlığı'na ve Talim Terbiye Kurulu tarafından olumlu karşılanmış bunun sonucunda RTÜK uzmanları Amerika ve Avrupa'da literatür çalışması başlatarak dersin program taslağını İletişim Fakülterinde çalışan akademisyenlerle oluşturmuştur. Tüm bu hazırlıkların sonucunda 22 Ağustos 2006'da RTÜK ile TTK medya okuryazarlığı dersiyle ilgili bir protokol imzalamış ve 2006-2007 eğitim öğretim yılında 5 ilköğretim okulunda medya okuryazarlığı dersinin pilot uygulamasına başlamasına karar verilmiştir (RTÜK, 2007: 39).

Bu karar doğrultusunda 2006–2007 eğitim öğretim yılında Ankara, İstanbul, İzmir, Adana ve Erzurum'da pilot olarak seçilen beş ilköğretim okulunda 780 yedinci sınıf öğrencisi Medya Okuryazarlığı dersi almıştır. 2007–2008 eğitim öğretim yılından itibaren Türkiye genelindeki 35 bin ilköğretim okulunda 6, 7 ve 8. sınıflarda seçmeli ders olarak okutulması kararlaştırılmıştır (Ankaralıgil, 2009: 47).

Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli hale gelmesiyle bu dersi verecek öğretmenlerin eğitimine yönelik seminer çalışmaları başlatılmış ve ilk seminer 7 Eylül 2006'da Ankara'da gerçekleştirilmiştir. Seminere, Ankara, İstanbul, İzmir, Adana ve Erzurum illerinde belirlenen 5 pilot ilköğretim okulundan 30 sosyal bilgiler öğretmeni katılmıştır. Seminer dört gün sürmüş ve seminerde öğretmenlere eğitim programı kapsamında: Medya-Kültür-Siyaset, İletişimin Temel Kavramları ve Kurumları, Kitle İletişimi ve Kitle İletişim Araçları, Medya Ekonomisi, Kitle İletişim Teorileri, İletişim Sosyolojisi gibi konularda bilgiler aktarılmıştır (Koçak, 2011: 90)

İlköğretim ikinci kademedeki seçmeli ders olarak okutulacak olan Seçmeli Medya Okuryazarlığı dersini öğrencilerin 6-7 veya 8. sınıfta istedikleri zaman tercih edebilecekleri açıklanırken MEB seçmeli medya okuryazarlığı dersinin öğrencilerin taleplerine göre zorunlu ders olabileceğini de aktarmıştır (MEB, 2006'den akt. Koçak, 2011: 90-91)

2006 yılıyla birlikte Türkiye ilk defa seçmeli medya okuryazarlığı dersi ile karşılaşmış, fakat bu değişim medya okuryazarlığı eğitimi için önemli olmakla birlikte amaçlanan hedeflere ulaşma açısından beklentilere cevap verememiştir. Çünkü ülkemizde

2006'da eğitim müfredatına alınan medya okuryazarlığı dersi araç temelli bir yaklaşımla verilmiş içeriği sadece kitle iletişim araçlarının tanımını öğretmeyi ve kuru bilgi aktarmayı amaçlayan, öğrencilerin yaşamlarına tesir edecek uygulama temelinden uzaktır. Bu nedenle 2014 yılında yeni medya okuryazarlığı kitabı tamamlanmış ve 2014-2015 eğitim yılından itibaren okullarda bu kitap kullanılmaya başlanmıştır. 2014 yılında çıkarılan medya okuryazarlığı ders metaryali de tıpkı eski medya okuryazarlığı ders metaryali gibi medyayı tanıtmış, aynı zamanda medyaya disiplinlerarası bir pencereden yaklaşarak geliştirilecek bir beceri olarak ele almaktadır. Kısaca yeni medya okuryazarlığı ders metaryali medya okuryazarlığını akademik bir bakış açısıyla ele alarak ailede başlayan ve yaşam boyu devam eden bir anlayışla oluşturulmuştur (<https://www.rtuk.gov.tr/duyurular/3788/611/22-09-2014-medya-okuryazarligi-kitabi-sil-bastan.html/> erişim tarihi 28.06.2018).

2.6.3. Türkiye’de Yapılan Akademik Çalışmalar

Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimi ilgili RTÜK ve MEB’in dışında ilk sayılabilecek çalışma 23-25 Mayıs 2005’ te Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesinin öncülüğünde 13 İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon Üst Kurulu, Gazeteciler Cemiyeti, İletişim Araştırmacıları Derneği (İLAD)’ ın katılımıyla gerçekleşen “Medya Okuryazarlığı Konferansı” akademik alanda gerçekleştirilen ilk çalışmadır. İnal (2009: 149-150) de konferansın önemini medya okuryazarlığıyla ilgili en geniş akademik topluluğu bir araya getirerek Türkiye gündemine getirmesine bağlamaktadır. Konferansta medya okuryazarlığı dersinin hem üniversite hem de ortaöğretim eğitim programlarına alınması gibi önemli konular gündeme getirilmiştir (Türkoğlu, 2016: 9-10).

Bek ve Binark (2007), “Eleştirel Medya Okuryazarlığı” adlı çalışmalarında medya okuryazarlığına eleştirel bir paradigmayla yaklaşmışlardır. Medya okuryazarlığına tarihsel gelişim süreci açısından yaklaşan yazarlar Dünya’da ve Türkiye’deki medya okuryazarlığının gelişim aşamalarını aktarırken medya okuryazarlığının eleştirel boyutu üzerine yoğunlaşmışlardır.

Taşkıran (2007), “Medya Okuryazarlığına Giriş” adlı çalışmasında medya iletilerinin yapısını, medya okuryazarlığı kavramını, medya okuryazarlığı kavramının iletişimle ilişkisini ortaya koyarken medya okuryazarlığının kökenlerini, ilkelerini ve Türkiye ve dünyada medya okuryazarlığı çalışmaları hakkında bilgiler vermektedir.

Kartal (2007) tarafından “Onuncu Sınıf Öğrencilerinin Televizyon Dizilerindeki Mesajları Algılamalarında Medya Okuryazarlığının Etkisi” adlı çalışmasını 2006-2007 eğitim öğretim yılında Çanakkale ilinde gerçekleştirmiştir. Çanakkale Lisesi onuncu sınıf

öğrencileri üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada medya okuryazarlığı eğitiminin; öğrencilere eleştirel düşünme becerileri kazandırdığını, televizyon dizilerindeki mesajları doğru analiz edebilmelerine katkı sağladığını ve tüm bu becerilerin ise cinsiyet değişkenine bağlı olmadığını saptamıştır. Kartal çalışmada bireylerin etkin bir medya üretimi sergileyebilmeleri için teşvik edilmesi gerektiğini ve bunun da yaşantı merkezli etkileşimle gerçekleşebileceğini önermektedir.

Çetinkaya (2008), çalışmada Ankara ilinde seçmeli hale getirilen medya okuryazarlığı dersinin ne kadar ilgi gördüğü, medya okuryazarlığı ders müfredatının medya okuryazarlık düzeyine etkisini araştırmıştır. Araştırma sonucunda medya okuryazarlık dersini veren öğretmenlerin medya okuryazarlık dersini amaçladıkları oranda vermediklerini, bunu da materyal eksikliğine bağladıklarını, ayrıca öğretmenlerinde bu ders için yeterli donanıma sahip olmadıklarını saptamıştır. Ayrıca çocukların medyaya bakışını en fazla aile ve sosyal çevrenin etkilediğini ortaya çıkaran Çetinkaya, medya eğitiminin öncelikle ailelere verilmesi gerektiğini belirtmektedir.

Apak (2008), Türkiye, Finlandiya ve İrlanda ilköğretim okullarını medya okuryazarlığı eğitimi açısından karşılaştırmaktadır. Araştırma sonucu medya okuryazarlığı eğitimine Türkiye ve Finlandiya’ da aynı yaşlarda başladığını, İrlanda’da ise daha erken yaşlarda başlanıldığını belirtmektedir. Medya okuryazarlığı dersinin Türkiye’de zorunlu ders olarak okutulmadığını, İrlanda da Sosyal Kişisel Sağlık Eğitimi dersi içinde bir ünite olarak yer verildiğini belirtmektedir. Ayrıca medya okuryazarlığı eğitiminin Finlandiya’da derslerle bütünleşik bir şekilde verildiğini belirterek, medya eğitimiyle ilgili kazanımların tek bir yıla sığdırılmaya çalışılmasının medya okuryazarı bireyler yetiştirmek için gerekli olan becerileri kazandırmada yeterli olmadığını belirtmektedir.

Ankaralıgil (2009) tarafından İstanbul’da 8 farklı ilköğretim okulunun 6. ve 7. sınıf öğrencileri üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada medya okuryazarlığı dersiyile eleştirel düşünme becerisi arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Araştırmada, medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin eleştirel düşünme düzeyleri ve medyayı kullanma sıklıkları açısından bu dersi almayanlarla arasında anlamlı bir fark olduğunu ortaya çıkmıştır. Yine araştırmada yaş, cinsiyet, sınıf, gelir düzeyi ve ebeveyn eğitim düzeyinin medya okuryazarlık düzeyini etkilediğini tespit edilmiştir.

İnal (2009) “Medya Okuryazarlığı El Kitabı” adlı çalışmasıyla, kavramsal olarak medya okuryazarlığının tanımına ve gelişimine yer vererek; medya okuryazarlığı ilkelerini, kuramlarını, yaklaşımlarını açıklamaktadır. Ayrıca Türkiye’de medya okuryazarlığıyla ilgili yapılan çalışmalara da yer vermektedir.

Sadriu (2009) çalışmasında ilköğretim ikinci kademedeki eğitim gören öğrencilere verilen medya okuryazarlığı dersinin uygulanışını ve ders sonu çıktılarını incelemektedir. Araştırmacı öğrencilerin medyayı bilgi edinmek ve eğlenmek amacıyla kullandıklarını saptamıştır. Yine öğrencilerin medya okuryazarlığı dersinin içeriğini yeterli bulduklarını ve dersin lise düzeyinde de devam etmesini istediklerini saptamaktadır.

Altun (2010) çalışmasında medya okuryazarlığı konularını Sosyal Bilgiler dersi programlarıyla nasıl ilişkilendirilebileceği üzerinde durmuş ve bu yolla medya okuryazarlığı kazanımlarını ortaya çıkartmayı amaçlamaktadır. Araştırma sonucunda medya okuryazarlığı dersi programlarının yeniden yapılandırılması gerektiğini düşünen Altun, bu dersin disiplinler arası bir yaklaşımla verilmesi gerektiğini ve medya eğitiminin yaşam boyu devam eden bir yaklaşımla ele alınmasının gerekliliği üzerinde durmaktadır.

Çakmak (2010) çalışmasında Türkiye ve İngiltere’deki medya okuryazarlığı eğitimini karşılaştırmaktadır. İngiltere’de medya eğitiminin ana dil eğitimi kapsamında dil öğretimi sürecinde verildiğini ayrıca her sınıf düzeyi için medya eğitim içeriğinin farklılaştığını ortaya koyarken, Türkiye’deki medya eğitim uygulamasının sadece iletişim ile sınırlı bir eğitim anlayışıyla verildiğini ayrıca medya eğitim içeriğinin de her sınıf düzeyi için aynı olduğunu belirtmektedir.

Koçak (2011) Erzurum ili örneğinde ilköğretim 7. ve 8. sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersine ilişkin algılarını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Araştırma sonucunda öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine karşı olumlu bir algıların olduğunu ortaya koymuş fakat verilen dersin okul değişkeni açısından ele alındığında anlamlı farklılıklarla karşılaştığını belirtmektedir. Medya eğitiminin okul, aile, medya kurumları ve devletin işbirliğiyle geliştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Bozkurt (2012) “Medya Okuryazarlığı Dersini Alan Öğrencilerin Medyaya Bakışı: Kayseri Örneği” adlı çalışmasında medya okuryazarlığı eğitimi alan ilköğretim 6-7 ve 8. sınıf öğrencilerinin; medya ve medya okuryazarlığı dersine bakış açılarında bir değişiklik yaratıp yaratmadığını ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Araştırma sonunda dersini alan ve almayan öğrencilerin medya ve medya okuryazarlığı dersine bakış açılarında anlamlı farklılıklar olduğu saptanmıştır. Araştırmacı bu dersin tam anlamıyla tüm Türkiye’de verilmesiyle bu farklılığın daha da artacağını belirtmektedir.

İnan (2013) Kütahya ilinde gerçekleştirdiği çalışmasında; bu ilde bulunan ortaokul öğrencilerinin televizyon ve internet kullanma durumlarının sosyal yaşantılarına etkisini araştırmıştır. Ayrıca çalışmasında, ailelerin televizyon ve internetle ilgili farkındalık düzeylerinin çocukların karşılaşabilecekleri olumsuzlukları engellemede ne kadar etkili

olduğu üzerinde de durmaktadır. Çalışma sonucu, internet kullanımı arttıkça çocukların sosyal problemlerinde artış olduğunu saptayan araştırmacı ailelerin bilinçlendirilmesi ve ailelerin denetim mekanizmalarını arttırmasının çocukların bu problemleri çözmelerine yardımcı olacağını belirtmektedir. Medya okuryazarlık eğitimini okul öncesi ve okul sonrası olarak ikiye ayıran İnan bu eğitimin hayat boyu devam etmesi gereken bir anlayışla mümkün gerçekleştirilmesi gerektiğini düşünmektedir.

Sivritepe (2014) Konya ili örnekleminde öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine bakışını ele almış ve bu dersin etki derecesini ölçmeyi amaçlamıştır. 7. ve 8. sınıf öğrencileri üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada medya kullanımı, medyaya güven duyma durumları arasında medya eğitimi alma ve almama durumuna göre anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Araştırmacı medya okuryazarlığı dersinin uygulanışında aksaklıklar tespit etmiş, derslerin mevcut müfredat programında olduğu gibi işlenmediği ve yeterince önemsenmediği sonucuyla karşılaşmıştır. Bu durumun giderilmesi için bu dersin gerekli donanıma sahip öğretmenlerce verilmesini önermektedir.

Işkın (2015) yeni medya okuryazarlığı programını öğretmen görüşlerine göre değerlendirdiği çalışmasını Samsun ili örnekleminde gerçekleştirmiştir. Çalışmada 2006 ve 2013 yılı medya okuryazarlığı ders programlarını karşılaştırmış ve çalışma sonunda medya okuryazarlığı dersinin etkili bir şekilde işlenemediğini, öğretmenlerce 2006 medya okuryazarlığı ders içeriğinin 2013'e göre daha olumlu bulunduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca okullardaki fiziki donanım eksikliğinin ve dersin notla değerlendirilmeyişinin dersin işlenişini olumsuz etkilediği de tespit edilmiştir.

Oflaz (2016) “Medya Okuryazarlığı Dersinin Denizli’de Uygulanışı” adlı çalışmada ilköğretim 8. sınıf düzeyinde eğitimini tamamlamış öğrencilerden medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan öğrencilerin medyaya bakış açılarını, yaşadıkları çevrenin medyaya bakış açılarında bir değişiklik yaratıp yaratmadığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmasını 2015/2016 eğitim öğretim yılında 9. Sınıfa yeni başlayan 16478 öğrenciyi(evreni) temsil eden 576 öğrenci ile gerçekleştirmiştir. Tesadüfî örnekleme yöntemini kullanarak gerçekleştirdiği araştırma sonucunda öğrencilerin sosyo-ekonomik çevrelerinin medya okuryazarlığına herhangi bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Yine medya okuryazarlığı dersi alan ve almayan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinde de önemli bir fark olmadığı ortaya çıkmıştır. Oflaz, araştırma bulgularına dayanarak mevcut ders içeriğinin revize edilmesi gerektiğini ve dersi veren öğretmenlerin yeterliğinin tekrar gözden geçirilmesi gerektiğini belirtmektedir.

Kaplan (2017) “Medya Okuryazarlığı Dersinin Türkçe Öğretimiyle Birleştirilmesi Sürecinde Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmenlerinde Bulunması Gereken Yeterlilikler” adlı doktora çalışmasında öğretmen yeterliliklerini kişisel ve mesleki olarak ikiye ayırmıştır. Türkiye’nin 7 ayrı bölgesinden 1379 öğretmene anket uygulamış ve anket sonucuna göre iki değişken arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit etmiştir. Medya okuryazarlığı eğitimini Türkçe dersleri başta olmak üzere farklı disiplinlerle bütünleştirilmesi gerektiğini belirten Kaplan, medya okuryazarlığı dersinin herkes tarafından verilemeyeceğini, bu alan için MEB’in Medya Okuryazarlığı dersi öğretmen yeterliliklerini belirlemesi gerektiğini söylemektedir. Kaplan, öğretmenlerin medya okuryazarlığı ile ilgili bir sertifika programına tabi tutularak bu eksikliklerini gidermesini önerirken bunun da geçici bir çözüm olduğunu belirtmektedir.

2.7. Medya Okuryazarlığı Yaklaşımları

Medya eğitimiyle ilgili iki yaklaşım bulunmaktadır. Bunlardan ilki olan Korumacı yaklaşıma göre; bireyler pasif durumdadır ve medyanın etkilerine karşı korunmalıdır. İkincisi ise bireylerin aktif birer izleyici olarak gören ve medyanın olumlu ya da olumsuz etkisini bireylerin kendilerinin ayırt edebileceği görüşünü savunan eleştirel yaklaşımdır. İki yaklaşımında temel çıkış noktası toplumu medyanın etkilerine karşı bilinçlendirmektir.

2.7.1. Ana Akım Medya Okuryazarlığı Çerçevesinde Korumacı Yaklaşım

Anaakım medya okuryazarlığı medyayı sadece mesaj üreten bir araç olarak görür ve medya içeriklerini sorgulamaz. Ancak çocuklar söz konusu olduğunda medyadan korunmayı ve değerlere bağlı olmayı amaçlar (Hasdemir, 2012: 316). Kaplan’ın (2017: 54) da ifade ettiği gibi korumacı yaklaşımın çıkış noktası çocukları medyanın olası tehlikelerinden korumaktır.

Kalan (2010: 60), korumacı yaklaşımın, çocukları medyanın kötü etkilerinden korumak için onlara yasak koyan, uzaklaştıran, kötüleyen, uyarma gibi önlemler alan tutucu bir yaklaşım olarak görür. Aynı şekilde Buckingham, korumacı yaklaşımı “tutucu ve radikal yaklaşımları birleştiren bir anlayış” olarak görmektedir (Buckingham, 1994’ dan akt. Çetinkaya, 2008: 48).

Korumacı yaklaşımın medya okuryazarlık eğitimini, çocukları kötü medya içeriklerinden koruma temelli ele aldığını ve bunun da mevcut medya içeriklerindeki ideolojiyi sorgulamaya engel teşkil ettiğini belirten Binark ve Bek (2007: 53) bu yaklaşımın muhafazakâr bir bakış açısından beslendiğini ifade etmektedir. Medya okuryazarlık eğitiminin korumacı yaklaşım çerçevesinde verilmesini eleştiren (Karabacak

ve Erdinç, 2010: 14) bu çerçevede eğitim alan çocukların sorgulayan ve eleştirebilen aktif birer medya okuryazarı olarak yetiştirmelerinin mümkün olmayacağını belirtmektedir.

Hobbs'a (2004: 126) göre korumacı yaklaşım öğrencileri edilgen hale sokmaktadır. Öğretmenlerin medyanın gerçekleri çarpıttığına ilişkin öğrencilere not aldırması ve öğrencilerin de bunu iyi not almak için yapmaları onları edilgen hale getirmektedir. Ayrıca medya okuryazarlığı eğitiminin bu şekilde verilmemesi gerektiğini belirten Hobbs, bu tarz ders işlemenin öğrencileri yaşamdan kopardığını vurgular. Gömleksiz vd. (2012: 45) de korumacı yaklaşımın öğretmen ve öğrenci arasına çekilen bir set olarak görür ve bu setin öğrencilerin edindikleri olumlu ya da olumsuz medya deneyimlerini öğretmenleriyle paylaşmasına engel oluşturduğunu vurgulamaktadır.

Çetinkaya (2008: 48-49) korumacı yaklaşımı, çocuklarda medya içeriklerine karşı kendilerini koruyabilecek bir birikimi göz ardı ettiği için, öğrencileri kendilerine neyin tehdit oluşturacağını anlayabilecek düşünsel yetiden yoksun bulduğu için eleştirmektedir. UNESCO'nun hazırladığı rapora göre korumacı yaklaşımın eksik yönleri şu şekildedir: "Korumacılık iyi niyetle ve pozitif motivasyonlarla güdülenirken, çocukların medyaya aktif katılımının engellendiği bir durum ortaya çıkabilmekte, çocukların bilgiye ulaşma ve katılma hakları da kısıtlanabilmektedir." (UNESCO, 2006: 6).

Korumacı yaklaşımın geleneksellikten beslendiğini ve medya mesajlarını sorgulamadan kabullenen, eleştirel düşünceden yoksun, pasif bireyler yetiştirdiği için eleştiren Binark ve Bek (2007: 52) korumacı medya okuryazarlığını ve eleştirel medya okuryazarlığına geçişi sağlayan bir süreç olarak görmekte ve önem atfetmektedirler. Sevim (2013: 13) korumacı yaklaşımı, gerçekçi bir yaklaşım olarak görmez ve bu yaklaşımı geleneksellik temelleri üzerine inşa edilen eleştirelliğin geri plana atıldığı bir yaklaşım olarak tanımlar. Fakat zamanla bu yaklaşımdaki eksikliklerin akademisyenler ve eğitimciler tarafından fark edilip giderileceğini ifade eder.

Tüm bu açıklamalar doğrultusunda korumacı medya yaklaşımı bireylere eleştirel düşünme yetisi kazandıramayan, bireyin medya içeriklerinin alt mesajlarını anlamlandırabilme becerilerinin kazandırılmadığı bir anlayıştır. Korumacı yaklaşım toplumu medya içeriklerine karşı uyanık kılmak yerine bireyleri medya içeriklerinden uzaklaştırmayı seçer. Bireyleri medya mesajlarına karşı savunmasız bırakır. Ayrıca bireylerin bu araçlardan edinebileceği bilgilerden yoksun bırakan bir anlayıştır.

2.7.2. Eleştirel Yaklaşım

Bireyleri medyanın olumsuz yönlerinden korumayı amaçlayarak yasaklama ve sansür uygulaması getiren korumacı yaklaşımın tersine bireylere eleştirel bir bakış açısı kazandırmak için ortaya konan bir yaklaşımdır (Ülker, 2012: 33). Bu yaklaşımda bireyler kendileri için neyin olumlu neyin olumsuz olduğuna kendileri karar vererek medya içeriklerini, aldıkları medya eğitimi aracılığıyla eleştirel bir şekilde yorumlama becerisi kazanarak, medya içeriklerine aktif katılım sağlayarak rahatsızlık duydukları içerikleri gerekli yerlere şikâyet edebilme yetisini kazanacaklardır (Alagözlü, 2013:7)

Günümüzde çocuk, genç ve yetişkinlerin medyanın olumsuz etkilerinden korumayı amaçlayan, onları birer pasif vatandaş haline getiren korumacı anlayış yerine, bireyin medyayı aktif bir şekilde analiz edebilme yetisine sahip bir medya okuryazarlığı anlayışı benimsenmeye başlamıştır (İnal, 2009: 86). Bu anlayışına göre medya okuryazarlığının temel amacı, medya iletilerine karşı bilinçli tercihler yapabilen aktif bireyler yetiştirmektir. (Özonur ve Özalpman, 2009: 197).

Eleştirel medya okuryazarı olan bir bireyin medya aracılığıyla sunulan enformasyonlardaki gizli iletileri çözmekle kalmayıp, bunların doğruluğu ya da yanlışlığını da analiz edebilen bireyler olarak tanımlayan Bek ve Binark'a (2007: 111) göre eleştirel medya okuryazarlığını eleştirel pedagoji içerisinde değerlendirmektedirler. Bek ve Binark'a göre eleştirel medya okuryazarlığı şu şekildedir:

“Bireyi ana akım medyada ve/veya popüler kültür metinlerinde dolaşıma sokulan hırsla, merhametsizliğe, savaş çığırtkanlığına, ırkçılığa, pasifizme, cinsiyetçiliğe ve homofobiye karşı bir bilinci geliştirir ve bu bilinci etken ve müdahil olmaya karşı, kolektif mücadeleye/ eyleme/üretmeye yönlendirir (Bek ve Binark, 2007: 10).”

Eleştirel medya okuryazarlığının demokrasi açısından önem arz ettiğini vurgulayan Pekman'a (2016: 41) göre eleştirel düşünme yeteneğinin kazanılmasıyla bireylerin sorunlarını kısa zamanda, bilinçli bir şekilde çözebileceğini belirtmekte ve bu yetinin ifade özgürlüğü açısından da önemli olduğuna dikkat çekmektedir. Çünkü demokratik toplumlar için eleştirel medya okuryazarlığı, bireylerin kendilerini ifade edebilme becerisini kazandırmayı amaçlamaktadır (Thoman ve Jolls, 2008: 33).

Medya okuryazarlığı eğitimindeki temel amacının eleştirel özerklik kazandırmak olduğunu düşünen Şahin'e (2011: 222) göre öğretmen olmasa dahi sınıfın medya iletilerindeki mesajları sorgulayıcı bir yaklaşımla ele alması gerektiğini belirterek, eleştirel

medya eğitiminin, bireye medya metinlerine karşı eleştirel bakış açısı kazandıracak özgüven ve çözümleme becerisini de kazandırması gerektiğini düşünmektedir.

Çakmak'a (2010: 99) göre eleştirel yaklaşım korumacı yaklaşımın benimsediği fikirlere karşıdır. Amacı sadece bireyleri medyadan korumak değil, onları medya mesajlarına hazırlamaktır. İnan'ın (2013: 35) da ifade ettiği gibi eleştirel medya okuryazarlığı medyadaki baskın söyleme karşı alternatif söylemler üretebilmeyi de amaçlamaktadır.

Yapılan çalışmalar göstermektedir ki, eleştirel medya okuryazarlığı anlayışı ve eğitimiyle eleştirel düşünme becerileri geliştirilebilir ve bu sayede medya iletilerine karşı sorgulayan, medya içeriklerinin olumsuz yönlerinden kendini koruyabilen bireyler yetiştirilebilir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DEKİ İLETİŞİM MESLEK LİSELERİ VE MÜFREDATLARI

Ülkemizde iletişim eğitiminin lise düzeyinde verildiğiyle ilgili toplumun çok fazla bilgisi bulunmamaktadır. Ayrıca İletişim fakültesi mezunlarının formasyon eğitimi aldıktan sonra İletişim Meslek Liselerine öğretmen olabileceği de yine çok fazla bilinmemektedir. Bu nedenle bu bölümde ülkemizde bulunan İletim Meslek Liseleri ve bölümlerine, bu liselere öğretmen olarak atanabilme şartlarına ve bu liselerde eğitimi verilen ortak derslere yer verilmektedir.

3.1. İletişim Meslek Liseleri’nin Tarihçesi

1990’ların başında özel televizyon ve radyoların kurulmasına dair çıkarılan kanunla çok sayıda radyo ve televizyon kanalı açılmış ve bunun sonucunda da bu sektörde çalışacak eleman açığı ortaya çıkmıştır. Bu ihtiyaç doğrultusunda yeni İletişim Fakülteleri ve bölümleri açılmış buna ek olarak özel akademi kurumları ve kurslarla sektörün ihtiyaç duyduğu eleman açığı karşılanmaya çalışılmıştır. Ayrıca sektörün ihtiyaç duyduğu ara eleman ihtiyacını karşılamak amacıyla iki yıllık Meslek Yüksekokulları ve İletişim Meslek Liseleri de açılmıştır (Korkmaz, 2012’den akt. Karaduman ve Akbulutgiller, 2017: 1164).

İletişim Meslek Liseleri sektörün ara eleman ihtiyacını karşılamak amacıyla 1739 Milli Eğitim Temel Kanunu 652 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamesi usulünce 08.08.1967 tarih ve 12668 sayılı Resmî Gazete’ de yayımlanan “Millî Eğitim Bakanlığına Bağlı Orta Dereceli Okulların Açılma Esasları Hakkında Yönetmelik” hükümlerindeki değişiklikle 15.08.1994 2412 “Kurum Açılması ve Kapatılmasına İlişkin Esaslar” göre ilk önce Ticaret Meslek Liseleri bünyesinde bölüm şeklinde açılmaya başlanmıştır.

Ticaret Meslek Liseleri bünyesinde açılacak olan bu bölümler için aranan şartlar ise 15.08.1994-2412 “Kurum Açılması ve Kapatılmasına İlişkin Esaslar” şu şekildedir: (<http://tokat.meb.gov.tr>, erişim tarihi: 25.02.2018).

“Anadolu Otelcilik ve Turizm, Anadolu Aşçılık ile Anadolu Basın Yayın ve Reklamcılık Meslek Liseleri;

- a) Bölgenin turizm, aşçılık ve basın-yayın sektörü yönünden gelişmiş veya gelişmeye elverişli olması,
- b) Mahallen temin edilen binada en az (12) dersane olması,
- c) Yatılı öğrenciler için pansiyon ve okul çevresinde öğrencilerin uygulama yapabileceği otel yok ise uygulama oteli ünitesinin bulunması.”

Ticaret Meslek Liseleri bünyesinde bir bölüm olarak varlığını sürdüren Gazetecilik, Radyo Televizyon, Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri bölümleri 04.12.2008 tarih ve 2008/81 sayılı genelge “Anadolu İletişim Meslek Liseleri” Anadolu Ticaret Meslek Liseleri program türüne dönüştürülmüştür.

İletişim Meslek Liselerinin açılıp kapanmasıyla ilgili ilk açıklayıcı esaslar Nisan 2010/2631’e yürürlüğe giren “Kurum Açılması ve Kapatılmasına İlişkin Esaslar” İkinci bölüm D kısmında yer almakta ve şu şekildedir:

- “Ticaret Meslek Lisesi bünyesinde Anadolu İletişim Meslek Lisesi programlarının açılabilmesi için;
- 1) Okulun yakın çevresinde öğrencilerin uygulama yapabileceği ulusal ya da uluslararası nitelikte gazete, radyo, TV, halkla ilişkiler, matbaa vb. kuruluşlar,
 - 2) Binada; en az 8 ek dersane, alan ve dal programları için gerekli uygulama birimlerinin kurulmasında kullanılmak üzere 60 m2 alanlı en az 4 atölye bulunması,
 - 3) Bölgenin iletişim sektörü yönünden gelişmiş veya gelişmeye elverişli olması.
- (http://mevzuat.meb.gov.tr/html/2630_0.html/, erişim tarihi: 23.02.2018).”

Türkiye’de açılan ilk İletişim Meslek Lisesi 1992-1993 eğitim ve öğretime başlayan Güngören Tuncay Azaphan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ve aynı yıl Radyo ve Televizyon alanında iletişim eğitimine başlayan Ankara/Çankaya Türk Telekom Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesidir. İkinci olarak 1994-1995 eğitim öğretim yılında eğitime başlayan Adana/Seyhan’da açılan Seyhan ÇEP Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesidir. İletişim Meslek Lisesi ya da Ticaret Meslek Lisesi bünyesinde açılan “Anadolu İletişim Meslek Lisesi” alt dalları 1998 yılına gelindiğinde iyice yaygınlaşmış ve aynı yıl Bahçelievler Aydın Doğan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi (İstanbul’da), Bilge Kağan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi (Çorum’da) açılmıştır. 2000’li yıllardan sonrada açılmaya devam eden İletişim bölümleri ve Liseleri eğitim öğretime devam etmekte ve medyanın ihtiyaç duyduğu ara elemanları yetiştirmektedir.

3.2. Türkiye’de İletişim Eğitimi Veren Liseler

Aşağıdaki tabloda Türkiye’deki Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerin’ de İletişim Eğitimi veren liseler ve bulundukları şehirler listelenmiştir. Tablolar oluşturulurken (<http://mtegm.meb.gov.tr/TR/okullar.asp?PAGE=Liste/>, erişim tarihi: 27.02.2018)’ den yararlanılmıştır.

