

MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİNİ ALAN VE ALMAYAN İLKÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN MEDYA İZLEME DAVRANIŞLARINDAKİ FARKLILIKLARIN BELİRLENMESİ*

Hamza Çakır** - Mustafa Koçer*** - Hakan Aydın****

ÖZET

Medya okuryazarlığı, ana hatlarıyla, büyük çeşitlilik gösteren formlardaki mesajlara ulaşma, bunları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Medya okuryazarlığı kavramının, Türkiye’de, bilimsel platformlarda tartışılmaya başlanması, Radyo Televizyon Üst Kurulu’nun (RTÜK) 2000’li yılların ortalarından itibaren konuyu gündemine almasını sonuçlandırmıştır. Bu amaçla RTÜK ve Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) işbirliğiyle bir proje hazırlanmış ve medya okuryazarlığı dersinin ilköğretim okullarında seçmeli ders olarak okutulması yönünde önemli bir girişim başlatılmıştır. Medya okuryazarlığı dersi 2007–2008 eğitim-öğretim yılından itibaren tüm Türkiye’deki ilköğretim okullarında 6, 7 ve 8. sınıflarda seçmeli ders olarak okutulmaya başlanmıştır. Bu araştırma; medya okuryazarlığı dersini alan ilköğretim öğrencileriyle almayanların medya izleme davranışları arasındaki farklılıkları Kayseri örneğinde tespit etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma sonuçları, ilköğretim medya okuryazarlığı öğretim programıyla aranan amaçların ve sonuçların ne ölçüde benimsediğinin/günlük yaşam pratiklerinin bütünleşik bir parçası yapıldığının belirlenmesine, konu ve içeriksel kapsam çerçevesinde, temel oluşturması bakımından önemlidir. Araştırma, Kayseri Kocasinan ve Melikgazi merkez ilçelerindeki ilköğretim okullarında okuyan ve medya okuryazarlığı dersini alan 1194, almayan 1087 6, 7 ve 8. sınıf öğrencisine belirlenen zaman ve yerde uygulanmıştır. Araştırma sonuçları, medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan ilköğretim öğrencilerinin kitle iletişim araçlarını bilinçli bir şekilde izlemediklerini ve MOY dersini alan ve almayan öğrencilerin medyayı kullanmaya yönelik tutumlarındaki farkın yeterince olmadığını ortaya çıkarmıştır.

Anahtar sözcükler: Medya, medya okuryazarlığı, ilköğretim öğrencileri, medya izleme davranışları.

MAPPING OUT THE DIFFERENCES IN MEDIA VIEWING HABITS OF PRIMARY SCHOOL STUDENTS WHO TOOK MEDIA LITERACY COURSES AND WHO DIDN'T

ABSTRACT

Media literacy is defined in its outline as the ability to access, analyze, evaluate and transmit media messages of diverse forms. As the concept of media literacy began as a scholarly debate, it resulted in the RTÜK (High Council for Broadcasting) taking the issue in its agenda from the 2000’s. A joint project was developed by the RTÜK and The Ministry of Education to endorse media literacy as an elective course in primary education. The media literacy course has been integrated into the Turkish curriculum as an elective course in the educational year 2007-2008 for the 6th, 7th and 8th classes. This research aims to analyze the differences in media viewing habits of primary school students who took media literacy courses and who didn’t, on the sample of Kayseri. The results of the study will be significant to adequately assess to what extend the

*Bu çalışma Erciyes Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimince Desteklenmiştir. Proje Numarası: SBA–09–818; aynı zamanda çalışma, Beyrut Amerikan Üniversitesi’nin ev sahipliğinde Arap-Amerikan İletişim Eğitimcileri Birliği tarafından düzenlenen “Dijital ve Medya Okuryazarlığı: Yeni Yönelimler” adlı uluslararası konferansta (Beyrut, 28-31Ekim 2011) sunulan bildirinin gözden geçirilmiş ve yeniden düzenlenmiş şeklidir.

**Prof. Dr.,Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi

***Yrd. Doç. Dr.,Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi

****Doç. Dr.,Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi

objectives and results of media literacy program are taken into consideration and adopted as an integral part of daily practice, as well as establishing a basis to this assessment in relation to the subject and scope of content. The research has been applied at certain time and places and comparatively on 1194 students who were given media literacy courses and on 1087 students not given any courses, all of whom attending 6th, 7th and 8th classes of primary schools within Kayseri Kocasinan and Melikgazi central districts. The outcomes of the study show that the students who took media literacy classes do not view mass media outlets consciously, also the case for the students who didn't take relevant courses, and that there has been no considerable difference between those two groups.

Keywords: Media, media literacy, primary school students, media viewing habits.

GİRİŞ

Yetişkinlerin, özellikle de çocukların ve gençlerin medya okuryazarı olabilme potansiyellerinin geliştirmesine dönük projeler, örgün ve yaygın eğitim uygulamaları ve/veya uygulama önerileri, içinde bulunduğumuz dönemde başta Amerika ve Avrupa ülkeleri olmak üzere Türkiye’de yaygınlaştırılmaya çalışılmaktadır. Bu çalışmalar (medya okuryazarlığı alanındaki eğitim programı/uygulamaları girişimlerinin örgütlenmesi) günümüzde çeşitli ülkelerde ulusal ölçekte kâr amacı gütmeyen eğitim organizasyonları olarak işlev gören/görmesi planlanan e-egitim girişimlerine doğru evrilmektedir. Bu çabaların geçerli gerekçesi oldukça açıktır: Günümüz dünyasında çocukların birçok elektronik iletişim teknolojileri tarafından kuşatıldığını görmek mümkündür. Çocuklar genel olarak iki yaşında çizgi film seyretmeye başlamakta, altı yaşına geldiklerinde ise televizyon izleme alışkanlığı gelişmiş olmaktadır (Çaplı 2002: 184). RTÜK’ün yaptırdığı “İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları Araştırması” (2006), ilköğretim çağındaki öğrencilerin boş zaman etkinliklerinin dağılımı bağlamında kitap okumanın % 64.9 ile birinci sırayı, televizyon seyretmenin ise % 64.6 ile ikinci sırayı aldığını belirtmektedir. Yine yapılan bazı araştırmalara göre ülkemizde 6–17 yaş arasındaki çocuk ve gençler, günde ortalama 3–4 saat televizyon izlemektedirler. Aynı yaş grubundaki çocuk ve gençlerin okul dışındaki birinci etkinliği televizyon izlemektir. Çocukların yılda yaklaşık olarak 900 saatini okulda, 1500 saatini ise ekran karşısında geçirdiği düşünüldüğünde durumun ciddiyeti daha da belirginleşmektedir. Bütün bu araştırmalar ve bunlar üzerinde yapılan

değerlendirmeler; görsel, işitsel ve yazılı medya karşısında savunmasız bir alıcı durumunda bulunan çocukların, ilköğretimden başlayarak medya karşısında bilinçlendirilmelerinin gerekliliğini ortaya koymaktadır (Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu 2006: 5 - 6).

