

## MEDYA OKUR-YAZARLIĞI VE MESAJLARIN ANLAMLANDIRMA SÜRECİ

Emel Okur-Berberoğlu\*

### ÖZET

20. yüzyılda okur-yazarlık, nasıl okunup yazılacağını bilmek olarak tanımlanmaktaydı, hatta ülkelerin gelişmişlik düzeyleri, okuma-yazma bilen nüfus ile orantılı olarak belirtilmekteydi. Günümüzde ise okur-yazarlık, geleneksel okur-yazarlığın yanı sıra görsel, bilgisayar, sağlık ve teknoloji okur-yazarlığını da içermektedir, böylece bu kavramlar birleşerek 'medya okur-yazarlığı' kavramını oluşturmaktadır. Bu çalışma, medya okur-yazarlığının tanımlanması ve medya mesajlarının yorumlanması sürecini yansıtan genel bir alanyazın taraması sunmaktadır.

**Anahtar Sözcükler:** Medya, okur-yazarlık, bilgi

### MEDIA LITERACY and THE PROCESS of MESSAGE INTERPRETATION

### ABSTRACT

Literacy is determined as to know how to write and read in the 20<sup>th</sup> century and it is one of the development criteria for the countries. Recently literacy includes visual, computer, health, and technology literacy beside traditional literacy. These concepts turn out as 'media literacy'. This study presents literature review about determination of media literacy and the process of media message interpretation.

**Keywords:** Media, literacy, knowledge

## 1. MEDYA NEDİR? OKUR-YAZARLIK NE DEMEKTİR? 'MEDYA OKUR-YAZARLIĞI' NE DEMEKTİR?

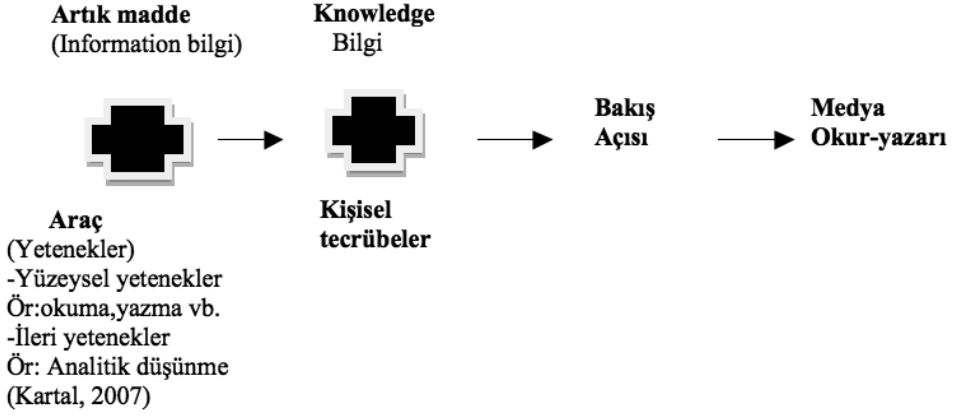
Dewey 1966 yılında, cahil toplumların medeniyete geçişinin her basamağının medyaya bağımlı olduğunu belirtmiştir. Çünkü medya vasıtasıyla semboller, işaretler arasında derin anlamlar kurulmakta ve hızlı bir şekilde bu anlamlar yayılmaktadır (Tigga, 2009; Baines ve Dial, 1995). Kartal (2007), medyanın kişiyi etkileyerek sosyalleştirmede ilk görevi üstlendiğini belirtmektedir. 21. yy.'dan önce 'okur-yazar olabilmek', sadece nasıl okunup yazılacağını bilmek olarak algılanmaktaydı (Real, 2008) ve demokratik toplumların en önemli özelliklerinden birinin, okur-yazar sayısının fazla olması kabul edilmekteydi (Kline, Stewart & Murphy, 2006). 21. yy.'dan sonra okur-yazarlığın anlamında devrimsel bir değişme gerçekleşmiş ve bugün okuma-yazma tanımlanırken içine yeni anlamlar da eklenmiştir (Real, 2008). Bunlar, edinilen bilgilerin nasıl yeniden düzenleneceği, anlamlandırılacağı, oluşturulacağı ile de ilgilidir (Real, 2008). Hatta bu bilgilerin düzenlenmesi, anlamlandırılması ile ilgili çeşitli teoriler (Shannon- Weaver Lineer Geçiş Teorisi, Berlo Modeli, Schramm Modeli, Beklenti- Değer Teorisi, Oyun Teorisi vb [Black, Bryant ve Thompson, 1997]) dahi bulunmaktadır. Fakat bu çalışmanın kapsamında, bahsi geçen teorileri tek tek açıklamak bulunmamaktadır. Bunun yerine, 'okur-yazarlık' kavramı üzerinde durulmuştur.