Tablo 3.1 Türkiye’de Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanında Eğitim Veren Okullar ve Bulundukları İller

1	Seyhan ÇEP Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi SEYHAN/ ADANA	2	Güngören Tuncay Azaphan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi GÜNGÖREN/ İSTANBUL
3	Atakent İMKB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi YÜREĞİR/ADANA	4	General Ali Rıza Ersin Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KADIKÖY/ İSTANBUL
5	Zübeyde Hanım Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ALTINDAĞ/ ANKARA	6	İstanbul Vali Hayri Kozakçıoğlu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KAĞITHANE/ İSTANBUL
7	Gölbaşı Zübeyde Hanım Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi GÖLBAŞI/ ANKARA	8	Küçükçekmece Atatürk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KÜÇÜKÇEKMECE/İSTANBUL
9	Haymana Bumsuz Çok Programlı Anadolu Lisesi HAYMANA/ ANKARA	10	Sarıyer Mehmet Şam Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi SARIYER/ İSTANBUL
11	Cebeci Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MAMAK/ ANKARA	12	Turhan Feyzioğlu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi SULTANBEYLİ/ İSTANBUL
13	Nene Hatun Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MAMAK ANKARA	14	Cumhuriyet Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ÜSKÜDAR/ İSTANBUL
15	Hayme Ana Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi SİNCAN /ANKARA	16	Çiğli Şehit Ali Karaoğlu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ÇİĞLİ/ İZMİR
17	Avsallar Recep KARACA Çok Programlı Anadolu Lisesi ALANYA/ ANTALYA	18	Abdülhamit Han Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi GAZİEMİR/ İZMİR
19	Canan-Yavuz Gürkan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi FİNİKE/ ANTALYA	20	Karşıyaka Necip Demir Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KARŞIYAKA/ İZMİR
21	Toros Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KEPEZ/ ANTALYA	22	Karşıyaka Suzan Divrik Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KARŞIYAKA/ İZMİR
23	Ada Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KUŞADASI/ AYDIN	24	Konak Küçükyalı Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KONAK/ İZMİR
25	Burhaniye Kemer Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi BURHANİYE/ BALIKESİR	26	Konak Nevvar Salih İşgören Eğitim Kampüsü-2 Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KONAK/ İZMİR
27	Tatvan Valide Sultan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi TATVAN/ BİTLİS	28	Konak Nevvar Salih İşgören Eğitim Kampüsü-3 Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KONAK/ İZMİR
29	Nene Hatun Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi İNEGÖL/ BURSA	30	Menemen Halide Gencer Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MENEMEN/ İZMİR
31	Mudanya Dörtçelik Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MUDANYA/ BURSA	32	Narlıdere Rasim Önel Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi NARLIDERE/ İZMİR
33	Havva Aslanoba Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi NİLÜFER/ BURSA	34	Torbalı Piri Reis Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi TORBALI/ İZMİR
35	Faik Çelik Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi YILDIRIM/ BURSA	36	Sevim Şirikci Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi DULKADİROĞLU / KAHRAMANMARAŞ
37	Yıldırım Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	38	Mükrime Hatun Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

	YILDIRIM/ BURSA		ONİKİŞUBAT/ KAHRAMANMARAŞ
39	Nedime Hanım Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ ÇANAKKALE	40	Ticaret ve Sanayi Odası Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ONİKİŞUBAT/ KAHRAMANMARAŞ
41	Çankırı Şehit Erdem Öztürk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ ÇANKIRI	42	Kocasinan Ahmet Erdem Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KOCASINAN/ KAYSERİ
43	Bilge Kağan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ ÇORUM	44	Maden Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KESKİN/ KIRIKKALE
45	Namık Kemal Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi BAĞLAR/ DİYARBAKIR	46	Zübeyde Hanım Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ KIRIKKALE
47	Çermik Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ÇERMİK/ DİYARBAKIR	48	Ertuğrul Gazi Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi YAHŞİHAN/ KIRIKKALE
49	Eren Şahin Eronat Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KAYAPINAR/ DİYARBAKIR	50	Yahya Kemal Beyatlı Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ KIRKLARELİ
51	Sur Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi SUR/ DİYARBAKIR	52	Yavuz Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi İZMİT/ KOCAELİ
53	Düzce Zübeyde Hanım Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ DÜZCE	54	Yıldız Entegre Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KARTEPE/ KOCAELİ
55	Necip Güngör KISAPARMAK Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ELAZIĞ	56	Öztekinkler Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi SELÇUKLU/ KONYA
57	Yıldızkent Nafizbey Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi PALANDÖKEN/ ERZURUM	58	Sümer Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi YEŞİLYURT/ MALATYA
59	Cumhuriyet Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi YAKUTİYE/ ERZURUM	60	Saruhanlı Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi SARUHANLI/ MANİSA
61	Mehmet Uygun Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ŞAHİNBEY/ GAZİANTEP	62	İMKB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi YUNUSEMRE/ MANİSA
63	Mehmet APİ Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ŞEHİTKAMİL/ GAZİANTEP	64	Mehmet Akif NuhOğlu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ARTUKLU/ MARDİN
65	Giresun Fatih Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ GİRESUN	66	Gülşen Gökçe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi FETHİYE/ MUĞLA
67	Fatma Aliye Hanım Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi HAKKARİ	68	Zübeyde Hanım Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MENTEŞE/ MUĞLA
69	Yıldız-Selahattin Mıstıkoğlu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ANTAKYA/ HATAY	70	Nevşehir TOKİ Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ NEVŞEHİR
71	Şehit Ayhan Say Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi DÖRTYOL/ HATAY	72	Rize Merkez Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ RİZE
73	Eğirdir Mavigöl Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi EĞİRDİR/ ISPARTA	74	Gülbahar Hatun Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ RİZE
75	Gül Şehri Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ ISPARTA	76	Kurupelit Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ATAKUM/ SAMSUN
77	Yalvaç Nene Hatun Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi YALVAÇ/ ISPARTA	78	Türk Telekom Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi CANİK/ SAMSUN
79	İstanbul Büyükşehir Şehit Şerife Bacı	80	İstiklal Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

	Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi AVCILAR/ İSTANBUL		İLKADIM/ SAMSUN
81	Alaattin-Nilüfer Kadayıfcioglu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi BAĞCILAR/ İSTANBUL	82	Zübeyde Hanım Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ SİİRT
83	Yenibosna Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi BAHÇELİEVLER/ İSTANBUL	84	İsmail-Nazif Bayraktar Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KARAKÖPRÜ/ ŞANLIURFA
85	Beylikdüzü Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi BEYLİKDÜZÜ/ İSTANBUL	86	Piri Reis Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi VİRANŞEHİR/ ŞANLIURFA
87	İbrahim Turhan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ESENLER/ İSTANBUL	88	Çorlu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ÇORLU/ TEKİRDAĞ
89	Haydar Akçelik Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi EYÜPSULTAN/ İSTANBUL	90	Velimeşe Çok Programlı Anadolu Lisesi ERGENE/ TEKİRDAĞ
91	Mareşal Fevzi Çakmak Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi EYÜPSULTAN/ İSTANBUL	92	Şehit Ünal Bıçakçı Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ORTAHİSAR/ TRABZON
93	Cemil Meriç Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi GÜNGÖREN/ İSTANBUL	94	Edremit Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi EDREMİT/ VAN
95	Güngören Gençosman İMKB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi GÜNGÖREN/ İSTANBUL	96	Armutlu Dr. Enver Ören Çok Programlı Anadolu Lisesi ARMUTLU/ YALOVA

Tablo 3.2 Türkiye’de Gazetecilik Alanında Eğitim Veren Okullar ve Bulundukları İller

1	Seyhan ÇEP Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi SEYHAN/ ADANA	2	Bahçelievler Aydın Doğan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi BAHÇELİEVLER/ İSTANBUL
3	Afyonkarahisar Zübeyde Hanım Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ AFYONKARAHİSAR	4	Güngören Tuncay Azaphan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi GÜNGÖREN/ İSTANBUL
5	Polatlı Beştepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi POLATLI/ ANKARA	6	Maçka Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ŞİŞLİ/ İSTANBUL
7	Batıkent Ş. Evliyagil Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi YENİMAHALLE/ ANKARA	8	Buca Şerife Bacı Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi BUCA/ İZMİR
9	Eczacı Güzin-Velittin Bekrioğlu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ALANYA/ ANTALYA	10	Ticaret ve Sanayi Odası Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ONİKİSUBAT/KAHRAMANMARAŞ
11	Hüsniye Özdilek Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KEPEZ/ ANTALYA	12	Anadolu Kalkınma Vakfı Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi GÖLCÜK/ KOCAELİ
13	Ayhan Şahenk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ ARTVİN	14	Karamürsel Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KARAMÜRSEL/ KOCAELİ
15	Mehmet Vehbi Bolak Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ALTIEYLÜL/ BALIKESİR	16	Yıldız Entegre Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KARTEPE/ KOCAELİ
17	Yıldırım Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi YILDIRIM/ BURSA	18	M. Halil İbrahim Hekimoğlu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi SELÇUKLU/ KONYA
19	Bilge Kağan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ ÇORUM	20	Hafize Özal Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi BATTALGAZİ/ MALATYA
21	Düzce Adnan Menderes Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	22	Nihal Erdem Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

	MERKEZ/ DÜZCE		TOROSLAR/ MERSİN
23	Necip Güngör KISAPARMAK Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ ELAZIĞ	24	Adapazarı SATSO Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ADAPAZARI/ SAKARYA
25	Türk Telekom Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ODUNPAZARI/ ESKİŞEHİR	26	Piri Reis Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi İLKADIM/ SAMSUN
27	Mehmet APİ Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ŞEHİTKAMİL/ GAZİANTEP	28	Şehit Üsteğmen Cemalettin Yılmaz Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ SİVAS
29	Giresun Fatih Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ GİRESUN	30	Turgut Özal Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi HALİLİYE/ ŞANLIURFA
31	23 Temmuz Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ANTAKYA/ HATAY	32	Bostancı Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi İPEKYOLU/ VAN
33	Gül Şehri Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ ISPARTA	34	Kaşgarlı Mahmut Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ YALOVA
35	Münir Tınaztepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi BAĞCILAR/ İSTANBUL		

Tablo 3.3 Türkiye’de Radyo Televizyon Alanında Eğitim Veren Okullar ve Bulundukları İller

1	Seyhan ÇEP Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi SEYHAN/ ADANA	2	Bahçelievler Aydın Doğan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi BAHÇELİEVLER/ İSTANBUL
3	Toruntay Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ AMASYA	4	İstanbul Ticaret Odası Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi BAYRAMPAŞA/ İSTANBUL
5	SERÇEV Engelsiz Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ÇANKAYA/ ANKARA	6	Ortaköy Zübeyde Hanım Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi BEŞİKTAŞ/ İSTANBUL
7	Türk Telekom Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ÇANKAYA/ ANKARA	8	Güngören Tuncay Azaphan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi GÜNGÖREN/ İSTANBUL
9	Çubuk Ahi Evran Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ÇUBUK/ ANKARA	10	Kartal Sabiha Gökçen Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KARTAL/ İSTANBUL
11	Aydınlıkevler Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KEÇİÖREN/ ANKARA	12	Maçka Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ŞİŞLİ/ İSTANBUL
13	Kalaba Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KEÇİÖREN/ ANKARA	14	Karşıyaka Necip Demir Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KARŞIYAKA/ İZMİR
15	Polatlı Beştepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi POLATLI/ ANKARA	16	Konak Çınarlı Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KONAK/ İZMİR
17	Yenimahalle Zeynep-Salih Alp Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi YENİMAHALLE/ ANKARA	18	Konak Gültepe Nenehatun Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KONAK/ İZMİR
19	Hüsniye Özdilek Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KEPEZ/ ANTALYA	20	Aşıkpaşa Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ KIRŞEHİR
21	Yunus Emre Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi İNEGÖL/ BURSA	22	Deniz Yıldızları Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi DARICA/ KOCAELİ
23	Hamitler TOKİ Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi OSMANGAZİ/ BURSA	24	Yıldız Entegre Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KARTEPE/ KOCAELİ

25	Yıldırım Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi YILDIRIM/ BURSA	26	M. Halil İbrahim Hekimoğlu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi SELÇUKLU/ KONYA
27	Bilge Kağan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ ÇORUM	28	Devlet Hatun Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ KÜTAHYA
29	Türk Telekom Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KAYAPINAR/ DİYARBAKIR	30	Şehit Kemal Özalper Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi BATTALGAZİ/ MALATYA
31	Düzce Adnan Menderes Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ DÜZCE	32	Nihal Erdem Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi TOROSLAR/ MERSİN
33	Necip Güngör KISAPARMAK Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ ELAZIĞ	34	Bolaman Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi FATSA/ ORDU
35	Rıfki Salim Burçak Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi PALANDÖKEN/ ERZURUM	36	Rize Merkez Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ RİZE
37	Türk Telekom Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ODUNPAZARI/ ESKİŞEHİR	38	İMKB Mehmet Akif Ersoy Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ADAPAZARI/ SAKARYA
39	Gazi Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ODUNPAZARI/ ESKİŞEHİR	40	Piri Reis Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi İLKADIM/ SAMSUN
41	Gazi Yakup Satar Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ODUNPAZARI/ ESKİŞEHİR	42	Şehit Üsteğmen Cemalettin Yılmaz Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ SİVAS
43	Mehmet APİ Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ŞEHİTKAMİL/ GAZİANTEP	44	Turgut Özal Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi HALİLİYE/ ŞANLIURFA
45	Giresun Fatih Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ GİRESUN	46	Şehit Ünal Bıçakçı Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ORTAHİSAR/ TRABZON
47	Hatay Erol Bilecik Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ANTAKYA/ HATAY	48	Pakistan Türkiye Dostluğu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi İPEKYOLU/ VAN
49	İpek Yolu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi DEFNE/ HATAY	50	Kaşgarlı Mahmut Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ YALOVA
51	Münir Tınaztepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi BAĞCILAR/ İSTANBUL	52	Yayla Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ ZONGULDAK

Tablo 3.1, 3.2, 3.3’de görüldüğü üzere ülkemizde İletişim alanında en fazla Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanında 96 farklı il ve ilçede eğitim verilirken, ikinci sırada Radyo Televizyon alanı 52 il ve ilçede eğitim verilmektedir. Son olarak Gazetecilik alanı ise 35 il veya ilçede eğitim verilmektedir.

Tablo 3.4 Bünyesinde Halkla ilişkiler ve Organizasyon Hizmetleri, Gazetecilik ve Radyo Televizyon Alanlarını Barındıran Okullar ve Bulunduğu İller

1	Seyhan ÇEP Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi SEYHAN/ ADANA	2	Giresun Fatih Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ GİRESUN
3	Bilge Kağan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ ÇORUM	4	Güngören Tuncay Azaphan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi GÜNGÖREN/ İSTANBUL

5	Necip Güngör KISAPARMAK Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ELAZIĞ	6	Yıldız Entegre Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KARTEPE/ KOCAELİ
7	Mehmet APİ Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ŞEHİTKAMİL/ GAZİANTEP		

Tablo 3.4’ te görüldüğü üzere ülkemizde her üç alanda da eğitim veren 7 adet lise bulunmaktadır.

Tablo 3.5 Gazetecilik Alanı ve Radyo Televizyon Alanında Eğitim Veren Okullar

1	Polatlı Beştepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi POLATLI/ ANKARA	2	M. Halil İbrahim Hekimoğlu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi SELÇUKLU/ KONYA
3	Hüsniye �zdzlek Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi KEPEZ/ ANTALYA	4	Nihal Erdem Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi TOROSLAR/ MERSİN
5	Yıldırım Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi YILDIRIM/ BURSA	6	Piri Reis Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi İLKADIM/ SAMSUN
7	Türk Telekom Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ODUNPAZARI/ ESKİŞEHİR	8	Şehit �steğmen Cemalettin Yılmaz Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ SİVAS
9	Bahçelievler Aydın Doğan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi BAHÇELİEVLER/ İSTANBUL	10	Turgut Özal Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi HALİLİYE/ ŞANLIURFA
11	Maçka Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ŞİŞLİ/ İSTANBUL	12	Kaşgarlı Mahmut Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ YALOVA

Tablo 3.5’ te görüldüğü üzere ülkemizde aynı lise bünyesinde Gazetecilik ve Radyo Televizyon alanlarında eğitim veren 12 okul bulunmaktadır.

Tablo 3.6 Radyo Televizyon Alanı ve Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanlarında Eğitim Veren Okullar

1	Şehit �nal Bıçakçı Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ORTAHİSAR/ TRABZON
2	Rize Merkez Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ RİZE

Tablo 3.7 Gazetecilik Alanı ve Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanlarında Eğitim Veren Okullar

1	G�l Şehri Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi MERKEZ/ ISPARTA
2	Ticaret ve Sanayi Odası Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ONİKİŞUBAT/KAHRAMANMARAŞ

Tablo 3.5, 3.6, 3.7’ de görüldüğü üzere aynı lise bünyesinde Gazetecilik ve Radyo Televizyon Alanında eğitim veren 12 okul bulunurken, Radyo Televizyon ve Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanlarında Eğitim veren 2 okul, Gazetecilik ve Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanlarında Eğitim veren 2 okulun bulunduğu görülmektedir.

3.3. İletişim Meslek Liselerine Öğretmen Olarak Atanma Şartları

Ülkemizde çok çeşitli öğretmen yetiştirme programları oluşturulmuş fakat bizim için en önemli öğretmen yetiştirme programı 1994-1998 yılları arasında Yükseköğretim Kurulu (YÖK) ve Dünya Bankası dayanışmasıyla oluşturulan programdır. 1994 – 1998 yılları arasında YÖK ve Dünya Bankası işbirliğiyle “Hizmet Öncesi Öğretmen Eğitimi Projesi” adlı projeyi gerçekleştirilmiş ve ana amacı öğretmen yetiştirme programlarının sorunlarını çözmek olan bu proje, pek çok kazanımı beraberinde getirmekle birlikte bu sorunlara kalıcı çözümler üretememiştir (Akdemir, 2013: 20-21). Bu işbirliği sonucu çeşitli öğretmen yetiştirme programlarına başvurulmuştur. Bunlardan ilki, bazı Fakültelerin Mezunlarına öğretmen olarak atanma hakkının verilmesi. Eğitim yüksekokullarının 1989’ da Eğitim Fakültelerine dönüştürülmesiyle sınıf öğretmenliği programlarının 1992’den itibaren birkaç yıl mezun verememesi sınıf öğretmeni açığına neden olmuştur. Bu nedenle bu açığı kapatmak için Milli Eğitim Bakanlığı’ nın talebiyle üniversitelerde en az 26 hafta pedagojik formasyon kurslarının açılması ve bu kurstan belge alanların sınıf öğretmeni olarak atanması sağlanmıştır. İkincisi ise Tezsiz Yüksek Lisans Programlarıyla Öğretmen yetiştirme programlarının açılması. Eğitim Fakültelerinde yeniden yapılanma gerçekleştirmek isteyen YÖK ve Milli Eğitim Bakanlığı 1997’de “Milli Eğitimi Geliştirme Projesi (MEGEP)” le öğretmen yetiştirmede farklı düzenlemelere gitmiştir. Bu yeni düzenlemelerle Tezsiz Yüksek Lisans programları yürürlüğe girmiş ve Fen-Edebiyat Fakültesi mezunlarına 1,5 yıllık Tezsiz Yüksek Lisans programıyla öğretmen olarak atanabilme imkânı verilmiştir (Özoğlu, 2010’dan akt. Akdemir, 2013: 20-21).

2009 ve 2010 yılları arasında Tezsiz Yüksek Lisans programları YÖK tarafından yeniden düzenlenmiş ve bu programın içeriğinde var olan formasyon eğitimi bazı üniversitelere verilmiş daha sonra çıkan itirazlar neticesinde formasyon programı açmak isteyen her üniversiteye bu hak verilmiştir (Akdemir, 2013: 22).

İletişim Meslek Liselerinin ilk açılmasına ön ayak olanların bu programlar aracılığıyla sınıf öğretmenliğine atanan öğretmenler olduğu söylenebilir. İletişim Meslek Liseleri ilk açıldığı yıllarda bazı Fakültelerin Mezunlarına öğretmen olarak atanma

hakkının verilmesi ile ilgili projeden yararlanarak sınıf öğretmeni olarak atanan öğretmenlerin daha sonra alan değiştirerek kendi alan öğretmenliklerine geçmeleriyle bu alandaki öğretmen açığı giderilmiştir. Tabiki bu öğretmenlerin ülkemizde sayıları her geçen gün artan Radyo Televizyon, Gazetecilik ve Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri öğretmenliği programlarının hepsine hizmet götürmeleri mümkün değildir. Günümüzde bu alanlarda öğretmenlik yapmak isteyenler 4 yıllık bir İletişim Fakültesini bitirmekle şartıyla 1 yıllık formasyon eğitiminin ardından gireceği KPSS sınavından da yeterli puanı almak koşuluyla bu programlara öğretmen olarak atanabilmektedir.

3.4. İletişim Meslek Liselerindeki Bölümler ve Ders Müfredatları

3.4.1. Gazetecilik Alanı Dersleri ve Müfredat İçerikleri

Ülkemizde lise düzeyinde Gazetecilik eğitimi çeşitli dallara ayrılmaktadır. Bu dallar oluşturulurken sektörün ihtiyaçları taranarak; uzaman görüşleri, sivil toplum kuruluşları, sektör temsilcilerinin de görüşleri alınmış sektörün yaygın olduğu illerde anketler yapılmış, anket sonuçları irdelenerek Türkiye’de medya sektörünün ihtiyaçları, gazetecilik alanından beklentiler tespit edilmiş ve bu ihtiyaçlar doğrultusunda çeşitli dallarda uzmanlaşmaya gidilmiştir (MEGEP, 2011: 3). Bu amaçla Gazetecilik alanında oluşturulan dallar şunlardır:

1. Yazılı basın muhabirliği,
2. TV muhabirliği,
3. Sayfa sekreterliği,
4. Foto muhabirliği

Yapılan bu çalışmalar doğrultusunda Gazetecilik alanı ve alt dallarının amaçları belirlenmiştir. Gazetecilik alanına ait dal tanımları ve ders müfredat içerikleri (<http://www.megep.meb.gov.tr/dokumanlar/>, erişim tarihi:n 07.04.2018)’ e göre ekte verilmiştir.

Gazetecilik bölümü ders içeriklerine baktığımızda medyadan gelen mesajları doğru bir şekilde anlamalarını sağlayan ve öğrencilerin medya mesajlarına karşı eleştirel bir bakış açısı kazandırdığı düşünülen dersler şunlardır: Temel İletişim, Haber Toplama ve Yazma, Yayın Türüne Göre Gazetecilik, Haberleşme Hukuku.

3.4.2. Radyo Televizyon Alanı Dersleri ve Ders Müfredat İçerikleri

İletişim ve medya sektöründe artan rekabet koşulları ve teknolojiadaki ilerlemeler göz önüne alınarak küresel değişmelere ayak uydurabilmek amacıyla Radyo Televizyon sektöründeki kuruluşların eleman ihtiyacını karşılamak amacıyla Radyo-Televizyon Alanı

Çerçeve Öğretim Programına göre bu alanda dört dala ayrılmıştır (MEGEP, 2011: 3).

Bunlar:

1. Radyo-televizyon programcılığı,
2. Grafik-animasyon,
3. Kameramanlık,
4. Teknik yapım-yayın

Radyo Televizyon alanına ait dal tanımları ve ders müfredat içeriklerine (<http://www.megep.meb.gov.tr/dokumanlar/>, erişim tarihi: 07.04.2018) göre ekte verilmiştir.

RTV bölümü ders içeriklerine baktığımızda medyadan gelen mesajları doğru bir şekilde anlamalarını sağlayan ve öğrencilerin medya mesajlarına karşı eleştirel bir bakış açısı kazandırdığı düşünülen dersler şunlardır: Temel İletişim, Radyo ve Televizyon Yapımcılığı, Haberleşme Hukuku.

3.4.3. Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanı ve Ders Müfredatları

Sürekli bir değişim ve gelişim içinde olan Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri alanı dinamik bir yapıdadır. Bu nedenle bu değişimlere ayak uydurabilecek, sektörün artan rekabet koşullarında varlığını sürdürmeyi amaçlayan kuruluşlar için alanında uzamanlaşmış eleman ihtiyacını karşılamak amacıyla Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanı Çerçeve öğretim programına göre beş dala ayrılmıştır.

Bunlar:

1. Halkla ilişkiler,
2. Müşteri temsilciliği,
3. Kamuoyu araştırmacılığı,
4. Organizasyon sorumlusu,
5. Fuar organizasyon sorumlusu

Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanına ait dal tanımları ve ders müfredatındaki derslere (<http://www.megep.meb.gov.tr/dokumanlar/>, erişim tarihi: 07.04.2018) göre ekte verilmiştir.

HLK bölümü ders içeriklerine baktığımızda medyadan gelen mesajları doğru bir şekilde anlamalarını sağlayan ve öğrencilerin medya mesajlarına karşı eleştirel bir bakış açısı kazandırdığı düşünülen dersler şunlardır: İletişim Teknikleri, Haber Toplama ve Yazma, Haberleşme Hukuku.

3.5. Ortak Dersler

3.5.1. Gazetecilik - Radyo Televizyon - Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanı Ortak Dersleri

GAZETECİLİK	RADYO TELEVİZYON	HLK ORGANİZASYON HİZM
Mesleki Gelişim	Mesleki Gelişim	Mesleki Gelişim
Mesleki Bilgisayar	Mesleki Bilgisayar	Mesleki Bilgisayar
Temel Fotoğrafçılık	Temel Fotoğrafçılık	Temel Fotoğrafçılık
Temel İletişim	Temel İletişim	İletişim Teknikleri
Medya Tarihi	Medya Tarihi	Medya Tarihi
Haberleşme Hukuku	Haberleşme Hukuku	Kitle Haberleşme Hukuku
Etkili Konuşma ve Yazma	Etkili Konuşma ve Yazma	Etkin Okuma/Etkili Konuşma
Bilgisayarda Fotoğraf İşleme	Bilgisayarda Fotoğraf İşleme	Bilgisayarda Fotoğraf İşleme

Gazetecilik - Radyo Televizyon - Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri alanlarında ortak ders sayısı 8 tanedir. Gazetecilik ve Radyo Televizyon Alanında “Temel İletişim” olan dersin adı Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanında “İletişim Teknikleri” olarak geçmektedir. Bu ders için oluşturululan modül içerikleri üç alanda da aynıdır. Yine Gazetecilik ve Radyo Televizyon Alanında “Etkili Konuşma ve Yazma” olan ders Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanında “Etkin Okuma”/ “Etkili Konuşma” adıyla iki farklı ders olarak yer almaktadır ve içerik olarak zenginleştirilmiştir.

3.5.2. Gazetecilik - Radyo Televizyon Ortak Dersleri

GAZETECİLİK	RADYO TELEVİZYON
Haber Kurgusu	Video Kurgu
Televizyon Haberi	Televizyon Haberciliği

Gazetecilik ve Radyo Televizyon alanında içerik olarak benzerlik gösteren iki farklı ders bulunmaktadır. Bu derslerden ilki bakacak olursak “Haber Kurgusu” ve “Video Kurgu” derslerinin modüllerinin tamamen birbirinin aynısı olduğu saptanmıştır. Gazetecilik alanında bulunan “Televizyon Haberi” dersinin modülleri Radyo Televizyon alanında bulunan “Televizyon Haberciliği” dersinin daraltılmış halidir. Yani Radyo Televizyon alanında yer alan “Televizyon Haberciliği” dersinin iki modülü Gazetecilik alanında bulunan “Televizyon Haberi” dersinin modülü haline getirilmiştir.

3.5.3. Gazetecilik - Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanı Ortak Dersleri

GAZETECİLİK	HLK ORGANİZASYON HİZMETLERİ
Haber Toplama ve Yazma	Haber Toplama ve Yazma

Gazetecilik - Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri alanlarında Radyo Televizyon alanından farklı olarak bir tane ortak ders bulunmaktadır. Haber Toplama ve Yazma olan bu dersin modülleri incelendiğinde ders içeriğinin ve ders adının tamamen aynı olduğu saptanmıştır.

Radyo Televizyon alanı ile Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri alanları arasında Gazetecilik alanının da dâhil olduğu ortak dersler dışında herhangi bir farklı ortak ders bulunmamaktadır. Bu ise Radyo Televizyon alanı ile Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri alanları arasında disiplinler olarak benzerliğin daha sınırlı olduğunu göstermektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

İLETİŞİM MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN MEDYA OKURYAZARLIK DÜZEYİNİN MÜFREDATLA İLİŞKİSİ: “ELAZIĞ ÖRNEĞİ”

Bu bölümde araştırmanın amacına, kapsam ve sınırlılıklarına, yöntemine, evren ve örnekleme, önemine ve bulgularına yer verilmektedir.

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı; İletişim Meslek Lisesi öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin müfredat ile ilişkisini tespit etmektir. Bu amaçla araştırma, İletişim Meslek Lisesi öğrencilerinin medyayı takip etme alışkanlıklarını ortaya koyarken, medya okuryazarlık düzeylerini belirleyerek, öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin eğitimini almış oldukları (iletişim eğitimi) müfredatla ilişkisini saptamayı amaçlamaktadır. Bu amaca ulaşabilmek için aşağıdaki alt amaçlara cevaplar aranmıştır:

1. İletişim Meslek Lisesi öğrencilerinin gazete ve dergi takip etme alışkanlarının, cinsiyetlerine, sınıf düzeylerine ve bölüm değişkenlerine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
2. İletişim Meslek Lisesi öğrencilerinin gazete ve dergi takip etme alışkanlarının, anne ve baba eğitim düzeylerine ve aile gelirlerine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
3. İletişim Meslek Lisesi öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri, cinsiyetlerine, sınıf düzeylerine ve okudukları bölüme göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
4. İletişim Meslek Lisesi öğrencilerinin medya okuryazarlık becerileri, anne ve baba eğitim ile aile gelir düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
5. İletişim Meslek Lisesi öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri okudukları bölümler açısından anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
6. İletişim Meslek Lisesi öğrencilerinin eğitim gördükleri bölümler açısından medya okuryazarlık düzeylerine en fazla katkısı olan ders hangisidir?
7. İletişim Meslek Lisesi öğrencilerinin eğitim gördükleri bölümler açısından en yetersiz olduğunu düşündüğünüz meslek dersi hangisidir?
8. İletişim Meslek Lisesi öğrencilerinin eğitim gördükleri bölümler açısından yeterli buldukları meslek dersi hangisidir?

9. İletişim Meslek Lisesi öğrencilerinin eğitim gördükleri bölümler açısından Kitle İletişim Araçlarından gelen mesajları; olumlu ya da olumsuz olduğunu anlamalarına en çok katkısı olan meslek dersi hangisidir?

4.2. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Bu çalışmanın evrenini 2017-2018 eğitim ve öğretim yılında Elazığ il merkezinde bulunan Necip Güngör Kısaparmak Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinde eğitim gören 10-11-12. Sınıf; Gazetecilik, Radyo Televizyon, Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri bölümlerinde okuyan 335 öğrenci oluşturmaktadır. Bu evrenin örneklemini anketin yapıldığı gün okulda bulunan öğrencilerden tesadüfî olarak seçilen 200 öğrenci oluşturmaktadır. 200 öğrenci rastlantısal örnekleme yöntemine göre seçilmiş fakat verilerin analizinde 153 anket kullanılmış ve bu örneklem sayısında araştırmanın sınırlılıklarındandır.

Okulda öğrencilerin eksik ya da hatalı anket doldurmaları göz önüne alınarak toplam 200 anket tesadüfî olarak dağıtılmış anket uygulaması sonucunda 200 anketten 29'u öğrenciler tarafından eksik ve hatalı olarak doldurulmuş bu nedenle 29 anket değerlendirilmeye alınmamıştır. Kullanılabilir düzeyde eksiği olan 18 anket ise çözümleme sırasında veri kaybına neden olduğu için kullanılamamıştır. Bu durumda araştırmanın bir başka sınırlılığıdır.

Araştırma Elazığ ili ile sınırlandırılmış olup bulguların Türkiye genelindeki İletişim Meslek Liselerine genellenecek olması çalışmanın sınırlılıkları arasındadır. Ayrıca medya okuryazarlık düzeyini ortaya çıkarmayı amaçlayan bu çalışmaya öğrencilerden beklenen ilgiyi görmemiş, anketlerin eksik ve hatalı doldurulması araştırmanın veri toplama aşamasını sınırlamıştır.

4.3. Araştırmanın Yöntemi

İletişim Meslek Lisesi öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin müfredatla ilişkisini ortaya koymayı amaçlayan bu araştırma tarama modellerinden, ilişkisel tarama modelinde gerçekleştirilmiştir. Karasar (2015: 77) tarama modelini, mevcut durumu olduğu biçimde betimlemeyi amaçlayan bir araştırma yaklaşımı olarak tanımlamaktadır. Karaman (2016: 336) ise ilişkisel tarama modelini şu şekilde açıklamaktadır: “İki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişim varlığını veya derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modelidir.” (Karaman, 2016: 336).

Araştırmada veri toplamak için anket formu ve likert tipi anket kullanılmıştır. Anket formu yerli literatür taraması sonucu oluşturulmuştur. Geliştirilen anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünün ilk kısmında (A Bölümünde) katılımcıların

demografik bilgilerine yönelik 7, ikinci kısmında (B Bölümünde) katılımcıların medya kullanım alışkanlıklarını ortaya çıkartmayı amaçlayan 13, üçüncü kısmında (C Bölümünde) ise katılımcıların öğrenim gördükleri bölüm müfredatına (derslerine) ilişkin görüşlerini ortaya koymayı amaçlayan 11 soruya yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde ise Karaman ve Karataş'ın (2009) geliştirdiği "Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği" kullanılmıştır. Karaman ve Karataş'ın (2009) geçerlilik ve güvenirlik çalışması yaparak geliştirdiği ölçek 17 maddeden ve üç alt boyuttan (bilgi sahibi olmak, analiz edebilme ve tepki oluşturabilme, yargılayabilme ve örtük mesajları görebilme) oluşmaktadır. Ölçeğin seçenekleri 1=hiçbir zaman, 2=nadiren, 3= ara sıra, 4=sıklıkla, 5=her zaman şeklinde likert tipte düzenlenmiştir. Ölçeği'nin araştırmacılar tarafından hesaplanan güvenirlik katsayısı 0.84; tür.

4.4. Çalışmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın çalışma grubunu, 2017-2018 eğitim öğretim yılı Elazığ Necip Güngör Kısaparmak Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi 10-11-12. Sınıf; Gazetecilik, Radyo Televizyon, Halkla İlişkiler ve Organizasyon öğrencilerinden oluşmaktadır. Çalışma grubu belirlenirken amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan uygulamalı örnekleme kullanılmış olup Elazığ'da başka bir İletişim Meslek Lisesi bulunmadığı için çalışmanın örneklemini Elazığ'ın tek İletişim Meslek Lisesi olan Necip Güngör Kısaparmak Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi oluşturmaktadır. Uygunluk örnekleme yönteminde araştırmacı örnekleme birimlerine kolayca ulaşabilir ve veriler hızlı biçimde derlenebilir ve çözümlenebilir (Özmen, 2006' den akt. Taylan, 2015: 80). Bu çalışmada da araştırmacı örnekleme daha kolay ulaşabilmek amacıyla yakın ve erişilebilir örnekleme yöntemlerinden biri olan uygunluk örnekleme yöntemi seçmiştir.

4.5. Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada Karaman ve Karataş'ın (2009) "Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri" adlı çalışmaları için geliştirdikleri "Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği" kullanılmıştır.

Ankette kullanılan ölçeğin, iç tutarlılığı elde edilen veriler doğrultusunda analiz edilmiştir. Ölçeğe verilen cevaplar neticesinde ölçeğin güvenilir sonuçlar verip vermediği kontrol edilmiş ve bu nedenle güvenirlik analizi yapılarak Cronbach's Alfa değeri hesaplanmıştır. Güvenirlik analizinin amacının verilerin rastlantısallığını ölçmek olduğunu ifade eden Kalaycı (2009: 405) ankete verilen cevapların rastgele dağılım gösterdiğinde anket sonuçlarının güvenilir olduğunu belirtmektedir. Ayrıca Kalaycı,

seçilen örneğin güvenilirliğini, tesadüflüğünü ve tutarlılığını ölçmekte güvenilirlik analizinin kullanıldığını vurgulayarak, anket sonuçlarının güvenilirlik düzeyinin Cronbach's Alpha (α) değerine göre belirlendiğini söylemektedir.

Ölçeğin güvenilirlik düzeyinin belirlenmesi için güvenilirlik katsayısı olan Cronbach's Alpha hesaplanmıştır. 17 maddelik Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği'nin Cronbach's Alpha katsayısı 0,774 olarak bulunmuştur. Ölçeğe ait alt faktörlerin güvenilirlik katsayıları Tablo 4.1'de verilmiştir.

Tablo 4.1 Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeğinin Alt Faktörlerine İlişkin Güvenirlik Katsayıları

Faktör	Güvenirlik katsayısı (Cronbach Alpha)
Bilgi Sahibi Olmak	0,857
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme	0,758
Örtük bilme	0,709

Çalışmada anket sonuçları SPSS 20.00 istatistik programı aracılığıyla elektronik ortamına aktarılmış ve gerekli olan analizler yapılmıştır. Araştırmada frekans analizi, aritmetik ortalama Ki-Kare analizi ve bağımsız iki örneklem t testi ve tek yönlü varyans analizi (LSD) testi kullanılmıştır.

4.6. Araştırmanın Önemi

Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı kurumlarda; özellikle İlkokul, Ortaokul ve Liselerde bilimsel araştırma projeleri yapmak oldukça zordur. Bu bakımdan seçilen örneklem grubu araştırma yapılması zor bir grup olduğu için bu çalışma önemli bir çalışmadır. Ayrıca bu çalışma 2018-2019 eğitim öğretim yılında Lise müfredatında yapılacak olan değişikliğe kaynak teşkil edeceği ve İletişim Meslek Lisesi müfredatının yeniden oluşturulması aşamasında yararlanılabilecek bir kaynak teşkil ettiğinden bu çalışma önem arz etmektedir.

4.7. Bulgular

4.7.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 4.2 Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Sayı (n)	Yüzde (%)
Kız	97	63,4
Erkek	56	36,6
Toplam	153	100,0

Çalışmaya katılan 153 öğrencinin 97(%63,4)'ü kız, 56(%36,6)'si erkek öğrencilerden oluşmaktadır.

Tablo 4.3 Katılımcıların Yaş Dağılımı

Yaşınız	Sayı (n)	Yüzde (%)
15	8	5,2
16	56	36,6
17	52	34,0
18	34	22,2
19	3	2,0
Toplam	153	100,0

Çalışmaya katılan 153 öğrencinin 8(%5,2)'i 15, 56(%36,6)'si 16, 52(%34,0)'ü 17, 34(%22,2)'si 18, 3(%2,0)'si 19 yaşındaki öğrencilerden oluşmaktadır.

Tablo 4.4 Katılımcıların Bölüm Dağılımı

Okuduğunuz bölüm	Sayı (n)	Yüzde (%)
RTV	60	39,2
Gazetecilik	55	35,9
HLK	38	24,8
Toplam	153	100,0

Çalışmaya katılan 153 öğrencinin 60(%39,2)'si RTV, 55(%35,9)'ü Gazetecilik, 38(%24,8)'i HLK, bölümü öğrencilerden oluşmaktadır.

Tablo 4.5 Katılımcıların Sınıf Dağılımı

Öğrenim gördüğünüz sınıf	Sayı (n)	Yüzde (%)
10 sınıf	51	33,3
11 sınıf	50	32,7
12 sınıf	52	34,0
Toplam	153	100,0

Çalışmaya katılan 153 öğrencinin 51(%33,3)'ü 10.sınıf, 50(%32,7)'si 11 sınıf, 52(%34,0)'ü 12. sınıf öğrencilerden oluşmaktadır.

Tablo 4.6 Katılımcıların Annelerinin Eğitim Düzeyi Dağılımı

Annenizin, öğrenim durumu:	Sayı (n)	Yüzde (%)
Herhangi bir okuldan mezun değil	21	13,7
İlkokul	50	32,7
Ortaokul	42	27,5
Lise	36	23,5
Üniversite	3	2,0
Yüksek lisans/doktora	1	,7
Toplam	153	100,0

Öğrencilerin Annelerinin 21(%13,7)'sinin herhangi bir okuldan mezun değil, 50(%32,7)'si ilkokul, 42(%27,0)'si ortaokul, 36(%23,5)'silise, 3(%2,0)'si üniversite, 1(%0,7)'si yüksek lisans/doktora eğitim düzeyine sahip öğrencilerden oluşmaktadır.