Medya okuryazarlığı, günümüzde, medyanın etkilerini kontrol altına alabilmek bağlamında üzerinde durulan/öne çıkarılan popüler bir kavramdır. Çocukların bu kavram doğrultusunda bilgilendirilmelerinin önemi, doğrudan ya da dolaylı olarak birçok çalışmada vurgulanmaktadır. Medya okuryazarlığı eğitimini alan çocuklar, medyayı doğru algılamayı öğrenecekler, daha eleştirel bir bakış açısı geliştirecekler; dolayısıyla medyanın olası zararlı etkilerinden daha az etkilenmiş olacaklardır (Kutoğlu 2007: 105).

Medya okuryazarlığı, ana hatlarıyla, büyük çeşitlilik gösteren formlardaki mesajlara ulaşma, bunları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Hobbs 2004: 122). Medyada okunan, gözlenen ve işitilen her şeyin öncelikle kurgusal olduğunu fark etmeyi öneren medya okuryazarlığı, bu yönüyle medyanın içeriğinin doğal olmadığını ve değiştirilebileceğini vurgulamaktadır (Türkoğlu 2007: 278). Potter’a (2011: 9) göre medya okuryazarlığı, bireylere gerçek dünya ile medya tarafından kurgulanan dünya arasındaki sınırı daha açık görmeyi sağlayacak bir perspektif sunmaktadır. Aufderheide (1989) ise medya okuryazarlığının genel ilkelerini ve ulaşılması gereken algı düzeyini şöyle sıralamaktadır:

-Tüm kitle iletişim araçları kurgusaldır.

-Medya gerçeği kurgulayarak iletir.

-Medyadaki anlam medya ile izleyici arasındaki bir uzlaşma sonucunda ortaya çıkar.

-Medyanın ticari işlevleri vardır.

-Kitle iletişim araçları ideolojik ve değer mesajları içerir.

-Medyanın siyasi ve toplumsal işlevleri vardır.

-Medyada biçim ve içerik birbirleriyle yakından ilişkilidir.

-Her kitle iletişim aracı kendine özgü estetik bir forma sahiptir.

Misyonunu, çocuklar ve yetişkinlerin küresel medya kültürü içinde yaşama ve öğrenmeye hazırlanmasına destek olmak olarak açıklayan Avrupa Medya Okuryazarlığı Merkezi (1), bunun yolunun medya okuryazarlığı eğitiminden, özellikle de çocuklara yönelik bir eğitimden geçtiği görüşündedir. Avrupa Medya Okuryazarlığı Merkezi'ne göre medya okuryazarlığında ve bu doğrultudaki bir eğitim programında şunlar amaçlanmalıdır:

-Medyanın fikir, bilgi ve haberi bir başkasının bakış açısıyla nakletmek üzere kurulduğunu anlamak;

-Duygusal etki oluşturmak için özel tekniklerin kullanıldığını anlamak;

-Bu tekniklerin, amaçladıkları ve doğurdıkları etkilerin ayırıcına varmak;

-Medyanın bazı kişilerin yararına çalıştığını, bazılarını ise dışladığını anlamak;

-Medyadan kimin yararlandığı, neden dışlandığı sorularını sormak ve cevabını bulmak;

-Alternatif bilgi ve eğlence kaynakları aramak;

-Medyayı kendi yararı ve zevki için kullanmak;

-Edilgen olmak yerine aktif olmak (Pekman2007: 44-45).

Medya okuryazarlığı eğitiminin önemine yapılan vurgu Thoman ve Jols'un yapıtında şöyle ifadesini bulmaktadır: Her şeyden önce medya okuryazarlığı, "eleştirel düşünme ve kendini ifade etme" becerilerini kazandırarak "geleceğin vatandaşlarını siyasi sınıflandırma

yapabilen, toplumsal tartışmaları anlayan ve katılabilen ve seçim sürecinde karar verebilen hale getirir." Bireyin yoğun biçimde maruz kaldığı medya mesajlarına karşı, "bu imaj denizinde" yaşantısını güvenli bir şekilde yönlendirmesi; medyanın düşünceleri ve davranışları şekillendirme gücü ve etkisini anlayarak medyaya olan bağımlılığından kurtulması; yine medya okuryazarlığı becerileriyle gerçekleştirebilmektedir (Jols ve Thoman 2008: 14). Medya mesajlarını yeniden kodlayabilme, değerlendirebilme ve inceleyebilme yeteneği, özellikle de medya okuryazarlığının temel hedefinin her tür medyaya karşı eleştirel otonomluk kazandırmak olduğu alana odaklanmış araştırmacılarca sıklıkla dile getirilen bir konudur (Aufderheide 1993: 9).

Medya okuryazarlığı tartışmalarında unutulmaması gereken ise bir etkinlik halinin olduğudur. Önemli olan yalnızca beceri sahibi olmak değil, bu becerilerin hayata aktarılabilmesidir. Kavramdaki "okuryazarlık" vurgusu aynı zamanda iletileri yalnızca alma becerisiyle yetinmeyerek, yeni iletileri oluşturabilmek ve dile getirebilmek gibi etkin katılımı da içermektedir (Türkoğlu 2007: 95).

