

## Medya Okuryazarlığı Bağlamında Meslek Yüksekokulları Üzerine Bir Analiz

Yasin SÖĞÜT  
Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi  
yasinsogut@gmail.com  
ORCID: 0000-0001-5327-9234

Araştırma Makalesi

DOI:...

Geliş Tarihi: 10.09.2021

Kabul Tarihi: 06.10.2021

### Atıf Bilgisi

Söğüt, Y. (2021). Medya Okuryazarlığı Bağlamında Meslek Yüksekokulları Üzerine Bir Analiz, *Ahi Evran Akademi*, 2(2), 53-69

### ÖZ

Gelişim ve değişimin yoğun olarak yaşanmaya başladığı XX. yüzyıldan günümüze kadar, gelişmelerin yansıdığı tüm sistemler, ortaya çıkan ürünler aracılığıyla kendi fikirlerini de yansıtacak çeşitli girişimlerde bulunmaktadır. Bu girişimlerden biri, televizyon, gazete, internet vb. medyadaki mesajları alma, bu mesajları değerlendirme biçiminde tanımlanan medya okuryazarlığıdır. Medyanın farklı araçlar ve kanallar aracılığıyla toplumlar üzerindeki yoğun ve hızlı etkileri, bilinçli medya okuryazarı bireylerin yetiştirilmesini gerektirmektedir. Yapılan çalışmalara göre, medya okuryazarlığı ile bireyin medya mesajlarını doğru anlayabilmesine olanak sağlayacak bir medya bilincinin oluşturulması, bilginin analizi ve eleştirel bir bakışla medya kültürünü çözümlen bireylerin yetiştirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Buradan yola çıkarak medya okuryazarlığı kavramının ciddi olarak ele alınması ve eğitim çalışmalarının planlanması gereklidir. Ülkemizde çok yeni olan bu kavramı tam manasıyla aktarabilmesi gereken farkındalık düzeyi ile öne çıkmış iletişim biliminde eğitim almış bireylerdir. Bu alanla ilgili olarak çalışma da iletişim bilimleri alanında eğitim gören Meslek Yüksek Okulu öğrencilerinde medya okuryazarlık bilinç düzeyleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmada medya okuryazarlık bilinç (Unesco, 2011) düzeyi meslek yüksekokulu öğrencileri örneği üzerinden SPSS programında frekans analizi yapılarak değerlendirilmiştir. Ayrıca çalışmada, bölümler üzerinden yapılan değerlendirmede Medya yapıcılığı bölümü altında bulunan Fotoğrafçılık ve Kameramanlık programı öğrencilerinin daha yüksek bilinç düzeyine sahip oldukları anlaşılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Medya Okuryazarlığı, Medya, Eğitim.

## Analysis On Vocational Schools In The Context Of Media Literacy

### ABSTRACT

From the XX century to the present day, when the development and change started to occur intensively, all the systems reflecting the developments made various attempts to reflect their ideas through the products that emerged. At the beginning of this initiative, media literacy is defined as receiving messages in the media such as television, newspapers and internet. The intense and rapid impacts of the media on societies through different means and channels necessitate the training of individuals with conscious media literate. According to the studies, media literacy is defined as the analysis of information and the training of individuals who analyze the media culture in order to create a media consciousness that will enable the individual to understand the media messages correctly. From this point of view, it is necessary to consider the concept of media literacy very seriously and to plan educational studies. They are individuals who have received education in communication science, which has come forward with the level of awareness that should be able to convey this concept which is very new in our country. In this study, media literacy awareness levels of Vocational School students studying in the field of communication sciences were examined by content analysis method. In this study, media literacy consciousness (Unesco, 2011) were evaluated by using frequency analysis in SPSS program. In the study, it was understood that the students of Photography and Cameraman program, who are under the Media Production department, had a higher level of awareness.

**Keywords:** Media Literacy, Media, Culture, Education.

### Giriş

Bilimin, teknolojinin ve iletişimin sınırı belirlenemeyen gelişimi, eğitimde yaygın ve ortak çözümlerin geliştirilmesi çabalarını gündeme getirmektedir. Bireyleri temel alan bu çabalar, bireylerden beklenen özellikleri de etkilemektedir. Bu özelliklerden biri de “bireylerde yaşam boyu öğrenme bilincini oluşturma, bu bilinci geliştirme, daha etkin öğrenme için bireylerin yeni beceriler kazanmalarını sağlama olarak tanımlanan okuryazarlıktır” (Organisation for Economic Cooperation and Development [OECD], 1995, s. 22). Geleneksel anlamda okuryazarlık Gee’ye göre, “okuma, yazma ve rakamsal ifadeleri anlayabilme becerisidir. Ancak gelişen teknolojiyle birlikte eğitim sisteminde yalnızca okuma, yazma ve hesaplama becerileri yeterli görülmemektedir. Bu temel becerilerin yanı sıra çeşitli

okuryazarlık becerilerinin de geliştirilmesi beklenmektedir. Birleşmiş Milletlerin 1990 yılını “uluslararası okuryazarlık yılı” ilan etmesi, okuryazarlık kavramına olan ilgiyi artırmış ve pek çok okuryazarlık alanı tanımlanmıştır. Bu alanlara bakıldığında bilgi okuryazarlığı, bilgisayar okuryazarlığı, ekonomi okuryazarlığı, teknoloji okuryazarlığı, görsel okuryazarlık gibi 34 farklı okuryazarlık alanından (Snavely ve Cooper, 1997) bahsedilmektedir. Burada en dikkat çeken medya ve bilgi okuryazarlığı alanlarıdır.