Tablo 4.7 Katılımcıların Babalarının Eğitim Düzeyi Dağılımı

Babanızın öğrenim durumu	Sayı (n)	Yüzde (%)
Herhangi bir okuldan mezun değil	3	2,0
İlkokul	24	15,7
Ortaokul	62	40,5
Lise	34	22,2
Üniversite	25	16,3
Yüksek lisans/doktora	5	3,3
Toplam	153	100,0

Öğrencilerin babalarının 3(%2,0)'sinin herhangi bir okuldan mezun değil, 24(%17,7)'si ilkokul, 62(%40,5)'i ortaokul, 34(%22,2)'si lise, 25(%16,3)'ü üniversite, 5(%3,3)'ü yüksek lisans/doktora eğitim düzeyine sahip öğrencilerden oluşmaktadır

Tablo 4.8 Katılımcıların Ailelerinin Aylık Gelir Düzeyi Dağılımı

Ailenizin aylık geliri	Sayı (n)	Yüzde (%)
0-499 TL	2	1,3
500 -999TL	8	5,2
1000 - 1499 TL	33	21,6
1500 - 1999TL	46	30,1
2000 ve 2499TL	27	17,6
2500TL ve üzeri	37	24,2
Toplam	153	100,0

Öğrencilerin 2(%1,3)'ünün 0-499TL, 8(%5,2)'si 500-999TL, 33(%21,6)'si 1000-1499TL, 46(%30,1)'i 1000-1999TL, 27(%17,6)'si 2000-2499TL, 37(%24,2)'si 2500TL ve üzeri aile aylık gelir düzeyine sahip öğrencilerden oluşmaktadır.

4.7.2. Kullanılan Kitle İletişim Araçlarına İlişkin Bulgular

Tablo 4.9 Katılımcıların Sahip Oldukları Tv Adeti Dağılımı

Evinizde kaç adet televizyon var?	Sayı (n)	Yüzde (%)
Televizyon yok	3	2,0
Bir	78	51,0
İki	59	38,6
Üç veya üçten fazla	13	8,5
Toplam	153	100,0

Öğrencilerin 3(%2,0)'sinin evinde televizyon olmadığı, 78(%51,0)'sinin evinde bir adet televizyon olduğu, 59(%38,6)'sinin evinde iki adet televizyon olduğu, 13(%8,5)'inin evinde 3 veya daha fazla televizyon olduğu saptandı.

Tablo 4.10 Katılımcıların Tv İzleme Sürelerinin Dağılımı

Günde ne kadar süreyle televizyon izliyorsunuz?	Sayı (n)	Yüzde (%)
Televizyon izlemiyorum	36	23,5
1 saatten az	29	19,0
1 saat	27	17,6
2 saat	27	17,6
3 saat	21	13,7
4 saat	11	7,2
5 saat ve üzeri	2	1,3
Toplam	153	100,0

Öğrencilerin 36(%23,5)'inin televizyon izlemediği, 29(%19,0)'nun 1 saatten az, 27(%17,6)'sının 1 saat, 27(%17,6)'sının 2 saat, 21(%13,7)'si 3 saat, 11(%7,2)'sinin 4 saat, 2(%1,3)'ünün 5saat ve üzeri televizyon izlediği görülmektedir.

Tablo 4.11 Katılımcıların Tv İzleme Nedenlerinin Dağılımı

Televizyonu hangi amaçla izliyorsunuz?	Sayı (n)	Yüzde (%)
Eğlenmek	58	37,9
Bilgi edinmek	18	11,8
Boş zaman değerlendirmek	61	39,9
Diğer	16	10,5
Toplam	153	100,0

Öğrencilerin televizyon izleme nedenlerine bakıldığında ise öğrencilerin 58(%37,9)'u Eğlenmek, 18(%11,8)'i Bilgi edinmek, 61(%39,9)'u Boş zaman değerlendirmek, 16(%10,5)' diğer sebeplerden televizyon izlediğini söylemektedir.

Tablo 4.12 Katılımcıların İnternet Bağlantılı Bilgisayara Sahip Olma Durumlarının Dağılımı

Evinizde internet bağlantılı bilgisayarınız var mı?	Sayı (n)	Yüzde (%)
Evet	96	62,7
Hayır	57	37,3
Toplam	153	100,0

Öğrencilerin 96(%62,7)'sinin evinizde internet bağlantılı bilgisayarı bulunurken, 57(%37,3)'ünün evinizde internet bağlantılı bilgisayarı bulunmamaktadır.

Tablo 4.13 Katılımcıların İnternet Kullanma Sürelerinin Dağılımı

Günde ne kadar süreyle internette kalıyorsunuz?	Sayı (n)	Yüzde (%)
Hiç kullanmam	6	3,9
1 saatten az	12	7,8
1 saat	19	12,4
2 saat	28	18,3
3saat	26	17,0
4 saat	33	21,6
5saat ve üzeri	29	19,0
Toplam	153	100,0

Öğrencilerin internet kullanma sürelerine bakıldığında 6(%3,9)'unun internet kullanmamaktadır. Öğrencilerin 12(%7,8)'inin interneti 1 saatten az, 19(%12,4)'ünün 1 saat, 28(%18,3)'ü 2 saat, 26(%17,0)'si 3 saat, 33(%21,6)'sının 4 saat, 29(%19,0)'unun 5 saat ve üzeri internet kullandığı görülmektedir.

Bu sonuçlara göre öğrencilerin 3-5 saat arası internet kullandıkları ve internet kullanım oranının da %57 olduğu görüldü.

Tablo 4.14 Katılımcıların Cep Telefonu Sahip Olma Durumlarının Dağılımı

Kendinize ait bir cep telefonunuz var mı?	Sayı (n)	Yüzde (%)
Evet	150	98,0
Hayır	3	2,0
Toplam	153	100,0

Öğrencilerin 150(%98,0)'sinin cep telefonunun olduğu, 3(%2,0)'sinin ise cep telefonunun olmadığı görülmüştür.

Tablo 4.15 Katılımcıların Cep Telefonu Kullanma Sürelerinin Dağılımı

Günde kaç saat telefonunuzu kullanıyorsunuz?	Sayı (n)	Yüzde (%)
Hiç kullanmam	5	3,3
1 saatten az	9	5,9
1 saat	5	3,3
2 saat	29	19,0
3 saat	40	26,1
4 saat	10	6,5
5 saat ve üzeri	55	35,9
Toplam	153	100,0

Öğrencilerin cep telefonu kullanma sürelerine bakıldığında 5(%3,3)'ü cep telefonu kullanmamaktadır. Öğrencilerin 9(%5,9)'unun cep telefonunu 1 saatten az, 5(%3,3)'ünün 1 saat, 29(%19,0)'unun 2 saat, 40(%26,1)'inin 3 saat, 10(%6,5)'inin 4 saat, 55(%35,9)'unun 5 saat ve üzeri cep telefonu kullandığı görülmektedir.

Bu sonuçlara göre öğrencilerin 3-5 saat cep telefonu kullandıkları ve cep telefonu kullanım oranının da %68,6 olduğu görüldü.

Tablo 4.16 Katılımcıların Gazete Okuma Sıklığının Dağılımı

Ne sıklıkta gazete okuyorsunuz?	Sayı (n)	Yüzde (%)
Hiç okumam	29	19,0
Senede birkaç	30	19,6
Ayda Bir	28	18,3
Haftada bir	19	12,4
Haftada birkaç	40	26,1
Her gün	7	4,6
Toplam	153	100,0

Öğrencilerin gazete okuma sıklığına göre 29(%19,0)'ünün hiç gazete okumadığı saptandı. Öğrencilerin 30(%19,6)'sının senede birkaç kez, 28(%18,3)'ünün ayda bir, 19(%12,4)'ünün haftada bir, 40(%26,1)'inin haftada birkaç gün, 7(%4,6)'sının hergün gazete okuduğu görülmüştür. Öğrencilerin gazete okuma oranının %57 olduğu ve öğrencilerin gazeteyi çok az veya hiç okumadığı görüldü.

Tablo 4.17 Katılımcıların Dergi Okuma Sıklığının Dağılımı

Hangi sıklıkla dergi okursunuz?	Sayı (n)	Yüzde (%)
Her gün okurum	2	1,3
Haftada bir okurum	21	13,7
15 günde bir okurum	7	4,6
Ayda bir okurum	44	28,8
Dergi okumam	79	51,6
Toplam	153	100,0

Öğrencilerin Dergi okuma sıklığına göre 79(%51,6)'sinin hiç dergi okumadığı görülmektedir. Öğrencilerin 44(%28,8)'inin ayda birkaç kez, 7(%4,6)'sının 15 günde bir, 21(%13,7)'sinin haftada bir, 2(%1,3)'ünün hergün dergi okuduğu görülmektedir.

Öğrencilerin %80'nin hiç veya ayda bir dergi okuduğu görüldü.

Tablo 4.18 Katılımcıların İnternet Kullanma Nedenlerinin Dağılımı

Hangi amaçla interneti kullanıyorsunuz	Sayı (n)	Yüzde (%)
Ders ve eğitim amaçlı	42	27,5
Günlük haberlere ulaşmak	14	9,2
İletişim kurmak	56	36,6
Alışveriş yapmak	4	2,6
Oyun oynamak	30	19,6
Diğer	7	4,6
Toplam	153	100,0

Birincil derecede interneti kullanma amacına göre öğrencilerin 42(%27,5)'i **Ders ve eğitim amaçlı**, 14(%9,2)'si **Günlük haberlere ulaşmak**, 56(%36,6)'si **İletişim kurmak**, 4(%2,6)'si **Alışveriş yapmak**, 30(%19,6)'si **Oyun oynamak**, 7(%4,6)'s ise diğer sebeplerden internet kullanmaktadır.

Öğrencilerin % 56'sının interneti **iletişim kurmak** ve **oyun oynamak** için kullandıkları, %36,6'sının ise **ders ve eğitim amaçlı** ve **haberlere ulaşmak** amacıyla interneti kullandıkları görüldü.

Tablo 4.19 Katılımcıların Cep Telefonunun Haberleşme Haricinde Kullanama Amaçlarının Dağılımı

Cep telefonunuzu haberleşme haricinde hangi amaçla kullanırsınız	Sayı (n)	Yüzde (%)
Fotoğraf-video çekimi için	20	13,1
E-maillere ulaşmak için	20	13,1
İnternet erişimi için	55	35,9
Müzik dinlemek için	31	20,3
Diğer	27	17,6
Toplam	153	100,0

Haberleşme haricinde birincil derecede cep telefon kullanma sebebine göre öğrencilerin 20(%13,1)'i *Fotoğraf-video çekimi* için, 20(%13,1)'i *E-maillere ulaşmak* için, 55(%35,9)'u *İnternet erişimi* için, 31(%20,3)'ü *Müzik dinlemek* için, 27(%17,6)'si diğer sebeplerden cep telefonu kullanmaktadır.

Öğrencilerin haberleşme dışında cep telefonun %56,3 ile *İnternete erişmek* ve *Müzik dinlemek* için cep telefonu kullanmaktadır.

Tablo 4.20 Katılımcıların Gazete Okuma Nedenlerinin Dağılımı

Hangi amaçla gazete okumaktasınız	Sayı (n)	Yüzde (%)
Bilgi edinmek	50	32,7
Günlük gelişmeleri takip etmek	34	22,2
Boş zamanı değerlendirmek	16	10,5
Eğlenmek	11	7,2
Merak	42	27,5
Toplam	153	100,0

Birincil derecede gazete okuma amacına göre öğrencilerin 50(%32,7)'si *Bilgi edinmek* için, 34(%22,2)' si *Günlük gelişmeleri takip etmek* için, 16(%10,5)'i *Boş zamanı değerlendirmek* için, 11(%7,2)'si *Eğlenmek* için, 42(%27,5)'i *Merak ettikleri* için gazete okumaktadır. Öğrencilerin %54,9'unun gazeteyi *Bilgi edinmek* ve *Gelişmeleri takip etmek* için kullanmaktadır.

Tablo 4.21 Katılımcıların Dergi Okuma Nedenlerinin Dağılımı

Hangi amaçla dergi okumaktasınız	Sayı (n)	Yüzde (%)
Bilgi edinmek	49	32,0
Günlük gelişmeleri takip etmek	16	10,5
Boş zamanı değerlendirmek	27	17,6
Eğlenmek	18	11,8
Merak	43	28,1
Toplam	153	100,0

Birincil derecede dergi okuma amacına göre öğrencilerin 49(%32,0)'si *Bilgi edinmek* için, 16(%10,5)'i *Günlük gelişmeleri takip etmek* için, 27(%17,6)'si *Boş zamanı değerlendirmek* için, 18(%11,8)'i *Eğlenmek* için, 43(%28,1)'i *Merak ettikleri* için dergi

okumaktadır. Öğrencilerin %42,5'i dergiyi *Bilgi edinmek* ve *Gelişmeleri takip etmek* için dergi okumaktadır.

4.7.3. Öğrenim Görülen Bölüme Göre Medya Kullanım Alışkanlıkları, Nedenleri ve Müfredat Derslerine Bakış Açısına İlişkin Bulgular

Tablo 4.22 Öğrenim Gördüğü Bölüme Göre İnternet Kullanma Nedenleri

	Okuduğunuz bölüm						Toplam	
Hangi amaçla interneti kullanıyorsunuz	RTV		Gazetecilik		HLK			
	n	%	n	%	n	%	n	%
Ders ve eğitim amaçlı	16	26,7	19	34,5	7	18,4	42	27,5
Günlük haberlere ulaşmak	5	8,3	6	10,9	3	7,9	14	9,2
İletişim kurmak	22	36,7	20	36,4	14	36,8	56	36,6
Alışveriş yapmak	1	1,7	2	3,6	1	2,6	4	2,6
Oyun oynamak	16	26,7	3	5,5	11	28,9	30	19,6
Diğer	0	,0	5	9,1	2	5,3	7	4,6
Toplam	60	100,0	55	100,0	38	100,0	153	100,0

X²: 16,943, df: 10 p:0,076

Çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüme göre interneti kullanma nedenlerine bakıldığında RTV bölümü öğrencilerinin 22(%36,7)' si, Gazetecilik bölümü öğrencilerinin 20(%36,4)'ü, HLK bölümü 14(%36,8)'i, toplamde ise 56(%36,6)'sı interneti *iletişim kurmak* amacıyla kullandıklarını en yüksek düzeyde belirtmişlerdir. Yine aynı soruda RTV bölümü öğrencilerinin 16(%26,7)'si, Gazetecilik bölümü öğrencilerinin 3(%5,5)'i, HLK bölümü öğrencilerinin 11(%28,9)'u, toplamda ise 30(%19,6)'sı interneti *Oyun oynamak* amacıyla kullandıklarını belirtmişlerdir. Bu madde de Gazetecilik bölümü öğrencilerinin interneti *oyun oynama amaçlı* kullanım oranı düşük olarak saptanmıştır.

Yine aynı soruda RTV bölümü öğrencilerinin 16(%26,7)'si, Gazetecilik bölümü öğrencilerinin 19(%34,5)'i, HLK bölümü öğrencilerinin 7(%18,4)'ü, toplamde ise 42(%27,5)'i interneti *Eğitim amaçlı* kullandıklarını belirtmişlerdir. Bu madde de Gazetecilik bölümü öğrencilerinin interneti *Eğitim amaçlı* kullanımı yüksek görülmüştür.

Bu sonuçlara göre Gazetecilik bölümü öğrencilerinin interneti kullanım amacı diğer bölüm öğrencilerine göre farklılık arz etse de istatistiksel olarak anlamlı bir fark oluşturmamaktadır. (p>0,05).

RTV bölümü öğrencilerinin %36,7'si, Gazetecilik bölümü öğrencilerinin %36,4'ü HLK öğrencilerinin %36,8'i interneti *İletişim kurmak* amacıyla kullanmaktadır.

Tablo 4.23 Öğrenim Gördüğü Bölüme Göre Cep Telefonunu Haberleşme Haricinde Kullanma Nedenlerinin Dağılımı

	Okuduğunuz bölüm						Toplam	
Cep telefonunuzu haberleşme haricinde hangi amaçla kullanırsınız	RTV		Gazetecilik		HLK			
Fotoğraf-video çekimi için	7	11,7	9	16,4	4	10,5	20	13,1
E-maillere ulaşmak için	8	13,3	8	14,5	4	10,5	20	13,1
İnternet erişimi için	22	36,7	16	29,1	17	44,7	55	35,9
Müzik dinlemek için	9	15,0	14	25,5	8	21,1	31	20,3
Diğer	14	23,3	8	14,5	5	13,2	27	17,6
Toplam	60	100,0	55	100,0	38	100,0	153	100,0

X²: 5,959, df: 8;p:0,652

Çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüme göre haberleşme haricinde cep telefonu kullanma nedenlerine bakıldığında RTV bölümü öğrencilerinin 22(%36,7)'si, Gazetecilik bölümü öğrencilerinin 16(%29,1)'i, HLK bölümü öğrencilerinin 17(%44,7)'si, toplamda ise 55(%35,9)'u cep telefonunu *İnternet erişimi* için kullandıklarını belirtmektedir. Yine aynı soruda RTV bölümü öğrencilerinin 9(%15,0)'i, Gazetecilik bölümü öğrencilerinin 14(%25,5)'i, HLK bölümü öğrencilerinin 8(%21,1)'i, toplamda ise 31(%20,3)'ü cep telefonunu *Müzik dinlemek* için kullandığını belirtmiştir. Cep telefonunun haberleşme haricinde kullanım nedenleri ile eğitim görülen bölümler açısından anlamlı bir fark oluşmadığı saptanmıştır. (p>0,05).

RTV bölümü Öğrencilerin %36,7'si, Gazetecilik bölümü öğrencilerinin %29'u, HLK öğrencilerinin %44,7'si cep telefonunu *İnternet erişimi* için kullandıkları belirtmişlerdir.

Tablo 4.24 Öğrenim Gördüğü Bölüme Göre Gazete Okuma Nedenlerinin Dağılımı

	Okuduğunuz bölüm							
Hangi amaçla gazete okumaktasınız	RTV		Gazetecilik		HLK		Toplam	
Bilgi edinmek	24	40,0	18	32,7	8	21,1	50	32,7
Günlük gelişmeleri takip etmek	9	15,0	17	30,9	8	21,1	34	22,2
Boş zamanı değerlendirmek	6	10,0	6	10,9	4	10,5	16	10,5
Eğlenmek	6	10,0	1	1,8	4	10,5	11	7,2
Merak	15	25,0	13	23,6	14	36,8	42	27,5
Toplam	60	100,0	55	100,0	38	100,0	153	100,0

X²: 10,977, df: 8;p:0,203

Çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüme göre gazete okuma nedenlerine bakıldığında bölümler arasında görüş ayrılığının olduğu belirlenmiştir. RTV bölümü öğrencilerinin 24(%40,0)'ı *Bilgi Edinmek*, 15(%25,0)'i *Merak* nedeniyle gazete okurken, Gazetecilik bölümü öğrencilerinin 18(%32,7)'si *Bilgi edinmek*, 17(%30,9)'ü *Günlük gelişmeleri takip etmek* için gazete okuduklarını belirtmişlerdir. HLK bölümü öğrencileri ise 14(%36,8)'i *Merak*, 8(%21,1)'i *Bilgi Edinmek ve Günlük gelişmeleri takip*

etmek nedeniyle gazete okuduklarını belirtmişlerdir. Toplamda ise öğrencilerin 50(%32,7)'si **Bilgi Edinmek**, 42(%27,5)'i **Merak**, 34(%22,2)'si **Günlük Gelişmeleri Takip Etmek** için gazete okuduklarını belirtmişlerdir. Gazete okuma nedenleri ile eğitim gördükleri bölüm arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. ($p<0,05$).

RTV bölümü öğrencilerinin %40'ı, Gazetecilik bölümü öğrencilerinin %32,7'si HLK öğrencilerinin %21,1'i gazeteleri **Bilgi Edinmek** için kullandıklarını belirtmektedirler.

Tablo 4.25 Öğrenim Gördüğü Bölüme Göre Dergi Okuma Nedenlerinin Dağılımı

	Okuduğunuz bölüm						Toplam	
Hangi amaçla dergi okumaktasınız	RTV		Gazetecilik		HLK			
Bilgi edinmek	21	35,0	20	36,4	8	21,1	49	32,0
Günlük gelişmeleri takip etmek	6	10,0	5	9,1	5	13,2	16	10,5
Boş zamanı değerlendirmek	7	11,7	11	20,0	9	23,7	27	17,6
Eğlenmek	8	13,3	8	14,5	2	5,3	18	11,8
Merak	18	30,0	11	20,0	14	36,8	43	28,1
Toplam	60	100,0	55	100,0	38	100,0	153	100,0

X²: 8,713, df: 8; p:0,367

Çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüme göre dergi okuma nedenlerine bakıldığında bölümler arasında görüş ayrılığı olduğu görülmektedir. RTV bölümü öğrencilerinin 21(%35,0)'i, **Bilgi Edinmek**, 18(%30,0)'i **Merak** nedeniyle dergi okuduklarını belirtirken, Gazetecilik bölümü öğrencilerinin 20(%36,4)'ü **Bilgi edinmek**, 11(%20,0)'si **Boş Zamanları Değerlendirmek ve Merak** nedeniyle dergi okuduklarını belirtmektedirler. HLK bölümü öğrencilerinin 14(%36,8)'i **Merak**, 8(%21,1)'i **Bilgi Edinmek** ve 9(%23,7)'si **Boş Zaman Değerlendirmek** nedeniyle dergi okuduklarını belirtmişlerdir. Toplamda ise 49(%32,0)'si **Bilgi edinmek**, 43(%28,1)'i **Merak**, 27(%17,6)'si **Boş Zaman Değerlendirmek** için dergi okuduklarını belirtmişlerdir. Dergi okuma nedenleri ile eğitim gördükleri bölüm arasında anlamlı bir fark görülmemektedir. ($p<0,05$).

RTV bölümü öğrencilerinin %35, Gazetecilik bölümü öğrencilerinin %36,4'ü, HLK bölümü öğrencilerinin %21,1'i dergileri **Bilgi Edinmek** için okumaktadır.

Tablo 4.26 Öğrenim Gördüğü Bölüme Göre Medyayı Takip Etme Sıklığının Dağılımı

		N	Ort.	Std. Sp.	F	P	Farklılık kaynağı
Günde ne kadar süreyle televizyon izliyorsunuz?	RTV	60	3,0833	1,78783			
	Gazetecilik	55	3,0545	1,61496	,014	,986	
	HLK	38	3,0263	1,51545			
	Toplam	153	3,0588	1,65130			
Günde ne kadar süreyle internette kalıyorsunuz?	RTV	60	4,6833	1,82721			
	Gazetecilik	55	4,7455	1,66909	,282	,755	
	HLK	38	4,9474	1,64312			
	Toplam	153	4,7712	1,71869			
Günde kaç saat telefonunuzu kullanıyorsunuz?	RTV	60	5,0667	1,72584			
	Gazetecilik	55	5,3091	1,60869	,421	,657	
	HLK	38	5,3421	1,75955			
	Toplam	153	5,2222	1,68672			
Ne sıklıkta gazete okuyorsunuz?	RTV	60	3,1000	1,53711			
	Gazetecilik	55	3,5636	1,60743	2,445	,090	
	HLK	38	2,8684	1,56259			
	Toplam	153	3,2092	1,58386			
Hangi sıklıkla dergi okursunuz?	RTV	60	4,2833	1,05913			
	Gazetecilik	55	4,0545	1,06141	,672	,512	
	HLK	38	4,1053	1,22562			
	Toplam	153	4,1569	1,10094			

Çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüme göre medyayı takip etme sıklığı analiz sonuçlarına göre **Günlük Televizyon İzlenme** oranında anlamlı bir fark görülmemiştir ($p>0,05$). Günlük televizyon izleme süresi $3,05 \pm 1,65$ ortalamasıyla öğrencilerin günde ortalama 1 saat TV izledikleri saptanmıştır.

Günlük internet kullanma süresinde öğrenim gördükleri bölüme göre anlamlı fark görülmemiştir ($p>0,05$). Günlük internet kullanım süresi $4,77 \pm 1,71$ ortalamasıyla öğrencilerin günde 3 saat internet kullandıkları görülmüştür.

Günlük cep telefonu kullanma süresinde öğrenim gördükleri bölüme göre anlamlı fark görülmemiştir ($p>0,05$). Günlük cep telefonu kullanım süresi $5,22 \pm 1,68$ ortalamasıyla öğrencilerin günde 3 saat cep telefonu kullandıkları saptanmıştır.

Günlük gazete okuma süresinde öğrenim gördükleri bölüme göre anlamlı fark görülmemiştir ($p>0,05$). Günlük cep telefonu kullanım süresi $3,20 \pm 1,58$ ortalamasıyla öğrencilerin ayda bir kez gazete okudukları görülmektedir.

Günlük dergi okuma süresinde öğrenim gördükleri bölüme göre anlamlı fark görülmemiştir ($p>0,05$). Günlük cep telefonu kullanım süresi $4,15 \pm 1,10$ ortalamasıyla öğrencilerin haftada bir dergi okudukları belirlenmiştir.

Bu sonuçlara göre eğitim görülen bölüm ile medyayı takip etme sıklığı açısından bir farklılık görülmemiş tüm bölüm öğrencileri aynı yönde eğilim göstermişlerdir.

Tablo 4.27 Öğrenim Gördüğü Bölüme Göre Derslerin İçerik Yönünden Yetersizliğinin Analizi

		Okuduğunuz bölüm						Toplam	
		RTV		Gazetecilik		HLK			
		N	%	N	%	N	%	N	%
Eğitim gördüğünüz bölümde ders konularının (müfredatının) en yetersiz olduğunu düşündüğünüz meslek dersi hangisidir?	Medya Tarihi	16	36,36	12	18,75	10	22,22	38	24,84
	Medya Organizasyonu	0	0,00	25	39,0625	0	0,00	25	16,34
	Etkin Okuma Ve Yazma	0	0,00	0	0	17	37,78	17	11,11
	Haberleşme Hukuku	7	15,91	9	14,0625	6	13,33	22	14,38
	Etkili Konuşma ve Yazma	9	20,45	8	12,5	0	0,00	17	11,11
	Halka İlişkiler Ve Faaliyetleri	0	0,00	0	0	5	11,11	5	3,27
	Işık Ve Teknoloji	5	11,36	0	0	0	0,00	5	3,27
	Temel İletişim	2	4,55	2	3,125	0	0,00	4	2,61
	Ürün Hizmet	0	0,00	0	0	3	6,67	3	1,96
	Bilgisayarda Fotoğrafçılık	1	2,27	1	1,5625	0	0,00	2	1,31
	Haber Fotoğrafçılığı	0	0,00	4	6,25	0	0,00	4	2,61
	Mesleki Bilgisayar	1	2,27	2	3,125	0	0,00	3	1,96
	Rtv Elektrik Elektro	1	2,27	0	0	0	0,00	1	0,65
	Rtv Yapımcılığı	1	2,27	0	0	0	0,00	1	0,65
	Temel Fotoğrafçılık	1	2,27	1	1,5625	0	0,00	2	1,31
	Temel Hak Ve Sorumluk	0	0,00	0	0	4	8,89	4	2,61
Toplam		44	100	64	100	45	100	153	100,0

X²:43,838 df: 32, p:0,079

Çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüm ile ders konularının içeriklerinin yetersiz olduğu düşünülen meslek dersleri dağılımının analize göre anlamlı fark görülmemiştir ($p>0,05$). RTV bölümü öğrencileri en fazla **Medya Tarihi** 16(%36,36), **Haberleşme Hukuku** 7(%15,91), **Etkili Konuşma ve Yazma** 9(%3,3) derslerinin; Gazetecilik bölümü öğrencileri en fazla **Medya Organizasyonu** 25(%39,0), **Medya Tarihi** 12(%18,75), **Haberleşme Hukuku** 9(%14,0) ve **Etkili Konuşma ve Yazma** 8(%12,5) derslerinin; HLK bölümü öğrencileri en fazla **Etkin Okuma ve Yazma** 17(%37,8), **Medya Tarihi** 10(%22,2), **Haberleşme Hukuku** 6(%13,3) derslerinin ders içeriğini yetersiz bulmaktadırlar.

Tablo 4.28 Öğrenim Gördüğü Bölüme Göre Ders Konularının İçerik Yönünden Yeterliğinin Analizi

		RTV		Gazetecilik		HLK	
Eğitim gördüğünüz bölümde ders konularını (müfredatını) yeterli bulduğunuz meslek dersi hangisidir?	Haber Toplama Ve Yazma	0	0,0	22	41,51	14	21,54
	Halka İlişkiler Ve Faaliyetleri	0	0,0	0	0,00	18	27,69
	Video Kurgu	9	28,1	0	0,00	0	0,00
	Kamera Teknikleri	10	31,3	0	0,00	0	0,00
	Rtv Yapımcılığı	6	18,8	0	0,00	0	0,00
	Temel Fotoğrafçılık	5	15,6	9	16,98	0	0,00
	Haber Yazma Teknikle	0	0,0	5	9,43	3	4,62
	Sayfa Düzenleme	0	0,0	8	15,09	0	0,00
	Halkla İlişkiler	0	0,0	0	0,00	4	6,15
	İletişim Teknikleri	0	0,0	0	0,00	9	13,85
	Haber Fotoğrafçılığı	0	0,0	2	3,77	0	0,00
	Kişiler Arası İletişim	0	0,0	0	0,00	2	3,08
	Haberleşme Hukuku	1	3,1	2	3,77	2	3,08
	Medya Tarihi	1	3,1	3	5,66	1	1,54
	Halkla İlişkiler Ve Organizasyon	0	0,0	0	0,00	11	16,92
	Temel İletişim	0	0,0	2	3,77	0	0,00
	Temel Hak Ve Sorumluluklar	0	0,0	0	0,00	1	1,54
Total		32	100,0	53	100,00	65	100

Çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüm ile ders konularının içeriklerinin yeterli olduğu düşünülen meslek dersleri dağılımının analize göre anlamlı bir fark görülmemiştir ($p>0,05$). RTV bölümü öğrencileri en fazla **Kamare Teknikleri** 10(%31,3), **Video Kurgu** 9(%28,1), **RTV Yapımcılığı** 6(%18,8), **Temel Fotoğrafçılık** 5(%15,6) derslerini konu içeriği bakımından yeterli bulmaktadır. Gazetecilik bölümü öğrencileri en fazla **Haber Toplama ve Yazma** 22(%41,5), **Temel Fotoğrafçılık** 9(%16,9), **Haber Yazma Teknikleri** 5(%9,4), derslerinin içeriğini yeterli bulmaktadır. HLK bölümü öğrencileri ise en fazla **Halkla İlişkiler Faaliyetleri** 18(%27,6), **Halka İlişkiler ve Organizasyon** 11(%16,9) **Haber Toplama ve Yazma** 14(%21,5), derslerinin konu içeriğini yeterli bulduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 4.29 Eğitim Gördüğünüz Bölümde Kitle İletişim Araçlarından Gelen Mesajları; Olumlu Ya Da Olumsuz Olduğunu Anlamanıza En Çok Katkısı Olan Meslek Dersi Analizi

	Ders	RTV		Gazetecilik		HLK	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Eğitim gördüğünüz bölümde Kitle İletişim Araçlarından gelen mesajları; olumlu ya da olumsuz olduğunu anlamanıza en çok katkısı olan meslek dersi hangisidir	Temel İletişim	11	25,58	15	23,81	0	0,00
	Haber Toplama Ve Yazma	0	0,00	16	25,40	3	6,12
	Kamera Teknikleri	19	44,19	0	0,00	0	0,00
	İletişim Teknikleri	0	0,00	0	0,00	9	18,37
	Haber Yazma Teknikle	0	0,00	8	12,70	0	0,00
	Kişiler Arası İletiş	0	0,00	0	0,00	8	16,33
	Ürün Hizmet Tanıtım	0	0,00	0	0,00	8	16,33
	Haberleşme Hukuku	3	6,98	2	3,17	1	2,04
	Medya Tarihi	0	0,00	3	4,76	3	6,12
	Temel Fotoğrafçılık	2	4,65	4	6,35	0	0,00
	Etkili Konuşma	0	0,00	0	0,00	5	10,20
	Halkla İlişkiler Ve Organizasyon	0	0,00	0	0,00	5	10,20
	Sayfa Düzenleme	0	0,00	5	7,94	0	0,00
	Haberleşme Hukuku	2	4,65	2	3,17	0	0,00
	Etkili konuşma Ve Yazma	1	2,33	3	4,76	0	0,00
	Kitle Haberleşme Hukuku	0	0,00	0	0,00	4	8,16
	Rtv Yapımcılığı	4	9,30	0	0,00	0	0,00
	Medya Organizasyon	0	0,00	3	4,76	0	0,00
	Halka İlişkiler Ve Faaliyetleri	0	0,00	0	0,00	2	4,08
	Yayın Türüne Göre Gazetecilik	0	0,00	2	3,17	0	0,00
	Halkla İlişkiler	0	0,00	0	0,00	1	2,04
	Tv Program Türleri	1	2,33	0	0,00	0	0,00
	Toplam	43	100	63	100	49	100

Çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüm ile ders konularının içeriklerinin Kitle İletişim Araçlarından gelen mesajları; olumlu ya da olumsuz olduğunu anlamanıza en çok katkısı olan dersanalizine göre anlamlı fark görülmemiştir. RTV bölümü öğrencileri en fazla **Kamera Teknikleri** 19(%44,1), **Temel İletişim** 11(%25,5), derslerinin; Gazetecilik bölümü öğrencileri en fazla **Haber Toplama ve Yazma** 16(%25,4), **Temel İletişim** 15(%23,8) derslerinin medyadan gelen mesajların olumlu ya da olumsuz

olduğu konusunda en etkili dersler olarak görmektedirler. HLK bölümü öğrencileri ise en fazla *İletişim Teknikleri* 9(%18,3), *Kişiler Arası İletiş ve Ürün Hizmet Tanıtım* 8(%16,3) derslerinin ders içeriklerinin medyadan gelen mesajların olumlu ya da olumsuz olduğunu anlamaya en çok katkısı olan meslek dersleri olduğunu belirtmektedirler.

Tablo 4.30 Katılımcıların Öğrenim Gördüğü Bölüme Göre ve Dersleri Hakkındaki Görüşlerinin Analizi

Ders içeriklerine ait görüşleri		N	Ort.	Std. Sp.	F	P	Farklılık
Olumlu	RTV	60	2,8792	,93257	2,161	,119	
	Gazetecilik	55	2,5591	,72960			
	HLK	38	2,6974	,78447			
	Toplam	153	2,7190	,83426			
Olumsuz	RTV	60	3,0500	1,16900	3,397	,036	Gazetecilik
	Gazetecilik	55	3,5758	,95248			
	HLK	38	3,3596	1,13471			
	Toplam	153	3,3159	1,10408			

Çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüme ile ders içeriği ve araç ve gereçler hakkındaki görüşlerinin dağılımının analize göre *olumlu boyutunda* anlamlı fark görülmemiştir ($p>0,05$). Genel ortalama $2,71\pm0,83$ olarak bulundu Kararsızlığın hâkim olduğu görüldü. Olumlu düşünceler *Eğitim gördüğüm bölümde kullanılan araç-gereci yeterli bulurum. Eğitim gördüğüm bölümde kitle iletişim araçları ile ilgili sınıf içi tartışmaları yeterli bulurum. Eğitim gördüğüm bölümdeki dersleri içerik olarak yeterli bulurum. Eğitim gördüğüm bölümdeki dersler kitle iletişim araçlarından gelen mesajları, anlamam konusunda farkındalık düzeyimi arttırdı.* Maddelerinde kararsızlık görülmüştür.

Olumsuzluk maddeleri ise; *Eğitim gördüğüm bölümdeki dersleri sıkıcı bulurum, Eğitim gördüğüm bölümdeki dersleri gereksiz bulurum, Eğitim gördüğüm bölümdeki derslerin günlük hayatımda hiçbir şeye katkısı olmayacağını düşünürüm.* Maddelerinde ise anlamlı farklılık görülmüştür. ($p<0,05$) Bu farklılık $3,57\pm0,95$ ortalamasıyla gazetecilik bölümü öğrencilerinin *katılmadığı*, diğer bölüm öğrencileri ise *kararsız* kaldığı görüldü.

Tüm bölüm öğrencilerinin ders konularının içeriklerinin yeterliliği konusunda kararsızlık yaşadığı görüldü. Derslerin gereksizliği ve sıkıcılığı görüşünde ise Gazetecilik bölümü öğrencilerinin bu görüşe katılmadığı, diğer bölüm öğrencilerinin ise kararsız tutum sergilediği görüldü.