Tüm bunlar; Williams'ın deyiimiyle (2003: 546) son yıllarda medya okuryazarlığı eğitiminin faydalı ve önemli olduğu yönünde gelişen kanaati desteklemektedir. Medya okuryazarlığının gençleri özellikle de çocukları medyanın olumsuz etkilerinden koruyabileceğine yönelik tartışmalar, Türkiye'de 2000'li yılların ortasıyla birlikte ivme kazanmıştır. Araştırmacılar medya okuryazarlığının anlam ve önemini açıklamakta, gerekli program ve uygulamaları önermekte ve/veya bunların geliştirilmesi için çaba harcamaktadırlar (2). Medya okuryazarlığı kavramının bilimsel platformlarda tartışılmaya başlanması, RTÜK'ün aynı süreçte konuyu gündemine almasını sonuçlandırmıştır. Bu amaçla bir proje hazırlanmış ve medya okuryazarlığı dersinin ilköğretim okullarında seçmeli ders olarak okutulması yönünde önemli bir girişim başlatılmıştır. Teklifi Milli Eğitim Bakanlığı'na sunan RTÜK olumlu karşılık almıştır. Dersin öğretim programı ve kılavuzu, iletişim alanında çalışan akademisyenlerin yanı sıra Milli Eğitim Bakanlığı ve RTÜK uzmanlarından oluşan bir

komisyonca hazırlanmıştır. Program, iletişim bilimci, sosyolog ve eğitim bilimcilerin görüş ve önerileri dikkate alınarak gerekli düzeltmelerin yapılmasının ardından 31.08.2006 tarihinde MEB Talim ve Terbiye Kurulu'nda görüşülerek kabul edilmiştir. Oluşturmacı (inşacı) yaklaşımla hazırlanan Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı'nda programın genel amaçları şu şekilde belirtilmektedir:

“Bu programı başarı ile tamamlayan öğrenci;

1. Medyayı farklı açılardan okuyarak yaşadığı çevreye duyarlı, ülkesinin problemlerini bilen, medyada gördüklerini aklın süzgecinden geçirecek bilinç kazanır.
2. Televizyon, video, sinema, reklâmlar, yazılı basın, internet vb. ortamlardaki mesajlara ulaşarak bunları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği elde eder.
3. Yazılı, görsel, işitsel medyaya yönelik eleştirel bakış açısı kazanır.
4. Mesajların oluşturulmasına ve analizine dönük olarak cevap bulmaktan-soru sorma sürecine doğru bir değişimi gündeme getirir.
5. Bilinçli bir medya okuryazarı olur.
6. Toplumsal yaşama daha aktif ve yapıcı şekilde katılır.
7. Kamu ve özel yayıncılığın daha olumlu noktalara taşınması noktasında duyarlılık oluşturulmasına katkı sağlar” (Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu 2006: 7–8).

İlköğretimde medya okuryazarlığı projesinin pilot uygulaması, 2006–2007 eğitim-öğretim yılında başlatılmıştır. Bu bağlamda 5 ildeki beş ilköğretim okulunda toplam 780 yedinci sınıf öğrencisi medya okuryazarlığı dersini almıştır. Medya okuryazarlığı dersi kapsamında öğrencilere, kavramsal çerçevenin yanı sıra medyanın işlevi, medya-kültür, medya-ekonomi, medya-etik ilişkisi, televizyon yayıncılığı ve televizyonun etkileri, televizyon izleme alışkanlıkları, program analizleri, akıllı işaretler ile radyo, gazete ve internet gibi diğer kitle iletişim araçları ile ilgili aynı çerçeve içinde yer alabilecek bilgiler verilmiştir.

Ayrıca, ilgili kurum yetkililerince oluşturulan soru formları aracılığıyla dersin verimliliği ile ilgili veri toplanarak, program ve uygulamanın başarısı değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Medya okuryazarlığı dersi 2007–2008 eğitim-öğretim yılından itibaren tüm Türkiye'deki ilköğretim okullarında 6, 7 ve 8. sınıflarda seçmeli ders olarak okutulmaya başlanmıştır. Milli Eğitim Bakanlığı'ndan alınan verilere göre 2008–2009 eğitim-öğretim döneminde Türkiye'de 1.024.356 öğrenci bu dersi almıştır. Bu süreçte aynı kurumlar tarafından eğitimcilere, yani medya okuryazarlığı dersini okutacak öğretmenlere yönelik çalışmalar da gerçekleştirilmiştir. Eğitimcilerin eğitimine yönelik seminerler, bilgilendirme ve tanıtım toplantıları ile öğretmen el kitabı bu kapsamda değerlendirilebilir. Günümüzde ilköğretimde medya okuryazarlığı eğitimini alan öğrenci sayısının daha da artması için nelerin yapılması gerektiği, dersin zorunlu hale getirilerek iletişim fakültesi mezunları tarafından verilir verilemeyeceği gerekli platformlarda tartışılmaya devam etmektedir.

Medya okuryazarlığı konusundaki bir eğitim uygulaması sürecinin en son ve en önemli halkasındaki durumu belirlemeye yönelik araştırmaların artması, ilgili çevrelerin (RTÜK ve MEB) etki veya yaygın etki arayışlarıyla ilgili gereksinimlerini karşılama bağlamında ciddi önem taşımaktadır. Bu çalışma, bu tür ilgi ve amaçlarla ilgili konular üzerinde odaklanma gereğinden doğmuştur. Araştırmanın temel amacı; medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerle, almayan öğrencilerin medya izleme davranışları arasındaki farklılıkları Kayseri örneğinde tespit etmektir. Araştırma, ilköğretim medya okuryazarlığı öğretim programıyla aranan amaçların ve sonuçların ne ölçüde benimsediğinin/günlük yaşam pratiklerinin bütünleşik bir parçası yapıldığının belirlenmesine, konu ve içeriksel kapsam çerçevesinde, temel oluşturması bakımından önemlidir. Ayrıca verimli bir medya okuryazarlığı eğitiminin nasıl mümkün olabileceğini tartışmak, halen yürütülmekte olan programın başarısı hakkında bilimsel bilgiye sahip olarak program ve uygulamaları geliştirme bağlamında sonuç ve öneriler sunmak, araştırmanın önemini toplumsal faydayı sağlama bağlamında artırmaktadır.

1. LİTERATÜR DEĞERLENDİRMESİ

RTÜK ve MEB'in işbirliği sonucunda uygulamaya konan ilköğretimde medya okuryazarlığı eğitimi projesi; uygulamayı değerlendirerek eğitimin yeterli ve yetersiz yanları konusunda bilimsel bilgi edinmek böylece program ve uygulamaların geliştirilmesine ve/veya eğiticileri ve aileleri de içerecek şekilde genişletilmesine katkıda bulunmak isteyen araştırmacıların ilgi alanı içinde yer almaya başlamıştır. Bu bağlamda Devci ve Çengelci (2008), 20 sosyal bilgiler öğretmen adayı ile gerçekleştirdiği görüşmeyle sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığına bakışını değerlendirmiş; Özsoy (2010) ise araştırmasını "Türkiye'de kentli çekirdek ailelerin medya okuryazarı olabilirliği üzerine" kurgulamıştır. Özsoy, yetişkinlere yönelik geliştirilecek medya okuryazarlığı eğitim programına katkı sağlayabilecek araştırmada "ailelerin sınırlı da olsa içeriklere müdahil olma potansiyellerinden hareketle medyayı okuyabilme, bir anlamda medya okuryazarı olabilmelerinin" mümkün olduğunu belirtmektedir (2010: 57-58). Aynı şekilde; Kalan da, okulöncesi başlayarak çocukların korunması ve medya okuryazarı olmalarının temellerinin atılabilmesi için ebeveynlerinin medya okuryazarı olmalarının gerekliliğini vurgulamaktadır (Kalan 2010: 72).