\* Dr. Adres: 28A Nixon St.Hamilton East, Hamilton, Waikato/New Zealand, e-posta: [emelokur17@gmail.com](mailto:emelokur17@gmail.com)

Alvin Toffler (1980), 21. yy.'da okuma-yazma bilmeyenin değil, öğrendiğini yeniden düzenleyemeyenin ya da yeniden öğrenemeyenin 'cahil' olarak adlandırılacağını belirtir. Dolayısıyla 'Medya okur-yazarlığı nedir?' sorusuna cevap aradığımızda, çeşitli kaynaklarda benzer ifadelerin kullanıldığı görülmektedir. Medyadan alınan farklı bilgilerin kabul edilmesi, analiz edilmesi, birleştirilmesi, değerlendirilmesi ve yeni bilgilerin oluşturulması, 'medya okur-yazarlığı' olarak tanımlanmaktadır (Tigga, 2009; Mihailidis, 2008; Real, 2008; Wehmeyer, 2000; Hiebert, 1999; Black, Bryant ve Thompson, 1997). Bazı kaynaklarda ise 'eleştirel analiz' olarak tanımlanmıştır (Wood, 2009; Kline, Stewart ve Murphy, 2006). Aspen Medya Okuryazarlığı Enstitüsü üyeleri, medya okur-yazarlığını çeşitli formlardaki medyaya giriş, analiz, değerlendirme ve yaratma yeteneği olarak tanımlamıştır (Thoman ve Jolls, 2003). Potter (2005) ise medya okur-yazarlığını bir bakış açısı, "knowledge-bilgi" yapısı olarak tanımlamış; medya okur-yazarlığının geleneksel-görsel- bilgisayar okur-yazarlığını kapsadığını vurgulamıştır (Şekil 2). Yalnız, burada bilgisayar okur-yazarlığının yanında 'teknoloji okur-yazarlığı'nın da eklenmesi gerektiği ifade edilmektedir (Ezziane, 2007; McCade, 2001). Bireyin, bilgisayarı nasıl kullanacağını bilmesinin yanında, bilgisayar ile ilgili teknik sorunları da çözebilmesi, teknolojinin toplumu nasıl değiştirdiğini, toplumun teknolojiyi nasıl algıladığını da fark edebilmesi gerektiğini vurgulanmaktadır (Ezziane, 2007; McCade, 2001).

Teknoloji- toplum ilişkisi içerisinde öne çıkan bir diğer konu ise 'sağlık okur-yazarlığı'dır. Sağlık okur-yazarlığı, sağlam ve sağlıklı bir çevrede yaşayabilmek için bireylerin geleneksel okur-yazarlık yetilerini, gerek ilaçların üzerindeki mesajları gerek medya aracılığı ile kendisine gönderilen mesajları gerekse çeşitli halk sağlığı etkinlikleri çerçevesinde verilen mesajları değerlendirebilme yetisi olarak tanımlanmaktadır (Nutbeam, 2008; Baker, 2006). Medyadan gelen tüm bu mesajları birey, kendi bünyesindeki knowledge-bilgi yapısı ile birleştirerek öznel bir bakış açısı ve kendine göre değerlendirme ölçütleri oluşturmaktadır.

