

**Küreselleşme- Medya Okuryazarlığı İlişkisi
(Sınıf Öğretmenlerinin Görüşlerine Göre Durum Tespiti)**

**The Relationship of Globalisation and Media Literacy
(Due Diligence According to Opinions of Primary School Teachers)**

Salih Zeki GENÇ* , Fatih GÜNER **

Özet

Bu çalışmada, yirmi birinci yüzyılda okuryazarlık kavramındaki değişimler, eleştirel düşünme becerisi ile buna benzer zihinsel süreçlerin konu alanından daha önemli hale gelmesi ve kitle iletişim araçlarının birey ve toplum üzerindeki önemli etkileri göz önüne alınarak küreselleşme ile medya okuryazarlığının birlikte irdelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma, 2012– 2013 öğretim yılı içerisinde Çanakkale’de 4 ilkokulda, toplam 20 öğretmenin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma için tarama türünde nitel bir araştırma deseni yapılmış ve görüşmeler yoluyla veriler toplanmıştır. Verilerin analizinde görüşmelerin üzerinde herhangi bir değişiklik yapılmadan görüşme formundaki sıraya göre dökümleri yapılmıştır. Elde edilen bulgulara bakıldığında, medya ve kültür kavramları arasında görüş bildiren 18 katılımcının 8’inin medyanın kültüre göre daha aktif bir kavram olduğu ve medyanın kültüre yön verdiği görüşü doğrultusunda görüş bildikleri görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu (%85), “küresel kültür” ve “ağ toplumu” kavramlarına yönelik küreselleşme ve medya okuryazarlığı ilişkisini vurgulayıcı yorumlamalar yapmışlardır.

Anahtar Sözcük: ağ toplumu, küreselleşme, küresel kültür, medya okuryazarlığı.

Abstract

In this study, it is aimed the changes in the concept of literacy in the 21th century, becoming more important of such cognitive processes as critical thinking skill than topic area, explicating globalisation with media literacy when thought the effects of mass media on individual and society. The research is done in 4 primary school, in Canakkale, with the participation of totaly 20 teachers in 2012- 2013 educational term. Data were collected via qualitative research pattern in scanning type, and interview for the research. The analysis of the data, without making any change in interviews, has been presented one by one as in the interview form. According to the findings; 8 of the 18 participants express that media is more active concept than culture, and it guides culture. Most of the participants has stressing comments about the relationship of globalisation and media literacy towards “global culture” and “network society”.

* Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, e- posta: szgenc@yahoo.com

** Öğretmen, Balıklıçeşme İlkokulu- Biga/ Çanakkale, e- posta: fatih_guner17@hotmail.com

Keywords: network society, globalisation, global culture, media literacy.

Giriş

Günümüzde sıklıkla tartışılan kavramlardan biri değişime paralel bir şekilde kendinden sıkça bahsettiren “küreselleşme” kavramıdır. Küreselleşme taraftarları ve küreselleşme karşıtları tarafından küreselleşmenin farklı tanımlamaları yapılmaktadır. Bu farklı tanımlardan küreselleşme, kısaca dünya çapındaki ilişkilerin yoğunlaşması ve karmaşıklaşması olarak tanımlanmaktadır.

Nair (2001), küreselleşmenin hem dünyayı küçülterek yoğunlaştırdığını hem bütün olarak dünya bilincini yoğunlaştırdığını ifade etmektedir. Erkan (2000), yerel ilişkileri ve yerel değerleri bir ağacın köklerine benzeterek ağacın beslendiği ortamı işaret etmekte, küresel ilişkileri ağacın meyvelerinin pazarlandığı yere benzetmektedir. Bu benzetmede meyvenin kalitesinin toprağa bağlı olduğu ve bu durumun pazarlama avantajı yarattığı vurgulanmakta, çelişki gibi gözüken küreselleşme ve yerelleşmenin aslında birbirini besleyen süreçler olduğu ifade edilmektedir.

Küreselleşme ülkeler arasında artan bir ticari akış ve uluslararası ekonomi olarak yorumlanırsa bütünleşmiş bir dünya ticaret sisteminin oluşmaya başladığı on dokuzuncu yüzyıl ikinci yarısının önemi ortaya çıkmaktadır. 1860’lardan itibaren denizaltı kabloları, kıtalararası “anında iletişimi” (Hirst, 1998) bu konuda önemli bir gelişmedir. Küreselleşme olgusuna salt ekonomik açıdan bakıldığında bu hususta geniş ve dar kapsamlı yaklaşımlar görülmektedir. Ekonomik açıdan küreselleşme, gelişmiş sanayi kapitalizminin yeni evresi, post endüstriyel topluma geçiş süreci olarak tanımlanabilmektedir (Akgüç ve ark., 2002, s.2).

Robertson (1999), küreselleşmenin gelişimini kabataslak beş evrede açıklamaktadır. Bu evrelerden birincisi “oluşum evresidir” ve on beşinci yüzyılın başlarından on sekizinci yüzyılın ortalarına kadar süren evredir. Bu evre “ulusötesi” sistemlerin çökmeye başladığı ve ulusal toplulukların yavaş yavaş ortaya çıktığı evredir. İkinci evre “başlangıç evresi”dir. Başlangıç evresi on sekizinci yüzyılın ortalarından 1870’lere kadar süren evredir. Avrupalı olamayan toplumların “uluslararası topluma kabulü” sorununun baş gösterdiği ikinci evre,

ulusçuluk- uluslararasılık meselesinin temalaştırıldığı evredir. Üçüncü evre “yükseliş evresi”dir. Bu evre 1870’lerden 1920’lere kadar sürmektedir. Bu evre, küresel iletişim biçimlerinin sayısında ve hızında artışın görüldüğü evredir. Dördüncü evre ulusal bağımsızlık ilkesinin kabul edildiği, soğuk savaşın en üst düzeye ulaştığı “hegemonya için mücadele evresi”dir. Bu evre, 1920’lerden 1960’ların sonuna kadar süren evredir. Küreselleşmenin son evresi 1960’ların sonundan 1990’ların başında kriz belirtileri gösteren “belirsizlik evresi”dir. Bu evre toplumların çok kültürlülük ve çok etniklik sorunlarıyla daha fazla karşılaşılacak ve insan haklarının küresel sorun haline geldiği evredir.

King (1998), küresel alanın tarihsel ve kültürel boyutları olan sömürgecilik sonrası bir alan olduğunu ifade etmektedir. Dönmez ve Sincar (2008), küreselleşmenin, doğal kaynakların giderek azaldığı ve nüfusun hızla arttığı dünyamızda, ülkelerin geleceklerini kurtarmak ve güçlü olabilmek amacıyla güçlü ekonomilere sahip olma yolundaki çabaları sonucunda ortaya çıktığını ayrıca sonuçta dünyamızda yeni bir toplum oluştuğunu ifade etmektedir. Bu yeni toplum, “Ağ Toplum” kavramı ile ifade edilmektedir.