XXI. yüzyıla beraber medyanın etkisinin ve bilgi akışının bu kadar güçlü olması bireyler açısından ciddi risklere sebep olmaktadır. Kitlelere sunulan bilgiler medya araçlarının yayın politikaları siyasi nüfuz etkinliği vb. nedenlerle ham bilgi olmaktan uzaklaşarak enforme edilmiş hali bireyi hem algı hemde yönlendirme noktasında etkili olabilecektir. Bireysel açıdan bu tür negatif etkileri azaltabilmek ve doğru bilgiye ulaşmayı hedeflemek temel yaklaşım olmalıdır. Bu noktadan hareketle, bu kadar önemli bir konuda bireylerin eğitilmesi ciddi bir sorundur. Bu sorunu çözmek ancak eğitimle aşılabilecek durumdadır. Toplum bilinçlendirmek bu alanda yeterli bilgi ve donanıma sahip iletişim bilimcilerle ağır sorumluluklar yüklemektedir. Medya ve Bilgi okuryazarlık kavramlarını topluma doğru olarak anlatacak, aktaracak ve belirli bir düzeye getirecek iletişimcilerinde medya ve bilgi okuryazarı olmaları gerekmektedir. Bu kavramsalın tam manasıyla oluşması bile belirli bir düzeyde bilince sahip olmalıdırlar. Bu kapsamda elde edilen veriler içerik analizi yöntemi kullanılarak karşılaştırmalı sonuçları frekans analizi ile yorumlanmıştır. Ayrıca çalışmanın amacı medya ve bilgi okuryazarlık bilinç düzeyini (Unesco, 2011) iletişim fakültesi öğrencileri üzerinde ölçümlemektir. Böylece bilinç ölçümü ile hangi bölümlerin yüksek hangi bölümlerde daha zayıf kaldığı belirlenecektir. Bu çalışmanın sonucunda fakültelerde verilen eğitim müfredatları yeniden değerlendirilip, bu çalışma verilerinin medya ve bilgi okuryazarlık sürecine katkı sağlaması umulmaktadır. Bu çalışmanın asıl amacı medya okuryazarlığı kavramının incelenmesi ve bu kavramın eğitim müfredatında ders olarak (Medya Okuryazarlığı) yer almasının eğitim sistemi içerisinde yer alan öğrenciler üzerinde nasıl bir etkisinin olduğunu anlamaktır.

### Yöntem, Evren ve Örneklem

Bu araştırma örneklemini Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Merkez Yerleşkede bulunan Radyo Televizyon ve Halkla İlişkiler programları ile Mucur ilçesinde bulunan meslek yüksekokulları içerisinde Fotoğrafçılık ve Kameramanlık programı öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmada ölçek olarak Unesco (Carlsson, Culver, 2013) tarafından hazırlanan Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Gösterge Ölçeği (2011) kullanılmıştır. Kullanılan ölçek içeriği bakımından 3 ana başlıktan meydana gelmiştir. Bu ana başlıklar, kullanım alışkanlıkları, iletişim becerileri ve eleştirel yaklaşım bölümlerinden oluşmaktadır. Verilerin elde edilebilmesi için yöntem olarak katılımcılara 27 sorudan oluşan bir anket sunulmuştur. Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu ile Mucur Meslek Yüksek Okulu iletişim ile ilgili alanda okuyan program öğrencilerinin evren olarak ele alındığı çalışmada 106 katılımcıya ulaşılmıştır. Bu iki meslek yüksekokulunda radyo televizyon, halkla ilişkiler ve fotoğrafçılık ve kameramanlık programlarında toplam öğrenci sayısının 276 olduğu gözönüne alındığında, verileri değerlendirmek adına yeterli bir örneklem sayısı elde edilmiştir. Ölçek her zaman (1) ve hiçbir zaman (5) arasında değişen ve beşli likert tipinde bir ölçektir. Ölçek, 11 maddeden oluşan kullanım alışkanlıkları, 7 maddeden oluşan iletişim becerileri ve 5 maddeden oluşan eleştirel yaklaşım olmak üzere, üç alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte cinsiyet ve programı belirlemek için 1 adet demografik soru sorulmuştur. Ayrıca alt boyutlara ilişkin maddelerin bazıları şunlardır: kullanım alışkanlıkları alt boyutu ile; “alışkanlıkların (sosyal sorumluluk, tüketim gibi) farkındalığı”, “iletişim becerileri” bölümü ile; sosyal hayattaki uygulamalar ve yeni teknolojilere entegrasyon, “eleştirel yaklaşım” alt boyutu başlığında ise; “kitle iletişim araçlarının aktardığı mesajlara eleştirel bakabilme özellikleri” değerlendirilmiştir. Bu programlardan Merkez yerleşkede bulunan Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Radyo Televizyon ve Halkla İlişkiler 2018-2019 ders müfredatlarında medya okuryazarlığı dersi yer almazken Mucur İlçesinde yer alan Görsel İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü Fotoğrafçılık ve Kameramanlık programı ders müfredatında medya okuryazarlık dersinin yer aldığı tespit edilmiştir. Yaklaşık bir yıl boyunca süren çalışmada 2018-2019 akademik yılı içerisinde eğitim-öğretim dönemi bitimiyle medya okuryazarlığı dersi alan/almayan öğrenciler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Buradaki amaç meslek yüksekokulu öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin

aldıkları ilgili ders içerikleri ve bölüm eğitimleri açısından bir farklılık oluşturup oluşturmadığını anlamaya çalışmaktadır. Ayrıca bu sonuçlarla bölüm derslerini destekleme ve değerlendirme yapılmasına yardımcı olmak, medya okuryazarlık dersinin verilmesinin nasıl bir etkinlik farkındalık düzeyi oluşturacağını anlaşılmaktadır. Çalışmada elde edilen veriler değerlendirilip, tüm bu genel başlıklar ve alt başlıklar ışığında veriler SPSS 22.0 V. programında frekans analizleri yapılmıştır. Tablolarda yapılan frekans analizi sonuçları tek tek başlıklar altında aşağıdaki tablolarda belirtilmiştir. Tablolar yapılan analizlerde, “her zaman” ve “genellikle” seçenekleri oranları bir arada değerlendirilerek ortaya çıkan sonuçların yorumları yapılmıştır.

## Bulgular

Araştırma da hazırlanan tablolar konularına göre aşağıda sırasıyla verilmiştir. Temel olarak elde edilen veriler frekans analizi yapılarak ortaya konulmuştur.

Tablo 1  
*Cinsiyet ve Program Frekans Analizi Tablosu*

	Cinsiyet		
	Kadın	Erkek	Toplam
<b>Halkla İlişkiler</b>	15	14	29
	14,2%	13,2%	27,4%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	13	26	39
	12,3%	24,5%	36,8%
<b>Radyo Televizyon</b>	21	17	38
	19,8%	16,0%	35,8%
<b>Toplam</b>	49	57	106
	46,2%	53,8%	100,0%

Tablo 1’ de elde edilen veriler ışığında araştırmaya katılan 106 öğrenciden; 29 tanesi Halkla İlişkiler (%27,4), 39 tanesi Fotoğrafçılık ve Kameramanlık (%36,8) ve 38 tanesi de Radyo Televizyon (%35,8) programlarında okumaktadır. Bu sonuçlara göre Fotoğrafçılık ve Kameramanlık programında okuyan erkek sayısı oranı tüm bölümler içerisinde en yüksek orana sahiptir. Kadın oranı açısından en yüksek orana sahip program ise Radyo Televizyon olarak bulunmuştur. Cinsiyet başlığı altında yer alan bilgilerde ise; araştırma kapsamında 49 kadın ve 57 erkek öğrenci ile görüşülmüştür.