Potter (2005), knowledge-bilgi yapısının oluşumu için 'araç'lara ve 'artık madde'lere ihtiyaç olduğunu belirtmektedir. Burada 'araç' kelimesi ile bireylerin kişisel yetenekleri ifade edilmektedir: mesajları tanımlama, analiz etme, eleştirme, değerlendirme yetenekleri gibi (Kline, Stewart ve Murphy, 2006; Potter, 2005). 'Artık madde' tanımı ile medyadan ve gerçek dünyadan gelen 'information-bilgi' anlatılmak istenmektedir (Wood,2009). 'Information- bilgi', medya aracılığı ile bireye gelen tüm mesajlar, parça parça bilgiler iken 'knowledge- bilgi', birey tarafından organize edilmiş, yapılandırılmış ve önem arz eden bilgilerdir. Knowledge- bilginin oluşturulmasında etkili olarak kişinin geçmişten getirdiği tecrübeleri, bilgi birikimleri, gelişimsel olgunlu düzeyleri göz önünde bulundurulmaktadır (Kline, Stewart ve Murphy, 2006; Potter, 2005; Strasburger ve Wilson, 2002) (Şekil 1).



Şekil 1. Potter (2005)'e göre medya okur-yazarlığının oluşum basamağı.



Şekil 2. Medya okur-yazarlığının kapsadığı unsurlar (Potter20052005).

Medya okur-yazarlığının karakteristik özellikleri değerlendirildiğinde, iki önemli özellik karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan bir tanesi, medya okur-yazarlığının bir süreç olmasıdır ve medya okur-yazarlığının kategorilere ayrılamamasıdır. Bir insanı 'medya cahili' ya da 'çok iyi medya okur-yazarı' olarak tanımlamanın yanlış olduğu belirtilmektedir. 'Medya okur-

yazarlık yeteneği az ya da çok olan birey' şeklinde bir tanımlama daha doğru olmaktadır (Potter, 2005). Medya okur-yazarlığının diğer bir özelliği ise çok boyutlu olmasıdır. Bu boyutlar, bazı kaynaklarda bilişsel, duygusal, estetik ve ahlakî boyutlar olarak sınıflandırılmıştır (Wood, 2009; Potter, 2005).

Potter (2005), mesajın algılanmasını iki açıdan değerlendirmektedir. Bunlar 'anlamli eşleştirme' ve 'anlamli yapılandırma'dır. Anlamli eşleştirme, otorite tarafından verilen mesajdır. Birey mesajın konusunu, aynı konu hakkında daha önceden edinmiş olduğu bilgiler ile karşılaştırmaktadır. Anlamli yapılandırmada ise birey, verilen mesajı kendi fikirleri doğrultusunda yorumlamaktadır. Elizabet Thoman (1998), medya okuryazarlığının özünde 'sorgulama' olduğunu; Thoman ve Jolls (2003), medyatik toplumda yaşayan yetişkinler olarak, farklı medya formları arasındaki farkı ayırt etmeye ve izlediğimiz, duyduğumuz ve okuduğumuz her şey hakkında temel soruları nasıl soracağımızı bilmeye ihtiyacımız olduğunu vurgulamaktadır (Kartal, 2007; Thoman ve Jolls, 2004; Hiebert, 1999; Thoman, 1998).

Medya Okur-Yazarlığı Merkezi (MOYM), gelen mesajların algılanması ve onlarla etkileşime girilebilmesi için 5 anahtar sorunun sorulması gerektiğini ifade etmektedir (Wood, 2009):

#### **I. Bu mesajı kim oluşturmuştur?**

Medyadaki tüm mesajlar oluşturulmuştur. Bu mesaj nasıl oluşturulmuş, göz ardı edilen unsurlar var mı, varsa neler ve neden göz ardı edilmiştir? Çünkü mesajlar, yanlış olarak oluşturulmaktadır. Örneğin birey, medya aracılığıyla anlatılan bir olaya şahit olmuş ise gerçekte olayın bahsedildiği şekilde olmadığı yargısına ulaşılabilir. Aslında burada, dezenformasyon vardır (Hiebert, 1999); bir başka deyişle bilgi kasıtlı olarak çarpıtılmaktadır. Bu durum, Potter (2005)'in bilişsel boyutunu yansıtmaktadır; birey, mesajın arkasındaki gerçeklerin oluşturulmasına çaba göstermektedir (Wood, 2009).