Küreselleşmeye yol açan faktörlerle ilgili olarak, birtakım unsurlar üzerinde durulmaktadır. Küreselleşmeyi hızlandıran önemli unsurlara iletişim ve bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişmeleri, bilgisayarın ve internetin yaygınlaşmasını, ulusal ve uluslararası ticaret ağlarının genişlemesini, yabancı yatırımların ve uluslararası şirketlerin artması örnek gösterilmektedir (Çalık ve Sezgin, 2005). Küreselleşmeye yol açan en önemli durumun, İngilizcenin dünyanın genelinde çok hızlı yayılması ve giderek evrensel bir dil olmasıdır. Dünyada bir milyardan fazla insan İngilizce konuşmakta ve yüze yakın ülkede, İngilizce anadil veya ikinci dildir. Özellikle iletişim araçlarındaki gelişmeler, değişik milletlerin birbirlerini tanımalarını sağlamakta, güçlü kültürler başta televizyon ve bilgisayar olmak üzere ellerindeki teknolojiyi kullanarak gelişmekte olan ülkeleri etkilemektedir. Bunun sonucunda da giyinme, yeme, eğlenme ve çalışma alışkanlığı benzer insan kitlesi oluşma süreci de halen devam etmektedir (Ceylan, 2001).

Günümüzde oluşturulmaya çalışılan dünya kültürünün, batılı medya kaynaklarından, diğer ülkeler tarafından kopyalanarak oluştu-

rulmakta olduğu bilinen bir gerçektir. Ayrıca, gelişmekte olan ülkelerde bireyler, gelişmiş ülkelerin eğitimine katılma çabasında internetle sıkı bir ilişki içerisine girmektedirler. Örgün ve uzaktan eğitim uygulamalarının da öğrencilere zamandan ve mekandan bağımsızlık sağlayabildiği görülmektedir. (Yılmaz ve Horzum, 2005, s.111).

Küresel çağda, eğitim sürecindeki oluşumda özellikle “Çocuklara daha fazla düşünme, tartışma ve araştırma ortamı hazırlanacak; böylece, serbest düşünen, tartışan, araştıran ve bulduklarını değerlendirebilen bir toplum yapısı oluşturulacaktır.”, “Dersler ansiklopedik bilgileri yüklemek yerine, konuları ve olayları derinliğine anlamayı ve eleştirel düşünmeyi esas alacaktır.” gibi hususlar yer almaktadır (Balay, 2004, s.67).

Bilgili ve Akbulut (2008)’un toplumların dünya görüşlerinin belirlenmesi ve yenedünya düzeninin ideolojik olarak tüm toplumlara benimsetilmesinde medyanın büyük önem taşıdığını, medyanın toplumsal amacının topluma ve devlete egemen ayrıcalıklı grupların ekonomik, toplumsal ve siyasal gündemlerini halka benimsetmek olduğunu ifade ettiği görülmektedir.

Medya, kitap, gazete, dergi, bilgisayar, televizyon, internet, video oyunları, müzik, film, CD-ROM, DVD, çağrı cihazları, cep telefonları, billboardlar olarak tanımlanabilir. Bilgiyi transfer eden basılı, elektronik ve dijital her şey bu tanıma dahil edilebilir (Kıncal ve Kartal, 2009). Taşkiran (2007) toplumun, işin uzmanı kişilerce medya iletilerini daha doğru bir içerikle algılaması, iletilerin altında var olan gizil anlamları kavrayıp, medyayı daha anlar hale getirme sürecine medya eğitimi, bu yolla toplumun eriştiği algılama eşiğine de medya okuryazarlığı demektir. Medya okuryazarı bireylerin, medyadaki her şeyin kurmaca olduğu, gerçekliği medyanın oluşturduğu ve medya iletilerinin ideolojik olduğu hususlarında bilgi sahibi oldukları söylenebilir. Günümüzde de medyanın içerdiği yayınlar ve sahip olduğu ideoloji açısından toplum üzerinde sahip olduğu etkiler sıklıkla tartışılmakta ve bu tartışmaların merkezinde de genelde endişe ve karamsarlık yer almaktadır (İnal ve Kiraz, 2008, s.526). Türkoğlu (2006), küreselleşme ve medya ilişkisinden medya okuryazarlığı, kültür vatandaşlığı, dünya vatandaşlığı, çok kültürlü yurttaşlık gibi kavramların ortaya çıktığını ileri sürmektedir.

Günümüzün gelişen dünyasında küçük çocukların, ailelerinden çok akranlarını taklit etme (konuşmalarını, giyimlerini, dil ve boş zaman alışkanlıklarını) olasılıklarının daha fazla olduğu bilinen bir gerçektir. Bu durum, aile ve öğretmen kaynaklı değil popüler medya ve popüler kültür kaynaklıdır. Günümüzde, genç odaklı Amerikan popüler kültürünün genel, hızlı ve durdurulamaz yayılışı, küreselleşme ve çocuklarla ilgili bir takım kaygılar ortaya çıkarmaktadır (Fass, 2004).

Araştırmanın Önemi

Küreselleşme ve bilgi toplumunda devam eden oluşumlar göz önüne alındığında eğitim, eğitilmiş insan, öğrenme, okul, öğretmen ve öğrenci gibi kavramlar üzerine de konuşulması kaçınılmazdır. Yapılan bazı araştırma bulguları, ilkökul çağındaki çocukların çizgi film izleme oranlarında belli bir yaşa kadar artış olduğu yönündedir. Özellikle de çocukların 10 yaşına kadar çizgi film izleme oranında artış yaşandığı, 10 yaşından itibaren de çizgi filmin yerini dizilerin aldığı belirtilmektedir (Cesur ve Paker, 2007; Genç ve Güner, 2010). Güner (2011), günümüzde popüler olan ve herkesi kendisine kilitleyen medya araçlarının hem hayatımızı yeterince meşgul ettiğine hem de bu araçların etkilerine karşı en savunmasız grubun çocuklar olduğuna vurgu yapmaktadır. Çocukların Mete (1999)'nin de ifade ettiği gibi üç yaşından itibaren televizyona ilgi duymaları düşündürücüdür. Özellikle çocukların modelleme davranışları dikkate alındığında bu durum daha da tehlikeli bir hale dönüşmektedir.

