

**ORTAOKUL ÖĞRETMENLERİNİN MEDYA OKURYAZARLIĞI
DERSİNİN AMAÇLARI VE DERSİN ÖĞRETİMİNDE
KARŞILAŞILAN SORUNLARA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

CENGİZ SARI

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

TÜRKÇE VE SOSYAL BİLGİLER ANABİLİM DALI

**MERSİN
2021**

**ORTAOKUL ÖĞRETMENLERİNİN MEDYA OKURYAZARLIĞI
DERSİNİN AMAÇLARI VE DERSİN ÖĞRETİMİNDE
KARŞILAŞILAN SORUNLARA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

CENGİZ SARI

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

TÜRKÇE VE SOSYAL BİLGİLER ANABİLİM DALI

**Danışman
Doç. Dr. Mehmet Tahir KARABOĞA**

**MERSİN
HAZİRAN 2021**

ONAY

Cengiz SARI tarafından Doç Dr. Mehmet Tahir KARABOĞA danışmanlığında hazırlanan “Ortaokul Öğretmenlerinin Medya Okuryazarlığı Dersinin Amaçları ve Dersin Öğretiminde Karşılaşılan Sorunlara İlişkin Görüşleri” başlıklı çalışma aşağıda imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından 24/06/2021 tarihinde yapılan Tez Savunma Sınavı sonucunda oy birliği ile Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Görevi	Ünvanı, Adı ve Soyadı	İmza
Başkan:	Doç. Dr. Mehmet GÜNGÖR	
Üye:	Doç. Dr. Mehmet Tahir KARABOĞA	
Üye:	Doç. Dr. Hüseyin Nihat GÜNEŞ	

Yukarıdaki Jüri kararı Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu’nun / / tarih ve / sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Prof. Dr. Gülşen AVCI
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürü

Bu tezde kullanılan özgün bilgiler, şekil, tablo ve fotoğraflardan kaynak göstermeden alıntı yapmak 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümlerine tabidir.

ETİK BEYAN

Mersin Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliğinde belirtilen kurallara uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada,

- Tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlâk kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- Atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak kullandığımı,
- Kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- Bu tezin herhangi bir bölümünü Mersin Üniversitesi veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı,
- Tezin tüm telif haklarını Mersin Üniversitesi'ne devrettiğimi beyan ederim.

ETHICAL DECLARATION

This thesis is prepared in accordance with the rules specified in Mersin University Graduate Education Regulation and I declare to comply with the following conditions:

- I have obtained all the information and the documents of the thesis in accordance with the academic rules.
- I presented all the visual, auditory and written informations and results in accordance with scientific ethics.
- I refer in accordance with the norms of scientific works about the case of exploitation of others' works.
- I used all of the referred works as the references.
- I did not do any tampering in the used data.
- I did not present any part of this thesis as an another thesis at Mersin University or another university.
- I transfer all copyrights of this thesis to the Mersin University.

25.06.2021 /25 July 2021

İmza / Signature
Cengiz SARI

ÖZET

ORTAOKUL ÖĞRETMENLERİNİN MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİNİN AMAÇLARI VE DERSİN ÖĞRETİMİNDE KARŞILAŞILAN SORUNLARA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ

Bu araştırma, ortaokullarda seçmeli ders olarak okutulan medya okuryazarlığı dersinin amaçları ve dersin öğretiminde yaşanan sorunları, dersi veren öğretmenlerin görüşlerine dayalı olarak incelemeyi amaçlamaktadır. Bu araştırma, hem nitel hem de nicel çalışmadan oluşan karma yöntemin uygulandığı betimsel bir çalışmadır. Bu araştırmanın evrenini 2020-2021 eğitim öğretim yılında Türkiye genelinde ortaokullarda medya okuryazarlığı dersi veren toplam 30,187 öğretmen oluşturmaktadır. Bu evreni temsil etmeye yönelik Türkiye'nin 7 farklı bölgesinde çalışan medya okuryazarlığı dersi veren 372 ortaokul öğretmeni araştırmanın nicel çalışma grubunu oluşturmuştur. Araştırmanın nitel bölümünün verileri ise Mersin il genelinde bu dersi veren 15 sosyal bilgiler öğretmeni ile yapılan mülakatlar ile elde edilmiştir. Araştırmada nicel veriler "Medya okuryazarlığı dersine ilişkin ortaokul öğretmenlerinin görüşleri" başlıklı anket ile toplanmış; aynı başlıkta bir mülakat formu ile de nitel veriler elde edilmiştir. Araştırmada ayrıca medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin cinsiyet, yaş, medeni durum, branş, öğretmenlikte geçen hizmet süresi, en son bitirmiş olduğu eğitim düzeyi, medya okuryazarlığı dersi ile ilgili herhangi bir sertifika programına katılıp katılmadığı, medya okuryazarlığı dersini daha önce verip vermediğini belirlemek amacıyla kişisel bilgi formu kullanılmıştır.

Araştırmanın bulgularına göre; medya okuryazarlığı dersini veren ortaokul öğretmenlerinin dersin amaçları kapsamında medya okuryazarlığı dersinde öğrencilerin derse katılım ve ilgi düzeylerinin yüksek olduğu, bu dersin öğrencilerin medya araçlarını kullanma süreleri açısından bir farklılık yarattığı, öğrencilerin televizyon programı seçiciliğine katkı sunduğu, öğrencilerin eleştirel becerilerinin gelişmesine, medya araçlarını kullanma alışkanlıklarında değişime olanak tanıdığı görüşlerine sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu dersi veren ortaokul öğretmenleri dersin öğretimine ilişkin olarak medya okuryazarlığı ders materyalinin uygulanması ve kullanılması ve ölçme ve değerlendirmeye ilişkin zorluklarla karşılaştıklarını, çoğunlukla anlatım yöntemine başvurdıklarını ayrıca medya okuryazarlığı dersinin süresinin yetersiz olduğu ve dersin zorunlu ders statüsünde olması gerektiğini belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Medya, medya okuryazarlığı, medya okuryazarlığı dersi.

Danışman: Doç. Dr. Mehmet Tahir KARABOĞA, Mersin Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Anabilim Dalı, Mersin.

ABSTRACT

THE OPINIONS OF MIDDLE-SCHOOL TEACHERS ON THE OBJECTIVES OF THE MEDIA LITERACY COURSE AND THE PROBLEMS FACED IN TEACHING THE COURSE

This research aims to examine the objectives of the media literacy course which is taught as an elective course in secondary schools and the problems experienced in the teaching of the course, based on the views of the teachers who teach the course. This study is a descriptive study that includes both qualitative and quantitative analysis. The population of this research consists of a total of 30,187 teachers who teach media literacy in middle schools throughout Turkey in the 2020-2021 academic year. 372 middle- school teachers who teach media literacy in 7 different regions of Turkey constituted the quantitative study group to represent this universe. The data of the qualitative part of the research were obtained through interviews with 15 social studies teachers who taught this course throughout Mersin. Quantitative data in the research were obtained with a questionnaire titled "The opinions of middle school teachers about the media literacy course" and qualitative data were obtained with an interview form under the same title. In addition, a personal information form was used to determine the gender, age, marital status, branch, length of service in teaching, current education level, certificates related to the media literacy course, and whether the aforementioned teachers have given the media literacy course before.

According to the findings of the study, the middle- school teachers who teach the media literacy course stated that within the scope of the objectives of the course, the students' participation and interest levels are high, this course makes a difference in terms of duration of students' use of media tools and contributes to the television program selectivity of the students, the development of critical skills of the students, and the change in the habits of using the media tools. Middle-school teachers who teach this course stated that they encountered difficulties in teaching of the course such as the application and usage of media literacy course material and measurement and evaluation. They stated that they mostly used lecture method. They also stated that the duration of the media literacy course was insufficient and the course should be in the status of a compulsory course.

Keywords: Media, media literacy, media literacy course.

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Mehmet Tahir KARABOĞA, Mersin University, Institute of Educational Sciences, Department of Turkish and Social Sciences Education, Mersin.

TEŞEKKÜR

Nasıl biter? Diye başladığım bu uzun ve zahmetli süreçte tezimin tamamlanmasına hem akademik anlamda hem de manevi anlamda birçok insanın katkısı olmuştur. Öncelikle yüksek lisans eğitimime katkı sağlayan başta Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü hocalarıma (Prof. Dr. Ali MEYDAN, Prof. Dr. Abdulkadir UZUNÖZ, Dr. Öğr. Üyesi Recep KÜREKLİ, Dr. Öğr. Üyesi Barış ÇİFTÇİ) ve Mersin Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü hocalarıma (Prof. Dr. Hakan AKDAĞ, Prof. Dr. Kadir ULUSOY, Prof. Dr. Mutlu Nisa ÜNALDI CORAL, Doç. Dr. Mehmet GÜNGÖR, Dr. Öğr. Üyesi Simge YILMAZ UYSAL, Dr. Öğr. Üyesi Tuba TOMBULOĞLU) teşekkür ederim. Ayrıca tezimin farklı aşamalarına katkı sağlamış olan anket ve görüşmeye katılan bütün branş öğretmenlerine katılımlarından ve desteklerinden dolayı teşekkür ederim.

Yoğun ve emek vererek geçirdiğim tez yazım aşamasında bana destek olan, beni sabırla dinleyen, eksikliklerimi tamamlayan ve tecrübesiyle bana ışık tutan değerli danışmanım Doç Dr. Mehmet Tahir KARABOĞA'ya saygı, minnet ve teşekkürlerimi sunarım.

Yorucu eğitim hayatımızda ve iş tempomuzda varlığını her zaman yanımda hissettiren ve bu süreçte bana katlanan değerli eşim Sibel SARI'ya ve yeterli vakit ayıramadığım ikiz kızlarım Yade SARI ve Zeynep SARI'ya bana destek oldukları için çok teşekkür ederim.

Çalışmalarımı göremeyen ama manevi yönden beni her zaman desteklediğini bildiğim, ruhuma aydınlık, gönlüme huzur veren ve buralara gelmemdeki en büyük pay sahibi olan canım annem Hayriye Makbule SARI'ya minnet ve şükranlarımı sunuyorum. Bu çalışmamı canım anneme hediye ediyorum.

Tezimin farklı aşamalarında emeği geçmiş ismini burada zikretmeyi unuttuğum herkese yaptıkları bütün katkılar için çok teşekkür ederim. Saygılarımla...

Cengiz SARI
Haziran 2021

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
İÇ KAPAK	
ONAY	
ETİK BEYAN	
ÖZET	i
ABSTRACT	ii
TEŞEKKÜR	iii
İÇİNDEKİLER	iv
TABLO VE DİZİNLER	v
1. GİRİŞ	1
1.1.Problem Durumu	2
1.2. Araştırmanın Amacı	3
1.3. Problem Cümlesi ve Alt Problemler	3
1.4. Araştırmanın Önemi	4
1.5. Sayıtlar	6
1.6. Sınırlılıklar	6
1.7. Tanımlar	6
2. KAYNAK ARAŞTIRMALARI	8
2.1. Medya Kavramı	8
2.2. Medyanın İşlevleri	12
2.3. Medyanın Ekonomik ve Kültürel Boyutu	15
2.4. Medya Okuryazarlığı Kavramı	17
2.5. Medya Okuryazarlığı Eğitiminin Amaçları ve İlkeleri	22
2.6. Dünyada ve Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Eğitimi	29
2.7. Medya Okuryazarlığı Dersinin Gerekliliği ve Önemi	41
2.8. Medya Okuryazarlığına Yönelik Yaklaşımlar	47
2.9. Medya Okuryazarlığı İle İlgili Yapılan Araştırmalar	53
3. YÖNTEM	64
3.1. Araştırma Modeli	64
3.2. Evren ve Örneklem	64
3.3. Veri Toplama Araçları	69
3.4.Verilerin Toplanması ve Analizi	70
4. BULGULAR	71
4.1. Anket Sorularına İlişkin Bulgular	71
4.1.1. Anket Bulgularına Göre Medya Okuryazarlığı Dersi Veren Ortaokul Öğretmenlerinin bu Dersin Amaçlarına İlişkin Görüşleri Nelerdir?	71
4.1.2. Anket Bulgularına Göre Medya Okuryazarlığı Dersi Veren Ortaokul Öğretmenlerin bu Dersi Öğretiminde Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Görüşleri Nelerdir?	75
4.2. Mülakat Sorularına İlişkin Bulgular	79
4.2.1. Öğrencilerin Medya Okuryazarlığı Dersine Katılım ve İlgi Düzeyleri Nasıldır?	80
4.2.2. Medya Okuryazarlığı Dersi Öğrencilerin Medya Araçlarını Kullanma Süreleri Açısından Farklılık Yaratmakta mıdır?	81
4.2.3. Medya Okuryazarlığı Dersi Öğrencilerin Televizyon Programı Seçiciliğine bir Katkı Sunmakta mıdır?	81
4.2.4. Medya Okuryazarlığı Dersi Öğrencilerin Eleştirel Becerilerinin Gelişimi Açısından bir Katkı Sunmakta mıdır?	82
4.2.5. Medya Okuryazarlığı Dersi Öğrencilerin İnternet Kullanımın Alışkanlıklarına Bir Katkı Sağlamakta mıdır?	83
4.2.6. Medya Okuryazarlığı Dersin Öğrencilerin Medya Ürünü Oluşturma Yeterliklerine bir Katkısı Sağlamakta mıdır?	86

	Sayfa
4.2.7. Medya Okuryazarlığı Dersi Öğrencilerin Medya Araçlarının Olumsuz Etkilerinden Korunmalarına Katkı Sağlamakta mıdır?	86
4.2.8. Medya Okuryazarlığı Ders Materyalinin Uygulanmasındaki Güçlükler Nelerdir?	87
4.2.9. Medya Okuryazarlığı Dersinin Seçmeli Olması Konusundaki Görüşler Nelerdir?	89
4.2.10. Medya Okuryazarlığı Dersinde Kullanılan Yöntem ve Tekniklere İlişkin Görüşler Nelerdir?	90
4.2.11. Medya Okuryazarlığı Dersinin Öğretimi Sırasında Karşılaşılan Sorunlar Nelerdir?	92
4.2.12. Medya Okuryazarlığı Dersinde Yapılan Ölçme ve Değerlendirmeye İlişkin Karşılaşılan Sorunlar Nelerdir?	95
4.2.13. Medya Okuryazarlığı Dersinin Programdaki Yeri ve Süresi ile İlgili Görüşler Nelerdir?	96
4.2.14. Medya Okuryazarlığı Dersi ile İlgili Öğretim Programına Yönelik Yapılan Öneriler Nelerdir?	98
5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER	103
5.1. Tartışma ve Sonuç	103
5.2. Öneriler	121
KAYNAKÇA	125
EKLER	136
ÖZGEÇMİŞ	146

TABLolar DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 1. Türkiye ve Dünyada Teknoloji Kullanımı	9
Tablo 2. Türkiye ve Dünyada Sosyal Medya Kullanım Oranları	9
Tablo 3. Dünya’da Sosyal Medya Kullanım Oranları	10
Tablo 4. Medya Okuryazarlığı Öğretim Programında Öğrenme Alanı ve Ünite Adları	39
Tablo 5. Türkiye ve Dünyada Teknoloji Kullanımı	42
Tablo 6. Türkiye ve Dünyada Sosyal Medya Kullanım Oranları	43
Tablo 7. Dünya’da Sosyal Medya Kullanım Oranları	43
Tablo 8. Türkiye’de Teknoloji Kullanım Davranışları	44
Tablo 9. Türkiye’de Teknoloji Kullanım Oranları	44
Tablo 10. Türkiye’de İnternet Ortamındaki En’ler	45
Tablo 11. Evren Büyüklüğüne Göre Örneklem Sayısının Belirlenmesi	65
Tablo 12. Araştırma Örneklemine Bölgelere Göre Dağılımları	65
Tablo 13. Ankete Katılan Medya Okuryazarlığı Dersi Veren Ortaokul Öğretmenlere Ait Betimsel İstatistikler	66
Tablo 14. Mülakata Katılan Medya Okuryazarlığı Dersi Veren Ortaokul Öğretmenlerine Ait Betimsel İstatistikler	68
Tablo 15. Medya Okuryazarlığı Dersi Veren Ortaokul Öğretmenlerinin Medya Okuryazarlığı Dersinin Amaçlarına İlişkin Anket Görüşleri	73
Tablo 16. Medya Okuryazarlığı Dersi Veren Ortaokul Öğretmenlerinin Medya Okuryazarlığı Dersinin Öğretiminde Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Anket Görüşleri	77

GİRİŞ

Günümüzde medya, toplumsal yaşamın her alanına girmiş ve toplumun önemli bir eğitim kaynağı haline gelmiş durumdadır. Medya, milyonlarca bireyin bilgi, duygu, düşünce, inanç, tutum ve davranışlarını etkileyen bir güce de sahiptir. Bu gücün, kimi zaman, bireylerin tutum ve davranışlarını değiştirip onlara yön verebilecek boyutlara ulaştığı görülebilmektedir. Kitle iletişim araçları, sadece bireyler üzerinde doğrudan etkide bulunmaz, aynı zamanda kültürü, bilgi birikimini, bir toplumun norm ve geleneksel yapılarını da etkilemektedir. Medya, sadece çevremizi denetlemekle kalmamakta, bütün sosyal ilişkileri ve bireylerin dünyaya bakış tarzını da temelden değiştirmektedir. Bu doğrultuda medya toplumsal yaşantımızda yeni sosyal değerler, farklı davranış, düşünüş kalıpları, yeni algılayış biçimleri üreterek yeni bir birey ve toplum ortaya çıkarmaktadır.

Medya okuryazarlığı eğitimi başta öğrenciler olmak üzere farklı yaş düzeylerindeki bireyleri medya program içerikleri ve mesajları hakkında bilgilendirmeyi ve bilinçlendirmeyi amaçlayan bir süreci kapsar. Medya okuryazarlığı, televizyon ve internet içeriklerine ilişkin sözel, yazılı, görsel, hareketli medya mesajlarının analiz edilmesi eğitimi ve bunları kullanma becerisini içerir.

Medya okuryazarlığının amacı medya karşısında savunmasız durumdaki çocukların, gençlerin ve yetişkinlerin bilinçlenmesini sağlamak için verilen bir eğitim sürecini kapsar. Okullarda eğitim sürecinde olan pek çok çocuk üzerinde olumsuz etkileri olan medya ile ilgili 2004 yılında RTÜK'ün medya okuryazarlığı dersinin ilköğretim okullarında okutulması fikri benimsenmiş ve 2006-2007 eğitim-öğretim yılından itibaren medya okuryazarlığı dersi müfredata yerleştirilmiştir. Arada geçen süreç içerisinde geline nokta bu konuda bir ilerleme veya değişimin yaşanıp yaşanmadığı dersi veren öğretmenlerin bakış açısıyla değerlendirmek, elde edilen sonuçların konuyla ilgili yapılan diğer çalışmalarla karşılaştırma yaparak alana bir katkı sunmak hedeflenmektedir. Medya okuryazarlığı medya içeriklerinin anlaşılması, yorumlanması, bilgilerin üretilmesi, eleştirel becerinin geliştirmesini ve medyayı etkin kullanma süreçlerini barındırır. Bilinçli bir dijital medya okuryazarı olmak, her yaşta birey tarafından kazanılması gereken çağımızın en önemli ve gerekli becerilerinden birisidir.

Günümüzde pek çok aile çocukların yoğun bir şekilde medya araçlarını kullanımları ve gelişimlerini olumsuz yönde etkilemeleri karşısında endişe duymaktadırlar. Özellikle çocukların medya içerik tüketiminin bağımlılık düzeyine ulaşması eğitimciler açısından öğrencilerin medyayı nasıl yaklaşmaları ve tüketmeleri gerektiği noktasında bir sorumluluk yüklemektedir. Bu anlamda medya içeriklerini yasaklamak yerine medyayı bilinçli kullanma ve kontrol altına alma düşüncesi gittikçe kabul görmektedir.

İdeolojik, ekonomik, kültürel boyutlarıyla medyanın, bireylerin görme ve düşünme biçimlerini şekillendirerek davranış biçimlerini değiştirebilmesi artık kanıksanmış bir hal aldı.

Televizyon program içerikleri, sosyal medya, dijital oyunlar, popüler müzik, eğlence üzerinden ürettiği sembol ve imgelerle anlam üretimi toplumun geneli tarafından tüketilen bir olgu haline geldi. Medya içerikleri kendine özgü bir dille bir pedagoji yaratarak informal eğitim ortamı haline gelmiştir. Medyanın kuşatması ve çekiciliği karşısında başta çocuklar olmak üzere her yaşta birey her geçen gün karşılaştığı mesaj bombardımanı yönetebilmesi ve medya hakkında bilinçli davranışlar sergilemesini bir gerekliliğe dönüşmüştür. Pek çok boyutuyla medyayı sağlıklı bir şekilde tüketmek ve yararlanmak bilinçli bir “medya okuryazarı olmayı zorunlu kılmaktadır. Medya okuryazarlığı medyanın etkileri ve gücü konusunda farkında olmayı ve buna karşı önlem alma becerisi kazanmasını, bireylerin medya ile etkileşimlerini daha sağlıklı bir düzene oturtma becerisini kazandırır.

Türkiye’de ortaokul düzeyinde seçmeli medya okuryazarlığı dersini eğitim fakültelerinden mezun olan sosyal bilgiler ve Türkçe öğretmenleri ile iletişim fakültelerinden mezun olan öğretmenler yürütmektedir. Medya okuryazarlığı eğitimi eğitim fakültelerinde sosyal bilgiler öğretmenliği lisans programında 7. yarıyıl 2 kredilik zorunlu alan eğitimi dersi olarak 2018-2019 eğitim öğretim yılından itibaren okutulmaktadır.

Medya okuryazarlığı konusunda bilgi ve beceriye sahip donanımlı eğitimcilere ihtiyaç olduğu bir gerçektir. Eğitim fakültelerinde zorunlu olarak medya okuryazarlığı dersi almayan öğretmenlerin ortaokul seviyesindeki medya okuryazarlığı derslerini kendi çabalarıyla yürütmeye çalışmaları çoğu zaman başarısızlıkla sonuçlanmaktadır. Öğretmen adaylarının göreve başlamadan medya okuryazarlığı eğitimi almaları ve medya okuryazarlığı konusunda bir takım donanımlara ve becerilere sahip olmaları önem arz etmektedir.

1.1. Problem Durumu

Gelişen teknolojiler göz önüne alındığında modern dünyanın baş döndürücü bir hızla yeni teknolojik sistemlerin etkisi altına girdiği muhakkaktır. Bu gelişmeler karşısında dünyayı etkilemeyi başaran bu denli önemi büyük sistemlerin elbette önemi yadsınamaz. Bu öneminden dolayı her ülke kendi devlet düzeninde medya ürünlerini, medya araçlarını ve medya tüketimini hem kamunun çıkarları doğrultusunda kontrol etmek, hem de bu gücü kendi toplum çıkarları doğrultusunda kullanılabılır hale getirme zorunluluğu ortaya çıkmaktadır.

Devletin bilinen en önemli güçleri olarak yasama, yürütme ve yargı kabul edilir. Ancak son dönemde bunlara bir de dördüncü güç olarak medya eklenmektedir. Medya son yıllarda halkın bilgilendirilmesi, bilinçlendirilmesi ve yönlendirilmesinde etkili bir güç haline gelmiştir. Özellikle kamuoyu oluşturmada önemi gittikçe artmaktadır. Bununla birlikte medya bir ticaret ağına dönüşerek ekonomik çıkar grupları adına hizmet vermeye başlamıştır. Ekonomik çıkar grupları bazen kendi istedikleri biçimde kamuoyunu yönlendirerek hareket edebilmektedir. Bu

kadar yönlendirici bir güç barındırması nedeniyle medya bir hayli önemli bir duruma gelmiştir (Türk, 2015).

Medya kavramının öneminin gün geçtikçe artması nedeniyle okullarda yetişen insan gücüne, medyayı doğru okuma becerileri kazandırmak son derece önemli hale gelmiştir. Bu araştırmada her geçen gün daha önemli hale gelen medya kavramının okullarda öğrencilere ne düzeyde öğretildiğinin tespit edilmesini sağlamak ve medya okuryazarlığı dersini okutan saha uygulayıcısı öğretmenlerin görüşünden yola çıkarak dersin işlenmesi, içeriği ve sonuçları hakkında ortaya çıkan sorunların tespit edilerek alandaki diğer araştırmalara veri sunulması hedeflenmektedir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, ortaokullarda seçmeli ders olarak okutulan medya okuryazarlığı dersinin amaçları ve dersin öğretiminde yaşanan sorunları, dersi veren öğretmenlerin görüşlerine dayalı olarak incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaçtan hareketle araştırma, ortaokul öğrencilerinin seçmeli olarak aldıkları medya okuryazarlığı dersinde ne ölçüde başarı sağlandığı, dersle ilgili ne gibi sorunların yaşandığını ve dersin öğrencilere medya okuryazarlığı konusunda katkılarını tespit etmek amacıyla, dersi veren öğretmenlerin görüşlerine başvurularak, bu konuda nelerin yapılması gerektiği konusunda bir katkı sunmayı hedeflemektedir. Türkiye’de ve diğer ülkelerde medya okuryazarlığı eğitimi ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, ortaokul öğrencilerine medya okuryazarlığı becerilerini kazandırmada ve bu konuda bu yaş grubunun bilişsel ve akademik gelişimlerini sağlamaya yönelik uygulamalı araştırmaların yeterli düzeyde yapılmadığını görüyoruz. Bu çalışmanın bulgularının medya okuryazarlığı dersinde, ortaokul öğretmenlerinin yeterlilikleri, beklentileri, öğrencilerin derse yönelik yaklaşım ve motivasyonlarının nasıl sağlanacağı, ne tür öğretim metodlarının uygulanması gerektiği gibi noktalar üzerine uygulamalı eylem planlarına bir katkı sunması beklenmektedir.

1.3. Problem Cümlesi ve Alt Problemler

Ortaokullarda seçmeli ders olarak okutulan medya okuryazarlığı dersinin amaçları ve dersin öğretiminde karşılaşılan sorunlara ilişkin, dersi veren ortaokul öğretmenlerinin görüşlerinin neler olduğu bu araştırmanın problemini oluşturmaktadır. Bu doğrultuda aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır.

1.3.1. Medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin bu dersin amaçlarına ilişkin görüşleri nelerdir?

a. Öğrencilerin, medya okuryazarlığı dersine katılım ve ilgi düzeylerine ilişkin ortaokul öğretmenlerinin görüşleri nelerdir?

b. Medya okuryazarlığı dersinin; öğrencilerin medya araçlarını kullanma sürelerine katkısı açısından dersi veren ortaokul öğretmenlerinin görüşleri nelerdir?

c. Medya okuryazarlığı dersinin; öğrencilerin televizyon programı seçiciliğine katkısı konusunda dersi veren ortaokul öğretmenlerinin görüşleri nelerdir?

d. Medya okuryazarlığı dersinin; öğrencilerin eleştirel becerilerine katkısı konusunda dersi veren ortaokul öğretmenlerinin görüşleri nelerdir?

e. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin internet kullanımının alışkanlıklarına bir katkı sağlayıp sağlamadığı konusunda dersi veren ortaokul öğretmenlerinin görüşleri nelerdir?

f. Medya okuryazarlığı dersinin öğrencilerin medya ürünü oluşturma yeterliklerine katkısı konusunda dersi veren ortaokul öğretmenlerinin görüşleri nelerdir?

1.3.2. Medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin bu dersin öğretiminde karşılaştıkları sorunlara ilişkin görüşleri nelerdir?

Dersi veren ortaokul öğretmenlerinin;

a. Medya okuryazarlığı ders materyalinin uygulanmasındaki güçlüklerle ilişkin görüşleri nelerdir?

b. Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olması konusunda görüşleri nelerdir?

c. Medya okuryazarlığı dersinde kullanılan yöntem ve tekniklere ilişkin görüşleri nelerdir?

d. Medya okuryazarlığı dersinin öğretimi sırasında karşılaşılan sorunlara ilişkin görüşleri nelerdir?

e. Medya okuryazarlığı dersinde yapılan ölçme ve değerlendirme şekline ilişkin görüşleri nelerdir?

f. Medya okuryazarlığı dersinin programdaki yeri ve süresine ilişkin görüşler nelerdir?

1.4. Araştırmanın Önemi

Bir ülkenin kültürel ve ekonomik olarak ilerlemesi, gelişmesi, zenginleşmesi, yaşam standardının artması, üretici ve yaratıcı kuşaklar yetiştirmesi çocuklara vereceği önem ve sağlıklı bir eğitim ile mümkündür. Bir ülkede çocuklara verilen eğitim ne kadar kaliteli ve nitelikli ise, teknolojik, ekonomik ve kültürel olarak gelişmesi, kalkınması o ölçüde olanaklı hale gelir. Bu anlamda; çocuklar ile medya teknolojileri arasındaki ilişkilerin yeniden düzenlenmesine, çocukların ruhsal, fiziksel ve düşünsel gelişimlerine zarar veren program içeriklerinin yeni yayın politikaları çerçevesinde yeniden yapılandırılmasına ve kararlılıkla uygulanacak medya eğitimi uygulamalarına ihtiyaç duyulmaktadır.

Medya okuryazarlığının eğitim süreçlerinde yer almaya başlama sürecine baktığımızda 2005 yılında Marmara Üniversitesinde I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı düzenlenmesi bu sürecin ilk adımını oluşturur. Diğer taraftan, 2007-2008 eğitim-öğretim

döneminde medya okuryazarlığı dersi, Milli Eğitim Bakanlığı tarafından tüm Türkiye’de 6, 7 ve 8. sınıf müfredatlarına, seçmeli ders olarak konulmuş ve dersi işleyen öğretmenlere yönelik medya okuryazarlığı el kitabı MEB ve RTÜK tarafından hazırlanmıştır.

Medya eğitimi ve okuryazarlığı dersi, en temelde; bireylerin medya mesajlarına yönelik eleştirel düşünmesini, eleştirel olmalarını ve eleştirel bir anlayışı geliştirmesini sağlayarak soru sormasını öğretir. Medya mesajları, ekonomik ve kültürel anlamlar barındırabilmekte, anlamları ise; görüntü, dil, müzik, imgeler, semboller, teknolojik efektler ile üretilebilmektedir. Medya eğitimi ve okuryazarlığı dersi, mesajların içerdiği duygu ve bilginin deşifre edilmesini sağlayarak, bu mesajları kim ve hangi amaç için üretildiği konusunda bilinçlenmesini sağlar. Medya etki, kapsam ve yönlendirme (ya da manipülasyon) gibi özellikleri nedeniyle öncelikle çocuk ve gençler üzerinde muazzam bir kontrol gücü kazanmaktadır. Bu nedenle de medyanın bu kontrol etkisinin olumsuz sonuçlara yol açmaması için medya konusunda eğitimin desteklenmesi gerekmekte ya da medyanın masaya yatırılması demek olan medya okuryazarlığı önem kazanmaktadır (İnal, 2009, s.15). İnceoğlu (2016), medyanın bize sunduğu dünyanın gerçeğin kendisi olmadığını, medya mesajlarının doğru algılanması noktasında medya okuryazarlığı dersinin her ülkede müfredata girmesi ve ders olarak okutulması gerektiğini belirtmektedir. “Bilinçli bir kamuoyunun oluşması, katılımcı demokrasinin geliştirilmesi, demokratik değerlerin kazandırılması, yurttaşlık bilincinin geliştirilmesi, uyuşturucu ve şiddet kullanımının önlenmesi, ırk, sınıf ve toplumsal cinsiyet ayrımcılığının asgariye indirilmesi konusunda medya okuryazarlığı eğitimi önemli katkı sağlar” (İnceoğlu, 2016, s. 21). Medya okuryazarlığı aynı zamanda bireylerin medyanın temel kavramları ve teorileri hakkında bilgi sahibi olmasını sağlayarak gerçek ile kurguyu birbirinden ayırt etmesine olanak verir. Eleştirel farkındalık sayesinde, dünyayı farklı okuma ve bilinçli bir okuryazarlık sağlanabilecektir.

Medya okuryazarlığı öğrencilerin medya içerikleri ve mesajları hakkında bilgilendirilmesi ve onların bu konular hakkında eleştiri, analiz yapabilme, olgular arasında ilişki kurabilme becerileri kazanabilmesi noktasında önemli hale gelmektedir. Medya eğitimi kapsamında medyaya karşı bilinçli bireylerin yaratılması, medyanın yapısı, işleyişi, gücü hakkında bireylerin donanım sahibi olması, medya mesajlarının amacının belirlenmesi ve bunlara yönelik önlemlerin alınması önemli görünmektedir. Medya okuryazarlığı, kamu yararı açısından öğrencilerin medya ve medya içerikleri hakkında eğitilmesi sürecini içerir.

1.5. Sayıtlar

Bu araştırma içeriği aşağıdaki sayılılara dayalı olarak yapılmıştır:

1. Görüşme yapılan ortaokul öğretmenlerinin sorulara dürüstlük ve içtenlikle cevap verdikleri varsayılmıştır.

2. Toplanan veri ve içeriklerin gerçeği yansıttığı varsayılmıştır.

3. Veri toplama aracının geçerli ve güvenilir sonuçlar ortaya koyduğu varsayılmıştır.
4. Evrenden seçilen örneklem gurubunun, evreni temsil niteliğine sahip olduğu varsayılmıştır.