4.7.4. İletişim Meslek Lisesi Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyine İlişkin Bulgular

Tablo 4.31 Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeğinin Faktörlere Göre Dağılımı

		Faktör Yükleri			KMO
Bilgi Sahibi Olmak	Kitle iletişim araçlarında yer alan mesajların doğruluğuna ve yanlışlığına kendim karar verebilirim.	0,610			
	Kitle iletişim araçları tarafından üretilen tüketim kültürü, şiddet ve vb. değerlerin farkına varırım.	0,592			
	Mesajların hangi amaçlarla (sosyal sorumluluk, tüketim, bilgi verme, eğlendirme vb) oluşturulduğunu fark ederim.	0,555			
	Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumlu ve olumsuz yanlarını belirlerim.	0,945			
	Kitle iletişim araçlarında verilen mesajlara eleştirel bir bakış açısıyla bakarım.	0,436			
	Kitle iletişim araçlarının bireyleri nasıl etkilediği konusunda yeterliliğe sahibim.	0,432			
	Kitle iletişim araçlarının politik, ekonomik, kültürel ve sosyal önceliklerinin olduğunu fark ederim.	0,522			
	Toplam				0,862
Analiz Edibilme ve Tepki Oluşturabilme	Kitle iletişim araçlarındaki mesajlara olumlu ve olumsuz tepki veririm.		0,795		
	Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumsuzluklarından korunma konusunda önerilerde bulunurum.		0,494		
	Verilen mesajların farklı kitle iletişim araçlarında farklı biçimlerde oluşturulduğunu bilirim.		0,682		
	Kitle iletişim araçlarının yayınlarında kanuni ve etik kurallara bağlı kalınıp kalınmadığını takip ederim.		0,672		
	Birey olarak kitle iletişim araçlarındaki üretim sürecine ne kadar etkim olacağımı biliyorum.		0,628		
	Kitle iletişim araçlarında yanlış habercilik yapıldığının hemen farkına varırım		0,691		
	Toplam				0,725
Örtük bilme	Kitle iletişim araçlarında yapılan gizli reklamı fark ederim.			0,483	
	Sponsorların yayın üzerindeki etkisini gözlemleyebilirim.			0,591	
	Kitle iletişim araçlarının aktardığı örtük(geride kalan mesajların) farkına varırım			0,566	
	Kitle iletişim araçlarıyla verilen mesajlardaki anlamları çözümlemede yeterliliğe sahibim.			0,497	
	Toplam				0,672

Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği'nde yöneltilen maddelerin 3 boyut bulunmaktadır. Bu boyutlar “*Bilgi Sahibi Olma, Analiz Edibilme ve Örtük Bilme*” boyutları olarak belirlenmiştir. Bilgi sahibi olma boyutu ölçeğin %86’sını, analiz edibilme tepki oluşturabilme boyutu ölçeğin %72’sini ve örtük bilme boyutu ölçeğin %67’sini tek başına açıklayabilmektedir.

Tablo 4.32 Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği'nin Alt Faktörlerine İlişkin Aritmetik ve Standart Sapmaları

		N	Ort	SS
Bilgi Sahibi Olmak	Kitle iletişim araçlarında yer alan mesajların doğruluğuna ve yanlışlığına kendim karar verebilirim.	153	3,8562	1,29482
	Kitle iletişim araçları tarafından üretilen tüketim kültürü, şiddet ve vb. değerlerin farkına varırım.	153	4,0719	1,14193
	Mesajların hangi amaçlarla (sosyal sorumluluk, tüketim, bilgi verme, eğlendirme vb) oluşturulduğunu fark ederim.	153	4,1699	1,25547
	Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumlu ve olumsuz yanlarını belirlerim.	153	3,9085	1,24266
	Kitle iletişim araçlarında verilen mesajlara eleştirel bir bakış açısıyla bakarım.	153	3,5359	1,21950
	Kitle iletişim araçlarının bireyleri nasıl etkilediği konusunda yeterliliğe sahibim.	153	3,8039	1,23575
	Kitle iletişim araçlarının politik, ekonomik, kültürel ve sosyal önceliklerinin olduğunu fark ederim.	153	3,8235	1,28308
	Toplam	153	3,8814	,91029
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme	Kitle iletişim araçlarındaki mesajlara olumlu ve olumsuz tepki veririm.	153	4,0196	1,10305
	Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumsuzluklarından korunma konusunda önerilerde bulunurum.	153	3,3203	1,37961
	Verilen mesajların farklı kitle iletişim araçlarında farklı biçimlerde oluşturulduğunu bilirim.	153	3,8693	1,33127
	Kitle iletişim araçlarının yayınlarında kanuni ve etik kurallara bağlı kalınıp kalınmadığını takip ederim.	153	3,6209	1,35727
	Birey olarak kitle iletişim araçlarındaki üretim sürecine ne kadar etkim olacağını biliyorum.	153	3,1895	1,25001
	Kitle iletişim araçlarında yanlış habercilik yapıldığının hemen farkına varırım	153	3,7451	1,33540
	Toplam	153	3,6275	,87186
Yaglayabilme, Örtük Mesajları Bilme	Kitle iletişim araçlarında yapılan gizli reklamı fark ederim.	153	3,8954	1,22562
	Sponsorların yayın üzerindeki etkisini gözlemleyebilirim.	153	3,7647	1,32170
	Kitle iletişim araçlarının aktardığı örtük(geride kalan mesajların) farkına varırım	153	3,6732	1,22383
	Kitle iletişim araçlarıyla verilen mesajlardaki anlamları çözümlemeye yeterliliğe sahibim.	153	4,0915	1,09039
	Toplam	153	3,8562	,88977
Genel ortalama		153	3,78	0,9015

Tablo 4.32’da görüldüğü gibi öğrencilerin medya okuryazarlık ölçeği maddelerinin ortalamaları 3.18 ile 4.16 arasında değişmektedir. Öğrencilerin en yüksek medya okuryazarlık düzeylerinin *“Bilgi Sahibi Olmak”* faktöründe olduğu ($X = 3,88$), diğer yandan en düşük ise *“Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme”* ($X = 3.74$) faktöründe olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç öğrencilerin medyadan gelen mesajların farkında olduklarını, bu mesajlara eleştirel bakabildiklerini ve içerik hakkında kendini yönlendirebilme becerilerinin yüksek olduğunu gösterirken, bunun yanında medyadan

gelen mesajların içeriklerini analiz ederek tepki verme becerilerinin biraz daha düşük olduğunu göstermektedir.

Genel olarak öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerine bakıldığında ise toplam ortalama 3,78 olarak bulunmuştur. Bu da öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin ortalamanın üzerinde olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.33 Cinsiyet Değişkenine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

	Cinsiyet	N	Ort	ss	t	P	
Bilgi Sahibi Olma	Kız	97	3,9735	,80028	1,656	0,100	
	Erkek	56	3,7219	1,06362			
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	Kız	97	3,8199	,85883	1,938	0,064	
	Erkek	56	3,4673	,87872			
Örtük bilme	Kız	97	3,9459	,79650	2,650	0,0101*	Kız
	Erkek	56	3,7009	1,02072			
Medya Okuryazarlığı	Kız	97	3,9798	,68774	2,209	0,047*	Kız
	Erkek	56	3,6300	,90849			

*p<0,05

Kız öğrencilerin “**Bilgi Sahibi Olma**” boyutunda (3,97±0,80), “**Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme**” boyutunda (3,71±0,85) olarak görüldü. Kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha yüksek puanla katıldıkları görüldü. Fakat bu farklılık istatistiki olarak anlamlı bir farklılık oluşturmamaktadır. (p>0,05).

Yine kız öğrencilerin “**Örtük Bilme**” boyutunda (3,94±0,79) puanıyla erkek öğrencilerden farklılık göstermiştir. (t:2,650; p<0,05)

Genel Medya Okuryazarlık Düzeyinde ise boyutunda (3,97±0,68) ortalama puanıyla kız öğrenciler erkek öğrencilerden daha yüksek puanla anlamlı farklılık oluşturmuştur. (t:2,206; p<0,05)

Sonuç olarak kız öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyinin daha yüksek olduğu görüldü.

Tablo 4.34 Yaş Değişkenine Bağlı Olarak Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

	Yaş	N	Ort	ss	F	p
Bilgi Sahibi olma	15	8	3,6786	,78153	2,645	0,057
	16	56	3,8087	,78967		
	17	52	3,7308	1,05269		
	18	34	4,2143	,84204		
	19	3	4,6190	,35952		
	Toplam	153	3,8814	,91029		
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	15	8	3,4583	,58248	1,445	0,222
	16	56	3,4554	,82786		
	17	52	3,6635	,90598		
	18	34	3,8922	,89695		
	19	3	3,6667	1,16667		
	Toplam	153	3,6275	,87186		
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	15	8	3,8125	,34718	,341	0,850
	16	56	3,8125	,89981		
	17	52	3,8077	,92569		
	18	34	3,9853	,90650		
	19	3	4,1667	1,23322		
	Toplam	153	3,8562	,88977		
Medya okuryazarlık düzeyi	15	8	3,6498	,35662	1,324	0,264
	16	56	3,6922	,71862		
	17	52	3,7340	,89005		
	18	34	4,0306	,77848		
	19	3	4,1508	,23271		
	Toplam	153	3,7884	,78227		

Tablo 4.34'den görüldüğü gibi öğrencilerin çoğunluğunun 16-18 yaş (n:142) aralığında olduğu gözlemlendi. Öğrencilerin yaş değişkeni açısından medya okuryazarlık ve alt boyutları düzeyleri karşılaştırıldığında anlamlı bir farklılık görülmemiş ve ($p>0,05$) bulunmuştur. Sonuç olarak öğrencilerin yaş değişkeninin yakın olması ve alınan eğitimin aynı olması sebebiyle medya okuryazarlık düzeyi yaş değişkenine bağlı olarak farklılık oluşturmamaktadır. Dağılım sonucu tüm öğrenci eğilimlerinin aynı yönlü olduğu görüldü.

Tablo 4.35 İnternete Bağlı Bilgisayara Sahip Olma Değişkenine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

Evinizde internet bağlantılı bilgisayarınız var mı?		N	Ort	ss	t	p	Farklılığın kaynağı
Bilgi Sahibi Olma	Evet	96	4,0670	,85236	3,383	0,001*	Evet
	Hayır	57	3,5689	,92641			
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	Evet	96	3,7049	,87241	1,430	0,155	
	Hayır	57	3,4971	,86286			
Örtük bilme	Evet	96	4,0104	,85986	2,846	0,005*	Evet
	Hayır	57	3,5965	,88610			
Medya okur-yazarlığı	Evet	96	3,9274	,75268	2,927	0,004*	Evet
	Hayır	57	3,5542	,78163			

*p<0,05

Tablo 4.35'te görüldüğü gibi öğrencilerin % 62,7'sinin (N=153) internet erişiminin olduğu, %37,2'sinin (N=153) ise sahip olmadığı ortaya çıkmıştır. İnternet erişimine sahip olup olmalarına göre medya okuryazarlık düzeylerine bakıldığında ise internet erişimi olanların medya okuryazarlık düzeylerinin olmayanlara göre anlamlı derecede farklılık gösterdiği (t=2,927 p<0.05) ve internet erişimine sahip bireylerin medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir.

İnternet erişimine sahip öğrencilerin "**Bilgi Sahibi Olma**" boyutunda (4,06±0,852) düzeylerinin İnternet erişimi olmayanlara göre anlamlı derecede farklılık gösterdiği (t=3,383 p<0.05) ve internet erişimine sahip bireylerin "**Bilgi Sahibi Olma**" boyutu düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir.

İnternet erişimine sahip öğrencilerin "**Örtük bilme**" boyutu (4,010±0,859) düzeylerinin İnternet erişimi olmayanlara göre anlamlı derecede farklılık gösterdiği (t=2,846 p<0.05) ve internet erişimine sahip bireylerin "**Örtük bilme**" boyutu düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir.

İnternet erişimine sahip olma değişkeninin "**Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme**" boyutunda bir farklılık oluşturmamıştır (t: 1,430; p>0,05).

İnternete bağlı bilgisayar sahibi olmanın "**Bilgi Sahibi Olma**" ve "**Örtük Bilme**" boyutlarında farklılık oluşturduğu gözlenmiş ve medya okuryazarlık düzeyini artırdığı saptanmıştır.

Tablo 4.36 Cep Telefonuna Sahip Olma Değişkenine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

Kendinize ait bir cep telefonunuz var mı?		N	Ort	ss	t	P
Bilgi Sahibi Olma	Evet	150	3,8886	,91194	,686	0,494
	Hayır	3	3,5238	,90726		
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	Evet	150	3,6422	,86708	,891	0,139
	Hayır	3	2,8889	,96225		
Örtük bilme	Evet	150	3,8567	,89805	,093	0,964
	Hayır	3	3,8333	,28868		
Medya okur-yazarlığı	Evet	150	3,7958	,78593	0,833	0,406
	Hayır	3	3,4153	,52695		

	BilgiSahibiOlma	Analiz edebilme tepki oluştura	Örtük_bilme	Med_Okor_Yaz
Mann-Whitney U	162,500	106,500	211,000	155,000
Wilcoxon W	168,500	112,500	217,000	161,000
Z	-,824	-1,563	-,185	-,921
Asymp. Sig. (2-tailed)	,410	,118	,853	,357

Cep telefonuna sahip olma değişkeninin medya okuryazarlığı düzeylerinde ve alt boyutlarında anlamlı bir farklılık oluşturmamıştır (t: 1,430; p>0,05). Cep telefonu olmayan öğrencilerin sayısı az olduğu için Mann-Whitney U testi yapılmış ve bu testin sonuçları da benzer çıkmıştır. Cep telefonuna sahip olmanın medya okuryazarlığına etkisi görülmemiştir.

Tablo 4.37 Öğrenim Görülen Bölüm Değişkenine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

	Bölüm	N	Ort	ss	F	p	Farklılığın kaynağı
Bilgi Sahibi olma	RTV	60	3,6952	,94119	4,699	,010	Gazetecilik
	Gazetecilik	55	4,1740	,76916			
	HLK	38	3,7519	,96301			
	Toplam	153	3,8814	,91029			
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	RTV	60	3,5333	,82213	2,657	,073	Gazetecilik
	Gazetecilik	55	3,8394	,84557			
	HLK	38	3,4693	,94587			
	Toplam	153	3,6275	,87186			
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	RTV	60	3,7750	,91446	3,336	,038	Gazetecilik
	Gazetecilik	55	4,0909	,73969			
	HLK	38	3,6447	,99089			
	Toplam	153	3,8562	,88977			
Medya okuryazarlık düzeyi	RTV	60	3,6679	,79987	4,498	,013	Gazetecilik
	Gazetecilik	55	4,0348	,64465			
	HLK	38	3,6220	,86312			
	Toplam	153	3,7884	,78227			

Tablo 4.37’de öğrencilerin eğitim gördükleri bölüme ilişkin medya okuryazarlık düzeyleri görülmektedir. Öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi ortalaması $\bar{X}=3,78$ olduğu ortaya çıkmıştır. RTV bölümü öğrencilerinin medya okuryazarlık düzey ortalaması $\bar{X}=3,66$, Gazetecilik bölümü öğrencilerinin $\bar{X}=4,003$, HLK bölümü öğrencilerinin $\bar{X}=3,62$ olarak saptanmıştır. Gazetecilik bölümünün medya okuryazarlık düzeyinin diğer bölüm öğrencilerine göre daha yüksek olduğu ve anlamlı bir farklılık oluşturduğu görülmektedir. (F:4,498: p:0,013).

Öğrencilerin eğitim gördükleri bölüme ilişkin medya okuryazarlığı alt boyutlarında ise “*Bilgi Sahibi Olma, Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme*” boyutlarında da Gazetecilik bölümü öğrencileri diğer bölüm öğrencilerine göre anlamlı bir farklılık yaratmaktadır. Gazetecilik bölümü öğrencilerin “*Bilgi Sahibi Olma*” düzeyi ortalaması ($\bar{X}=4,17$) olarak görülmüş ve (F:4,69: p:0,010) olarak bulunmuştur. Yine Gazetecilik bölümü öğrencilerinin “*Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme*” düzeyi ortalaması ise ($\bar{X}=4,09$) olarak görülmüş (F:0,038: p:0,013) olarak bulunmuştur.

Sonuç olarak Gazetecilik bölümü öğrencilerinin RTV ve HLK bölümü öğrencilerine göre “*Bilgi Sahibi Olma, Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme*” düzeyi alt boyutunda da medya okuryazarlık düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 4.38 Öğrenim Görülen Sınıf Değişkenine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

	Sınıf	N	Ort	ss	F	p	Farklılığın kaynağı
Bilgi Sahibi olma	10 sınıf	51	3,5462	,90698	7,601	,001	12 sınıf
	11 sınıf	50	3,8743	,90196			
	12 sınıf	52	4,2170	,80886			
	Toplam	153	3,8814	,91029			
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	10 sınıf	51	3,2941	,91018	6,666	,002	12 sınıf
	11 sınıf	50	3,6967	,76242			
	12 sınıf	52	3,8878	,84258			
	Toplam	153	3,6275	,87186			
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	10 sınıf	51	3,5735	,97889	4,963	,008	12 sınıf
	11 sınıf	50	3,8800	,74444			
	12 sınıf	52	4,1106	,86094			
	Toplam	153	3,8562	,88977			
Medya okuryazarlık düzeyi	10 sınıf	51	3,4713	,82465	8,378	0,000	12 sınıf
	11 sınıf	50	3,8170	,69791			
	12 sınıf	52	4,0718	,71126			
	Toplam	153	3,7884	,78227			

Tablo 4.38’de öğrencilerin eğitim gördükleri sınıfa ilişkin medya okuryazarlık düzeyleri görülmektedir. Öğrencilerin eğitim gördükleri sınıfa ilişkin medya okuryazarlık düzeyi ortalaması $\bar{X}=3,78$ olarak bulunmuştur. Medya okuryazarlık düzeyi 10. Sınıf öğrencilerinin $\bar{X}=3,47$, 11. Sınıf öğrencilerinin $\bar{X}=3,817$, 12. Sınıf öğrencilerinin $\bar{X}=4,07$ olarak görüldü. 12. Sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyinin diğer sınıf öğrencilerine göre daha yüksek olduğu ve anlamlı bir farklılık oluşturduğu görülmektedir. (F:8,378: p:0,000).

Öğrencilerin eğitim gördükleri sınıfa ilişkin medya okuryazarlığı alt boyutlarında ise **“Bilgi Sahibi Olma, Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme, Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme”** boyutlarında da 12. Sınıf öğrencileri diğer sınıf öğrencilerine göre anlamlı bir farklılık oluşturmaktadır.

12 sınıf öğrencilerinin **“Bilgi Sahibi Olma”** düzeyi ortalaması ($\bar{X}=4,21$) olarak görülmüş ve (F:7,301: p:0,001) olarak bulunmuştur. **“Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme”** düzey ortalaması $\bar{X}=3,88$ olarak görülmüş ve (F:6,66: p:0,002) olarak bulunmuştur. **“Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme”** düzeyi ortalaması ise($\bar{X}=4,11$)olarak görülmüş (F:4,963: p:0,008) olarak bulunmuştur.

Sonuç olarak 12. Sınıf öğrencilerinin 10 ve 11. Sınıf öğrencilerine göre **“Bilgi Sahibi Olma, Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme, Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme”** düzeyi alt boyutunda da medya okuryazarlık düzeyleri daha yüksektir.

Tablo 4.39 Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

	Annelerin Eğitim düzeyi	N	Ort	ss	F	p	Farklılığın kaynağı
Bilgi Sahibi olma	Herhangi bir okuldan mezun	21	3,9388	,71510	2,003	,097	
	İlkokul	50	3,6286	1,01262			
	Ortaokul	42	3,8844	,98128			
	Lise	36	4,1627	,65701			
	Üniversite	4	4,1786	1,21429			
	Toplam	153	3,8814	,91029			
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	Herhangi bir okuldan mezun	21	3,9444	,74411	4,563	,002	Üniversite
	İlkokul	50	3,5300	,88172			
	Ortaokul	42	3,2659	,90247			
	Lise	36	3,9444	,75172			
	Üniversite	4	4,1250	,41667			
	Toplam	153	3,6275	,87186			
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Herhangi bir okuldan mezun	21	3,6429	,92389	3,051	,019	Üniversite
	İlkokul	50	3,7150	,90211			
	Ortaokul	42	3,7440	1,03519			
	Lise	36	4,1250	,47871			
	Üniversite	4	4,2778	,52365			
	Toplam	153	3,8562	,88977			
Medya okuryazarlık düzeyi	Herhangi bir okuldan mezun	21	3,6245	,82988	3,058	0,019	Üniversite
	İlkokul	50	3,6314	,85419			
	Ortaokul	42	3,8420	,75282			
	Lise	36	4,1283	,53524			
	Üniversite	4	4,1429	,54537			
	Toplam	153	3,7884	,78227			

Tablo 4.39'den görüldüğü gibi öğrencilerin annelerinin sahip olduğu eğitim düzeyine ilişkin medya okuryazarlık düzeyleri görülmektedir. Annelerinin eğitim düzeyine göre öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi ortalaması $\bar{X}=3,78$ olduğu ortaya çıkmıştır. Anne eğitimi üniversite eğitim düzeyinde olan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi ortalaması $\bar{X}=4,142$ olurken anneleri lise eğitim düzeyinde olan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi ortalaması $\bar{X}=4,128$ olarak saptanmıştır. Anneleri ortaokul eğitim düzeyinde olan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi ortalaması $\bar{X}=3,84$, anneleri ilkokul eğitim düzeyinde olan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi ortalaması $\bar{X}=3,631$, anneleri okur- yazar olmayan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi ortalaması ise $\bar{X}=3,631$ olarak görülmektedir. Annelerinin eğitim düzeyine göre öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyinde üniversite eğitim düzeyine sahip öğrencilerin diğer eğitim

düzeyine sahip öğrencilere göre medya okuryazarlık düzeyinin daha yüksek olduğu ve anlamlı bir farklılık oluşturduğu görülmüştür. (F:8,378: p:0,000).

Öğrencilerin anne eğitim düzeyine göre medya okuryazarlığı alt boyutlarında ise **“Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme, Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme”** boyutlarında da anneleri üniversite eğitim düzeyine sahip öğrencilerin diğer eğitim düzeyine sahip öğrencilere göre anlamlı bir farklılık oluşturduğu görülmektedir.

Anneleri üniversite eğitim düzeyine sahip öğrencilerin **“Analiz Edebilmem ve Tepki Gösterebilme Düzeyi”** ortalaması ($\bar{X}=4,12$) olarak görülmüş ve (F:4,563: p:0,002) olarak bulunmuştur. **“Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme”** düzeyi ortalaması $\bar{X}=4,277$ olarak görülmüş ve (F:3,051: p:0,019) olarak bulunmuştur. **“Bilgi Sahibi Olma”** düzeyinde ise anlamlı bir farklılık görülmemiştir. (F:2,003: p:0,097) olarak bulunmuştur.

Sonuç olarak anneleri üniversite eğitim düzeyine sahip öğrencilerin diğer öğrencilere göre **“Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme, Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme”** düzeyi alt boyutunda da medya okuryazarlık düzeyi daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 4.40 Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

	Babanın Eğitim düzeyi	N	Ort	ss	F	p	Farklılığın kaynağı
Bilgi Sahibi olma	Herhangi bir okuldan mezun değil	3	3,6012	1,05986	3,273	,008	Yüksek lisans/doktora
	İlkokul	24	3,6797	,87058			
	Ortaokul	62	3,9874	,81677			
	Lise	34	4,3143	,89500			
	Üniversite	25	4,3429	,07825			
	Yüksek lisans/doktora	5	4,7143	,46150			
	Toplam	153	3,8814	,91029			
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	Herhangi bir okuldan mezun değil	3	3,9236	,68803	4,442	,001	Yüksek lisans/doktora
	İlkokul	24	3,3548	,87595			
	Ortaokul	62	3,5098	,74076			
	Lise	34	4,0000	1,00231			
	Üniversite	25	3,8000	,34157			
	Yüksek lisans/doktora	5	4,8333	,00000			
	Toplam	153	3,6275	,87186			
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Herhangi bir okuldan mezun değil	3	3,7083	,85867	3,925	,002	Yüksek lisans/doktora
	İlkokul	24	3,5927	,92797			
	Ortaokul	62	3,9926	,68944			
	Lise	34	4,2800	,85489			
	Üniversite	25	4,1000	,92871			
	Yüksek lisans/doktora	5	5,0000	,00000			
	Toplam	153	3,8562	,88977			
Medya okuryazarlık düzeyi	Herhangi bir okuldan mezun değil	3	3,7444	,75603	4,295	0,001	Yüksek lisans/doktora
	İlkokul	24	3,5424	,80060			
	Ortaokul	62	3,8299	,56548			
	Lise	34	4,1981	,86121			
	Üniversite	25	4,0810	,37474			
	Yüksek lisans/doktora	5	4,8492	,00000			
	Toplam	153	3,7884	,78227			

Tablo 4.40’ta öğrencilerin babalarının eğitim düzeyine ilişkin medya okuryazarlık düzeyleri görülmektedir. Baba eğitim düzeyine göre öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi ortalaması $\bar{X}=3,78$ olarak bulunmuştur. Babaları üniversite eğitim düzeyinde olan öğrencilerin medya okuryazarlık düzey ortalaması $\bar{X}=4,849$ bulunurken, babaları lise eğitim düzeyinde olan öğrencilerin medya okuryazarlık düzey ortalaması $\bar{X}=4,084$ olarak görülmüştür. Babaları ortaokul eğitim düzeyinde olan öğrencilerin medya okuryazarlık düzey ortalaması $\bar{X}=3,829$, babaları ilkokul eğitim düzeyinde olan öğrencilerin medya okuryazarlık düzey ortalaması $\bar{X}=3,542$, babaları okur- yazar olmayan öğrencilerin medya okuryazarlık düzey ortalaması ise $\bar{X}=3,744$ olarak bulunmuştur. Babalarının eğitim

düzeyine göre öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyine bakıldığında ise babaları üniversite eğitim düzeyine sahip olan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi babaları diğer eğitim düzeyine sahip öğrencilere göre daha yüksek olarak bulunmuş ve arada anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. (F:8,378: p:0,000).

Öğrencilerin baba eğitim düzeyine göre medya okuryazarlığı alt boyutlarında **“Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme, Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme”** boyutlarında da babaları üniversite eğitim düzeyine sahip olan öğrencilerin babaları diğer eğitim düzeyine sahip öğrencilere göre anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Babası üniversite eğitim düzeyinde olan öğrencilerin **“Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme Düzeyi”** ortalaması ($\bar{X}$ =4,83) olarak bulunmuş ve (F:4,442: p:0,001) görülmektedir. **“Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme”** düzeyi ortalaması $\bar{X}$ =5,00 olarak görülmüş ve (F: 3,925: p:0,002) olarak bulunmuştur. **“Bilgi Sahibi Olma”** düzeyi ortalaması $\bar{X}$ =4,7143 olarak bulunmuş (F:3,273: p:0,008) ve ise anlamlı bir farklılık görülmektedir.

Sonuç olarak babaları üniversite eğitim düzeyinde olan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi babaları diğer eğitim düzeyinde olan öğrencilere göre **“Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme, Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme, Bilgi Sahibi Olma”** düzeyi alt boyutunda ve medya okuryazarlığı düzeyinin daha yüksek olduğu saptandı.

Tablo 4.41 Öğrenci Ailelerinin Gelir Düzeyine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

	Ailenin geliri	N	Ort	ss	F	p
Bilgi Sahibi olma	0-499 TL	2	4,8571	,00000	3,658	,004
	500 -999TL	8	4,2321	,67844		
	1000 - 1499 TL	33	3,3896	,93900		
	1500 - 1999TL	46	3,9161	,98080		
	2000 ve 2499TL	27	3,8571	,91645		
	2500TL ve üzeri	37	4,1660	,65510		
	Toplam	153	3,8814	,91029		
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	0-499 TL	2	4,0000	,00000	,865	,506
	500 -999TL	8	3,8542	,42199		
	1000 - 1499 TL	33	3,5152	,79644		
	1500 - 1999TL	46	3,4891	1,00271		
	2000 ve 2499TL	27	3,6481	1,00992		
	2500TL ve üzeri	37	3,8153	,72519		
	Toplam	153	3,6275	,87186		
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	0-499 TL	2	3,5000	,00000	1,301	,266
	500 -999TL	8	3,9375	,97970		
	1000 - 1499 TL	33	3,6439	,91222		
	1500 - 1999TL	46	3,7772	,96498		
	2000 ve 2499TL	27	3,8611	,99357		
	2500TL ve üzeri	37	4,1419	,63064		
	Toplam	153	3,8562	,88977		
Medya okuryazarlık düzeyi	0-499 TL	2	4,1190	,00000	1,877	0,102
	500 -999TL	8	4,0079	,55592		
	1000 - 1499 TL	33	3,5162	,75621		
	1500 - 1999TL	46	3,7275	,87027		
	2000 ve 2499TL	27	3,7888	,88062		
	2500TL ve üzeri	37	4,0411	,59459		
	Toplam	153	3,7884	,78227		

Tablo 4.41’de de görüldüğü üzere öğrenciailelerinin sahip olduğu gelir düzeyine ilişkin medya okuryazarlık düzeyleri görülmektedir. Ailenin gelir düzeyine göre öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi ortalaması $\bar{X}=3,78$ olduğu ortaya çıkmıştır. Medya okuryazarlığı düzeyinin ailenin gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık yaratmadığı görülmektedir. (F:1,877; p:0,102)

Ailenin gelir düzeyine göre öğrencilerin medya okuryazarlık boyutlarından “**Bilgi Sahibi Olma**” boyutu ortalaması $\bar{X}=3,88$ olduğu ortaya çıkmıştır. 0-499TL gelir düzeyine sahip öğrencilerin “**Bilgi Sahibi Olma**” boyutu ortalaması $\bar{X}=4,85$ ortalama ile en yüksek düzeydedir. Bu boyutta anlamlı farklılık oluşturmuştur. *Bilgi sahibi olmanın* gelir düzeyi ile bir ilişkisi görülmemiştir. (F: 3,658; p:0,004)

Ailenin gelir düzeyine göre öğrencilerin medya okuryazarlık boyutlarından “**Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme**” boyutu ortalaması $\bar{X}=3,62$ olduğu ortaya çıkmıştır. Bu boyutta anlamlı bir farklılık oluşturmamıştır.

Ailenin gelir düzeyine göre öğrencilerin medya okuryazarlık boyutlarından “**Yargılayabilme Ve Örtük Mesajları Görebilme**”boyutu ortalaması $\bar{X}=3,85$ ’tir. Bu boyutta anlamlı bir farklılık oluşmadığı görülmektedir.

Tablo 4.42 Öğrencilerin Evinde Tv Olma Değişkenine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

Evde Televizyon var mı		N	Ort	ss	F	p
Bilgi Sahibi olma	Televizyon yok	3	4,3810	,08248	1,043	,375
	Bir	78	3,7656	,90555		
	İki	59	3,9903	,89916		
	Üç veya üçten fazla	13	3,9670	1,05326		
	Toplam	153	3,8814	,91029		
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	Televizyon yok	3	3,5556	,09623	,138	,937
	Bir	78	3,6325	,77681		
	İki	59	3,6554	,99128		
	Üç veya üçten fazla	13	3,4872	,98944		
	Toplam	153	3,6275	,87186		
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Televizyon yok	3	3,6667	1,01036	1,471	,225
	Bir	78	3,7564	,65710		
	İki	59	4,0424	1,00554		
	Üç veya üçten fazla	13	3,6538	1,38270		
	Toplam	153	3,8562	,88977		
Medya okuryazarlık düzeyi	Televizyon yok	3	3,8677	,33221	0,640	0,591
	Bir	78	3,7182	,64570		
	İki	59	3,8960	,88391		
	Üç veya üçten fazla	13	3,7027	1,08758		
	Toplam	153	3,7884	,78227		

Tablo 4.42’de öğrencilerin evinde TV var mı değişkenine ilişkin medya okuryazarlık düzeyleri görülmektedir. Öğrencilerin evinde TV var mı değişkenine göre medya okuryazarlık düzeyinde ve alt boyutlarında anlamlı bir farklılık görülmemiştir. (F:0,640; p:0,591).

Evde televizyon olmasının medya okuryazarlığı düzeyini etkilemediği görülmektedir.

Tablo 4.43 Öğrencilerin Evinde Tv İzleme Süreleri Değişkenine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

		N	Ort	ss	F	p
Bilgi Sahibi olma	Televizyon izlemiyorum	36	4,0119	,95397	2,061	,061
	1 saatten az	29	3,9507	,86499		
	1 saat	27	3,6825	,78179		
	2 saat	27	4,0053	,88550		
	3 saat	21	3,4082	1,07122		
	4 saat	11	4,3896	,63917		
	5 saat ve üzeri	2	3,7143	,00000		
	Toplam	153	3,8814	,91029		
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	Televizyon izlemiyorum	36	3,8102	,99694	2,017	,067
	1 saatten az	29	3,7414	,82326		
	1 saat	27	3,1975	,65214		
	2 saat	27	3,6420	,99110		
	3 saat	21	3,6905	,69379		
	4 saat	11	3,8030	,81928		
	5 saat ve üzeri	2	2,6667	,00000		
	Toplam	153	3,6275	,87186		
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Televizyon izlemiyorum	36	3,9444	1,16207	1,110	,359
	1 saatten az	29	3,9741	,76574		
	1 saat	27	3,6111	,65167		
	2 saat	27	3,9815	,82604		
	3 saat	21	3,7976	,74841		
	4 saat	11	3,8636	1,06867		
	5 saat ve üzeri	2	2,7500	,00000		
	Toplam	153	3,8562	,88977		
Medya okuryazarlık düzeyi	Televizyon izlemiyorum	36	3,9222	,97153	1,571	,159
	1 saatten az	29	3,8888	,76017		
	1 saat	27	3,4971	,45365		
	2 saat	27	3,8762	,78248		
	3 saat	21	3,6321	,72924		
	4 saat	11	4,0188	,79071		
	5 saat ve üzeri	2	3,0437	,00000		
	Toplam	153	3,7884	,78227		

Tablo 4.43'te öğrencilerin TV izleme süreleri değişkenine ilişkin medya okuryazarlık düzeyleri görülmektedir. Öğrencilerin TV izleme sürelerine göre medya okuryazarlık düzeyinde ve alt boyutlarından anlamlı bir farklılık görülmemiştir (F:0,640; p:0,591).

Televizyon izleme süresinin medya okuryazarlığı düzeyini artırdığı fakat istatistiki olarak farklılık oluşturmadığı saptandı.

Tablo 4.44 Öğrencilerin Evinde Tv İzleme Nedenlerine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

Televizyonu hangi amaçla izliyorsunuz		N	Ort	ss	F	p	Farklılık kaynağı
Bilgi Sahibi olma	Eğlenmek	58	3,9286	1,08603	3,969	,009*	Bilgi edinmek
	Bilgi edinmek	18	4,1749	,61433			
	Boş zaman değerlendirmek	61	3,6276	,97495			
	Diğer	16	3,7321	1,09653			
	Toplam	153	3,8814	,91029			
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	Eğlenmek	58	3,6759	1,12818	2,707	,047*	Bilgi edinmek
	Bilgi edinmek	18	3,8438	,73653			
	Boş zaman değerlendirmek	61	3,3907	,94960			
	Diğer	16	3,8017	,67137			
	Toplam	153	3,6275	,87186			
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Eğlenmek	58	4,0129	,83695	2,532	,059	
	Bilgi edinmek	18	3,9583	1,20126			
	Boş zaman değerlendirmek	61	3,6189	,84608			
	Diğer	16	4,0781	,68750			
	Toplam	153	3,8562	,88977			
Medya okuryazarlık düzeyi	Eğlenmek	58	3,8543	1,11750	3,627	,015*	Bilgi edinmek
	Bilgi edinmek	18	3,9965	,57945			
	Boş zaman değerlendirmek	61	3,5457	,78764			
	Diğer	16	3,8847	,77866			
	Toplam	153	3,7884	,78227			

Tablo 4.44'te öğrencilerin TV izlenme nedenlerine ilişkin medya okuryazarlık düzeyleri görülmektedir. TV izlenme nedenlerine ilişkin medya okuryazarlık düzeyi ortalaması $\bar{X}=3,78$ olarak bulundu. TV'yi **Bilgi Edinmek** için izleyen öğrencilerin medya okuryazarlık düzey ortalaması $\bar{X}=3,990$ olarak saptanırken, TV'yi **Eğlenmek** için izleyen öğrencilerin medya okuryazarlık düzey ortalaması $\bar{X}=3,854$ olarak görülmektedir. TV'yi **Boş Zaman Değerlendirmek** için izleyen öğrencilerin medya okuryazarlık düzey ortalaması $\bar{X}=3,543$, TV'yi diğer nedenlerden dolayı izleyen öğrencilerin medya okuryazarlık düzey ortalaması $\bar{X}=3,884$ olduğu gözlemlendi. TV'yi **Eğlenmek** için izleyen öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi diğer TV izleme nedenlerinden yüksek olarak görülmektedir. (F:3,627; p:0,015). Öğrencilerin TV'yi **Eğlenmek** için izleyen öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi alt boyutlarından "**Bilgi Sahibi Olma, Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme**" boyutlarında diğer TV izleme nedenlerine göre göre anlamlı farklılıklar saptanmıştır.