Kişiliğin oluşumunda etkili bir dönem olan çocukluk çağı ve bu çağdaki çocukların medyada sergilenen davranışları modellemeleri göz önüne alındığında ilkökullarda medya okuryazarlığını ve küreselleşmeyi ele alan bir çalışmanın gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Günümüzde medyanın içerdiği yayınların sahip olduğu ideolojiler ve bu ideolojilerin toplumdaki etkilerinin günlük yaşamda tartışılması bu çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Küreselleşme ve medya okuryazarlığına ilişkin kavramların soyutluğu nedeniyle böyle bir çalışmanın çocuklarla yapılmasının yanı sıra çocuklarla en çok etkileşimde bulunan veli veya öğretmenlerle yapılması uygun görülmektedir. Bu çalışmada okul çağı çocuklarının

10 yaşına kadar televizyonda daha çok çizgi film izlediklerine dair gerçek göz önüne alındığında ve belli bir olguya ilişkin bireysel alguların veya perspektiflerin ortaya çıkarılması amaçlandığında araştırmanın sınıf öğretmenleri ile gerçekleştirme ihtiyacı hissedilmektedir.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışma, sınıf öğretmenlerinin medya okuryazarlığına ve küreselleşmeye ilişkin kavramlara yönelik görüşlerini derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırmada aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. Sınıf öğretmenlerinin küreselleşme ve medya okuryazarlığına ilişkin bazı kavramlar (kültür- medya, küresel kültür- ağ toplumu), hakkındaki görüşleri nasıldır?
2. Sınıf öğretmenleri, medya araçları kapsamında da ele alınabilen kitle iletişim araçları ile küreselleşmeyi ilişkili bulmakta mıdır?
3. Sınıf öğretmenleri medya iletilerini, küreselleşme bağlamındaki “ideoloji” kavramı ile ilişkili bulmakta mıdır?

Sınırlılıklar

Araştırmanın sınırlılıkları şunlardır:

1. Araştırma, 2012- 2013 Eğitim- Öğretim yılının II. dönemi ile sınırlıdır.
2. Araştırma Çanakkale il merkezindeki 1 ilkokulda ve Çanakkale’ye bağlı en fazla nüfusa sahip üç ilçedeki ilkokullarda öğretmenlik yapan toplam 20 sınıf öğretmeni ile sınırlıdır.

Yöntem

Araştırmanın Deseni

Bu araştırmada sınıf öğretmenlerinin görüşlerini derinlemesine analiz etmek amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden olgu bilim deseni kullanılmıştır. Olgu bilim deseni, derinlemesine ve ayrıntılı bilgi toplamak amacıyla belirli olgular üzerine odaklanmaktadır. (Yıldırım ve Şimşek, 2008).

Çalışma Grubu

Araştırma, 2012- 2013 öğretim yılı içerisinde Çanakkale'nin il merkezinde ve ilçelerinde toplam 4 ilkokulda, 10'u bayan, 10'u erkek olmak üzere 20 sınıf öğretmenin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara ait bilgilere Tablo 1'de yer verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcılar

Kurumun Adı	Bağlı Bulunduğu Yerleşim Birimi	Katılımcı Sayısı
18 Mart İlkokulu	Çanakkale/ Merkez	5
Balıkliçeşme İlk/ Ortaokulu	Çanakkale/ Biga	5
Etili İlk/ Ortaokulu	Çanakkale/ Çan	5
Piri Reis İlkokulu	Çanakkale/ Gelibolu	5
Toplam		20

Cinsiyet	Katılımcı Sayısı
Kadın	10
Erkek	10
Toplam	20

Okuttukları Sınıf Düzeyi	Katılımcı Sayısı
1.sınıf	5
2.sınıf	5
3.sınıf	5
4.sınıf	5
Toplam	20

Okulun Bulunduğu Yerleşim Biriminin Türü	Katılımcı Sayısı
İl Merkezi	5
İlçe	5
Belde	5
Köy	5
Toplam	20

Verilerin Toplanması

Araştırmada nitel veri toplama tekniklerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırma desenlerinde veri toplama aracı olarak kullanılan “görüşmeler”, Karasar (2007) tarafından uygulanan kuralların katılığına göre yapılanmış (formel), yarı yapılanmış (yarı formel) ve yapılanmamış (informel, serbest) olmak üzere üç biçimde ifade edilmektedir. Yapılanmış görüşmeler, ne tür soruların ne şekilde sorulup hangi verilerin toplanacağını en ayrıntılı bir biçimde saptayan, görüşmeciye bırakılan hareket özgürlüğünü en düşük düzeyde tutan, cevaplarının denetimi ve sayısallaştırılması kolay olan bir görüşme türüdür. Yapılanmamış görüşme, sorulacak soruları önceden ana hatlarıyla belirli olsa da görüşmeciye büyük hareket ve yargı serbestisi veren, esnek, kişisel görüş ve yargıların köklerine inmeyi sağlayan bir görüşme çeşididir. Görüşmeler çoğu kez bu iki uç arasındaki ortamda yapılırsa yarı yapılanmış görüşmeler çeşidi uygulanmış olur.

Önceden belirlenmiş soru başlıkları altında açık uçlu soruların sorulduğu ve bu soruların cevaplanması için belirli sınırların çizildiği, yanıtlayıcının soruları daha serbestçe yanıtladığı yarı yapılanmış görüşme formlarının kullanıldığı bu araştırmada, küreselleşme ile medya okuryazarlığı ilişkisi ile ilgili olarak derinlemesine bilgi toplayabilmek amaçlanmaktadır.

Bu çalışmada uygulanan yarı yapılanmış görüşmelerde medya okuryazarlığı ile küreselleşme arasındaki ilişkiyi vurgulayıcı ana sorular ve konun ayrıntılarını ortaya koyan sorular literatür taramasından sonra hazırlanmış ve uzman görüşü alınarak düzenlenmiştir. Gerçekleştirilen görüşmeler sırasında katılımcılara önceden hazırlanmış soruları belirginleştirmek için açıklayıcı sorular da yöneltilmiştir. Görüşmeler ortalama, 25- 40 dakika arası sürmüş ve görüşme formlarıyla kayıt altına alınmıştır.