1.6. Sınırlılıklar

1. Kovid-19 salgını nedeniyle okulların kapatılması sonrası araştırma verileri dijital ortamda toplanmıştır.
2. Araştırma, medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerin araştırmaya konu edilen görüşleri ile sınırlıdır.
3. Araştırma, veri toplama aracında yer alan yarı yapılandırılmış, açık uçlu sorulara verilen yanıtlar ile sınırlıdır.

1.7. Tanımlar

Medya: İnsanlar arasında iletişimi sağlayan televizyon, radyo, gazete ve dergiler gibi basın yayın organlarının tamamını kapsayan araçlardır. (Püsküllüoğlu, 2003, s. 911).

Bilgiyi üreten, depolayan, aktaran ve aktarırken ortam yaratabilen araçlardır. 'Medium' kelimesinin çoğulu, kanal, araç, ya da ortam anlamlarına gelir (Bilici, 2020 s.318).

İletişim: Duygu, düşünce veya fikirlerin akla gelebilecek her türlü yolla (yazılı, sözlü, görsel vb.) başkalarına aktarılması süreci, haberleşme, bildirişim, komünikasyon (TDK, 2021a).

İki birim (insan, hayvan, makine) arasında karşılıklı olarak gerçekleştirilen mesaj ve anlam alışverişidir (Cüceloğlu, 2005, s. 38).

Medya Okuryazarlığı: Farklı formatlardaki medya içeriklerine erişim sağlama, elde edilen mesajları analiz ve değerlendirmeye tabi tutma, yeniden üretme ve aktarma kapasitesi olarak tanımlanmıştır (Jols ve Thoman, 2008, s. 33).

Medya okuryazarlığı; her türden (görsel, işitsel, basılı, vb.) medya içeriklerine erişebilme, erişilen medya içeriklerini eleştirel bakış açısıyla çözümleyip değerlendirebilme ve kendi medya iletilerini üretebilme becerisidir. Farklı şekillerdeki medya içeriklerine erişme, erişilen bilgiyi analiz etme, değerlendirme ve karşıya aktarma yeteneğidir (Aufderheide, 1993).

Medya Eğitimi: Belirli amaçlar doğrultusunda sistemli ve planlı olarak gerçekleştirilen, medyanın genel doğasını ve temel özelliklerini öğretmek için yapılan faaliyetlerin tamamına verilen addır (Bilici, 2020, s.318).

Medya Okuryazarlığı Dersi: Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yayınlanan “ilköğretim kurumları (İlkokul-Ortaokul) haftalık ders çizelgesi ”ne göre 7. ve 8. sınıf öğrencilerine eğitim sürelerinin yalnızca bir yılında seçmeli olarak okutulan dersin adıdır (MEB, 2018a).



2. KAYNAK ARAŞTIRMALARI

2.1. Medya Kavramı

İnsanların medya ile tanışma süreçleri göz önüne alındığında insanoğlu 1600'lü yıllarda gazete, 1800'lü yıllarda sinema, 1900'lü yıllarda radyo ve televizyon ile tanışmıştır. 1900'lü yılların sonlarına doğru internet teknolojileri ile tanışmış olan insanoğlu zaman içerisinde bu araçları fazlasıyla kullanır düzeye gelmiş ve hayatının bir parçası durumuna oturtmuştur (Yüzer, 2013). Bu süreç insanların hayatını kolaylaştıran bir takım faydaların yanında teknolojiye olan bağımlılıklarını arttırmıştır. Medya kavramı içerisinde değerlendirilebilecek olan bu iletişim süreci insanoğlunun yaşamı içerisinde çok önemli bir konuma yükselerek günlük işlerinin arasında belirli bir zaman dilimini geçirdiği evi gibi olmuştur. Yediden yetmişe, çocuktan yaşlıya birçok insan günümüzde medya araçlarını son dönemde internet ortamını hayatının her anında yanında olması gereken ve yaşamlarında vazgeçilmesi güç olan araçlar olduğu yönünde hemfikirdir. Bu kadar çok etki gücüne sahip ve hayatımızın içine bu denli girmiş olan medya elbette üzerinde araştırma yapılmasını, fayda ve zararlarının ne düzeyde olduğunun tespiti oldukça önemlidir.

Çağımız dijital ortam dünyası içerisinde birçok kavram gibi medya kavramı da açıklanması ve üzerinde ciddi anlamda düşünülmesi gereken bir kavramdır. Medya (ortamlar) kavramı Latince kökenli bir kavram olup ortam anlamında kullanılan "medium" kelimesinin çoğulu olarak kullanılmaktadır (Altun, 2010). Birçok araştırmacı tarafından farklı şekillerde tanımlanmış olan medya kavramı Bilici'ye göre kitle iletişimini yerine getiren araçlar olarak tanımlanmıştır (Bilici, 2011). Türk Dil Kurumu tarafından medya kavramı insanlar arasındaki iletişim ortamı ve iletişim araçları olarak tanımlanmıştır (TDK, 2021b). Frau-Meigs medyanın televizyon, radyo, gazete, dergi, video, müzik, sinema, fotoğraf, reklam, bilgisayar oyunları ve internet gibi bütün medya iletişimini kapsadığını belirtmiştir (Frau Meigs, 2006, s.7) Medya kavramı teknolojik aletlerle uyumlu içerik ve uygulamaların kullanılmasıdır (Locksley'dan akt. Bilici, 2020, s.6). Medya kelimesi kitle iletişimine imkan sağlayan, internet, gazete, televizyon, radyo gibi ortamlar ve kişilerarası iletişimi oluşturan teknoloji araçları ve uygulamalarını kapsamaktadır (Bilici, 2020, s. 5).

Medya kelimesi kullanıldığı zaman insanların zihninde öncelikle televizyon, internet, cep telefonları, gazeteler, radyolar ve dergiler gibi iletişimi gerçekleştiren teknolojik araçlar aklı gelmektedir. Bilici'ye göre, "medya, bilgi üreten, depolayıp aktaran, özellikle aktarılmasında ortam oluşturan yayıncılık araçlarıdır. Kanal, araç, aracı veya ortam anlamına gelen medya kavramı; iletişim terminolojisinde medya veya kitle iletişim araçları olarak geçmektedir" (Bilici, 2020, s. 318). Bir başka tanımda ise örgütlü yapılar olarak medya, kitle iletişim işletmelerini de ifade etmektedir (Yaylagül, 2013). Toplumsal yaşamın önemli eğitim aktörlerinden olan medya, günümüzde her kesimden bireyi eğitebilmektedir. Medyanın en önemli kullanıcıları ve

tüketicilerinin başında, çocuklar ve gençler gelmektedir. Diğer bir deyişle medya toplumsal yaşamın en önemli kesimlerini oluşturan çocuk ve gençlerin önemli bir eğitim kaynağını oluşturmaktadır.

Tablo 1.

Türkiye ve Dünyada Teknoloji Kullanımı

Medyanın Kullanımı	Dünya Geneli	Türkiye Geneli
Cep Telefonu Kullanım Oranları	% 67 (5,19 milyar)	% 92 (77,39 milyon)
İnternet Kullanım Oranları	% 59,4 (4,54 milyar)	% 74 (62,07 milyon)
Aktif Sosyal Medya Kullanıcı Oranı	% 49 (3,80 milyar)	% 64 (54 milyon)
Günlük İnternet Kullanım Süresi	6 saat 43 dakika	7 saat 29 dakika
Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	2 saat 24 dakika	2 saat 51 dakika
Günlük TV İzleme Süresi	3 saat 18 dakika	3 saat 04 dakika
Günlük Müzik Dinleme Süresi	1 saat 26 dakika	1 saat 21 dakika
Günlük oyun oynama süresi	1 saat 10 dakika	58 dakika
Günlük Cep Telefonundan İnternet Kullanım Süresi	3 saat 22 dakika	4 saat
Günlük Cep Telefonundan İnternet Kullanan Sayısı	4,18 milyar	58,23 milyon
İş İçin Sosyal Medya Kullanım Oranı	% 43	% 44
Kişi Başına Düşen Sosyal Medya Hesap Sayısı	8,6	9,1

Kaynak: We Are Social, 2020

We Are Social araştırma şirketi tarafından dünya genelinde yapılan medya araştırmasına (2020) göre, dünya genelinde internet kullanım oranının % 59,4 (4,54 milyar), Türkiye de ise % 74 (62,07 milyon) olduğu görülmektedir. Buradan anlaşıldığı gibi hem dünya genelinde hem de Türkiye de internet kullanan insanların nüfusun yarısından fazlasını oluşturduğu görülmektedir. Günlük internet kullanım oranları incelendiğinde ise bu sürenin dünya genelinde insanların günlük vakitlerinin 6 saat 43 dakikasını internet ortamında geçirdikleri görülmektedir. Türkiye ölçeğinde bakıldığında ise bu sürenin 7 saat 29 olduğu görülmektedir. Burada da görüldüğü gibi hem dünya geneli hem Türkiye genelinde insanların günlük zaman dilimlerinin yaklaşık üçte birini internet ortamında geçirmektedirler. Dünya genelinde insanların televizyon izleme oranlarına bakıldığında insanların günlük televizyon izleme sürelerinin 3 saat 18 dakika olduğu görülmektedir. Türkiye de ise günlük televizyon başında geçirilen vakit 3 saat 04 dakika olarak gerçekleşmiştir. Bu veriye bakılarak insanların, medya içerikleri bakımından genelde interneti tercih etmeleri nedeniyle önceki yıllara kıyasla televizyon izleme oranlarında azalma olduğu görülmektedir. Buna rağmen televizyon izleme oranları insanların günlük zaman dilimlerinin yaklaşık sekizde

birine eşittir. Burada diğer medya kullanım oranlarına yeteri kadar yer verilmemiştir. Diğer medya türlerinin kullanım oranları da hesap edildiğinde mevcut kullanım oranının daha fazla artacağı muhakkaktır. Hem internet kullanımı hem de televizyon izleme oranları birlikte düşünüldüğünde dünyada ve Türkiye’de insanların yirmi dört saatlik zaman dilimlerinin yaklaşık on saatini medya içerikleri ile geçirdiği görülmektedir. Bu kadar fazla medya içeriklerine maruz kalınması nedeniyle insanların medya içeriklerini daha iyi okuması, anlaması ve eleştirel gözle değerlendirmesi son derece önemli bir hal almaktadır. Medya içeriklerinin önemli bölümünü sosyal medya alanları oluşturmaktadır. Sosyal medya; kişilerin internet kullanarak birbirleriyle bilgi, görüş, yazılı, görsel veya işitsel materyal paylaşımlarına olanak sağlayan, kişiler arasındaki karşılıklı etkileşime imkân tanıyan, herkesin kendi kişisel profili ve iletişim kurmak istediği arkadaş listesini oluşturma şansı veren araçlar ve web tabanlı ortamlar olarak tanımlanmaktadır.

Tablo 2.

Türkiye ve Dünyada Sosyal Medya Kullanım Oranları

Sosyal Medya Türü	Dünya Geneli	Türkiye Geneli
Facebook	% 32 (1,95 milyar)	% 56 (37 milyon)
İnstagram	% 15 (928,5 milyon)	% 57 (38 milyon)
Twitter	% 5,6 (339,6 milyon)	% 18 (11,80 milyon)
Linkedin	% 12 (663,3 milyon)	% 14 (8,40 milyon)
Snapchat	% 6,3 (381,5 milyon)	% 12 (7,70 milyon)

Kaynak: We Are Social, 2020

Tablo 3.

Dünya’da Sosyal Medya Kullanım Oranları

Sosyal Medya Türü	Dünya Geneli	Sosyal Medya Türü	Dünya Geneli
Pinterest	% 2,8 (169 milyon)	Sina Weibo	% 8,4 (497 milyon)
Youtube	% 33 (2 milyar)	Reddit Inc	% 7,1 (430 milyon)
Wechat	% 19 (1,15 milyar)	Facebook	% 32 (1,95 milyar)
Tencent QQ	% 12 (731 milyon)	İnstagram	% 15 (928,5 milyon)
Qzone	% 8,6 (517 milyon)	Twitter	% 5,6 (339,6 milyon)
Linkedin	% 12 (663,3 milyon)	Snapchat	% 6,3 (381,5 milyon)

Kaynak: We Are Social, 2020

Tablo 2 ve tablo 3 birlikte değerlendirildiğinde dünya genelinde aktif sosyal medya kullanıcısı oranı % 49 (3,80 milyar), Türkiye de ise % 64 (54 milyon) olarak görülmektedir. Pasif hesaplarında orana dâhil edilmesi mevcut oranı daha da yükseltecektir. Burada da nüfusun

yaklaşık yarısının sosyal medya kullanımı bakımından aktif olduğu görülmektedir. Dünya genelinde sosyal medya platformlarında geçirilen günlük süre oranına bakıldığında insanların 2 saat 24 dakika sosyal medya içerikleri ile etkileşim içinde olduğu görülmektedir. Türkiye'deki günlük sosyal medya kullanım oranı dünya ortalamasının üstünde gerçekleşmiştir. Türkiye de insanların günlük sosyal medya kullanım oranı 2 saat 51 dakika olarak gerçekleşmiştir. Son dönemde sosyal medya platformlarının ve içerik çeşitliliklerindeki artış nedeniyle kullanım oranı artmış ve artmaya da devam etmektedir. Bu noktada insanların medya içeriklerine maruz kalma süreleri ilerleyen yıllarda artacak gibi görünmektedir. Bu anlamda insanların medya içeriklerini anlamaları ve doğru değerlendirmeleri önem kazanmaktadır.

Günümüzde teknolojinin hızlı gelişmesi ve internetin tüm hayatımıza etki etmesi, medya içeriklerinin işlevleri bakımından incelenmelerini zorunlu hale getirmiştir. Günlük yaşamda internetin her eve hatta her cebe girmesiyle birlikte insanlar, günlerce sürebilecek işlerini çok kısa bir zaman diliminde halledebilmektedirler. Örneğin, bir bankacılık işlemini hızlı bir şekilde ve sıra beklemeden yapabilmekte, bir alışveriş sepetini çok kısa bir sürede doldurabilmekte, eğitim ihtiyaçlarını dakikalar içinde karşılayabilmekte ve eğlence oyun gibi aktiviteleri zevkle yerine getirebilmektedir. Hayatımızın neredeyse her alanı ile ilgili bir ihtiyacı karşılayabilmesi ve bunları yaparken insanların hoşlanmadığı (beklemek, zaman kaybı, sabırsızlık, çözümsüzlük) zorlukları da devre dışı bırakması nedeniyle internetin tercih edilme ve kullanımının artması kaçınılmaz hale gelmiştir.

Günümüzde medyayı klasik medya ve dijital medya olarak ikiye ayırmak mümkündür. Klasik medya; gazete, dergi, radyo ve analog televizyon gibi araçlardan oluştururken, dijital medya ise akıllı telefon, tablet, dijital televizyon, bilgisayar gibi araçlarla girilen internet tabanlı her türlü yazılı, görsel ve işitsel ortamı kapsamaktadır. Kanat'a göre (2016, s.531), "dijital medya, bilgisayar ortamında sayısal olarak kodlanmış her türlü ses, video, yazı ve fotoğraf içeriğini ve benzeri materyali ifade eder. Elektronik ortamda bulunan her tür kitle iletişim aracını dijital medya tanımına dâhil etmek mümkündür". Klasik medya daha çok analog teknolojisine dayanırken yeni medya kavramı ise daha çok dijital teknolojiye dayanır. Dijital medyayı, bilgisayar temelli bir medya olarak betimlemek mümkündür. Dijital medyanın etkileri gün geçtikçe ön plana çıkmaktadır. Medyanın dijitalleşmesini ve yaygınlaşmasını sağlayan şey internet teknolojisi olmuştur.

Medyanın önemli bir parçasını oluşturan ve dünya çapında bir ağ olan internet, dijital medyanın bilinen yüzüdür. Ancak, dünya çapında bir ağa dönüşmeden önce birçok teknolojik altyapının kurulması gerekmiştir. Özkan'a göre (2016, s.83), "bilgi, haber, oyun ve eğlence kaynakları ve ortamları sağlayan dijital medya, rutin ve rutin olmayan hemen her işimizi yapmanın olanaklarını sunan bir ortam sunmaktadır. Dijital medya ağı ve teknolojilerinin yaşlı

çocuk demeden herkese ulaşması ve herkesi birer kullanıcı ya da etkileyen yapmasıyla artık yeni bir çağı, “dijital çağ”ı yaşadığımız yaygın olarak kabul edilmektedir” (Özkan, 2016, s.83).

Radyo, televizyon, sinema gibi analog yapıya sahip iletişim araçlarının tek yönlü ileti gönderme özelliklerinin aksine dijital medya araçları çift yönlü etkileşimlere olanak sağlamaktadır. Klasik medyada izleyici tüketicilerin ürünün oluşturulmasında bir etkileri yokken yeni medya da herkes ürün içeriği oluşturabiliyor. Yeni medyada kişiler 24 saat boyunca canlı iletişim kurabilirken klasik medyada bu mümkün değildir. Klasik medyada iletişim tek taraflı ve izleyici pasiftir. Bilgi ve verinin saklanma boyutu çok yüksektir. Klasik medya hala yaygın çünkü ulaşımı ucuzdur.

2.2. Medyanın İşlevleri

Medyanın genel işlevlerine şöyle bir göz attığımızda birçok işlevi aynı anda yerine getirdiği görülmektedir. Bilgi edinirken eğlenbilme ve motivasyon sağlama veya tartışırken sosyalleşebilmek gibi aynı anda birden çok işlevi yerine getirebilmektedir. Medyanın işlevlerine bakıldığında, çevremize ve dünyaya ait birçok farklı bilgiyi öğrenebilir, yorumlayabilir, başkalarına aktarabilir ve depolayabiliriz. Başka insanlara ya da ülkelere ait fikirleri öğrenebilir onları yorumlayabilir, duygularını anlayabilir ve etkileşime geçerek karşılıklı hareket edebilecek ortamlar oluşturabiliriz. Kendimize ait yetenekleri fark ederek bunları geliştirebilecek eğitim olanaklarına sahip olabiliriz. Video, resim, sanat, edebiyat, spor ve oyun alanlarında eğlenceli vakit geçirebiliriz. Başka insanlara ve milletlere ait kültürleri tanıma ve öğrenme fırsatı yakalayabiliriz. Farklı sosyal platformlarda yeni insan ve düşünceler tanıyarak sosyalleşmemize katkı sunabiliriz. Birçok devlet kurumuna ait işlemlerimizi hızlı ve kolay bir şekilde yapabiliriz. Alışveriş sitelerinde istediğimiz ürünleri daha uygun fiyata alabiliriz. Yaptığımız işlere ya da ürünlerimize ait reklamları yayınlayarak çok daha hızlı bir şekilde müşteriye ulaşabiliriz. Kısacası medya, eğitim, tanıtım (reklam), eğlence ve motivasyon sağlama, haber ve bilgi verme, kamuoyu oluşturma ve gündem belirleme, toplumsallaştırma, kültürün korunması ve tanıtımı, iletişim becerilerinin geliştirilmesi, farkındalık oluşturma, kurumsal işlemleri kolaylaştırma ve alışveriş gibi çok farklı işlevleri yerine getirmektedir. Bu kadar işlevinin olması nedeniyle insanların günlük zaman dilimleri içerisinde önemli sayılabilecek kadar bir zaman süresini medya başında geçirmeleri doğal olarak kabul edilmektedir.

a) Medyanın eğitim işlevi: Günümüz bilişim teknolojileri alanındaki hızlı gelişme ve değişme medyanın eğitim işlevinde artmasını sağlamıştır. Günümüzde bireysel anlamda okul ortamında geri kalan öğrencilerin eksikliklerini gidermeleri amacıyla hem televizyon hem de internet ortamlarında sayısız eğitim içeriğine ulaşma imkanı vardır. Uzaktan eğitim faaliyetlerinin pandemi döneminde artmasıyla birlikte hem kamu hem de özel sektör hedef kitlelerini memnun edebilmek adına farklı eğitim imkanları oluşturma gayreti içerisine

girmişlerdir. Kendini geliştirmek isteyen bireyler ve bireysel yeteneklerinin farkında olup bunları arttırmak isteyen insanlar uzaktan eğitim süreçlerini değerlendirerek bu alanda eğitim olanaklarını arttırmaya çalışmaktadır. Sosyal medya içerisinde çeşitli eğitim grupları oluşturularak öğrencilerin eksikliklerinin giderilmesi ve kendilerini geliştirme fırsatı oluşturmaları desteklenmektedir. Medya araçlarının gelişmesi eğitimin boyutuna da yeni bir yön vermiştir. Bilgiye erişimin hızlanması ve kolaylaşması nedeniyle bireysel çaba göstererek çocukların ve gençlerin bu alanda kendi seviyelerine uygun olarak ilerlemeleri sağlanabilmektedir. Eğitim içeriklerinin medya araçları sayesinde reklam yapılarak hedef kitleye daha kolay ve hızlı ulaşma imkanı sağlamaktadır. Eğitimi bir bütün olarak düşündüğümüzde medya araçları sayesinde sunulan eğitim içerikleri öğrencilerin ve öğrenmeye açık olan herkesin kullanımına sunulduğu için herkesin kendi hızında, bireysel isteklerine göre, etkinlik ya da soru bazlı olarak ve görsel işitsel öğelerin kullanılması nedeniyle öğrenmenin hızlanmasını sağlamaktadır.

b) Medyanın eğlence işlevi: Günlük yaşam aktivitelerini yerine getiren, yoğun ve yorucu bir iş temposundan sıkılan, çalışan insanların stres ve kaygılarının düşürülmesi amacıyla akşam eve geldiklerinde eğlenmek en doğal haklarıdır. Elbette bu konuda insanların elinde televizyon ve internet gibi çok önemli medya araçlarının bulunması oldukça önemlidir. Günlük rutinlerden sıkılan insanlar eğlenmek amacıyla televizyonda dizi, müzik, video, eğlence programları, belgesel ve film gibi kendilerini eğlendiren programlara yönelmektedirler. Günümüz televizyonlarının bir özelliği de internete bağlanma özellikleri sayesinde yapılabilecek aktivite sayısını arttırabilmeleridir. Televizyon dışında insanların hemen hepsinde akıllı telefonun, tablet ve internet bağlantısının bulunması nedeniyle benzer aktivitelerin bu akıllı cihazlarla da yapılabilmesi onlara olan ilgiyi arttırmaktadır. Bununla birlikte bu cihazlardan sosyal medya platformlarına katılım sağlanabilmesi insanların stresli bir yaşam içerisinde sığındıkları bir liman olma özelliği oluşturmaktadır. Akıllı cihaz ve uygulamaların kullanım sıklığı ve oranı göz önüne alındığında birçok insanın kendisini eğlenmek amacıyla bu cihazlarda bulunan oyun, video, müzik, film, dizi, spor, sanat, dans ve sosyal medya gibi aktiviteleri kullandıkları görülmektedir. Medyanın insanların eğlence ihtiyacına yönelik uygulamalar ve programlar sunmaları tesadüf değildir. Karşılıklı arz talep ilişkisi içerisinde insanların günlük hayatta sıkılmaları sonucu eğlenme ihtiyacını karşılamak istemleri nedeniyle medya araçlarını üreten, sunan kişilerin ve kurumların eline bir koz vermektedir. Medya kurumlarının birçoğunun amacı para kazanmak ve kar elde etmektir. Bu nedenle insanları eğlendirme işlevi üzerine oldukça fazla kafa yordukları söylenebilir.

c) Medyanın kamuoyu oluşturma işlevi: Günümüzde kamuoyu oluşturma işlevine iki çeşit bakış açısıyla bakmak gerekmektedir. Birincisine devlet kurumları ve siyasi partiler kendine taraftar sağlamak adına medya araçlarını etkin olarak kullanmaları gösterilebilir. En çok seçim

dönemlerinde denk geline bu durum siyasi partilerin kararsız seçmen üzerinde etki oluşturabilmek adına bir takım medya araçlarını kullanması örnek olarak gösterilebilir. İkincisi ise sivil toplum kuruluşları, vakıflar, dernekler ya da çeşitli çıkar gruplarının kendine yandaş oluşturma çabalarının bir sonucu olarak medya araçlarını kullanmaları ve sosyal medya üzerinden örgütlenmeye çalışmalarıdır. Bu tür medya propagandaları bazen terör örgütleri tarafından da kullanılabilir.

Hükümetin ve devlet kurumlarının denetlenmesi konusunda da kamuoyu oluşturmak son derece önemlidir. Medya araçları devlet kurumlarının denetlenmesinde aktif rol alması gerekmektedir. Bu şekilde yapılan yanlış işlerin önüne geçilebilir. Yapılan haksız ve adaletsiz uygulamalar medya araçları sayesinde kamuoyu oluşturularak giderilmeye ya da yargıya taşınmasında önemli bir işlev görebilmektedir. Son dönemde birçok olayın bu şekilde sosyal medya da ya da televizyonlarda yer alması nedeniyle çözüme kavuştuğu unutulmamalıdır.

d) Medyanın haber ve bilgi verme işlevi: Medya araçlarının en önemli görevlerinden biri de ülkemizde ve dünyada olan olayları doğru ve tarafsız bir biçimde kamuoyuna sunmaktır. Medya araçları gelişen dünya ölçeğinde olan olay ve durumların bilgisini topluma ulaştırmada birinci dereceden sorumludur. Sorumlu ve ilkeli bir medya davranışı oluşturarak insanların doğru haber almasını desteklemelidirler. Haberlerin ve bilgilerin elde edilmesi, derlenmesi ve kamuoyuna sunulması zor ve zahmetli bir süreçtir. Ancak medya sorumluluğu nedeniyle elde edilen bilgilerin siyasi ya da ekonomik rant olmadan, herhangi bir kuruma hizmet etmeden, gerçek bilgileri çarpıtmadan kamuoyuna sunmak oldukça önem arz etmektedir. Bu nedenle verilecek bilgilerin doğruluğuna hiç şüpheye yer vermeden insanların güven içerisinde almaları sağlanmalıdır. Sonuçta birçok insanın bu medya araçlarını kullandıkları ve buradan edindikleri bilgiler ışığında yorum geliştirdikleri ve fikir ürettikleri unutulmamalıdır. Bazen habercilikte yapılan hataların telafisi olurken bazı haberlerin telafisi zor olmaktadır. Bu nedenle haberi yapan habercinin medya sorumluluğunu göz önünde bulundurması önemlidir. Çünkü yapılan bir haberle birçok medya kuruluşunu da zan altında bıraktıklarının bilincinde olarak bilgi ve haber paylaşımını gerçekleştirmelidirler.

e) Medyanın tanıtım ve reklam işlevi: 2020 yılı itibariyle insanların pandemi şartlarının etkisiyle reklam ve tanıtım faaliyetlerini sosyal medya, televizyon ve internet ortamlarına taşımaları kaçınılmaz olmuştur. Bu süreçte iş yerlerinin kapanması insanların birçok reklam içeriğini sanal medya ortamlarına taşımalarına neden olmuştur.

Reklam kurum ve kuruluşlar için son derece önemlidir. Çünkü yerel, ulusal ve uluslararası pazarlara girmek ve kar marjını arttırmak bu kurumlar için son derece önem arz etmektedir. Bu nedenle son dönem sanal platformların, sosyal medyanın gelişmesine paralel olarak işyerleri ve kurumlar reklamlarını bu ortamlara taşımaya başlamışlardır. Hangi meslek dalında çalışırsanız çalışın günümüzde reklam denince akla medya araçları gelmektedir. Hedef kitlenin durumuna

uygun olarak bazen sosyal medya platformları bazen diğer sanal medya unsurları bazen de televizyon ve radyo gibi medya araçları tercih edilebilmektedir. Medya araçlarının da gelirlerinin önemli bir kısmını reklam ve tanıtımdan kazandıkları düşünülürse medyanın reklam ile eşit olduğu anlayışı ortaya çıkabilir. Bu nedenle medya araçlarının reklam tanıtımı üzerinde önemle durulması gereken bir işlevdir.

f) Medyanın kültürel değerleri korunma işlevi: Bir milletin maddi ve manevi bütün varlıkları kültür içerisinde yer almaktadır. Bu nedenle medya araçları milli kültürümüzü en iyi şekilde tanıtan, öğrenilmesine yardımcı olan ve kültürel değerlerin korunması ve geliştirilmesini sağlayan en önemli araçlar durumundadır. Geçmişin mirasının korunması, gelecek kuşaklara aktarılması, kültürel ve sanatsal ürünlerin tanıtımı, öğrencilerin ve gençlerin ufkunun geliştirilmesi, hayal gücü ve estetik duygularının geliştirilmesinde medya araçlarının işlevi yadsınamaz. Bu nedenle duyarlı bir medya olarak kültürel öğelerin doğru bir şekilde tanıtılması ve öğrenilmesinde büyük katkı sağlamak medya araçlarının bir sorumluluğudur.

g) Medyanın sosyalleştirme işlevi: İnsan bir toplum içerisinde doğar ve hayatını bu toplum içerisinde sürdürür. Bu süreç içerisinde insanoğlunun toplumun bütün değerlerini benimseyerek onlara uyması beklenir. İnsanların kendi yaşadıkları toplum içerisinde bulunan toplumsal özellikleri benimsemesi, daha etkin bir toplum üyesi olması ve topluma sosyal bağlılık içerisinde yaşaması bu kişilerin sosyalleşmeyi içselleştirdiğinin bir göstergesidir.

Toplumun üyesi olan bu insanların sosyalleşmelerine destek olmak medya araçlarının bir işlevidir. Toplumun üyesi olan bu insanların medya araçlarını kullandıkları süre içerisinde toplumun genel değerlerini benimsemeleri ve onları içselleştirmelerine önem arz eder. İnsanlar medya araçlarını kullandıkları süre zarfında medyanın sunduğu içeriklerin insanların toplumsallaşmasına katkı sağlaması ve diğer insanlarla iletişim kurduğu sosyal platformlarda da bu değerleri uygulanmasının sağlanması gerekli ve elzemdir. İnsanlar medya araçlarını kullandıkları zamanlarda pasif ise medya içeriğini üretenlerin bu sosyalleşmeye katkı sağlaması gerekmektedir. Eğer insanlar aktif sosyal platformlarda ise bu durumda burada sunulan içeriklerin ve paylaşımların toplumsallaşmaya katkı yapması sağlanmalıdır.

2.3. Medyanın Ekonomik ve Kültürel Boyutu

Medya araçları gelişen dünya içerisinde kurum ve kuruluşların çıkarlarına hizmet eden, bu kurumlara doğrudan ya da dolaylı olarak para kazandıran bir rol üstlenmişlerdir. Medya araçlarının kendilerinin de bu küresel dünya ekseninde daha fazla para kazanma ve rant elde etme adına birçok rol üstlendiği görülmektedir. Medya kurumları hem kendilerinin para kazanması hem de diğer kurumlara para kazandırma adına reklam ve tanıtım faaliyetlerini arttırmışlardır. Günümüz küresel dünyasında en çok tüketici durumda olan çocuklar, gençler ve kadınlar üzerinden reklam ve tanıtım yapılmaktadır. Ekonominin belirli çarklarının işlemesi

adına reklam önemli bir araçtır. Ancak reklamı sunarken hedef kitle üzerindeki olumsuzluklara da dikkat etmek gerekmektedir.

Medya kurumları, kitle iletişimi olgusunu gerçekleştiren teknolojik araçlar olmalarının yanında, aynı zamanda ticari amaç ve hedefleri doğrultusunda örgütlenmiş ekonomik kurumlardır. Bu kurumlar, farklı yaş kitlelerine hitap etmekle birlikte çocukların yaş gruplarının özelliklerine göre de programlar ve içerikler sunarlar. Medya programları, ticari ürün ve hizmetlerin satış ve tüketimini kolaylaştırırken, program ve içerik üretimi sırasında büyük paralar harcanmakta, bilimsel alanların ve profesyonel uzmanların bilgilerinden yararlanılmaktadır. Gelişmiş teknolojiler kullanılarak eğlence formatında ve hedef çocuk kitlesinin özellikleri göz önünde bulundurularak hazırlanan bu içerik ve programlar, zamanla alışkanlık ve bağımlılıklar oluşturabilmektedir. Çocuklar bu içerikleri tüketirken aynı zamanda bir takım ideolojik kültürel değerleri, tüketici yaşam tarzını, modayı, şiddet kültürünü ve cinsiyetçi kültürü de öğrenirler.

Medya aynı zamanda günümüz çocukları açısından önemli bir kültürel bilgi kaynağını oluşturmaktadır. Medyanın pek çok içeriği, olaylar hakkında yanlış ya da eksik bilgilendirdiği, sunulan bilginin doğru ya da bilimsel olup olmadığı konusunda şüpheler barındırabilmektedir. Medyanın içerikleri ile çocukların zihinsel becerilerini körelttiği, onları cahilleştirdiği (İnal, 2009), bu ortamlardaki bilginin çoğunlukla bilimsel nitelikli bilgiler olmadığı, magazinsel ve dedikoduya dayalı kirli bir bilgi olduğu noktasında eleştirilmektedir.