#### **II. Mesaj tarafından iletilen nedir?**

Alınan mesaj, bireyin geçmiş tecrübeleri, sosyal, kültürel ve ahlakî geçmişi göz önüne alınarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla farklı kültürde yetişen bireyler, aynı mesajı farklı yorumlayabilirler. Bu görüş, Potter (2005)'in ahlakî bileşenini yansıtmaktadır.

#### **III. Bu mesaj nereden yönlendirilmektedir?**

Bireysel etki oluşturmak için karşı taraftan, neler yapıldığını anlayabilme çabasıdır, çünkü bazı mesajlar örtük iletilmektedir. Mesajı üretenin bakış açısı nasıldır, farklı insanlar aynı mesajı nasıl farklı algılamaktadır? (Wood, 2009).

#### **IV. Mesajı üreten benim dikkatimi çekmek için hangi teknikleri kullanmıştır?**

Burada, Potter (2005)'in estetik ve duygusal boyutu yer almaktadır. Kişilerin dikkatini çekmek için renk, çekim tekniği, müzik ve kelimelerin seçimine dikkat edilmesidir.

#### **V. Bu mesaj neden gönderilmiştir?**

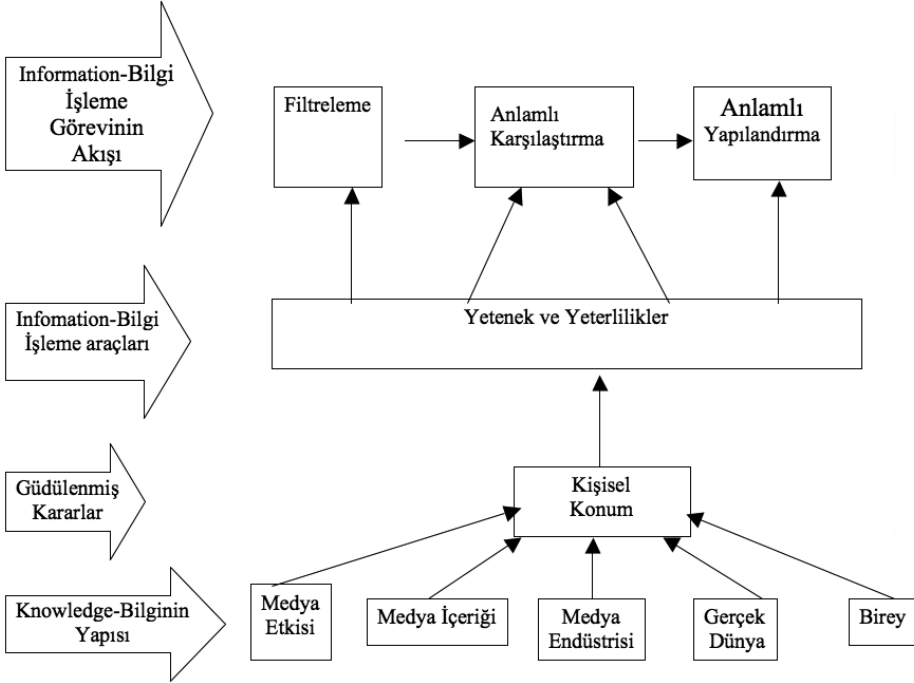
Mesajın arkasında yatan ekonomik, ideolojik, güçsel, etnik ve cinsel ayırım (Karl, 1974) gibi unsurlar var mı? Bu aşama, derinlemesine analitik düşünmeyi gerektirmektedir (Wood, 2009). Yalnız burada ortaya çıkan bir diğer soru, bu derin analitik düşünmenin nasıl başarılıcağıdır.