Verilerin Analizi Edilmesi

Yarı yapılandırılmış görüşme formundan elde edilen veriler “içerik analizi tekniği” kullanılarak analiz edilip yorumlanmıştır. Olgu bilim araştırmalarında verilerin analizi, yaşantıları ve anlamları ortaya çıkarmaktadır. İçerik analizinde bu amaçla veriler kavramsallaştırılmakta ve temalar oluşturulmaktadır. Oluşturulan te-

malar yorumlanarak, alıntılara yer verilmekte ve sonuca gidilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008)

Bu çalışmada katılımcıların isimleri gizlenerek çalışmada kod isimler kullanılmıştır. Katılımcılar bir ile yirmi sayıları arasında numaralandırılmıştır (K 1, K 2,...). İki araştırmacı tarafından bağımsız olarak yürütülen analizler sonunda ulaşılan ortak kavramlar ve temalar araştırma bulguları olarak sunulmuştur. Araştırmacılar tarafından yapılan kavramsallaştırmalar arasındaki tutarlılığa bakıldığında, yüzde 90 oranında tutarlık görülmüştür. Temalar oluşturulurken birbirleri arasındaki ilişkilere bakılarak bütünlük sağlanmıştır. Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirlik gibi kavramlar yerine inandırıcılık ve aktarılabirlik gibi kavramların daha fazla tercih edildiği bilinmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Bu sebeple araştırmanın inandırıcılığını arttırabilmek ve benzer ortamlar için aktarılabir özelliklerini ortaya koyabilmek amacıyla görüşmeler kaydedilmiş, sonuçlara nasıl ulaşıldığı ayrıntılı olarak açıklanmış ve doğrudan alıntılara yer verilmiştir.

Bulgular

Araştırma verilerinin analizi, küreselleşme ve medya okuryazarlığı kavramlarına ilişkin alt kavramların analizi (kültür- medya, küresel kültür- ağ toplumu), medya okuryazarlığı bağlamında ele alınabilecek kitle iletişim araçları ile küreselleşme arasındaki ilişkinin analizi ve medya iletilerinin küreselleşme bağlamındaki “ideoloji” kavramı ile ilişkisinin analizi olmak üzere üç boyutta kategorize edilmiştir.

Tema	f
Küreselleşme ve medya okuryazarlığı kavramlarının alt kavramlar boyutunda analizi	20
Medya okuryazarlığı bağlamında ele alınabilecek kitle iletişim araçları ile küreselleşme arasındaki etkileşimin analizi	20

Medya iletilerinin küreselleşme bağlamındaki “ideoloji” kavramı ile ilişkisinin analizi 18

Tablo 2. Temalar

Tablo 2 incelendiğinde, “Medya iletilerinin küreselleşme bağlamındaki ‘ideoloji’ kavramı ile ilişkisinin analizi” ile ilgili bölümde 2 katılımcının bilgi sahibi olmadıkları bir medya aracı hakkında görüş bildirmek istemediklerinden dolayı 18 katılımcının görüş bildirdiği görülmektedir.

a) Küreselleşme İle Medya Okuryazarlığının Alt Kavramlar Boyutunda Analizi

Küreselleşme ve medya okuryazarlığı öncelikle kültür ve medya kavramları arasındaki ilişkinin incelenmesiyle ele alınmaktadır. Daha sonra da küresel kültür ve ağ toplumu kavramından katılımcıların neler anladıklarına ilişkin bulgulara yer verilmektedir. Aşağıda, araştırmada katılımcılara yöneltilen ilk iki soru ve bu sorulardan elde edilen bazı bulgular yer almaktadır.

1. “Kültür” ve “Medya” kavramları hakkındaki düşünceleriniz nelerdir? Lütfen Açıklayınız.

2. Sizce “Kültür” ile “Medya” arasında herhangi bir ilişki bulunmakta mıdır? “Kültür” ve “Medya” arasında bir ilişki olduğunu düşünüyorsanız bu ilişkiyi nasıl açıklarsınız?

Kültür ile Medya Kavramları Arasındaki İlişkinin Analizi

Aşağıda, ilk olarak katılımcıların kültür ile medya kavramları arasındaki ilişkiye yönelik görüşlerini özetleyen frekans tablosuna (Tablo 3), daha sonra da katılımcı görüşlerine yer verilmektedir.

Tablo 3. Kültür- Medya İlişkisi

Görüşler	f
“Kültür” ve “Medya” kavramları birbirleriyle ilişkili kavramlardır.	18
“Kültür” ve “Medya” kavramları birbirleriyle ilişkili kavramlardır. Ayrıca medya, kültüre yön verebilen ve onu yönlendirebilen bir kavramdır.	8
“Kültür” ve “Medya” kavramları birbirlerinden bağımsız, ayrık iki kavramlardır. Aralarında bir ilişki göremiyorum.	2

Araştırmada, katılımcıların 18’i (% 90) kültür ile medya kavramlarının birbirleriyle ilişkili kavramlar olduklarına yönelik görüş bildirdikleri görülmektedir. Özellikle de “K 1”, “K 2”, “K 4”, “K 7”, “K 11”, “K 13”, “K 17” ve “K 19” kodlu katılımcılar, bu iki kavramın karşılıklı etkileşim halinde olduğunu belirtmekle beraber, medyanın kültüre göre daha baskın bir kavram olduğu ve medyanın kültürü yönlendirdiği yönünde görüş bildirdikleri görülmektedir.

Aşağıda, “K 1”, “K11” ve “K 19” kodlu katılımcıların ilk görüşme sorusuna verdikleri cevaplar yer almaktadır.

K 1: “Birbirleriyle etkileşim halinde iki kavram. Kültür medyayı etkiler, medya da kültürü. Ama ipler daha çok medyanın elinde. Toplumun büyük bir bölümü ne seyredeceğini seçemeyen kesim olduğu için medya bu kesimi istediği gibi yönlendirebilir...”

K 11: “Birey kültürün içinde etkilenen ve aynı zamanda çevresindeki bireyleri etkileyerek kültürü oluşturan bir parçadır. Medya, kültürü etkiler, ona yön verir.”

K 19: “Her ikisi de birbirini etkileyen olgulardır. Ama ‘medya’nın kültür üzerinde yönlendirici bir etkisi bulunmaktadır. Bizim gibi sosyal yaşamı ve eğitim düzeyi düşük ülkelerin en büyük kültürel beslenme kaynağı medyadır. Hal böyle olunca her alanda medyanın etkisini ve yönlendirmesini görmek kaçınılmazdır...”

Yukarıdaki bulgular incelendiğinde medya ve kültür kavramları arasında ilişki olduğu yönünde görüş bildiren 18 katılımcıdan 8 katılımcının medyanın kültüre göre daha aktif bir kavram olduğu ve medyanın kültüre yön verdiği görüşü doğrultusunda görüş bildikleri görülmektedir.

Çalışmadaki 2 katılımcının (% 10) kültür ile medya kavramlarının birbirleriyle ilişkilerinin çok belirgin olmadığı ve bu iki kavramın ayrı iki kavram olduğu yönünde görüş bildirdikleri görülmektedir. “K 3” ve “K 18” kodlu katılımcılardan “K 18” kodlu katılımcının görüşme formunda yer alan ifadesi şöyledir:

K 18: “... Fakat medya, bir kültür aracı değil; günümüz toplumunda %60 oranında eğlence aracı olarak görülmektedir. Bireylerin özellikle de imkan yönünden kısıtlı yerlerde yaşayanların kültürel faaliyetlere değil medyaya yöneldiklerini düşünüyorum.”