İlköğretimde medya okuryazarlığı eğitimi projesi ile ilgili asıl üzerinde durulması gereken araştırmalar medya okuryazarlığı eğitimi alanları üzerinde yapılan araştırmalardır. Cevat Elma ve arkadaşları tarafından yapılan "İlköğretim 7. Sınıf Öğrencilerinin Medya ve Medya Okuryazarlığı Dersine İlişkin Tutumları" başlıklı araştırma ile öğrencilerin özellikle daha iyi bir medya okuryazarı olma, medyayı ve iletildiği mesajları eleştirel bir gözle inceleme konusunda "gereken etkinin tam anlamıyla hissedilmediğini ve yoğun biçimde yaşanmadığını ifade ettikleri belirlenmiştir" (2009: 111). Araştırma, elde edilen verilere dayanarak, medya okuryazarlığı dersinin verimli bir şekilde uygulanabilmesine yönelik önerileri de içermektedir.

Kayseri Sümer İlköğretim Okulu'ndan toplam iki yüz öğrencinin medya okuryazarlığı kavramı bağlamında medyayı kullanmaya yönelik tutumlarını belirlemeye çalışan Fisun Akşit ve

Berna Dönmez, araştırmalarında (2011: 44-45), televizyonun araştırmaya katılan öğrenciler tarafından en çok takip edilen kitle iletişim aracı olduğu, öğrencilerin medyayı ve medya ürünlerini bilinçli olarak tüketmedikleri sonucuna ulaşmıştır. Akşit ve Dönmez'e göre bu sonuç medya okuryazarlığı dersinin daha erken yaşlarda öğrencilere verilmesi ve bu konuda ailelerin de bilinçlendirilmesi gerekliliğini ön plana çıkarmaktadır.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem

Bu araştırma, bilgilerin sağlanması ve kullanılması yönünden betimleyici araştırma karakterini taşımaktadır. Araştırmanın parametrik bir inceleme olarak inşa edilmesi, temsili örneklem alınmasını gerektirmektedir. Çalışmada araştırma nüfusu, 2009-2010 eğitim-öğretim yılında Kayseri'de Melikgazi ve Kocasinan merkez ilçelerinde öğrenim gören 6-7 ve 8. sınıf öğrencileri olarak tanımlanmıştır. İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nden alınan bilgilere göre Kayseri merkez ilçelerinde medya okuryazarlığı dersini alan 6539 öğrenci, almayan 37801 öğrenci olmak üzere toplam 44340 öğrenci bulunmaktadır. % 95 güvenilirlik seviyesi ve 0.05 anlamlılık düzeyinde dersi alan ve almayan 1000'er kişilik örneklem büyüklüğü ana nüfusu rahatlıkla temsil edebilmektedir (Kurtuluş 1998: 236; Ural ve Kılıç 2006: 49). Çalışmanın en önemli sınırlılığı, medya okuryazarlığı dersinin tüm Türkiye genelinde uygulanmasına rağmen araştırmanın sadece Kayseri ilinde yapılmasıdır. Ancak bu çalışma, konuyla ilgili olarak Türkiye çapında yapılacak ardıl araştırmalara örnek oluşturabilir. Çalışmada, Kayseri'de medya okuryazarlığı dersini alan ilköğretim öğrencilerinin medya izleme alışkanlıklarının dersi almayan öğrencilere göre farklılık içerdiği varsayımından hareket edilmektedir.

2.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada, amaca uygun bir biçimde geliştirilen anket formu kullanılarak veri toplanmıştır. Anket formu üç ana bölümden ve 33 sorudan oluşmaktadır. Birinci bölümde, medya izleme sıklıklarını belirlemeye yönelik 1 "hiçbir zaman", 5 "her zaman" ifade eden beşli likert ölçeğine uygun sorulara yer

verilmiştir. İkinci bölümde, medya izleme nedenleri; 1 “hiç katılmıyorum”u, 5 “kesinlikle katılıyorum”u ifade eden beşli likert ölçeği kullanılarak tespit edilmiştir. Son bölümde ise öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik kategorik sorulara yer verilmiştir.

Anket formunun hazırlanmasında, Kayseri’de medya okuryazarlığı dersini veren öğretmenlerin görüşleri de dikkate alınmış; bu amaçla Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde söz konusu öğretmenlerle bir toplantı yapılmıştır. Hazırlanan anket formu sahada uygulanmadan önce yüzey geçerliliği için uzman kişilere gösterilmiş, onların önerileri doğrultusunda gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Daha sonra 50 kişi üzerinde ön-teste tabi tutularak son kontrolleri yapılmış ve uygulamaya hazır hale getirilmiştir.

2.3.Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Alan araştırması, 17–28 Mayıs 2010 tarihleri arasında araştırmaya katılan öğrencilerin okullarına gidilerek yüz yüze görüşme yoluyla gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler, SPSS 17.0 İstatistik Programı kullanılarak elektronik

ortamda işlenmiştir. Verilerin analizinde, araştırmaya katılanların demografik özelliklerini, medya okuryazarlığı dersini alanlarla almayanlar arasındaki farklılıkları belirlemek amacıyla karşılaştırmalı frekans dağılımları, ki-kare ve t testi analizleri kullanılmıştır.

3. BULGULAR ve YORUM

Araştırmada, öncelikle medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan öğrencilerin demografik özelliklerine, daha sonra medya okuryazarlığı dersine göre medya izleme alışkanlıkları arasında fark olup olmadığına ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

3.1. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik Özellikleri

3.1.1. Öğrencilerin Cinsiyet İtibariyle Dağılımı

Araştırmaya medya okuryazarlığı dersini alan 1194, almayan 1087 olmak üzere toplam 2281 ilköğretim öğrencisi katılmıştır. Medya okuryazarlığı dersini alan 10 öğrenci ile dersi almayan 21 öğrenci cinsiyetle ilgili soruyu cevaplamamıştır.