Analitik düşünme, üst-bilişsel alana hitap etmektedir. Bu bağlamda Potter (2005), medya okur-yazarlığının bilişsel modelini dört basamakta açıklamaktadır (Şekil 3). Bu basamaklar; bilginin yapısı, güdülenmiş kararlar, bilgi işleme araçları ve bilgi işlemenin

akışıdır. Buna göre bilginin yapısını oluşturan beş içerik vardır: medya etkisi, medya içeriği, medya endüstrisi, gerçek dünya ve birey.

Birey, gerçek dünyadan ve medyadan sürekli mesaj almaktadır ve kişisel konumu gereği bilinçli olarak bu mesajları, geçmiş deneyiminden elde ettiği bilgiler ile birlikte değerlendirmektedir. Burada ayrıca kişisel yeterlilikler devreye girmektedir. Bir başka deyişle, bireyin sahip olduğu bilişsel, duyuşsal, estetik vb. yetenekleri kullanılarak değerlendirme yapılmaktadır. Değerlendirme yapılırken, tüm mesajlar olduğu gibi alınmamakta; mesajlara filtreleme yapılmaktadır. Filtreleme sonucu seçilmiş bilgilerin içeriği, daha önceki bilgileri ile karşılaştırılmakta ve mevcut bilgilerde yeniden yapılanmaya gidilmektedir. (Potter, 2005; Black, Bryant ve Thompson, 1997)

### Medya Okur-Yazarlığı'nın Bilişsel Modeli



Şekil 3. Medya okur-yazarlığının bilişsel modeli (Potter, 2005).

Horrocks (2000), medya okur-yazarlığının bilişsel modeli altında açıklanan bu özellikleri, postmodern bir toplumun özellikleri arasında saymaktadır. Dolayısıyla toplumların değişimi ile medya mesajlarının verilme şekli, yorumlanması da değişmektedir; ya da tam tersi, mesajların yorumlanmasının değişimi ile toplum değişimi gerçekleşmektedir. Yalnız toplumları da oluşturan bireyler olduğu için bireysel gelişimin her basamağındaki değişme, medya okur-yazarlığını düzeyini de etkilemektedir. Bu nedenle çocuklar, medya mesajlarının algılanmasında ayrı bir yere sahiptir (Strasburger ve Wilson, 2002).

Çocuklar, yetişkinler gibi değildir, onların gerçek dünyaya dair deneyimleri çok azdır. Bu nedenle hem her duyduklarını ve gördüklerini gerçek sanabilmekte hem de birçok farklı kaynaktan gelen mesajı, eleştirel olarak değerlendirmekten yoksun olmaktadır (Strasburger ve Wilson, 2002). Strasburger ve Wilson (2002), çocuğun kitlesel medya süreci içerisinde geçerken mesajların bağlantılı ya da bağlantısız olarak değerlendirileceğinden bahsetmektedir ve bu değerlendirmenin, Piaget'in 'Bilişsel Kuramı' çerçevesinde gerçekleşeceği ifade edilmektedir.

## 2. MEDYA OKUR-YAZARLIĞININ GELİŞİMİ

Kartal (2007), yapılmış olduğu çalışmada şu örnek olayı anlatmaktadır: Öğretmen, öğrencilerine karıncalarla ilgili bir film seyrettirir ve filmin sonunda, sinema yapımcılarının neden karıncaları doğru olmayan bir şekilde gösterdiklerini konu alan bir tartışma başlatır. Çocuklar, karıncaların fazla bir şey bilmediklerini ya da insanlara benzemek için konuştuklarını, diğer şekilde çok sıkıcı olacaklarını belirtir. Buradan da anlaşılacağı gibi çocukların olaylara bakış açısı oldukça farklı olabilmektedir. Bu, biraz da onların gelişimsel durumlarına da bağlıdır.

Potter (2005), medya okur-yazarlığının gelişimini, Piaget'in 'Bilişsel Gelişim Kuramı' ile birleştirmiştir. Bu gelişim kuramına göre çocuklarda bilişsel gelişim beş aşamadan oluşmaktadır (Piaget, 2000).