Medya gibi güçlü bir yapı karşısında savunmasız ve donanımsız olan çocuklar, iletişim teknolojilerinin içeriklerinden kendini koruyabilecek bilgi ve eğitimden yoksundurlar. Çocukların medya ile ilişkileri ve medya eğitimi konusunda aile, okul ve devlete sorumluluklar yüklenmiştir. Ama medya eğitimi konusunda bu kurumların da medyanın olumsuz içerikleri karşısında yetersiz kalabildiği görülmektedir. Bu kurumların çocukları medyanın olumsuz içeriklerinden korumaya yönelik çabalarına rağmen bunun henüz tam olarak başarıya ulaştığını söylemek olanaklı değildir. Çocuğun kişiliğinin gelişmesi, ihtiyacı olan yaşamsal bilgileri edinmesi, toplumsal çevresi hakkında bilgi sahibi olması, sosyalleşmesi, hayatı dolaylı bir şekilde aktaran ve öncelikle ticari amaç ve kaygıları olan medya ile kazanması olası görünmemektedir (Şirin, 2016).

Medya araçları hedef kitleye içerik sunumu yaparken aynı zamanda belirli kültürel değerleri de bu kitleye sunmuş olmaktadır. Sunulan kültürel değerler ulusal kültür öğelerini olumsuz etkilemeyen içerikler olmalıdır. Her toplumun kendine özgü maddi ve manevi kültürel değerleri mevcuttur. Medya içerikleri sunulurken hangi toplum hangi değerlere önem vermekte ya da hangi değerler toplumda rahatsızlık yaratmakta bunların iyi tespit edilerek sunulan içeriklerde dikkat edilmesi yerinde olacaktır.

Bilinçli bir toplumda sunulan medya içeriğindeki öğeler kültürel değerlerle uyum sağlamadığı takdirde toplum yine medya aracılığıyla bu olumsuzluklara tepki gösterir. Ancak toplum içerisinde olumsuz sunulan kültür öğelerine tepki vermeyen, bilinçsiz olan ya da kendini henüz yetiştirememiş gruplar da olabilir. Bu gruplar çocuklar, gençler ya da eğitimsiz kişilerden oluşur. Bu insanların medya araçları tarafından sunulan bu olumsuz içerikler konusunda bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi etki düzeyini azaltması bakımından önemlidir. Medya araçları tarafından sunulan tüketim alışkanlıkları, şiddet oluşturma, ailevi değerlerin yozlaştırılması, çocukların olumsuz içeriklere maruz bırakılması, cinsellik yayınları, ırkçılık, ayrımcılık, kadına şiddet ve moda oluşturma gibi birçok olumsuz durumlar insanlar üzerinde bir takım kültürel yozlaşmaya neden olabilmektedir. Özellikle yetişme çağında bulunan çocuklarımızın ve gençlerimizin bu olumsuz durumlara maruz kalmaları ilerleyen hayatlarında bir takım sorunlara yol açabilmektedir. Bu nedenle medya içeriklerinin iyi analiz edilerek doğru değerlendirmeler yapılması önem kazanmaktadır. Buradan da anlaşılabileceği üzere çocuklarımız ve gençlerimizin iyi bir medya eğitimi almaları ve oluşabilecek zararları en aza indirmeleri büyük önem taşımaktadır.

2.4. Medya Okuryazarlığı Kavramı

Pek çok kimse için okuma-yazma bilmek, okuryazar olmakla eş anlama gelebilmektedir. Okuryazarlık kavramı, okuma-yazma kavramından doğmakla birlikte, okuma-yazmadan daha geniş bir kavramsal içeriğe sahiptir. Okuma-yazma kavramı, ses sembollerinin zihinsel olarak bir araya getirilmesi ve sözel olarak ifade edilmesi ve yazı yoluyla zihinsel ifadelerin aktarılması süreci olarak tanımlanmaktadır. Okuryazarlığın, okuma ve yazmayı ya da okuma-yazmadan daha fazlasını ifade eder. Örneğin; okuma-yazmayı bilen bir kişi, bilgisayar kullanımı açısından okuryazar olmayabilir ya da çalıştığı alanla ilgili bir metni kolaylıkla okurken bilmediği bir konudaki/alandaki metni okumakta güçlük çekebilir. Okuryazarlık internet, teknoloji, görsel metinler, medya, bilgi vb. bir alanda bilgi sahibi olma ve bilgiyi anlamlandırabilme yetisini ifade etmektedir.

Okuryazarlık kavramı en genel ifade ile herhangi bir metni okuyabilme ve yazabilme anlamlarına gelir. Klasik okuryazarlık kavramı günümüze ulaşmaya kadar birçok farklı şekillerde(bilgi okuryazarlığı, görsel okuryazarlık, bilgisayar okuryazarlığı, dijital okuryazarlığı, internet okuryazarlığı, kütüphane okuryazarlığı, çevre okuryazarlığı, sosyal medya okuryazarlığı, web okuryazarlığı, eleştirel okuryazarlık, sağlık okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı) gelişmiş ve gelişmeye de devam etmektedir. Dijital medya teknolojilerindeki gelişmeler okuryazarlık kavramını oldukça geniş bir alana taşımış ve sınırlarını belirsizleştirmiştir (Bilici, 2020, s.27). Okuryazarlık kavramı sözel bilgilerin yazılı bir formata dönüştürülmesi becerisi olarak tanımlanabilir (Tuman'dan akt. İnal, 2016, s.31). Günümüz küreselleşen dünya ölçeğinde

okuryazarlık kavramı da sözlü ve yazılı söylemlerden çok daha fazlasını içermektedir. Gelişen ve çeşitlenen kitle iletişim teknolojileri okuryazarlık kavramına yepyeni ufuklar kazandırmıştır. Çeşitli okuryazarlık kavramları içerisinde medya okuryazarlığı kavramı da çocuklara popüler medya kültürünün inceliklerinin öğretilmesi, faydalarının tanıtılması ve zararlarından korunma yollarını öğretmeyi amaç edinmiştir (İnal, 2016, s.32).

Medya okuryazarlığı kavramı 1970'lerden itibaren önem kazanmaya başlamıştır. Medya içeriklerinin eğitim ortamlarına taşınması sürecinde öğrencilerin okulda gazete okumaları, bir dergi takip etmeleri, sınıfça televizyon programlarının izlenmesi, radyo programlarının dinlenmesi ve okul gazetelerinin çıkarılması gibi medya içeriklerinin kullanılması oldukça önemlidir. Bu süreç içerisinde öğrencilerin medya içerikleri ile etkileşimi öğrencilerin medyaya ilgisini arttırmış ve ilk medya eğitimi süreci bu dönemde gerçekleşmiştir. 1980'li yıllardan sonra küreselleşmenin etkisi ve teknolojik gelişim ile birlikte medya ortamlarındaki artış ve medya ile iç içe geçen bir yaşamda medyanın zararlı etkilerinden korunma ilk kez gündeme gelmiştir. Medyanın zararlı etkilerinden korunma süreci içerisinde medya eğitime önem verilmeye başlanmış ve akademik çalışmalarla süreç desteklenmiştir (İnal, 2016, s.41).

Medya eğitimi medya içeriklerine karşı eleştirel bir tutum sergileyebilmektir. Medya eğitimi sadece internet, televizyon ve radyo gibi kitle iletişim araçlarını kapsamaz. Bununla birlikte basılı araçlar olan gazete, dergi ve kitap gibi araçları da kapsamaktadır. Medya eğitimi öğrencilerin medya içeriklerine karşı analitik, eleştirel ve yaratıcı becerilerini geliştirmeyi amaç edinir (İnal, 2016, s.25). Medya eğitimi medya içeriklerinin doğasını öğretmek amacıyla belirli bir plan dahilinde hareket edilmesidir. Medya içeriklerine bir ömür boyu maruz kalınması nedeniyle bütün insanların medya eğitime ihtiyacı vardır. Gelişen teknolojiler nedeniyle medya ortam ve içerikleri sürekli bir değişim göstermektedir. Medya ortamlarını en çok kullanan hedef kitle ise çocuklar ve genç nesillerdir. Çocukların ve gençlerin medya ortamlarından olumsuz etkilenmelerinin önüne geçmek için medya eğitimi almaları zorunludur. İyi bir medya eğitimi içinde medya okuryazarı olmak önemlidir. Medya ortamları insanlara çeşitli içerikteki mesaj iletilerini aktarmaktadır. Bu mesaj iletilerini alan bireyler ise bunları analiz edip değerlendirmekte ve okuryazarlık süreci de burada başlamaktadır. Medya ortamlarında sunulan resim, video, müzik, metin, film, reklam gibi materyalleri öğrenciler almakta bunların oluşum sürecini değerlendirmekte, amaçlarını yorumlayabilmekte ve eleştirel süzgeçten geçirmektedir. Bu süreç medyayı okuma süreci olarak adlandırılır. Bireyler medya ortamlarından almış oldukları resim, video, müzik, film, reklam, metin gibi içerikleri çeşitli formatlarda ve farklı ortamlarda sunmaları ise medyayı yazmaları anlamına gelmektedir. Medya okuryazarlığı süreci de tam da bu becerileri yapabilme olarak açıklanabilir (Bilici, 2020, s.28).

Scheibe ve Rogow (2008) kişilerin medya içeriklerini analiz ederken dikkat etmesi gereken özellikleri şu şekilde sıralamıştır.

- 1.Bütün medya mesajları 'inşa edilmiş' içeriklerden oluşmaktadır.
2. Medya içeriklerinin sunduğu mesajlar insanların duygu, değer, inanç ve tutumları üzerinde çeşitli etkilere sahiptir.
- 3.Medyanın sunduğu farklı iletişim araçlarının kendilerine özgü dili, güçlü ve zayıf yönleri bulunmaktadır.
- 4.Medya içeriklerinin bireylere sunduğu mesajlar mesajı hazırlayanların bakış açılarını yansıtmaktadır.
- 5.İnsanlar medya içeriklerinden elde ettikleri bilgiler ile kendi beceri ve deneyimlerini birleştirerek yeni anlamlar üretirler.

Medya okuryazarlığı eğitimi, televizyon veya internete ilişkin sözel, yazılı, görsel, hareketli medya içeriklerinin, analiz edilmesi eğitimi ve bunları kullanma becerisini kapsar. Bilici, medya okuryazarlığını, medya üzerinden sunulan fotoğraf, ses, görüntü, yazı, film, ikonlar gibi çok çeşitli form ve formatlardaki medya mesajlarının analiz edilmesi (Bilici, 2014, s. 29) olarak tanımlarken; İnceoğlu ise medya okuryazarlığını yazılı ve yazılı olmayan farklı formatlardaki (televizyon, video, sinema, reklamlar, internet vb.) iletilere erişim, onları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği (İnceoğlu, 2016, s. 19) olarak tanımlamaktadır.

Medya okuryazarlığı bireylerin televizyon internet ve cep telefonlarına ilişkin sözel, yazılı, görsel, medya içerikleri hakkında bilgilendirilmesi ve bu içerikler hakkında eleştiri ve analiz yapabilme becerisi kazandırılmasını kapsar. Medya okuru olmak ayrı, yazarı olmak ayrıdır. Medya okuru olmak medyayı bütün yönleriyle anlamayı, bilgilenmeyi, değerlendirmeyi içerir. Okurluk süreci daha çok teorik medya ile ilgili bir eğitim sürecine dayanmaktadır. Yazarlık kısmı ise daha çok uygulamaya dayalı bir bölümdür. Yazarlık kısmı daha çok medya ürünleri üretimi ile ilişkilidir.

Massey'e (2005) göre medya okuryazarlığı alanında ortak görüş ve önerilerle ortaya çıkmış 7 anahtar kavram bulunmaktadır.

- 1.Medya içerikleri tamamen kurgusal bir özelliğe sahiptir. Gerçekliği bireyler oluşturur.
- 2.Medya içerikleri gerçek durumlarla aramızda bağ kurar.
- 3.Medya okuryazarı bireyler medya içeriğinin gerçek anlamını sorgular, analiz eder ve değerlendirir.
- 4.Medya içerikleri kar, rant ve ticari amaçlar için kullanılabilirler.
- 5.Medya içerikleri hazırlayıcısının fikir ve ideolojisine sahiptir.
- 6.Medya içerikleri sosyal ve politik özellikler barındırır.
- 7.Her medya içeriği kendine özgü form ve içeriğe sahiptir.

Medya okuryazarlığını kavramının literatür de ortak bir tanımı bulunmamaktadır. Medya okuryazarlığı kavramına araştırmacılar farklı bakış açıları ile bakmaları ve farklı amaçlara

yönelimleri nedeniyle birbirine çok uymayan tanımlar geliştirmişlerdir. Medya okuryazarlığı kavramı farklı araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Dünya genelinde ortak bir tanım olmamasına rağmen genel kabul gören tanımlara rastlamak mümkündür.

1992 yılında Aspen Enstitüsü'nde düzenlenmiş olan Medya Okuryazarlığında Ulusal Liderlik Konferansı (The National Leadership Conference on Media Literacy)'nda birçok katılımcının üzerinde uzlaştığı araştırmacılar tarafından genel kabul gören medya okuryazarlığı tanımı olarak "çeşitli biçimlerdeki (yazılı, sözlü, görsel) iletilere ulaşma, analiz etme, değerlendirme ve üretme yeteneği" şeklinde bir tanım geliştirilmiştir (Aufderheide ve Firestone, 1993). Medya okuryazarlığının başka bir tanımı olarak Jols ve Thoman tarafından, farklı formatlardaki medya içeriklerine erişim sağlama, elde edilen mesajları analiz ve değerlendirmeye tabi tutma, yeniden üretme ve aktarma kapasitesidir şeklinde tanımlanmıştır (Jols ve Thoman, 2008 s. 33).

Thoman (2009, s. 50) medya okuryazarlığını, gündelik yaşamımızda medya araçlarından (internet, televizyon, radyo, gazete, dergi, film, müzik, reklam) sağladığımız görsel, metinsel, işitsel ve sembolik içeriklerden bireysel değerler, fikirler ve anlamlar çıkarma yeteneğidir. Medya okuryazarlığı bireye maruz kaldığı medya içeriklerini ayırt ederek seçmeyi, sorgulayarak kabul etmeyi, dünyadaki gelişmelerden haberdar olmayı ve maruz kalınan olumsuz içeriklere karşı kendisini koruma yeteneğini kazandırmaktadır.

Medya okuryazarlığı; her türden (görsel, işitsel, basılı, vb.) medya içeriklerine erişebilme, erişilen medya içeriklerini eleştirel bakış açısıyla çözümleyip değerlendirebilme ve kendi medya iletilerini üretebilme becerisidir (RTÜK, 2016). Farklı şekillerdeki medya içeriklerine erişme, erişilen bilgiyi analiz etme, değerlendirme ve karşıya aktarma yeteneğidir (Aufderheide, 1993). İnceoğlu (2016, s. 19) medya okuryazarlığını farklı türde (internet, televizyon, video, reklam) bulunan yazılı olabileceği gibi yazılı olmayan içeriklere ulaşma, analiz etme, değerlendirme ve aktarma yeteneği olarak tanımlamıştır. Potter (2011, s.19) ise medya okuryazarlığını bireylerin etkileşim içerisinde olduğu medya mesajlarını değerlendirerek yorumlamasını sağlayan bakış açısı olarak tanımlamıştır. Hobbs (2015, s. 3) medya okuryazarlığı kavramını birbirinden farklı medya mesajlarına erişim sağlayıp bu mesajları analiz edip değerlendirerek topluma uyum sağlayabilmek için bireyin sahip olması gereken yetenek ve beceriler olarak tanımlamıştır. Uysal (2006, s.47) medya okuryazarlığını medya araçlarının sunduğu içerikleri analiz ederek, medya araçlarından gelen bu içerikleri eleştirel süzgeçten geçirebilmek, kendi değer yargılarına göre yorumlayabilmek, medya içeriklerinin amaç ve etkilerini fark ederek değerlendirmek ve medya içeriklerini akıl süzgecinden geçirerek kendi amaçları için kullanabilmek olarak tanımlamıştır.

Medya okuryazarlığının kavramsal tanımları üzerinden çıkarılabilecek özellikler arasında medya araçları tarafından bireylere sunulan mesajların amaçlarının kavranması gerektiği, doğru anlamlandırma süreci oluşturulması, mesaj içeriklerinin analiz edilerek değerlendirilmesi,

yorumsal süzgeçten geçirilerek anlaşılması ve medya mesajlarının eleştirel süzgeçten geçirilerek yeniden bireyin amacına uygun olarak kullanılması gereken bir tür beceri ve yetenek olarak görüldüğüdür. Medya okuryazarlığının daha iyi kavranması bakımından bazı araştırmacılar tarafından çeşitli anahtar kavramlar üzerinde durulmuştur.

Jols ve Thoman (2008, s.27) medya okuryazarlığı ile ilgili 5 anahtar soru sorulması gerektiğini savunmuştur.

1. Medya mesajı kim tarafından üretilmiştir? 2. Medya mesajında benim ilgimi çekmek için hangi teknikler kullanılmıştır? 3. Medya mesajını benim anladığımdan farklı bir şekilde anlayan insanlar bunu nasıl anlamışlardır? 4. Medya mesajında hangi değer ve görüşler ön planda tutulmuş, hangi değer ve görüşler arka plana atılmıştır? 5. Medya mesajı neden ve hangi amaçla gönderilmiştir?

Jols ve Thoman (2008, s.27) medya okuryazarlığı ile ilgili 5 anahtar soruya karşılık 5 temel kavram ileri sürmüştür. 1. Medya ortamlarında sunulan mesaj içeriklerinin hepsi kurgulanmıştır. 2. Medya ortamlarında sunulan mesaj içerikleri özgün kurallar ve özgün bir dille kurgulanmıştır. 3. Medya ortamlarında sunulan mesajları farklı kişiler farklı şekillerde yorumlayabilirler. 4. Medya ortamlarında sunulan mesajların içerisine gizlenmiş farklı değer ve düşünceler mevcuttur. 5. Medya ortamlarında sunulan mesajların çoğu para kazanmak, rant elde etmek ya da güç kazanmak amacıyla oluşturulmuşlardır.

Potter (2009, s.565), bireylerin iyi bir medya okuryazarı olarak sayılabilmeleri için aşağıdaki dokuz ilkeyi bilmesi ve bu ilkeleri uygulaması gerektiğini belirtmiştir.

1. Medya içerikleri kullanılırken hem bilginin kendisi hem de bireysel beceriler önemlidir. Temel bilgi sahaları olarak medyanın sunduğu içerikler, medyanın etki düzeyi, medya endüstrisi, bireylerin kendi hakkındaki bilgileri ve gerçek dünyaya ait bilgiler olarak belirtilmiştir. Lazım olan temel yetenekler ise analiz, sentez, değerlendirme, tümevarım, tümdengelim, ikna kabiliyeti, gruplama ve soyutlama becerisidir. 2. Medya okuryazarlığı bireylerin kendilerini medya içeriklerine maruz bıraktığı ve medya içeriklerini anlamlandırarak yorumladığı bir bakış açısidir. 3. Bireylerin medya okuryazarlığı bilgisi geliştirilebilir. 4. Medya okuryazarlığı birden çok alanı içeren çok boyutlu bir yapıdır. 5. Medya okuryazarlığı birbirinden farklı birçok ortama sahiptir. 6. Medya okuryazarı olan bir birey medya okuryazarlığının amacının medyanın olumlu ve olumsuz etkilerine açık olma ve bireylerin medyadan gelen iletileri anlamlandırarak daha fazla korunma sağlaması gerektiğini kabul eder. 7. Medya okuryazarlığı ulusal ve evrensel değerleri korumaya çalışmalıdır. 8. İyi bir medya okuryazarı olan bireyler medya içerikleri ile bilinçli ve istekli olarak etkileşim sağlarlar. 9. Medya okuryazarı olan bireyler medya okuryazarlığı alanının sürekli ve değişken bir alan olduğunu kabul eder.

Medya okuryazarlığı kavramı günümüzde tam olarak üzerinde uzlaşma sağlanamasa da içerisinde pek çok okuryazarlık türünü barındırmaktadır. Medyayı okuryazarı olmak sadece

televizyon izleyip internet kullanmayı ifade etmez. Medya okuryazarlığı medyadan sunulan bütün içerikleri yani bir radyo programını, bir televizyon dizisini, bir gazete haberini, bir dergi görselini ya da bir internet reklamını analiz etmek, arkasındaki amacı fark etmek, verilmek istenen mesajı tam olarak algılamak, içerisine gizlenmiş değerleri fark edebilmek, kurgusunu çözümlemek, kim tarafından yapıldığını tahmin edebilmek, gördüğü, duyduğu, algıladığı mesaj içeriklerini değerlendirerek yorum geliştirmek ve gerektiğinde bu mesaj içeriklerini yeniden kullanarak başkalarına aktarabilmek yeteneklerini kapsamaktadır. Bu kadar geniş bir beceri bütününü bireysel özelliklerimize katmak elbette medya okuryazarı kişiler olmakla sağlanabilir. Bu da medya okuryazarlığının ne kadar önemli bir alan olmasını göstermesi bakımından önemlidir.

2.5. Medya Okuryazarlığı Eğitiminin Amaçları ve İlkeleri

Medya okuryazarlığı alanında çalışmış bulunan araştırmacılar kavramın tanım ve ilkelerinde farklılaştıkları gibi amaçları konusunda da bir takım farklı görüşler belirtmişlerdir. Alanyazın incelendiğinde medya okuryazarlığının amaçlarını bir politik sorun olarak gören (Aufderheide, 1993), teori ve düşünme şekli olarak kabul eden (Gordon, 1971), öğretmenler için eğitsel bir araç olarak düşünen (Houk ve Bogart, 1974), insanların medya mesajlarını yorumlayabilmenin yolu olarak gören (Buckingham, 1990; Zettl, 1998; Potter, 2001), akademik bir içerik olarak kabul eden (Messaris, 1994) birbirinden farklı araştırmalar mevcuttur (Potter, 2004:267; Potter, 2010: 31). Buradan anlaşılabileceği üzere birçok araştırmacı yapmış oldukları araştırmaların sonucuna göre medya okuryazarlığı kavramının amaçları hakkında farklı görüşlere sahiptirler.

Ülkemizde okutulmakta olan medya okuryazarlığı dersi için Milli Eğitim Bakanlığı tarafından 7. ve 8. sınıf ortaokul ve imam hatip ortaokulları için öğretim programı hazırlanmıştır. MEB (2018) tarafından medya okuryazarlığı dersi öğretim programı içerisinde çeşitli genel ve özel amaçlar oluşturulmuştur. “Medya okuryazarlığı dersi ile öğrencilerden yazılı, görsel, işitsel medyaya ek olarak sosyal ağlar, yeni medya ve video oyunlar gibi diğer sayısal (dijital) ortamlara ait iletilere erişip bunları kavrayarak eleştirel bakış açısı ile çözümlemeler, değerlendirmeler yapmaları ve kendi iletilerini üretmeleri beklenir.” Medya okuryazarlığının genel amaçları şu şekilde sıralanmıştır: 1. Medya araçlarında ve içeriklerinde zaman içerisinde nasıl bir değişim yaşandığını ve bu değişimin bireysel ve toplumsal hayata nasıl etki ettiğini kavramak. 2. Medya okuryazarlığının bireysel ve toplumsal öneminin kavranması. 3. Medyanın sunduğu içeriklerin üzerinde düşünülmesi gerektiğini kavrama. 4. İhtiyacı olan medya içeriklerine ve bilimsel bilgilere ulaşmak için farklı medya araçlarını kullanabileceğini fark etme. 5. Medya araçlarının sunduğu mesajları hem biçimsel hem de içeriksel olarak analiz etmek ve değerlendirmek. 6. Medya araçlarının sunduğu içerikleri kültürel değerler, ekonomik özellikler ve siyasi çerçevede değerlendirebilmek. 7. Ulusal ve evrensel değerler (insan hakları, etik, kişisel güvenlik,

mahremiyet, sorumluluk) ışığında özgün medya içerikleri oluşturmak. 8. Medya araçlarının kültür endüstrisi özelliğinin olduğunu fark etme ve milli kültürümüze uygun medya içerikleri üretmek ve tüketmek. 9. Gelişen yenilikçi medya içeriklerini takip etmek, araştırmak ve bunlarla ilgili yeni fikirler üreterek yaymak. 10. Medya içerikleri karşısında oluşabilecek sorunlara yönelik uygun tepkiler verebilmek (MEB, 2018).

Medya Okuryazarlığı Ulusal Birliğinin (National Association for Media Literacy Education - NAMLE) medya okuryazarlığı eğitiminin amacı ile ilgili olarak, tüm yaş kategorilerini içine alacak şekilde etkin ve eleştirel bakış açısına sahip olabilmek için bireysel özellikleri arasında olması gereken araştırma ve söylem yeteneklerini kazanmaları için onlara yardım etmektir (Scheibe ve Rogow, 2012, 36).

Medya eğitiminin amaçları Pungente (1985) tarafından aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

1. Öğrencilere eleştirel bakmayı, yorumlamayı ayrıntıları fark etmeyi öğretmek onların iyi bir okuyan, dinleyen ve izleyen olmalarına katkı sağlamak.
2. Geçmişten günümüze kadar medya araçlarının tarihsel gelişimi ile ilgili bilgi sahibi olmak.
3. Medyanın önemini kavramak ve temel amaçlarının farkında olmak.
4. Medyanın kendine has dilinin ve tekniklerinin önemini kavramak.
5. Medya içeriklerini üretirken içeriklerle alakalı politik, ekonomik, kültürel ve toplumsal etmenleri bilmek.
6. Medyanın kendine özgü becerilerinin farkında olmak ve bu becerilerin geliştirilmesini sağlamak.
7. Medya mesajlarının farkında olma, analiz etme, yeniden yorumlama ve değerlendirme süreçlerini öğrenmek.
8. Medyanın topluma olan etkisinin bilincinde olma ve bu etkilere yönelik bir anlam oluşturmak.
9. Medyanın sunduğu içerikleri kendi kriterlerimize göre seçerek bu içerikleri kullanmayı öğrenmek.
10. Öğrencilerin kendi yetenekleri ile ortaya koydukları medya ürünleri sayesinde bireysel özelliklerini diğer insanlara tanıtmaya imkanı sunmak (Pungente, 1985; akt. Kansızoglu, 2016).

Considine, Amerika Birleşik Devletlerinde medya okuryazarlığının amaçlarını “koruma, hazırlama ve eğlence” olarak belirtmiştir. Buradaki korumadan kasıt medya içeriklerine maruz kalan bireylerin ki bunlar içerisinde en çok çocuk ve gençlerin medya üzerinden gelebilecek olumsuz özelliklere (hırsızlık, güvenlik, alkol, sigara, cinsellik ve uyuşturucu) karşı savunulmasını amaçlamaktadır. Hazırlama aşamasında ise medya içeriklerine maruz kalan bireylerin medyaya karşı kendilerini savunacak donanım özelliklerine sahip olmaları gerektiğini belirtir. Son olarak eğlence aşamasında ise medya içeriklerine karşı bireylerin eleştirel bir bakış açısı ile yaklaşarak olumlu bir tutum sergilemeleri gerektiği üzerinde durulur (Considine’den akt. Altun, 2010).

Medya okuryazarlığının amaçları içerisinde önemli bir yeri de eleştirel yaklaşım oluşturmaktadır. Her yaştaki bireyin medyanın sunmuş olduğu içerikleri tüketirken mutlaka sorgulayıcı bir bakış açısı kullanmaları son derece önemlidir. Medya araçlarının sunduğu birbirinden farklı bilgi ve içerikleri değerlendirerek güvenilir olup olmadığı sorgulanmadan kullanılmamalıdır. Medya kurumlarının içerikleri sunarken kar amacı güttüğü unutulmamalıdır.

Bu yüzden bireylerin bu içerikleri tüketirken nasıl oluşturulduğu ve hangi amaca hizmet edebileceği derinlemesine düşünülerek hareket edilmelidir. Elde edilen medya içerikleri bireysel amacımıza uygun olarak yeniden düzenlenerek başka bir etkileşimde kullanılmalıdır. Bu şekilde etkin, duyarlı, eleştirel ve yaratıcı bir vatandaş gibi davranılmasının sağlanması medya okuryazarlığının amacı olmalıdır (Dolanbay, 2018).

Medya okuryazarlığı eğitiminin amacı, öğrenciler başta olmak üzere bireylerin, medya kurumunun yapısı ve işleyişini öğrenmelerini, kurgu ile gerçeği birbirinden ayırarak bu içerikleri bilinçli bir şekilde değerlendirebilmelerini sağlamak ve onlara medya içeriklerini eleştirel bir şekilde izleme ve medya ile ilgili doğru soruları sorup doğru yanıtları bulabilmeleri konusunda gerekli donanımları kazandırmaktır. “Medya okuryazarlığı ile medya mesajlarını doğru okuyan, bu mesajları bilinçli bir şekilde çözümleyen ve bu çözümleme sonuçlarını dikkate alarak değerlendiren bilinçli bir kamuoyu oluşturmak amaçlanmaktadır” (Kurt ve Kürüm, 2010, s. 21).

Birleşik Krallığın (İngiltere) medya okuryazarlığı alanındaki öncü isimlerinden biri olan Len Masterman (1985) bireylerin medya eğitimi almaları için yedi nedenin bulunduğunu belirtmiştir. 1.Bireylerin medya içeriklerini yüksek oranda tüketmesi ve gelişmiş çağdaş milletlerin medya içeriklerine doyum sağlamaları. 2.Yeni dönemde oluşturulan medya içeriklerinin ideolojik amaçlarla üretilmeleri ve insanların duygularına hitap edebilmeleri. 3.Günümüz küreselleşen dünya ölçeğinde bilgi ve içeriklerin medya tarafından üretilmesi, dağıtılması ve yönetilmesi. 4.Günümüz bireysel ve toplumsal durumlarda hatta demokratik süreçlerin işleminde medya araçlarının giderek artan etkisi. 5.İnsanın olduğu her alanda iletişim çeşitlerinin ve bilginin öneminin artması. 6.Geleceği inşa etmenin en önemli yollarından biri olan çocukları ve gençleri eğitmenin öneminin artmış olması. 7.Ulusal ve uluslararası alanlarda gizli bilgiye karşı oluşan baskılar.

Sıralanan bu özelliklere bakıldığında önümüzdeki dönemlerde medya araçlarının kullanımı ve medya içeriklerinde bir artış olacağı öngörülmekte ve bu artan kullanım oranının getireceği olumsuz koşullar göz önünde bulundurularak bireylerin eğitimi üzerinde durulmaktadır. Bireylere etkileşim halinde oldukları medya içeriklerini analiz etmeleri ve eleştirel bakış açısıyla değerlendirmeleri gerektiği üzerine durulmuştur.

Medya okuryazarlığı ile ilgili enformasyon, propaganda, ikna, dezenformasyon, ileti, mesaj, imaj, sembol, temel kavramları öğretmek temel amaçtır. Eleştirel düşünebilme, soru sorma, medya ürünlerinin nasıl oluşturulduğu hakkında bilgi sahibi olmasını sağlama, medya mesajlarına karşı bilinçlendirme medya okuryazarlığı eğitiminin temel hedefleri arasındadır. Diğer amaçları da şu şekilde sıralamak mümkündür: Medyanın amacı, yapısı, işleyişi ve ekonomik yönü hakkında bilgilendirme, bilinçli medya kullanıcıları yaratma, bireylerin gerçek ile kurguyu ayırt etmelerini sağlama, Medyanın ürettiği kültürün (sanal kültür, şiddet kültürü, tüketim

kültürü, popüler kültür) tanınmasını sağlamak, zamanı daha iyi ve verimli kullanmalarını öğretmek.

Medya okuryazarlığı gelişen teknoloji ve artan medya içerikleri nedeniyle gerekli ve elzem olarak görülmektedir. Medya tekeli elinde tutan bazı kurum ve kuruluşların kar amaçlı yaklaşımları, ideolojik tutumları ya da bilinçli yönlendirmeleri nedeniyle medya okuryazarı olmak bireyler açısından önemli hale gelmektedir. Medyanın bireylere sunduğu içeriklerin doğru analizi, eleştirel bakış açısıyla yorumlanmasını zorunlu kılmaktadır. Akademisyenler tarafından medya okuryazarlığı eğitimi gerçekleştirilirken dikkat edilmesi gereken birçok ilke ve özellikler belirtilmiştir. Aşağıdaki bölümde alanda önemli katkılar sağlamış akademisyenlere ait ilkeler yer almaktadır.