Araştırmada, katılımcılara yöneltilen üçüncü soru ve bu soruya ilişkin bulgular aşağıda yer almaktadır.

3. “Küresel Kültür” ve “Ağ Toplumu” kavramları size neler çağırıyor? Bu iki kavram arasında nasıl bir ilişki kurabilirsiniz?

“Küresel Kültür” ve “Ağ Toplumu” Kavramlarının Analizi

Aşağıda ilk olarak katılımcıların, “Küresel Kültür” ile “Ağ Toplumu” kavramları hakkındaki görüşlerini özetleyen frekans tablosuna yer verilmektedir (Tablo 4).

Tablo 4. Küresel Kültür- Ağ Toplumu İlişkisi

Görüşler	f
“Küresel Kültür” ile “Ağ Toplumu” kavramlarını ilişkili kavramlar olarak görmekle beraber iki kavramı, birbirlerini besleyen toplum mekanizmaları gibi görmekteyim.	17
“Küresel Kültür” ve “Ağ Toplumu” kavramları hakkında açıklayıcı yorum yapılamamıştır.	3

Çalışmada 3 katılımcının (% 15) “Küresel Kültür” ve “Ağ Toplumu” kavramları hakkında açıklayıcı bir yorum yapamadıkları görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun (% 85), bu iki kavram arasındaki ilişkiyi ortaya koyan ifadeler kullandıkları görülmektedir. Özellikle de “K 6”, “K 7”, “K 10”, “K 12” ve “K 17” kodlu katılımcıların “Küresel Kültür” ve “Ağ Toplumu” kavramlarına yönelik küreselleşme- medya okuryazarlığı ilişkisini vurgulayan ifadeler kullandıkları söylenebilir. Aşağıda, bu katılımcılardan “K 7” ve “K 10” kodlu katılımcıların görüşlerine yer verilmektedir.

K 7: “Medyanın gücüyle gündün güne dünyanın küçülmesi “küresel kültür” kavramının başlangıç noktası bana göre. Bu nedenle ayrımlar gündün güne ortadan kalkmakta ve tüm dünyada ortak bir kültür doğmaktadır. Mesela “Lost” adlı dizi ABD’de reyting rekorları kırarken aynı hafta aynı bölüm, çanak anteni olan bir Türk köyünde de reyting rekorları kırmaktadır. Ağ toplumu kavramı da küreselleşmeden doğan bir kavram olup tıpkı bir örümceğin tavan köşelerini kurduğu ağla birleştirmesi gibi tüm dünya toplumlarını ortak bir paydada buluşturmasıdır...”

K 10: “Küresel kültür, yeryüzünde yaşayan tüm toplumların değer verdiği ortak kültürdür, ortak değerler bütünüdür. Ağ toplumu, aynı kültürü paylaşan, ortak

değerlere sahip milletlerin oluşturduğu bir olgudur. Türk Cumhuriyetleri örneği gibi...”

Yukarıdaki bulgular incelendiğinde “Ağ Toplumu” kavramı konusunda küreselleşmeye vurgu yapıldığı, ülke sınırlarının giderek önemsizleştiğine dikkat çekildiği, ilişkilerin ve devletler topluluklarının ön plana çıkarıldığı söylenebilir.

Araştırmaya ilişkin dördüncü görüşme sorusu ve bu soruya ait bulgular aşağıda yer almaktadır.

4. Medya araçları kapsamında ele alınan “Kitle İletişim Araçları” ile “Küreselleşme” arasında ilişki kurulabileceğini düşünüyor musunuz? Bu iki kavramın ilişkili olduğunu düşünüyorsanız aralarındaki ilişkiyi nasıl açıklayabilirsiniz?

b) Medya Okuryazarlığı Bağlamındaki Kitle İletişim Araçları İle Küreselleşme Arasındaki İlişkinin Analizi

Katılımcıların, görüşme formunun dördüncü sorusuna, özelde kitle iletişim araçlarının genelde de medyanın küreselleşme için bir araç olduğu yönünde görüş bildirdikleri görülmektedir. “K 5”, “K 8”, “K 9”, “K 10”, “K 14” ve “K 16” kodlu katılımcıların medya okuryazarlığı ile küreselleşme arasında açıkça bir ilişki kurdukları ve bu ilişkiyi eleştirel düşünme tavırlarıyla ortaya koydukları söylenebilir. Aşağıda bu katılımcılardan “K 8” ve “K 9” kodlu katılımcıların görüşlerine yer verilmektedir.

K 8: *“Medya okuryazarı olabilmiş bireyler iletişim araçlarını doğru bir şekilde kullanmayı bilirler. Bu bireyler küreselleşmenin olumsuz etkilerinden kurtulurlar olumlu etkilerini alırlar.”*

K 9: *“Kitle iletişim araçları, toplumlar arasındaki etkileşimi arttırarak küreselleşmenin hızlanmasını sağlar.”*

Yukarıda verilen bulguları incelediğimizde özellikle “K 8” kodlu katılımcının, medya okuryazarlığı ile küreselleşme arasında, medya okuryazarlığının önemini de göz önüne alarak bir ilişki kurduğu söylenebilir.

Aşağıda, yarı yapılandırılmış görüşme formunun beşinci sorusuna ve bu sorudan elde edilen bulgulara yer verilmektedir.

5. “Medya iletileri ideoloji içerir.” görüşüne katılıp katılmadığınızı nedenleriyle açıklar mısınız?

c) Medya İletilerinin Küreselleşme Bağlamındaki “ideoloji” Kavramı İle İlişkisinin Analizi

Aşağıda, araştırmada kullanılan görüşme formunun beşinci sorusuna yönelik görüşlere ait frekans tablosu verilmiştir (Tablo 5).

Tablo 5. Medya- İdeoloji

Görüşler	f
Medya iletilerinin ideoloji içerdiği görüşüne katılıyorum.	20
Medya iletilerinin ideoloji içerdiği görüşüne katılmıyorum.	-

Tablo 5’te de görüldüğü üzere, “Medya iletileri ideoloji içerir.” görüşüne katılıp katılmadıklarını sorduğumuz katılımcıların tamamı (% 100), medyanın ideoloji içerdiğine yönelik görüş bildirmişlerdir. “K 5” ve “K 7” kodlu katılımcıların bu soruya ilişkin cevapları şöyledir:

K 5: “Bu görüşe katılıyorum. Bu konu ile ilgili bir örnek de vermek de istiyorum. Türkiye’de türban konusunun ateşli bir şekilde tartışıldığı günlerde öğretim görevlilerinin YÖK’ün aldığı karara ilişkin imza toplayarak itirazını iki kanaldan ayrı ayrı dinledim. Birinci kanal haberi verirken ‘Sayın seyirciler, artık YÖK’e kendi bünyesinde çalışan akademisyenler bile isyan ediyor.’ diye

verirken bir diğer kanal ‘Sayın seyirciler, itiraz eden akademisyenlerin geçmişlerinde iktidar partisinden milletvekili adayı oldukları ortaya çıktı.’ şeklinde verilmekteydi. Her iki haberde de haberi yapan kişilerin kendi fikirlerini dikte etmeye çalıştıklarını düşünmüştüm. O yüzden bu görüşe katılıyorum.”