Yapılan değerlendirme ve analiz çalışması kapsamında elde edilen veriler üç ana başlık altında ele alınarak kategorileştirilmiştir. Kullanım alışkanlıkları, İletişim becerileri ve eleştirel yaklaşım başlıkları altında yapılan değerlendirmeler medya okuryazarlığı farkındalığı hakkında programlar arasında nasıl bir farkın var olduğunu anlaşılmaktadır. Bu kapsamda ilk olarak kullanım alışkanlıkları başlığı altında yapılan değerlendirmeler tablolar halinde verilmiştir. Özellikle yeni teknolojilerin (bilgisayar, internet vb.) kullanımı noktasında yapılacak değerlendirme ile yeni teknolojileri kullanan bireylerin bu alanlardan aldıkları enformasyon aracılığıyla medya okuryazarlığının getirdiği iletişim becerileri ve bununla birlikte eleştirel bir yaklaşım içinde olup olmadıklarının anlaşılması mümkündür.

Ayrıca medya okuryazarlığının bilginin objektif bir bakış açısıyla değerlendirme süreçlerinin bütünü oluşturduğu düşünüldüğünde yapılan çalışmadan elde edilecek verilerin bu alana katkı sağlayacağı da düşünülmektedir. Bu kapsamda ilk değerlendirme başlığı altında yapılan inceleme başlıkları “kullanım alışkanlıkları”, “iletişim becerileri” ve “eleştirel yaklaşım” başlıkları altında yapılmıştır. Yapılan inceleme ile bu alandaki öğrenci davranışlarının tespitinin yanında buradan elde edilen verilerin medya okuryazarlığı dersi alan öğrencilerle bu dersi hiç görmemiş öğrenciler arasındaki farklılıklarının

anlaşılmasını sağlamaktadır. Bu kapsamda ilk değerlendirme başlığı altında yapılan inceleme sonuçları aşağıda bulunan Tablo 2’ de verilmiştir.

Tablo 2

*Kullanım Alışkanlıkları Frekans Analizi Tablosu*

<b>Hergün Bilgisayarımı Aktif Olarak Kullanıyorum</b>					
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	14	9	5	1	0
	13,2%	8,5%	4,7%	0,9%	0,0%
<b>Radyo Televizyon</b>	21	10	8	0	0
	19,8%	9,4%	7,5%	0,0%	0,0%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	26	8	3	0	1
	24,5%	7,5%	2,8%	0,0%	0,9%
<b>Toplam</b>	61	27	16	1	1
	57,5%	25,5%	15,1%	0,9%	0,9%

Kullanım alışkanlıkları başlığı altında ilk olarak ele alınan konu bireyin bilgisayar kullanımının tespitini sağlamaktır. Bilgisayar kullanımının yeni teknolojilerle ilişkili olduğu düşünüldüğünde yeni medya araçları üzerinden en büyük bilgi bombardımanına tutulan kitlenin bu teknolojileri aktif kullananlar olduğu açıktır. Bunun yanında bu soru ile öğrencilerin gündelik yaşam akışı içerisinde hangi alışkanlıklara sahip olduğunun ve teknoloji ile bağlantılı iletişim alanlarının hangi başlıklarda yoğunlaştığının anlaşılması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda öğrencilere bu ana başlık altında 11 adet soru yöneltilmiştir. Araştırma kapsamında ilk olarak yöneltilen “Hergün Bilgisayarımı Aktif Olarak Kullanıyorum” sorusuna programlar içerisinde en yüksek oranda (%32) Fotoğrafçılık ve Kameramanlık programı öğrencileri yanıt vermişlerdir. Toplam miktarda öğrencilerin (%83)’ü aktif biçimde bilgisayar kullandığı anlaşılmaktadır. Bu noktada en düşük yanıt oranı (%21,7) Halkla İlişkiler programında okuyan öğrencilerden gelmiştir. Kullanım alışkanlıklarına yönelik “Her Ay İnternet Üzerinden Alışveriş Yaparım” ikinci soru tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3

*Kullanım Alışkanlıkları Frekans Analizi Tablosu*

<b>Her Ay İnternet Üzerinden Alışveriş Yaparım</b>					
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	2	4	7	6	10
	1,9%	3,8%	6,6%	5,7%	9,4%
<b>Halkla İlişkiler</b>	5	12	4	11	7
	4,7%	11,3%	3,8%	10,4%	6,6%
<b>Radyo Televizyon</b>	8	10	10	6	4
	7,5%	9,4%	9,4%	5,7%	3,8%
<b>Toplam</b>	15	26	21	23	21
	2	4	7	6	10

“Her Ay İnternet Üzerinden Alışveriş Yaparım” sorusuna Radyo Televizyon programı öğrencileri %16,9 oranında olumlu yanıt vermişlerdir. Aynı soruya Halkla İlişkiler programı öğrencileri %16, Fotoğrafçılık ve Kameramanlık programı öğrencileri %5,7 oranında olumlu yanıt vermişlerdir. Özellikle yeni teknolojilerin kullanımın etkin şekilde sağlandığı ve tüm bölümler arasında kullanımının gerçekleştiği görülmektedir. Kullanım alışkanlıklarına yönelik “Her Ay İnternet Bankacılık Hizmetlerinden Yararlanırım” ikinci soru tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4  
Kullanım Alışkanlıkları Frekans Analizi Tablosu

Her Ay İnternet Bankacılık Hizmetlerinden Yararlanırım					
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	4	4	2	6	13
	3,8%	3,8%	1,9%	5,7%	12,3%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	6	6	6	6	15
	5,7%	5,7%	5,7%	5,7%	14,2%
<b>Radyo Televizyon</b>	12	4	5	13	4
	11,3%	3,8%	4,7%	12,3%	3,8%
<b>Toplam</b>	22	14	13	25	32
	20,8%	13,2%	12,3%	23,6%	30,2%

“Her Ay İnternet Bankacılık Hizmetlerinden Yararlanırım” sorusuna en yüksek oranda yanıtı (%15,1) Radyo Televizyon bölümü öğrencilerinin verdiği tespit edilmiştir. Diğer bölüm öğrencilerin oranları ise; Fotoğrafçılık ve Kameramanlık (%11,4), Halkla İlişkiler (%7,6) şeklinde Tablo 4’te görüldüğü gibi gerçekleşmiştir. Bu noktada Radyo Televizyon programı öğrencilerinin tüm programlar içerisinde yeni teknolojileri yoğun bir şekilde kullanan program olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca birinci ve ikinci soruların verilen yanıtlarına benzer şekilde diğer bölümler içinde Radyo Televizyon programı kullanım alışkanlıkları başlığı altında yüksek orana sahip program olmuştur.