### I. Duyusal-Motor Dönem (0-2 yaş)

Çocuklar bu dönem içinde bir yaşına kadar nesnelere var olan alan için algılamaktadır. Bir yaşından sonra ise görsel alanında kaybettiği nesnelere aramaya başlar. Böylelikle çocuk görme alanı dışında başka bir alanın da olduğunu algılamaya başlamaktadır (Piaget, 2000). Bu dönemde çocuğun TV'yi izlemesi, keşfedici düzeydedir; diyaloglardan ziyade hareket, renk, müzik gibi unsurlara odaklanırlar (Potter, 2005). Baby TV, buna örnek olarak verilebilir.

### II. İşlem öncesi dönem (2-7 yaş)

Bu dönemde çocuklar, dili ve sembolik düşünme yeteneklerini kullanmaya başlarlar fakat bu döneme tek boyutlu düşünme hâkimdir. Nesne ve olayları çok boyutlu olarak düşünemezler (Piaget, 2000). Bu dönem içinde çocuklar, daha çok yorumlayıcı olarak izlemeye başlarlar fakat yorumlar oldukça yüzeyseldir; reklâm ile programı birbirinden ayırabilirler fakat program içeriği ile reklâmı birbirinden ayırt etmekte oldukça zorlanırlar. Reklâmlardan çok etkilenirler (Potter, 2005; Strasburger ve Wilson, 2002). Bu bağlamda çocuklar, tüketim toplumunun önemli bir üyesi olarak görülmektedir.

### III. Somut işlem dönemi (7-11 yaş)

Bu dönemde çocuk mantık yürütmeye, olayları başkalarının bakış açısıyla görmeye başlar (Piaget, 2000). Bilgi ve deneyimleri arttığı için daha fazla yorumlayıcı ve eleştirel

olarak TV izlemeye başlar; reklâmların altında yatan amacı anlayabilir (Potter, 2005). Bu dönemde çocuklar, yavaş yavaş ilk alışverişlerini yapmaya başlarlar ve reklam mesajlarını değerlendirmede, arkadaş normları daha çok ön plana çıkmaktadır (Strasburger ve Wilson, 2002).

#### **IV. Soyut işlem dönemi (11 yaş ve yukarısı)**

Çocuk çeşitli fikirleri, değerleri, inançları geliştirmeye başlar, bir değerler sistemi örgütlemeye başlar (Piaget, 2000). Çocuk, izlediğini farklı boyutlardan değerlendirmeye başlar ve kuşkucu bir yapıya sahiptir (Potter,2005). Fakat bu dönemde şiddet ve cinsel içerikli mesajlar, çocuğun dikkatini çekmeye başlamaktadır (Strasburger ve Wilson, 2002).

### **3.SONUÇ**

Günümüz şartlarında okur-yazar olmak, okuma-yazma bilmek olarak değil, medya yoluyla edindiğimiz bilgileri yeniden düzenleyebilme ve yorumlayabilme yeteneği olarak değerlendirilmektedir (Tigga, 2009; Mihailidis, 2008; Real, 2008; Kline, Stewart ve Murphy, 2006; Wehmeyer, 2000). Medya okur-yazarlığı, hayat boyu devam eden bir süreçtir; tek bir bileşenden oluşmamakta, etki eden birçok unsur bulunmaktadır (Potter, 2005). Tigga (2009), iyi bir medya okur-yazarı olmanın medyanın kontrolü 'altında' olmaya değil o kontrolü, sürecinin 'içinde' olmaya bağlı olabileceğini belirtmektedir. Dolayısıyla medyanın olumlu etkilerinden faydalanmak ya da olumsuz etkilerinden korunmak, bireyin bilinç düzeyine bağlı olmaktadır. Bunu gerçekleştirmenin en mantıklı yolunun 'medya okur-yazarlığı' eğitiminden geçtiği düşünülmektedir. Bu bağlamda Türkiye'de Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), medya okur-yazarlığının geliştirilmesini önermektedir. 2012 yılında RTÜK- MEB işbirliği içinde yapılan bir araştırmaya göre 6 ve 7. sınıf öğrenciler, televizyon kanallarının toplumu bilgilendirici, tarafsız ve kültürel açıdan yararlı yayın politikaları olduğunu düşünmektedir; özellikle devlete ait medya kuruluşlarına yönelik olumlu bakış açıları olduğu ifade edilmektedir (RTÜK, 2012). Bu rapor, bir devlet kuruluşu tarafından hazırlandığı için taraflılık yansıttığı düşünülmektedir. O nedenle, elde edilen sonuçlar sağlıklı olarak nitelenmemektedir. Bağımsız kuruluşlarca, araştırma yapılmasında fayda vardır. Görüldüğü üzere, medya okur-yazarlığı araştırma süreci içerisinde de medya etkisi yer almaktadır.