Tablo 1. Öğrencilerin Cinsiyet İtibariyle Dağılımı

Cinsiyet	MOY Dersini Alanlar	MOY Dersini Almayanlar	Toplam
Kız	585 (%49.4)	536 (%50.3)	1121 (%49.8)
Erkek	599 (%50.6)	530 (%49.7)	1129 (%50.2)
TOPLAM	1184 (%100)	1066 (%100)	2250 (%100)

Cinsiyet dağılımı incelendiğinde (Tablo 1) araştırmaya katılanların %49,8’inin kız; %50,2’sinin ise erkek olduğu ve medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan her iki öğrenci grubunun da cinsiyet dağılımı açısından benzerlik taşıdığı görülmektedir.

3.1.2. Öğrencilerin Sınıflarına Göre Dağılımları

Araştırmaya katılan öğrencilerin sınıflara göre dağılımları Tablo 2’de gösterilmektedir. Buna göre öğrencilerin %36,5’i 6. sınıfta, %32,8’i 7. sınıfta, %30,7’si ise 8. sınıfta öğrenim görmektedir.

Tablo 2. Öğrencilerin Sınıf İtibariyle Dağılımları

Sınıflar	MOY Dersini Alanlar	MOY Dersini Almayanlar	Toplam
6. Sınıf	429 (%36.2)	392 (%36.8)	821 (%36.5)
7. Sınıf	400 (%33.8)	338 (%31.7)	738 (%32.8)
8. Sınıf	356 (%30.0)	335 (%31.5)	691 (%30.7)
TOPLAM	1185 (%100)	1065 (%100)	2250 (%100)

Tablo 2, medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan öğrencilerin sınıf dağılımlarının dengeli olduğunu göstermektedir.

3.2. Öğrencilerin Medya Okuryazarlığı Dersi İtibariyle Farklılıkları

Araştırmanın bu aşaması, medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan ilköğretim öğrencilerinin medyayı kullanmaya yönelik davranışlarındaki farklılıkları içermektedir. Farklılıklar, kategorik değişkenlere ki-kare analizi, sürekli değişkenlere t-testi yapılarak belirlenmiştir.

Tablo 3. MOY Dersini Alma Durumuna Göre Günlük TV İzleme Süresindeki Farklılıkların Dağılımı

TV İzleme Sıklıkları	Medya Okuryazarlığı Dersi Alma Durumu					
	Alan	%	Almayan	%	Toplam	%
Her gün 3 saatten fazla	238	49,7	241	50,3	479	100
Her gün 3 saate kadar	264	51,8	246	48,2	510	100
Her gün 2 saate kadar	315	50,9	304	49,1	619	100
Her gün 1 saate kadar	222	52,6	200	47,4	422	100
Hiçtelevizyon izlemem	23	60,5	15	39,5	38	100
Diğer	114	66,3	58	33,7	172	100
TOPLAM	1176	52,5	1064	47,5	2240	100
$X^2=16,354Sd=5 \quad P=,006$						

Tablo 3, öğrencilerin medya okuryazarlığı dersini alıp almamalarına göre televizyon izleme sıklıkları arasında fark olup olmadığını göstermektedir. Her gün 3 saatten fazla televizyon izlediğini söyleyenlerin yüzde 49,7'si medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerden oluşurken; yüzde 50,3'ü bu dersi

almayan öğrencilerden meydana gelmektedir. Hiç televizyon izlemem kategorisini işaretleyenlerin yüzde 60,5'i medya okuryazarlığı dersini alanlar, yüzde 39,5'i ise bu dersi almayan öğrencilerdir. Söz konusu çapraz tablonun ki-kare analiz sonuçları da incelenmiş ve bu farklılaşmanın anlamlı olduğu ortaya konmuştur ($X^2= 16.35, p < .01$).

Tablo 4. MOY Dersini Alma Durumuna Göre Gazete Okuma Sıklığı Ki-Kare Sonuçları

Gazete Okuma Sıklıkları	Medya Okuryazarlığı Dersi Alma Durumu					
	Alan	%	Almayan	%	Toplam	%
Her gün düzenli bir şekilde	107	47,3	119	52,7	226	100
Haftada 5-6 gün	89	53,6	77	46,4	166	100
Haftada 3-4 gün	119	51,5	112	48,5	231	100
Haftada 1-2 gün	460	52,2	421	47,8	881	100
Hiç gazete okumam	236	73,3	86	26,7	322	100
Diğer	49	20,2	194	79,8	243	100
TOPLAM	1060	51,2	1009	48,8	2069	100
$X^2=158,681Sd=5 \quad P=,000$						

Tablo 4, öğrencilerin medya okuryazarlığı dersini alıp almamalarına göre gazete okuma sıklıkları arasında fark olup olmadığına ilişkin bulguları içermektedir. Buna göre; medya okuryazarlığı dersini alanlardan hergün düzenli şekilde gazete okuyanların oranı, almayanlara

oranla daha azdır. Hiç gazete okumam seçeneğindeki oranın dersi alanlarda %73,3 dersi almayanlarda ise %26,7 olması dikkat çekicidir. Söz konusu çapraz tablonun ki-kare analiz sonuçları da incelenmiş ve bu farklılaşmanın anlamlı olduğu ortaya konmuştur ($X^2= 158.68$, $p< .001$).

Tablo 5. MOY Dersine göre Radyo Dinleme Sıklığı Ki-Kare Sonuçları

Radyo Dinleme Sıklıkları	Medya Okuryazarlığı Dersi Alma Durumu					
	Alan	%	Almayan	%	Toplam	%
Her gün 3 saatten fazla	57	47,1	64	52,9	121	100
Her gün 3 saate kadar	30	44,8	37	55,2	67	100
Her gün 2 saate kadar	49	58,3	35	41,7	84	100
Her gün 1 saate kadar	141	53,8	121	46,2	262	100
İki günde bir	95	54,9	78	45,1	173	100
Üç /dört günde bir	96	48,7	101	51,3	197	100
Haftada bir	219	52,9	195	47,1	414	100
Hiç radyo dinlemem	304	74,5	104	25,5	408	100
Diğer	108	28,3	273	71,7	381	100
TOPLAM	1099	52,2	1008	47,8	2107	100
$X^2=174,075$ $Sd=8$ $P=,000$						

Tablo 5, öğrencilerin medya okuryazarlığı dersini alıp almamalarına göre radyo dinleme sıklıkları arasında fark olup olmadığını göstermektedir. Buna göre her gün 3 saatten fazla radyo dinlediğini ifade edenlerin yüzde 47,1'i medya okuryazarlığı dersini alan öğrenciler, yüzde 52,9'u bu dersi almayan

katılımcılardır. Hiç radyo dinlemem seçeneğindeki oranın dersi alanlarda %74,5; dersi almayanlarda ise %25,5 olması dikkat çekicidir. Söz konusu çapraz tablonun ki-kare analiz sonuçları bu farklılaşmanın anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır. ($X^2= 174.07$, $p< .001$).