Tablo 5  
Kullanım Alışkanlıkları Frekans Analizi Tablosu

Yılda En Az 5 Kitap Okurum					
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	6	11	2	6	4
	5,7%	10,4%	1,9%	5,7%	3,8%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	19	8	7	5	0
	17,9%	7,5%	6,6%	4,7%	0,0%
<b>Radyo Televizyon</b>	18	4	5	3	8
	17,0%	3,8%	4,7%	2,8%	7,5%
<b>Toplam</b>	43	23	14	14	12
	40,6%	21,7%	13,2%	13,2%	11,3%

Tablo 5 de yer alan “Yılda En Az 5 Kitap Okurum” sorusuna en yüksek oranda yanıtı (%25,4) Fotoğrafçılık ve Kameramanlık programı öğrencileri tarafından verilmiştir. Diğer programı öğrencilerin oranları ise; Radyo Televizyon (%20,8), Halkla İlişkiler (%16,1) olarak tespit edilmiştir. Yine benzer biçimde medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin diğer program da bulunan öğrencilere nazaran daha az internet kullanmasının yanında daha fazla kitap okumaya zaman ayırdığı görülmüştür. Medya, tüketim ve okuryazarlık bağlamında kitap okuma alışkanlığı medya okuryazarlık dersini almayan programların öğrencilerinde yüksek oranda bulunması dikkat çekicidir.

Tablo 6  
Kullanım Alışkanlıkları Frekans Analizi Tablosu

Hergün Düzenli Olarak Bilgisayar Oyunu Oynarım					
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	4	3	9	4	9
	3,8%	2,8%	8,5%	3,8%	8,5%
<b>Halkla İlişkiler</b>	8	5	5	9	12
	7,5%	4,7%	4,7%	8,5%	11,3%
<b>Radyo Televizyon</b>	9	5	9	7	8
	8,5%	4,7%	8,5%	6,6%	7,5%
<b>Toplam</b>	21	13	23	20	29
	19,8%	12,3%	21,7%	18,9%	27,4%

Tablo 6’de görüldüğü gibi, “Hergün Düzenli Olarak Bilgisayar Oyunu Oynarım” sorusuna en yüksek oranda yanıt veren (%13,2) Radyo Televizyon programı öğrencileridir. Aynı soruya, Halkla İlişkiler programı öğrencileri %12,2, Fotoğrafçılık ve Kameramanlık programı öğrencileri %6,6 oranında olumlu yanıt vermişlerdir. Yeni teknolojik gelişmeler neticesinde özellikle genç kitlenin yoğun olarak maruz kaldığı bilgisayar oyunları ve sanal gerçeklik alanları medya okuryazarlığı anlamında önemli gösterge alanlarından birisidir. Medya okuryazarlığı dersi kapsamında bu alanda bilgi sahibi olarak eğitim alan Fotoğrafçılık ve Kameramanlık öğrencileri bu alanda en az orana sahip program olmuştur.

Tablo 7  
Kullanım Alışkanlıkları Frekans Analizi Tablosu

Hergün Düzenli Olarak Radyo Dinlerim					
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	4	6	8	8	3
	3,8%	5,7%	7,5%	7,5%	2,8%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	6	7	15	6	5
	5,7%	6,6%	14,2%	5,7%	4,7%
<b>Radyo Televizyon</b>	8	7	10	12	1
	7,5%	6,6%	9,4%	11,3%	0,9%
<b>Toplam</b>	18	20	33	26	9
	17,0%	18,9%	31,1%	24,5%	8,5%

“Hergün Düzenli Olarak Radyo Dinlerim” başlıklı soruya, Radyo Televizyon programı öğrencilerinin %14,1, Fotoğrafçılık ve Kameramanlık programı öğrencilerinin %11,8 ve Halkla İlişkiler programı öğrencilerinin %9,5 oranında olumlu yanıt verdikleri görülmüştür. Geleneksel medya mecralarından radyonun medya alanında eğitim alan öğrenciler arasında radyo ve televizyon programı öğrencileri arasında yüksek oranda dinlenmesinin tespit edilmesine karşın bu dinleme işleminin hangi araçlar üzerinden sağlandığının da tespiti gençlerin bu mecraları kullandıkları teknolojik mecraların anlaşılmasını ve gelişim dönüşüm süreçlerinde bir veri olarak kullanılabilir.

Tablo 8  
Kullanım Alışkanlıkları Frekans Analizi Tablosu

Günlük Düzenli Olarak Televizyon İzlerim					
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	9	7	6	5	2
	8,5%	6,6%	5,7%	4,7%	1,9%
<b>Radyo Televizyon</b>	13	14	6	4	2
	12,3%	13,2%	5,7%	3,8%	1,9%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	10	11	8	7	2
	9,4%	10,4%	7,5%	6,6%	1,9%
<b>Toplam</b>	32	32	20	16	6
	30,2%	30,2%	18,9%	15,1%	5,7%

Tablo 8’den anlaşıldığı gibi, kullanım alışkanlıkları ana başlığı altındaki “Günlük Düzenli Olarak Televizyon İzlerim” sorusuna, Radyo Televizyon programı öğrencileri %25,5 oranında yanıt vererek bu soruda en yüksek orana ulaşmışlardır. Diğer bölüm öğrencilerin oranları ise; Fotoğrafçılık ve Kameramanlık %19,8, Halkla İlişkiler %15,1 şeklinde tespit edilmiştir. Geleneksel medya mecralarından diğeri olan televizyonu da radyo da olduğu gibi Radyo Televizyon programı öğrencileri en yüksek oranda cevap vermişlerdir. Bu sonuç göstermektedir ki medya okuryazarlık dersinin eğitim-öğretim müfredatında yer almayan programların radyo ve televizyon gibi geleneksel medya kullanımları daha yoğun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 9  
Kullanım Alışkanlıkları Frekans Analizi Tablosu

Her Ay Düzenli Olarak En Az 2 Defa Sinemaya Giderim					
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	9	7	6	5	2
	8,5%	6,6%	5,7%	4,7%	1,9%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	11	16	2	7	3
	10,4%	15,1%	1,9%	6,6%	2,8%
<b>Radyo Televizyon</b>	12	12	7	4	3
	11,3%	11,3%	6,6%	3,8%	2,8%
<b>Toplam</b>	32	35	15	16	8
	30,2%	33,0%	14,2%	15,1%	7,5%

“Her Ay Düzenli Olarak En Az 2 Defa Sinemaya Giderim” başlıklı soruya en yüksek oranda yanıt veren; %25,5 ile Fotoğrafçılık ve Kameramanlık programı öğrencileridir. Aynı soruya, Radyo Televizyon programı öğrencilerinin %22,6 ve Halkla İlişkiler bölümü öğrencilerinin %15,1 oranında olumlu yanıt verdikleri görülmüştür.