Medya, insanın her yanını kuşatmıştır. Öyle ki sosyal ilişkilerden, giyinme tercihine; nelerin konuşulup nasıl düşünülme gerektiğine kadar birey ve toplumu yönlendirmektedir. Bu derece etkili bir araç, kitlelerin özellikle politik ve ekonomik alanlarda belirli yönlere sevk edilmesinde etkili şekilde kullanılmaktadır. Yönlendirmeyi yapanlar ise para ve gücü elinde bulundurmaktadır.

Bu durumda, para ve gücü elinde bulunduranlar toplumları yönlendirecek demektir fakat bu durum, ne kadar doğrudur? Sosyo-ekonomik durumu ne olursa olsun her evde mutlaka, televizyon bulunmaktadır. Artık internet, sosyal medya (facebook, twitter, blog) vazgeçilmezler arasında yer almaktadır. Bu kadar çok mesaj bombardımanına uğrayan birey, bu bombardıman ile nasıl başa çıkacağını da bilmesi gerekmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı ile Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu işbirliği ile yapılan, yeni eğitim programı 'medya okur-yazarlığını' da içermektedir. Bu durum, çok önemli olarak değerlendirilmek ile birlikte üzerinde araştırılması gereken pek çok konu vardır. Mesajların verilme şekli bireyleri nasıl etkilemektedir, hangi yaş grubu ne tür mesajlardan

etkilenmektedir, yaşa/ cinsiyete/ sosyo-ekonomik duruma/ eğitim durumuna bağlı olarak mesajları değerlendirmek nasıl değişim göstermektedir? İşletme, pazarlama alanlarında benzeri yapılan araştırmalar bulunmakta iken benzeri çalışmaların eğitim alanında yapılması faydalı olacaktır. Aynı zamanda, medya okur-yazarlığı ağırlıklı olarak 'iletişim' disiplini içerisinde işlenmektedir. Disiplinlerarası bakış açısı ile bu konunun, eğitim disiplini içerisinde de değerlendirilmesine ihtiyaç bulunmaktadır.

Ülkeleri fethetmek için çeşitli silahlar kullanılmaktadır. Bu silahlar, bir şekilde somut olarak tanımlanabilmektedir fakat günümüzde 'medya' gibi gizli silahlar da bulunmaktadır. Medyanın silahları, örtük olabileceği gibi, bireysel geçmişlerin farklı olması nedeni ile aynı mesaj, bireyler tarafından algılanmasında da farklılıklar olmaktadır. Bu nedenle medya etkisini tanımlamaya çalışmak, çok bilinmeyenli denklem çözmek gibi değerlendirilebilir. Bu nedenle denklemdeki her bilinmeyenin, tek tek incelenmesine ihtiyaç vardır ve eğitim de bu bilinmeyenlerden bir tanesidir.