Tablo 6. MOY Dersine göre İnternete Erişim Sıklığı Ki-Kare Sonuçları

İnternete Erişim Sıklıkları	Medya Okuryazarlığı Dersi Alma Durumu					
	Alan	%	Almayan	%	Toplam	%
Her gün 3 saatten fazla	144	49,1	149	50,9	293	100
Her gün 3 saate kadar	86	56,2	67	43,8	153	100
Her gün 2 saate kadar	107	47,6	118	52,4	225	100
Her gün 1 saate kadar	172	51,0	165	49,0	337	100

İki günde bir	89	49,4	91	50,6	180	100
Üç /dört günde bir	113	54,3	95	45,7	208	100
Haftada bir	236	53,8	203	46,2	439	100
Hiç internet kullanmam	124	90,5	13	9,5	137	100
Diğer	99	40,1	148	59,9	247	100
TOPLAM	1170	52,7	1049	47,3	2219	100
X²=100,544Sd=8 P=,000						

Tablo 6'da görüldüğü gibi, öğrencilerin medya okuryazarlığı dersini alıp almama durumlarına göre internet erişim sıklıkları anlamlı bir şekilde farklılık göstermektedir ($X^2= 100.54$, $p < .001$). Çapraz tablo sonuçları incelendiğinde; her gün 3 saatten fazla internet

kullandığını belirtenlerin yüzde 49,1'ini medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin, yüzde 50,9'unu bu dersi almayan öğrencilerin oluşturduğu görülmektedir. Hiç internet kullanmayanların yüzde 90,5'inin medya okuryazarlığı dersini alan katılımcılardan oluşması dikkat çekicidir.

Tablo 7. Medya Okuryazarlığı Dersini Alıp/Almama İtibariyle Program Türü İzleme Sıklıkları Farkını Gösteren Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

TV Program Türleri	Dersi Alma Durumu	N	\bar{X}	SD	t-value	Sig.
Yabancı filmleri izlerim	Alanlar	1146	2.98	1.40	-2.210	.002
	Almayanlar	1031	3.17	1.40		

Tablo 7, medya okuryazarlığı dersini alma ile yabancı filmleri izleme sıklığı arasındaki farkı göstermektedir ($t= -2.21$; $p < .01$). Medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan öğrencilere ait gruplardaki ölçümlerin dağılımlarına ait varyans Levene F testi ile ölçülmektedir. Grupların varyansları eşit ise ancak o zaman evren için ortak varyans

tahmini yapılabilmektedir (Büyüköztürk 2004: 39). Buna göre; medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan öğrenciler arasında yabancı filmleri izleme sıklıkları itibariyle anlamlı bir farklılık vardır. Yani medya okuryazarlığı dersini alan öğrenciler ($\bar{X} = 2,98$) yabancı filmleri, dersi almayanlara ($\bar{X} = 3,17$) oranla daha az izlemektedirler.

Tablo 8. Medya Okuryazarlığı Dersini Alıp/Almama İtibariyle TV İzleme Nedenleri Arasındaki Farkı Gösteren Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

TV İzleme Nedenleri	Dersi Alma Durumu	N	\bar{X}	SD	t-value	Sig.
Yapacak daha iyi bir işim olmadığı için televizyon izliyorum	Alanlar	1168	2.81	1.37	-2.852	.004
	Almayanlar	1064	2.98	1.38		
Televizyonu beni bilgilendirdiği için izliyorum	Alanlar	1161	3.55	1.26	2.435	.015
	Almayanlar	1052	3.42	1.31		

Tablo 8, medya okuryazarlığı dersini alma ile TV izleme nedenlerinden “yapacak daha iyi bir işim olmadığı için televizyon izliyorum” ve

“televizyonu beni bilgilendirdiği için izliyorum” ifadeleri arasındaki farklılıkları göstermektedir (t-testi). Buna göre medya

okuryazarlığı dersini alan ve almayan öğrenciler arasında TV izleme nedenlerinden “yapacak daha iyi bir işim olmadığı için televizyon izliyorum” ve “televizyonu beni bilgilendirdiği için izliyorum” değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık vardır. Yani medya okuryazarlığı dersini almayan öğrenciler ($\bar{X}=2,98$) televizyonu, dersi

alanlara ($\bar{X}=2,81$) oranla daha çok “yapacak daha iyi bir işim olmadığı için” izlemektedirler. Aynı zamanda medya okuryazarlığı dersini alanlar da ($\bar{X}=3,55$) televizyonu, dersi almayanlara ($\bar{X}=3,42$) oranla daha çok bilgilendiği için izlemektedirler.

Tablo 9. Medya Okuryazarlığı Dersini Alıp/Almama İtibariyle Birlikte/Yalnız TV İzleme Sıklıkları Arasındaki Farkı Gösteren Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

Birlikte/Yalnız TV İzleme	Dersi Alma Durumu	N	\bar{X}	SD	t-value	Sig.
Televizyonu ailemle birlikte izlerim	Alanlar	1140	4.25	.92	2.842	.005
	Almayanlar	1053	4.14	.94		

Tablo 9, medya okuryazarlığı dersini alma ile televizyonu aile ile birlikte izleme sıklığı arasındaki farkı göstermektedir ($t= -2.842$; $p< .01$). Buna göre medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan öğrenciler arasında,

televizyonu aile ile birlikte izleme sıklıkları itibariyle anlamlı bir farklılık vardır. Yani dersi alan öğrenciler ($\bar{X}=4,25$) televizyonu, almayanlara ($\bar{X}=4,14$) oranla daha fazla aileleri ile birlikte izlemektedirler.