Tablo 10  
Kullanım Alışkanlıkları Frekans Analizi Tablosu

	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	6 5,7%	9 8,5%	6 5,7%	6 5,7%	2 1,9%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	11 10,4%	16 15,1%	5 4,7%	5 4,7%	2 1,9%
<b>Radyo Televizyon</b>	11 10,4%	9 8,5%	12 11,3%	5 4,7%	1 0,9%
<b>Toplam</b>	28 26,4%	34 32,1%	23 21,7%	16 15,1%	5 4,7%

“İnterneti Hergün Düzenli Olarak En az 5 Saat Kullanırım” başlıklı soruya bölüm öğrencilerinden, Fotoğrafçılık ve Kameramanlık %25,5, Radyo Televizyon bölümü %18,9 ve Halkla İlişkiler bölümü %13,7 oranında yanıtlar verdikleri tespit edilmiştir. Önemli bir ayrıntıda bu kullanım süreleri içerisindeki içerik başlıklarının incelenmesidir. İnternet kullanımının saat bazlı değerlendirildiği bu başlık altında öğrencilerin günlük internet kullanımlarının içerik bazlı da incelenmesi ayrı bir araştırma konusu olacaktır.

Tablo 11  
Kullanım Alışkanlıkları Frekans Analizi Tablosu

	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	15 14,2%	10 9,4%	1 0,9%	1 0,9%	2 1,9%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	23 21,7%	10 9,4%	3 2,8%	1 0,9%	2 1,9%
<b>Radyo Televizyon</b>	28 26,4%	5 4,7%	4 3,8%	1 0,9%	0 0,0%
<b>Toplam</b>	66 62,3%	25 23,6%	8 7,5%	3 2,8%	4 3,8%

Tablo 11’de görüldüğü gibi, “Mobil Telefonumdan İnternete Hergün Düzenli Olarak Bağlanırım” başlıklı soruya, Fotoğrafçılık ve Kameramanlık bölümü öğrencileri ile Radyo Televizyon bölümü öğrencileri aynı oranda (%31,1) olumlu yanıt vermişlerdir. Bu soruya Halkla İlişkiler bölümü



öğrencilerinin verdikleri olumlu cevaplar ise, %23,6 oranında gerçekleşmiştir. Kullanım alışkanlıkları başlığı altında incelenen önemli veri kaynağı sorulardan birisi olarak Mobil Telefonumdan İnternete Hergün Düzenli Olarak Bağlanırım sorusunun içeriğinin alt başlıklarda kategorik olarak incelenmesi öğrencilerin bu alanda nasıl bir kullanım alışkanlıkları çerçevesine sahip olduklarının anlaşılmasına katkı sağlayacaktır. Medya okuryazarlığı dersini eğitim müfredatında alan program öğrencilerinin internete mobil ağlardan daha fazla bağlanması sonucuna ek olarak bu bağlantı içeriklerinde nelerin ön plana çıktığı üzerine yapılacak ayrı bir araştırma ile gençlerin mobil internet kullanırken hangi içerik ve alanları tercih ettiği konusunda önemli bir veri olacaktır.

Tablo 12  
Kullanım Alışkanlıkları Frekans Analizi Tablosu

İnternet Üzerinden Online Olarak Yapılan Aktivitelere Aktif Katılım					
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	3	4	12	7	3
	2,8%	3,8%	11,3%	6,6%	2,8%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	9	9	8	4	9
	8,5%	8,5%	7,5%	3,8%	8,5%
<b>Radyo Televizyon</b>	11	4	12	8	3
	10,4%	3,8%	11,3%	7,5%	2,8%
<b>Toplam</b>	23	17	32	19	15
	21,7%	16,0%	30,2%	17,9%	14,2%

Kullanım alışkanlıkları ana bölümünün son soru başlığı olan “İnternet Üzerinden Online Olarak Yapılan Aktivitelere Aktif Katılım” sorusuna, Fotoğrafçılık ve Kameramanlık bölümü öğrencileri %17 oranında yanıt vererek bu soruda en yüksek orana ulaşmışlardır. Diğer bölüm öğrencilerinin yanıtlarının oranı, Radyo Televizyon bölümü %14,2 ve Halkla İlişkiler bölümü %6,8 şeklinde tespit edilmiştir. İlk ana başlık olan kullanım alışkanlıkları bölümünün sorularının ardından aşağıdaki tablodan itibaren ikinci ana bölüm başlığına geçilmiştir.

Tablo 13  
İletişim Becerileri Frekans Analizi Tablosu

Sosyal Medyayı (facebook,twitter, vs.) Aktif Olarak Kullanım					
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	16	6	6	0	1
	15,1%	5,7%	5,7%	0,0%	0,9%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	20	13	3	1	2
	18,9%	12,3%	2,8%	0,9%	1,9%
<b>Radyo Televizyon</b>	25	5	4	2	2
	23,6%	4,7%	3,8%	1,9%	1,9%
<b>Toplam</b>	61	24	13	3	5
	57,5%	22,6%	12,3%	2,8%	4,7%

Tablo 13'te belirtildiği gibi, katılımcılara ikinci ana başlık olan iletişim becerileri bölümü ve bu bölüm altındaki 7 adet soru yöneltilmiştir. “Sosyal Medyayı Aktif Olarak Kullanırım” başlıklı soruya öğrenciler tarafından verilen yanıtlarda, Fotoğrafçılık ve Kameramanlık bölümü %31,2, Radyo Televizyon %28,3 ve Halkla İlişkiler bölümü öğrencileri %20,8 oranında yanıtlar vermişlerdir.

Tablo 14  
İletişim Becerileri Frekans Analizi Tablosu

Edindiğim Bilgilerin Telif veya Kullanıcı Haklarını Bilirim					
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	5	6	11	1	6
	4,7%	5,7%	10,4%	0,9%	5,7%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	7	13	10	6	3
	6,6%	12,3%	9,4%	5,7%	2,8%
<b>Radyo Televizyon</b>	5	9	9	7	8
	4,7%	8,5%	8,5%	6,6%	7,5%
<b>Toplam</b>	17	28	30	14	17
	16,0%	26,4%	28,3%	13,2%	16,0%

“Edindiğim Bilgilerin Telif veya Kullanıcı Haklarını Bilirim” başlıklı soruya bölüm öğrencileri, Fotoğrafçılık ve Kameramanlık bölümü %18,9, Radyo Televizyon bölümü %13,2 ve Halkla İlişkiler bölümü %10,2 oranında yanıtlar verdikleri tespit edilmiştir. Telif ve kullanıcı haklarının bilinçli bir şekilde farkında olan en yüksek orana sahip program öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersini müfredatlarında farkındalık içinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu tablonun sonucundan anlaşılacağı üzere medya okuryazarlığı içeriklerinin telif ve kişisel haklar konusunda bireylerin eğitimi hususunda önemli bir farkındalık oluşturduğu anlaşılmıştır. Edindiğim Bilgilerin Telif veya Kullanıcı Haklarını Bilirim başlığın ana başlığı içerisinde her bir soru başlığı altında yapılacak ayrı bir kategorik çalışma öğrencilerin iletişim becerileri ve yazar hakları vb. Konulardaki farkındalıkları için önemli veri kaynağı olacaktır.