Len Masterman'ın medya eğitimindeki 18 ilkesi: Medya okuryazarlığı konusunda İngiltere'de alanının önemli temsilcileri arasında kabul edilen Len Masterman 1985 yılında yazmış olduğu eseri "*Teaching the Media*" adlı kitabında medyanın nasıl bir işleve sahip olduğu ve medyanın nasıl bir süreç içerisinde işlediği ile ilgili bilgiler verir. Masterman'a göre medya eğitimi önemli ve ciddi bir alandır. Medya eğitiminin demokratik yapıyı desteklemesi gerekmektedir. Medya eğitiminin en önemli birleştirici gücü temsil edilme sürecidir. Medya bir tür aracı görevi görür. Medya gerçek dünyayı göstermez sadece onu temsil eder. Medya içerikleri sembol ve işaretlerden oluştuğu için yeniden çözümlenmesi gereklidir. Bu durum medya eğitimi için temel oluşturur. Diğer alanlar arasındaki etkileşimi sağlayan medyanın kendisidir. Medya eğitimi bireylerin yaşamı boyunca devam eden bir süreç olma özelliği taşır. Bu nedenle medya eğitimi verilirken öğrencilerin motivasyon ve ilgilerinin yüksek tutulması gerekmektedir. Medya eğitiminin amacı hem eleştirel zekayı arttırmak hem de eleştirel özerkliğin gelişmesine katkı sağlamaktır. Medya eğitimi araştırmacı ve sorgulayıcı bir özelliğe sahiptir. Belirli kültürel değerleri bireylere dayatmaz. Medya eğitimi güncel özelliklere sahip ve çeşitli fırsatları beraberinde getirir. Öğrenenlerin yaşamlarına katkı sağlayarak iyileşmesine yardımcı olur. Böylece bu günü tarihsel süreç içerisinde önemli bir konuma getirir. Medya eğitiminde içerik amaca ulaşmayı sağlayan bir araç görevi görür. Bu amaç alternatif bir içerikten çok analitik araçların geliştirilmesi sürecidir. Medya eğitiminin etkili olup olmadığı iki kıstasa göre ölçülebilir: ilki öğrencilerin öğrendiklerinden yola çıkarak eleştirel düşünme becerilerini yeni oluşan bir duruma uygulama becerileri, diğeri ise öğrencilerin motivasyonu ve benimsedikleri sorumlulukların derecesidir. Medya eğitiminde esas değerlendirme öğrencilerin kendi kendilerini değerlendirdikleri öz değerlendirmedir. Bu şekilde öğrenci hem seviye belirleme hem de biçimlendirici değerlendirme yapmış olur (Masterman, 1989).

Medya Okuryazarlığı Eğitimi Ulusal Birliği'nin (National Association for Media Literacy Education [NAMLE]) medya okuryazarlığı eğitimindeki 6 temel ilkesi: Medya Okuryazarlığı Eğitimi Ulusal Birliği (National Association for Media Literacy Education [NAMLE]) medya

okuryazarlığı eğitiminde önemli kabul edilen temel ilkeleri şu şekilde belirlemişlerdir. 1. Medya okuryazarlığı eğitim süreci medya araçlarından aldığımız ve bireysel olarak oluşturduğumuz mesaj içeriklerini eleştirerek bakış açısı ve sorgulayıcı değerlendirmeyi içermektedir. 2. Medya okuryazarlığı eğitimi bütün medya biçimlerini okuryazarlık kavramı içerisine dahil etmiştir. 3. Medya okuryazarlığı eğitimi her yaş kategorisinde herkes için çeşitli beceriler öğrenmelerini sağlar ve öğrendiklerini geliştirir. 4. Medya okuryazarlığı eğitimi demokrasi ile yönetilen toplumlar için elzem olan bilgili ve etkin katılımcılar oluşmasına katkı sağlar. 5. Medya okuryazarlığı eğitimi medyanın kültürün vazgeçilmez bir parçası olduğunu kabul eder. Aynı zamanda medyanın toplumsallaşmanın bir aracı olarak işlev gördüğünün farkındadır. 6. Medya okuryazarlığı eğitimi bireylerin becerileri, yaşantıları ve inançlarına bağlı olarak medya mesajlarını analiz edip eleştirip değerlendirdiğinin farkındadır (Namle'den akt. Erdem, 2018).

Patricia Aufderheide medya eğitimindeki 8 temel ilkeyi şu şekilde sıralamaktadır. 1. Medya içeriklerinin tamamı kurgusaldır. Medya gerçeği gösterir gibi başarılıdır fakat nihayetinde kurgusaldır. 2. Medya insanların gerçeklik algılarını yeniden kurgular. Her bireyin geçmiş yaşantısına bağlı olarak bir gerçeklik modeli vardır. Aslında gerçek sandığımız durumlar ya çevresel gözlemlerimiz ya da medyanın bize sunduğudur. Medya bu nedenle bireylerin gerçeklik algılarına sürekli olarak etki eder. 3. Medya içeriklerine maruz kalan bireyler bu mesajlardaki anlamı ve gerçekliği sürekli olarak analiz edip değerlendirir. Her birey geçniş yaşantılarının etkisiyle medyanın sunduğu içerikleri farklı şekillerde yorumlar ve değerlendirir. 4. Medyanın temel özelliği kar ve çıkar üzerine kurulmasıdır. Kamusal amaçlı bile kurulsaydı bir çok medya kurum ve kuruluşu para kazanmak ve rant elde etmek ister. Medya bu nedenle insan gruplarını bir pazar yeri gibi düşünür. Reklamları da bu nedenle bu insan gruplarına yönelir. 5. Medya ideolojik mesajlar içermektedir. Medya okuryazarı kişiler her medya içeriğinin bir ideolojik değer taşıdığının farkındadır. 6. Medya bireyler üzerinde sosyal ve siyasal etkiye sahiptir. Medya kurgusal bir özelliğe sahip olması nedeniyle toplumlar üzerinde ekonomik koşullar altında hem sosyal hem de siyasal etki mekanizmasına sahiptir. 7. Medya mesajları hem biçimsel hem de içerik olarak birbirleriyle doğrudan bağlantılıdır. Biçim ve içeriğin uyumu mesajın etki düzeyini ve işlevselliğini etkileyebilmektedir. 8. Medya içeriklerinin kendine özgü sanat ve estetik özellikleri vardır. Medya mesajları içerisinde yazı biçimi, renk uyumları, kontrast, kurgusal özellikler, ses durumu ve resim kalitesi gibi unsurlar mesajın etki düzeyini, anlam özelliklerini etkileyebilmektedir (Aufderheide, 2004).

Kanada Medya Okuryazarlığı Birliği'nin (Association for Media Literacy) 8 temel medya okuryazarlığı ilkesi: Kanada'da medya alanında yetkin olan Medya Okuryazarlığı Birliği (Association for Media Literacy), medya okuryazarlığının 8 temel kavramı olarak çeşitli medya okuryazarlığı ilkeleri belirlemiştir. Bu ilkeler aşağıda sıralanmıştır: 1. Medya içeriklerinin tamamı kurgulanmış içeriklerdir. 2. Medya bireyler üzerinde gerçeklik algısı oluşturur. 3. Medya

kurumlarının ekonomik kaygıları bulunur. 4. Medyanın sunduğu içerikler ideolojik fikirlere sahiptir. 5. Medya içerikleri hem sosyal hem de siyasal etkiler gösterir. 6. Bütün medya ortamlarının özgün bir sanat ve estetik şekli vardır. 7. Medya içerikleri içerik ve şekil açısından birbirini etkiler. 8. Medya içeriklerini takip eden bireyler geçmiş yaşantıları ölçüsünde mesaj içeriklerini yorumlarlar (Wilson ve Duncan, 2008, s.129-130).

Cyndy Scheibe ve Faith Rogow'un medya eğitimindeki 12 Temel İlkesi: Scheibe ve Rogow medya okuryazarlığı eğitimi sırasında dikkat edilmesi gereken on iki ilke bütünü oluşturmuşlardır. Oluşturulan bu ilkeler şu şekilde sıralanmıştır: 1. Medya eğitimi alan bireylere eleştirel düşüncelerini sağlayacak soru içerikleri sorularak öğrencilerin analiz eleştiri becerileri ve iletişimlerini geliştirmek. Öğrencilerin kaynakların güvenilirliğini sorgulamalarını sağlamak. Her bireyin medya içeriklerine farklı tepkiler verdiğini belirtmek. Öğrencilerin içerikler hakkında tartışmalarını sağlamak. Öğrencilerin medya içeriklerini analiz edip değerlendirmelerini sağlamak. Öğrencilerin medya içeriklerini üretmede yaratıcılıklarını geliştirmek. 2. Medya eğitimi alan bireylere herhangi bir konuda ayrıntılı araştırma ödevi vererek ilgiyi arttırmak. Öğrencilerin ilgisini çekmek adına çeşitli etkinlikler (video izlemek, makale okumak, şiir ya da müzik dinlemek, grup tartışması) yapmak. 3. Öğrencilerin geçmiş yaşantılarından yola çıkarak güncel konular ile ilgili örnek olay üzerinde tartışmak ve öğrencilerin önceki yaşantılarının medya mesajlarına etkisini öğrenmek. 4. Öğrencilerin bir tek medya kaynağı kullanmak yerine medya kaynaklarını çeşitlendirerek bunları birer eğitim aracı haline dönüştürmek. Bu amaçla farklı medya kaynakları örneği sunma, çeşitli medya kaynaklarını karşılaştırma, resim, video, metin, müzik gibi değişik medya içeriklerini kullanmak, öğrencileri bir konu hakkında derinlemesine araştırma yapmaya cesaretlendirme, anormal medya içeriklerinin incelenmesini isteme, öğrencilerin medya içeriklerinin güvenilirliği konusunda eleştirel yaklaşımlarını sağlama ve öğrencilerin metin çalışmaları tasarlayarak kullanmalarını istemek gibi etkinlikler yapılabilir. 5. Medyanın sunduğu içerikler içerisinden anormal bir konu belirlenerek bilgi kirliliğini analiz etmek ve bilgi kirliliğine neden olan kaynakları tespit etmek. Öğrencilerin anormal olayları fark etmeleri, medya mesajlarındaki dil özelliklerini kavrama, Öğrencilerin medya içeriklerindeki açık ve gizli mesajları fark etmelerini sağlama ve öğrencilerin kendi medya içeriklerinde bunları uygulamalı olarak yaptırmak. 6. Öğrencilerin medya içeriklerini nasıl değerlendirmeleri gerektiği öğretilerek öğrencilerde kişisel bir bakış açısı geliştirmek. Öğrencilerin içerik seçimlerini etkileyen nedenleri fark etmelerini sağlamak, medya mesajlarının anlaşılması için doğru soruları sormak, medya içeriklerinin kurgu mu yoksa gerçek mi olduğunu ayırt etmek, hangi medya kaynaklarının güvenilir olup olmadığını tespit etmek, çeşitli türden mesajları kullanmanın nedenleri üzerinde durmak, öğrencilerin kendi mesaj iletilerinin özelliklerini kavramalarına sağlamak, medya içeriklerini oluşturanlar hakkında bilgi sahibi olmak ve medya içeriklerinin kimlere çıkar sağladığının farkında olmaları önemli özelliklerdir. 7. Medya araçlarının sunduğu çeşitli türden

(resim, video, müzik, film, belgesel) mesajları sunulma özellikleri açısından karşılaştırmak. Bu konuda öğrencilerden çeşitli medya araçlarında sunulan bilgileri karşılaştırmaları ve farklarını ortaya çıkarmaları istenebilir. Öğrenciler medya araçlarının sunduğu mesajların alıcılar tarafından nasıl anlaşıldığını tespit edebilirler. Öğrenciler medya araçlarının gizli ya da özel bir mesajı alıcılara nasıl ulaştırdıklarını analiz edebilirler. Öğrenciler kendi mesaj içeriklerini oluşturarak bu mesajları alıcılara etkili bir biçimde ulaştırmaları istenebilir. 8. Medya araçlarının bir konu üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduklarını ve medyanın süreç üzerindeki durumunu fark etmek. Öğrenciler bu amaçla güvenilir bilginin tespitini, medyanın bir bilgiye etki düzeyini, güncel olan medya özelliklerini ve diğer ülkelerdeki medya kültürünü öğrenebilirler. 9. Öğrenciler medyayı okuma ve yazma yeterliliklerini arttırmak için basılı medyayı (gazete, dergi, kitap, blog, web sayfası) takip edebilir ve kendilerine özgü içerikler oluşturabilir. Bunun için metinlerdeki dil özelliklerini tespit etmek, medya içerikleri ile ilgili örnekler oluşturmak, internette araştırma ve projeler geliştirmek ve medya içeriği sunan öğrencilerin takip edilebilirliklerini arttırmak önemlidir. 10. Öğrencileri kendileri için özel ilgi alanlarındaki konular ile ilgili araştırmaya teşvik ederek kendi dünya görüşlerini bu konular üzerinden medyada paylaşımları sağlanır. Öğrenciler kendi duygu ve fikirlerini çeşitli medya araçlarını kullanarak sunabilirler. Öğrencileri eleştirilebilecekleri konusunda bilgilendirerek onları yılmamaları konusunda desteklemek. Güncel medya konularını bilimsel ortamlarda tartışmak. Öğrencilerin kendi medya mesajlarının hedef kitlelerini belirlemelerini isteyerek, gerçek hedef kitlenin tespit edilmesini sağlamak. 11. Öğrencilerin bir medya içeriği seçerek medya içeriğindeki doğru ve yanlış yerleri tespit etmelerini ve medyayı bir araç gibi kullanarak değerlendirme yapmalarını sağlamak. Öğrencilerin sabit medya içeriklerini değerlendirmelerini sağlamak, öğrencileri gruplara ayırarak uydurma medya içerikleri yaptırarak konuyu kavramalarına katkıda bulunmak, öğrencilere medya içeriği sunduktan sonra gözlem ve muhakeme yeteneklerini geliştirecek sorular sormak önemlidir. 12. Öğrencilerin medya içeriklerini analiz etmeleri konusunda sosyal kurumlarla işbirliği yapmalarını sağlamak ve onları toplulukla birlikte hareket etmeye yöneltmek. Öğrencilerin toplumsal hizmet kuruluşları ile işbirliği yapmaları için teşvik etmek, akran öğretimini yaygınlaştırmak, veri elde etmede çeşitli kurumları (televizyonlar, gazeteler, sosyal medya platformları, bloglar, elektronik gruplar) kullanmayı öğrenmek ve öğrencilerin çevresinde bulunan bireyleri medyayı kullanmaları yönünde desteklemek önemlidir (Scheibe ve Rogow, 2008).

Silverblatt, vd. (2014) medya okuryazarlığı eğitiminin yedi temel ilkesi olduğunu öne sürerler. Bu ilkeler şu şekilde sıralanmıştır: 1. Kitle iletişim kanalları kullanılarak medya içeriklerinin nasıl anlamlandırılması gerektiği ve medya programlarından hangilerinin seçilmesinin daha iyi olduğuna dair eleştirel bakış açısını geliştirilmek. 2. Kitle iletişim sürecinin hangi aşamalardan geçtiğine dair süreci anlamak. 3. Medya içeriklerinin kişisel ve toplumsal

etkilerinin farkına varmak. 4. Medyanın sunduğu mesaj içeriklerini analiz ederek yeniden yorumlama becerisi geliştirmek. 5. Medya mesajlarının bireylerin düşünce dünyasına katkı sağlayan ve günümüz kültürünü şekillendiren metinlerden oluştuğunun farkına varmak. 6. Medya içerikleri bireysel gelişime yüksek katkı sağlayarak bireyde eğlenme, motivasyon, onaylanma gibi becerilerin gelişimine katkı sağlar. 7. Medya dünyasında etkili iletişim becerilerinin gelişmesi için bireylerin sorumluluk bilinci içerisinde hareket ederek medya mesajı üretebilmelerini sağlamak (Silverblatt vd. 2014, s.4-6).

Medya eğitimi üzerine oluşturulmuş bu ilkeler araştırmacıların yapmış olduğu çalışmalar üzerinden hareketle kendi bakış açılarını yansıtmaktadır. Medya okuryazarlığı alanı içerisinde geçerli ilkeler üzerinde bazı ortak yönler bulunsa da tam olarak birbirleri ile ortak ilkeler olmadığı görülmektedir. Bütün bunlara rağmen medya eğitime katkı sağlamış olmaları oldukça önem taşımaktadır.

2.6. Dünyada ve Türkiye’ de Medya Okuryazarlığı Eğitimi

Avrupa ülkelerinde ve dünyanın gelişmiş ülkelerinin çoğunda medya okuryazarlığı dersi zorunlu olarak okutulmaktadır. İki farklı ekolden Avrupa ve Amerika ekolünden bahsedilmektedir. Amerikalılar daha çok ürün oluşturma konusunda ön planda iken, Avrupa ise özellikle İngiltere merkezli teorik ve eleştirel yaklaşım ön plandadır. Avrupa da medya okuryazarlığı dersi farklı adlar altında teknoloji okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, elektronik okuryazarlığı, bilgisayar okuryazarlığı, televizyon okuryazarlığı, enformasyon teknolojisi okuryazarlığı, görsel okuryazarlık başlıkları altında verilebilmektedir.

Medya okuryazarlığının dünya ölçeğinde gelişmesi ülkeden ülkeye kızıdan kıtaya değişiklik göstermektedir. Bazı ülkelerde medya okuryazarlığı eğitim konusu iken bazı ülkelerde kültür konusu olarak görülmüştür. Medya okuryazarlığı eğitimi dünya genelinde önemi artarak devam eden bu süreç olarak birçok ülkede eğitimin alt kademelerine doğru yayılmaktadır. Özellikle Batılı devletler medyanın etkilerinin giderek genişlemesi nedeniyle çocukları ve gençleri korumak adına daha fazla çaba göstermektedirler. Bu nedenle birçok ülkede medya okuryazarlığı sadece bir eğitim alanı olarak değil aynı zamanda toplumsal araştırma ve projelerin konusu, demokratik gelişim sürecinin bir parçası olarak görülmektedir. Medya araç ve teknolojilerinin eğitim kademelerinin her alanında kullanılmaya başlamasıyla birlikte birçok kurum ve kuruluş medya okuryazarlığı eğitimi üzerinde ciddi bir şekilde kafa yormaktadır (İnal, 2016, s.71).

Dünya genelinde özellikle 19. yüzyılın sonlarına doğru gelişme göstermiş olan medya okuryazarlığı alanı ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Lee (2010) medya eğitimini ülkeler bazında üç kategoride incelemiştir. 1. kategorideki ülkeler medya konusunda ileri düzeydedir. Medya eğitimi bu ülkelerde oturmuş bir düzene sahiptir. Medya okuryazarlığı dersi bu ülkelerin bazılarında zorunlu ders statüsünde iken bazılarında seçmeli ders olarak okutulmaktadır. Bu

ülkeler, Avusturya, İngiltere, Kanada, Finlandiya, Danimarka, Norveç, İsveç, İsviçre, Hollanda ve Fransa'dır. 2. kategorideki ülkelerde medya eğitimi gelişimini tamamlama aşamasındadır. Bu ülkelerde medya eğitimi daha çok öğretmenler tarafından ve devlet tarafından desteklenmektedir. Bu ülkeler, ABD ve Almanya'dır. 3. kategorideki ülkelerde ise medya eğitimi çok gelişmemiştir. Bu ülkeler ise, Türkiye, Japonya, Çin, Filipinler, Tayvan, Hong Kong, Hindistan, Rusya ve Latin Amerika ülkeleridir (Lee'den akt. Görmez, 2014a).

Medya okuryazarlığı konusunda UNESCO'nun önemli bir yeri bulunmaktadır. UNESCO medya okuryazarlığı konusunu 1960'lardan itibaren ele alarak konu ile ilgili farkındalık oluşturmuştur. UNESCO'nun yayınladığı ilk çalışma 1977 yılında yayınladığı "Eğitimde Medya Çalışmaları" adlı yayınıdır. Bu belge ile medya okuryazarlık eğitimi ile ilgili durumlar ortaya konmuştur. İkinci yayınlanan çalışma ise 1978 yılında Finli medya uzmanı tarafından yayınlanan "Kitle İletişim Eğitimine Yönelik Genel Bir Program Modeli" adlı yayındır. Bu yayın ile amaç medya okuryazarlığı eğitiminin tarihsel süreç gelişimini incelemektir (Altun, 2010).

UNESCO 1982 yılında yaptığı bir toplantı sonrası yayınladığı bildiride medya okuryazarlığı kavramının yaygınlaşmasına katkı sağlamıştır (İlhan, 2014). Kurumun en önemli amaçlarından biri bireylerin bilgiyi ve medyayı eleştirel bakış açısı ile algılama, yorumlama ve değerlendirerek kullanma becerilerinin gelişmesini sağlamaktır. Bu amaçla kurum iki konu üzerinde önemle durmaktadır. Birincisi ülkeler düzeyinde medya okuryazarlığı eğitiminin desteklenmesi, ikincisi ise medya okuryazarlığı eğitimini verecek eğitimcilerin yetiştirilmesidir. 2000'li yıllardan itibaren UNESCO medya okuryazarlığı alanını farklı boyutları ile ele almaya devam etmektedir (Hasdemir ve Demirel, 2012).

UNESCO'nun 1982 tarihinde Almanya'da yapılan Grunwald "*Uluslararası Medya Eğitimi Sempozyumu*" sonrası sırasıyla aşağıdaki çalışmaları yürütmüştür: 1. Ürdün'de (1983) "*Eğitim Sürecinde Öğretmenlerin Kitle İletişim Araçlarını Kullanımı*" temalı çalıştay, 2.Toulouse'ta (1990) "*Medya Eğitiminde Yeni Yönelimler*" konferansı, 3.Viyana'da (1999) "*Medya ve Dijital Çağ İçin Eğitim*" konferansı, 4.Seville'de (2002) "*Gençler İçin Medya Eğitimi*" semineri, 5.Paris'te (2007) ve Riyad'da (2007) Ortadoğu'daki ilk uluslararası medya eğitimi konferansı yapılmıştır. Bununla birlikte UNESCO'nun yaptığı çalışmalar bunlarla sınırlı değildir. Yaptığı çalışmalar arasında konferanslar, seminerler, çalıştaylar, sempozyumlar, basılan kitaplar, makaleler, raporlar, kapsamlı araştırmalar, bibliyografyalar, öğretim programları mevcuttur. Medya okuryazarlığı eğitiminin gelişiminde UNESCO'nun çok önemli işlevleri olmuştur.

Son dönemde medya okuryazarlığı eğitiminde önemli çalışmalar yapan bir diğer kuruluş ise Avrupa Birliğidir. Avrupa Birliği birçok ülkede farklı kuruluşlar aracılığıyla medya eğitimi için çalışmalar sürdürmektedir. Medya okuryazarlığı kavramı 2000 yılındaki Lizbon Avrupa Konseyi'nde Avrupa Birliği'nin gündemine gelmiştir. Bu konseyde medya okuryazarlığı

konusunun üst düzeyde ele alınması gerektiği ve geleceğin Avrupası'nın temelinin iletişim teknolojilerine dayanacağı vurgulanmıştır (Hasdemir ve Demirel, 2012).

Avrupa Birliği medya okuryazarlığı eğitimi konusunda oldukça yeni sayılabilecek bir tarihte çalışmalar yapmasına rağmen son dönemde yapmış olduğu çalışmalar göz önüne alındığında birçok çalışmada adından söz ettirmeyi başarmıştır. Bu kadar kısa bir zaman diliminde hatırı sayılır ilerlemeler kaydetmelerinde Avrupa Birliği içerisinde yer alan İngiltere, (31 Ocak 2020 tarihinde birlikten ayrılmıştır) Fransa, Almanya ve Finlandiya gibi medya okuryazarlığı alanında ileriye gitmiş devletlerdeki bilgi birikimi etkili olmuştur.

Avrupa Birliği'nin medya okuryazarlığı alanında yaptığı en önemli çalışmalardan biri de 2006 yılında Medya Okuryazarlığı Uzman Grubunun (The Media Literacy Expert Group) oluşturulmuş olmasıdır. 34 uzman ve akademisyenden oluşan grubun öncelikli amacı medya okuryazarlığı alanındaki durumu analiz edip yeni öneriler geliştirmektir. Bu grubun yapmış olduğu iki önemli çalışma vardır. Birincisi Halka Danışma (Public Consultations) etkinliğidir. Burada halkın nabzının ölçülmesi ve alandaki eğilimlerin tespiti hedeflenmiştir. İkincisi ise "Avrupa'da Medya Okuryazarlığı İle İlgili Güncel Eğilim ve Yaklaşımlar" (Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe) başlıklı çalışmadır. Bu çalışmanın amacı Avrupa Birliği'nin medya okuryazarlığına bakış açısının ayrıntılı öğrenilmesi, medya alanında gelinen noktanın tespiti, medya alanı ile ilgili tavsiye ve öneriler yer almaktadır.(EU, 2007; akt. Altun, 2010).

Avrupa Birliği'nin yapmış olduğu diğer çalışmalar:

- 1.Güvenli İnternet (The Safer Internet Plus, 2004-2008) programı,
- 2.Medya 2007 (MEDIA 2007) programı,
- 3.E-Öğrenme Girişimi programı,
- 4.Avrupa Vatandaşlığı İçin Medya Eğitimi (EMECE) projesi

Medya okuryazarlığı alanında Avrupa Birliği'nin çalışmaları 2000'li yıllardan sonra yoğunluk kazanmıştır. Bu çalışmalardaki temel amaç Avrupa Birliği içerisindeki medya okuryazarlığı alanındaki gelişmelerin tespit edilmesi ve bu doğrultuda öneriler getirmektir. Avrupa Birliği çalışmalarını ortak amaç çatısı altında toplamış ve ortak politikalar üretmek için çaba göstermiştir. Avrupa vatandaşlığının gelişmesi için medya okuryazarlığı alanı bir tür araç olarak kullanılmıştır.

Buraya kadarki bölümde medya okuryazarlığı alanında UNESCO ve Avrupa Birliği'nin yürüttüğü çalışmalar verilmiştir. Hem UNESCO hem de Avrupa Birliği medya okuryazarlığı alanında önemli çalışmalar yürütmüştür. Medya okuryazarlığı alanına yaptıkları katkılar yadsınamaz. Günümüzde de bu katkıların artarak devam edeceği kuşkusuzdur. Ancak dünya genelinde birçok ülkede medya okuryazarlığı alanı ile ilgili farklı çalışmalar yürütülmüştür. Bunlardan bazılarını inceleyelim.

ABD, medya okuryazarlığı alanında öncü ülkeler arasında bulunmaktadır. ABD'nin 50 eyaleti bulunmaktadır. Bu eyaletlerin her birinde ayrı yasalar ve eğitim programları uygulanmaktadır. 1960 ve 1970 yıllarında ABD'de medya eğitimi ile ilgili birçok proje hazırlanmış ancak bunlar kısa ömürlü olmuştur. Medya eğitimcileri tarafından ABD'de televizyon kültürüne karşı savunmacı bir yaklaşım benimsenmiştir. ABD'de 1970'li yıllarda çocukları korumacı yaklaşıma göre medya içeriklerinden koruma amaçlanırken daha sonraları sırasıyla eleştirel yaklaşım ve güçlendirmeci yaklaşım benimsenmiştir. ABD medya içeriği üretmede dünyada lider medya okuryazarlığı içeriği üretmede ise liderler arasındadır. Medya eğitimi alan öğrenciler genelde analiz ve eleştiri yapabilirken ırksal çeşitliliği bulunan ülkede siyah öğrenciler için aynı gelişimden söz etmek güçtür. 1980'li yıllarda medya projelerini destekleme durumu sekteye uğramış 1990'lı yıllarda desteklenmesi yönünde ivme kazanmış ve yeni müfredatlar hazırlanmış, medya eğitimi yükselişe geçmiştir.

1992 yılında Aspen Enstitüsü tarafından düzenlenen geniş katılımlı ilk medya okuryazarlığı konferansı düzenlenmiştir. Bu konferansa göre “altyapı, bilgi, bilgiyi yayma ve işbirliğine dayalı ağ” olmak üzere acil gereksinim sayılan dört kavram belirlenmiştir. Bu konferansın temel özelliklerinden biri de eğitimcilerin eğitilmesi gerekliliğidir (Bilici, 2020, s.69). 1990'lı yılların ortasına doğru hükümetlerin ilgisi medyaya yönelmiş medyadaki şiddet ana gündem olmuştur. Şiddet ile ilgili çalışmalar düzenlenmiştir. Hükümetlerin bu dönemdeki yaklaşımı alkol, uyuşturucu, obezite, cinsellik ve şiddet gibi unsurlara karşı toplumu medya içeriklerine karşı korumacı anlayış içerisinde bilinçlendirmektir. Medya içeriklerine karşı bu dönemde akademisyenlerin ve üniversitelerin ilgisi artmıştır. 2000'li yıllarda medya okuryazarlığı alanına ilgi iyice artmış ve birçok örgüt çeşitli çalışmalara destek vermiştir. 2010'lu yıllarda araştırma sonuçlarına göre medyanın öneminin herkes farkında olup çocukların ve gençlerin korunması yönünde çalışmalar yapılmaktadır. ABD'de medya okuryazarlığı konusunda yeterli ilerlemenin sağlanamamasının nedenleri arasında, reklamcılarının ve film şirketlerinin baskısı, maddi sıkıntılar, karışık müfredat içeriği, muhafazakar yönetimler, medya eğitiminin ebeveynlere bırakılması gibi maddeler sıralanabilir. ABD'de medyanın gelişmesine özel sektör ve kar amacı gütmeyen kuruluşlar katkı vermektedir (Bilici, 2020, s.70).

Kanada, Medya okuryazarlığı alanına çok önemli katkılar sağlamış bir devlet olarak Kanada'da ilk medya eğitimi 1960'lı yıllarda ilköğretim ikinci kademe öğrencilerine verilen “ekran eğitimi” dersleri ile başlamıştır. Kanada'daki medya eğitim sürecini Amerika'nın popüler medya kültüründen ayrı tutmak zordur. Kanada'da çeşitli eyaletlerin bulunması nedeniyle medya eğitimi de farklılaşmaktadır. Bu konuda birlik sağlamak amacıyla Kanada Medya Eğitimi Kuruluşları Derneği (the Canadian Association of Media Education Organizations; CAMEO) kurulmuştur. Medya farkındalığı oluşturmak amacıyla Kanada Öğretmenler Birliği (CTF) ve MNet tarafından düzenlenen “Medya Okuryazarlığı Haftası” kutlanmaktadır (Altun, 2010).

İngiltere, medya okuryazarlığı alanında köklü geçmişi olan devletlerden biridir. İngiltere’de medya eğitimi çeşitli ülkelerde olduğu gibi film sektörünün incelenmesinde doğmuştur. 1930’lu yıllardan itibaren İngiltere’de medya içerikleri ile ilgili bilgi vermek amacıyla İngiltere Film Enstitüsü(BFI) kurulmuştur. İngiltere’de medya eğitimi başlangıçta korumacı yaklaşım ile hareket etmiştir (Koç, 2016). İngiltere’de medya eğitimi birkaç dönem halinde incelenmektedir. Medya eğitiminin başlangıç yılları olan 1930’lu yıllarda ayırt etme dönemi, 1960’lı yıllarda kültürel çalışmalar ve popüler sanatlar dönemi, 1970’li yıllarda ise ekran eğitimi ve sır çözme dönemi olarak adlandırılan dönemler geçirmiştir (Çakmak, 2010).

Finlandiya, Baltık ülkelerinden biri olarak ilk medya eğitimini 1950’li yıllardan itibaren vermeye başlamıştır. Bu dönemde kitle iletişim araçları sınıf ortamında aktif olarak kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle öğrenciler için eğitici filmlerin kullanılmasına dikkat edilmiştir. Gösterilen filmlerin uygunluğunu denetlemek amacıyla çeşitli merkezler kurmuşlardır. Kitle iletişim araçlarının içeriklerine maruz kalan bireylerin de medya eğitimi almaları için çalışılmıştır. Filmler ve sinema medya eğitiminde bir araç olarak kullanılmıştır. Medya eğitimi için öğrencilerin metin çözümlemeleri yapmaları teşvik edilmiştir. Medya eğitimini verecek öğretmenlerinde yetiştirilmesi için çeşitli kurslar açılmıştır.

Finlandiya’da medya alanında yapılan çalışmalar:

- 1.Finlandiya, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development),
- 2.Kanguru internet sitesi, Finlandiya Ulusal Eğitim Komitesi’nce (Finnish National Board of Education) destek görmektedir.
- 3.Öğretmen TV (Opettaja TV),
- 4.Duyu Projesi (Tunne Project), (öğretmen, öğrenci ve ebeveyn eğitimi),
- 5.Medya Pusulası (Media Compass),
- 6.Medya Otobüsü (Media Bus) (Alagözlü, 2012).

Avustralya, eyaletlere ayrılmış bir ülke olmasına rağmen eğitim müfredatı eyaletler arasında değişiklik göstermez. Medya eğitimi konusunda bu ülkede bulunan öğretmenlerin çabaları diğer ülkelere de örnek teşkil etmektedir. Öğretmenlerin istekli ve gönüllü çalışmaları nedeniyle teorik ve pratik medya eğitiminde Avustralya’nın ön plana çıkmasını sağlamıştır. Avustralya 1970’li yıllardan itibaren bütün okullarında medya eğitimi ile ilgili ünitelerin bulunmasını sağlamıştır. Avustralya’nın günümüzde medya eğitiminde başarılı olmasındaki en önemli nedeni bu yıllardan itibaren ciddi bir eğitim süreci sürdürmesinden kaynaklanmaktadır. Avustralya medya eğitimini 1990’lı yıllardan itibaren zorunlu hale getirmiştir. Avustralya’nın en önemli kurumlarından biri olan, dünya çapında ün yapmış, öğretmenler tarafından kurulmuş ve geliştirilmiş örgütün adı *Australian Teachers of Media* (ATOM) örgütü medya eğitimi alanını yönetmektedir. Medya eğitiminde üniversiteler ve akademik yapı oldukça gelişmiş durumdadır.