Televizyonu **Bilgi Edinmek** için izleyen öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyinin daha yüksek olduğu ve anlamlı bir farklılık oluşturduğu gözlemlendi.

Tablo 4.45 Öğrencilerin İnternet Kullanma Sürelerine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

Günde ne kadar süreyle internette kalıyorsunuz?		N	Ort	ss	F	p	Farklılık kaynağı
Bilgi Sahibi olma	Hiç kullanmam	6	3,3333	,41074	5,134	,000	5 saat ve üzeri
	1 saatten az	12	3,2976	1,08191			
	1 saat	19	4,0902	,72876			
	2 saat	28	4,1837	,71888			
	3saat	26	3,9176	,58159			
	4 saat	33	3,4113	1,17952			
	5 saat ve üzeri	29	4,3103	,70201			
	Toplam	153	3,8814	,91029			
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	Hiç kullanmam	6	3,2778	,76497	1,811	,101	
	1 saatten az	12	3,0139	,77021			
	1 saat	19	3,7544	,74612			
	2 saat	28	3,7679	,79652			
	3saat	26	3,6026	,66513			
	4 saat	33	3,5354	1,09351			
	5saat ve üzeri	29	3,8621	,87861			
	Toplam	153	3,6275	,87186			
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Hiç kullanmam	6	4,2500	,22361	5,695	,000	5 saat ve üzeri
	1 saatten az	12	3,1667	,74874			
	1 saat	19	4,1711	,62944			
	2 saat	28	4,0625	,72847			
	3saat	26	3,6442	,88367			
	4 saat	33	3,4394	1,05147			
	5saat ve üzeri	29	4,3190	,72548			
	Toplam	153	3,8562	,88977			
Medya okuryazarlık düzeyi	Hiç kullanmam	6	3,6204	,41985	4,619	0,000	5 saat ve üzeri
	1 saatten az	12	3,1594	,76571			
	1 saat	19	4,0052	,63836			
	2 saat	28	4,0047	,50085			
	3saat	26	3,7215	,54488			
	4 saat	33	3,4620	1,04353			
	5saat ve üzeri	29	4,1638	,71884			
	Toplam	153	3,7884	,78227			

Tablo 4.45'te öğrencilerin İnternet kullanma sürelerine ilişkin medya okuryazarlık düzeyleri görülmektedir. Öğrencilerin internet kullanma sürelerine ilişkin medya okuryazarlık düzeyi ortalaması $\bar{X}=3,78$ olarak bulundu. 5 saat ve üzeri İnternet kullananların medya okuryazarlık düzey ortalaması $\bar{X}=4,163$ ile en yüksek düzeyde olduğu görülmüştür.(F:4,619: p:0,000).

5 saat ve üzeri internet kullanan öğrencilerin Medya okuryazarlık alt boyutlarından “*Bilgi Sahibi Olma*” düzeyi ortalaması $\bar{X}=4,30$ (F:5,134; p:0,000), “*Yargılayabilme ve*

Örtük Mesajları Görebilme Düzeyi” ortalaması ise $\bar{X}=4,319$ (F:5,695; p:0,000), ile en yüksek düzeyde görüldü.

İnternet kullanım süresi arttıkça medya okuryazarlık düzeyinin arttığı ve medya okuryazarlık düzeylerinde farklılık oluşturduğu görüldü.

Tablo 4.46 Öğrencilerin İnternet Kullanma Nedenlerine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

Hangi amaçla interneti kullanıyorsunuz		N	Ort	ss	F	p	Farklılık kaynağı
Bilgi Sahibi olma	Ders ve eğitim amaçlı	42	4,1837	,61009	2,755	,021	Ders ve eğitim amaçlı
	Günlük haberlere ulaşmak	14	4,1020	1,11424			
	İletişim kurmak	56	3,7270	,97664			
	Alışveriş yapmak	4	2,6429	,57735			
	Oyun oynamak	30	3,8571	,91665			
	Diğer	7	4,0986	,68001			
	Toplam	153	3,8814	,91029			
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	Ders ve eğitim amaçlı	42	4,1429	,79599	4,019	,002	Ders ve eğitim amaçlı
	Günlük haberlere ulaşmak	14	3,4762	1,09360			
	İletişim kurmak	56	3,7202	,84931			
	Alışveriş yapmak	4	2,0833	,48113			
	Oyun oynamak	30	3,4389	,83676			
	Diğer	7	3,7500	,72625			
	Toplam	153	3,6275	,87186			
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Ders ve eğitim amaçlı	42	4,2500	,25000	1,789	,118	
	Günlük haberlere ulaşmak	14	3,6786	1,27260			
	İletişim kurmak	56	3,7455	,87059			
	Alışveriş yapmak	4	3,0000	,00000			
	Oyun oynamak	30	3,8833	1,03751			
	Diğer	7	4,0595	,68256			
	Toplam	153	3,8562	,88977			
Medya okuryazarlık düzeyi	Ders ve eğitim amaçlı	42	4,1922	,40921	3,042	0,012	Ders ve eğitim amaçlı
	Günlük haberlere ulaşmak	14	3,7523	,94551			
	İletişim kurmak	56	3,7309	,77935			
	Alışveriş yapmak	4	2,5754	,35283			
	Oyun oynamak	30	3,7265	,87797			
	Diğer	7	3,9694	,61554			
	Toplam	153	3,7884	,78227			

Tablo 4.46’da öğrencilerin internet kullanma amaçlarına ilişkin medya okuryazarlık düzeyleri görülmektedir. İnternet kullanma nedenleri ile medya okuryazarlık düzeyi ortalaması $\bar{X}=3,78$ olarak bulundu. **Ders ve eğitim amaçlı** İnternet kullananların medya okuryazarlık düzey ortalaması $\bar{X}=4,1192$ ile en yüksek düzeyde görülmüştür. (F:3,042: p:0,012).

Ders ve eğitim amaçlı İnternet kullanan öğrencilerin medya okuryazarlık alt boyutlarından **“Bilgi Sahibi Olma”** düzeyi ortalaması $\bar{X} = 4,18$ (F:2,755; p:0,021), **“Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme”** ortalaması ise $\bar{X} = 4,14$ (F:4,019; p:0,012) ile en yüksek düzeyde olduğu saptandı.

Ders ve eğitim amaçlı internet kullanan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyinin yüksek olduğu ve farklılık yarattığı görüldü.

Tablo 4.47 Öğrencilerin Cep Telefonu Kullanma Sürelerine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

Günde kaç saat telefonunuzu kullanıyorsunuz?		N	Ort	ss	F	p
Bilgi Sahibi olma	Hiç kullanmam	5	4,0286	1,00204	,357	,905
	1 saatten az	9	3,6508	,94251		
	1 saat	5	3,9714	1,01720		
	2 saat	29	3,9212	,71182		
	3 saat	40	3,9857	,74111		
	4 saat	10	4,0000	,75892		
	5 saat ve üzeri	55	3,7792	1,12278		
	Toplam	153	3,8814	,91029		
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	Hiç kullanmam	5	3,2000	1,04350	1,701	,125
	1 saatten az	9	3,2037	,72542		
	1 saat	5	4,1667	,91287		
	2 saat	29	3,7356	,69937		
	3 saat	40	3,7292	,80480		
	4 saat	10	4,0333	,75686		
	5 saat ve üzeri	55	3,4818	,98114		
	Toplam	153	3,6275	,87186		
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Hiç kullanmam	5	4,4000	,54772	2,173	,059
	1 saatten az	9	4,0278	,55120		
	1 saat	5	4,6000	,54772		
	2 saat	29	3,8448	,66953		
	3 saat	40	3,6562	,85614		
	4 saat	10	4,4250	,73645		
	5 saat ve üzeri	55	3,7591	1,05075		
	Toplam	153	3,8562	,88977		
Medya okuryazarlık düzeyi	Hiç kullanmam	5	3,8762	,84719	0,933	0,473
	1 saatten az	9	3,6274	,61981		
	1 saat	5	4,2460	,82593		
	2 saat	29	3,8339	,58376		
	3 saat	40	3,7904	,68967		
	4 saat	10	4,1528	,62851		
	5 saat ve üzeri	55	3,6734	,95512		
	Toplam	153	3,7884	,78227		

Tablo 4.47’de öğrencilerin telefon kullanma sürelerine ilişkin medya okuryazarlık düzeyleri görülmektedir. Telefon kullanma süresi ile medya okuryazarlık düzeyi ve alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir (F:0,933; p:0,473).

Telefon kullanma süresinin medya okuryazarlık düzeyine etkisinin olmadığı belirlendi.

Tablo 4.48 Öğrencilerin Cep Telefonu Kullanma Nedenlerine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

Cep telefonunuzu haberleşme haricinde hangi amaçla kullanırsınız?		N	Ort	ss	F	p
Bilgi Sahibi olma	Fotoğraf-video çekimi için	20	3,8929	,80396	,046	,996
	E-maillere ulaşmak için	20	3,8286	,77778		
	İnternet erişimi için	55	3,8831	,84564		
	Müzik dinlemek için	31	3,9309	1,00059		
	Diğer	27	3,8519	1,13284		
	Toplam	153	3,8814	,91029		
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	Fotoğraf-video çekimi için	20	3,5417	,94262	2,337	,058
	E-maillere ulaşmak için	20	3,2000	,63430		
	İnternet erişimi için	55	3,8515	,66719		
	Müzik dinlemek için	31	3,6505	1,01229		
	Diğer	27	3,5247	1,06288		
	Toplam	153	3,6275	,87186		
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Fotoğraf-video çekimi için	20	3,8375	,55176	1,413	,232
	E-maillere ulaşmak için	20	3,7625	,79668		
	İnternet erişimi için	55	3,7091	,83022		
	Müzik dinlemek için	31	4,1694	,91603		
	Diğer	27	3,8796	1,17131		
	Toplam	153	3,8562	,88977		
Medya okuryazarlık düzeyi	Fotoğraf-video çekimi için	20	3,7573	,63081	0,540	0,707
	E-maillere ulaşmak için	20	3,5970	,68397		
	İnternet erişimi için	55	3,8146	,68048		
	Müzik dinlemek için	31	3,9169	,82675		
	Diğer	27	3,7521	1,06913		
	Toplam	153	3,7884	,78227		

Tablo 4.48’de öğrencilerin cep telefonu kullanma amacıyla medya okuryazarlık düzeyleri görülmektedir. Telefon kullanma amacı ile medya okuryazarlık düzeyi ve alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir (F:0,540: p:0,707).

Tablo 4.49 Öğrencilerin Gazete Okuma Sıklığına Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

Ne sıklıkta gazete okuyorsunuz		N	Ort	ss	F	p
Bilgi Sahibi olma	Hiç okumam	29	3,6453	1,17346	6,972	,000*
	Senede birkaç	30	3,2857	,87823		
	Ayda Bir	28	3,7143	,78680		
	Haftada bir	19	3,8980	1,07449		
	Haftada birkaç	40	4,2857	,58580		
	Her gün	7	4,2929	,58941		
	Toplam	153	3,8814	,91029		
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	Hiç okumam	29	3,5115	1,03215	5,477	,000*
	Senede birkaç	30	3,1722	,79448		
	Ayda Bir	28	3,7500	,76106		
	Haftada bir	19	3,2982	,80427		
	Haftada birkaç	40	3,7619	,87060		
	Her gün	7	4,1000	,66859		
	Toplam	153	3,6275	,87186		
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Hiç okumam	29	3,7155	,96066	5,328	,000*
	Senede birkaç	30	3,5500	,93172		
	Ayda Bir	28	3,2632	,92973		
	Haftada bir	19	4,0000	,75000		
	Haftada birkaç	40	4,1688	,78321		
	Her gün	7	4,2500	,54433		
	Toplam	153	3,8562	,88977		
Medya okuryazarlık düzeyi	Hiç okumam	29	3,6241	,89822	7,297	0,000*
	Senede birkaç	30	3,3360	,74624		
	Ayda Bir	28	3,4252	,78668		
	Haftada bir	19	3,8866	,82413		
	Haftada birkaç	40	4,0952	,55166		
	Her gün	7	4,1872	,56274		
	Toplam	153	3,7884	,78227		

*p<0,05

Tablo 4.49’de öğrencilerin gazete okuma süresine ilişkin medya okuryazarlık düzeyleri görülmektedir. Hergün Gazete okuyan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi ortalaması $\bar{X}$ =4,18 olarak en yüksek düzeyde bulundu. Bu sonuç gazete okuma süresinin medya okuryazarlığını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir (F:7,297; p:0,000).

Hergün gazete okuyan öğrencilerin medya okuryazarlık alt boyutlarına bakıldığında **“Bilgi Sahibi Olma”** düzeyi ortalamasının $\bar{X}$ =4,29 (F:6,97; p:0,000) olarak görülürken **“Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme”** ortalamasının $\bar{X}$ =4,10 (F:5,47; p:0,000) olduğu saptandı. **“Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme”** boyutu ortalamasının ise $\bar{X}$ =4,25 (F:5,32; p:0,000), ile en yüksek düzeyde olduğu görüldü.

Bu sonuçlar doğrultusunda günlük gazete okumanın medya okuryazarlık düzeyini arttırdığı ve günlük gazete okuyan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin daha fazla olduğu saptandı.

Tablo 4.50 Öğrencilerin Gazete Okuma Nedenlerine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

Hangi amaçla gazete okumaktasınız?		N	Ort	ss	F	p
Bilgi Sahibi olma	Bilgi edinmek	50	3,9343	,75052	3,535	,009
	Günlük gelişmeleri takip etmek	34	4,1681	,85314		
	Boş zamanı değerlendirmek	16	3,4643	1,31087		
	Eğlenmek	11	3,1948	1,04642		
	Merak	42	3,9252	,80580		
	Toplam	153	3,8814	,91029		
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	Bilgi edinmek	50	3,5467	,70392	4,435	,002
	Günlük gelişmeleri takip etmek	34	4,0098	,89700		
	Boş zamanı değerlendirmek	16	2,9792	1,12361		
	Eğlenmek	11	3,8030	,51000		
	Merak	42	3,6151	,86680		
	Toplam	153	3,6275	,87186		
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Bilgi edinmek	50	3,8750	,77468	5,393	,000
	Günlük gelişmeleri takip etmek	34	4,1029	,90478		
	Boş zamanı değerlendirmek	16	3,1562	1,19678		
	Eğlenmek	11	3,2727	,56408		
	Merak	42	4,0536	,76417		
	Toplam	153	3,8562	,88977		
Medya okuryazarlık düzeyi	Bilgi edinmek	50	3,7853	,65174	4,666	0,001
	Günlük gelişmeleri takip etmek	34	4,0936	,81126		
	Boş zamanı değerlendirmek	16	3,1999	1,11445		
	Eğlenmek	11	3,4235	,58061		
	Merak	42	3,8646	,66379		
	Toplam	153	3,7884	,78227		

Tablo 4.50’de öğrencilerin gazete okuma nedenleri ile medya okuryazarlık düzeyleri görülmektedir. *Günlük gelişmeleri takip etmek için* gazete okuyan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi ortalaması $\bar{X}=4,09$ olarak en yüksek düzeyde bulundu. Bu sonuç *Günlük gelişmeleri takip etmek için* gazete okuma nedeninin medya okuryazarlık düzeyini olumlu olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. (F:7,297; p:0,000).

Günlük gelişmeleri takip için gazete okuyan öğrencilerin medya okuryazarlık alt boyutlarına bakıldığında ise “*Bilgi Sahibi Olma*” düzeyi ortalaması $\bar{X}=4,16$ (F:3,53; p:0,009) olarak bulunurken “*Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme*” boyutu ortalaması $\bar{X}=4,09$ (F:4,35; p:0,002) saptanmıştır. “*Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme*” boyutunun ortalaması ise $\bar{X}=4,10$ (F:4,666; p:0,000), ile en yüksek düzeyde olduğu görülmektedir.

Günlük gelişmeleri takip etmek için gazete okuyan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyinin fazla olduğu saptandı.

Tablo 4.51 Öğrencilerin Dergi Okuma Sıklığına Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

Hangi sıklıkla dergi okursunuz		N	Ort	ss	F	p
Bilgi Sahibi olma	Her gün okurum	2	4,4286	,41239	6,614	,000
	Haftada bir okurum	21	4,1769	,99684		
	15 günde bir okurum	7	3,9903	,84285		
	Ayda bir okurum	44	3,7595	,84284		
	Dergi okumam	79	1,2857	,00000		
	Toplam	153	3,8814	,91029		
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	Her gün okurum	2	4,0714	,78680	8,497	,000
	Haftada bir okurum	21	3,5159	1,06446		
	15 günde bir okurum	7	3,9962	,78461		
	Ayda bir okurum	44	3,4747	,72604		
	Dergi okumam	79	1,1667	,00000		
	Toplam	153	3,6275	,87186		
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Her gün okurum	2	4,4286	,73193	7,882	,000
	Haftada bir okurum	21	4,0455	,90102		
	15 günde bir okurum	7	3,9286	1,07861		
	Ayda bir okurum	44	3,7532	,69625		
	Dergi okumam	79	1,0000	,00000		
	Toplam	153	3,8562	,88977		
Medya okuryazarlık düzeyi	Her gün okurum	2	4,3095	,58789	9,747	0,000
	Haftada bir okurum	21	4,0106	,74265		
	15 günde bir okurum	7	3,8738	,93078		
	Ayda bir okurum	44	3,6624	,62537		
	Dergi okumam	79	1,1508	,00000		
	Toplam	153	3,7884	,78227		

Tablo 4.51’de öğrencilerin dergi okuma sıklığına ilişkin medya okuryazarlık düzeyleri görülmektedir. *Hergün dergi okuyan öğrencilerin* medya okuryazarlık düzeyi ortalaması $\bar{X}=4,30$ olarak en yüksek düzeyde bulundu. Bu sonuç dergi okuma süresinin medya okuryazarlık düzeyini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. (F:7,297; p:0,000).

Hergün dergi okuyan öğrencilerin medya okuryazarlık alt boyutlarına bakıldığında ise “*Bilgi Sahibi Olma*” düzeyi ortalamasının $\bar{X}=4,42$ (F:6,614; p:0,000) olduğu saptanırken, “*Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme*” ortalaması $\bar{X}=4,07$ (F:8,497; p:0,000) olarak bulundu. “*Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme*” boyut ortlaması ise $\bar{X}=4,42$ (F:7,88; p:0,000) ile en yüksek düzeyde olduğu görüldü.

Her gün dergi okuyan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyinin arttığı görüldü.

Tablo 4.52 Öğrencilerin Dergi Okuma Nedenlerine Bağlı Medya Okuryazarlığı Düzeyi Boyutlarının Analizi

		N	Ort	ss	F	p
Bilgi Sahibi olma	Bilgi edinmek	49	3,6735	,95030	1,782	,135
	Günlük gelişmeleri takip	16	3,9464	,39340		
	Boş zamanı değerlendirmek	27	3,9259	,99320		
	Eğlenmek	18	4,3254	,75562		
	Merak	43	3,8804	,96535		
	Toplam	153	3,8814	,91029		
Analiz edebilme ve tepki gösterebilme	Bilgi edinmek	49	3,5850	,83757	2,764	,030
	Günlük gelişmeleri takip	16	3,6979	,69180		
	Boş zamanı değerlendirmek	27	3,6728	,97455		
	Eğlenmek	18	4,1759	,78481		
	Merak	43	3,3915	,86594		
	Toplam	153	3,6275	,87186		
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Bilgi edinmek	49	3,7602	,82437	2,264	,065
	Günlük gelişmeleri takip	16	4,0156	,60186		
	Boş zamanı değerlendirmek	27	3,6852	,90828		
	Eğlenmek	18	4,3889	,64865		
	Merak	43	3,7907	1,05493		
	Toplam	153	3,8562	,88977		
Medya okuryazarlık düzeyi	Bilgi edinmek	49	3,6729	,76115	2,513	0,044
	Günlük gelişmeleri takip	16	3,8867	,37958		
	Boş zamanı değerlendirmek	27	3,7613	,85078		
	Eğlenmek	18	4,2967	,68287		
	Merak	43	3,6875	,85052		
	Toplam	153	3,7884	,78227		

Tablo 4.52’de öğrencilerin dergi okuma nedenleri ile medya okuryazarlık düzeyleri görülmektedir. **Eğlenmek amacıyla** dergi okuyan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi ortalaması $\bar{X}$ =4,29 olarak en yüksek düzeyde bulunmaktadır. Bu sonuca göre eğlenmek içindergi okumanın medya okuryazarlık düzeyini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. (F:2,513; p:0,044).

Eğlenmek için dergi okuyan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi alt boyutlarına bakıldığında “**Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme**” ortalamasının $\bar{X}$ =4,09 (F:4,35; p:0,002), “**Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme**” ortalamasının $\bar{X}$ =4,17 (F:2,764; p:0,030) ile en yüksek düzeyde olduğu görüldü.

Eğlenmek için dergi okumanın medya okuryazarlık düzeyini arttırdığı görülmektedir.

SONUÇ

Medyanın etkileme gücünün çok fazla olduğuyla ilgili herkes aynı fikirdedir. Çünkü medyanın etkileme gücünün sınırları yoktur, medyanın etkileme gücü küresel boyuttadır. Bu nedenle medyanın bu gücüne karşı bireylerin bilinçlenmesi gerekmektedir. Bu bilinçte ancak iyi bir medya eğitimi sayesinde oluşur. Bireyleri ya da toplumu medyanın kötü etkilerinden korumak adına önem kazanan medya okuryazarlığı günümüzde koruma amacını bir tarafa bırakmış ve medyaya eleştirel yaklaşabilen, ondan gelen mesajları kendi eleştirel süzgecinden geçirerek analiz eden, yorumlayan, aktif ve katılımcı bir medya okuryazarlığı eğitimiyle gerçekleştirebileceği konusunda hem fikir olunmuştur.

Günümüzde teknolojinin gelişmesi bireyleri çok farklı medya ortamlarıyla yüz yüze getirmektedir. İşte bu nedenle yaşadığımız dönemde Medya Okuryazarlığı kavramı önemli bir hale gelmekte ve teknolojiden zarar görmeden etkili bir şekilde yararlanarak kalıcı bilgiler edinebilmek için medya okuryazarı olmanın gerekliliği de artmaktadır. Bu nedenle medya araçlarını bilinçli bir şekilde kullanabilme ve onlardan etkili bir şekilde yararlanabilmek için medya eğitiminin erken yaşlarda verilmesi gerekmektedir. Önce ailede sonra okulda verilmeye başlanacak medya eğitimi bireylerin medya mesajlarına karşı seçici olmasını sağlarken bireyleri pasif konumdan aktif konuma getirerek medya iletilerine daha eleştirel bir tutumla yaklaşmasını da sağlayacaktır.

İletişim Meslek Lisesi öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin müfredatla ilişkisini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada öğrencilerin demografik özellikleri, medya kullanım alışkanlıkları ve eğitimini aldıkları “iletişim ve medya eğitimi” ders müfredatlarının ne kadar etkili olup - olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin müfredatla ilişkisini araştırdığımız çalışmamızda aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre;

Öncelikle araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri incelenmiştir. Çalışmaya katılan 153 öğrenciden 97 kişi (%63,4)’ü kız, 56 kişi (%36,6)’si erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Örneklem dağılımının 8 kişi (%5,2)’i 15 yaş, 56 kişi (%36,6)’si 16 yaş, 52 kişi (%34,0)’ü 17 yaş, 34 kişi (%22,2)’si 18 yaş, 3 kişi (%2,0)’si 19 yaşındaki öğrenciler oluşmaktadır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin 60’ ı (%39,2)’si RTV bölümü öğrencisi, 55’ i (%35,9)’ü Gazetecilik öğrencisi, 38 kişi ise (%24,8) HLK, bölümü öğrencilerden

oluşmaktadır. Çalışmaya katılan 153 öğrencinin 51' i (%33,3)'ü 10.sınıf, 50' si (%32,7)'si 11 sınıf, 52' si (%34,0)'ü 12. sınıf öğrencilerden oluşmaktadır.

Katılımcı öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyleri incelendiğinde, annelerin (%13,7)'sinin 21 annenin herhangi bir okuldan mezun olmadığı yani okuma yazma bilmediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca anneler arasında yükseköğrenim görmüş olma oranının da oldukça düşük olduğu gözlenmiş ve öğrenci annelerinden (%2,0)'si 3 annenin üniversite , (%0,7)'si 1 annenin de Yüksek lisans/doktora eğitim düzeyine sahip olduğu saptanmıştır. Öğrencilerin babalarının eğitim durumu incelendiğinde ise eğitim düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Öğrencilerin babalarının (%2,0)'sinin 3 babanın herhangi bir okuldan mezun olmadığı yani okuma yazma bilmediği saptanmıştır. Ayrıca (%16,3)'ü 25 babanın Üniversite, (%3,3)'ü 5 babanın da Yüksek lisans/doktora eğitim düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Bu da Türk toplumunda hala erkek egemen anlayışın devam ettiğini ve bu anlayışında eğitim seviyesine de yansıdığını göstermektedir.

Ailelerin gelir düzeyi incelendiğinde ise büyük çoğunluğunun orta düzeyde ekonomik gelire sahip olduğu görülmüştür.

Öğrencilerin evindeki televizyon sayısı ve televizyon izleme süreleri incelendiğinde; öğrencilerin %2,0'sinin evinde televizyon olmadığı %51,0'sinin evinde bir adet televizyon olduğu, hatta %8,5 öğrencinin evinde üç ve daha fazla televizyon olduğu saptanmıştır. Televizyon izleme sürelerine bakıldığında ise, öğrencilerin %23,5'inin hiç televizyon izlemediği fakat katılımcıların çoğunun günde 1 saat televizyon izledikleri görülmektedir. Ayrıca televizyonun en çok *boş zaman geçirmek ve eğlenmek* için kullanılan bir kitle iletişim aracı olduğu araştırma sonuçlarına göre ortaya çıkarılmıştır. Bu sonuç göstermektedir ki televizyon yaygın kullanılan bir medya aracıdır ve gelir düzeyi ne olursa olsun hemen hemen her evde bir televizyonun bulunduğunu göstermektedir.

Öğrencilerin internet bağlantılı bilgisayara sahip olma durumları ve internete bağlanma sürelerini belirlemek amacıyla yapılan analizler sonucuna öğrencilerin %62,7'sinde internet bağlantılı bilgisayarın olduğu, öğrencilerin %57' sinin günde 3-5 saat arası internet kullandığı saptanmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin % 56'sinin interneti *iletişim ve oyun oynamak* için kullandıkları, %36,6'sının ise *ders ve haberlere ulaşmak* amacıyla interneti kullandıkları belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin internette kalma süreleri dört saati bulanların sayısının oldukça fazla olduğu saptandığından bilgisayar ve internet için de en az televizyon kadar yaygın kullanılan bir medya aracı olduğu düşünülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüme göre interneti kullanma nedenlerine bakıldığında; RTV bölümü öğrencilerinin %36,7, Gazetecilik bölümü öğrencilerinin %36,4, HLK bölümü öğrencilerinin %36,8, toplamda ise %36,6 öğrencinin *iletişim kurma amaçlı* internet kullandıkları saptanmıştır. Yine RTV bölümü öğrencilerinin %26,7, Gazetecilik bölümü öğrencilerinin %5,5, HLK bölümü öğrencilerinin %28,9, toplamda ise %19,6'sının *oyun oynamak amaçlı* internet kullandıklarını belirtmişlerdir. Bu da Gazetecilik bölümü öğrencilerinin interneti *oyun oynama amaçlı* kullanımının düşük olduğunu gösterirken interneti *eğitim amaçlı* kullanan %34,5 ile yine Gazetecilik bölümü öğrencileridir. Bu sonuçlara göre Gazetecilik bölümü öğrencilerinin diğer bölüm öğrencilerine göre farklılık arz etsede istatistiki olarak anlamlı bir farklılık oluşturmamıştır ($p>0,05$).

Öğrencilerin %57'sinin 3-5 saat arası internet kullandığı, %68,6' sının 3-5 saat cep telefonu kullandığı olarak görülmektedir. Öğrencilerin %56'sının interneti *iletişim kurmak* ve *oyun oynamak* için kullandıkları, %36,6'sının ise *ders çalışmak* ve *haberlere ulaşmak* amacıyla interneti kullandıkları tespit edildi.

Öğrencilerin cep telefonuna sahip olma durumlarına yönelik bulgular incelendiğinde, öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun kendine ait cep telefonunun olduğu ve 3-5 saat arası cep telefonu kullandıkları görülmektedir. RTV bölümü öğrencilerin %36,7'si, Gazetecilik bölümü öğrencilerinin %29'u, HLK öğrencilerinin %44,7'sinin cep telefonunu *internete erişmek* amacıyla kullandıkları saptandı. Bölüm değişkeni açısından cep telefonu kullanma nedeninde anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Öğrencilerin gazete okuma sıklığı incelendiğinde; %19,0'unun hiç gazete okumadığı, %19,6'si senede birkaç kez, %18,3'ünün ayda bir, %12,4'ü haftada bir, %26,1'inin haftada birkaç gün, %4,6'inin hergün gazete okuduğu görülmektedir. Öğrencilerin %57 sinin çok az veya hiç gazete okumadığı saptandı. Birincil derecede gazete okuma amacına göre öğrencilerin %32,7'si *bilgi edinmek* için, %22,2' si *günlük gelişmeleri takip etmek* için, %10,5'i *boş zamanı değerlendirmek* için, %7,2'si *eğlenmek* için %27,5'i *merak* için gazete okumaktadır. Öğrencilerin %54,9'ü gazeteyi *bilgi edinmek* ve *gelişmeleri takip etmek* için okumaktadır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüme göre gazete okuma nedenlerine bakıldığında bölümler arasında görüş ayrılığı görülsede gazete okuma nedenleri ile eğitim görülen bölüm arasında anlamlı bir fark oluşmamıştır. ($p<0,05$). RTV bölümü öğrencilerin %40, Gazetecilik bölümü öğrencilerinin %32,7'si, HLK öğrencilerinin %21,1 gazeteleri *bilgi edinmek* amacıyla okumaktadırlar.

Çalışmaya katılan öğrencilerin dergi okuma alışkanlıklarına bakıldığında ise %80'nin hiç dergi okumadığı ya da ayda bir dergi okuduğu görülmektedir. Çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüme göre dergi okuma nedenlerine bakıldığında bölümler arasında görüş ayrılığı görülmekle birlikte dergi okuma nedenleri ile eğitim görülen bölüm arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. ($p < 0,05$). RTV bölümü öğrencilerinin %35, Gazetecilik bölümü öğrencilerinin %36,4'ü, HLK bölümü öğrencilerinin %21,1 dergileri *bilgi edinmek* amacıyla okumaktadır. Genel olarak öğrencilerin %42,5'i dergiyi *bilgi edinmek* ve *gelişmeleri takip etmek* için okumaktadır.

Bu da öğrenciler arasında dergi okuma alışkanlığının az olduğunu göstermekle birlikte öğrencilerin dergiyi *bilgilendirme aracı* olarak kabul ettiklerini gösterirken, derginin en önemli işlevinin de *bilgilendirmek* olduğu anlamına gelmektedir. Tüm sonuçlara göre eğitim görülen bölüm ile medyayı takip etme sıklığı ve alışkanlığı açısından anlamlı bir farklılık görülmemekte tüm bölüm öğrencileri aynı yönde eğilim göstermektedirler.

Öğrencilerinin öğrenim gördükleri bölüm müfredatına ait derslere ilişkin görüşlerine bakacak olursak; tüm bölüm öğrencileri *Medya Tarihi, Etkin Okuma ve Yazma / Etkili Konuşma ve Yazma, Haberleşme Hukuku* derslerinin içerik yönünden yetersiz kaldığı görüşündedirler. Çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüm ile ders içeriklerini yetersiz buldukları meslek dersleri dağılımına göre; RTV bölümü öğrencileri en fazla *Medya Tarihi, Haberleşme Hukuku, Etkili Konuşma ve Yazma* derslerinin içeriğini yetersiz bulurken, Gazetecilik bölümü öğrencileri *Medya Organizasyonu, Medya Tarihi, Haberleşme Hukuku, Etkili Konuşma ve Yazma* derslerinin içeriğini yetersiz bulmaktadırlar. HLK bölümü öğrencileri ise *Etkin Okuma ve Yazma, Medya Tarihi, Haberleşme Hukuku* derslerinin ders içeriğinin yetersiz olduğunu düşünmektedirler. Öğrenciler tarafından içeriklerinin yeterli bulunmayan derslerin ders içeriklerine baktığımızda bu derslerin içeriklerinin aslında İletişim Meslek Lisesinde okuyan öğrenciler için gerekli dersler olduğu görülmekle birlikte bu derslerin içeriklerinin sırf bilgi aktarımına yönelik, öğrencilerin yaşamla bağlantı kurmasına imkan tanımayan, ezberci eğitim anlayışına göre hazırlanan dersler olduğu karşımıza çıkmaktadır. İletişim Meslek Liselerinde eğitim gören öğrenciler için bu dersler bir gereklilik olsa dahi bu derslerin içeriklerinin yeniden düzenlenmesi gerektiği düşünülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin ders konularının içeriklerini yeterli buldukları meslek dersleri dağılımına göre; RTV bölümü öğrencileri en fazla *Kamare Teknikleri, Video Kurgu, RTV Yapımcılığı, Temel Fotoğrafçılık* derslerini yeterli bulurken, Gazetecilik

bölümü öğrencileri en fazla *Haber Toplama ve Yazma, Temel Fotoğrafçılık, Haber Yazma Teknikleri*, derslerinin ders içeriğini yeterli bulmaktadır. HLK bölümü öğrencileri ise en fazla *Halkla İlişkiler Faaliyetleri, Halka İlişkiler ve Organizasyon, Haber Toplama ve Yazma* derslerinin ders içeriğini yeterli bulmaktadırlar.

Çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüm ile ders konularının içeriklerinin Kitle İletişim Araçlarından gelen mesajları; olumlu ya da olumsuz olduğunu anlamasına en çok katkısı olan ders analizine göre şu şekildedir. RTV bölümü öğrencileri en fazla *Kamera Teknikleri, Temel İletişim* derslerinin; Gazetecilik bölümü öğrencileri en fazla *Haber Toplama ve Yazma, Temel İletişim* derslerinin medyadan gelen mesajların olumlu ya da olumsuz olduğu konusunda en etkili dersler olarak görmektedirler. HLK bölümü öğrencileri ise en fazla *İletişim Teknikleri, Kişiler Arası İletişim ve Ürün Hizmet Tanıtım* derslerinin ders içeriklerinin medyadan gelen mesajların olumlu ya da olumsuz olduğunu anlamaya en çok katkısı olan meslek dersleri olduğunu belirtmektedirler.

“Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği” sonuçlarına göre; cinsiyet değişkenine bağlı “Medya Okuryazarlık Düzeyi” boyutlarının analizine göre kız öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyinin erkek öğrencilerden daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Öğrencilerin yaş değişkenine bağlı olarak medya okuryazarlık düzeylerinde (yaş aralığı birbirine yakın olduğu için) medya okuryazarlık düzeylerinde de anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Buna rağmen öğrencilerin eğitim gördükleri sınıf değişkenine bağlı olarak medya okuryazarlık düzeylerinde anlamlı bir farklılık görülmektedir. Eğitim görülen sınıfa ilişkin medya okuryazarlık alt boyutlarında “*Bilgi Sahibi Olma, Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme, Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme*” boyutlarında 12. sınıf öğrencilerinin diğer sınıf öğrencilerine göre anlamlı bir farklılık oluşturduğu görülmüştür. Sonuç olarak 12. sınıf öğrencilerinin 10 ve 11. sınıf öğrencilerine göre “*Bilgi Sahibi Olma, Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme, Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme*” düzeyi alt boyutunda ve medya okuryazarlık düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır.