Tablo 15  
İletişim Becerileri Frekans Analizi Tablosu

Muhtemel Yasa İhlallerinde Hangi Kuruma Başvuracağımı Biliyorum					
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	8	10	4	3	4
	7,5%	9,4%	3,8%	2,8%	3,8%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	7	14	9	8	1
	6,6%	13,2%	8,5%	7,5%	0,9%
<b>Radyo Televizyon</b>	8	12	6	5	7
	7,5%	11,3%	5,7%	4,7%	6,6%
<b>Toplam</b>	23	36	19	16	12
	21,7%	34,0%	17,9%	15,1%	11,3%

Tablo 15'te gösterildiği gibi, “Muhtemel Yasa İhlallerinde Hangi Kuruma Başvuracağımı Biliyorum” başlıklı soruya verilen yanıtları incelediğimizde en yüksek oranda olumlu yanıtı (%19,8) Fotoğrafçılık ve Kameramanlık bölümü öğrencilerinin verdiği anlaşılmıştır. Aynı soruya, Radyo Televizyon bölümü %18,8 ve Halkla İlişkiler bölümü %16,9 oranında yanıtlar verdikleri tespit edilmiştir.

Tablo 16  
İletişim Becerileri Frekans Analizi Tablosu

Devlet Organlarıyla İletişime Geçebilmek İçin İnterneti Kullanım					
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	5	6	9	5	4
	4,7%	5,7%	8,5%	4,7%	3,8%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	10	11	12	1	5
	9,4%	10,4%	11,3%	0,9%	4,7%
<b>Radyo Televizyon</b>	4	9	14	7	4
	3,8%	8,5%	13,2%	6,6%	3,8%
<b>Toplam</b>	19	26	35	13	13
	17,9%	24,5%	33,0%	12,3%	12,3%

“Devlet Organlarıyla İletişime Geçebilmek İçin İnterneti Kullanım” başlıklı soruya; Fotoğrafçılık ve Kameramanlık bölümü öğrencileri %19,8, Radyo Televizyon bölümü %12,3 ve Halkla İlişkiler bölümü %10,4 oranında yanıtlar vermişlerdir.

Tablo 17  
İletişim Becerileri Frekans Analizi Tablosu

İnternette Aktif Olarak İçerik Oluşturma ve Diğer İnsanlarla Paylaşımında Bulunurum					
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	8	7	5	7	2
	7,5%	6,6%	4,7%	6,6%	1,9%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	15	13	5	5	1
	14,2%	12,3%	4,7%	4,7%	0,9%
<b>Radyo Televizyon</b>	16	9	6	4	3
	15,1%	8,5%	5,7%	3,8%	2,8%
<b>Toplam</b>	39	29	16	16	6
	36,8%	27,4%	15,1%	15,1%	5,7%

“İnternette Aktif Olarak İçerik Oluşturma ve Diğer İnsanlarla Paylaşımında Bulunurum” başlıklı soruya en yüksek oranda yanıt veren bölüm %26,5 ile Fotoğrafçılık ve Kameramanlık bölümü öğrencileridir. Diğer bölüm öğrencilerine baktığımızda, Radyo Televizyon bölümü %23,6 ve Halkla İlişkiler bölümü %14,1 oranında yanıtlar vermişlerdir.

Tablo 18  
İletişim Becerileri Frekans Analizi Tablosu

İnternette İçerik Oluşturabilir ve Hazırlayıp Paylaşabilirim					
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	4	5	6	9	5
	3,8%	4,7%	5,7%	8,5%	4,7%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	18	7	6	8	0
	17,0%	6,6%	5,7%	7,5%	0,0%
<b>Radyo Televizyon</b>	7	8	9	3	11
	6,6%	7,5%	8,5%	2,8%	10,4%
<b>Toplam</b>	29	20	21	20	16
	27,4%	18,9%	19,8%	18,9%	15,1%

Tablo 18’te sorulan “İnternette İçerik Oluşturabilir ve Hazırlayıp Paylaşabilirim” başlıklı soruya, Fotoğrafçılık ve Kameramanlık bölümü öğrencilerinin %23,6’sı, Radyo Televizyon bölümü öğrencilerinin %14,1’i ve Halkla İlişkiler bölümü öğrencilerinin %8,5 oranında olumlu yanıt verdikleri görülmüştür. Özellikle medya okuryazarlığı dersinin kazanımlarından birisi olarak değerlendirilebilecek bir başlık olarak internette her gördüğü içeriği doğru ve herhangi bir akıl süzgecinden geçirmeden, eleştirel bir gözle bakmadan enforme edilen geniş kitleler gibi olmadan gelen enformasyonu farklı kanllardan değerlendirebilen bir yorum katabilen kendi düşüncesi olan bireylerin anlaşılması adına önemlidir.

Tablo 19  
İletişim Becerileri Frekans Analizi Tablosu

İnternette ve Sosyal Ağlarda Politik Konulara ve Tartışmalara Katılım					
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	3	7	8	4	7
	2,8%	6,6%	7,5%	3,8%	6,6%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	6	7	10	9	7
	5,7%	6,6%	9,4%	8,5%	6,6%
<b>Radyo Televizyon</b>	5	5	8	7	13
	4,7%	4,7%	7,5%	6,6%	12,3%
<b>Toplam</b>	14	19	26	20	27
	13,2%	17,9%	24,5%	18,9%	25,5%

İletişim becerileri bölümünün son başlığı olarak “İnternette ve Sosyal Ağlarda Politik Konulara ve Tartışmalara Katılım” sorusuna verilen yanıtları incelediğimizde, Fotoğrafçılık ve Kameramanlık bölümü öğrencilerinin %12,3’ü, Radyo Televizyon bölümü öğrencilerinin %9,4’si ve Halkla İlişkiler bölümü öğrencilerinin yine %9,4’si oranında olumlu yanıt verdikleri görülmüştür. Bu bölümün son sorusunun ardından bundan sonraki tablolarda “eleştirel yaklaşım” bölümünün soruları incelenmiştir.