Tablo 10. MOY Dersini Alıp/Almama İtibariyle TV Programlarını Akıllı İşaretlere Göre Seçme Sıklığı Arasındaki Farkı Gösteren Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

TV Programlarını Akıllı İşaretlere Göre Seçme	Dersi Alma Durumu	N	\bar{X}	SD	t-value	Sig.
Öğrencinin programları akıllı işaretlere göre seçme sıklığı	Alanlar	1178	3.09	1.55	2.281	.023
	Almayanlar	1064	2.94	1.54		

Tablo 10, medya okuryazarlığı dersini alma ile öğrencinin programları akıllı işaretlere göre seçme sıklığı arasındaki farkı göstermektedir (t-testi). Buna göre medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan öğrenciler arasında televizyon programlarını seçerken akıllı işaretleri dikkate

alma sıklığı bakımından anlamlı bir farklılık vardır. Yani medya okuryazarlığı dersini alan öğrenciler ($\bar{X}=3,09$) TV’de program seçerken, dersi almayanlara ($\bar{X}=2,94$) oranla akıllı işaretler konusunda daha duyarlı davranmaktadırlar.

Tablo 11. Medya Okuryazarlığı Dersini Alıp/Almama İtibariyle Gazete Okuma Nedenleri Arasındaki Farkı Gösteren Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

Gazete Okuma Nedenleri	Dersi Alma Durumu	N	\bar{X}	SD	t-value	Sig.
Köşe yazarlarını okumayı sevdiğim için gazete okuyorum	Alanlar	1037	3.12	1.39	2.218	.027
	Almayanlar	946	2.98	1.45		

Tablo 11’e göre, medya okuryazarlığı dersini alanlarla almayanlar arasında “köşe yazarlarını okumayı sevdiğim için gazete okuyorum” ifadesi açısından anlamlı bir farklılık vardır.

Yani medya okuryazarlığı dersini alan öğrenciler ($\bar{X}=3,12$) köşe yazarlarını sevmeye nedeniyle dersi almayanlara ($\bar{X}=2,98$) oranla daha fazla gazete okumaktadırlar.

Tablo 12. Medya Okuryazarlığı Dersini Alıp/Almama İtibariyle İnternet Kullanma Nedenleri Arasındaki Farkı Gösteren Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

İnternet Nedenleri	Kullanma	Dersi Alma Durumu	N	\bar{X}	SD	t-value	Sig.
Eğlenmek için internet kullanım		Alanlar	1154	3.61	1.36	-2.774	.006
		Almayanlar	1042	3.77	1.33		
Boş vakitlerimi değerlendirmek için internet kullanım		Alanlar	1148	3.09	1.45	-3.055	.002
		Almayanlar	1029	3.28	1.44		
Bilgisayar oyunları oynamak için internet kullanım		Alanlar	1139	3.18	1.43	-2.069	.039
		Almayanlar	1023	3.31	1.45		

Tablo 12, medya okuryazarlığı dersini alanlarla almayanlar arasında “eğlenmek için internet kullanım”, “boş vakitlerimi değerlendirmek için internet kullanım” ve “bilgisayar oyunları oynamak için internet kullanım” ifadeleri açısından anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu itibarla medya okuryazarlığı dersini alan öğrenciler interneti, eğlenmek, boş vakit geçirmek ve oyun oynamak amacıyla dersi almayanlara oranla daha az kullanmaktadırlar.

SONUÇ

Medya okuryazarlığı, Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı'nın 11.09.2006 tarih ve 354 sayılı kararı ile seçmeli ders programına kabul edilmiş ve 2007–2008 eğitim-öğretim yılından itibaren tüm Türkiye'deki ilköğretim okullarının 6, 7 ve 8. sınıflarında seçmeli olarak okutulmaya başlanmıştır. Oluşturmacı (inşacı) yaklaşımla hazırlanan Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ile birlikte medya okuryazarlığı eğitimi alan öğrencilerin medyayı farklı açılardan okuyabilmeleri, medyada gördüklerini aklın süzgecinden geçirebilmeleri; ayrıca televizyon, video, sinema, reklâmlar, yazılı basın, internet vb. ortamlardaki mesajlara ulaşarak bunları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği elde etmeleri beklenmektedir. Söz konusu öğretim programıyla aranan amaçların ve sonuçların ne ölçüde benimsendiği/günlük yaşam pratiklerinin bütünleşik bir parçası yapıldığı ancak geçerli ampirik bilgiye dayanan araştırmalar sonucunda elde edilebilecektir. Bu çalışmada bu tür bir ilgi ve amaç üzerine odaklanılmış ve belirtilen çerçeveye temel oluşturmak için medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan ilköğretim öğrencile-

rinin medyayı kullanmaya yönelik davranışları arasındaki farklılıkları Kayseri örneğinde tespit edilmiştir. Araştırma Kayseri'de yapılmış olduğu için sonuçları Türkiye genelinde değerlendirilemez. Ancak, yapılacak benzer çalışmaların sonuçlarıyla karşılaştırılmasında, benzerlik ve farklılıkların tespit edilmesinde diğer çalışmalara ışık tutacaktır.

Çalışmada medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan öğrencilerin demografik özelliklerine ilişkin aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Araştırmaya medya okuryazarlığı dersini alan 1194, almayan 1087 ilköğretim öğrencisi katılmıştır. Araştırmaya katılan her iki grup öğrencinin cinsiyet itibariyle dağılımında kız-erkek oranının yaklaşık %50 olduğu ve öğrencilerin 6, 7 ve 8. sınıf dağılımlarının dengeli olduğu görülmektedir.

Araştırmada medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerle almayan öğrencilerin medyayı kullanmaya yönelik davranışlarındaki farklılıklar ki-kare ve t-testi kullanılarak tespit edilmiştir. Buna göre ortaya çıkan farklılıklar; dersi alan öğrencilerin, TV program türlerinden yabancı filmleri dersi almayanlara oranla daha az izlemeleri, televizyonu dersi almayanlara oranla daha çok bildiğinden dolayı izlemeleri, gazeteyi dersi almayanlara oranla daha çok köşe yazılarını sevdiğini için okumaları ve interneti de dersi almayanlara oranla daha az eğlenme ve boş vakitlerini geçirme amacıyla kullanmaları ile ilgilidir.

Araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde; ilköğretimde medya okuryazarlığı eğitimi projesiyle, medya okuryazarlığı eğitiminin önemi ve medyanın olası zararlı etkilerinden korunma konusunda başlangıç

itibariyle bir farkındalık/etki yaratıldığını söylemek mümkündür. Ancak sonuçların medya okuryazarlığı dersinden beklenen sonuçlar açısından değerlendirilmesi durumunda hedeflenen amaçlara ulaşılmış olduğu söylenemez; bu nedenle yapılan araştırma, uygulamanın başarısız/yetersiz ve eksik yönlerine dikkat çekmesi bakımından önemlidir. Özellikle kitle iletişim araçlarını izleme/kullanma nedenleri bağlamında ortaya çıkan farklılıkların yalnızca birkaç seçenikle sınırlı kalması, ayrıca medya okuryazarlığı eğitiminden geçen öğrencilerin kitle iletişim araçlarını daha az kullanmalarının olası nedenleri, eğitim uygulamasının gözden geçirilmesi ve yetersiz yanlarının giderilmesi gerekliliğine işaret etmektedir.