İnternet erişimine sahip olmanın medya okuryazarlığı boyutlarından “*Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme*” boyutunda bir farklılık oluşturmamış fakat “*Bilgi Sahibi Olma*” ve “*Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme*” boyutlarında farklılık oluşturarak; medya okuryazarlık düzeyini arttırdığı gözlenmektedir. Ayrıca çalışmada cep telefonuna sahip olmanın medya okuryazarlık düzeyine bir etkisinin olmadığı görülmektedir.

Bölüm değişkeni açısından “Medya Okuryazarlık Düzeyine” baktığımızda ise, Gazetecilik bölümü öğrencilerinin RTV ve HLK bölümü öğrencilerine göre “*Bilgi Sahibi Olma*” ve “*Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme*” düzeyi alt boyutlarında medya okuryazarlık düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu da Gazetecilik bölümünün müfredat ders içeriklerinin medya okuryazarlık düzeyini diğer bölüm müfredat derslerine göre daha fazla arttırdığını göstermektedir. Bu açıdan RTV ve HLK ders müfredat içeriklerinin yeniden revize edilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Koçak, öğrencilerin ebeveynlerinin eğitim durumlarının onların kültürel ve bilişsel düzeylerini etkileyeceğini ifade ederek çocuk ve televizyon arasında anne ve babaların bir filtre görevi üstlendiğini, aile fertleriyle birlikte izlenen televizyon programları hakkında yapılan yorumların çocukların değer yargılarını ve hayata bakışlarını etkilediğini bu nedenle de ailenin eğitim düzeyinin çocuğun medya okuryazarlık düzeyine etkisi olacağını belirtmektedir (Işık, 2007’den akt. Koçak 2011:199)

Çalışmaya katılan öğrencilerin ebeveynlerinin eğitim durumlarının medya okuryazarlık düzeyine etkisine bakacak olursak; annelerinin Üniversite eğitim düzeyine sahip öğrencilerin diğer öğrencilere göre “*Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme, Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme*” düzeyi alt boyutlarında medya okuryazarlık düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Babalarının Yüksek lisans/doktora eğitim düzeyine sahip öğrencilerin diğer öğrencilere göre “*Bilgi Sahibi Olma, Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme, Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme*” düzeyi alt boyutlarında medya okuryazarlık düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Sonuç olarak anne baba eğitim düzeyi medya okuryazarlık düzeyini etkilemekte; yani anne babanın eğitim düzeyi artıkça medya okuryazarlık düzeyi de artmaktadır.

Ailenin gelir düzeyinin medya okuryazarlık düzeyini etkilemediği saptanmıştır. Ayrıca aile gelir düzeyinin; “*Bilgi Sahibi Olma, Analiz Edebilme ve Tepki Gösterebilme, Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme*” boyutlarıyla da ilişkisinin olmadığı saptanmıştır.

Yine çalışmada evde televizyon olup olmasının medya okuryazarlık düzeyini etkilemediği orta çıkmıştır. Televizyon izleme süresinin medya okuryazarlık düzeyini artırdığı fakat istatistikî olarak anlamlı bir farklılık oluşturmadığı saptandı. Ayrıca televizyonu *bilgi edinmek* için izleyen öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyinin daha yüksek olduğu ve anlamlı bir farklılık oluşturduğu görülmektedir.

İnternet kullanım süresinin artmasıyla medya okuryazarlık düzeyinin arttığı anlamlı bir farklılık oluşturduğu saptandı. *Ders ve eğitim amaçlı internet kullanan* öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Telefon kullanma süresinin medya okuryazarlık düzeyine etkisinin olmadığı saptanmıştır. Telefon kullanma amacı ile medya okuryazarlık düzeyi ve alt boyutları arasında da anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Günlük gazete okuyan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyinin arttığı görülürken, *günlük gelişmeleri takip etmek* için gazete okuyan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyinin arttığı görülmektedir. Her gün dergi okuyan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi artarken, *eğlenmek için dergi okuyan* öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyinin arttığı saptanmıştır.

Sonuç olarak; görsel ve yazılı medyayı yakından takip eden, sıklıkla internet kullanan öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu, medyadan gelen mesajlara eleştirel yaklaşabilme ve içerik hakkında kendini yönlendirebilme becerilerinin de yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Bunun yanı sıra medyadan gelen mesajların içeriklerini analiz ederek tepki verme becerilerinin ise biraz daha düşük olduğu saptanmıştır.

Araştırma sonucuna göre, öğrencilerin medya okuryazarlık düzey belirleme ölçeği maddelerinin ortalamaları 3.18 ile 4.16 arasında değişmekte ve ortalaması ise 3,67'dir. Araştırma verilerine göre genel olarak öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyleri ortalaması 3,78 olarak bulunmuştur. Bu da öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin ortalamasının üzerinde olduğunu göstermektedir.

Elazığ ili örnekleminde gerçekleştirilen bu çalışma sonucunda İletişim Meslek Lisesi eğitim müfredatının medya okuryazarı bireyler yetiştirme konusunda yeterli bir müfredata sahip olduğunu gözlenmiştir. Bu doğrultuda Cinman'ın (2016: 11) söylediklerini hatırlatmak yerinde olacaktır. Cinman, bilinçli bir kamuoyu için kaliteli bir medyaya ihtiyaç olduğunu bunun da ancak kaliteli bir medya eğitim anlayışıyla gerçekleştirilebileceğini belirtmektedir. Bu nedenle ülkemizde kaliteli bir medya eğitimi için İletişim Meslek Liselerine ihtiyaç vardır. Çünkü önceki medya okuryazarlık çalışmaları da göstermektedir ki sadece 7 ve 8. sınıf müfredatında seçmeli ders olarak okutulan “Medya Okuryazarlığı” dersi bireylerin medya okuryazarı olmaları için yeterli değildir. Çünkü ülkemizde “Medya Okuryazarlığı” dersi seçmeli bir dersdir ve notla değerlendirilmemektedir. Bu dersin etkili olabilmesi için zorunlu ders haline getirilmesi ve işin uzmanı olan İletişim Fakültesi mezunlarınca verilmesi önerilmektedir.

Ayrıca medya okuryazarlığı konusunda araştırma yapan hemen hemen her araştırmacının da vardığı sonuca göre medya okuryazarlığı hayat boyu devam eden bir eğitim anlayışıyla gerçekleştirilmelidir. Bu eğitim anlayışının oturmasında da İletişim Meslek Liseleri önemli bir yere sahip olacağı düşünüldüğü için bu liselerin yaygınlaştırılması gerekmektedir.

Yine araştırma sonuçlarına göre katılımcıların yeni medyayı etkin bir biçimde kullandıkları fakat geleneksel medyayı daha az kullandıkları görülmüştür. Günümüzde iletişim teknolojilerindeki gelişmeler yeni medya kullanımı ve buna paralel olarak internet kullanım oranını artırmıştır. Bu nedenle 2018-2019 eğitim öğretim yılında kademeli olarak değişecek olan orta öğretim kurumları ve İletişim Meslek Lisesi eğitim müfredatının yeni medya okuryazarlığını geliştirecek şekilde düzenlenmesi önerilmektedir.

Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitimi Ülkemizde yaygınlaştırmak istemektedir ve bunu 2014-2018 dönemini kapsayan Onuncu Kalkınma Planı çalışmaları kapsamında kurulan “Mesleki Eğitimin Yeniden Yapılandırılması” ve 18. Milli Eğitim Şurası kararları ve 2023 hedefleri kapsamında da ele almıştır. MEB’in Meslek Liselerinin tercih edilirlilik oranını arttırması için, YÖK tarafından Milli Eğitim Bakanlığı’na sunulan, 2547 sayılı YÖK Kanunu’nda yapılan değişiklikle Mesleki ve Teknik Ortaöğretim Kurumu mezunlarının sınavsız geçiş hakkıyla ilgili düzenlemeyi yeniden ele alması gerekmektedir. Çünkü bu düzenlemeden önce kendi alanında bir yükseköğretim kurumunu tercih eden öğrenciye 30 ile 15 puan arasında bir ek puan verilmekteydi. Bu yasadan sonra 2 yıllık Meslek Yüksek Okullarına sınavsız geçiş yürürlükten kalkmış, fakat kendi bitirdiği alanla ilgili bir yüksekokulda okumak isteyen öğrencilere (2 yıllık) ek puan verilmesine karar verilmiştir. İşte bu doğrultuda MEB Meslek Liselerinin ve İletişim Meslek Liselerinin tercih edilirlilik oranını arttırmak için orta öğretimde mezun olduğu bölümle ilgili bir yükseköğretim kurumunda eğitimine devam etmek isteyen öğrencilere yeniden ek puan uygulamasını geri getirmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akdemir, A. S. (2013). “Türkiye’de Öğretmen Yetiştirme Programlarının Tarihçesi ve Sorunları”. *Turkish Studies* 8(12): 15-28.
- Aktı, S. (2011). *İlköğretim Sekizinci Sınıf Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı İle Sosyal Beceri Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Programları ve Öğretim Anabilim Dalı, Elazığ.
- AL, U. (2007). *Türkiye’nin Bilimsel Yayın Haritası: Türkiye’de Dergi Yayıncılığı Üzerine Bibliyometrik Bir Araştırma*. (Proje No: Sobag-105k088). Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü, Ankara.
- Alagözlü, Ç. (2013). *Türkiye’de ve AB Ülkelerinde Medya Okuryazarlığı*. Nisan Kitabevi, Ankara.
- Altıncılıç, Z. ve Özkan, H. (2014). “Televizyon İzlemenin 1-6 Yaş Çocuk Sağlığı Üzerindeki Etkilerine Yönelik Annelerin Tutum ve Davranışlarının Belirlenmesi”. *İzmir Dr. Behçet Uz Çocuk Hastalıkları Dergisi*, 4(3): 186-194.
- Altun, A. (2010). *Medya Okuryazarlığının Sosyal Bilgiler Programlarıyla İlişkilendirilmesi ve Öğretimi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Alver, F. (2006). “Medya Yetkinliğinin Kuramsal Temelleri”. *Kilad Dergisi*, 7(1):9-26.
- Andersen, N. (2002). *New Media and New Media Literacy. Thinking Critically About Media: Schools and Families In Partnership Cable in the Classroom*. p. 30-35.
- Ankaralıgil, S. Y. (2009). *İlköğretim 6. ve 7. Sınıf Öğrencilerinde Medya Okuryazarlığı ve Eleştirel Düşünme Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Apak, Ö. (2008). *Türkiye, Finlandiya ve İrlanda İlköğretim Programlarının Medya Okuryazarlığı Eğitimi Açısından İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi Eğitim Fakültesi İlköğretim Bölümü, Kocaeli.
- Atabek, N. (2014). “Medya ve Kamuoyu”. H. İ. Gürcan, (Ed.), *Medya ve İletişim*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 93-113.
- Aufderheide, P. (1989). *General Principles İn Media Literacy*. <http://newsreel.Org/articles/aufderhe.html/> (erişim tarihi: 05.03.2018).

- Aziz, A. (1982). "Toplumsallaşma ve Kitle İletişim". *Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları*, 3(4):1-236
- Aziz, A. (2006). *Televizyon ve Radyo Yayıncılığı Giriş*. Turhan Kitabevi, Ankara.
- Aziz, A. (2002). *Radyo Yayıncılığı*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Bacaksız, T. (2010). *Medya Okuryazarlığı Dersinde Gazete ve Dergi Kullanımı; Medya Okuryazarlığı Dersinde Gazete ve Dergi Kullanımı İzmir'de Medya Okuryazarlığı Dersinin Öğrencilerin Gazete ve Dergi Okuma Alışkanlıklarına Olan Etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Gazetecilik Bilim Dalı, Ankara.
- Bilici, S. (2011). *Türkiye'de Ortaöğretimde Medya Okuryazarlığı Dersi İçin Bir Model Önerisi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Gazetecilik Bilim Dalı, Kayseri.
- Bek, M. G. ve Binark, M. (2007). *Eleştirel Medya Okuryazarlığı: Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar*. Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- Birsen, Ö. (2013). "Radyo ve Televizyon Haberciliğinde Yapım-Yayın Süreçleri". E. N. Orhon - Ö. Ataman (Ed.), *Radyo ve Televizyon Haberciliği*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 76-98.
- Birsen, Ö. (2015). "Radyo Yayıncılığında Program Türlerinin Sınıflandırılması". E. G. Uğurlu (Ed.), *Radyo ve Televizyon Programcılığının Temel Kavramları*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 72-89.
- Bozkurt, İ. (2012). *Medya Okuryazarlığı Dersini Alan Öğrencilerin Medyaya Bakışı: Kayseri Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Konya.
- Buckingham, D. (1998). *Media education in the UK: Moving beyond protectionism*. Journal of Communication. 48(1): 33-43.
- Buckingham, D. (2003). *Media Education Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Polity Press, USA.
- Bülbül, R. A. (2000). *Uluslararası İletişim*. Damla Yayınları, Konya.
- Büyükbaykal, G. (2011). *Televizyonun Çocuklar Üzerindeki Etkileri*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. 28 (31-44).
- Cinman, M. (2016). "Medya Okuryazarlığı". N. Türkoğlu - M. Cinman (Ed.), *Medya Okuryazarlığı*. Pales Yayınları, İstanbul, 11-12.

- Creswell, J. W. (2015). *Educational Research: Planning, Conducting, And Evaluating Quantitative And Qualitative Research, Enhanced Pearson E-Text With Loose-Leaf Version-- Access Card Package*. Pearson Education, Inc.
- Çakır, H. ve Topçu, H. (2005). “Bir İletişim Dili Olarak İnternet”. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2): 71-96.
- Çakmak, E. (2010). *İngiltere ve Türkiye’deki İlköğretim Medya Okuryazarlığı Eğitimi Program ve Uygulamalarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Programları ve Öğretimi Anabilim Dalı, Bolu.
- Çarpınlioğlu, M. (2013). *Türkiye’de Hedef Kitlesi Kadınlar Olan Dergi Yayıncılığında Küreselleşme Süreci ile Gerçekleşen Değişimin Analizi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Genel Gazetecilik ve Medya Yönetimi Yüksek Lisans Programı, İstanbul.
- Çavuş, H. ve Gökdaş, İ. (2006). *Eğitim Fakültesi’nde Öğrenim Gören Öğrencilerin İnternetten Yararlanma Nedenleri ve Kazanımları*. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi 3(2): 56-78.
- Çetinkaya, S. (2008). *Bilinçli Medya Kullanıcıları Yaratma Sürecinde Medya Okuryazarlığının Önemi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çıkkılı, Y., Gülaçtı, F. ve Özen, Y. (2004). “Eğitim Bilimleri ve İnternet”. *Doğu Anadolu Araştırmaları*, 3 (1): 52-57.
- Çiçek, E. (2013). *Medya Okuryazarlık Düzeyi İle Medya Kullanımı Arasındaki İlişki: İletişim Meslek Lisesi Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, İstanbul.
- Doğan, A. ve Göker, G. (2012). “Tematik Televizyon ve Çocuk: İlköğretim Öğrencilerinin Televizyon İzleme Alışkanlıkları”. *Milli Eğitim National Education*, 41(194): 7-29
- Erdoğan, İ. (1999). “Dördüncü Gücün İlettiği: Amerikan Örneği”. K. Alemdar (Ed.), *Medya Gücü ve Demokratik Kuramlar*. Afa Yayıncılık, İstanbul.
- Eren, F. (1986). *Türk Basının Sorunları Sempozyumu*. Ankara Üniversitesi BYYO, Ankara.
- Erol, A. (2009). *Dünyada ve Türkiye’de Elektronik Yayıncılık*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Isparta.
- Erol, G. (2007). *Medya Üzerine Çalışmalar*. Beta Basım, İstanbul.

- Ersöz, S. ve Meral, P. S. (2016). “İnternet Okuryazarlığı ve Dijital Uçurum”. N. Türkoğlu -M. Cinman (Ed.), *Medya Okuryazarlığı*. Pales Yayınları, İstanbul, 11-12.
- Ertürk, Y. D. ve Gül, A. A. (2006). *Çocuğunuzu Televizyona Teslim Etmeyin Medya Okuryazarı Olun*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Frau-Meigs, D. (2006), *Media Education: A Kit for Teachers, Students, Parents and Professionals*, UNESCO, Paris.
- Gökçe, O. (1996). “Kamuoyu Kavramının Anlam ve Kapsamı”. *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 14(14): 211-227.
- Gömlüksiz, M. N., Kan, A. Ü. ve Öner, Ü. (2012). “Üstün Zekâlı ve Üstün Yetenekli Öğrencilerin Medya Okuryazarlığına İlişkin Görüşleri: Elazığ Bilim ve Sanat Merkezi Örneği”. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 2 (4): 41- 54.
- Güdekli, İ. A. (2016). “Yeni Medyada Siyasal Söylem: 7 Haziran 2015 Milletvekili Genel Seçimi Sürecinde Siyasi Liderlerin Twitter Kullanımı”. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 14(1): 131-154.
- Güngör, N. (2011). *İletişime Giriş*. Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Gürçan, H. İ ve Batu, Ç. (2002). “Haber Sitelerinde İçerik Kalitesine Yönelik Bir Analiz”. *VIII. Türkiye’de İnternet Konferansı*, İstanbul.
- Gürçan, H. İ. (2015). “Medya Tarihi”. H. İ. Gürçan (Ed.), *Haberciliğin Temel Kavramları*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2-22.
- Hasdemir, T. A. (2012). “Gelenekselden Yeni Medya Okuryazarlığına: Türkiye Örneğinde Bir Değerlendirme”. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2): 23-40.
- Hobbs R. (2004). “Medya Okuryazarlığında Yedi Büyük Tartışma”. (Çev. M.T. Bağlı), *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergi*, 37 (1): 122-140.
- Işkın, P. (2015). *Öğretmen Görüşlerine Göre Yeni Medya Okuryazarlığı Programı*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İlköğretim Anabilim Dalı, Samsun.
- İnal, K. (2009). *Medya Okuryazarlığı El Kitabı*. Ütopya Yayınevi, Ankara.
- İnan, T. (2013). *Medya Okuryazarlığı Sürecinde Medya, Çocuk Ve Ebeveyn İlişkisi: Ortaokul Öğrencilerinin ve Ebeveynlerinin Televizyon ve İnternet Kullanımlarına İlişkin Tutum ve Davranışlarının İncelenmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Dumlupınar Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İlköğretim Anabilim Dalı, Kütahya.
- İnceoğlu, Y. (2016). “Medyayı Doğru Okumak”. N. Türkoğlu - M.Ş. Cinman (Ed.), *Medya Okuryazarlığı*. Pales Yayınları, İstanbul, 19-24.

- İspirli, M. (2000). *Medya Gerçeği ve Haberciler*. Akçağ Yayınları, Ankara.
- Jolls T. ve Thoman E. (2008). *21. Yüzyıl Okuryazarlığı: Medya Okuryazarlığına Genel Bir Bakış ve Sınıf içi Etkinlikler*. (Çev. C. Elma ve A. Kesten), Ekinoks Yayınevi, Ankara.
- Kalan, Ö. G. (2010). “Medya Okuryazarlığı ve Okul Öncesi Çocuk: Ebeveynlerin Medya Okuryazarlığı Bilinci Üzerine Bir Araştırma”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, 1(39): 59-73.
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikler*. Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kaplan, K. (2017). *Medya Okuryazarlığı Dersinin Türkçe Öğretimiyle Birleştirilmesi Sürecinde Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmenlerinde Bulunması Gereken Yeterlikler*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Karabacak, Z. İ. ve Erdiñ, S. (2010). *RTÜK Çocuk Sitesi’nin Medya Okuryazarlığı Bağlamında İncelenmesi*. <http://bilgis.org/rtuk-cocuk-sitesinin-medya-okuryazarlig-baglamnda-incelenmesi-z.html/> (erişim tarihi:13. 12. 2017).
- Karaduman, M. ve Akbulutgiller, B. (2017). “Türkiye’de Gazetecilik Eğitimi: Lisans Müfredat Programları Karşılaştırması”. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16(4): 1161-1181.
- Karaduman, S. (2014). “The Role Of Critical Media Literacy İn Further Development Of Consciousness Of Citizenship”. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 174 (2015): 3039 – 3043.
- Karaman, M. K. ve Karataş, A. (2009). “Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri”. *İlköğretim Online*, 8(3): 798-808.
- Karaman, M. K. (2016), “Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri ve Eleştirel Düşünme Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma”. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(1): 326-350.
- Kartal, O. Y. (2007). *Ortaöğretim 10. Sınıf Öğrencilerinin Televizyon Dizilerindeki Mesajları Algulamalarında Medya Okuryazarlığının Etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Eğitim Programları ve Öğretim Bilim Dalı, Çanakkale.
- Kaya, R. (1985). *Kitle İletişim Sistemleri*. Teori Yayıncılık, Ankara.
- Kılıç, D. (2014). “Medya Kavramı ve Toplum”. H. İ. Gürcan (Ed.), *Medya ve İletişim*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 73-90.

- Kıncal, R. Y. ve Kartal, O. Y. (2009). “Medya Okuryazarlığı Eğitimi”. *Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları*, 37(181): 318-332.
- Kocadaş, B. (2006). “Kültür ve Medya”. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 1-8.
- Koçak, B. (2011). *İlköğretim Yedinci ve Sekizinci Sınıf Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Dersine İlişkin Algıları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İlköğretim Ana Bilim Dalı Sınıf Öğretmenliği Bilim Dalı, Erzurum.
- Korkmaz, A. (2012). “Gazetecilik Eğitimi Alan Öğrencilerin Gazetecilik Eğitimi ve Gazetecilik Mesleğine Bakışı”. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (16): 9-27.
- Kubey, R. (2001). *Media Literacy in the Information Age, Current Perspectives*.
- Kutoğlu, Ü. (2016). “Medya Okuryazarlığı ve Çocuk Eğitimi”. N. Türkoğlu - M. Cinman (Ed.), *Medya Okuryazarlığı*. Pales Yayınları, İstanbul, 99-112.
- Kuyucu, M. (2013). *Yeni Medya Yeni Ekonomi Ve Yeni Fırsatlar: Geleneksel Ekonominin Yeni Ekonomiye Dönüşümünün Kilometre Taşları*. Zinde Yayınları, İstanbul,
- Lewin, D. (2004). *Navigating the children's media landscape: a parent's and caregiver's guide*. American Institutes for Research, Washington.
- Livingstone, S. (2008). “Internet Literacy: Young People's Negotiation of New Online Opportunities. Digital Youth, Innovation, and the Unexpected”. T. McPherson, D. John and T. Catherine (Ed.), *MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning*. Cambridge: MIT Press, 101-122.
- MEGEP. (2011). *Medya Tarihi*. Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara.
- MEGEP. (2011). *Radyo Televizyon Yapımcılığının Temelleri*. Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara.
- Mora, N. (2008). “Medya ve Kültürel Kimlik”. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1): 1-14.
- Oflaz, T. (2016). *Medya Okuryazarlığı Dersi Kapsamında Öğrencilerin, Medyaya Bakış Açılarının Değerlendirilmesi: Denizli İl Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Özad, B. E. (2016). “Medya Okuryazarlığı ve Yetişkinlerin Öğrenmesi”. N. Türkoğlu - M.Ş. Cinman (Ed.), *Medya Okuryazarlığı*. Pales Yayınları, İstanbul, 89-98.
- Özkanal, B (2014). “Radyo ve Televizyon İletişim Süreci”. Y. Demir - A. Z. Özgür (Ed.), *Radyo ve Televizyon Program Yapımı*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 3-35.

- Özonur, D. ve Özalpman, D. (2009). “Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Projesi Üzerine Bir Değerlendirme”. *Marmara Üniversitesi İletişim Dergisi*, (15): 195-212.
- Pekman, C. (2016). “Avrupa Birliği’nde Medya Okuryazarlığı”. N. Türkoğlu - M. Cinman (Ed.), *Medya Okuryazarlığı*. Pales Yayınları, İstanbul, 37-45.
- Potter, J. W. (2005). *Media literacy*. Sage publications, London.
- Potter, W. J. (2011). *Media Literacy 5th Edition*. SAGE Publications, California.
- RTÜK. (2007). *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı*. Ankara.
- Sadriu, S. (2009). *Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Alan İlköğretim İkinci Kademe Öğrencilerinin Ders Sonu Çıktılarına Yönelik Bir Pilot Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Sarı, H. (2012). *Sosyal Medya ve Uygulamalarının On-line Halkla İlişkiler Açısından Değerlendirilmesi*. <http://www.hasansari.com.tr/upload/98603353/> (erişim tarihi: 05.05.2018).
- Sarıfakıoğlu, B. (2007). “İnternetin Toplumsal Etkileri”. *Elektrik Mühendisliği Dergisi*, (431): 54-57.
- Sayer, R. (2007). *Çocuk Kütüphanelerinde Elektronik Yayınların Kullanımı ve Yaygınlaştırılması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Sevim, F. (2013). *Medya Okuryazarlığı, Toplumsal Cinsiyet ve Kadının Medyada Temsili*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Silverblatt, A. ve Eliceiri, E. M. (1997). *Dictionary of Media Literacy*. Greenwood Publishing Group, USA.
- Sivritepe, S. (2014). *Öğrencilerin Medya Okuryazarlığı Dersine Bakışı: Konya İli Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Solmaz, B. ve Yılmaz, R. A. (2012). “Medya Okuryazarlığı Araştırması ve Selçuk Üniversitesinde Bir Uygulama”. *Selçuk İletişim Dergisi*, 7 (3): 55-61.
- Şahin, A (2011). *Öğretmen ve Öğretmen Adayları ve Medya İle Bağı Olan Herkes İçin Eleştirel Medya Okuryazarlığı*. Anı Yayıncılık, Ankara.
- Şahin, K. (2011). “Kültürel Yozlaşmaya Neden Olan Bir Unsur Olarak Televizyon”. *Sosyal Bilimler Dergisi: Dergipark*, 1(1): 243-277.

- Şimşek, A. (2015). “İletişim Araştırmalarında Paradigma Değişimi”. B. Yıldırım (Ed.), *İletişim Araştırmalarında Yöntemler*. Literatürk Acedemia Yayınları, İstanbul, 155-196.
- Şimşek, H. (2001). 19. Yüzyıl Çocuk Dergiciliği ve Eğitsel İşlevleri Üzerine. Milli Eğitim Dergisi, (151): 2-9.
- Taşkıran, N. (2007). *Medya Okuryazarlığına Giriş*. Beta Yayınları, İstanbul.
- Taylan, A. (2015). “Nitel ve Nicel Araştırmalarda Evren ve Örneklem Seçimi ve Sorunları”. B. Yıldırım (Ed.), *İletişim Araştırmalarında Yöntemler*. Literatürk Acedemia Yayınları, İstanbul, 45-83.
- Thoman, E. (1999). “Skills and Strategies For Media Education”. *Educational Leadership*, 56(5): 50-54.
- Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity: a Social Theory of The Media*. Polity Press, Cambridge.
- Tokgöz, O. (2003). *Temel Gazetecilik*. İmge Kitapevi, Ankara.
- Topuz, H. (2003). *II: Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi*. Remzi Kitapevi, İstanbul.
- Topuz, H. (2016). “Medya Eğitimi: Medya Çözümlemesi”. N. Türkoğlu - M. Cinman (Ed.), *Medya Okuryazarlığı*. Pales Yayınları, İstanbul, 13-18.
- Treske, G. (2016). *Medya Okuryazarlığı Neden Gerekli*. N. Türkoğlu - M. Cinman (Ed.), *Medya Okuryazarlığı*. Pales Yayınları, İstanbul, 25-36.
- Tuncer, S. (2013). “Sosyal Medyanın Gelişimi”. Z. Özata (Ed.), *Sosyal Medya*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 57-78.
- Turhan, M. (1997). *Kültür Değişimleri*. Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- Türkoğlu, N. (2016). *Okuryazarlıktan Medya Okuryazarlığına: Şifrelerin Ortaklığını Aramak*. N. Türkoğlu - M. Cinman (Ed.), *Medya Okuryazarlığı*. Pales Yayınları, İstanbul, 265-271.
- Uysal, M. (2006). *Medya ve Şiddet, Toplumsal Bir Sorun Olarak Şiddet*. Eğitim Sen Yayınları, Ankara.
- UNESCO (1982). *Grunwald Declaration On Media Education*. http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF / (erişim tarihi: 05.02.2018).
- UNESCO (2001). *Youth Media Education Survey Final Report. Prepared for Unesco Sector of Communication and Information*. Domaille, K., and Buckingham, D. London University, England.

- UNESCO (2006). “A Kit for Teachers, Students, Parents and Professionals”. F.M. Divina (Ed.), *Media Education*. UNESCO, L’exprimeur, Paris.
https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/hizliersim_icerik_goster.php?Guid=0DB1D9EF-2734-4CA0-AFF7-94814002C5C1&Id=2 / (erişim tarihi: 25.04.2018).
- Ülker, M. (2012). *Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen Kılavuz Kitabının Öğretim Programı İle Tutarlılığının Değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Eğitim Teknolojisi Doktora Programı, Ankara.
- Vural, A. M. (2015). “Kitle İletişim Araçlarına Göre Habercilik”. H. İ. Gürcan (Ed.), *Haberciliğin Temel Kavramları*. Anadolu Üniversitesi Yayınları Yayınları, Eskişehir, 94-119.
- Yengin, D. (2012). *Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum*. Derin Yayınları, İstanbul.
- Yeşil, R. ve Korkmaz, Ö. (2008). “Öğretmen Adaylarının Televizyon Bağımlılıkları, Okuryazarlık Düzeyleri ve Eğitselliğine İlişkin Düşünceleri”. *Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, (6): 55-72.
- Yücedoğan, G. (2012). “Günümüzde Yazılı Basın Olgusu”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (15): 153-163.
- Yüksel, E. ve Gürcan H. İ. (2001). *Habercinin El Rehberi*. Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları, Eskişehir.

İnternet Kaynakları

- http://mevzuat.meb.gov.tr/html/2630_0.html/ (erişim tarihi: 23.02.2018).
- <http://mtegm.meb.gov.tr/TR/okullar.asp?PAGE=Liste/> (erişim tarihi: 27.02.2018)
- <http://www.megep.meb.gov.tr/dokumanlar/> (erişim tarihi: 07.04.2018)
- <http://www.iletisimvediplomasi.com/medya-okuryazarligi-prof-dr-zakir-avsar/> (erişim tarihi: 3.02.2018).
- https://ttkb.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2018_02/15111325_9_cizelgeveesaslar.pdf/ (erişim tarihi:27.02.2018).
- <https://www.rtuk.gov.tr/rtuk-kamuoyu-arastirmalari-389> (erişim tarihi: 23.03.2018).
- <https://www.tokat.meb.gov.tr/> (erişim tarihi: 25.02.2018).
- <https://www.rtuk.gov.tr/duyurular/3788/611/22-09-2014-medya-okuryazarligi-kitabi-sil-bastan.html> (erişim tarihi 28.06.2018).

- () Ders ve eğitim amaçlı () Günlük haberlere ulaşmak () İletişim kurmak
 () Alışveriş yapmak () Oyun oynamak () Diğer (belirtiniz)

7. Kendinize ait bir cep telefonunuz var mı?

- a) Evet b) Hayır

8. Günde kaç saat telefonunuzu kullanıyorsunuz?

- a) Hiç kullanmam b) 1 saatten az c) 1 saat d) 2 saat
 e) 3 saat f) 4 saat g) 5 saat ve üzeri

9. Cep telefonunuzu haberleşme haricinde hangi amaçla kullanırsınız? (1 'den 4 'e doğru sıralayınız.) (En çok kullanılan 1, en az kullanılan 5)

- () Fotoğraf-video çekimi için () E-maillere ulaşmak için
 () İnternet erişimi için () Müzik dinlemek için
 () Diğer (belirtiniz)

10. Ne sıklıkta gazete okuyorsunuz? (Hiç okumam şikkını işaretleyenler aşağıdaki sıklıkı işaretlemeye bilir.)

- a) Hiç okumam b) Senede birkaç c) Ayda 1 d) Haftada 1
 e) Haftada birkaç f) Her gün

11. Hangi amaçla gazete okumaktasınız? (1 'den 5 'e doğru sıralayınız. (En çok Kullanılan 1 en az kullanılan 5)

- () Bilgi edinmek () Günlük gelişmeleri takip etmek
 () Boş zamanı değerlendirmek () Eğlenmek () Merak

12. Hangi sıklıkla dergi okursunuz? ? (Hiç okumam şikkını işaretleyenler aşağıdaki sıklıkı işaretlemesin.)

- a) Her gün okurum b) Haftada bir okurum c) 15 günde bir okurum
 d) Ayda bir okurum e) Dergi okumam

13. Hangi amaçla dergi okumaktasınız? (1 'den 5 'e doğru sıralayınız.) (En çok kullanılan 1, en az kullanılan 5)

- () Bilgi edinmek () Eğitim () Boş zamanı değerlendirmek
 () Eğlenmek () Merak

**C.İLETİŞİM LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN ÖĞRENİM GÖRDÜKLERİ BÖLÜM MÜFREDATINA
(DERSLERİNE) İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ**

Sıra No		Tamamen katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
1	Eğitim gördüğüm bölümde kullanılan araç-gereci yeterli bulurum.					
2	Eğitim gördüğüm bölümde kitle iletişim araçları ile ilgili sınıf içi tartışmaları yeterli bulurum.					
3	Eğitim gördüğüm bölümdeki dersleri sıkıcı bulurum.					
4	Eğitim gördüğüm bölümdeki dersleri gereksiz bulurum.					
5	Eğitim gördüğüm bölümdeki derslerin günlük hayatımda hiçbir şeye katkısı olmayacağını düşünürüm.					
6	Eğitim gördüğüm bölümdeki dersleri içerik olarak yeterli bulurum.					
7	Eğitim gördüğüm bölümdeki dersler kitle iletişim araçlarından gelen mesajları, anlamam konusunda farkındalık düzeyimi arttırdı.					

9. Eğitim gördüğünüz bölümde ders konularının (müfredatının) en yetersiz olduğunu düşündüğünüz meslek dersi hangisidir? *(Birden fazla ders yazabilirsiniz.) (En yetersiz gördüğünüz meslek dersinden başlayarak sırasıyla yazınız.)*

10. Eğitim gördüğünüz bölümde ders konularını (müfredatını) yeterli bulduğunuz meslek dersi hangisidir? *(Birden fazla ders yazabilirsiniz.) (En yeterli bulduğunuz meslek dersinden başlayarak sırasıyla yazınız.)*

11. Eğitim gördüğünüz bölümde Kitle İletişim Araçlarından gelen mesajları; olumlu ya da olumsuz olduğunu anlamanıza en çok katkısı olan meslek dersi hangisidir? *(Birden fazla ders yazabilirsiniz.) (Size en çok katkısı olan meslek dersinden başlayarak sırasıyla yazınız.)*

II. BÖLÜM: MEDYA OKURYAZARLIK DÜZEY BELİRLEME ÖLÇEĞİ

<i>Sıra No</i>	<i>Boyut</i>		<i>Hiçbir Zaman</i>	<i>Ara sıra</i>	<i>Nadiren</i>	<i>Sıklıkla</i>	<i>Her zaman</i>
1	Bilgi Sahibi Olmak	Kitle iletişim araçlarında yer alan mesajların doğruluğuna ve yanlışlığına kendim karar verebilirim.					
2		Kitle iletişim araçları tarafından üretilen tüketim kültürü, şiddet ve vb. değerlerin farkına varırım.					
3		Mesajların hangi amaçlarla (sosyal sorumluluk, tüketim, bilgi verme, eğlendirme vb) oluşturulduğunu fark ederim.					
4		Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumlu ve olumsuz yanlarını belirlerim.					
5		Kitle iletişim araçlarında verilen mesajlara eleştirel bir bakış açısıyla bakarım.					
6		Kitle iletişim araçlarının bireyleri nasıl etkilediği konusunda yeterliliğe sahibim.					
7		Kitle iletişim araçlarının politik, ekonomik, kültürel ve sosyal önceliklerinin olduğunu fark ederim.					
8	Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme	Kitle iletişim araçlarındaki mesajlara olumlu ve olumsuz tepki veririm.					
9		Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumsuzluklarından korunma konusunda önerilerde bulunurum.					
10		Verilen mesajların farklı kitle iletişim araçlarında farklı biçimlerde oluşturulduğunu bilirim					
11		Kitle iletişim araçlarının yayınlarında kanuni ve etik kurallara bağlı kalınıp kalınmadığını takip ederim.					
12		Birey olarak kitle iletişim araçlarındaki üretim sürecine ne kadar etkim olacağını bilirim.					
13		Kitle iletişim araçlarında yanlış habercilik yapıldığının hemen farkına varırım.					
14	Örtük bilme	Kitle iletişim araçlarında yapılan gizli reklamı fark ederim.					
15		Sponsorların yayın üzerindeki etkisini gözlemleyebilirim.					
16		Kitle iletişim araçlarının aktardığı örtük(geride kalan mesajların) farkına varırım					
17		Kitle iletişim araçlarıyla verilen mesajlardaki anlamları çözümlemede yeterliliğe sahibim.					