K 7: “Tabi ki katılıyorum. Aynı haberi ideolojisi farklı iki kanalda izleyin farkı göreceksiniz.”

Bu bulgulardan katılımcıların, medyanın belirli iletilerle insanlara bir takım ideolojileri aşılıp daha sonra medyanın kendi isteği doğrultusunda tek tip insan yaratmaya çalıştığı görüşüne katıldıkları söylenebilir.

Bu durumu daha da belirginleştirmek ve medya okuryazarlığı (reklam, dizi vb. programları eleştirel bakış açısıyla inceleyebilme yetisi) bağlamında ele almak amacıyla bir medya iletişiminin görüşme formunda “görüşme sorusu” olarak kullanılma gereksinimi ortaya çıkmıştır.

Araştırmada katılımcılara görüşme formunun aşağıdaki son sorusu yöneltilmiştir:

6. 1981’de çizgi film olarak televizyon dünyasına taşınan, 8 yılda 256 bölüm çekilen Şirinler’in, 80’lerde doğmuş kuşak arasında sıkı bir hayran kitlesi bulunmaktadır. Eski bölümleri halen gösterilmeye devam eden Şirinler’in ormanda komün hayatı yaşayan, Şirin Baba tarafından yönetilen ve komünizmi çağrıştıran bir altyapısı olduğu iddiaları da yıllardır gündemdedir. Küreselleşme ve medya okuryazarlığı kavramlarını dikkate alarak bu konuda neler söylersiniz?”

Aşağıda katılımcıların, görüşme formunun son sorusuna yönelik görüşlerinin frekans tablosu yer almaktadır (Tablo 6).

Tablo 6. “Şirinler” İsimli Çizgi Film

Görüşler	f
“Şirinler” isimli çizgi filmin küreselleşme bağlamında herhangi bir siyasi ideoloji taşımadığını düşünüyorum.	12
“Şirinler” isimli çizgi filmin küreselleşme bağlamında siyasi bir ideoloji taşıdığı görüşündeyim.	6
“Şirinler” isimli çizgi film hakkında herhangi bir fikir sahibi değilim. Bu sebepten dolayı sorunuza cevap veremiyorum.	2

Araştırmada 12 katılımcı (% 60), “Şirinler” isimli çizgi filmin küreselleşme bünyesinde bir ideoloji taşımadığı yönünde görüş bildirmiştir. Bu görüşlerden “K 3” ve “K 14” kodlu katılımcıların görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

K 3: “Komik bir iddia bana kalırsa. Bir defa çizgi filmde aramak mantıksız. Kaldı ki ben de bu çizgi filmin müdavimlerinden biriydim ve böyle bir düşünce akılımin köşesinden geçmedi, geçmez.”

K 14: “Bu görüşe katılmıyorum. Tamamen belli bir yaş grubuna yönelik bu çizgi filmde, çocuklar daha basit mesajlar çıkaracaktır.”

“Şirinler” isimli çizgi filmin, küreselleşme bağlamında bir ideoloji taşıyan medya iletişi olduğu yönünde görüş bildiren 6 katılımcı (% 30) bulunmaktadır. Bu katılımcılardan “K 8” ve “K 16” kodlu katılımcıların görüşleri şöyledir:

K 8: “Bu örneğin (Şirinler) gerçekten de medya iletilerinin ideoloji taşımasına çok güzel bir örnek olduğunu düşünüyorum. Çünkü Şirin Baba’nın kızıl Karl Marx şapkası giymesinin, Gargamel’in kedisinin isminin Azman

(Azrail) olmasının ve Gargamel'in ilahi dinlerde bulunan siyah uzun giysiden giymesinin, ormandaki çilek bahçesinin tüm şirinlerin ortak malı olmasının vb. tüm bunların tesadüf olmadığını düşünüyorum. Bir de o tarihlerde çift kutuplu dünya dediğimiz bir durum söz konusuydu. SSCB'ye karşı alınmış bir tavır varken ve SSCB'nin de rejimini yaygınlaştırma çabasının olduğu bilinirken bu duruma, Şirinler'in yazarının ünlü bir komünist olduğunu eklersek o günlerde küreselleşme çabalarının, çatışmaların zirvesinde olduğu söylenebilir."

K 16: *"Şirinlerde bence şöyle bir düzen var: Şirinler iyilik ve kötülük kavramlarını insanlara yansıtmaya çalışan bir çizgi filmidir. Şirinler ve Gargamel arasındaki fark aslında hayat karşısında nasıl davranmamız gerektiğini öğretebilir. Şirinler'de her bir "şirin" ayrı bir karakterdir. Hepsi de toplumda var olan bir kişiliği sergiler. Gargamel'i veya şirini seçmek her insanın kendi karakteriyle bağlantılıdır. Bu adeta bir savaştır. Şirinler'in sosyalist, Gargamel'in ise kapitalist dünya görüşünü temsil ettiği söylenir. Olaya siyasi bir şekilde yaklaşarak bunun gerçek olduğunu anlayabiliriz."*

Yukarıdaki bulgular, sadece bir çizgi filmin bile hangi boyutlarda tartışılabilirdiğini gözler önüne serme bakımından büyük önem taşımaktadır.

Araştırmadaki 2 katılımcının (% 10), "Şirinler" isimli çizgi film hakkında bilgi sahibi olmadıklarını ifade ettikleri ve bu sebeple de bu konuda görüş bildirmedikleri görülmektedir.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Sonuç olarak 8 katılımcının (% 40), medyanın kültüre göre daha aktif bir kavram olduğu ve medyanın kültüre yön verdiği görüşü

doğrultusunda görüş bildikleri görülmektedir. Elde edilen bu bulgunun Bilgili ve Akbulut (2008)'un toplumların dünya görüşlerinin belirlenmesi ve yenedünya düzeninin ideolojik olarak tüm toplumlara benimsetilmesinde medyanın büyük önem taşıdığı, medyanın toplumsal amacının topluma ve devlete egemen ayrıcalıklı grupların ekonomik, toplumsal ve siyasal gündemlerini halka benimsetmek olduğu ifadesiyle desteklenebilir nitelikte olduğu söylenebilir. Araştırmadaki 2 katılımcının (%10) kültür ile medya kavramlarının birbirleriyle ilişkilerinin çok belirgin olmadığı ve bu iki kavramın ayrık iki kavram olduğu yönünde görüş bildirdiği görülmektedir.