Saha anket uygulaması sürecinde gözlemlenen bazı durumlar, örneğin derslerin çoğu zaman boş geçmesi ya da ilgili öğretmenin medya okuryazarlığı dersinde branş dersini işlemesi, başarısız yanların nedenleri konusunda fikir üretmeye yardımcı olabilir. Eğitimcilerin eğitimi kapsamında düzenlenen seminer ve bilgilendirme toplantılarının periyodik olarak gerçekleştirilmesi, bu konudaki duyarlılığın arttırılmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca ilköğretim öğrencilerinin izledikleri programların içeriklerinin ve sürelerinin kontrol edilebilmesi ve medyayı kullanmaya yönelik davranışlarının medya okuryazarlığı öğretim programıyla aranan amaçlar çerçevesinde şekillenebilmesi için ailelerin de bilinçlendirilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Yetişkinlere/ebeveynlere yönelik eğitim programlarının geliştirilmesi ve bu konudaki araştırmaların artarak desteklenmesi bu bakımdan önemlidir.

SONNOTLAR

(1) Avrupa Birliği Komisyonu, medya okuryazarlığı etkinliklerine 1990'lı yıllardan itibaren destek vermeye başlamıştır. 2000 yılı sonrasında başlatılan e-Avrupa programlarında medya okuryazarlığı çalışmaları yer almıştır. Medya okuryazarlığı eğitim programları, projeleri ve yayınları hazırlamak üzere çeşitli çalışmalar sürdürülmektedir (Önal 2007: 339). Türkiye'de Medya okuryazarlığı eğitim programları ve projelerinde ilgi; son dönemde yine Avrupa Birliği ve ülke içinde Avrupa Birliği Bakanlığı'nın desteğiyle e-egitim

bağlamına odaklanmaktadır. Bu konu ile ilgili olarak Medya ve Kültür Araştırmaları Derneği'nce, AB Bakanlığı'nın yürütücüsü olduğu Türkiye ve AB Sivil Toplum Diyalogu çerçevesinde ve "Medya Okuryazarlığı E-Eğitim Girişimlerinde Avrupa Birliği Deneyimlerinin Anlaşılması ve Türkiye'ye Aktarılması Çalışması" başlıklı proje kapsamında İtalya'da bulunan SacroCuore Katolik Üniversitesi (Università Cattolica del SacroCuore –Piacenza Campus)'ne "ortaklık başlatma/kurma ve tanışma ziyareti" gerçekleştirilmiştir.

(2) Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde 23–25 Mayıs 2005 tarihleri arasında düzenlenen I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı bu açıdan önemlidir. Oldukça geniş bir akademisyen katılımının sağlandığı konferansın ardından bildirilerin basılması, akademik literatüre önemli bir katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

Akşit F ve Dönmez B (2011) İlköğretim Öğrencilerinin Medyayı Kullanmaya Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi, Erciyes İletişim Dergisi, 2 (1), 32-46.

Aufderheide P (1993) Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy, The Aspen Institute, USA.

Aufderheide P General Principles in Media Literacy, <http://newsreel.org/articles/aufderheide.htm>, erişim tarihi: 22.03.2011.

Büyüköztürk Ş (2004) Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi, Pegem Yayınları, Ankara.

Çaplı B (2002) Medya ve Etik, İmge Kitabevi Yayını, Ankara.

Deveci H ve Çengelci T (2008) Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarından Medya Okuryazarlığına Bir Bakış, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Derg, 5 (2), 25-43.

Elma C, Kesten A, Dicle A N, Mercan E ve Çinkır Ş (2009) İlköğretim 7. Sınıf Öğrencilerinin Medya ve Medya Okuryazarlığı Dersine İlişkin Tutumları, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Derg, 27, 93-103.

Hobbs R (2004) Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma, M. Türkân

Bağlı (Çev.), Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Derg, 37 (1), 122-140.

İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları Araştırması (2006) Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Yayını, Ankara.

İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu (2006) Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Yayını, Ankara.

Jols T ve Thoman E (2008) 21. Yüzyıl Okuryazarlığı: Medya Okuryazarlığına Genel Bir Bakış ve Sınıfi Etkinlikler, Cevat Elma ve Alper Kesken (çev), Ekinoks Yayınevi, Ankara.

Kalan Ö G (2010) Medya Okuryazarlığı ve Okul Öncesi Çocuk: Ebeveynlerin Medya Okuryazarlığı Bilinci Üzerine Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Derg, 1 (39), 59-73.

Kurtuluş K (1998) Pazarlama Araştırmaları, Avcıol Basım Yayınları, İstanbul.

Kutoğlu Ü (2007) Medya Okuryazarlığı ve Çocuk Eğitimi, Medya Okuryazarlığı, Nurçay Türkoğlu-Melda Cinman Şimşek (eds), Kalemus Yayınları, İstanbul.

Önal H İ (2007) Medya Okuryazarlığı: Kütüphanelerde Yeni Çalışma Alanı Türk Kütüphaneciliği, 21 (3), 335-359.

Özsoy A (2010) Türkiye’de Kentli Çekirdek Ailelerin Medya Okuryazarı Olabilirliği Üzerine Bir Alan Araştırması, Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Derg, 1 (3), 47-58.

Pekman C (2007) Avrupa Birliği’nde Medya Okuryazarlığı, Nurçay Türkoğlu-Melda Cinman Şimşek (eds), Medya Okuryazarlığı, Kalemus Yayınları, İstanbul.

Potter W J (2011) Media Literacy, SAGE, Los Angeles.

Türkoğlu N (2007) Okuryazarlıktan Medya Okuryazarlığına: Şifrelerin Ortaklığını Aramak, Nurçay Türkoğlu-Melda Cinman Şimşek (eds), Medya Okuryazarlığı, Kalemus Yayınları, İstanbul.

Türkoğlu N (2007) Toplumsal İletişim, Kalemus Yayını, İstanbul.

Ural A ve Kılıç İ (2006) Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi, Detay Yayıncılık, Ankara.

Williams B T (2003) What They See is What We Get: Television and Middle School Writers, Journal of Adolescent&Adult Literacy, 46 (7), 546-554.