EK 2- GAZETECİLİK ALANI MESLEK DERSLERİ VE KAZANIMLARI

	ANADOLU MESLEK LİSESİ	ANADOLU MESLEK LİSESİ
Yazılı Basın Muhabirliği	Haber Toplama ve Yazma	Haber Toplama ve Yazma
	Yayın Türüne Göre Gazetecilik	Haber Yazma Teknikleri
	İşletmelerde Beceri Eğitimi	Uzman Gazetecilik
Televizyon Muhabirliği	Haber Toplama ve Yazma	Haber Toplama ve Yazma
	Televizyon Haberi	Televizyon Haberi
	İşletmelerde Beceri Eğitimi	Televizyon Haberciliğinde Uzmanlık
Sayfa Sekreterliği	Haber Toplama ve Yazma	Haber Toplama ve Yazma
	Sayfa Düzenleme	Sayfa Düzenleme
	İşletmelerde Beceri Eğitimi	Sayfa Tasarımı
Foto Muhabirliği	Haber Toplama ve Yazma	Haber Toplama ve Yazma
	Haber Fotoğrafçılığı	Haber Fotoğrafçılığı
	İşletmelerde Beceri Eğitimi	Basın Fotoğrafçılığı

TEMEL İLETİŞİM

İletişimin temel kavramları, iletişim türleri, kitle iletişim süreci ve beden dili ile ilgili bilgilerin verildiğidir. Bu derste öğrenciye; iletişim sürecini inceleme, amacına uygun iletişim türlerini kullanma, kitle iletişim sürecini çözümleme, beden dilini etkili kullanma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
İletişim Süreci ve Türleri	40/32	İletişim sürecini incelemek ve iletişim türlerini kullanmak
Kitle İletişimi	40/32	Kitle iletişim sürecini çözümlemek
Beden Dili	40/32	Beden dili ile iletişim kurmak

ETKİLİ KONUŞMA VE YAZMA TEKNİKLERİ

Konuşmanın oluşumu, sesin nitelikleri, seslerin ve kelimelerin doğru telaffuzu, konuşma kusurlarını düzeltme ve yazı dilini etkili kullanma ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye; Türkçeyi etkili ve doğru kullanmak için diyaframı kullanma, sesleri doğru kullanma, etkili ve doğru konuşma, planlı ve etkili yazı yazma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Diksiyon 1	40/32	Türkçeyi doğru konuşmak
Diksiyon 2	40/32	

TEMEL FOTOĞRAFÇILIK

Fotoğraf makinesinin parçaları, ışık, renk, kompozisyon ve fotoğraf çekim teknikleri ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye; fotoğraf makinesinin ayarlarını yapma, fotoğraf çekimi öncesi ön hazırlık yapma, kompozisyon kurallarına uygun fotoğraf çekme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Fotoğraf Makineleri	40/32	Fotoğraf makinelerini hazırlamak
Fotoğraf Makinesi Ayarları	40/32	Fotoğraf makinelerinin ayarlarını yapmak
Fotoğrafta Işık ve Kompozisyon	40/16	Kompozisyon kurallarına ve ışığa uygun fotoğraf çekmek

HABER TOPLAMA VE YAZMA

Haberin temel nitelikleri, basın kuruluşlarında gündem takibi ve organizasyonu, haber izleme ve toplama yöntemleri, haber dilinin özellikleri ve basit düzeyde haber yazma ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye; haberin temel unsurlarını inceleyerek haber toplamak ve yazmak için haber analizi yapma, gündemi takip etme, haber toplama ve haber yazma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Haberin Nitelikleri	40/32	Haber analizi yapmak
Gündem Organizasyonu	40/24	Gündemi takip etmek
Haber Toplama 1	40/24	Haber toplamak
Haber Toplama 2	40/24	
Haber Yazma 1	40/32	Haber yazmak
Haber Yazma 2	40/32	

MESLEKİ BİLGİSAYAR

Bilgisayarda metin dosyası, elektronik tablolar programları, verileri sıralama ve grafiksel olarak gösterme, seri şekilde yazı yazma ve internet ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye; bilgisayarda metin dosyası oluşturma, bilgisayarda verileri sıralama ve grafiksel olarak gösterme, bilgisayarda seri yazı yazma, internet üzerinden bilgiye ulaşma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Kelime İşlemci	40/32	Bilgisayarda metin dosyası oluşturma
F Klavye 1	40/32	Bilgisayarda seri yazı yazmak
F Klavye 2	40/32	
Elektronik Tablo	40/24	Bilgisayarda matematiksel ve mantıksal dosya oluşturma
Bilgisayarla İletişim	40/16	İnternet üzerinden bilgiye ulaşmak ve iletişim kurmak

MEDYA ORGANİZASYONU

Gazeteciliğin temel kavramları, medya kuruluşlarının ekonomik ve örgütsel yapısı, ilan ve reklam organizasyonu, yayın dağıtım ile ilgili bilgilerin verildiğiderstir. Bu derste öğrenciye; medya kuruluşlarının kurumsal yapısını çözümleme için gazetecilik mesleğinin temel kavramlarını açıklama, medya kuruluşlarının ekonomik ve örgütsel yapılarını, ilan ve reklam ile yayın dağıtım organizasyon yapılarını çözümleme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Gazeteciliğin Temel Kavramları	40/24	Gazetecilik mesleğinin temel kavramlarını açıklamak
Basın İşletmeciliği	40/24	Basın yayın işletmelerinin ekonomik ve örgütsel yapısını çözümlemek
İlan Reklam Organizasyonu	40/16	Basın kuruluşlarında ilan ve reklam organizasyonunu incelemek
Yayın Dağıtım	40/16	Yayın dağıtım organizasyon şemasını çizmek

HABER YAZMA TEKNİKLERİ

Haber yazma teknikleri; özel haber araştırma, yazma yöntemleri ve redaksiyon yöntemi ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye; haber toplama ve yazma için tekniğine göre açık, sade ve anlaşılır tarzda haber yazma ve redaksiyon yapma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Haber Yazma Teknikleri	40/32	Tekniklerine göre haber yazmak
Redaksiyon 1	40/32	Redaksiyon yapmak
Redaksiyon 2	40/32	

YAYIN TÜRÜNE GÖRE GAZETECİLİK

Dergi haberciliği, radyo ve televizyon haberciliği, ajans haberciliği ve internet haberciliği ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye; yayın türlerine göre farklı haber tekniklerini uygulamak için dergi, ajans, radyo, televizyon ve internet haberi yazma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Ajans Haberciliği	40/24	Ajans haberi yazmak
Dergi Haberciliği	40/32	Dergi haberi yazmak
Televizyon Haberciliği	40/32	TV haberi yazmak
Radyo Haberciliği	40/24	Radyo haberi yazmak
İnternet Haberciliği	40/24	İnternet haberciliğini çözümlemek

HABERLEŞME HUKUKU

Hukukun temel kavramları, anayasal ilkeler, anayasal hak ve sorumluluklar, fikir hakları ile ilgili yasal düzenlemeler, meslek etiği, meslek ilkeleri, basın suçu kavramı, basında ceza sorumluluğu, haberleşme ile ilgili yasal düzenlemeler ve basın kartları ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye; kitle iletişiminin yasal çerçevesini incelemek için fikir haklarına uygun hareket etme, meslek etiğine uygun hareket etme, haberleşme ile ilgili yasal düzenlemelere uyma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Toplumsal Düzen	40/16	Hukuk kurallarına uygun davranmak
Anayasal Hak ve Sorumluluklar	40/16	Anayasal hak ve sorumluluklarına uygun davranmak

Fikir Hakları	40/16	Fikir haklarına uygun hareket etmek
Basında Meslek Etiği	40/16	Basında meslek etiği gereklerine uymak
Basın Suçları	40/16	Haberleşme ile ilgili yasal düzenlemelere uymak

HABER FOTOĞRAFÇILIĞI

Haber-fotoğraf ilişkisi, fotoğrafın dikkat öğeleri, fotoğrafçılıkta perspektif, derinlik, ışık ve renk, fotoğrafı değerlendirme ve yayın kalitesinde fotoğraf seçme ile ilgili bilgi ve becerilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye, farklı durumlarda haber fotoğrafı çekme, fotoğrafı değerlendirme ve seçme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Haber Fotoğrafı	40/32	Haber fotoğrafı çekmek
Farklı Ortamlarda Haber Fotoğrafı Çekimi	40/24	Farklı durumlarda haber fotoğrafı çekmek
Habere Uygun Fotoğraf Seçimi	40/16	Fotoğrafı değerlendirmek ve seçmek

MEDYA TARİHİ

Basının doğuşu ve gelişimi, Türkiye’de basın yayın hareketleri, günümüz Türk basını, dünyada ve Türkiye’de radyo ve televizyonun gelişimi ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye; mesleğiyle ilgili tarihsel bilinç oluşturmak için basının toplumsal gelişmeye etkisini inceleme, Türkiye’de basının, radyo ve televizyonun gelişimini inceleme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Basının Doğuşu ve Gelişimi	40/32	Basının toplumsal gelişme üzerindeki etkisini yorumlamak
Türk Basınının Doğuşu ve Gelişimi	40/32	Türkiye’de basının doğuşu ve gelişimini incelemek
Radyo Televizyon Tarihi	40/32	Radyo ve televizyonun doğuş ve gelişimini incelemek

BASINDA FOTOĞRAF KULLANIMI

Basın fotoğrafçılığının dünyada ve ülkemizde tarihsel gelişim süreci, basın fotoğrafçılığının önemi ve özellikleri, gazete türlerine göre fotoğraf kullanım oranlarıyla ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye, basın fotoğrafçılığı ve basında fotoğraf kullanım oranlarıyla ilgili temel yeterlikleri kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Basın Fotoğrafçılığı	40/32	Basın fotoğrafçılığını incelemek
Basında Fotoğraf Kullanımı	40/32	Basında fotoğraf kullanım oranlarını incelemek

FOTOĞRAF BASKISI VE ARŞİVLEME

Dijital ve analog baskı, fotoğraf arşivi oluşturma; fotoğraf değerlendirme ile ilgili bilgi ve becerilerin kazandırıldığı derstir. Bu derste öğrenciye; fotoğraf baskısı yapma, arşiv oluşturma ve çekilen fotoğrafları değerlendirme ile ilgili yeterlikleri kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Baskı Teknikleri	40/24	Fotoğraf baskısı yapmak
Arşiv Oluşturma	40/24	Fotoğraf arşivi oluşturmak
Fotoğraf Değerlendirme	40/24	Fotoğrafı değerlendirmek

HABER ÇEKİMİ

Kameranın parçaları ve aksesuarları, kameraların çalışma prensipleri, kamera bağlantıları, kamera hareketleri, kaset ve kayıt ortamı türleri, kamera çekim hazırlıkları ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye; kamera ayarlarını yaparak TV yayıncılık kalitesinde görüntü çekimi yapma ile ilgili yeterlikleri kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Temel Kamera 1	40/24	Kamerayı, sabit parçalarını ve aksesuarlarını ayarlamak
Temel Kamera 2	40/24	Kameraların çalışma sistemlerini kavramak
Çekim Hazırlıkları 1	40/24	Çekim malzemelerinin bakım ve korumasını yapmak ve uygun kayıt ortamını seçmek
Çekim Hazırlıkları 2	40/24	Çekim için gerekli kamera ayarlarını yapmak
Haber Çekimi	40/24	Haber çekimi yapmak

HABER KURGUSU

Analog-dijital kurgu sistemleri, dijital kurgu sistem türleri, dijital kurgu ünitesi bileşenleri ve bağlantıları, kurgu program pencereleri, dijital görüntü kurgusu, kurgunun görsel ve işitsel malzemeyle zenginleştirilmesi ve haber kurgusu yapma ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye; dijital kurgu ünitesini tüm özellikleriyle kullanarak dijital görüntü kurgusu yapma

ile ilgili yeterlikleri kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Video Kurgu Üniteleri 1	40/16	Dijital video kurgu ünitesini kurmak
Video Kurgu Üniteleri 2	40/16	Dijital video kurgu ünitesinin bakım ve onarımını sağlamak
Fotoğraf, Ses ve Video Formatları	40/16	Fotoğraf, ses ve video dosyalarını düzenlemek ve dönüştürmek
Kurgu Programı Pencereleri	40/32	Video kurgu yapmak
Dijital Video Düzenlemesi	40/32	Dijital video düzenlemesi yapmak
Haber Kurgusu	40/32	Haber kurgusu yapmak

TELEVİZYON HABERİ

Radyo-TV haber formatını çözümüleme, haber görüntülerini izleme, perfore metnini yazma, KJ ve sunucu metnini yazma, görsel malzemeler ve basın bültenlerinden haber yazma, anons çekimi yapma, röportaj yapma ve canlı yayında haberi sunma ile ilgili bilgilerin verildiğidir. Bu derste öğrenciye, yayın kalitesinde TV haberi yazma ve haber sunma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
TV Haber Yazımı	40/32	TV haberi yazmak
TV Haber Sunumu	40/32	TV haberi sunmak

BİLGİSAYARDA FOTOĞRAF İŞLEME

Bilgisayara fotoğraf aktarma, fotoğrafın temel ayarlarını yapma ve fotoğrafı istenilen formata dönüştürme, çalışılacak alanları seçme, katmanlar oluşturma, boyama, desen oluşturma, resimleri boyutlandırma, yazıcıdan baskısını alma ve belirli bir düzenle arşivleme ile ilgili bilgilerin verildiğidir. Bu derste öğrenciye; yayınlanacak fotoğraf üzerinde genel düzenlemeler yapma, özel alanlar üzerinde çalışma, grafik düzenlemeler yapma ve resmi optimize ederek arşivleme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Temel Resim İşleme	40/24	Fotoğrafta genel düzenlemeler yapmak
Fotoğrafta Özel Alan Çalışmaları	40/32	Fotoğraf üzerinde belirli alanlarda çalışmak
Bilgisayarda Grafik Düzenleme	40/24	Bilgisayarda grafik düzenlemeler yapmak
Fotoğraf Optimizasyonu ve Arşivleme	40/16	Fotoğraf optimize etmek ve arşivlemek

SAYFA DÜZENLEME

Bilgisayarda istenilen özelliklerde metin ve resim kutusu açarak düzenleme, verilen resim ve metinleri kutulara istenilen şekilde yerleştirme, resim ve metin kutularını yapılandırma; dergi, broşür, gazete, afiş sayfası düzenleme ile ilgili bilgilerin verildiğidir. Bu derste öğrenciye; verilen metin ve görsel malzemelerin ölçülü plan kâğıdına taslağını çizme ve bilgisayarda çeşitli tasarım programlarını kullanarak afiş, broşür, gazete ve dergi sayfası hazırlama yeterlikleri kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Mizanpaj Taslağı	40/24	Mizanpaj taslağı hazırlamak
Bilgisayarda Sayfa Düzenleme 1	40/24	Bilgisayarda sayfa düzenlemesi yapmak
Bilgisayarda Sayfa Düzenleme 2	40/24	
Gazete Sayfası Hazırlama	40/24	Gazete sayfası hazırlamak
Dergi Sayfası Hazırlama	40/24	Dergi sayfası hazırlamak
Vektörel (Çizim) Tabanlı Tasarım -1	40/32	Tasarım programlarını kullanarak tasarım yapmak
İlan, Broşür ve Afiş Hazırlama	40/16	İlan, broşür ve afiş hazırlamak

UZMAN GAZETECİLİK

Uzmanlık alanlarına göre haber yazarken belirlenen konu ile ilgili verileri toplama, haber görüntülerini çekme ve seçme, görüntülere uygun şekilde haber metni oluşturma ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye; uzmanlık alanlarına göre haber yazmak için kültür-sanat, istihbarat, magazin, ekonomi, spor, politika haberi, haber - röportaj yazma ile inceleme ve araştırma haberi yapma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Kültür-Sanat Haberciliği	40/16	Kültür-sanat haberi yazmak
Magazin Haberciliği	40/16	Magazin haberi yazmak
İstihbarat Haberciliği	40/16	İstihbarat haberi yazmak
Ekonomi Haberciliği	40/16	Ekonomi haberi yazmak

Spor Haberciliği	40/16	Spor haberi yazmak
Politika Haberciliği	40/16	Politika haberi yazmak
Haber Röportaj	40/16	Haber röportaj yazmak
İnceleme-Araştırma Haberciliği	40/16	İnceleme-araştırma haberi yapmak

TELEVİZYON HABERCİLİĞİNDE UZMANLIK

Uzmanlık alanlarına göre haber yazarken belirlenen konu ile ilgili verileri toplama, haber görüntülerini çekme ve seçme, görüntülere uygun şekilde haber metnini yazma, KJ ve sunucu metnini yazma ve haberini sunma ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye; yayın kalitesinde uzmanlık alanlarına göre TV haberi yazma ve haberini sunma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
TV Kültür Sanat Haberciliği	40/24	Kültür sanat haberi yapmak
TV İstihbarat Haberciliği	40/24	İstihbarat haberi yapmak
TV Magazin Haberciliği	40/24	Magazin haberi yapmak
TV Ekonomi Haberciliği	40/24	Ekonomi haberi yapmak
TV Spor Haberciliği	40/24	Spor haberi yapmak

SAYFA TASARIMI

Farklı içerikteki gazete ve dergi sayfalarının özellikleri, dergi kapağı, logo, broşür, ilan ve afiş tasarımı ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye; masaüstü yayıncılık programlarını kullanarak gazete ve dergi sayfası, logo, ilan, broşür ve afiş tasarımı yapma ile ilgili yeterlikleri kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Logo, İlan, Broşür ve Afiş Tasarımı	40/32	Logo, ilan, broşür ve afiş tasarlamak
Gazete Sayfası Tasarlama 1	40/32	Gazete sayfası tasarlamak
Gazete Sayfası Tasarlama 2	40/32	
Dergi Sayfası Tasarlama	40/32	Dergi sayfası tasarlamak

BASIN FOTOĞRAFÇILIĞI

Basında magazin, spor, istihbarat, gezi, mekân ve portre fotoğrafçılığı ile ilgili bilgi ve becerilerin kazandırıldığıdır. Bu derste öğrenciye; uzmanlık alanlarına göre haber fotoğrafçılığı için magazin, spor, istihbarat, gezi, mekân ve portre fotoğrafı çekme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Magazin Fotoğrafçılığı	40/32	Magazin fotoğrafı çekmek
Spor Fotoğrafçılığı	40/32	Spor fotoğrafı çekmek
İstihbarat Fotoğrafçılığı	40/32	İstihbarat fotoğrafı çekmek
Gezi ve Mekân Fotoğrafçılığı	40/32	Gezi ve mekân fotoğrafı çekmek
Portre Fotoğrafı	40/32	Portre fotoğrafı çekmek

EK 3- RADYO TELEVİZYON ALANI MESLEK DERSLERİ VE KAZANIMLARI

DALLAR	BAŞARILMASI ZORUNLU DERSLER	
	ANADOLU MESLEK LİSESİ	ANADOLU TEKNİK LİSESİ İLE STAJ UYGULAMASI YAPAN ANADOLU MESLEK LİSELERİ
Grafik Animasyon	Radio TV Yapımcılığı	Radio TV Yapımcılığı
	Nesne Canlandırma	Nesne Canlandırma
	İşletmelerde Beceri Eğitimi	Karakter Canlandırma
Radio Televizyon Programcılığı	Radio TV Yapımcılığı	Radio TV Yapımcılığı
	TV Program Türleri	TV Program Türleri
	İşletmelerde Beceri Eğitimi	Kurgu Teknikleri ve Estetiği
Kameramanlık	Radio TV Yapımcılığı	Radio TV Yapımcılığı
	Kamera Teknikleri	Kamera Teknikleri
	İşletmelerde Beceri Eğitimi	Çekim Estetiği
Teknik Yapım Yayın	Radio TV Yapımcılığı	Radio TV Yapımcılığı
	Video Kurgu	Video Kurgu
	İşletmelerde Beceri Eğitimi	Estetik Aydınlatma

TEMEL İLETİŞİM

İletişimin temel kavramları, iletişim türleri, kitle iletişim süreci ve beden dili ile ilgili bilgilerin verildiğidir. Bu ders ile öğrenciye etkili iletişim kurmak için iletişim sürecini inceleme, amacına uygun iletişim türlerini kullanma, kitle iletişim sürecini çözme, beden dilini etkili kullanma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
İletişim Süreci ve Türleri	40/32	İletişim sürecini incelemek ve iletişim türlerini kullanmak
Kitle İletişimi	40/32	Kitle iletişim sürecini çözümlemek
Beden Dili	40/32	Beden dili ile iletişim kurmak

BİLGİSAYARDA FOTOĞRAF İŞLEME

Bilgisayarda temel ayarlar, çalışılacak alanları seçme, katmanlar oluşturma, boyama, desen oluşturma, resimleri boyutlandırma ve yazıcıdan baskısını alma ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye yayınlanacak fotoğraf üzerinde genel rötuşlar yapma, özel alanlar üzerinde çalışma, yeni pikseller oluşturma ve resmi optimize ederek basma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Temel Resim İşleme	40/24	Fotoğrafta genel düzenlemeler yapmak
Fotoğrafta Özel Alan Çalışmaları	40/32	Fotoğraf üzerinde belirli alanlarda çalışmak
Bilgisayarda Grafik Düzenleme	40/24	Grafik düzenlemeler yapmak
Fotoğraf Optimizasyonu ve Arşivleme	40/16	Resimleri optimize etmek, basmak ve arşivlemek

TEMEL FOTOĞRAFÇILIK

Fotoğraf makinesinin temel parçaları, fotoğrafta ışık, renk ve kompozisyon, doğru ölçeklendirme ve fotoğraf çekim teknikleri ile ilgili bilgi ve becerilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye fotoğraf makinesinin ayarlarını yapma, fotoğraf çekim hazırlıklarını yapma ve kompozisyon kurallarına uygun fotoğraf çekme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Fotoğraf Makineleri	40/32	Fotoğraf makinelerini hazırlamak
Fotoğraf Makinesi Ayarları	40/32	Fotoğraf makinelerinin ayarlarını yapmak
Fotoğrafta Işık ve Kompozisyon	40/16	Kompozisyon kurallarına ve ışığa uygun fotoğraf çekmek

RADYO-TELEVİZYON ELEKTRİK-ELEKTRONİĞİ

Atom teorisi, temel devre elemanları, doğru akım, alternatif akım, ölçü birimleri, elektriksel ölçü aletleri, lehim malzemeleri ve kablo bağlantıları ile ilgili bilgi ve becerilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye elektrik-elektronikle ilgili temel kavramları analiz etme, elektriksel ölçümler yapma, lehim yapma ve kablo bağlantılarını yapma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Elektrik Kaynakları ve Elektriksel Büyüklükler	40/24	Elektrik-elektronikle ilgili temel kavramları analiz etmek
Elektriksel Büyüklüklerin Ölçülmesi ve Ölçü Aletleri	40/24	Elektriksel ölçümler yapmak
Elektrik Devreleri ve Çeşitleri	40/24	Temel devreleri yapmak
Lehimleme ve Kablo Bağlantıları	40/24	Lehim yapmak ve kablo bağlantılarını yapmak

RADYO-TV YAPIMCILIĞI

Radio yayıncılığının temelleri, radyo programı yapım aşamaları, radyo program türleri, televizyon yayıncılığının temelleri, televizyon personelinin yapısı, televizyon yapım mekânları ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye radyo-televizyon program yapım ve yayıncılığının temel yapısını analiz etme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Radio Yayıncılığının Temelleri	40/16	Radio yayıncılığını incelemek
Radio Programı Yapım Aşamaları	40/24	Radio programı aşamalarını gerçekleştirmek
Radio Program Türleri	40/24	Türüne göre radyo programı hazırlamak
Televizyon Yayıncılığının Temelleri	40/16	Televizyon yayıncılığını incelemek
Televizyon Kanalının Personel Yapısı	40/16	Televizyon kanalının personel yapısını incelemek
Program Yapım Mekânları	40/16	Program yapım mekânlarını incelemek

TEMEL KAMERA

Kameranın parçaları ve aksesuarları, kameraların çalışma prensipleri, kamera bağlantıları, kamera hareketleri, kaset ve kayıt ortamı türleri, kamera çekim hazırlıkları ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye kamera ayarlarını yapma ve TV yayıncılık kalitesinde görüntü çekimi yapma yeterlikleri kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Temel Kamera 1	40/24	Kamerayı, sabit parçalarını ve aksesuarlarını ayarlamak
Temel Kamera 2	40/24	Kameraların çalışma sistemlerini kavramak
Çekim Hazırlıkları 1	40/24	Çekim malzemelerinin bakım ve korumasını yapmak ve uygun kayıt ortamını seçerek kullanabilmek
Çekim Hazırlıkları 2	40/24	Çekim için gerekli kamera ayarlarını yapmak

İKİ BOYUTLU ANİMASYON

Resim ve animasyon düzenleme yazılımları ile ilgili konularda gerekli bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye resim ve animasyon düzenleme yazılımları ile web sayfaları için resim ve animasyonlar yapabilme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Animasyon Hazırlama	40/32	Web sayfaları için animasyonlar hazırlamak
Web Ortamı İçin Animasyon Hazırlama	40/32	Animasyonlar ile web araçları hazırlamak

IŞIKLANDIRMA SİSTEMLERİ

Işıklendirme sisteminin projelendirilmesi, ışıklendirme sistemi montajı, ışıklendirme sistemi arızaları ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye ışıklendirme sistemi projelendirme, ışıklendirme sistemi kurma ve sistem arızalarını tespit etme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Işıklendirme Sisteminin Projelendirilmesi	40/24	Işık sistemlerini projelendirmek
Işıklendirme Sistemi Montajı ve Arızaları	40/32	Işıklendirme sistemini kurmak ve arızalarını gidermek

SESLENDİRME SİSTEMLERİ

Ses, ses cihazları, seslendirme sistemi montajı ve seslendirme sistemindeki arızaları giderme ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye ses cihazlarını kullanma, seslendirme sistemi kurma ve sistemdeki arızaları giderme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Amplifikatörler	40/32	Amplifikatör Devrelerini kurmak ve arızalarını gidermek
Seslendirme Sistemi Kurulumu	40/32	Seslendirme sistemi kurmak
Seslendirme Sistemi Arızaları	40/16	Seslendirme sistemi arızalarını tespit etmek ve arızayı gidermek

HABERLEŞME HUKUKU

Hukukun temel kavramları, anayasal ilkeler, anayasal hak ve sorumluluklar, fikir hakları, yasal düzenlemeler, meslek etiği ile ilgili oluşumlar, meslek ilkeleri, basın suçu kavramı, basında ceza sorumluluğu, haberleşme ile ilgili yasal düzenlemeler ve basın kartlarıyla ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye hukuk kurallarına, anayasal haklarına ve sorumluluklarına uygun davranma, kitle iletişiminin yasal çerçevesini inceleme, fikir haklarına ve meslek etiğine uygun hareket etme, haberleşme ile ilgili yasal düzenlemelere uyma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Toplumsal Düzen	40/16	Hukuk kurallarına uygun davranmak
Anayasal Hak ve Sorumluluklar	40/16	Anayasal hak ve sorumluluklarına uygun davranmak
Fikir Hakları	40/16	Fikir haklarına uygun hareket etmek
Basında Meslek Etiği	40/16	Meslek etiğine uygun hareket etmek
Basın Suçları	40/16	Haberleşmeyle ilgili yasal düzenlemelere uymak

MEDYA TARİHİ

Basının doğuşu ve gelişimi, Türkiye’de basın-yayın hareketleri, günümüz Türk basını, dünyada ve Türkiye’de radyo ve televizyonun gelişimi ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye mesleğiyle ilgili tarihsel bilinç oluşturmak için basının toplumsal gelişme üzerindeki etkisini, Türkiye’de basının, radyo ve televizyonun doğuşu ve gelişimini inceleme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Basının Doğuşu ve Gelişimi	40/32	Basının toplumsal gelişme üzerindeki etkisini yorumlamak
Türk Basınının Doğuşu ve Gelişimi	40/32	Türkiye’de basının doğuşu ve gelişimini incelemek
Radyo Televizyon Tarihi	40/32	Radyo ve televizyonun doğuş ve gelişimini incelemek

MESLEKİ BİLGİSAYAR

Bilgisayarda metin dosyası açma ve elektronik tablolama programları, seri şekilde yazı yazma, İnternet üzerinden bilgiye ulaşma ve iletişim kurma ile ilgili bilgilerin verildiğiderstir. Bu ders ile öğrenciye bilgisayarda metin dosyası oluşturma, bilgisayarda verileri sıralama ve grafiksel olarak gösterme, bilgisayarda seri yazı yazma, internet üzerinden bilgiye ulaşma ve iletişim kurma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Kelime İşlemci	40/32	Bilgisayarda metin dosyası oluşturmak
F Klavye 1	40/32	Bilgisayarda seri yazı yazmak
F Klavye 2	40/32	
Elektronik Tablolama	40/24	Bilgisayarda matematiksel ve mantıksal dosya oluşturmak
Bilgisayarla İletişim	40/16	İnternet üzerinden bilgiye ulaşmak ve iletişim kurmak

ETKİLİ KONUŞMA VE YAZMA TEKNİKLERİ

Sesin oluşumu, sesin nitelikleri, seslerin ve kelimelerin doğru telaffuzu, konuşma kusurlarını düzeltme ve yazı dilini etkili kullanma ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye Türkçeyi etkili ve doğru kullanmak için diyaframı kullanma, sesleri doğru kullanma, etkili ve doğru konuşma, planlı ve etkili yazı yazma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Diksiyon 1	40/32	Türkçeyi doğru konuşmak
Diksiyon 2	40/32	
Planlı ve Etkili Yazma	40/16	Planlı ve etkili yazı yazmak

TELEVİZYON HABERCİLİĞİ

Haberin nitelikleri, basın kuruluşlarında gündem takibi ve organizasyonu, haber izleme ve toplama yöntemleri, haber dilinin özellikleri, haber yazma teknikleri, özel haber araştırma ve yazma yöntemleri, Radyo-TV haber formatını çözümleme, görsel

malzemeler ve basın bültenlerinde haber, anons çekimi, röportaj ve canlı yayında sunma ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye haber analizi yapma, gündemi takip etme, haber toplama ve haber yazma, tekniğine göre açık, sade ve anlaşılır tarzda haber yazma, yayın kalitesinde TV haberi yazma ve haberini sunma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Haberin Nitelikleri	40/32	Haber analizi yapmak
Gündem Organizasyonu	40/24	Gündemi takip etmek
Haber Toplama 1	40/24	Haber toplamak
Haber Toplama 2	40/24	
Haber Yazma 1	40/32	Basit haber yazmak
Haber Yazma 2	40/32	
Haber Yazma Teknikleri	40/32	Tekniğine göre haber yazmak
TV Haberi Yazımı	40/32	TV haberi yazmak
TV Haberini Sunumu	40/32	TV Haberi sunmak

TEMEL TASARIM

Nokta-çizgi, açık-koyu, ışık-gölge, tasarı ilkeleri, doku, renk ve strüktür ile ilgili bilgilerin verildiğiderstir. Bu derste öğrenciye; yaratıcı güçlerini geliştirme ve temel çizimler yapma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Nokta ve Çizgi	40/32	Nokta ve çizgi ile yüzey düzenlemek
Açık-Koyu ve Işık-Gölge	40/24	Objeleri açık-koyu ve ışık-gölge ile çalışmak
Tasarı İlkeleri	40/24	Formları tasarı ilkelerine göre yüzey içinde düzenlemek
Renk	40/32	Kompozisyonu renklendirmek
Doku	40/24	Doku yorumlarıyla yüzey oluşturmak
Strüktür	40/24	Özgün strüktür uygulamaları yapmak

NESNE CANLANDIRMA

Gerçek yaşamdaki nesnelerin modellemesi, senaryoya uygun dekor, kamera, ışık ve atmosfer ayarları kullanma ve bir öyküyü üç boyutlu olarak canlandırma ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye üç boyutlu modelleme programları kullanılarak belli bir senaryo dâhilinde nesnelerin modellemesi yapma ve bir öyküyü canlandırma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Temel Modelleme Komutları	40/32	Nesneyi oluşturmak
Nesne Biçimlendirmesi	40/32	Nesneleri biçimlendirmek
Nesne Hareketi	40/32	Nesneleri hareketlendirmek
Sanal Işık	40/16	Sahne ışık uygulamak
Sanal Kamera	40/16	Sahne kamera uygulamak
Ortam Ayarları	40/16	Sahne malzemelerini hazırlamak

KARAKTER CANLANDIRMA

Gerçek yaşamdaki nesnelerin modellemesi, senaryoya uygun biçimde dekor, kamera, ışık ve atmosfer ayarları ve bir öyküyü üç boyutlu olarak canlandırma ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye üç boyutlu modelleme programları kullanılarak belli bir senaryo dâhilinde canlı varlıkların modellemesi yapma ve bir öyküyü canlandırma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Karakter Modellemesi	40/32	Gövde oluşturmak
Baş Modelleme	40/32	Baş modellemesi yapmak
Karakter Hareketi	40/32	Karakteri hareketlendirmek

ÇEKİM ESTETİĞİ

Görüntü düzenlemesi, kamera açıları, hareketleri ve ölçekleriyle istenen etkiyi uyandırma, çerçeveleme kuralları, ilgi merkezi, alan derinliği, kamera çekiminde ve görüntü düzenlemesinde yapılan hataları engelleme ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye görüntü düzenleme, çekim hatalarını engelleyerek estetik açıdan başarılı, seyirci üzerinde istenen etkiyi uyandırabilecek görüntü çekimi yapma yeterlikleri kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Kamera ile Görüntü Estetiği	40/32	Görüntü diliyle istenen etkiyi sağlamak
Görüntü Çekim Hataları	40/24	Görüntü çekim hatalarını engellemek

ESTETİK AYDINLATMA

Temel aydınlatma yöntemleri, ışık yapma teknikleri ve dramatik aydınlatma yöntemleri ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye yapım elemanları ile uyumlu çalışarak temel aydınlatma yöntemleriyle dramatik aydınlatma yapma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Işık Uygulamaları	40/32	Işık uygulamaları yapmak
Işıklandırma Teknikleri	40/32	Işıklandırma tekniklerini kullanmak
Dramatik Aydınlatma Yöntemleri	40/32	Dramatik aydınlatma yapmak

IŞIK TEKNOLOJİSİ

Işık yapma malzemeleri, ışık ölçme aletleri ve filtreler ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye ışık yapım malzemelerini, ışık ölçme aletlerini ve filtreleri kullanarak amaca uygun aydınlatma yapma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Işık ve Renk	40/32	Işık ve renk oluşumunu incelemek
Aydınlatma Kaynak Türleri	40/16	Aydınlatma kaynak türlerini kullanmak
Projektörler	40/16	Projektörleri kullanmak
Işık Ölçümü	40/16	Işığı ölçmek
Işıklandırmada Kullanılan Malzemeler	40/16	Işıklandırma malzemelerini kullanmak
Filtre Kullanımı	40/16	Filtreleri kullanmak

KAMERA TEKNİKLERİ

Stüdyo çekimi, aktüel çekim ve haber çekiminin genel özellikleri ve kullanılan kameralar ve aksesuarlar ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye TV yayıncılık standartlarında stüdyo çekimi, aktüel çekim ve haber çekimi yapma yeterlikleri kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Aktüel Çekim	40/32	Aktüel çekim yapmak
Stüdyo Çekimi	40/32	Stüdyo çekimi yapmak
Haber Çekimi	40/24	Haber çekimi yapmak

KURGU TEKNİKLERİ VE ESTETİĞİ

Kurgunun amaçları, türleri, hileleri ve efektleri, film kurgulama kural ve ilkeleri, görüntü estetiği, temel görüntü geçiş türleri, efektli geçiş türleri ve haber kurgusu ile ilgili bilgilerin verildiğiderstir. Bu derste öğrenciye kurgunun temel öğelerini inceleme, değişik teknikler kullanarak kurgu estetiği oluşturma ve haber kurgusu yapma yeterlikleri kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Kurgunun Temelleri	40/32	Kurgunun temellerini incelemek
Kurgu Yoluyla Görüntü Estetiği	40/32	Kurgu yoluyla görüntü estetiği oluşturmak
Haber Kurgusu	40/32	Haber kurgusu yapmak