Medya okuryazarlığı birçok üniversitede ders olarak verilmekte ve medya okuryazarlığı uzmanlık eğitimi verilmektedir (Bilici, 2020 s.87).

Çin, medya eğitiminde geç kalmış ülkelerden biridir. Çin’de medya eğitimi çalışmaları 2000’li yıllardan itibaren uygulanmaya başlamıştır. Medya eğitiminin başlamasında Tayvan ve Hong-Kong ülkelerinin etkisi vardır. Son dönemde birçok üniversite medya eğitimi ile ilgili akademik araştırmalar yürütmektedir. Çin’de medya eğitiminin gelişmesinde en büyük pay sahibi devlet ve eğitimcilerdir (Görmez, 2014).

Fransa, medya eğitimi konusunda öncü ülkeler arasında yer almaktadır. Fransa’da 1920’li yıllarda film sektörüyle başlayan medya eğitimi korumacı yaklaşımı benimsemiştir. Öğretmenler tarafından verilen sinema okuryazarlığı ile öğrenciler film ve resim yorumlama becerilerini geliştirmiştir. Ancak uzmanlar tarafından bunların yeterli olmadığı analiz ve değerlendirmenin de yapılması gerektiği üzerinde durulmuştur. Fransa’da 1970’li yıllarda akademik çevreler tarafından medya eğitimi üzerinde durulmuş ve okullarda medya eğitimine önem verilmiştir. 1983 yılında *Eğitim ve Medya İrtibat Sağlama Merkezi* (CLEMI) kurulmuş ve medya eğitiminin gelişmesi için çabalamıştır. Fransa’da 2000’li yıllarda “Educaneet” adlı bir program geliştirilmiştir. Bu program ile medya içeriklerine eleştirel bir bakış açısı kazandırılması hedeflenmiştir. Fransa’da medya eğitimi birçok dersin program içeriğinde olmakla beraber seçmeli ders statüsünde okutulmaktadır (Koç, 2016).

Macaristan, 1980’li yıllarda komünist rejimler tarafından yönetildiği dönemlerde bu rejimler medyanın etkinliğinin farkına varmışlardır. Bu nedenle film eğitimi ile başlayan medya eğitimi 1990’lı yıllarda okullarda ders olarak verilmeye başlanmış, 2000’li yıllarda ise zorunlu ders olarak müfredata girmiştir. Macaristan’da medya eğitimi birinci sınıftan başlayıp on ikinci sınıfa kadar devam etmektedir. İlkokulda medya içeriklerinin temel özellikleri, ortaokulda eleştirel bakış açısı, lisede ise yorumlama ve üretim üzerinde durulmaktadır. Ayrıca öğretmen eğitimlerine de önem verilmektedir (Uyar, 2020).

Almanya, medya eğitimi alanını başlangıçta okullarda zorunlu tutmayan korumacı bir yaklaşım tarzı benimsemiştir. Almanya’da medya eğitimi gönüllülük esasına göre verilmekte olup öğretmenlerin eğitimi de tavsiye niteliğindedir. Medya eğitimi ile hedeflenen öğrencileri medya içeriklerinin zararlarından korumak ve medya kullanım yeteneklerinin geliştirilmesini sağlamaktır. Medya eğitiminde genelde medya metinlerinden yararlanılmaktadır. Medya hakkında öğretim yerine medya ile öğretim düşüncesi egemendir. Öğrencileri günlük medya kullanımları hakkında bilgilendirerek eleştirel tutum geliştirilmesi hedeftir. Okullarda değişik donanım ve materyallere sahip medya sınıfları bulunmaktadır. Ayrıca öğretmenlerle beraber medya kurumlarını ziyaret etmeleri sağlanmaktadır (Bilici, 2020, s.101).

Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimi 2000’li yıllardan itibaren tartışılmaya başlanmıştır. Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimi çok yeni bir alan olmakla birlikte medyanın

eğitim aracı olarak kullanılması oldukça eskidir. İlk medya okuryazarlığı örneği 1911 yılındaki Mehmet Said Paşa'nın Gazete Lisansı adlı medya okuryazarlığı çalışmalarıdır. Türkiye'de medya okuryazarlığı eğitiminin ilk kez gündeme gelmesi 2003 yılındaki iletişim şurasında olmuştur. RTÜK tarafından düzenlenen iletişim şurasının sonuç bildirisinde medya okuryazarlığına değinilmiştir (İlhan, 2015).

Medyanın yaydığı şiddet içeriklerinin çocuklar üzerinde etkili olması sonrası eğitimciler ve akademisyenler tarafından kitle iletişim araçlarının olumsuz etkileri olduğu konusu dillendirilmeye başlamıştır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu konuyu önemsemiş üniversiteler, kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşlarının katılımı sonucu yapılan 2004 yılındaki Şiddeti Önleme Platformunda ilk kez medya okuryazarlığı dersinin ilköğretim okullarında okutulması önerilmiştir. Bunun sonucunda medya okuryazarlığı dersinin okutulması Medya Alt Komisyonu raporunda ve eylem planında yer almıştır. Üst Kurul bu gelişmeler üzerine Milli Eğitim Bakanlığına medya okuryazarlığı dersinin verilmesinin önemli olduğu ile ilgili yazı göndermiştir (Altun, 2008). RTÜK, medya okuryazarlığı eğitimi konusundaki farkındalığı arttırmak için Avrupa Konseyi tarafından hazırlanmış olan *İnternet Okuryazarlığı El Kitabı*'ni ve UNESCO tarafından hazırlanan *Medya Eğitimi Seti*'ni Türkçeye çevrilmiştir (RTÜK'ten akt. Görmez, 2014).

Medya okuryazarlığı çalışmalarının yürütülmesi amacıyla RTÜK bünyesinde uzmanlardan ve akademisyenlerden oluşan bir komisyon kurulmasına karar verilmiştir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu uzmanları, Selçuk Üniversitesi, Ankara Üniversitesi ve Gazi Üniversitesi akademisyenlerinin yer aldığı bir komisyon kurulmuştur. Komisyon Avrupa ve ABD'deki medya okuryazarlığı alanı ile ilgili incelemeler ve araştırmalar yapmıştır (Hasdemir ve Demirel, 2012).

Medya okuryazarlığı eğitimi konusunda en önemli aşamalardan biri 2005 yılında Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesinin düzenlemiş olduğu I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansıdır. Bu konferansın ardından medya okuryazarlığına dair ilgi artmış ve akademik çevrelerce araştırma konusu haline getirilmiştir. Üniversitelerde artan ilgi sonucu Milli Eğitim Bakanlığının ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun dikkatini çekmiştir (İnal, 2016, s.159).

Türkiye'de medya araçları konusunda en yetkili organ kuşkusuz Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'dur. Bu kurulun yetkileri arasında toplumun medyaya bakış açısının belirlenmesi amacıyla kamuoyu araştırmaları yapmaktır (RTÜK, 2019). 2000'li yıllardan itibaren medya farkındalığı adına bu amaçla RTÜK tarafından birçok çalışma yürütmüştür. Yürütülen çalışmalar aşağıda verilmiştir.

- 1.İlköğretim Çağındaki Çocukların TV İzleme Alışkanlıkları Araştırması (2006),
- 2.TV İzleme Eğilimleri Araştırması (2006),
- 3.TV Haberleri İzleme Eğilimleri Araştırması (2007),
- 4.Radyo Dinleme Eğilimlerinin Araştırması (2007),
- 5.Kadınların TV İzleme Eğilimleri Araştırması (2007),

- 6.Almanya’da Yaşayan Türklerin TV İzleme Eğilimleri Kamuoyu Araştırması (2007),
- 7.Özürlülerin TV İzleme/Dinleme Eğilimleri Araştırması (2007),
- 8.TV’deki Spor Programlarını İzleme Eğilimleri Kamuoyu Araştırması (2008)
- 9.TV İzleme Eğilimleri Araştırması-2 (2009),
- 10.Radyo Dinleme Eğilimlerinin Araştırması-2 (2010),
- 11.Kadınların TV İzleme Eğilimleri Araştırması-2 (2010),
- 12.Medya Okuryazarlığı Dersinin Araştırması (2012),
- 13.Türkiye’de Çocukların Medya Kullanım Alışkanlıklarının Araştırması (2013),
- 14.TV İzleme Eğilimleri Araştırması-3 (2013),
- 15.Radyo Dinleme Eğilimlerinin Araştırması-3 (2014),
- 16.Medya Okuryazarlığı Araştırması (2016),
- 17.Radyo ve TV’de Türkçe kullanımı (2016),
- 18.Radyo ve TV Yayıncılığı Sektör Raporu (2016),
- 19.Medya Yoğunlaşması, Tekelleşmenin Denetimi ve Çoğulculuğun Kurulması Başlıklı Çalışma Raporu (2016),
- 1.TV Programlarındaki Şiddet İçeriğinin, Müstehcenliğin ve Mahremiyet İhlallerinin İzleyicilerin Ruh Sağlığı Üzerindeki Olumsuz Etkileri (2016),
- 2.2016 esi Vatandaş Bildirimleri Raporu (2017),
- 3.2017 esi Vatandaş Bildirimleri Raporu (2018),
- 4.Mart Ayı İzleyici Bildirimleri Ve Sektörel İstatistikler Raporu (2018),
- 5.Nisan Ayı İzleyici Bildirimleri Ve Sektörel İstatistikler Raporu (2018),
- 6.TV İzleme Eğilimleri Araştırması (2018),
- 7.Radyo ve TV’de Doğru, Güzel ve Anlaşılır Türkçe Kullanımının Yaygınlaştırılması Projesi (2018),
- 8.Çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıklarının ve Siber Zorbalığın Araştırması (2019),
- 9.Radyo Dinleme Eğilimlerinin Araştırması (2019),
- 10.Sağırların, İşitme ve Görme Engellilerin Görsel/İşitsel Medya Hizmetlerine Erişiminin İyileştirilmesi Çalıştayı Sonuç Bildirisi (2019), (RTÜK, 2021a; RTÜK, 2021b).

RTÜK yaptığı bu kamuoyu araştırmaları ile toplumun medyaya bakış açısını ve medyanın toplum üzerindeki etkilerini öğrenmeyi amaç edinmiştir. Ayrıca yapılan bu çalışmalar toplumda, akademik çevrelerde ve devlet nezdinde medya farkındalığı oluşturması bakımından önemlidir. Toplumu bilinçlendirerek medyaya karşı duyarlılık kazandırılmıştır. Bu çalışmalar dışında RTÜK tarafından yürütülen başlıca projeler şunlardır.

- 1.Akıllı İşaretler (Sembol Sistemi),
- 2.Medya Okuryazarlığı Dersinin Okullarda Okutulması,
- 3.İyi Uykular Çocuklar Proje Çalışması,
- 4.Çocuklarımız İçin İnternet Güvenliği,
- 5.RTÜK Çocuk Web Sitesi
- 6.Medya Okuryazarlığı Web Sitesi (RTÜK, 2021c).

Medya okuryazarlığı eğitimi ile ilgili ülkemizde atılan en önemli adımlardan biri RTÜK-MEB işbirliğinin hayata geçirilmesidir. Bu işbirliği sonucunda okullarda medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olarak okutulması sağlanmıştır. Televizyon, internet gibi medya araçlarının kullanımının çoğalması sonrası kitle iletişim araçlarının çocuklar üzerindeki olumsuz etki oranı önemli ölçüde artmıştır. Medyadaki şiddet, cinsellik, bağımlılık yapıcı madde, kültürel yozlaşma gibi unsurların çocuklar üzerindeki etkisinin artması ile medya eğitimi arasında bir bağ kurulabilir. İşbirliği çalışmalarının arttırılması amacıyla medya okuryazarlığı eğitimi çalışmaları için bir komisyon kurulmuştur. Bu komisyon İletişim Bilimleri akademisyenler grubu, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu uzmanları ve Talim Terbiye Kurulu Başkanlığından oluşmuştur. Oluşturulan komisyon tarafından “Medya Okuryazarlığı Dersi Taslak Öğretim Programı ve Öğretmen Kılavuzu” hazırlanmıştır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ve Talim Terbiye Kurulu Başkanlığı arasında 22 Ağustos 2006 tarihinde “Orta Öğretim Kurumlarına Medya Okuryazarlığı Dersi Konulmasına Dair İşbirliği Protokolü” imzalanmıştır. RTÜK tarafından 24 Kasım 2006 tarihinde *Uluslararası Medya Okuryazarlığı Paneli* düzenlenmiştir. Panelde medya okuryazarlığı eğitimine ilişkin uluslararası alanda etkin akademisyenler ve alan uzmanları fikirlerini beyan etmişlerdir (Binark ve Bek, 2007).

Milli Eğitim Bakanlığı Talim Terbiye Kurulu tarafından 31.08.2006 tarihinde “İlköğretim Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı” kabul edilerek uygulanmaya başlamıştır. Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim programı yapılandırmacı (inşacı) yaklaşım benimsenerek oluşturulmuştur. Buna göre öğretmenin rehberliğinde öğrencilerin geçmiş yaşantıları, çevresel faktörler ve öğrendiği bilgiler ışığında yeni beceri ve özellikler ulaşması hedeflenmiştir (Altun, 2008). İlköğretim Medya Okuryazarlığı projesi kapsamında Milli Eğitim Bakanlığı Talim Terbiye Kurulu kararıyla 2006-2007 eğitim öğretim yılında pilot olarak 5 ilde (Adana-Seyhan Dumlupınar İlköğretim Okulu, Ankara-Çankaya Ahmet Vefik Paşa İlköğretim Okulu, Erzurum-Merkez Barbaros Hayrettin Paşa İlköğretim Okulu, İstanbul-Bakırköy Şehit Pilot Muzaffer Erdönmez İlköğretim okulu, İzmir-Karşıyaka METAŞ İlköğretim Okulu) 780 7. sınıf öğrencisine medya okuryazarlığı dersi verilmeye başlanmıştır. Dersin Sosyal Bilgiler öğretmenleri tarafından verilmesi karara bağlanmıştır. Dersi verecek olan 20 Sosyal Bilgiler öğretmenine Ankara’da 4 gün süreyle “Eğitici Eğitimi Programı” uygulanmıştır. Medya okuryazarlığı dersinin 2007-2008 eğitim

öğretim yılından itibaren haftada bir saat seçmeli ders olarak okutulması kararlaştırılmıştır (Ulusoy, 2018; İlhan, 2015).

Hasdemir ve Demirel (2012) medya okuryazarlığı dersinin pilot olarak uygulandığı okullarda derse giren yedi öğretmen üzerinde derinlemesine mülakat yöntemiyle yapmış oldukları çalışmalarında dersin uygulanması hakkında olumlu ve olumsuz gördükleri yönleri tespit etmişlerdir. Görüşler doğrultusunda medya okuryazarlığı dersinin uygulanması sırasında karşılaşılan sorunlar ve olumlu yönler aşağıda sıralanmıştır.

Medya okuryazarlığı dersinin uygulanması sırasında karşılaşılan sorunlar:

1. Dersin genellikle okul idareleri tarafından seçilmesi,
2. Okulların yeterli araç gerece sahip olmaması,
3. Okulların altyapı sorunları ve ortamın ders için uygun olmaması,
4. Dersi verecek kalifiye öğretmen eksikliği,
5. Öğretmen el kitabının teorik olması ve ezbere yöneltmesi,
6. Bir ders kitabının üç sınıf kademesine(6, 7, 8) de önerilmesi,
7. Ders materyali ve program hazırlanırken öğretmenlerden görüş alınmaması,
8. Basılı bir ders kitabının bulunmaması,
9. Dersin not ile değerlendirilmemesi,
10. Dersin seçmeli olması nedeniyle önemsenmemesi,
11. Velilerin bilinçsiz olması,
12. Dersin İletişim Fakültesi mezunlarınca verilmemesi.

Medya okuryazarlığı dersinin uygulanmasındaki olumlu yanlar:

1. Dersin medya konusunda farkındalık yaratması,
2. Dersin öğrencilerin üst düzey becerilerini (analiz, eleştiri, değerlendirme) geliştirmesi,
3. Dersin medya içeriklerine yaklaşımını olumlu etkilemesi,
4. Dersin uygulama yapmaya uygun olması,
5. Dersin medya araçlarını tanıtmada etkili olması,
6. Dersin sanal güvenliğe katkı sağlaması,
7. Dersin farklı etkinliklere uygun olması.

Yukarıdaki maddeler incelendiğinde yaklaşık 15 yıldır uygulanmakta olan medya okuryazarlığı dersinde çok mesafe kat edemediğimiz görülmektedir. 2021 yılı itibariyle ders haftalık 2 saat olarak seçmeli statüde verilmektedir. Dersin sınav değerlendirmesi yapılmaktadır. Hala birçok okulda dersin seçmeli olarak verilmesinde okul yönetimleri etkili olmaktadır. Velilerimiz hala istenilen bilinç düzeyine sahip değildir. Hala birçok okulda altyapı ve malzeme sıkıntısı vardır. Bazı okullarda basılı ders materyali bulunmamaktadır. Bir ders kitabı iki sınıf (7 ve 8) içinde kullanılmaktadır.

2021 yılı itibariyle medya okuryazarlığı öğretim programında 20 kazanım belirlenmiştir. Ders saati olarak haftalık 2 saat toplamda 72 saat ders verilmektedir. Öğrenme alanı olarak beş, ders materyali içerisinde de ünite olarak beş ünite belirlenmiştir (MEB, 2018b).

Tablo 4.

Medya Okuryazarlığı Öğretim Programında Öğrenme Alanı ve Ünite Adları

Öğrenme Alanı	Ünite Adı
1. Birey, Toplum ve Medya,	1. Çevrem Medya,
2. Katılım Ortamı Olarak Medya,	2. Benim Medyam,
3. Bilgi Kaynağı Olarak Medya,	3. Medyaya Soru Soruyorum,
4. Eğlence Kaynağı Olarak Medya,	4. Eğlence Kaynağı Olarak Medya,
5. İkna Aracı Olarak Medya.	5. Önce Bir Düşüneyim.

Ülkemizde okutulmakta olan medya okuryazarlığı dersi için Milli Eğitim Bakanlığı tarafından 7. ve 8. sınıf ortaokul ve imam hatip ortaokulları için güncel öğretim programı hazırlanmıştır. MEB (2018) tarafından medya okuryazarlığı dersi öğretim programı içerisinde çeşitli genel ve özel amaçlar oluşturulmuştur.

“Medya okuryazarlığı dersi ile öğrencilerden yazılı, görsel, işitsel medyaya ek olarak sosyal ağlar, yeni medya ve video oyunlar gibi diğer sayısal (dijital) ortamlara ait iletilere erişip bunları kavrayarak eleştirel bakış açısı ile çözümlemeler, değerlendirmeler yapmaları ve kendi iletilerini üretmeleri beklenir.” Medya okuryazarlığının güncellenen genel amaçları şu şekilde sıralanmıştır.

1. Medya araçlarında ve içeriklerinde zaman içerisinde nasıl bir değişim yaşandığını ve bu değişimin bireysel ve toplumsal hayata nasıl etki ettiğini kavramak.
2. Medya okuryazarlığının bireysel ve toplumsal öneminin kavranması.
3. Medyanın sunduğu içeriklerin üzerinde düşünülmesi gerektiğini kavrama.
4. İhtiyacı olan medya içeriklerine ve bilimsel bilgilere ulaşmak için farklı medya araçlarını kullanabileceğini fark etme.
5. Medya araçlarının sunduğu mesajları hem biçimsel hem de içeriksel olarak analiz etmek ve değerlendirmek.
6. Medya araçlarının sunduğu içerikleri kültürel değerler, ekonomik özellikler ve siyasi çerçevede değerlendirebilmek.
7. Ulusal ve evrensel değerler (insan hakları, etik, kişisel güvenlik, mahremiyet, sorumluluk) ışığında özgün medya içerikleri oluşturmak.
8. Medya araçlarının kültür endüstrisi özelliğinin olduğunu fark etme ve milli kültürümüze uygun medya içerikleri üretmek ve tüketmek.
9. Gelişen yenilikçi medya içeriklerini takip etmek, araştırmak ve bunlarla ilgili yeni fikirler üreterek yaymak.

10. Medya içerikleri karşısında oluşabilecek sorunlara yönelik uygun tepkiler verebilmek (MEB, 2018).

2007 yılında medya okuryazarlığı programının uygulanmasına yardımcı olmak üzere “İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı” hazırlanmıştır. Bu kitabın hazırlanmasındaki amaç öğretmenlere kolaylık sağlamak, öğretmenlerin kendilerini yetiştirmelerine yardımcı olmak ve dersin işlenişini kolaylaştırmaktır (İnal, 2016, s.189). 2012 yılında Ankara ilinde Medya Okuryazarlığı Çalıştayı düzenlenmiştir. Bu çalıştaya Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ve Milli Eğitim Bakanlığı destek vermiştir. Çalıştay iki grup olarak oluşturulmuştur. Birincisi “Medya Okuryazarlığı Dersi Çalışma Grubu” ikincisi ise “Yaşam Boyu Medya Okuryazarlığı Çalışma Grubu” olarak planlanmıştır. Gruplar medya okuryazarlığı dersinin uygulamalı olarak planlanmasından, öğretmen, öğrenci, aile üçgeninde eğitimin sürdürülmesinden, paydaş grupların (sivil toplum kuruluşları, kamu kuruluşları, medya kuruluşları, sendikalar) ve öğretmenlerin katılımcı olarak sürece dahil edilmesinden sorumludur. Çalıştay’da alınan kararlar bağlamında medya okuryazarlığı dersinin içeriğinin güncellenmesi kararlaştırılmıştır. Milli Eğitim Bakanlığı Temel Eğitim Genel Müdürlüğü ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulu arasında 23 Mayıs 2013 tarihinde “İlköğretim Öğrencilerinde Medya Okuryazarlığı Bilincinin Geliştirilmesi ve Medya Okuryazarlığı Dersine Yönelik İşbirliği Protokolü” imza altına alınmıştır. Bunun üzerine Milli Eğitim Bakanlığı ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulu arasında yeni bir öğretim programı hazırlanması için çalışmalara başlanmıştır. Çalışmalar sonunda 27 Ocak 2014 tarihinde Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu tarafından “Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Materyali” hazırlanmıştır. Bu materyal 2014-2015 eğitim-öğretim yılından itibaren okullarda okutulmaya başlanmıştır (RTÜK, 2021).

Milli Eğitim Bakanlığı 2016 yılında “Ortaokul ve İmam Hatip Ortaokulu Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali” ve 2018 yılında “Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı (Ortaokul ve İmam Hatip Ortaokulu 7. Veya 8. Sınıflar)” hazırlayarak uygulamaya başlamıştır. 2018 öğretim programında temel beceriler belirtilmiş, değerler eğitimi ile ilişkilendirilmiştir. Öğretim programı uygulanırken dikkat edilmesi gereken hususlar belirtilmiştir. Alan bilgisi, temel ilkeler, temel beceriler ve medya biçimleri dikkate alınarak öğretim programı oluşturulmuştur. 2018 öğretim programında medya okuryazarlığı dersi için 20 kazanım belirlenmiştir. Ders saati olarak haftalık 2 saat toplamda 72 saat ders verilmektedir. Öğrenme alanı olarak beş alan (Birey toplum ve medya, Katılım ortamı olarak medya, Bilgi kaynağı olarak Medya, Eğlence kaynağı olarak medya, İkna aracı olarak medya) belirlenmiştir (RTÜK, 2018).

2021 yılı itibarıyla medya okuryazarlığı dersi 15 yıla yakın bir süredir seçmeli ders olarak okullarımızda okutulmaktadır. Bu süre içerisinde bazı gelişmeler olmakla birlikte istenilen düzeyde ilerleme kaydedilememiştir. Dersin seçmeli okutulmaya başlandığı ilk dönemlerde

heyecan ve ilgi düzeyi yüksekti. Ancak daha sonraları dersin yeterince önemsenmemesi, seçmeli olması, materyal eksiklikleri, öğretmenlerin dersi önemsememesi, okullardaki altyapı problemleri gibi nedenlerden dolayı derse ilgi azalmıştır. Başlangıçta Milli Eğitim Bakanlığı ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun çabaları sonucu öğrenciler tarafından daha fazla seçilmiştir. Mevcut sorunların ortadan kaldırılamaması dersin önemini azaltacaktır. Gelişen teknoloji ve medya araçları göz önünde tutulursa dersin daha önemli hale geleceği yadsınamaz. Bu konuda özellikle Milli Eğitim Bakanlığının gerekli önlemleri alması şarttır. 2018 yılında hazırlanmış olan medya okuryazarlığı öğretim programının da önemli yenilikler sunmasına rağmen yarayı iyileştirdiği söylenemez. Temennimiz bu tür hazırlanmış akademik çalışmaların dikkate alınarak gerekli çözüm önerilerinin uygulamaya geçmesidir.

2.7. Medya Okuryazarlığı Dersinin Gerekliliği ve Önemi

21. yüzyıl teknoloji anlamında çığır açan bir dönemi beraberinde getirmiştir. Çevremize baktığımızda baş döndüren bir hızla hemen hemen her alanda birçok teknolojik aletin geliştiğini görmek mümkündür. Bu gelişim süreci içerisinde medya araçları da fazlasıyla payını alan alanlardandır. Özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişim insanlar arasındaki etkileşimi hızlı bir şekilde arttırmıştır. İnternet teknolojileri, kablosuz ağ teknolojileri, nesnelerin interneti, akıllı uygulamalar, sosyal medya platformları gibi birbirinden farklı ama birbirine bağlı şekilde çalışan onlarca farklı teknolojiye bahsedilebilir. Bu teknolojilerin birçoğunun da medya içerikleri sunduğu düşünülürse medya okuryazarlığı eğitiminin önemi daha iyi kavranabilir. Ayrıca ilerleyen dönemlerde medyanın daha hızlı üretileceği ve tüketileceği göz önüne alındığında önem derecesinin artacağı söylenebilir. Bu kadar çok medya içeriğine maruz kalacak olan gelecek nesillerin medyanın olumsuz içeriklerine (şiddet, uyuşturucu madde, kumar, cinsellik ve porno, ahlaki sapkınlık, hırsızlık, özel hayat ihlali, güvenlik açığı, saldırganlık, hoşgörüsüzlük, sanal kimlik, dijital zorbalık) karşı korunması elzem hale gelmektedir. Bu kadar olumsuzlukla iç içe yaşamak bireyler açısından zor bir süreci beraberinde getirir. Günümüz ebeveynleri olarak gelecek kuşakların daha sağlıklı bir bedensel ve zihinsel özelliğe sahip olmasını istiyorsak şimdiden gerekli önlemleri almamız gerekmektedir. Bu nedenle medya okuryazarlığı eğitimi konusunda daha bilinçli daha ayakları yere basan bir nesil yetiştirmemiz gerekmektedir. Medyanın sunduğu içeriklerin yararlı olanlarının daha fazla tüketilmesi zararlı olanların gerekli önlemler alınarak etkisizleştirilmesi yeni nesiller için gerekli olanıdır. Açıklamaları bir bütün olarak düşündüğümüzde medya okuryazarlığı eğitimi mutlaka gerekli ve önemsenmesi gereken bir alandır.

Aşağıda 2020 yılına ait We Are Social internet sitesi tarafından hazırlanmış altı farklı tablo verilmiştir. Bu tablolar incelendiğinde hem dünya ölçeğinde hem de Türkiye ölçeğinde internet ve sosyal medya kullanımlarına dair bilgiler derlenmiştir. Birinci tablo incelendiğinde dünya

genelinde internet kullanım oranının % 59,4 (54 milyar) olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu orana göre dünya nüfusunun yarıdan fazlası internet kullanmaktadır. Türkiye ölçekli baktığımızda ise % 74 (62,07 milyon) oranında internet kullanıcısı bulunmaktadır. Bu sonuca göre Türkiye'deki her dört kişiden üçü internet kullanmaktadır. Günlük internet kullanım süreleri incelendiğinde dünya nüfusunun yirmi dört saatlik zaman dilimi içerisinde ortalama 6 saat 43 dakika internet başında zaman harcadığı tespit edilmiştir. Türkiye'ye baktığımızda günlük internet kullanım süresinin yirmi dört saatlik zaman dilimi içerisinde ortalama 7 saat 29 dakika olduğu görülmektedir. Buna göre bu zaman dilimi dünya ortalamasının üstünde yer almaktadır.

Tablo 1 incelendiğinde kullanılan medya araçlarının çeşitliliği ve sürelerinin fazla olduğu görülmektedir. Diğer kullanım oranları aşağıdaki tabloda verilmiştir. Tabloya göre medya içeriklerine maruz kalma oranımız dünya geneli olarak ta Türkiye geneli olarak ta yüksektir. Bu nedenle medya okuryazarlığı eğitiminin önemi daha iyi anlaşılmaktadır.

Tablo 5.
Türkiye ve Dünyada Teknoloji Kullanımı

Medyanın Kullanımı	Dünya Geneli	Türkiye Geneli
Cep Telefonu Kullanım Oranları	% 67 (5,19 milyar)	% 92 (77,39 milyon)
İnternet Kullanım Oranları	% 59,4 (54 milyar)	% 74 (62,07 milyon)
Aktif Sosyal Medya Kullanıcı Oranı	% 49 (3,80 milyar)	% 64 (54 milyon)
Günlük İnternet Kullanım Süresi	6 saat 43 dakika	7 saat 29 dakika
Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	2 saat 24 dakika	2 saat 51 dakika
Günlük TV İzleme Süresi	3 saat 18 dakika	3 saat 04 dakika
Günlük Müzik Dinleme Süresi	1 saat 26 dakika	1 saat 21 dakika
Günlük oyun oynama süresi	1 saat 10 dakika	58 dakika
Günlük Cep Telefonundan İnternet Kullanım Süresi	3 saat 22 dakika	4 saat
Günlük Cep Telefonundan İnternet Kullanan Sayısı	4,18 milyar	58,23 milyon
İş İçin Sosyal Medya Kullanım Oranı	% 43	% 44
Kişi Başına Düşen Sosyal Medya Hesap Sayısı	8,6	9,1

Kaynak: We Are Social, 2020

Tablo 6.
Türkiye ve Dünyada Sosyal Medya Kullanım Oranları

Sosyal Medya Türü	Dünya Geneli	Türkiye Geneli
Facebook	% 32 (1,95 milyar)	% 56 (37 milyon)
Instagram	% 15 (928,5 milyon)	% 57 (38 milyon)
Twitter	% 5,6 (339,6 milyon)	% 18 (11,80 milyon)
Linkedin	% 12 (663,3 milyon)	% 14 (8,40 milyon)
Snapchat	% 6,3 (381,5 milyon)	% 12 (7,70 milyon)

Kaynak: We Are Social, 2020

Tablo 6 incelendiğinde dünya geneli ve Türkiye geneli sosyal medya kullanım oranlarının giderek arttığı görülmektedir. Dünya genelinde en çok kullanılan sosyal medya uygulamasının facebook (% 32 (1,95 milyar)) olduğu, Türkiye de ise en çok kullanılan sosyal medya uygulamasının instagram (% 57 (38 milyon)) olduğu görülmektedir. Türkiye’de azımsanmayacak bir oranda da facebook (% 56 (37 milyon)) kullanıcısının olduğu tespit edilmiştir. Önümüzdeki dönemlerde sosyal medya uygulamalarının hem sayısının hem de çeşidinin artacağı düşünülürse kullanım oranının da artması muhtemeldir. Sosyal medya içeriklerine maruz kalma oranı özellikle çocuklarda ve gençlerde fazladır. Bu nedenle sosyal medyanın olumsuz özelliklerinden çocuklarımızı ve gençlerimizi korumak önemli bir hal almaktadır. Bu konuda medya okuryazarlığı eğitimi ile bilinçlendirme yolu önem kazanmaktadır.

Tablo 7.
Dünya’da Sosyal Medya Kullanım Oranları

Sosyal Medya Türü	Dünya Geneli	Sosyal Medya Türü	Dünya Geneli
Pinterest	% 2,8 (169 milyon)	Sina Weibo	% 8,4 (497 milyon)
Youtube	% 33 (2 milyar)	Reddit Inc	% 7,1 (430 milyon)
Wechat	% 19 (1,15 milyar)	Facebook	% 32 (1,95 milyar)
Tencent QQ	% 12 (731 milyon)	Instagram	% 15 (928,5 milyon)
Qzone	% 8,6 (517 milyon)	Twitter	% 5,6 (339,6 milyon)
Linkedin	% 12 (663,3 milyon)	Snapchat	% 6,3 (381,5 milyon)

Kaynak: We Are Social, 2020

Tablo 7’de dünya genelinde tablo 2’de verilmeyen sosyal medya uygulamaları verilmiştir. Dünya ölçeğinde sosyal medya içeriklerinin çeşitliliğini göstermesi bakımından önemlidir. Sosyal medya platformları ne kadar çok sayıda ve çeşitte kullanılırsa medya içeriklerine maruz kalma oranı o derece artacağı için medya okuryazarlığı eğitiminin önemi bir kez daha ortaya çıkmış olur.