### KAYNAKÇA

- Baines, L. ve Dial, M. (1995). "Scripting Screenplays: An Idea For Integrating Writing, Reading, Thinking, And Media Literacy". *The English Journal*. Vol. 84, Issue: 2, ss. 86-91.
- Baker, D. W. (2006). "The Meaning and the Measure of Health Literacy". *Journal of General Internal Medicine*, Volume 21, Issue 8, p. 878-883. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1525-1497.2006.00540.x/pdf> , 01.08.2013, 01.08.2013.
- Black, J., Bryant, J. & Thompson, S. (1997). "Introduction to Media Communication" (5th edition). Mc Grw Hill Company, New York.
- Ezziane, Z. (2007). "Information Technology Literacy: Implications on Teaching and Learning". *Journal of Educational Technology and Society*, Volume 10, Issue 3, p. 175- 191. [http://dspace.learningnetworks.org/bitstream/1820/1054/1/ets\\_10\\_3.pdf#page=180](http://dspace.learningnetworks.org/bitstream/1820/1054/1/ets_10_3.pdf#page=180), 01.08.2013.
- Hiebert, R. E. (1999). "Impact of Mass Media". Longman Inc, New York.
- Horrocks, C. (2000). "Postmodern Encounters, Marshall McLuhan and Virtuality." Icon Book Ltd, London.
- Karl, H. (1974). "Media Literacy: The Right To Know". *The English Journal*. Vol. 63, Issue: 7, ss. 7-9.
- Kartal, O. Y. (2007). "Ortaöğretim 10. sınıf öğrencilerinin televizyon dizilerindeki mesajları algılamalarında medya okuryazarlığının etkisi". Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Eğitim Programları Ve Öğretim Bilim Dalı, Çanakkale.
- Kline, S., Stewart, K., & Murphy D. (2006). "Media Literacy In The Risk Society: Toward A Risk Reduction Strategy". *Canadian Journal of Education*. Vol. 29, Issue: 1, ss. 131-153.
- McCade, J. M. (2001). "Technology Education And Computer Literacy". *The Technology Teacher*, Volume 61, Issue 2, p. 9. <http://search.proquest.com.ezproxy.waikato.ac.nz/docview/235306389/fulltextPDF?accountid=17287> , 01.08.2013.
- Mihailidis, P. (2008). "Beyond Cynicism: how media literacy can make students more engaged citizens". Doctor of Philosophy Thesis. Faculty of the Graduate School of the University of Maryland, USA.
- Nutbeam, D. (2008). "The Evolving Concept Of Health Literacy". *Social Science & Me-*



- dicine, Volume 67, p. 2072–2078. <http://dx.doi.org.ezproxy.waikato.ac.nz/10.1016/j.socscimed.2008.09.050>, 01.08.2013.
- Piaget, J. (2000). “Çocukta Zihinsel Gelişim” (Çev: Hüsen Portakal). Cem Yayınevi, İstanbul.
- Potter, W. J. (2005). “Media Literacy”. Sage Publication, London.
- Real, Y. M. (2008). “An assessment of the relationship between creativity and information and media literacy skills of community college students for a selected major”. PhD Thesis. Pepperdine University Graduate School of Education and Psychology, Malibu, USA.
- RTUK (2012). “Medya Okuryazarlığı Dersi Araştırması, 2012”. <http://www.Medyaokuryazarligi.Org.Tr/Arastirmalar/Moyyy.Pdf>, 01.08.2013.
- Strasbuger, V. C. & Wilson, B. J. (2002). “Children, Adolescents & Media”. Sage Publication, London.
- Thoman, E. (1998). “Media Literacy: A Guided Tour Of Selected Resources For Teaching”. The English Journal. Vol. 87, Issue: 1, ss. 34-37.
- Thoman, E. & T. Jolls (2003). “Literacy For The 21st Century An Overview & Orientation Guide To Media Literacy Education”. Center for Media Literacy, Canada.
- Tigga, R. (2009). “Rise, decline, and re-emergence of media literacy education in the United States: 1960-2000”. PhD Thesis. Faculty of the Graduate School, Marquette University, Wisconsin, USA.
- Toffler, A. (1980). “Third Wave”. William Morrow and Company Inc, New York.
- Wehmeyer, J. (2000). “Critical Media Studies And The North American Media Literacy Movement”. Cinema Journal. Vol. 39, Issue: 4, ss. 94-101.
- Wood, E. (2009). “Media literacy education: Evaluating media literacy education in Colorado Schools”. Degree Master of Art in Mass Communication. Faculty of Social Sciences University of Denver, USA.