Bu çalışmada 3 katılımcının (% 15) “küresel kültür” ve “ağ toplumu” kavramları hakkında açıklayıcı bir yorum yap(a)madıkları görülmektedir. Katılımcıların çoğunun (% 85), “küresel kültür” ve “ağ toplumu” kavramlarına yönelik küreselleşme ve medya okuryazarlığı ilişkisini vurgulayan ifadeler kullandıkları görülmektedir. Bu ifadelerden katılımcıların tamamının özelde kitle iletişim araçlarının genelde de medyanın küreselleşme için bir araç olduğu yönünde görüş bildirdikleri sonucu çıkarılabilir. Elde edilen bu sonucun, Kıncal (2007)'in “Küreselleşmeyi Algılamak için Bir Araç Olan Medya Okuryazarlığı” isimli çalışmasında elde edilen, bireylerin medya okuryazarlık düzeylerinin, küreselleşme ve onun sonuçlarını algılamada hayati bir rol oynadığı; medya ve internetin, küreselleşme sürecini ve onun sonuçlarını algılamada önem kazandığı sonucuyla paralellik gösterdiği söylenebilir.

Çalışmada kavramlar boyutunda yapılan içerik analizlerinde küreselleşme- medya okuryazarlığı arasındaki ilişkiyi ortaya koyan ifadelerle sıkça rastlanılmaktadır. Elde edilen bu sonucun, Türkoğlu (2006)'nun medya okuryazarlığı, kültür vatandaşlığı, dünya vatandaşlığı, çok kültürlü yurttaşlık gibi kavramların küreselleşme ve medya ilişkisinden ortaya çıktığına yönelik ifadesiyle benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Yapılan bu çalışmada katılımcıların, medyanın belirli iletilerle insanlara küresel bağlamda bir takım ideolojileri aşılıp istenen doğrultuda tek tip insan yaratmaya dolayısıyla küreselleşmiş bir toplum oluşturmaya çalıştığı yönünde görüş bildirdikleri görülmektedir. Elde edilen sonucun, İnal ve Kiraz (2008)'in “Bilgisayar Oyunları İdeoloji İçerir Mi?” isimli çalışmasındaki yirmi birinci yüzyılda, in-

sanların her türlü medya aracını kendi fikir ve ideolojilerinin propagandası olarak kullandıklarına yönelik ifadelerle kısmen benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Bu çalışmada katılımcıların “Şirinler” adlı çizgi filmin bir ideoloji taşımadığı, dünyayı küreselleştirme çabasında olmayan bir medya aracı olduğu yönünde görüş bildirdikleri söylenebilir (% 60). Elde edilen bu bulgunun, Sicart (2003)’ın çalışmasından elde edilen “Counter Strike” isimli oyunun herhangi bir ideolojik yaklaşım içermediği ya da belli bir fikir akımının temsilciliğini yapmadığı ve oyunda sadece terörist diye isimlendirilen sanal karakterlerin oyunu oynayan kullanıcılar tarafından etkisiz hale getirilmesinin amaçlandığı bulgusuyla benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Araştırma, kitle iletişim araçlarının ve medyanın küreselleşme sürecindeki önemini açıkça ortaya koymaktadır. Bu konuda yapılmış çok sayıda çalışma olmamasına rağmen bu çalışmada elde edilen medyanın küreselleşme sürecindeki yadsınamaz önemine yönelik öğretmen görüşlerinden elde edilen bulgunun, Kıncal (2007)’ın öğretmen adaylarının medya okuryazarlık dereceleri ile küreselleşme algıları arasındaki bağlantıyı araştırdığı ve öğretmen adaylarının yaratıcı medya okuryazarlık seviyelerinin küreselleşmeyi etkin şekilde algılama seviyelerini arttırdığına yönelik bulgusuyla paralellik gösterdiği söylenebilir.

Bu çalışmada, medyanın bir aldatmaca olduğunun düşünülmesi ve bu araştırmadaki birçok katılımcının “Kararı bize bırakır.” gibi seçme şansını vurgulayıcı ifadeleri aslında bireylerin eleştirel düşünerek, sorgulayarak, iletilerin arkasındaki asıl amaçları görmeleri gerektiğine vurgu yapıldığının bir göstergesi olabilir. Bu çalışmada küreselleşme bağlamında gerekli medya iletilerinin eleştirel bir süzgeçten geçirildikten sonra o toplum tarafından benimsenmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu düşüncenin, çalışmadaki sınıf öğretmenlerinin görüşleri tarafından desteklendiği söylenebilir.

Öneriler

Sadece bir çizgi filmin bile hangi boyutlarda tartışılabileceğini gözler önüne seren bu çalışmadan hareketle, ortaokullarda okutulan

seçmeli medya okuryazarlığı dersinin içerik boyutunda çocuklara yönelik televizyon programları ile ilgili konulara daha fazla ağırlık verilmesi önerilebilir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar, çizgi filmlerin taşıdıkları medya iletileri bağlamında incelenebilecekleri bilimsel çalışmalara ihtiyaç olduğunu gösterir niteliktedir.

Ayrıca bu çalışmada, günümüzde ortaokullarda okutulan seçmeli medya okuryazarlığı dersinin geliştirilerek 10 yaşına kadar artan bir oranda çizgi film izledikleri bilinen ilkokul çağındaki öğrencilere okutulması önerilebilir.

Sınıf öğretmenlerinin eğitim yılı başındaki ve sonundaki seminer dönemlerinde, medya okuryazarlığına ilişkin hizmet içi eğitimler olarak hem hızla gelişen ve değişen medyayı eleştirel bakış açısıyla takip etmeleri hem de okulların seminer dönemlerini daha verimli geçirmeleri sağlanabilir.