Tablo 8
Türkiye’de Teknoloji Kullanım Davranışları

Çevrimiçi Yapılan Etkinlikler	Video İzleme	% 93
	Müzik Dinleme	% 72
	Radyo Dinleme	% 42
	Podcast Dinleme	% 30
	Vlog İzleme	% 45
Cep Telefonunda Kullanılan Uygulama Oranları	Sohbet Uygulamaları	% 92
	Sosyal Medya Uygulamaları	% 92
	Video-Eğlence Uygulamaları	% 83
	Oyun Uygulamaları	% 60
	Alışveriş Uygulamaları	% 61
	Müzik Uygulamaları	% 64

Harita Uygulamaları	% 64
Bankacılık Uygulamaları	% 44
Sağlık-Fitnes Uygulamaları	% 28
Arkadaşlık-Flört Uygulamaları	% 12

Kaynak: We Are Social, 2020

Tablo 8 incelendiğinde Türkiye'deki çevrimiçi etkinlik oranları verilmektedir. İnternet kullanıcılarının en çok yaptığı etkinliklerin video izlemek (% 93) ve müzik dinlemek (% 72) olduğu görülmektedir. Cep telefonundaki uygulama oranlarına baktığımızda en çok sosyal medya (% 92) ve sohbet (% 92) uygulamalarının kullanıldığı görülmektedir. Medya içerikleri bakımından internet kullanıcıları en çok video içeriklerine maruz kalmaktadır.

Tablo 9
Türkiye'de Teknoloji Kullanım Oranları

Teknolojik Araç	Oran
Akıllı Telefon Kullanım Oranı	% 89
Diğer Cep Telefonu Kullanım Oranı	% 6,8
Bilgisayar Kullanım Oranı	% 67
Tablet Kullanım Oranı	% 45
Oyun Konsolu Kullanım Oranı	% 20
Akıllı Saat Kullanım Oranı	% 17
Sanal Gerçeklik Kullanım Oranı	% 4,3
Akıllı Ev Cihazı Kullanım Oranı	% 14

Kaynak: We Are Social, 2020

Tablo 10

Türkiye'de İnternet Ortamındaki En'ler

En Çok Ziyaret Edilen İlk 5 Sayfa	Youtube'de En Çok Aranan İlk 5 Kelime
1. Google.com	1.Şarkılar
2.Youtube.com	2.Film
3.Facebook.com	3.Enes Batur
4.Google.com.tr	4.Çukur
5.Twitter.com	5.Hercai
Aktif Kullanılan İlk 5 Uygulama	Aktif Kullanılan İlk 5 Oyun
1.Whatsapp Messenger	1.Pubg Mobile
2.İnstagram	2.Candy Crush Saga
3.Facebook	3.101 Okey Plus
4.Facebook Messenger	4.Brawl Stars
5.Twitter	5.Clash of Clans

En Çok Aranan İlk 5 Sayfa	En çok İndirilen İlk 5 Uygulama
1.Hava Durumu	1.Whatsapp Messenger
2.Youtube	2.İnstagram
3.Facebook	3.Facebook Messenger
4.Son Dakika	4.Tiktok
5.Çeviri	5.Facebook
En Çok Kullanılan İlk 5 Sosyal Medya Uyg.	En çok İndirilen İlk 5 Oyun
1.Youtube (% 90)	1.Pubg Mobile
2.İnstagram (% 83)	2.Call of Duty
3.Whatsapp (% 81)	3.Subway Surfers
4.Facebook (% 76)	4.Kelime Gezmece
5.Twitter (% 61)	5.Brawl Stars

Kaynak: We Are Social, 2020

Tablo 9 incelendiğinde kullanılan teknolojik araçların sayısının fazla ve çeşitli olduğu görülmektedir. Türkiye’de en fazla kullanım oranı olan teknolojik alet % 89 oranıyla akıllı cep telefonlarıdır. İkinci sırada ise % 45’lik kullanım oranıyla tablet kullanımı yer almaktadır. Türkiye’deki bireysel akıllı cep telefonu sahip olma oranının yüksek olmasının temel nedeni bu cihazlardan rahat bir şekilde internete bağlanabilmesi ve birçok uygulamanın yüklenilebilmesinden kaynaklanmaktadır. Cep telefonu ve tablet gibi cihazların yaygınlığı bireylerin daha fazla medya içeriklerini kullanmasına ve bu içeriklere maruz kalmasına neden olmaktadır. Bu nedenle medya okuryazarlığı eğitimi önemli hale gelmektedir.

Tablo 10 incelendiğinde internet ortamında neler yapıldığı ile ilgili birçok bilgiye sahip olunabilmektedir. Tabloya göre Türkiye’de internet kullanan insanların en çok arama motorlarını ve sosyal medya sitelerini ziyaret ettiği görülür. Türk insanı şarkı, film ve dizi araması yapmaktadır. Türkiye’de insanlar akıllı cihazlarına en çok sosyal medya uygulamalarını ikinci olarak oyun uygulamalarını yüklemektedirler. Türk insanı en çok sosyal medya platformlarını aramakta ve aktif olarak sosyal medya platformlarında zaman geçirmektedir. Sosyal medya alanları içerisinde Youtube, İnstagram, Whatsapp ve Facebook en çok kullanılan ve en fazla zaman harcanan sosyal medya platformlarıdır. Türkiye’de yaşayan ve aktif internet kullanıcılarının en çok rağbet gösterdiği alan sosyal medya uygulamalarıdır. Bu nedenle medya okuryazarlığı eğitimi verirken bu hususun önemle üzerinde durulmalıdır. Medya eğitimi buna göre planlanmalı ve içerikler bu minval üzere düzenlenmeli. Buradan da bir kez daha anlaşılmaktadır ki medya okuryazarlığı eğitimi vakit kaybetmeden mutlaka çocuklarımıza ve gençlerimize verilerek medya içerikleri ve araçları hakkında bilinçlendirilmelidir.

Medya okuryazarlığı alanında geniş ve önemli çalışmalar yürütmüş olan Len Masterman tarafından medya okuryazarlığı alanının neden önemli olduğu maddeler halinde şu şekilde açıklanmıştır.

1. Günümüzde artan bilgi paylaşımı ve görsel içerikli mesajların artmış olması,
2. Toplumlar arasında bilginin öneminin artmış olması ve bireylerin yaşam boyu öğrenme isteği,
3. Medya içeriklerin bireyler ve toplumlar tarafından aşırı tüketilmesi,
4. Medya araçlarının ve medya içeriklerinin bireylerin duygu, düşünce ve davranışlarına yön vermedeki etkisinin artmış olması,
5. Medya araçlarının demokratik davranışlar üzerindeki artan etkisi. Küresel dünyada bireylerin demokratik davranışlarının gereklerini yerine getirebilmesi için kendilerini açık bir şekilde anlatmaları ve eleştirel bakış açısına sahip olmaları gerekir. Medya okuryazarlığı eğitiminin bu iki becerinin geliştirilebilmesi için imkan ve ortama sahip olması (Masterman, 1985, s.13).

Medya okuryazarı olmanın önemi medyanın etkileme gücü ile ilişkilidir. Bilginin kullanımı, tüketim alışkanlıklarına etkisi, davranışlar üzerindeki etkisi, medyanın ticari amaçları, informal bir eğitim aracı olması gibi dikkat çekici özellikleri medyayı eğitim alanı açısından incelemeye değer kılmaktadır.

Enformasyon ve bilgi seli: Medya çağımıza damgasını vurmuştur Toplum çok daha hızlı değişim yaşamaktadır. Milyarlarca bilgi kaydedilebilmekte, saklanabilmektedir.

Dengesiz medya tüketim alışkanlığı: Her kesimden insan medya araçlarını farklı amaçlar için yoğun bir biçimde kullanmaktadır (TÜİK, 2015). Medyanın izleme ve tüketme oranları yüksektir (RTÜK, 2014). Bir ülkenin insanların çok telefon ve internet kullanması onun gelişmiş olduğunu göstermez. O teknolojiyi kimin ürettiği ve kontrol ettiği önemlidir.

Medyanın etkileme gücü: Medya büyük bir etki gücüne sahiptir (Gerbner,1994; Williams, 2003; Bauman,2010; Baudrillard, 2008; Bocock, 2005). Sosyal hayatın tüm öğeleri bu alana yönlendirilmiş görünüyor. Ayrıca yaşam tarzlarının bu alan üzerinden şekillendiğini söylemek mümkündür. Bu teknolojilerin en büyük gücü görsellik ve görüntü gücüdür. İnsan gördüğüne % 80 oranında inanıyor. Bu teknolojilerle gerçeklik ve yaşam ile ilgili görüntüler işlenebiliyor. Değiştirilebiliyor. Gerçek olmayan gerçekmiş gibi, yalan yanlış doğruymuş gibi algılanabiliyor. Bir çeşit illüzyon oluşturulabiliyor.

Medyanın ticari amaçlarının olması: Medya ticari bir endüstriyel kurumdur. İletişim teknolojileri medya şirketlerinin kontrolündedir. İçerik üretirler ve bunun üzerinden para kazanırlar. Kamusal çıkar yerine bireysel çıkarla ön plandadır. Bunun için şiddet medyadan bir türlü arındırılamıyor. Reklamlar kontrol altına alınamıyor. Medyanın amacı eğlendirmek, düşünmeden uzaklaştırmaktır. Davranışları yönlendirmek, satın almayı sağlamaktır. İnsanları bilgilendirmek, insani evrensel değerleri aşmak, zihinsel olarak eğitmek, geliştirmek değildir.

Medya önemli bir informal eğitim kurumudur. Tarafli ve yanlış içerikler içermesi (İnal, 2009; Postman, 2004; Keleş, 2013). Doğrulanmamış, yalan ve yanlış bilgi türü yaygındır. Manipülatif ve yoğun bir bilgi kirliliği vardır. Medya teknolojileri okul kurumunu temelden sarsmakta, eğitim sistemini derinden etkilemektedir. Medya alanındaki bilgilerin büyük bir bölümü gündelik magazineli bilgi türü, dedikoduya dayalı bilgi içermektedir. Bu bilgi türü nitelikli bilimsel bilgi değildir.

Medyanın yapısı, işleyişi amaçları, program içerikleri hakkında sağlıklı, gerçek bilgi sahibi olmayan çok sayıda insan, başta öğrenciler, çocuklar, ergenler, gençler risk altındadır. Güleç'e göre, iyi bir dijital medya okuryazarı olabilmenin temel kurallarından biri, eleştirel düşünme becerisine sahip olmaktır. Bilinçli bir dijital medya okuryazarının, internet ortamında kendisine sunulan her türlü bilgi ve haberi eleştirel bir bakış açısıyla sorgulayıcı, bilginin kaynağını araştırmacı, analitik bir yaklaşımla konuyu irdeleme, zihin dünyasına yönelik muhtemel riskleri analiz etmesi beklenir (Güleç, 2019). Yaşadığımız dijital çağda başta çocuklar ve gençler olmak üzere her bireyin sosyal ve kişisel hayatında bir takım problemler, riskler yaşamamak adına bilinçli bir medya okuryazarı olması bir zorunluk haline gelmektedir.

Hobbs (2010), medya ortamların çocukların ve gençlerin sağlıklı gelişimine, mahremiyetlerine, fiziksel ve psikolojik güvenlikleri açısından sakıncalı, rahatsız edici materyaller barındırdığını söylemektedir. Ancak bunun yanında yaralı pek çok materyalin de olduğunu ama bu materyale ulaşma, seçme, ayıklama, işleme eğitim ve donamından yoksun olduğunu söylemek mümkündür. Nitelikli bilgi ile niteliksiz bilgi, yararlı olan ile zararlı olan aynı havuzun içinde yer almaktadır. Medya okuryazarlığının önemi burada devreye girebilmektedir. Medya teknolojilerinden eğitim amaçlı yararlanması açısından okuryazarlık önemlidir.

Hobbs'e göre (2010), medya teknolojileri, insanların yalnızca çocukluk döneminde değil, aynı zamanda bir ömür boyu insanların tutumlarını, davranışlarını ve değerlerini şekillendirmesine de katkıda bulunduğundan, potansiyel zararları ele alma konusunda bilgilenebilirliğe ihtiyaç vardır. Medyanın aile ilişkilerini, okul ve eğitim sistemini olumsuz yönde etkilemesi, medyanın tüketim, şiddet ve cinsiyetçi bir kültüre zemin hazırlaması, çocukların fiziksel zihinsel ve duygusal gelişimleri üzerinde olumsuz etkileri olması medya okuryazarlığı eğitimi gerekliliği haline getirmektedir.

2.8. Medya Okuryazarlığına Yönelik Yaklaşımlar

Medya okuryazarlığı eğitimi dünyada yaygınlaşmasına rağmen ders olarak içeriğinin ne olması gerektiği konusunda iki ana yaklaşımdan bahsetmek mümkündür. Bunlardan biri konuyu bir eğitim sorunu olarak ele alan ve daha çok medyanın olumsuz etkilerinden korumayı hedefleyen A.B.D merkezli korumacı yaklaşım iken diğeri ise, konuyu politik ve ideolojik bir sorun olarak gören eleştirel yaklaşımdır (Uysal, 2016). Korumacı medya okuryazarlığı anlayışı çocuk,

genç ve yetişkinlerin çeşitli açılardan sosyal, kültürel, ahlaki vb. uygun görülmeyen medya metinlerinden korunmasına yönelik bir değerlendirme içerirken; eleştirel yaklaşım medya okuryazarlığını eleştirel pedagoji çerçevesinde medya metinlerinin temsil pratikleri açısından sorgulanması gerektiğini vurgulamaktadır. Her iki yaklaşım medyanın önemli bir güç olduğu konusunda hemfikir olmakla birlikte, medyayı ele alma şekilleri farklılık teşkil etmektedir.

Korumacı medya okuryazarlığı anlayışını ana akım liberal kurama dayandırmak mümkündür. Ana akım liberal kuram, medyaya bir araç olarak belirli ideallerin gerçekleştirilmesi (eğitme, bilgilendirme, kültürlenme, demokratikleştirme vb.) konusunda çok önemli bir araç ve işlev yükler. Egemen liberal kurama göre, medyadaki mesajların içeriklerine müdahale edilmemesi, talepleri serbest pazar koşullarına dayalı olarak dikkate alınması gereken tarafsız ve nesnel kurum olarak değerlendirilir. Bu kurama göre medya içerikleri, toplumdaki çoğulculuğu ve farklılığı yansıtmaktadır. Çoğulcu yaklaşım gücü, medya endüstrisinin kendisine ve bu endüstriyi kontrol edenlere değil, pazar mekanizmasına ve izleyicinin seçme ve rasyonel tercihlerde bulunma gücüne atfeder. Bu yaklaşıma göre, eğer insanlar medya içeriğini izliyorlarsa onu beğeniyorlardır. Endüstri de insanların beğendiği türde içerikler hazırlamaktadır. Yani izleyicinin medya içeriğini biçimlendirdiğine ve izleyicilerin özgür iradeleriyle bunlar arasında rasyonel tercihler yaptığına vurgu yapar.

Eleştirel perspektifin merkezinde ise kapitalist toplum, kapitalist toplumun işleyişi ve gelişim süreçleri yer alır. Üretim ilişkileri, üretim araçları, mülkiyet, üretim ve tüketim süreçleri gibi kavramlar eleştirel medya okuryazarlığı yaklaşımının anlamaya çalıştığı temel kavramlardır. Bu yaklaşım medya içeriklerinin üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerini toplumsal güç ilişkileri açısından ele almaya çalışır. Eleştirel yaklaşım, kapitalizmin gelişim süreciyle ilgilenir. Medyanın hangi tarihsel süreçlerden geçtiği, günümüzde içerisinde yer aldıkları güç ilişkilerinin tarihsel kökeni gibi konular bu yaklaşımın ilgilendiği konular arasında yer almaktadır. Eleştirel medya okuryazarlığı, geniş bir çerçevede ekonomik ve kültürel boyutta kapitalist sistemin işleyiş süreçlerini incelemekte, aynı şekilde medyanın sahipliği ve kontrolü sorununu da ele almaktadır.

Medya yaklaşımları üç farklı tip çalışmalar üzerine oluşturulmuştur. Birincisi medyaya karşıt olan, ikincisi medya hakkında bilgi edinme, üçüncüsü ise medyanın eğitici olduğu üzerinedir. Bunlar içerisinde en olumlu olanı medyanın eğitici olduğu yönündeki çalışmalardır. Kavramsal sınıflandırmaya göre eğitim-bilgi modelleri, sosyokültürel modeller, faydacı modeller, estetik modeller olmak üzere dört ayrıma gidilmiştir (Bilici, 2020 s.43).

Medya okuryazarlığı alanında oluşturulmuş yaklaşımlar genel olarak belirli dönemlerde kullanılan medya araçlarının, geleneksel toplum yapısının ve araştırmacıların fikirlerine göre şekillendirilmiştir. Yaklaşımlar içerisinde hepsi birbirinden farklı olup hepsinin kendine özgü güçlü ve zayıf özellikleri bulunmaktadır. Hepsinin özellikleri içerisinden gereksinimlere uygun olanlarının kullanılması yerinde olacaktır. Oluşturulmuş olan medya yaklaşımları ilgili dönem

hakkında bilgi vermekle kalmaz aynı zamanda sonraki dönemlerde ortaya çıkacak yeni yaklaşımlara da ışık tutacaktır. Araştırmamızın bu bölümünde medya okuryazarlığı ile ilgili temel yaklaşımlar ele alınıp incelenmeye çalışılacaktır.

Aşılamacı yaklaşım: İlk uygulanmaya başlamış olan bu yaklaşım medyayı potansiyeli gizli olan tehlikeli bir bütün olarak görür. Bu yaklaşım medyayı bir mikrop olarak görmekte ve aşılama yapılarak tehlikenin ortadan kaldırılacağı fikrini benimsemektedir. Aslında korumacı yapıya sahip bir yaklaşımdır. Toplumu medyanın olumsuz özelliklerinden korumayı amaçlar. Medyaya karşıt bir tutum sergiler. Bu yaklaşıma göre medya araçları toplum için fayda yerine zarar veren bir özelliktedir. Gençlerin bu konuda bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi gerektiği üzerinde durur. Gençlere medyanın sunduğu medya içeriklerini kullanmamaları yönünde öğüt sunar (Bilici, 2011; Kaplan, 2017).

Korumacı yaklaşım: Adından da anlaşılacağı üzere koruma içgüdüsünün baskın olduğu bir yaklaşımdır. Bireylerin medya karşısında nasıl hareket etmeleri gerektiğini bilmediklerini varsayar ve ona göre koruma tedbirine başvurur. Korunması gereken gruplar olarak çocuklardan başlayarak herkesin korunması gerektiğini savunur. Yani yediden yetmişe çocuk yaşlı demeden medya içeriklerine maruz kalan herkesi medyanın olumsuz etkilerinden korumayı hedef edinir. Medya kar ve rant elde etmek amacıyla insanların ilgisini çekmek için her türlü unsura başvurabilmektedir. Özensizce ve önemsenmeden hazırlanan medya içerikleri nedeniyle bireyler çeşitli tehlikelerle yüz yüze kalabilmektedir. Bu durum bireylerin maruz kalabilecekleri tehlikelere karşı korunmasını zorunlu hale getirmektedir.

Medya konusunu işleyen araştırmacıların birçoğu hem aşılamacı yaklaşıma hem de korumacı yaklaşıma karşı duruş sergilerler. Bunda bu iki yaklaşımın bireyleri medya içeriklerine karşı sadece koruma yöntemiyle hareket etmelerinin ve medyayı para ve güç elde etmeye çalışan bir şeytana benzetmelerinin payı büyüktür. Korumacı yaklaşımın çıkış noktası televizyon içeriklerine karşı olumsuz bakış açısından kaynaklanır. Medyayı en baştan kötü gözle gören korumacı yaklaşım toplumda en fazla değişime açık gruplar olan gençler ve çocukların medya içeriklerinden olumsuz etkileneceklerini düşünür. Bu yaklaşım bireylerin pasif olduğunu zararlı içeriklere karşı yol gösterilmesi gereken bir grup olarak düşünmüştür. Medya içeriklerini kısıtlayarak ya da engelleyerek korumanın günümüzde çokta geçerliliği yoktur (Ulusoy, 2018; Alagözlü, 2012; Bilici, 2020).

Eleştirel yaklaşım: Bu yaklaşım medya karşısında bireylerin aktif olduğu içeriklerin değerlendirmesini kendilerinin yaptığı varsayımına dayanır. Bireyler maruz kaldıkları içerik hakkında iyi ya da kötü değerlemesini yaparak bir tür eleştirel yaklaşım sergilerler. Bireyler etkin oldukları bu süreçte hedef kitle olduklarının farkındadır. Aldıkları mesaj içeriklerini analiz edip değerlendirebilirler. Beğenmedikleri ya da olumsuz gördükleri içeriklere karşı tepki vererek şikâyet haklarını kullanabilirler. Bireyler medyanın sunduğu içeriklerin yapay olduğunu gerçeğini

ayırt edebilir aynı zamanda medya kurumlarının çıkar bazlı içeriklerini tespit edebilirler. Bu şekilde olumsuz durumlarla baş etme yol ve yöntemlerini kullanabilirler. Medya okuryazarlığı alanında bu yaklaşımı uygulamak kolay bir durum değildir. Nedeni bireylerin medya içerikleri ile ilgili her aşamayı bilmesi gerekliliğidir. Bireyler eğer yeterli bilgi ve donanıma sahip değilse eleştirel bakış açısı geliştirmesi zor olacaktır (Bilici, 2011; Alagözlü, 2012).

Güçlendirmeci / yetkilendirmeci yaklaşım: Korumacı yaklaşımın etkisini yitirdiği bir dönemde bu yaklaşıma alternatif olarak benimsenmiştir. Korumacı yaklaşımın zıttı olarak benimsenmiştir. Güçlendirmeci yaklaşımda eğitim son derece önemlidir. Bireylerin yeterli eğitim süreci geçirdikten sonra medyaya dair ayrıntılı bilgi sahibi olmaları sonucu bireylerin talepleri doğrultusunda hareket ederek nasıl bir davranış modeli geliştirmeleri gerektiği üzerinde durur. Bireyi medya karşısında pasif durumdan çıkarır etkin bir duruma getirir. Bu yaklaşım bireyleri sadece medyanın sunduğu içerikleri tüketen olma rolünden çıkarır. Bireylerin aynı zamanda medya içeriği üretip sunan bir özelliğe sahip olduğunu vurgular. Bireyler medya içeriği üretmede ve sunmada isteklidir. Bireyler bunları yaparken bu süreçten zevk alırlar. Bireylerin seçme özgürlüğünü kullanarak medya içeriklerini ayrıştırabildiği ve gerektiğinde medya araçlarını ve program içeriklerini değiştirme hakkının olduğunu belirtir. Gelişen teknoloji ve medya araçlarına yeni nesillerin ayak uydurması gerektiği ve bu sürece aktif katılımlarını öngörür. Güçlendirmeci yaklaşımda bireylerin medyanın etkilerinden kaçmasının mümkün olmadığı ve mutlaka maruz kalacağı düşünülür. Bu nedenle yapılması gereken en önemli iş bireye bu karşılaşmalarda nasıl hareket etmesi gerektiğini öğretmektir. Böylece bireyler savunmasız kalmayacak ve olumsuz etkileri beltaraf edebileceklerdir (Ulusoy, 2018; Dolanbay, 2018; Bilici, 2020).

Çözümleyici yaklaşım: Medya okuryazarlığı dersi çözümleme üzerine inşa edilmiştir. Medyanın sunduğu her içerik çözümlenmeye muhtaçtır. Gazetenin verdiği bir haber, izlediğimiz bir film, reklam tanıtımı, dinlediğimiz müzikler, sosyal medya sunumları, internet blogları ve dergi içerikleri gibi medyanın aklımıza gelen bütün içerik ve mesajları çözümleyici yaklaşımın konusu içerisinde yer alır. Çözümleme aynı zamanda bilgi ve eğitimi gerekli kılmaktadır. Gerekli donanıma sahip olmayan birey çözümlemeyi yapamaz ya da eksik yapar. Bu nedenle medya okuryazarlığı eğitimi bu donanımın kazandırılmasında önemli hale gelmektedir (Bilici, 2011).

Yaratıcı medya yaklaşımı: Medyanın sunduğu binlerce içerik mevcuttur. Bu içerikleri kullanarak kendi fikirlerimizle birleştirip özgün bir ürün ortaya koymak bu yaklaşımın temelini oluşturur. Bireylerin kendi öz yetenek ve becerilerinin farkına varmasına destek olur. Bireyler yeni ürün ortaya koyma aşamasına aktif katılım sağladığı için analiz, sentez, değerlendirme, eleştiri ve yaratıcılık özelliklerini geliştirmeye yardımcı olur. Öğrencilerin bir programı aktif kullanarak özgün ürünler yapması, medya içerikli bir kitapçık üretmesi, bir film senaryosu hazırlaması ve melodilerle bir müzik ortaya çıkarması gibi bireyin aktif katılım sergilediği her süreç yaratıcılığın gelişmesine katkı sağlayacaktır (Görmez, 2014; Koç, 2016).

Sosyal katılımcı yaklaşım: Demokratik toplumlarda yaşayan bireyler hem devlet kurumlarını hem de diğer insanları aktif katılım sağladığı çeşitli platformlarda denetleyebilmektedir. Herhangi bir sorunda sosyal medyayı aktifleştirmekte internet ortamının sunduğu diğer unsurları kullanabilmektedir. Aynı durum medya ortamları için de geçerlidir. Medya okuryazarlığı eğitimi sayesinde öğrenciler sosyal medya ortamlarına aktif katılım sağlamaları gerektiğinin bilincine varmakta ve öğrencilerde sosyal katılım farkındalığı oluşturmaktadır (Görmez, 2014).

Eğlence yaklaşımı: Medya araçları her gün binlerce içerik sunumu yapmaktadır. Bu yaklaşım sunulan bu içeriklerden haz ve mutluluk alma üzerine kurulmuştur. Özellikle çocuklar ve gençler arasında bu durum yaygınlık kazanmaktadır. Çevremizi incelediğimizde kendi çocuklarımız da dahil olmak üzere küçük yaştan itibaren teknolojik aletleri kullanarak medya ortamlarına katılmaktadır. Medya ortamlarında oyun oynama, müzik dinleme, video ve film izleme gibi hoşlandıkları onlarca farklı içerikle etkileşime girmektedir. We Are Social (2020) internet sitesinin yapmış olduğu araştırmaya göre Türkiye’de internet ortamında en çok yapılan aktiviteler olarak % 93 ile video izleme ve % 72 ile müzik dinleme yer almaktadır. Aynı araştırma sonuçlarına göre akıllı cihazlarda yüklü uygulamalara bakıldığında % 92 sohbet uygulamaları, % 92 sosyal medya uygulamaları, % 83 video-eğlence uygulamaları, % 64 müzik uygulamaları ve % 60 oyun uygulamalarının yüklü olduğu tespit edilmiştir. Bu kullanımların çoğunu da gençler oluşturmaktadır. Medya ortamında bu kadar çok vakit geçiriliyor olması medya okuryazarlığı eğitiminin önemini de arttırmaktadır.

Diğer yaklaşımlar: Yukarıda belirttiğimiz yaklaşımların dışında medya okuryazarlığı alanına temel oluşturan bazı araştırmacı ve akademisyenlerin çalışmaları da mevcuttur. Bunlar arasında Benjamin Bloom, Albert Bandura, George Gerbner, Herbert Marshall McLuhan ve Len Masterman bulunmaktadır. Araştırmamızın bu bölümünde yukarıda isimleri sayılan teorisyenlerin çalışmaları aşağıda açıklanmaya çalışılmıştır.

Bloom’un klasik taksonomisi bilgi, uygulama, analiz, sentez ve değerlendirmedir. Medya okuryazarlığı eğitiminde dünyaca kabul edilen aşamalar ise *“erişim, analiz, değerlendirme, yorumlama ve üretim”* aşamalarıdır. Aşamalar karşılaştırıldığında benzerlik göstermektedir. Öğrencinin üst düzey becerilerinin geliştirilmesi hem öğretimin içerisinde hem de medya okuryazarlığı eğitiminde mevcuttur (Bilici, 2020).

Bandura eğitimde sosyal öğrenme kuramı olarak adlandırılan bireylerin çevrelerindeki sosyal ortamları gözleyerek öğrenme eylemlerini gerçekleştirdiklerini savunur. Özellikle filmlerin bireyler üzerindeki etkisi üzerine çalışmalar yapmıştır. Bandura’ya göre medya ortamları sosyal etkileşimin yoğun olduğu alanlardır. Bu nedenle öğrenciler medya içerikleri ile sosyal etkileşim sağlamalarından dolayı sosyal öğrenme bu ortamlar içinde geçerlidir. Bu nedenle medya okuryazarlığı eğitimi önemli hale gelmektedir (Koç, 2016).

Gerbner'ın üzerinde durduğu temel yaklaşımın adına Kültürleme Teorisi (Ekme Teorisi) adı verilmektedir. Bu kurama göre kültürel çevre insan yaşamına önemli etkiler yapmaktadır. Medya araçlarının sunduğu içerikler (film, dizi, müzik, öykü, masal, roman) kültür aktarımında ve kültürleme'de önemli rol oynamaktadır. Televizyon toplumda standart bir fikir ve kültür oluşturur. Televizyon davranışları değiştirmez ancak davranışlara etki eden fikir ve tutumları değiştirir. Televizyon insanları toplumsallaştıran bir araçtır (Bilici, 2011).

Kültür kavramının kökenine baktığımızda "*toprağı ekip, biçme, tarım, tebiye, eğitim*" anlamlarına geldiği görülmektedir. Ekme anlamı kültürün bireylere aktarılması sürecini ifade etmektedir. Aynı zamanda bireylerin sosyalleşmelerine de katkı sağlar. Ekme yani kültürleme eylemi medya araçları gelişmediği dönemlerde diyalog ile yerine getirilirken medya araçlarının gelişmesi ile birlikte medya içerikleri ile yapılmaya başlanmıştır. Bu nedenle medya okuryazarlığı eğitimi önem kazanmıştır.

Herbert Marshall McLuhan: McLuhan'a göre günümüzde teknolojik araçların gelişmesiyle birlikte insanların hayatında da değişiklikler meydana gelmektedir. Teknoloji insanların kültürel özelliklerine etki etmekte ve insanları kendisine bağlamaktadır. McLuhan medya araçlarının mesaj içeriklerinden daha önemli olduğunu savunur. İyi bir fikriniz var ama bunu duyuracak aracınız yoksa mesaj hiçbir işe yaramayacaktır. Bu nedenle medya araçları içeriği paylaşmada önemlidir. Medya araçlarının özelliklerini tanımak için de medya okuryazarlığı eğitimi alınması zorunludur (Bilici, 2020).

Len Masterman (1985) *Teaching the Media* adlı kitabında medya içeriklerini çıkar ve rant için sunanlarla bu içerikleri öğrenme ve eğlence amaçlı tüketenler arasındaki en önemli aracın medya eğitimi olduğunu savunur. Bu nedenle medya eğitimi sırasında öğretmenlere büyük iş düşmektedir. Medya eğitimi sadece öğretmenin görevi olarak algılanmamalı öğrencilerin ve toplumun da bu eğitimde aktif rol oynaması gerektiğini savunur.

Birleşik Krallığın (İngiltere) medya okuryazarlığı alanındaki öncü isimlerinden biri olan Len Masterman (1985) bireylerin medya eğitimi almaları için yedi nedenin bulunduğunu belirtmiştir. 1. Bireylerin medya içeriklerini yüksek oranda tüketmesi ve gelişmiş çağdaş milletlerin medya içeriklerine doyum sağlamaları. 2. Yeni dönemde oluşturulan medya içeriklerinin ideolojik amaçlarla üretilmeleri ve insanların duygularına hitap edebilmeleri. 3. Günümüz küreselleşen dünya ölçeğinde bilgi ve içeriklerin medya tarafından üretilmesi, dağıtılması ve yönetilmesi. 4. Günümüz bireysel ve toplumsal durumlarda hatta demokratik süreçlerin işleminde medya araçlarının giderek artan etkisi. 5. İnsanın olduğu her alanda iletişim çeşitlerinin ve bilginin öneminin artması. 6. Geleceği inşa etmenin en önemli yollarından biri olan çocukları ve gençleri eğitmenin öneminin artmış olması. 6. Ulusal ve uluslararası alanlarda gizli bilgiye karşı oluşan baskılar.

Len Masterman (1985) iyi bir medya eğitimi nasıl olmalıdır? Şeklindeki soruya şu şekilde cevap vermiştir. Medya gerçeklerinin sıkıcı hale gelmemesi gerektiğini, öğrencileri monoton hale getirmemesi gerektiğini, öğrencileri öğretmenin söylediği fikirleri yapan bir makineye dönüştürmemesi gerektiğini savunmuştur.