SENARYO

Senaryonun ve senaryo yazarının temel özellikleri, senaryonun dramatik yapısı, karakter oluşturma, zaman ve mekân örgüsü ve değişik türde senaryolar ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye dramatik yapı, karakter, zaman ve mekân örgüsü bakımından bütünlük oluşturan, değişik tür ve formatlarda senaryo yazma yeterlikleri kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Senaryonun Temel Öğeleri	40/24	Senaryonun temel öğelerini incelemek
Senaryonun Dramatik Yapısı	40/24	Senaryonun dramatik yapısını oluşturmak
Senaryo İçeriği	40/24	Senaryonun içeriğini oluşturmak
Senaryonun Evreleri	40/32	Senaryonun evrelerini kurmak

SES KAYDI VE KURGUSU

Radyo ve televizyon stüdyoları ve dış mekânlarda ses kaydı, ses perspektifi, analog ses kaydı ve kurgusu, dijital ses kurgu ünitesi bileşenleri ve dijital ses kurgu programları ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye radyo ve televizyon stüdyoları ve dış mekânlarda amaca uygun olarak temiz bir ses kaydının yapma, dijital ses kurgu üniteleri kullanarak ses kurgusu yapma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Radyoda Ses Kaydı	40/24	Radyoda ses kaydı yapmak
Televizyonda Ses Kaydı	40/32	Televizyonda ses kaydı yapmak
Dijital Ses Kurgusu	40/32	Dijital ses kurgusu yapmak

SİNEMA TARİHİ

Sinemanın doğuşunu, Türk, Amerikan, Avrupa ve diğer ülke sinemaları ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciyi doğuşundan günümüze dünyada ve Türkiye’de sinemanın gelişimi, önemli yönetmenler, filmler ve sinema akımları ile ilgili yeterlikleri kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Sinemanın Doğuşu	40/16	Sinemanın doğuşunu incelemek
Amerikan Sineması	40/16	Amerikan sinemasını incelemek
Avrupa Sinemaları	40/24	Avrupa sinemalarını incelemek
Diğer Ülke Sinemaları	40/16	Diğer ülke sinemalarını incelemek
Türk Sineması	40/32	Türkiye’de sinemanın doğuş ve gelişimini incelemek

TV PROGRAM TÜRLERİ

Stüdyo programları, dramlar ve belgesel programlar, ön yapım çalışmaları, TV program çekimi ve çekim sonrası, çekimin niteliğine veya kamera sayısını göre kamera konumlandırma ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciyi program fikri oluşturma aşamasından yayın sonrası aşamaya kadar tüm yapım evreleri, değişik türde TV programını yapım özelliklerine göre yürütme yeterlikleri kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Ön Yapım Aşamaları 1	40/16	Program formatı oluşturma ve yapım hazırlıklarını yürütmek
Ön Yapım Aşamaları 2	40/16	Teknik hazırlıkları yürütmek
Program Çekim Aşamaları	40/16	Çekim aşaması çalışmalarını yürütmek
Çekim Sonrası Çalışmalar	40/16	Banttan yayınlanan programların çekim sonrası çalışmalarını yürütmek
Stüdyo Programları	40/16	Stüdyo programları hazırlamak
Dramalar ve Belgesel Programlar	40/16	Dramalar ve belgesel programlar hazırlamak
Kamera Konumlandırılması	40/16	Çekimin niteliğine göre kamera konumlandırmak

VİDEO KURGU

Analog-dijital kurgu sistemleri, dijital kurgu sistem türleri, dijital kurgu ünitesi bileşenleri ve bağlantıları, kurgu ünitesi problemleri ve çözümleri, kurgu program pencereleri, kurguyu görsel ve işitsel malzemeye zenginleştirme ve haber kurgusu ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciyi dijital kurgu ünitesini tüm özellikleriyle kullanarak dijital görüntü kurgusu yapma ile ilgili yeterlikleri kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Video Kurgu Üniteleri 1	40/16	Dijital video kurgu ünitesini kurmak
Video Kurgu Üniteleri 2	40/16	Dijital video kurgu ünitesinin bakımını ve onarımını sağlamak
Fotoğraf, Ses ve Video Formatları	40/16	Fotoğraf, ses ve video dosyalarını düzenlemek ve dönüştürmek
Kurgu Programı Pencereleri	40/32	Video kurgu yapmak
Dijital Video Düzenlemesi	40/32	Dijital video düzenlemesi yapmak

EK 4- HALKLA İLİŞKİLER VE ORGANİZASYON HİZMETLERİ ALANI MESLEK DERSLERİ VE KAZANIMLARI

DALLAR	BAŞARILMASI ZORUNLU DERSLER	
	MESLEK LİSESİ VE ANADOLU MESLEK LİSESİ	TEKNİK LİSE VE ANADOLU TEKNİK LİSESİ İLE STAJ UYGULAMASI YAPAN ANADOLU MESLEK LİSELERİ
Halkla İlişkiler	İletişim Teknikleri	İletişim Teknikleri
	Halkla İlişkiler Faaliyetleri	Halkla İlişkiler Faaliyetleri
	İşletmelerde Beceri Eğitimi	Halkla İlişkilerde Kampanya
Müşteri Temsilciliği	İletişim Teknikleri	İletişim Teknikleri
	Reklam Kampanyaları	Reklam Kampanyaları
	İşletmelerde Beceri Eğitimi	Reklamcılıkta Yaratıcı Faaliyetler
Kamuoyu Araştırmacılığı	İletişim Teknikleri	İletişim Teknikleri
	Araştırma	Araştırma
	İşletmelerde Beceri Eğitimi	Kamuoyu ve Piyasa Araştırması
Organizasyon Sorumlusu	İletişim Teknikleri	İletişim Teknikleri
	Organizasyon Etkinlikleri	Organizasyon Etkinlikleri
	İşletmelerde Beceri Eğitimi	Mekân Düzenleme
Fuar Organizasyon Sorumlusu	İletişim Teknikleri	İletişim Teknikleri
	Fuar Organizasyonu	Fuar Organizasyonu
	İşletmelerde Beceri Eğitimi	Fuar/Kongre Hostesliği

HALKLA İLİŞKİLER VE ORGANİZASYON

Halkla ilişkiler kavramı, ilişkili olduğu alanlar, organizasyonun hizmet alanları ve çeşitleri ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu ders ile öğrenciye halkla ilişkiler kavramını inceleme, ilişkili olduğu alanları, organizasyonun hizmet alanlarını, çeşitlerini araştırma ve dosya oluşturma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Halkla İlişkiler Kavramı	40/16	Halkla ilişkiler kavramını incelemek
Halkla İlişkilerin İlişkili Olduğu Alanlar	40/16	Halkla ilişkilerin ilişkili olduğu alanlar ile ilgili dosya hazırlamak
Organizasyon Hizmet Alanları	40/16	Organizasyon hizmet alanları ile ilgili dosya hazırlamak
Kurumsal Organizasyon	40/16	Kurumsal organizasyon dosyası hazırlamak
Sosyal ve Kültürel Organizasyonlar	40/16	Sosyal ve kültürel organizasyon dosyası hazırlamak
Ulusal ve Uluslararası Organizasyonlar	40/16	Ulusal ve uluslararası organizasyon dosyası hazırlamak

İLETİŞİM TEKNİKLERİ

Etkili iletişim, amacına uygun iletişim türleri, kitle iletişim süreci, telefonla iletişim, sosyal hayatta ve iş hayatında iletişim ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrencilere etkili iletişim kurmak için iletişim sürecini inceleme, amacına uygun iletişim türlerini kullanma, kitle iletişim sürecini çözümleme, sosyal ve iş çevresiyle iletişim kurabilme, telefonla etkin konuşabilme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
İletişim Süreci ve Türleri	40/32	İletişim sürecini incelemek ve iletişim türlerini kullanmak
Kitle İletişimi	40/32	Kitle iletişim sürecini çözümlemek
Sosyal Hayatta İletişim	40/32	Sosyal çevresi ile etkili iletişim kurmak
İş Hayatında İletişim	40/32	İş yerinde etkili iletişim kurmak
Telefonla İletişim	40/16	Telefonla iletişim kurmak

ETKİN OKUMA VE YAZMA

Etkin okuma ve yazma teknikleri ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye etkin ve hızlı okuma, planlı ve etkili yazı yazma ve mesleki yazıları yazma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Etkin ve Hızlı Okuma	40/24	Etkin ve hızlı okumak
Planlı ve Etkili Yazma	40/16	Planlı ve etkili yazmak
Mesleki Yazıları Yazma	40/32	Mesleki yazıları yazmak

ETKİLİ KONUŞMA

Konuşmanın oluşumu, sesin nitelikleri, seslerin ve kelimelerin telaffuzu, konuşma kusurları ve düzeltilmesi ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye Türkçeyi etkili ve doğru konuşmak için diyaframı ve sesleri doğru kullanma, beden dilini kullanarak kişiler arası iletişim kurma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Diksiyon- 1	40/32	Türkçeyi doğru konuşmak
Diksiyon -2	40/32	
Beden Dili	40/32	Beden dili ile iletişim kurmak

TEMEL HAK VE SORUMLULUKLAR

Hukukun temel kavramları, anayasal ilkeler, anayasal hak ve sorumluluklarla ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye hukuk kurallarına uygun davranma, anayasal haklarına ve sorumluluklarına uygun davranma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Toplumsal Düzen	40/24	Hukuk kurallarına uygun davranmak
Anayasal Hak ve Sorumluluklar	40/24	Anayasal hak ve sorumluluklarına uygun davranmak

MESLEKİ BİLGİSAYAR

Bilgisayarda metin dosyası, elektronik tablo programları, verileri sıralama ve grafiksel olarak gösterme, seri şekilde yazı yazma ve internet ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye bilgisayarda metin dosyası oluşturma, bilgisayarda verileri sıralama ve grafiksel olarak gösterme, bilgisayarda seri yazı yazma ve internet üzerinden bilgiye ulaşma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Kelime İşlemci	40/32	Bilgisayarda metin dosyası oluşturmak
F Klavye- 1	40/32	Bilgisayarda seri yazı yazmak
F Klavye- 2	40/32	
Elektronik Tablo	40/32	Bilgisayarda matematiksel ve mantıksal dosya oluşturmak
Bilgisayarla İletişim	40/32	İnternet üzerinden bilgiye ulaşmak ve iletişim kurmak

KİŞİLER ARASI İLETİŞİM

Kişiler arası iletişim becerisi kazanabilmek için etkin, sağlıklı, grup ve örgüt iletişimi ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye kişiler arası etkin ve sağlıklı iletişim kurma ile sağlıklı grup ve örgüt iletişimi kurma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Etkin İletişim	40/24	Etkin iletişim kurmak
Sağlıklı İletişim	40/32	Sağlıklı iletişim kurmak
Grup İletişimi	40/16	Grup iletişimi kurmak
Örgüt İletişimi	40/16	Örgüt iletişimi kurmak

TEMEL FOTOĞRAFÇILIK

Fotoğraf makinesinin parçaları; ışık, renk, kompozisyon ve fotoğraf çekim teknikleri ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye fotoğraf makinesinin ayarlarını yapma, fotoğraf çekimi öncesi ön hazırlık yapma, kompozisyon kurallarına uygun fotoğraf çekme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Fotoğraf Makineleri	40/32	Fotoğraf makinelerini hazırlamak
Fotoğraf Makinesi Ayarları	40/32	Fotoğraf makinelerinin ayarlarını yapmak

Fotoğrafta Işık ve Kompozisyon	40/16	Kompozisyon kurallarına ve ışığa uygun fotoğraf çekmek
--------------------------------	-------	--

HABER TOPLAMA VE YAZMA

Haberin temel nitelikleri, basın kuruluşlarında gündem takibi ve organizasyonu, haber izleme ve toplama yöntemleri, haber dilinin özellikleri ve haber yazma ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye haberin temel unsurlarını inceleme, haber analizi yapma, gündemi takip etme, haber toplama ve basit düzeyde haber yazma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Haberin Nitelikleri	40/32	Haber analizi yapmak
Gündem Organizasyonu	40/24	Gündemi takip etmek
Haber Toplama- 1	40/24	Haber toplamak
Haber Toplama- 2	40/24	
Haber Yazma- 1	40/32	Haber yazmak
Haber Yazma- 2	40/32	

DERGİ VE İNTERNET HABERCİLİĞİ

Dergi haberciliği ve internet haberciliği ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye haber tekniklerine uygun olarak dergi ve internet haberi yazma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Dergi Haberciliği	40/32	Dergi haberi yazmak
İnternet Haberciliği	40/24	İnternet haberciliğini çözümlemek

KİTLE HABERLEŞME HUKUKU

Fikir hakları, ilgili yasalar, meslek etiği, meslek ilkeleri, basın suçu kavramı, basında ceza sorumluluğu, haberleşme ile ilgili yasal düzenlemeler ve basın kartları ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye fikir haklarına ve meslek etiğine uygun hareket etme, haberleşme ile ilgili yasal düzenlemelere uyma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Fikir Hakları	40/16	Fikri haklara uygun hareket etmek
Basında Meslek Etiği	40/24	Basında meslek etiği gereklerine uymak
Basın Suçları	40/32	Haberleşme ile ilgili yasal düzenlemelere uymak

MEDYA TARİHİ

Basının doğuşu ve gelişimi, Türkiye’de basın yayın hareketleri, günümüz Türk basını, dünyada ve Türkiye’de radyo ve televizyonun gelişimi ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye mesleğiyle ilgili tarihsel bilinç oluşturmak için basının toplumsal gelişme üzerindeki etkisini inceleme, Türkiye’de ve dünyada basının, radyo ve televizyonun gelişimini inceleme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Basının Doğuşu ve Gelişimi	40/32	Basının toplumsal gelişme üzerindeki etkisini yorumlamak
Türk Basınının Doğuşu ve Gelişimi	40/32	Türkiye’de basının doğuşunu ve gelişimini incelemek
Radyo Televizyon Tarihi	40/32	Radyo ve televizyonun doğuşunu ve gelişimini incelemek

BİLGİSAYARDA FOTOĞRAF İŞLEME

Bilgisayara fotoğraf aktarma, fotoğrafın temel ayarlarını yapma ve istenilen formata dönüştürme, çalışılacak alanları seçme, katmanlar oluşturma, boyama, desen oluşturma, resimleri boyutlandırma, yazıcıdan baskısını alma ve belirli bir düzenle arşivleme ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye yayınlanacak fotoğraf üzerinde genel düzenlemeler yapma, özel alanlar üzerinde çalışma, grafik düzenlemeleri yapma ve resmi optimize ederek arşivleme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Temel Resim İşleme	40/32	Fotoğrafta genel düzenlemeler yapmak
Fotoğrafta Özel Alan Çalışmaları	40/32	Fotoğraf üzerinde belirli alanlarda çalışmak
Bilgisayarda Grafik Düzenleme	40/32	Bilgisayarda grafik düzenleme yapmak
Fotoğraf Optimizasyonu ve Arşivleme	40/32	Fotoğraf optimize etmek ve arşivlemek

KURUM İÇİ HALKLA İLİŞKİLER

Kurum içi halkla ilişkileri tanıma ve yöntemlerini uygulama ile ilgili bilgilerin verildiğiderstir. Bu derste öğrenciye kurum içi halkla ilişkiler faaliyetlerini yürütme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Kurum İçi Halkla İlişkiler Yaklaşımı	40/32	Kurum içi halkla ilişkileri oluşturmak
Halkla İlişkilerde Yazılı Araçlar	40/24	Yazılı araçları kullanmak
Halkla İlişkilerde Sözlü Araçlar	40/24	Sözlü araçları kullanmak
Halkla İlişkilerde Görsel/Teknolojik Araçlar	40/32	Görsel/teknolojik araçları kullanmak

HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİ

Halkla ilişkiler faaliyetleri, organizasyon ve sponsorluk hizmetleri ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye basınla ilişkileri yürütme, organizasyon düzenleme, sponsorluk hizmetlerini yürütme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Halkla İlişkiler ve Basın	40/32	Basınla ilişkileri yürütmek
Halkla İlişkilerde Organizasyon	40/24	Organizasyon düzenlemek
Sponsorluk	40/24	Sponsorluk hizmetlerini yürütmek
Halkla İlişkiler Yaklaşımı	40/32	Halkla ilişkiler yaklaşımını uygulamak

HALKLA İLİŞKİLERDE KAMPANYA

Halkla ilişkilerde kampanya planı, uygulama ve değerlendirme süreçleri ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye halkla ilişkilerde kampanya planı hazırlama, uygulama ve değerlendirme süreçlerini izleme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Halkla İlişkilerde Hedef Kitle	40/32	Hedef kitleye yönelik araştırma yapmak
Halkla İlişkilerde Kampanya	40/24	Halkla ilişkilerde kampanya planlamak

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ

Müşteri özellikleri, müşteri ile sağlıklı iletişim, müşteri memnuniyeti, satış ve iş planı ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu ders öğrenciye müşteri özelliklerini belirleyerek müşteri ile sağlıklı iletişim kurma, müşteri memnuniyetini artırma, satışa hazırlık ve iş planı yapma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Kişisel Bakım Modülü	40/16	Kişisel bakım yapmak
Müşteri Özellikleri	40/24	Müşteri özelliklerini belirlemek
Müşteri Memnuniyeti	40/24	Müşteri memnuniyetini artırmak
Müşteri ile İletişim	40/24	Müşteri ile sağlıklı iletişim kurmak
Satışa Hazırlık	40/32	Günlük satış programı hazırlamak
İş Planı	40/16	Günlük programı hazırlamak

ÜRÜN VE HİZMET TANITIMI

İşletmenin ürün ve hizmetlerinin tanıtımı ile ilgili gerekli bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye işletmenin amaçlarını ve piyasa şartlarını araştırma, kaynak tarama ve gözlem yapma, sergi ve fuarlarda firmayı temsil etme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
İşletme ve Piyasa Şartları	40/24	İşletmenin amaçlarını ve piyasa şartlarını incelemek
Sergi ve Fuarlarda Firma Tanıtımı	40/24	Sergi ve fuarlarda firmayı temsil etmek

REKLAM KAMPANYALARI

Reklamcılığa ait kavramların ve reklam kampanyaları ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye reklamlarla ilgili araştırma ve durum analizi yapma, reklam planlaması oluşturma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Reklamcılıkta Temel Kavramlar	40/32	Reklam kavramı ile ilgili özellikleri analiz etmek

Reklam Ortamları	40/32	Reklam ortamını çözümlemek
Reklamcılıkta Araştırma	40/32	Reklamla ilgili araştırma ve durum analizi yapmak
Reklamcılıkta Planlama	40/32	Reklam planlaması yapmak

REKLAMCILIKTA YARATICI FAALİYETLER

Reklamda yazılı ve görsel basına yönelik yaratıcı çalışmaların takibi ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye yazılı ve görsel basına yönelik yaratıcı çalışmaları takip etme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Yazılı Basında Yaratıcı Faaliyetler- 1	40/32	Yazılı basında yaratıcı çalışmaları takip etmek
Yazılı Basında Yaratıcı Faaliyetler- 2	40/32	
Görsel/İşitsel Medyada Yaratıcı Faaliyetler	40/32	Görsel/işitsel medyada yaratıcı çalışmaları takip etmek

KAMUOYU VE PİYASA ARAŞTIRMASI

Kamuoyu ve piyasa araştırmacılığı ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye kamuoyu, piyasa ve pazar kavramlarını analiz etme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Kamuoyu- 1	40/32	Kamuoyu kavramı ve ilgili olduğu alanları çözümlemek
Kamuoyu- 2	40/32	
Piyasa ve Pazar	40/32	Piyasa ve pazar kavramını incelemek

MEDYA TAKİBİ

Medya takibi, kurgu ve dijital video ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye yazılı ve görsel medyayı takip etme ve video kurgu yapma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Yazılı Medyayı Takip Etme	40/16	Yazılı medyayı takip etmek
Görsel Medyayı Takip Etme	40/16	Görsel medyayı takip etmek
Kurgu Programı Pencereleri	40/32	Video kurgu yapmak
Dijital Video Düzenlemesi	40/32	Dijital video düzenlemesi yapmak

ARAŞTIRMA

Veri toplama yöntemleri, soru formu hazırlama, istatistiki verilerden yararlanarak araştırma yapılması ve sonuçların değerlendirilmesi ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye araştırma planı, kaynak taraması ve gözlem yaparak görüşme; anket yapma; içeriğine ve biçimine göre soru formu hazırlama; istatistiki verilerden yararlanarak araştırma sonuçlarını değerlendirme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Araştırma Planı Hazırlama	40/16	Araştırma planı tasarlamak
Kaynak Taraması ve Gözlem	40/32	Kaynak taraması ve gözlem yapmak
Görüşme Teknikleri	40/32	Görüşme yapmak
Anket Uygulama	40/32	Anket hazırlamak ve uygulamak
Biçimine Göre Sorular	40/32	Biçimine göre soru hazırlamak
İçeriğine Göre Sorular	40/32	İçeriğine göre soru hazırlamak
İstatistik	40/32	İstatistik yöntemleri uygulamak
Rapor Yazma	40/32	Araştırma sonuçlarını yazmak

WEB UYGULAMALARI

Bilgisayarda web sayfası tasarımı ve tanıtımı ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye web tasarım editörü yardımıyla web sayfası tasarlama, programlama komutları kullanarak etkileşimli web uygulamaları hazırlama yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
XHTML-1	40/32	XHTML kodları ile basit web işlemlerini yapmak
XHTML-2	40/32	XHTML kodları ile gelişmiş web işlemlerini yapmak
WEB Tasarımı Editörü- 1	40/32	Web projesi için temel düzenlemeleri yapmak

WEB Tasarımı Editörü-2	40/32	Nesne işlemlerini yaparak site yönetimini gerçekleştirmek
------------------------	-------	---

ORGANİZASYONDA YARDIMCI HİZMETLER

Teknik hizmetleri, reklam ve tanıtım hizmetleri, seyahat ve konaklama hizmetleri, destek hizmetleri, yiyecek ve içecek hizmetleri ile ilgili bilgilerinin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye organizasyonda teknik hizmet sistemleri, reklam ve tanıtım hizmetleri, seyahat ve konaklama hizmetleri, destek hizmetleri, yiyecek ve içecek hizmetleri, işlemlerin takibi ile ilgili yeterlikleri kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Teknik Hizmetler	40/32	Teknik hizmet sistemlerini temin etmek
Reklam ve Tanıtım Hizmetleri	40/32	Reklam ve tanıtım hizmetlerini temin etmek
Seyahat ve Konaklama Hizmetleri	40/32	Seyahat ve konaklama hizmetlerini temin etmek
Destek Hizmetler-1	40/32	Destek hizmetlerini temin etmek
Destek Hizmetler- 2	40/32	
Yiyecek ve İçecek Hizmetleri	40/32	Yiyecek ve içecek hizmetlerini temin etmek

PROJE GELİŞTİRME

Organizasyon projesi geliştirme, organizasyonun bütçesini ve olağan dışı durumlar için plan hazırlama ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye organizasyon projesi geliştirme, organizasyonun bütçesini hazırlama ve olağan dışı durumlar için plan hazırlama ve sunuş yapabilme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Proje Geliştirme	40/32	Organizasyon projeleri geliştirmek
Organizasyonun Bütçesini Hazırlama	40/32	Organizasyonun bütçesini hazırlamak
Olağan Dışı Durumlar İçin Plan Hazırlama	40/32	Olağan dışı durumlar için plan hazırlamak
Sunuş	40/32	Sunuş yapabilmek

MEKÂN DÜZENLEME

Müşteri istekleri, geçici mekânlarda özgün tasarım, geçici mekânlarda fonksiyonel tasarım, stant düzenleme, vitrin düzenleme, masa ve sandalye giydirme ve mekân süsleme ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye müşteri isteklerini tespit etme, geçici mekânlarda özgün ve fonksiyonel tasarım yapma, stant düzenleme, vitrin düzenleme, masa ve sandalye giydirme ve mekân süsleme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Organizasyonlarda Mekân Tasarımı	40/32	Organizasyonda mekân tasarımı yapmak
Stant Düzenleme	40/32	Stant düzenlemek
Vitrin Düzenleme	40/32	Vitrin düzenlemek
Masa ve Sandalye Giydirme	40/32	Masa ve sandalye giydirmek
Mekân Süsleme- 1	40/32	Mekân süslemek
Mekân Süsleme- 2	40/32	

FUAR/KONGRE HOSTESLİĞİ

Fuar ve kongre öncesi hazırlıklar, müşteri hizmetleri ve stant hosteslik hizmetleri ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye fuar ve kongre öncesi hazırlıkları yapma, müşteri hizmetleri ve stant hosteslik hizmetlerini yürütme yeterliklerinin kazandırılması amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Fuar/Kongre Öncesi Hazırlıklar	40/24	Fuar/kongre öncesi hazırlıkları yapmak
Fuar/Kongrede Müşteri Hizmetleri	40/24	Müşteri hizmetlerini yürütmek
Fuar/Kongrede Stant Hizmetleri	40/24	Stant hizmetlerini yürütmek

FUAR ORGANİZASYONU

Fuarçılık, organizatör firma fuar hizmetleri; fuarın pazarlama ve satışı; katılımcı firmanın fuar öncesi, fuarda ve sonrası çalışmaları; fuar etkinlikleri; yurt içi ve yurt dışı fuarlar ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye fuarçılık sektörünü araştırma, organizatör firmanın fuar sürecini takip etme, pazarlama ve satışını yapma, katılımcı firmanın fuar öncesi, fuarda ve sonrası çalışmalarını takip etme, fuar etkinliklerini planlama, yurt içi ve yurt dışı fuar uygulamaları dosyası oluşturma

yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Fuarcılık	40/32	Fuarcılık sektörünü araştırmak
Organizatör Firma Fuar Hizmetleri	40/32	Organizatör firmanın fuar sürecini takip etmek
Fuar Pazarlama ve Satışı	40/32	Fuarın pazarlama ve satışını yapmak
Katılımcı Firmanın Fuar Öncesi Hazırlıkları	40/32	Katılımcı firma fuar öncesi hazırlıklarını takip etmek
Katılımcı Firmanın Fuarda ve Sonrasında Çalışmaları	40/32	Katılımcı firmanın fuar sırasında ve sonrasında çalışmalarını takip etmek
Fuar Etkinlikleri	40/32	Fuar etkinliklerini planlamak
Yurt İçi Fuar Uygulamaları	40/32	Yurt içi fuar uygulamaları dosyası oluşturmak
Yurt Dışı Fuar Uygulamaları	40/32	Yurt dışı fuar uygulamaları dosyası oluşturmak

ORGANİZASYON ETKİNLİKLERİ

Sosyal, özel, tanıtım, yarışma ve spor, eğitim ve kültür, eğlence, çocuk ve gençlik ile ilgili organizasyonlar hakkında bilgi verilen derstir. Bu derste öğrenciye sosyal, özel, tanıtım, yarışma ve spor, eğitim ve kültür, eğlence, çocuk ve gençlik ile ilgili organizasyon düzenleme sürecini ve etkinlikleri takip etme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Sosyal Organizasyonlar	40/32	Sosyal organizasyonların düzenleme sürecini takip etmek
Özel Organizasyonlar	40/32	Çeşitli özel organizasyonların düzenleme sürecini takip etmek
Tanıtım Organizasyonları	40/32	Tanıtım organizasyonu düzenleme sürecini takip etmek
Yarışma ve Spor Organizasyonu	40/32	Yarışma ve spor organizasyonu düzenleme sürecini takip etmek
Eğitim ve Kültür Organizasyonları	40/32	Eğitim ve kültür organizasyonları düzenleme sürecini takip etmek
Eğlence Organizasyonları	40/32	Eğlence organizasyonları düzenleme sürecini takip etmek
Çocuk ve Gençlik Organizasyonları	40/32	Çocuk ve gençlik organizasyonları düzenleme sürecini takip etmek

BÜRODA ORGANİZASYON

Randevu ve konuk kabulü, toplantı ve seyahat organizasyonu, problem çözme ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye randevu ve konuk kabulü yapma, toplantı ve seyahat organize etme ile problem çözme yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Randevu ve Konuk Kabulü	40/32	Randevu ve konuk kabulü yapmak
Toplantı Organizasyonu	40/32	Toplantı organizasyonu yapmak
Seyahat Organizasyonu	40/32	Seyahat organizasyonu yapmak
Problem Çözme	40/32	Problem çözmek

TEMEL TASARIM

Nokta-çizgi, açık-koyu, ışık-gölge, tasarı ilkeleri, doku, renk ve strüktür ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye; yaratıcı güçlerini geliştirme ve temel çizimler yapma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Nokta ve Çizgi	40/32	Nokta ve çizgi ile yüzey düzenlemek
Açık-Koyu ve Işık-Gölge	40/24	Objeleri açık-koyu ve ışık-gölge ile çalışmak
Tasarı İlkeleri	40/24	Formları tasarı ilkeleri
Renk	40/32	Kompozisyonu renklendirmek

KİŞİSEL HAZIRLIK

Kişisel bakım, makyaj ve saç yapma, sağlıklı beslenme, sağlıklı diyet yapma, protokol ve görgü kuralları ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Bu derste öğrenciye kişisel bakım yapma, makyaj yapma, saç yapma, sağlıklı beslenme, sağlıklı diyet yapma, protokol ve görgü kurallarını uygulama yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.

Dersin Modülleri	Süre	Kazandırılan Yeterlikler
Kişisel Bakım	40/8	Kişisel bakım yapmak
Sağlıklı Beslenme	40/32	Sağlıklı beslenmek
Diyet	40/32	Diyet yapmak

EK 5- RESMİ VE ÖZEL İZİNLER

s://mail.google.com/mail/u/0/#sent/16185a8b7c1ccce

in:sent

Gelen Kutusuna taşı Diğer

584 ileti dizisinden 24

Medya ve Televizyon Medya Okuryazarlık Düzey belirleme Ölçeği kullanma izni

Perihan Aydoğan <perihanaydogan@gmail.com> 11 Şub

Alıcı: kemal.karaman, karatasusak

Merhaba hocam,
Ben Perihan Geyik, Akdeniz Üniversitesi Gazetecilik bölümünde Yüksek lisans yapmaktayım. Tez konum: " İLETİŞİM LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN MEDYA OKURYAZARLIK DÜZEYLERİNİN MÜFREDATLA İLİŞKİSİ: ELAZIĞ ÖRNEĞİ"
Bu konuda sizin geliştirmiş olduğunuz" Medya ve Televizyon Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği" ni kullanmak istiyorum. İzin almak amacıyla bu maili gönderiyorum. Danışman hocam Yard.Doç.Dr. İsmail Ayşad GÜDEKLİ.

İyi çalışmalar. Hoşça kalın.

Kemal Karaman <m.kemalkaraman@gmail.com> 12 Şub

Alıcı: bana

Merhaba
Medya ve Televizyon Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeğini kullanabilirsiniz. Yayınladığınızda bilgi verirsiniz memnun oluruz.

kkaraman

11 Şubat 2018 19:18 tarihinde Perihan Aydoğan <perihanaydogan@gmail.com> yazdı:

Adem KARATAŞ <karatasusak@gmail.com> 13 Şub

Alıcı: bana

merhaba,
kaynak gösterme ve atıf kurallarına uymak kaydıyla kullanabilirsiniz.

Hocanıza ve size iyi çalışmalar.

Dr. Adem Karataş

Evrak Tarih ve Sayısı: 19/04/2018-23416



T.C.
ELAZIĞ VALİLİĞİ
Milli Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 79137285-605.01-E.7516919
Konu : Araştırma İzni

13.04.2018

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE
(Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı)
ANTALYA

İlgi :a) 30/03/2018 tarih ve 50913635-302.99-E.10979 sayılı yazınız,
b) Valilik Makamının 12/04/2018 tarih ve 79137285-605.01-E.7426062 sayılı onayı.

Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü Gazetecilik Anabilim Dalı Tezli yüksek lisans programı 20145251016 numaralı öğrencisi Perihan GEYİK'in, "İletişim Lisesi Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Müfredat ile İlişkisi: Elazığ Örneği" konulu yüksek lisans tezine veri toplamak için izin isteği ilgi(a) yazınız ile bildirilmiştir.

Söz konusu anket çalışmasının, Müdürlüğümüze bağlı İlimiz Merkez Necip Güngör Kısaparmak Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinde öğrenim gören öğrencilere yönelik uygulanabilmesi için Valilik Makamından alınan ilgi (b) onay ve uygulanacak anketler ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinize arz ederim.

Feyzi GÜRTÜRK
Milli Eğitim Müdürü

Ek:

- 1- Makam Onayı (1 sayfa)
- 2- Anket Formları (7 sayfa)

Güvenli Elektronik İmza
Aşıl ile Aynıdır.
13.04/2018
Peyman DEVECİ
Memur
R.D.

Akıncı M. Kolordu C. NO:5 23100 /ELAZIĞ
Elektronik Ağ: <http://elazig.meb.gov.tr>
e-posta: elazigmem@meb.gov.tr

Ayrıntılı bilgi için: Ahmet AKARSU-V.H.K.İ
Tel : (0 424) 238 50 24
Faks : (0 424) 233 36 70

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <https://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden e6f0-2d7e-36b8-a371-07be kodu ile teyit edilebilir.



T.C.
ELAZIĞ VALİLİĞİ
Milli Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 79137285-605.01-E.7426062
Konu : Araştırma İzni

12.04.2018

VALİLİK MAKAMINA

- İlgi :a) MEB'e Bağlı Okul ve Kurumlarda Yapılacak Araştırma, Yarışma ve Sosyal Etkinlik İzinleri 2012/13 sayılı Genelgesi.
b) Akdeniz Üniversitesi Rektörlüğü Öğrenci İşleri Daire Başkanlığının 30/03/2018 tarih ve 50913635-302.99-E.10979 sayılı yazısı.

Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğünün, Gazetecilik Anabilim Dalı Tezli yüksek lisans programı 20145251016 numaralı öğrencisi Perihan GEYİK'in, "İletişim Lisesi Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Müfredat ile İlişkisi: Elazığ Örneği" konulu yüksek lisans tez anket çalışmasına veri oluşturmak amacıyla yapacağı anket çalışmasını Müdürlüğümüze bağlı İlimiz Merkez Necip Güngör Kısaparmak Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinde öğrenim gören öğrencilere yönelik anket ve uygulama izin isteği, ilgi (b) yazı ile bildirilmiştir.

Konu ile ilgili olarak Müdürlüğümüz AR-GE Biriminde MEB'e bağlı Okul ve Kurumlarda Yapılacak Araştırma ve Araştırma Desteğine Yönelik İzin ve Uygulama Genelgesi'ne bağlı olarak oluşturulmuş olan Bilimsel Araştırma İzni Değerlendirme Komisyonu 09/04/2018 tarihinde Müdürlüğümüz Strateji Geliştirme Şubesi AR-GE Biriminde toplanarak başvuru hakkında gerekli incelemeyi yapmıştır. Söz konusu anket çalışmasının Müdürlüğümüze bağlı İlimiz Merkez Necip Güngör Kısaparmak Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinde öğrenim gören öğrencilere yönelik gönüllülük esasına dayalı olarak, okul idaresinde izni doğrultusunda, çalışmaların eğitim öğretimi aksatmayacak şekilde **10-15 Nisan 2018** tarihleri arasında uygulamaya dahil edilen konularla sınırlı kalma şartıyla, yapılması Müdürlüğümüzce uygun görülmektedir.

Makamınızca da uygun görüldüğü takdirde olurlarınıza arz ederim.

Fatih KÖMÜRLÜ
Müdür a.
Şube Müdürü

OLUR
12.04.2018
Feyzi GÜRTÜRK
Vali a.
Milli Eğitim Müdürü

Güvenli Elektronik İmza ile Aynıdır.
12.04.2018...
Payman DEVECİ
Memur

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Perihan GEYİK
Doğum Yeri - Tarihi	Sivrihisar/Eskişehir-1979
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Süleyman Çakır Lisesi, Eskişehir, 1995
Lisans Diploması	Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Basın Yayın Bölümü, Eskişehir, 2010 Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Sinema ve Televizyon Bölümü, Eskişehir, 2011
İŞ DENEYİMİ	
Çalıştığı Kurumlar	Eskişehir Anadolu Üniversitesi Tv Yapım Merkezi / Antalya Hüsniye Özdilek Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi/ Elazığ Necip Güngör Kısaparmak Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
E-Posta	perihanaydogan@gmail.com