İletişim becereleri medya okuryazarlığı alanında diğer insanlardan temel farklılıkların sağlandığı başlıklardan birisidir. Medya okuryazarı olarak gelen bilgileri kendi uzmanlık alanında yorumlayabilen, araştıran ve kendini geliştiren bireylerin internet alanında yaşanan politik tartışma alanlarında söylecek sözü ve oayları yorumlama gücünün etkin bir farklılık başlığı olduğu görülmektedir.

Tablo 20  
Eleştirel Yaklaşım Frekans Analizi Tablosu

İnternette Kişisel Bilgilerimi Girmeden Önce Birtakım Değerlendirmeler Yaparım					
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	12	9	3	2	3
	11,3%	8,5%	2,8%	1,9%	2,8%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	15	12	8	3	1
	14,2%	11,3%	7,5%	2,8%	0,9%
<b>Radyo Televizyon</b>	9	13	6	5	5
	8,5%	12,3%	5,7%	4,7%	4,7%
<b>Toplam</b>	36	34	17	10	9
	34,0%	32,1%	16,0%	9,4%	8,5%

Üçüncü bölüm olarak incelenen “eleştirel yaklaşım” ana başlığı altında katılımcılara 5 adet soru yöneltilmiştir. Bu başlıkta öğrencilerin eleştirel düşünme yetilerinin ve farkındalık düzeylerinin tespit edilmesine çalışılmıştır. “İnternette Kişisel Bilgilerimi Girmeden Önce Birtakım Değerlendirmeler Yaparım” sorusuna verilen yanıtlarda, Fotoğrafçılık ve Kameramanlık bölümü öğrencilerinin %25,5’i, Radyo Televizyon bölümü öğrencilerinin %20,8’si ve Halkla İlişkiler bölümü öğrencilerinin ise %19,8’si olumlu yanıt vermiştir.

Tablo 21  
Eleştirel Yaklaşım Frekans Analizi Tablosu

Kullandığım Medya Aracının Sağladığı Bilgilere Güvenip Güvenmeme Noktasında Belirli Prensipierim Vardır					
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	11	7	6	2	3
	10,4%	6,6%	5,7%	1,9%	2,8%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	20	10	4	3	2
	18,9%	9,4%	3,8%	2,8%	1,9%
<b>Radyo Televizyon</b>	12	14	3	5	4
	11,3%	13,2%	2,8%	4,7%	3,8%
<b>Toplam</b>	43	31	13	10	9
	40,6%	29,2%	12,3%	9,4%	8,5%

“Kullandığım Medya Aracının Sağladığı Bilgilere Güvenip Güvenmeme Noktasında Belirli Prensiplerim Vardır” sorusuna verilen yanıtlar incelendiğinde, Fotoğrafçılık ve Kameramanlık bölümü öğrencilerinin %28,3’ü, Radyo Televizyon bölümü öğrencilerinin %24,5’i ve Halkla İlişkiler bölümü öğrencilerinin ise %17,0’si olumlu yanıt vermişlerdir. Tablo verileri ışığında bu alanda medya öğrencilerinin diğer iletişim fakültesi bölüm öğrencilerine göre daha karakteristik çizgileri olan bir yapıya sahip oldukları söylenebilir. Bu başlık medya ve okuryazarlık anlamında eleştirel düşünme ve düşüncenin etkinliğinin farkındalık oranlarının tespitinde önemli bir anlamlandırma oluşturabilmektedir. Dolayısıyla düşünme ve düşüncenin sağlıklı bir şekilde sağlanabilmesi adına eleştirel yaklaşımın iletişim bazlı çalışmalarda önemli bir yer tuttuğu söylenebilir.

Tablo 22  
Eleştirel Yaklaşım Frekans Analizi Tablosu

	Girdiğim Siteleri Güvenilirlik ve Kalite Açısından Değerlendirip Ona Göre Tavır Takınırım				
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	10	9	3	2	5
	9,4%	8,5%	2,8%	1,9%	4,7%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	20	12	5	0	2
	18,9%	11,3%	4,7%	0,0%	1,9%
<b>Radyo Televizyon</b>	18	12	5	1	2
	17,0%	11,3%	4,7%	0,9%	1,9%
<b>Toplam</b>	48	33	13	3	9
	45,3%	31,1%	12,3%	2,8%	8,5%

“Girdiğim Siteleri Güvenilirlik ve Kalite Açısından Değerlendirip Ona Göre Tavır Takınırım” sorusuna verilen yanıtlara bakıldığında, Fotoğrafçılık ve Kameramanlık bölümü öğrencilerinin %30,2’si, Radyo Televizyon bölümü öğrencilerinin %28,3’ü ve Halkla İlişkiler bölümü öğrencilerinin ise %17,9’u olumlu yanıt vermişlerdir. Bu başlık altında elde edilen bilginin kaynağını araştıran, sorgulayan ve kendi yorumunu geliştiren medya okuryazarı bireylerin bilgi ve enformasyon arasındaki farkı bilerek bir tavır geliştirmesi medya okuryazarlığı adına çok önemlidir.

Tablo 23  
Eleştirel Yaklaşım Frekans Analizi Tablosu

	Bana Yararlı Olacağını Düşündüğüm Bir Medya Aracı Vardır				
	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	10	10	3	3	3
	9,4%	9,4%	2,8%	2,8%	2,8%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	18	12	5	1	3
	17,0%	11,3%	4,7%	0,9%	2,8%
<b>Radyo Televizyon</b>	12	16	4	2	4
	11,3%	15,1%	3,8%	1,9%	3,8%
<b>Toplam</b>	40	38	12	6	10
	37,7%	35,8%	11,3%	5,7%	9,4%

Tablo 23 incelendiğinde, “Bana Yararlı Olacağını Düşündüğüm Belirli Bir Medya Aracı Vardır” sorusuna öğrencilerin verdikleri yanıtların oranı, Fotoğrafçılık ve Kameramanlık bölümü öğrencilerinin %28,3’ü, Radyo Televizyon bölümü öğrencilerinin %26,4’ü ve Halkla İlişkiler bölümü öğrencilerinin ise %18,8’i şeklinde gerçekleşmiştir.