Kaynaklar

- Akgüç, Ö., Çeçen, A., Çotuksöken, B., Önder, İ., Ozankaya, Ö., Kili, S., ve diğerleri. (2002). *Cumhuriyet ve küreselleşme*. Türkiye Cumhuriyeti Kültür Bakanlığı Yayınları: Ankara.
- Balay, R. (2004). Küreselleşme, bilgi toplumu ve eğitim. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, (37) 2, 61- 82.
- Bilgili, C. ve Akbulut, N. T. (der.). (2008). Medya ve küreselleşme: Yeni emperyalizm döneminde medyanın yapısal dönüşümü. *Küreselleştirme makinesi: Medya* (1. Baskı) içinde (23- 40). İstanbul: Beta.
- Cesur, S., Paker, O. (2007). Televizyon ve çocuk: Çocukların tv programlarına ilişkin tercihleri, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, (6) 19, 106- 125.
- Ceylan, D. (29 Mart 2009). Küreselleşme ve eğitimde değişim. 14.07.2013 tarihinde <http://www.mufettisler.net/makale/Kuresellesme%20ve%20egitim.doc> adresinden alınmıştır.
- Çalık, T., Sezgin, F. (2005). Küreselleşme bilgi toplumu ve eğitim. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, (13) 1, 55- 66.
- Dönmez, B. ve Sincar, M. (2008). Avrupa birliği sürecinde yükselen ağ toplumu ve eğitim yöneticileri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, (7) 24, 1- 19.
- Erkan, H. (2000). *Bilgi uygarlığı için yeniden yapılanma*. İmge Kitabevi Yayınları: Ankara.
- Fass, P. S. (2003). Children and globalization. *Journal of Social History*, 36 (4), 963- 977.

- Genç, S. Z., Güner, F. (2010). İlköğretim 7. ve 8. sınıf öğrencilerinin televizyon izleme profili (Çanakkale ili örneği). *Milli Eğitim Dergisi*, 188, 230- 250.
- Güner, F. (2011). *İlköğretim II. kademe öğrencilerinin televizyon dizilerindeki mesajları algılamalarında medya okuryazarlığının etkisi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Hirst, P. (1998). *Küreselleşme sorgulanıyor*. (Çev. Ç. Erdem ve E. Yücel). Dost Kitabevi Yayınları: Ankara.
- İnal, Y., Kiraz, E. (2008). Bilgisayar oyunları ideoloji içerir mi? . *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, (6) 3, 523- 544.
- Karasar, N. (2007). *Bilimsel araştırma yöntemi*, (on yedinci baskı), Nobel Yayın Dağıtım: Ankara.
- Kıncal, R. Y. (2007). Media literacy as a means of perceiving globalization, ISA RC 47 Social Classes and Social Movements- Globalization, Conflicts and Experiences of Localities. University of Rome, "la Sapienza", Faculty of Sociology, Rome.
- Kıncal, R. Y., Kartal, O. Y. (2009). Medya okuryazarlığı eğitimi. *Milli Eğitim Dergisi*, 181, 318- 333.
- King, A. D. (1998). *Kültür mekanları, bilgi mekanları*. A.D. King (der.). *Kültür küreselleşme ve dünya sistemi* (17- 37) (Çev. G. Seçkin ve Ü.H. Yolsal). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Mete, M. (1999). *Televizyon yayınlarının Türk toplumu üzerindeki etkisi*, Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları, Ankara.
- Nair, G. (2001). Bilginin değişen anlamı ve kavram tartışmaları. *C.Ü. İktisadi İdari Bilimler Fak. Dergisi*, (2) 1, 329- 337.
- Robertson, R. (1999). *Küreselleşme (Toplum kuramı ve küresel kültür)*. (Çev. Ü. H. Yolsal). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Sicart, M. (2003). Family values: Ideology, computer games & The Sims. *DIGRA 2003 Conference*, University of Utrecht, The Netherlands.
- Taşkıran, N. Ö. (2007). *Medya okuryazarlığına giriş*, (İkinci Baskı), Beta Yayın Dağıtım: İstanbul.
- Türkoğlu, N. (1 Aralık 2012). Şeytan'ın akordeonu ve sazı: Medyada bolluklar ve boşluklar. 14.07.2013 tarihinde http://globalmedia-tr.emu.edu.tr/bahar2006/Davetli_Yazilarr/ adresinden alınmıştır.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*, Seçkin Yayınları: Ankara.
- Yılmaz, K. ve Horzum, M. B.(2005). Küreselleşme, bilgi teknolojileri ve üniversite. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (6) 10, 103- 121.

Extended Summary

Purpose: One of the concepts discussed today is the “globalisation” concept which is mentioned parallelly with the change. It’s thought about a certain of components related to factors giving rise to globalisation. It might be illustrated such important components that accelerates globalisation are speedy developments in communication and information technologies, becoming widespread of computer and internet, broadening of national and international commerce network, increasing the foreigner investment, and increasing the international holdings. Media is of great importance in determining the world views of societies, and assimilating all societies of the new system of the world. Media’s social goal is to assimilate people the economical, social, and political agenda of privileged groups which sovereigns the society and state. If we think about the concept media literacy; stress of “literacy” is to have hardware which may reach, assess, and criticize media, not being content with only taking of the messages but to encompass constructing new messages, and expressing active participation. It is possible to view the media literacy concept, as the usage implemented since the 20th century in education, is a continuum of the approach socialisation through mass media instrument. Media literacy programmes warns that everything in media is fiction; it forms the reality; the existence of commercial, social, and political liaison of media; that media messages are ideological; having a close relation between the form and content; each instrument has its own aesthetic form.

Method: The research is done in 4 primary school, in Canakkale, with the participation of totally 20 primary school teachers in 2012- 2013 educational term. The participators are 10 women, and 10 men. Data were collected via qualitative research pattern in phenomenological type, and interview for the research. The interviews lasted between 25- 40 minutes, and registered by interview form. The analysis of the data, without making any change in interviews, has been presented one by one as in the interview form. A thematical frame has been constructed with the gathered data, and fixed themes have been coded. By the direction of the constructed thematical frame, the frequential value of themes has been elicited by reading data. Those fixed themes has been grouped under the headline.

Results: The analysis of the research data has been taken up in 3 dimensions: the analysis of the globalisation and media literacy concepts (culture-media, global culture-network society); the analysis of the relationship between globalisation and mass media instrument in the context of media literacy; the analysis of the relationship of media messages in the context of globalisation. According to the findings; 8 of the 18 participants express that media is more active concept than culture, and it guides culture. It’s noteworthy that 8 of the all participants express likewise. Most of the participants has stressing comments about the relationship of globalisation and media literacy towards “global culture” and “network society”. It is explicitly emerged that mass media is an instrument for media in privacy, and for globalisation in general. All the participant who says “media messages include ideology” agrees about that view. Here, we can say that participants are of the same opinion that media tries to construct a globalised society by instilling some ideologies. In

this study, participants says that the cartoon ‘Smurfs’ does not include an ideology; this media instrument cannot be a occupation in the direction of globalisation.

Discussion and Conclusion: The research clearly expresses the importance of the mass media instruments, that is media, in the process of globalisation. Therefore, thinking media is a fiction, some stressing explanation, such as “it is our own choice”, it points us to act by seeing the real aims of the messages in fact. In this study, in the context of globalisation, it is suggested to assimilate by the society after the critical filter of the media messages, we may reveal that those were supported by the teachers’ views.

* * * *