2.9. Medya Okuryazarlığı İle İlgili Yapılan Araştırmalar

Medya okuryazarlığı konusu önemli olması itibarıyla ve her dönem güncel bir konu olması itibarıyla uzun bir dönemden beridir hem yüksek lisans hem doktora hem de makale düzeyinde çalışmalar ortaya konulmaktadır. Yakın dönemde yapılan doktora düzeyindeki çalışmaları incelediğimizde konuyla ilgili şu çalışmalar göze çarpmaktadır.

Uyar (2020)'in "Sayısal uçurum ve medya okuryazarlığı bağlamında çocukların internet kullanımları: Ankara örneği" adlı doktora çalışmasında Ankara'da eşit olanaklara sahip olmayan sosyoekonomik durumları birbirinden farklı çocukların internet kullanım becerileri ve internet erişim olanakları incelemiştir. Uyar çalışma verilerini 1453 çocuk ile yapılan anket ve 10 öğretmenle yapılan derinlemesine görüşme sonucunda elde etmiştir. Araştırma sonuçlarına göre sayısal uçurumun kapanması gerektiği, medya okuryazarlığı dersinin öğrencilerin eleştirel bakış açıları üzerinde etkili olduğu ve geliştirilmesi gerektiği sonucuna ulaşmıştır.

Dolanbay (2018)'in "Sosyal bilgiler öğretmen adaylarına yönelik medya okuryazarlığı eğitimi modeli" adlı doktora çalışmasında günümüzde artan teknoloji nedeniyle önemli hale gelen medya okuryazarlığı eğitiminde sosyal bilgiler öğretmen adaylarının sahip olması gereken yeteneklerin kazandırılması için "öğretmen eğitimi modeli" tasarlayarak öğretmenlerin bu alandaki becerilerinin geliştirilmesini hedeflenmiştir. Nitel araştırma yaklaşımının benimsendiği bu çalışma eylem araştırması şeklinde oluşturulmuştur. Çalışma grubunu Marmara Üniversitesi Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Bölümünde okuyan 20 öğretmen adayı oluşturmuştur. Araştırmanın verileri günlükler, öğrenci çalışma kâğıtları, ön algı ve son algı formları, bireysel ve grup görüşmeleri gibi veri toplama araçları ile elde edilmiştir. Dolanbay çalışmasının verilerini içerik analizi yöntemiyle çözümlemiş, eğitim sonunda öğretmen adaylarının hem bilgi düzeylerinde hem de beceri düzeylerinde artış olduğunu tespit etmiştir.

Özel (2018) "Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı algılarının incelenmesi" adlı doktora çalışmasında sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı algılarının hangi özelliklere göre değişip değişmediğini tespit etmeye çalışmıştır. Bu doğrultuda özel bir algı ölçeği geliştirilmiştir. Betimsel tarama modeli kullanılan çalışmada çalışma grubunu yedi devlet üniversitesinde eğitim gören 1000 sosyal bilgiler öğretmen adayı oluşturmuştur. Özel araştırmasında sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı algıları yüksek olarak bulunmuş, öğretmen adaylarının algılarına etki eden faktörler olarak

internet kullanım oranı, televizyon kullanım oranı ve yaşanan bölge özelliklerinin etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Ulusoy (2018)'un "Dijital medya okuryazarlığı, gereksinimler ve yenilikçi uygulamalar üzerine bir inceleme" adlı doktora çalışmasında medya okuryazarlığı alanında önde gelen ülkelerdeki örnek uygulamaların ülkemiz akademik çevrelerince tanınmasına katkı sağlamıştır. Bu amaçla Kayseri ilinin Talas ilçesinde üç ortaokul 6, 7 ve 8. sınıf öğrenci ve öğretmenlerine anketler uygulanmıştır. Ulusoy çalışmasında öğretmenler ve öğrenciler arasında dijital bölünmenin olup olmadığı ve okullardaki medya okuryazarlığı alanındaki ihtiyaçlar tespit edilmeye çalışmıştır.

Erdem (2018) "Öğretmen adayları için medya okuryazarlığı dersi öğretim programı tasarımı" adlı doktora çalışmasında medya okuryazarlığı alanında bir öğretim programı tasarımı gerçekleştirmek ve hizmet öncesi öğretmen eğitiminde kullanılmasını sağlamayı amaçlamıştır. Karma desen kullanılan araştırmada küme örnekleme yöntemi kullanılarak 865 öğretmen adayı seçilmiş, beş öğretmen adayıyla yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler ışığında program tasarımı yapılmış, geliştirilen öğretim programı tasarımı uzmanların yazılı görüşlerine göre değerlendirilmiştir. Tasarlanan öğretim programı altı genel amaç, yirmi iki özel amaç, yüz atmış altı göstergeden oluşmuştur. Program ayrıca içerik, süreç, ölçme, ilkeler ve örnek ders planlarından oluşmuştur.

Kaplan (2017)'in "Medya okuryazarlığı dersinin Türkçe öğretimiyle birleştirilmesi sürecinde medya okuryazarlığı dersi öğretmenlerinde bulunması gereken yeterlikler" adlı doktora çalışmasında medya okuryazarlığı eğitiminin Türkçe dersinin öğretimi ile bütünleştirilmesi sürecinde medya okuryazarlığı dersini veren öğretmenlerde var olması gereken yeterliklerin tespit etmeyi amaçlamıştır. Karma yöntemin uygulandığı araştırmada alanyazın taraması sonrası uzmanlar ile görüşülmüştür. Görüşme sonrası oluşturulan anket 223 öğretmene uygulanmıştır. Anket devlet okullarında çalışan yedi farklı coğrafi bölgede görev yapan öğretmenler üzerinde uygulanmıştır. Buna göre medya okuryazarlığı eğitimi veren öğretmenlerde bulunması gereken yeterlikler olarak kişisel ve mesleki olarak iki boyut tespit edilmiştir. İki boyutta ilişkin çok sayıda alt özellik tespit edilmiştir. Ayrıca boyutlar arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu bulunmuştur.

Koç (2016)'un "Türkiye'deki medya okuryazarlığı eğitimi için bir uygulama önerisi" adlı doktora çalışmasında medya okuryazarlığı alanının önemi, alan içeriği ve kapsamı ele alınmıştır. Medya okuryazarlığı alanında gelişmiş ülkeler ele alınmış ve Türkiye'deki ders müfredatı için içerik önerisi sunulmuştur. Dünyada medya okuryazarlığı alanında gelişmiş ülkeler alanyazın taraması sonucu incelenmiş ve Türkiye'de medya okuryazarlığı alanında önemli kurumlar olan Milli Eğitim Bakanlığı, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu yetkilileri ile derinlemesine görüşmeler

yapılmıştır. Elde edilen veriler ülkemizdeki medya eğitime dair bir çerçeve oluşturulmaya çalışılmıştır.

Tan (2015) “Medya okuryazarlığı eğitimi: Öğrenci, öğretmen, aile bağlamında örnek bir araştırma” adlı doktora çalışmasında seçmeli medya okuryazarlığı dersini aktörleri, içerikleri ve etkileri bağlamında incelemek ve aktörlerin (öğretmen, öğrenci ve veli) medya tüketim alışkanlıklarının eleştiri becerilerine etkisi araştırılmıştır. Medya okuryazarlığı eğitiminin öğretmen, öğrenci ve veli gibi aktörler üzerindeki etkisinin ve eksikliklerinin belirlenmesi temel alınmıştır. Araştırmada nitel yöntemler kullanılmış olup görüşme ve belge incelemesi tekniklerinden yararlanılmıştır. Çalışma grubu Antalya merkezde bulunan beş ilköğretim okulunda eğitim gören medya okuryazarlığı dersi almış/alan 15 kız 10 erkek öğrenci, 10 öğrenci velisi ve 10 medya okuryazarlığı öğretmeninden oluşmuştur. Elde edilen verilerin çözümlenmesinde içerik analizi yöntemi ve betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonunda medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin ilgi ve ihtiyaçlarına göre programlamada, öğretmen eğitiminde, velilerin aktif katılımında ve okulların altyapı yeterliliklerinde sorunlar olduğu ve bu nedenle medya eğitiminin amacına tam olarak ulaşamadığı tespit edilmiştir.

Görgülü-Aydoğdu (2015) “Eleştirel farkındalık yaratmada yeni medya okuryazarlığı ve yeni medya bilinci üzerine bir inceleme” adlı tez çalışmasında medya okuryazarlığı alanının önemini ortaya çıkarmak, medya okuryazarlığı müfredat programını değerlendirmek, öğrencilerin yeni medya kullanım becerilerini tespit etmek, öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine bakış açılarının tespiti, medya eğitiminden verim alınamamasındaki nedenlerin tespiti ve çözüm önerileri sunmak amaçlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu Ankara iline bağlı 7 ilçeden seçilen 7 ortaokulda eğitimlerini sürdüren 8. sınıf 702 öğrenci, aynı okullarda bulunan 12 medya okuryazarlığı öğretmeni ve Gazi Üniversitesinde gerçekleştirilen Anne Üniversitesi medya eğitimine katılan 15 yetişkinden oluşmuştur. 702 öğrenciye anket uygulanmış, yetişkinlerle ve öğretmenlerle mülakat yapılmış, yapılan mülakatlar nitel yöntemler kullanılarak değerlendirilmiştir.

Görmez (2014a) “Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri” adlı doktora çalışmasında medya okuryazarlığı eğitimi alan ortaokul öğrencilerinin düzeyleri ile ilgili bilgi edinmeyi amaçlamıştır. Medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan öğrencilerin kitle iletişiminde bakış açılarında bir farklılık olup olmadığı öğrenilmeye çalışılmıştır. Araştırma nitel yöntemlerden biri olan görüşme tekniği kullanılarak yapılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formları kullanılarak medya okuryazarlığı dersini alan 10 sekizinci sınıf öğrencisi ve medya okuryazarlığı dersini almayan 10 sekizinci sınıf öğrencisi ve bu öğrencilerin velileri çalışma grubunu oluşturmuştur. Araştırmadan elde edilen veri kümeleri içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre medya okuryazarlığı dersini alan öğrenciler bu dersi almayan öğrencilere göre daha bilinçli ve eleştirel hareket etmektedirler. Öğretmenlere

göre medya okuryazarlığı eğitimi güncel olmalı, ayrıca medya okuryazarlığı dersinden istenilen verimin alınması için velilerinde bilinçlendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bilici (2011) “Türkiye’de ortaöğretimde medya okuryazarlığı dersi için bir model önerisi” adlı doktora çalışmasında ülkemizde ortaöğretim düzeyi medya okuryazarlığı dersinin müfredat programı için içerik ve kapsam bakımından genel bir çerçeve oluşturmak amaçlanmıştır. Medya okuryazarlığı alanında gelişmiş (ABD, Fransa, Almanya, İngiltere, Avustralya, Kanada, İrlanda, İspanya ve Yunanistan) ve gelişmekte olan (Finlandiya, Rusya, Güney Afrika ve Latin Amerika) ülkelerin genel özellikleri incelenmiştir. Literatür taraması sonrası elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiş ve genel bir çerçeve çizilmiştir. Araştırmanın sonunda Türkiye’de henüz müfredat programında yer almayan ve medya okuryazarlığı alanın aktörlerinin (öğretmen, araştırmacı, öğrenci, veli, program geliştirme uzmanları, resmi kişi ve kurumlar) yararlanabileceği bir model önerisi geliştirilmiştir.

Çakmak (2010) “İngiltere ve Türkiye’deki ilköğretim medya okuryazarlığı eğitimi program ve uygulamalarının karşılaştırmalı olarak incelenmesi” adlı doktora çalışmasında Türkiye ve İngiltere’nin medya okuryazarlığı müfredat programlarını karşılaştırarak incelemiştir. Nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması kullanılan çalışmada veriler iki ülke müfredat programlarından, alandaki uzman kişilerle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerden ve okullarda yapılan gözlemlerden elde edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre İngiltere’de medya eğitimi dil sürecine göre düzenlenmekte, biçimlendirmeci değerlendirme yapılmakta, içerik üretimi yaklaşımına göre planlanmakta ve içerikler her sınıfta farklı verilmektedir. Türkiye’de ise medya eğitimi iletişim sürecine göre düzenlenmekte, not ile değerlendirme yapılmamakta, korumacı yaklaşıma göre planlanmakta ve içerikler her sınıfta aynı verilmektedir. Kazanımlar iki ülkede de dil, ideoloji, medya içeriği üretimi, izleyici, çeşit ve temsil bakımından benzerlik göstermektedir.

Altun (2010)’un “Medya okuryazarlığının sosyal bilgiler programlarıyla ilişkilendirilmesi ve öğretimi” adlı doktora çalışmasında medya eğitiminin ana konularının neler olduğu, sosyal bilgiler programı ile ilişkilendirilmesi, sosyal bilgiler dersi müfredat programı ile medya okuryazarlığı dersi müfredat programı arasında anlamlı bir ayrım olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Karma yöntemin kullanıldığı çalışmada nitel veriler içerik analizine göre değerlendirilmiş, nicel veriler ise ön test son test tekniğine göre oluşturulmuştur. Altun araştırmasının sonuçlarına göre medya okuryazarlığı dersi için oluşturulan paket programın hem sosyal bilgiler dersi müfredat programına hem de medya okuryazarlığı dersi müfredat programına göre medya eğitimini daha olumlu etkilediğini tespit etmiştir.

Medya okuryazarlığı ile ilgili yapılan yüksek lisans düzeyindeki çalışmaların sayısının da önemli bir oranda olduğu görülmektedir. Eğitim alanında yüksek lisans düzeyinde yapılan çalışmalar; medya okuryazarlığı ile eleştirel düşünme arasında ilişki, öğretmen ve öğretmen

adayların görüşleri, Türkiye ve Avrupa ülkelerindeki medya okuryazarlığı dersinin karşılaştırılması, medya okuryazarlığı dersinde karşılaşılan aksaklıklar çerçevesinde ele alınıp çalışıldığı görülmektedir.

Altıntaş (2019) “Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının eleştirel düşünme eğilimleri ile medya okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişki” adlı yüksek lisans çalışmasında sosyal bilgiler alanında okuyan öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı eğitim düzeylerinin ve eleştirel beceri yeteneklerinin hangi değişkenler açısından farklılık gösterdiğinin tespit edilmesini amaçlamıştır. Veriler altı üniversitenin Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümünde okuyan toplam 802 öğrenciden elde edilmiştir. Altıntaş, araştırmasını sonuçlarına göre sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı düzeylerinin orta düzeyde olduğu, eleştirel becerilerinin ise düşük olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Aksu (2019) “Medya okuryazarlığı dersine ilişkin öğrenci tutumları ile öğretmen ve öğretmen adayı görüşlerinin değerlendirilmesi” adlı yüksek lisans çalışmasında öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine yönelik tutumlarını belirlemek, öğretmen ve öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı dersi ile ilgili görüşlerini tespit etmek, medya eğitimi alan ile almayan öğrencilerin medyayı algılama biçimlerinin tespit etmesini amaçlamıştır. Aksu, araştırmasında elde ettiği sonuçlara göre medya okuryazarlığı dersi alan öğrenciler ile almayan öğrenciler arasında medyaya bakış açısında anlamlı bir farkın oluşmadığı ve medya okuryazarlığı dersinin amacına göre işlemediğini tespit etmiştir.

Göç-Edin (2019) “Avrupa mevzuatı ile karşılaştırmalı olarak Türkiye’de medya okuryazarlığı ve karşılaşılan sorunlar” adlı yüksek lisans çalışmasında medya okuryazarlığı alanı ile ilgili olarak Türkiye’de karşılaşılan sorunlar ve bu sorunlara çözüm önerileri sunulmuştur. Araştırmada kitle iletişim araçları açıklanmış, medya okuryazarlığı alanının çocuklara etkisi işlenerek medya okuryazarlığının hukuki boyutuna değinilmiştir. Araştırmada medya okuryazarlığı dersinin zorunlu olup olmaması, bağımsız bir ders olarak verilip verilmemesi, hangi sınıf seviyesinde verilmesi gerektiği ve dersi hangi öğretmenlerin vereceği ile ilgili tartışma bölümlerine yer verilmiştir.

Kutlu (2018) “Medya okuryazarlığı dersi kapsamında benimsenen yaklaşımlar ve uygulamalardaki aksaklıklar: Kayseri örneği” adlı yüksek lisans çalışmasında öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine karşı tutumlarını incelemek, eğitimcilerin uyguladığı yaklaşımları belirlemek ve medya okuryazarlığı eğitiminde karşılaşılan sorunları tespit etmek amaçlamıştır. Araştırmada ayrıca medya içeriklerinin çocuklar üzerindeki sosyolojik ve psikolojik etkileri tartışılmıştır. Araştırma sonunda medya okuryazarlığı eğitimi sırasında karşılaşılan sıkıntılar ve çözüm önerileri sıralanmıştır.

Yıldırım (2017) “Türkçe ve sosyal bilgiler öğretmenlerinin medya okuryazarlığı eğitimi ile ilgili becerileri ve görüşleri” adlı yüksek lisans çalışmasında Türkçe ve sosyal bilgiler

öğretmenlerinin medya eğitimi ile ilgili beceri düzeyleri tespit etmeye çalışmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre öğretmen yeterliklerinin “kısmen yeterli” olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Semiz (2013) “Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı yeterlikleri ve medya okuryazarlığı dersini yürüten öğretmenlerin karşılaştıkları sorunlar” adlı yüksek lisans çalışmasında öncelikle ortaokula devam eden öğrencilerin medya okuryazarlığı yeterlik düzeylerini tespit etmeyi ve medya okuryazarlığı dersini veren öğretmenlerin karşılaştıkları problemlerin tespit edilmesini amaçlamıştır. Semiz, araştırmasında elde ettiği sonuçlara göre medya okuryazarlığı dersini alan öğrenciler almayanlara göre daha bilinçli hareket ettikleri tespit etmiştir. Ayrıca öğretmenler çeşitli sorunlar nedeniyle (dersin seçmeli olması, dersin önemsenmemesi, okulların altyapı sorunları, dersin notla değerlendirilmemesi, araç gereç eksikliği, materyal azlığı) medya okuryazarlığı dersinin etkisinin azaldığını belirtmişlerdir.

Bütün (2010)’ün “Medya okuryazarlığı dersine ilişkin öğretmen, öğrenci ve veli görüşleri (Samsun ili örneği)” adlı yüksek lisans çalışmasında seçmeli olarak okutulan medya okuryazarlığı dersinin öğrencilerin medya kullanımına ve medya eğitimine nasıl bir katkı sağladığının ölçülmesi amaçlamıştır. Bunun için derse giren öğretmenler, veliler ve öğrencilerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonunda velilerle yeterince işbirliği yapılamadığı, öğrencilerin dersi sıkıcı buldukları ve medya okuryazarlığı dersinin öğrencilerin medyayı kullanma düzeylerine etki etmediği tespit edilmiştir.

İnan (2010) “Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri ve medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri” adlı yüksek lisans çalışmasında öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin ve görüşlerinin tespit etmesini amaçlamıştır. İnan, araştırma sonunda öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı dersinin önemli olduğunu düşündükleri, medya içerikleri konusunda bilinçli davranmaya çalıştıkları, çevresinde bulunan insanları medya konusunda yeterince bilinçlendirmedikleri ve medya mesajlarına tepki seviyelerinin düşük olduğu tespit etmiştir.

Keleş (2009) “İlköğretim medya okuryazarlığı dersi öğretim programına ilişkin öğretmen görüşleri” adlı yüksek lisans çalışmasında medya okuryazarlığı dersine giren öğretmenlerin “İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı” hakkındaki görüşlerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırma sonunda medya okuryazarlığı dersi öğretim programında bulunan kazanımların içeriklerle uyumlu olduğu, birbirleriyle tutarlı bir özellik gösterdiği, gerçekleştirilebilir niteliklere sahip ve günlük yaşam içerisine uygulanabileceği tespit edilmiştir. Ayrıca etkinlik örneklerinin sınıf sevilerine göre düzenlenmesi, dersin not ile değerlendirmesinin yapılması, zorunlu ders kapsamında verilmesi ve dersin çalışma kitabının hazırlanması gerektiği sonuçları ortaya çıkmıştır.

Şeylan (2008) “Medya okuryazarlığı ders uygulamalarında dünya üzerinde görülen aksaklıklar” adlı yüksek lisans çalışmasında dünya üzerinde uygulanmakta olan medya okuryazarlığı dersinde karşılaşılan sorunların tespiti amaçlamıştır. Araştırmada ABD, Kanada, İngiltere, Fransa, Avusturya ve Türkiye’de uygulanmakta olan medya okuryazarlığı dersleri incelenmiştir. Kanada’nın dışında diğer ülkelerde resmi anlamda bir öğretim izlencesinin olmadığı tespit edilmiştir. İstanbul’da pilot olarak uygulanmakta olan medya okuryazarlığı dersi hakkında dersi veren öğretmenlerle yapılan görüşmelerden elde edilen sonuçlar şunlardır: Medya okuryazarlığı dersi korumacı yaklaşım ile işlenmektedir. Öğretmenler gerekli donanımına sahip değildir. Okulların araç gereç temininde maddi yetersizlikleri bulunmaktadır. Güncel ve politik konular ders içeriğinde yer almamaktadır. Popüler metin içerikleri derslerde çözümlenmemektedir.

Eğitim alanında makale düzeyinde yapılan çalışmalara baktığımızda öğretmen ve öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri, görüşleri, bu dersi alan öğrenciler ile almayan öğrenciler arasındaki okuryazarlık düzey farkları, medya okuryazarlığının eleştirel düşünme ile arasında ilişki çerçevesinde ele alınıp çalışıldığı görülmektedir.

Dolanbay, Akengin ve Tuncel (2021)’in “Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığına ilişkin algılarının değerlendirilmesi” adlı makale çalışmalarında sosyal bilgiler öğretmenleri için geliştirilen medya okuryazarlığı modelinin uygulanması sonrası medya okuryazarlığı algılarında değişiklik olup olmadığının ölçülmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın örneklemini Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Sosyal Bilgiler Öğretmenliği üçüncü sınıfta eğitim göre 20 öğretmen adayı oluşturmaktadır. Araştırmadan elde edilen veriler ön algı formu, son algı formu, kompozisyonlar ve bireysel görüşme formu araçları kullanılarak elde edilmiştir. Görüşme formları yarı yapılandırılmış şekilde uygulanmıştır. Araştırma sonunda öğretmen adaylarının medya okuryazarlığına yönelik olumsuz tutumları olumlu yönde değiştiği, Medya okuryazarlığı dersinin zor olduğu yönündeki algı uygulama sonrası yüksek oranda azaldığı Ayrıca uygulama sonrası öğretmen adaylarının eleştirel bakış açılarının geliştiği tespit edilmiştir.

Aslan ve Tuncer-Basel (2017)’in “Eğitim fakültesi öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri (İzmir örneklemi)” adlı makale çalışmasında eğitim fakültesinde öğrenim görmekte olan öğretmen adaylarının, yeni medya araçlarını kullanma durumları ve medya okuryazarlığı düzeylerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonunda öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyi% 50’nin üstünde olduğu, öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyinin bölüm ya da yaş değişkenlerine göre farklılaşmadığı ancak internete sahiplik, bilgisayara sahiplik ve cinsiyete göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Elitok-Kesici ve Kızılkaya (2016)’nın “Medya okuryazarlığı dersine ilişkin öğretmen görüşleri” adlı makale çalışmasında medya okuryazarlığı dersine giren öğretmenlerin derse yönelik görüşlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda medya okuryazarlığı dersine giren öğretmenlerin % 50’si

bu ders ile ilgili bir kursa ya da eğitime katılmadığı, öğretmenlerin çoğu medya okuryazarlığı eğitimi konusunda kendisini yeterli hissetmedikleri, öğretmenler okullarda medya okuryazarlığı ile ilgili özel bir sınıfın oluşturulmadığını, öğretmen kılavuz kitaplarında ve ders kitaplarında bazı eksikliklerin olduğunu belirtmişlerdir.

Uslu, Yazıcı ve Çetin (2016)'in "Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri" adlı makale çalışmasında sosyal bilgiler öğretmen adaylarının farklı değişkenler açısından (cinsiyet, sınıf, barınma türü, bilgisayar sahipliği, üniversite) medya okuryazarlığı düzeylerinin belirlenmesi amaçlamışlardır. Araştırma sonuçlarına göre sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı düzeyinin yüksek olduğu tespit edilmiş, öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı düzeylerinin bilgisayar sahipliği ve cinsiyete göre fark gösterdiği ancak sınıf, üniversite ve barınma türüne göre bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Kansızoğlu (2016) "Türkçe öğretmeni adaylarının medya okuryazarlığı dersine yönelik görüşleri" adlı makale çalışmasında eğitim fakültesinde öğrenim görmekte olan Türkçe öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı eğitimine yönelik görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Türkçe öğretmen adayları medya okuryazarlığı dersinin lisans programlarında da verilmesi gerektiğini, derste alternatif değerlendirme yöntemlerinin kullanılmasını istedikleri, derste davranışsal ve duyuşsal becerilere bilişsel beceriler kadar yer verilmesinin daha iyi olacağını ifade edilmiştir.

Nalçacı, Meral ve Şahin (2016)'in "Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının eleştirel düşünme ile medya okuryazarlıkları arasındaki ilişki" adlı makale çalışmasında sosyal bilgiler alanında eğitim gören öğretmen adaylarının eleştirel yetenekleri ile medya okuryazarlığı düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu 2014-2015 eğitim öğretim yılında Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi'nde okuyan 284 öğretmen adayı oluşturmaktadır. Araştırma verileri Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği ve Kaliforniya Eleştirel Düşünme Eğilimleri Ölçeği kullanılarak elde edilmiştir. Elde edilen veriler yüzde, frekans, standart sapma, aritmetik ortalama, çoklu doğrusal regresyon ve pearson çarpım momentler korelasyon teknikleri kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre medya okuryazarlığı ile eleştirel düşünme arasında ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Atmaca (2016)'nın "Medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin karşılaştırılması" adlı makale çalışmasında Gazi Üniversitesi Türkçe öğretmenliği bölümünde okuyan ve medya okuryazarlığı dersini almış öğretmen adayları ile medya okuryazarlığı dersini almamış İngilizce öğretmen adaylarını medya okuryazarlığı düzeyleri bakımından karşılaştırma amaçlanmıştır. Çalışma nicel araştırma yöntemleri kullanılarak yapılmıştır. Veri toplama araçları olarak medya okuryazarlığı düzey belirleme ölçeği (anket) kullanılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde ise excel ve SPSS 18 (T testi) araçları kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre medya mesajlarına verilen tepkiler, gündemin takip

edilmesi, bilgi doğruluğunun araştırılması, kitle iletişim araçlarından etkilenme gibi değişkenler açısından anlamlı farklılıklar bulunduğu tespit edilmiştir.

Karaman (2016)'ın "Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri ve eleştirel düşünme eğilimleri üzerine bir araştırma" adlı makale çalışmasında öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı seviyeleri ile eleştirel bakış açısı eğilimleri arasında bağ olup olmadığı incelenmiştir. Medya okuryazarlığı düzeyi ve eleştirel düşünme eğilimleri çeşitli değişkenler (sınıf, cinsiyet, bölüm, internet kullanım amaçları) açısından incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini Uşak Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde okuyan öğretmen adayları oluşturmaktadır. Araştırma verileri Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği ve Kaliforniya Eleştirel Düşünme Eğilimleri Ölçeği kullanılarak elde edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS programında 19.0 (T Testi, Mann-Whitney U Testi, Pearson korelasyon katsayısı) çözümlenmiştir. Çalışma sonunda öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı düzeyleri ile eleştirel beceri eğilimleri arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu bulunmuştur. Erkeklerin medya okuryazarlığı düzeyleri ile eleştirel beceri eğilimleri kadınlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bölüm açısından bakıldığında Türkçe öğretmenliği ve sosyal bilgiler öğretmenliği bölümlerinin lehine anlamlı bir fark oluşmuştur.

İnan (2015)'in "Eğitim fakültesi öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri" adlı makale çalışmasında Türkiye'de medya okuryazarlığı eğitimini verecek öğretmen adaylarının görüşlerini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Araştırma betimsel olarak tarama modelinde yapılmış ve içerik analizine tabi tutulmuştur. Nicel verilerin analizinde frekans, yüzde ve T testi kullanılmıştır. Araştırma evrenini Dumlupınar Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde öğrenim gören toplam 480 öğretmen adayı oluşturmıştır. Araştırma sonunda öğretmen adayları medya okuryazarlığı dersinin gerekli olduğunu ve farklı sınıf kademelerinde verilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Gömlüksiz ve Duman (2013)'in "Medya okuryazarlığı dersi kazanımlarının gerçekleşme düzeyine ilişkin öğrenci ve okul yöneticilerinin görüşleri" adlı makale çalışmasında medya okuryazarlığı eğitimi kazanımlarının gerçekleşme durumunun öğrenciler tarafından nasıl algılandığı ve okul müdürlerinin derse ilişkin bakış açılarının öğrenilmesi amaçlanmıştır. Araştırma karma yöntemin kullandığı nitel bir çalışmadır. Araştırma örneklemini Elazığ il merkezinde bulunan on ilköğretim okulunda medya okuryazarlığı dersini alan toplam 925 öğrenci ve 4 okul yöneticisi oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama araçları olarak 45 sorudan oluşan Likert tipi ölçek ve yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi, T testi ve varyans analizi yapılarak çözümlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre medya okuryazarlığı ders kazanımlarının gerçekleşme düzeyi yüksek çıkmıştır. Okul müdürleri ise dersin gerekli olduğunu ancak öğretmen eksikliği ve altyapı yetersizliği gibi sorunlar nedeniyle uygulamada zorluklar ile karşılaştıklarını belirtmişlerdir.

Elma ve diğerleri (2009a)'nin "Medya okuryazarlığı dersinin okul müdürlerinin görüşlerine göre değerlendirilmesi" adlı makale çalışmasında medya okuryazarlığı eğitiminin okul müdürleri tarafından nasıl değerlendirildiği öğrenilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu medya okuryazarlığı dersinin verildiği beş pilot okuldaki okul müdürleri oluşturmaktadır. Araştırma verileri yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak elde edilmiştir. Araştırmadan elde edilen bilgiler içerik analizi tekniği kullanılarak çözümlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre okul müdürleri medya okuryazarlığı dersinin gerekli olduğunu, öğrencilerin medya konusunda bilinçlendirilmesi gerektiğini, okulların altyapılarının derse uygun hale getirilmesini ve velilerle daha fazla işbirliği yapılmasını istediklerini belirtmişlerdir.

Altun (2009)'un "Eğitim bilim açısından seçmeli medya okuryazarlığı dersi programına eleştirel bir yaklaşım" adlı makale çalışmasında seçmeli medya okuryazarlığı dersi için 2006 yılında hazırlanan öğretim programı incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Programın incelenebilmesi için konu alanı, dersin seçmeli statüsü, iç tutarlılık, bireyin ve toplumun ihtiyaçları gibi kriterler oluşturulmuştur. Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olmasının verimliliği düşürdüğü sonucuna varılmıştır. Dersin konu alanının dünyadaki muadilleri yeterince araştırılmadığı için yetersiz olarak tespit edilmiştir. Program hazırlanırken bireyin ve toplumun ihtiyaçları yeterince göz önüne alınmamıştır. Program iç tutarlılığa sahiptir. Programa bütün özellikleri açısından bakıldığında daha kapsamlı ve daha etkili hazırlanabileceği söylenebilir.

Deveci ve Çengelci (2008)'nin "Sosyal bilgiler öğretmen adaylarından medya okuryazarlığına bir bakış" adlı makalesinde sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı eğitimine yönelik görüşlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Nitel karakterli bu çalışmada örneklem olarak 20 sosyal bilgiler öğretmen adayı seçilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formları kullanılan çalışmada elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Araştırma sonunda sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarı olması gerektiği, sınıf arkadaşlarının medya okuryazarlığı düzeylerini yetersiz buldukları ve lisans eğitimleri sırasında ders konularının güncel olaylarla ilişkilendirildiği tespit edilmiştir.

Görmez (2015) 2012-2013 eğitim öğretim yılında Van ilinde 8. sınıf öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmada medya okuryazarlığı dersini alan on öğrenci velisi ile medya okuryazarlığı dersini almayan on öğrenci velisi çeşitli özellikler açısından karşılaştırılmıştır. Araştırma sonucunda medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin medya okuryazarlığı dersini almayan öğrencilere göre evde daha az televizyon izledikleri, daha az bilgisayar kullandıkları, iletişimlerinin daha iyi olduğu ve izlediği medya içeriklerini daha iyi değerlendirebildikleri ortaya konulmuştur.

Ayas ve Horzum'un (2013) Samsun ilinde 2010-2011 eğitim öğretim yılında üç ilköğretim okulunda 407 öğrenci üzerinde yaptığı araştırma sonuçlarına göre ihmalkâr ailelerin çocuklarının bilgisayar ve internet ortamlarında daha fazla süre harcadıkları sonucuna

ulaşmışlardır. Bu tür aileler çocuklarını ihmal etmekte onları internette takip etme gereği duymamaktadır. İhmalkâr ailelerin çocukları duygusal boşlukları nedeniyle bu ihtiyaçlarını internet ortamlarında fazla süre harcayarak gidermeye çalışmaktadır.