Tablo 24  
Eleştirel Yaklaşım Frekans Analizi Tablosu

#### Medya Konusundaki Kuralları ve Hakları Bilirim

	Her Zaman	Genellikle	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
<b>Halkla İlişkiler</b>	5 4,7%	13 12,3%	3 2,8%	5 4,7%	3 2,8%
<b>Fotoğrafçılık ve Kameramanlık</b>	9 8,5%	18 17,0%	9 8,5%	1 0,9%	2 1,9%
<b>Radyo Televizyon</b>	9 8,5%	11 10,4%	10 9,4%	6 5,7%	2 1,9%
<b>Toplam</b>	23 21,7%	42 39,6%	22 20,8%	12 11,3%	7 6,6%

Son bölüm ana başlığı olan eleştirel yaklaşım konusunun katılımcılara yöneltilen “Medya Konusundaki Kuralları ve Hakları Bilirim” sorusuna verilen yanıtlara bakıldığında, Fotoğrafçılık ve Kameramanlık bölümü öğrencilerinin %25,5’i, Radyo Televizyon bölümü öğrencilerinin %18,9’u ve Halkla İlişkiler bölümü öğrencilerinin ise %17,0’si şeklinde gerçekleşmiştir. Medya okuyazarlığı ölçümleme sorularını üç ana başlık altında sorulan 23 temel soruyla tamamlamış bulunmaktayız.

#### Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Ham bilginin kaynağından alınarak yeniden değerlendirilmesi ve şekil verilmesi ile elde edilen enformasyon bir silahtan daha etkili bir hal almıştır. Öyle ki günümüzde şüphesiz ki bilgiyi anlama yorumlama ve bir mana inşa etmede bir o kadar değerlidir. Ancak bu bilgiyi aktaran kaynağın medya olduğu gözönüne alındığında, medya okuryazarlık kavramının aslında çok kritik bir yerde olduğunu görebiliriz. Hem bireysel hem toplumsal anlamda, bu kadar yoğun bir bilgi akışına sahipken medya okuryazarlığının yanına 2020 yılında bilgi okuryazarlığını eklememiz gerekmektedir. Ülkemizde daha yeni başlayan bu tür çalışmaların genişleyerek devam etmesi ve daha geniş toplumsal kitlelere ulaşması amaçlanmalıdır. Dolayısıyla, incelenmesi ve iyi değerlendirilmesi gereken bir konu olan medya okuryazarlığı kavramının ülkemizde bu yönde eğitimini alan meslek yüksekokulları ders içeriklerinde yürütülmesinde daha anlamlı olacaktır. Bu manada çalışmada incelenen Ahi Evran Üniversitesi Meslek Yüksekokulları bölümleri arasında Fotoğrafçılık ve Kameramanlık, Radyo Televizyon ve Halkla İlişkiler programları öğrencilerinin medya okuryazarlık bilinç düzeyleri üç ana bölüm altında ele alınmıştır. Ortaya çıkan sonuçla değerlendirildiğinde ilk ana başlık altında (“kullanım alışkanlıkları”) Fotoğrafçılık ve Kameramanlık ile Radyo Televizyon programı öğrencilerinin 6’şar adet soruda daha yüksek bilinç düzeyine sahip oldukları anlaşılmıştır. İkinci ana başlık altında olan “iletişim becerileri” bölümü incelendiğinde, 7 adet sorunun tamamında Fotoğrafçılık ve Kameramanlık programı öğrencilerinin diğer bölümlere oranla daha yüksek bilinç düzeyini sahip oldukları görülmüştür. Son ana başlık altında incelenen “eleştirel yaklaşım” bölümüne baktığımızda da 5 adet sorunun tamamında yine Fotoğrafçılık ve Kameramanlık programı öğrencilerinin daha yüksek bilinç düzeyi oranına sahip oldukları anlaşılmıştır. Çalışmanın temel amacı olarak ele alınan medya okuryazarlığı eğitiminin önemi yapılan analizlerde ortaya çıkmıştır. Elde edilen verilerde medya okuryazarlığı eğitimi alan bölüm öğrencilerinin almayanlara oranla daha yüksek bilinç düzeyine sahip oldukları anlaşılmıştır. Bu konuda

bölgelerin müfredatları ve eğitim kalitesi incelenmesi gereken önemli bir konu olarak değerlendirilmelidir. Çalışma bu alanda yapılacak diğer çalışmalara ışık tutması açısından önemlidir. Bundan sonra yapılacak çalışmalar, bu çalışmanın tersi sonuçlarda elde edebilir. Ayrıca, medya ve okuryazarlık alanında ülkemizde daha geniş alanlarda çalışmalar yapılması gerekmektedir.

### Kaynakça

- Adıgüzel, A. (2005). “Avrupa Birliğine Uyum Sürecinde Öğretmen Niteliklerinde Yeni Bir Boyut: Bilgi Okur-Yazarlığı”. Milli Eğitim, Üç Aylık Eğitim ve Sosyal Bilimler Dergisi: 33 (167).
- Andersen, N. (2002). “New Media and New Media Literacy”, Thinking Critically About Media: Schools and Families In Partnership Cable in the Classroom.
- Altun, A. (2006). “Medya Okuryazarlık Eğitimi: Önemi ve İhtiyaçları”, Editör: Nurçay Türkolu, İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Altun, A. (2008). “Türkiye’de Medya Okuryazarlığı”. İlköğretmen Eğitimci Dergisi, Sayı:16 Sayfa:30-34.
- Aufderheide, P. (1993). “Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy.” Washington, DC, Aspen Institute.
- Çağlak, E. (2018). “Farkındalık Yaratmakta İletişimin Gücü”, Journal Of Awareness, Cilt:3, Sayı: Özel, Sayfa:653-666.
- Hendrix, M. (1998). *Media Literacy, The English Journal*, 87(4). Literary Festival.
- İnceoğlu, Y. (2006), “Medyayı Doğru Okumak”, I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferans, Marmara üniversitesi İletişim Fakültesi Konferans Metinleri, İstanbul.
- Levin, D. (2004). *Navigating the Children’s Media Landscape: A Parent’s and Caregiver’s Guide*, By American Institutes for Research, Washington, DC.
- Oecd Organisation for Economic Cooperation and Development (1995). *Literacy, economy and society: Results of the first international literacy survey*. Paris: OECD
- Potter, W. J. (1998). *Media Literacy*. California: Sage Publications.
- Rtuk, (2007). “İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı”. Ankara. 27.04.2019, tarihinde (<https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/userfiles/files/MEDYAKiabi.doc> adresinden erişilmiştir.
- Samuelson, R. J. (2003). *Adventure in Agelessness*, Newsweek Article.
- Snavely, L. ve COOPER, N. (1997). The information literacy debate. *The Journal of Academic Librarianship*, 23(1), 9–13.



Thoman, E. ve Jolls, T. (2003). Literacy for 21st Century An Overview & Orientation Guide to Media Literacy Education, Center for Media Literacy.

Ulla CARLSSON and Sherrı HOPE CULVER, Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue, 2013: 109-111, Göteborg.