Binark ve Bayraktutan-Sütcü (2007) Ankara'nın değişik ilçelerinde yaşları 10-24 arası 206 kişiyle yapmış olduğu odak grup görüşmesi sonuçlarına göre internet kafelere giden kişilerin yaş grupları incelendiğinde en fazla internet kafede zaman geçiren grubun 16-24 yaş arası gençlerin olduğu ve bu gençlerin 1 ila 10 saat arasında internet kafede zaman geçirdiği sonucuna ulaşmıştır. Aynı araştırma da internet kafelere giriş yasağı olan 10-15 yaş grubunun da 1 ila 5 saat arasında internet kafede vakit harcadığı sonucuna ulaşmıştır.



3. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmanın modeli, çalışma grubu, araştırmada kullanılan veri toplama tekniği ve verilerin analizine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırma Modeli

Ortaokullarda seçmeli ders olarak okutulan medya okuryazarlığı dersinin amaçları ve dersin öğretiminde yaşanan sorunları, dersi veren öğretmenlerin görüşlerine dayalı olarak incelemeyi amaçlayan bu araştırma hem nitel hem de nicel verilerin eş zamanlı olarak toplandığı yakınsayan-paralel karma desenin uygulandığı bir çalışmadır. Yakınsayan paralel desen, aynı amaç doğrultusunda farklı veri kaynaklarından toplanan verilerin doğrulanması ve çapraz sorgulamasının yapılmasına olanak sağladığı bir desendir (Demirkasımoğlu, 2018). Araştırmanın nicel boyutunda daha geniş bir örneklemden veri toplamak için anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmanın nitel boyutunda ise medya okuryazarlığı dersi veren öğretmenlerden dersin amaçları ve uygulanmasıyla ilgili olarak derinlemesine bilgi edinilmesi ve öğretmenlerin deneyimlerine odaklanılmasına olanak sağlayan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Evren, araştırmada toplanacak verilerin analizi ile elde edilecek sonuçların geçerli olacağı, yorumlanacağı grup olarak tanımlanmaktadır (Büyüköztürk ve Diğerleri, 2014). Bu araştırmanın yürütüldüğü 2020-2021 eğitim öğretim yılında Türkiye genelinde ortaokullarda 30,187 öğretmen görev yapmaktadır (MEB, 2020). Örneklem, ilgili evrenden belirli kurallara uyarak seçilen ve o evreni temsil gücüne sahip, görece evrenden daha az sayıda bireyden oluşan ve üzerinde çalışma yürütülecek gruptur (Erkuş, 2005). İlgili eğitim öğretim yılında ortaokul öğretmenleri arasında kaç kişinin bu dersi verdiğine ilişkin kesin bilgiler bulunmamakla birlikte bu dersi veren öğretmenler evrenini temsil etmeye yönelik Türkiye'nin 7 farklı bölgesinde (Akdeniz, İç Anadolu, Doğu Anadolu, Güney Doğu Anadolu, Marmara, Karadeniz ve Ege bölgeleri) çalışan ve medya okuryazarlığı dersini veren 372 ortaokul öğretmeni araştırmanın nicel örneklem grubunu oluşturmuştur.

Kartopu örneklem türü bu araştırmada kullanılan örneklem türü olmuştur. Kartopu örnekleme tekniği, evreni oluşturan birimlere erişmenin zor olduğu veya evren hakkındaki bilgilerin (büyüklük ve bilgi derinliği vb.) eksik olduğu durumlarda kullanılmaktadır (Patton, 2014). Kartopu örnekleme yönteminde, öncelikle araştırma evreni içerisinde yer alan ve araştırmacının ulaşabileceği ilk birim (kişi ya da obje) belirlenir. Bu birimlerden elde edilecek veriler ışığında sonraki birime ulaşılarak evreni temsil edebileceği düşünülen örneklemin

oluşturulması, böylelikle başlangıçta tek bir birimden oluşan örneklem hacminin kartopu gibi büyütülmesi amaçlanır (Ural ve Kılıç, 2011,s. 46).

Tablo 11.

Evren Büyüklüğüne Göre Örneklem Sayısının Belirlenmesi

N (Evren)	%95 güvenle n (örneklem)	%99 güvenle n(örneklem)
50	44	50
100	79	99
200	132	196
500	217	476
1000	278	907
2000	322	1661
5000	357	3311
10000	370	4950
20000	377	6578
50000	381	8195
100000	383	8926
1000000	384	9706

Kaynak: (Cohen, Manion ve Marrison'dan akt; Erkuş, 2005, s.91)

Tablo 11'den hareketle araştırma evrenimizin büyüklü doğrultusunda % 95 güven aralığıyla araştırmanın örneklem sayısı 372 olarak belirlenmiştir.

Tablo 12.

Araştırma Örneklemine Bölgelere Göre Dağılımları

Bölgeler	f	%
Akdeniz Bölgesi	160	43
İç Anadolu Bölgesi	55	14,8
Doğu Anadolu Bölgesi	32	8,6
Güney Doğu Bölgesi	37	9,9
Marmara Bölgesi	38	10,2
Karadeniz Bölgesi	26	7
Ege Bölgesi	24	6,5
Toplam	372	100

Tablo 12'de araştırmanın örneklemine oluşturan katılımcıların bölgelere göre dağılımları görülmektedir. Örneklem sayısının bölgelere göre dağılımında Akdeniz bölgesindeki kişi sayının diğer bölgelere göre daha fazla olması, araştırmacının Osmaniye ilinde yaşıyor ve görev yapıyor olması ve Mersin Üniversitesinde okuyor olmasından kaynaklı medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerine ulaşılmasının kolay olmasından kaynaklanmıştır. Buna göre Akdeniz bölgesinde (160 kişi) % 43, İç Anadolu Bölgesinden (55 kişi) % 14,8, Doğu Anadolu Bölgesinden (32 kişi) % 8,6, Güney Doğu Bölgesinden (37 kişi) % 9,9, Marmara Bölgesinden (38 kişi) % 10,2, Karadeniz bölgesinden (26 kişi) %7, Ege bölgesinden ise (24 kişi) % 6,5 bu araştırmanın örneklemine oluşturmuştur.

Tablo 13.

Ankete Katılan Medya Okuryazarlığı Dersi Veren Ortaokul Öğretmenlerine Ait Betimsel İstatistikler

	Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	211	56,7
Erkek	161	43,3
Yaş		
22-29 yaş arası	91	24,5
30-34 yaş arası	129	34,7
35-40 yaş arası	93	25
41 yaş ve üzeri	59	15,9
Hizmet süresi		
1-5 yıl arası	98	26,3
6-10 yıl arası	124	33,3
11-15 yıl arası	71	19,1
16-20 yıl arası	66	17,7
21 yıl ve üzeri	13	3,5
Eğitim seviyesi		
Lisans	348	93,5
Y. lisans ve doktora	24	6,5
Medeni Durum		
Bekâr	102	27,4
Evli	270	72,6
Branş		
Sosyal bilgiler	338	91
Türkçe	30	8
Matematik	2	0,5
Din kültürü ve ahlak bilgisi	2	0,5
Bir eğitim, kurs, sertifika programına katılma durumu		
Evet	333	89,5
Hayır	39	10,5

Araştırmaya katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin cinsiyetlerine baktığımızda kadınların oranı % 56,7, erkek olanların oranı % 43,3 olmuştur. Bu anlamda kadın katılımcıların oranı erkek katılımcıların oranından daha fazla olmuştur. Araştırmaya katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin medeni durumlarına baktığımızda evli olanların oranı % 72,6, bekâr olanların oranı % 27,4 olmuştur. Bu anlamda evli olan katılımcıların oranı bekâr olan katılımcıların oranından daha fazla olmuştur.

Araştırmaya katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin eğitim durumlarına baktığımızda yüksek lisans yapanların oranı % 6,5, lisans düzeyinde olanların oranı ise % 93,5 olmuştur. Katılımcıların çok büyük oranda lisans düzeyinde bir eğitim düzeyine sahip oldukları göze çarpmaktadır. Araştırmaya katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin yaşına ilişkin verileri incelediğimizde 22-29 yaş arası olanların % 24,5 oranında, 30 ile 34 yaş arasında olanların % 34,7 oranında, 35 ile 40 yaş arasında olanların % 25 oranında, 41 yaş ve üzerinde olanların ise % 15,9 oranında oldukları göze çarpmaktadır. Bu anlamda katılımcıların büyük bir oranda 22 yaş ile 40 yaş arasında oldukları görülmektedir.

Araştırmaya katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin branşına ilişkin bilgileri incelediğimizde Sosyal Bilgiler öğretmenlerinin % 91 oranında, Türkçe öğretmenlerinin % 8 oranında, Matematik öğretmenlerinin % 0,5 oranında, Din kültürü ve Ahlak Bilgisi öğretmenlerinin ise % 0,5 oranında oldukları göze çarpmaktadır. Bu anlamda katılımcıların büyük bir oranda Sosyal Bilgiler öğretmenleri oldukları görülmektedir. Araştırmaya katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin hizmet sürelerine ilişkin olarak tabloyu incelediğimizde 1-5 yıl arası olanların % 26,3 oranında, 6-10 yıl arası olanlar % 33,3 oranında, 11-15 yıl arasında olanlar % 19,1 oranında, 16-20 yıl arası olanların % 17,7 oranında, 21 yıl ve üzeri olanlar ise % 3,5 oranında oldukları göze çarpmaktadır. Katılımcıların yarısından fazlasının 1 ile 12 yıl arası hizmet süresine sahip oldukları görülmektedir.

Araştırmaya katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin medya okuryazarlığı dersi ile ilgili herhangi bir eğitim, kurs, sertifika programına katılmasına ilişkin tabloyu incelediğimizde katılımcıların % 89,5 gibi yüksek bir oranda medya okuryazarlığına ilişkin eğitim aldıklarını ortaya koymuştur. Medya okuryazarlığına ilişkin herhangi bir eğitim almayanların oranlarının ise % 10,5 oranında olduğu görülmektedir. Bu anlamda öğretmenlerin lisans eğitimi aldığı dönemlerde üniversitelerin medya okuryazarlığı konusunda eğitim verdiği ve öğretmenlerin görev yaptıkları süre içerisinde medya okuryazarlığı konusunda ilgili davranarak eğitim aldığını ortaya koymaktadır.

Araştırmanın nitel bölümü için veriler toplamda 15 medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmeni ile yapılan görüşmeler ile elde edilmiştir. Görüşme yapılan ortaokul öğretmenlerine ilişkin bilgiler şu şekildedir:

Tablo 14.

Mülakata Katılan Medya Okuryazarlığı Dersi Veren Ortaokul Öğretmenlerine Ait Betimsel İstatistikler

	Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	5	33,33
Erkek	10	66,66

Katılımcıların yaşları

26-30 yaş arası	3	19,99
31-35 yaş arası	4	26,66
36-40 yaş arası	6	39,99
41-45 yaş arası	1	6,66
46 yaş ve üzeri	1	6,66

Hizmet süresi

1-5 yıl arası	2	13,3
6-10 yıl arası	6	39,99
11-15 yıl arası	5	33,33
16-20 yıl arası	1	6,6
21 yıl ve üzeri	1	6,6

Eğitim seviyesi

Lisans	14	93,33
Y. lisans ve doktora	1	6,6

Medeni Durum

Bekâr	5	27,4
Evli	10	72,6

Branş

Sosyal bilgiler	15	100
-----------------	----	-----

Medya okuryazarlığı dersini veren öğretmenlere görüşme formları covid-19 salgını nedeniyle sosyal medya üzerinden ulaştırılmış ve soruları yanıtlamaları istenmiştir. Görüşme formu ile ilgili açıklayıcı bir metin de beraberinde gönderilmiştir. Katılımcılar merak ettikleri durumlar hakkında bilgilendirilmişlerdir. Öğretmenler formları doldurduktan sonra tekrardan sosyal medya üzerinden göndermişlerdir. Yapılan görüşmelerden elde edilen sonuçlara göre görüşme yapılan öğretmenlerin % 33,3'ü kadın, % 66,6'sı erkektir. Görüşme yapılan öğretmenlerin tamamı lisans mezunu ve tamamı medya okuryazarlığı dersini kendi okullarında vermektedir.

Araştırmada görüşmelere katılan medya okuryazarlığı dersi veren ve ortaokul öğretmenlerinin % 13,33'nün (2 kişi) 1-5 yıl arasında, % 39,99'unun (6 kişi) 6-10 yıl arasında, % 33,33'ünün (5 kişi) 11-15 yıl arasında, % 6,66'sının (1 kişi) 16-20 yıl arasında ve % 6,66'sının (1 kişi) ise 21 yıl ve üzeri hizmet süresine sahip olduğu görülmektedir. Görüşmeye katılan öğretmenlerin %19,99'u (3 kişi) 26-30 yaş arası, %26,66'sı (4 kişi) 31-35 yaş arası, % 39,99'u (6 kişi) 36-40 yaş arası, % 6,66'sı (1 kişi) 41-45 yaş arası, % 6,66'sı (1 kişi) ise 46 yaş ve üzeri oldukları görülmektedir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmanın verileri ortaokullarda seçmeli ders olarak okutulan medya okuryazarlığı dersinin amaçları ve dersin öğretiminde yaşanan sorunları, dersi veren görüşleri açısından öğrenmeye yönelik olarak araştırmacı tarafından hazırlanan bir anket ve yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığı ile elde edilmiştir.

Anket, belli bir konuda saptanmış hipotezlere ya da sorulara bağlı olarak bir evren ya da örnekleme oluşturan kaynak kişilere sorular yöneltmek suretiyle sistemli veri toplama tekniği olarak tanımlanabilir. Anketler, sosyal bilimlerde gözlemleri standartlaştırmak üzere başvuru araçlarından biridir. Anketler yazılı veri toplama aracı olarak da tanımlanmıştır (Balci, 2005). Anket çoğunlukla, geniş ölçekli bir şekilde var olan durumu saptamak/betimlemek amacıyla kullanılmasına karşın, evren parametresi kestirmek ve var olan durumu saptadıktan sonra ilişkisel çalışmalar yönünde denenceler kullanmak amacıyla da kullanılır. Anketle bireylerin şu özelliklerine ilişkin bilgiler toplanır: a) bireylerin demografik özellikleri, yaşam alanları gibi değiştirilemez olgular: yaş, gelir-egitim düzeyi, doğum yeri, etnik ve ulusal bilgiler gibi. b) bireylerin içinde bulundukları herhangi bir şeye ilişkin tutumları, düşünceleri, niyetleri, beklentileri ve arzuları. c) bireyin yaşamakta oldukları etkinliklere ve alışkanlıklara ilişkin davranışsal bildirimler (Erkuş, 2013, s. 161). Anketler bireysel ve yüz yüze uygulanabildiği gibi, posta, telefon ve internet aracılığıyla ya da grup olarak da uygulanabilir. Erkuş (2013) anket sorularının yapısal açıdan olgusal ve yargısal olarak iki kategoride, biçimsel açıdan ise açık uçlu ve kapalı uçlu sorular olarak ele alınabileceğini belirtmektedir.

Araştırmanın anketle veri toplama aşaması, çalışmanın yürütüleceği dönemde tüm dünyada ve Türkiye’de korona salgını nedeniyle alandan veri toplamanın zorlaştığı bir döneme denk gelmiş olması nedeniyle, online olarak sosyal medya üzerinden gerçekleştirilmiştir. Araştırma soruları temelinde ve ilgili literatür taranarak konu ile ilgili sosyal bilgiler öğretmenlerinin görüşlerini belirlemek amacıyla 44 soruluk anket taslağı oluşturulmuştur. Anket taslağı, Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesinde görev yapan öğretim üyelerinden beş uzmanın görüşüne sunulmuştur. Veriler toplanmaya başlanmadan önce farklı yaşlardan 50 ortaokul öğretmeni ile pilot uygulama yapılmıştır. Uzman görüşleri ve pilot uygulamadan elde edilen geribildirimler sonucunda soruların anlaşılabilirliği göz önünde bulundurularak anket 33 soruya düşürülerek anket formuna son şekli verilmiştir. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kişisel bilgileri içeren katılımcıların yaşı, cinsiyeti, medeni durumu, görev yaptığı il, branşı, hizmet süresi, bitirmiş olduğu eğitim düzeyi, medya okuryazarlığı daha önce verip vermediğini tespit etmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölüm ise, medya okuryazarlığı dersinin amaçlarına ilişkin öğretmen görüşlerini içeren 13 sorudan oluşmaktadır. Üçüncü bölümde ise medya okuryazarlığı dersinin öğretiminde karşılaşılan sorunlara ilişkin öğretmen görüşlerini öğrenmeye yönelik 12 soru bulunmaktadır (Ek.1).

Araştırmanın nitel bölümü için verilerin toplanmasında medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin konuyla ilgili görüş, deneyim, duygu ve düşüncelerini etraflıca inceleme fırsatı vermesi; ayrıca görüşme öncesinde hazırlanan sorulara, görüşme sırasında da yeni soru sorma olanağı vermesi açısından yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi tercih edilmiştir. Bu görüşme türü, önceden belirlenmiş bir dizi sorunun sorulmasını ve bazı durumlarda ek sorular sorulmasını içermektedir. Bu sorular genellikle her katılımcıya sistematik ve tutarlı bir sırada sorulmakla birlikte görüşmecinin bu sınırların dışına çıkma özgürlüğü ve konuyu derinleştirmek üzere ek sorular sorabilmektedir (Berg ve Lune, s.136, 137).

Konu ile ilgili literatür taraması yapıldıktan sonra medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin fikirlerini öğrenmek amacıyla 14 soruluk yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Oluşturulan görüşme formunda medya okuryazarlığı dersinin amaçlarına ilişkin öğretmen görüşlerine ilişkin 7 soru, medya okuryazarlığı dersinin öğretimine ve karşılaşılan sorunlara ilişkin 7 soru olmak üzere toplamda 14 soru bulunmaktadır. Görüşme formunda ayrıca öğretmenlerin cinsiyeti, kıdem, yaş, branş, medeni durum ve eğitim seviyesine ilişkin kişisel bilgi sorularına yer verilmiştir (Ek .2).

3.4. Verilerin Analizi

Araştırmanın nicel kısmını oluşturan anket verilerinin analizi için araştırmanın alt problemleri doğrultusunda uygulanan betimsel istatistik test teknikleri kullanılarak çözümlenmiştir. Verilerin analizinde SPSS (Statistical Package for Social Sciences) programından yararlanılmıştır.

Medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenleri ile yapılan görüşmeler neticesinde toplanan verilerin yorumlamasında ise betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Betimsel analiz; toplanan verilerin araştırmacının daha önceden belirlediği temalara göre incelendiği, katılımcıların duygu, düşünce ve fikirlerinin neden-sonuç ilişkisi çerçevesinde doğrudan alıntılar kullanılarak yorumlandığı analiz şeklidir(Yıldırım ve Şimşek, 2008). Yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucunda elde edilen verilerden hareketle kodlamalar yapılmış, betimsel analiz tekniği ile toplanan veriler azaltılıp, gruplandırılmıştır. Öğretmenlerin sorulara verdiği cevaplardan hareketle ortak kavramlardan oluşan temalar tablolar şeklinde organize edilmiştir. Görüşmelere katılan Sosyal Bilgiler öğretmenlerinin görüşleri var olan durumu olduğu şekliyle ortaya koymak için üzerinde hiçbir değişiklik yapılmadan sunulmuştur.

4. BULGULAR

Bu bölümde araştırma problemi ve alt problemleri çerçevesinde anket ve yarı yapılandırılmış görüşme formu ile toplanan verilerin ilk olarak anket verileriyle daha sonra mülakat ile medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerin dersin amaçlarına ilişkin görüşleri ve bu dersin öğretiminde öğretmenlerin karşılaştıkları sorunlar incelenmiştir.

4.1. Anket Sorularına İlişkin Bulgular

Araştırmanın problemi ve alt problemleri doğrultusunda yapılan anket ile elde edilen veriler çözümlenmiş, bu sonuçlar frekans(f) ve yüzdeliklere (%) göre tablolar halinde yorumlanmıştır.

4.1.1. Anket bulgularına göre medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin bu dersin amaçlarına ilişkin görüşleri nelerdir?

Araştırma sorusu çerçevesinde medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin bu dersin amaçlarına ilişkin görüşlerini tespit etmek amacıyla 13 soru sorulmuş sorulara verilen cevaplar aşağıda sunulmuştur.

Tablo 15.

Medya Okuryazarlığı Dersi Veren Ortaokul Öğretmenlerinin Medya Okuryazarlığı Dersinin Amaçlarına İlişkin Anket Görüşleri

		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Biraz Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrenciler için önemli ve gerekli bir ders olduğunu düşünüyorum.	f	0	2	3	13	354
	%	0	0,4	0,8	3,5	95,2
2. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerde medyayı bilinçli kullanma alışkanlıklarında farklılık yaratması açısından amacına ulaştığını düşünüyorum	f	1	22	32	261	56
	%	0,3	5,9	8,6	70,2	15,1
3. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin medya araçlarını (cep telefonu, televizyon, internet, sosyal medya) kullanma süreleri açısından bir farklılık yaratması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	f	1	19	33	264	55
	%	0,3	5,1	8,9	71	14,8
4. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin televizyon programlarında (haberlere, dizilere, reklamlara vb.) seçici olmalarına bir katkı sunması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	f	1	16	23	279	53
	%	0,3	4,3	6,2	75	14,2
5. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin eleştiri becerilerini geliştirmesi konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	f	1	35	74	220	42
	%	0,3	9,4	19,9	59,1	11,3
6. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin medya ürünü oluşturma yeterliklerine katkı sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	f	3	24	38	271	36
	%	0,8	6,5	10,2	72,8	9,7

‘Tablo 15 (devamı)’

		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Biraz Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
7. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin internet ortamında karşılaşılabilir riskler konusunda bilinçlenmelerini sağlaması açısından amacına ulaştığını düşünüyorum.	f %	0 0	9 2,4	22 5,9	286 76,9	55 14,8
8. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin kendilerini medyanın etkilerinden koruyabilmesini sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	f %	0 0	15 4	19 5,1	289 77,7	49 13,2
9. Medya okuryazarlığı dersi, öğrencilerin sözlü ve fiziksel şiddet içeren programları izlemesini azaltması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	f %	3 0,8	19 5,1	31 8,3	277 74,5	42 11,3
10. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin tüketim ve satın alma davranışlarında bir bilinçlenme yaratma konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	f %	0 0	12 3,2	18 4,8	296 79,6	46 12,4
11. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin medyanın sunduğu önyargılı ve yanlış bilgileri ayırt etme becerilerinde gelişme sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	f %	0 0	10 2,7	16 4,3	297 79,8	49 13,2
12. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin gerçek ile kurgu olanı birbirinden ayırt etmelerinde başarı sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	f %	0 0	12 3,2	30 8,1	281 75,5	49 13,2
13. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin ruhsal, ahlaki, sosyal ve kültürel yönlerden gelişmesinde başarı sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	f %	1 0,3	17 4,6	24 6,5	286 76,9	44 11,8

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin medya okuryazarlığı dersinin amaçlarına ilişkin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrenciler için önemli ve gerekli bir ders olduğunu düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 0,4’ü katılmadığını, % 0,8’i kararsız, % 3,5’i biraz katıldığını, % 95,2’si ise kesinlikle katıldığını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranı medya okuryazarlığı dersinin, öğrenciler için önemli ve gerekli bir ders olduğunu düşündüğünü ifade etmeleri dikkat çekici olmuştur.

Katılımcı bireylerin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerde medyayı bilinçli kullanma alışkanlıklarında farklılık yaratması açısından amacına ulaştığını düşünüyorum” ifadesine 372 kişiden % 0,3’ü hiç katılmadığını, % 5,9’u katıldığını, % 8,6’sı kararsız; %70,2’si biraz katıldığını, % 15,1’i ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çoğunluğunun medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerde medyayı bilinçli

kullanma alışkanlıklarında farklılık yaratması açısından amacına ulaştığını düşündükleri söylenebilir.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin medya okuryazarlığı dersinin amaçlarına ilişkin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin medya araçlarını (cep telefonu, televizyon, internet, sosyal medya) kullanma süreleri açısından bir farklılık yaratması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 0,3’ü hiç katılmadığını, % 5,1’i katılmadığını, % 8,9’u kararsız olduğunu, % 71’i biraz katıldığını, % 14,8’i ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranı medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin medya araçlarını (cep telefonu, televizyon, internet, sosyal medya) kullanma süreleri açısından bir farklılık yaratması konusunda amacına ulaştığını düşünmektedirler.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin televizyon programlarında (haberlere, dizilere, reklamlara vb.) seçici olmalarına bir katkı sunması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 0,3’ü hiç katılmadığını, % 4,3’ü katılmadığını, % 6,2’si kararsız olduğunu, % 75’i biraz katıldığını, % 14,2’si ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranı medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin televizyon programlarında (haberlere, dizilere, reklamlara vb.) seçici olmalarına bir katkı sunması konusunda amacına ulaştığını düşünmektedirler.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin eleştiri becerilerini geliştirmesi konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 0,3’ü hiç katılmadığını, % 9,4’ü katılmadığını, % 19,9’u kararsız olduğunu, % 59,1’i biraz katıldığını, % 11,3’ü ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin eleştiri becerilerini geliştirmesi konusunda amacına ulaştığını düşünmektedir. Buradan çıkan % 19,9 oranında kararsız kalan öğretmen grubunun da önemli bir oran olduğu ve bunun nedenlerinin detaylı olarak araştırılması gerektiği sonucu çıkmaktadır. Öğretmenlerle yapılan görüşmeler sonrası öğretmenlerin sınıf içerisinde öğrencilerine eleştirel değerlendirme soruları sordukları görülmüştür. Bu durumdan hareketle bazı öğretmenlerin (% 19,9) öğrencilerin eleştirel becerilerinin gelişiminde yeterli aşamanın kaydedilemediğini düşünmelerine sebep olmaktadır.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin medya ürünü oluşturma yeterliklerine katkı sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 0,8’i hiç katılmadığını, % 6,5’i katılmadığını, % 10,2’si kararsız olduğunu, % 72,8’i biraz katıldığını, % 9,7’si ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların büyük bir oranının medya

okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin medya ürünü oluşturma yeterliklerine katkı sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünmektedir.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin internet ortamında karşılaşılacak riskler konusunda bilinçlenmelerini sağlaması açısından amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 2,4’ü katılmadığını, % 5,9’u kararsız olduğunu, % 76,9’u biraz katıldığını, % 14,8’i ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların hepsi de hiç katılmıyorum seçeneğini boş bırakmışlardır. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin internet ortamında karşılaşılacak riskler konusunda bilinçlenmelerini sağlaması açısından amacına ulaştığını düşünmektedir.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin kendilerini medyanın etkilerinden koruyabilmesini sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 4’ü katılmadığını, % 5,1’i kararsız olduğunu, % 77,7’si biraz katıldığını, % 13,2’si ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların hepsi de hiç katılmıyorum seçeneğini boş bırakmışlardır. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin kendilerini medyanın etkilerinden koruyabilmesini sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünmektedir.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersi, öğrencilerin sözlü ve fiziksel şiddet içeren programları izlemesini azaltması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 0,8’i hiç katılmadığını % 5,1’i katılmadığını, % 8,3’ü kararsız olduğunu, % 74,5’i biraz katıldığını, % 11,3’ü ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersi, öğrencilerin sözlü ve fiziksel şiddet içeren programları izlemesini azaltması konusunda amacına ulaştığını düşünmektedir.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin tüketim ve satın alma davranışlarında bir bilinçlenme yaratma konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 3,2’si katılmadığını, % 4,8’i kararsız olduğunu, % 79,6’sı biraz katıldığını, % 12,4’ü ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların hepsi de hiç katılmıyorum seçeneğini boş bırakmışlardır. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin tüketim ve satın alma davranışlarında bir bilinçlenme yaratma konusunda amacına ulaştığını düşünmektedir.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin medyanın sunduğu önyargılı ve yanlış bilgileri ayırt etme becerilerinde gelişme sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine 372

kişiden % 2,7'si katılmadığını, % 4,3'ü kararsız olduğunu, % 79,8'i biraz katıldığını, % 13,2'si ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların hepsi de hiç katılmıyorum seçeneğini boş bırakmışlardır. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin medyanın sunduğu önyargılı ve yanlış bilgileri ayırt etme becerilerinde gelişme sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünmektedir.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin gerçek ile kurgu olanı birbirinden ayırt etmelerinde başarı sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 3,2'si katılmadığını, % 8,1'i kararsız olduğunu, % 75,5'i biraz katıldığını, % 13,2'si ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların hepsi de hiç katılmıyorum seçeneğini boş bırakmışlardır. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin gerçek ile kurgu olanı birbirinden ayırt etmelerinde başarı sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünmektedir.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin ruhsal, ahlaki, sosyal ve kültürel yönlerden gelişmesinde başarı sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 0,3'ü hiç katılmadığını, % 4,6'sı katılmadığını, % 6,5'i kararsız olduğunu, % 76,9'i biraz katıldığını, % 11,8'i ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin ruhsal, ahlaki, sosyal ve kültürel yönlerden gelişmesinde başarı sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünmektedir.

4.1.2. Anket bulgularına göre medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin bu dersin öğretiminde karşılaştıkları sorunlara ilişkin görüşleri nelerdir?

Araştırma sorusu çerçevesinde medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin medya okuryazarlığı dersinin öğretiminde karşılaştıkları sorunlara ilişkin görüşlerini tespit etmek amacıyla 12 soru sorulmuş sorulara verilen cevaplar aşağıda sunulmuştur.

Tablo 16.

Medya Okuryazarlığı Dersi Veren Ortaokul Öğretmenlerinin Medya Okuryazarlığı Dersinin Öğretiminde Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Anket Görüşleri

		Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1.Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine yeterli katılımı ve ilgiyi göstermediğini düşünüyorum.	f %	3 0,8	16 4,3	16 4,3	36 9,7	301 80,9

2. Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olmaması gerektiğini düşünüyorum.	f	4	7	13	24	324
	%	1,1	1,9	3,5	6,5	87,1
3. Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olarak okutulmasının öğrencilerin derse ilgisini düşürdüğünü düşünüyorum.	f	1	14	10	134	213
	%	0,3	3,8	2,7	36	57,3
4. Medya okuryazarlığı dersinin programdaki yeri ve süresinin yeterli olmadığını düşünüyorum.	f	7	22	39	221	83
	%	1,9	5,9	10,5	59,4	22,3

‘Tablo 16 (devamı)’

		Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
5. Medya okuryazarlığı ders süresinin derste etkinlikler açısından yeterli olmadığını düşünüyorum.	f	8	15	29	226	94
	%	2,2	4	7,8	60,8	25,3
6. Okuldaki idari görevler ve iş yoğunluğunun öğretmenlerin bu dersi işlemelerine engel teşkil ettiğini düşünüyorum.	f	14	76	98	144	40
	%	3,8	20,4	26,3	38,7	10,8
7. Sınıfların kalabalık oluşunun dersin işlenmesinde engel oluşturduğunu düşünüyorum.	f	6	17	13	97	239
	%	1,6	4,6	3,5	26,1	64,2
8. Okulun ve sınıfların gerekli altyapıya sahip olmamasını dersin işlenmesinde bir engel olarak düşünüyorum.	f	4	11	12	220	125
	%	1,1	3	3,2	59,1	33,6
9. Lise geçiş sınavında medya okuryazarlığı dersiyle ilgili soru olmamasının dersin verimini düşürdüğünü düşünüyorum.	f	6	41	162	110	53
	%	1,6	11	43,5	29,6	14,2
10. Medya okuryazarlığı dersini veren öğretmenlerin gerekli donanıma sahip olmadığını düşünüyorum.	f	67	224	27	30	24
	%	18	60,2	7,3	8,1	6,5
11. Medya okuryazarlığı ders kitabının içeriği ve konuların yeterli bir kapsama sahip olduğunu düşünüyorum.	f	23	123	129	82	15
	%	6,2	33,1	34,7	22	4
12. Medya okuryazarlığı konusunda ebeveynlerin görev ve sorumluluklarını tam olarak yerine getirmediğini düşünüyorum.	f	2	4	10	59	297
	%	0,5	1,1	2,7	15,9	79,8

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine yeterli katılımı ve ilgiyi göstermediğini düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 0,8’i kesinlikle katıldığını % 4,3’ü katıldığını, % 4,3’ü kararsız olduğunu, % 9,7’si katılmadığını, % 80,9’u ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine yeterli katılımı ve ilgiyi gösterdiğini düşünmektedir. Öğretmenlerle yapılan görüşmeler sonrası medya okuryazarlığı dersinin güncel ve ilgi çekici olması nedeniyle öğrencilerin dersi severek takip ettiklerini ortaya çıkarmaktadır. Öğretmenlerden bazılarının görüşleri aşağıda verilmiştir.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olmaması gerektiğini düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 1,1’i kesinlikle katıldığını % 1,9’u katıldığını, % 3,5’i kararsız olduğunu, % 6,5’i katılmadığını, % 87,1’i ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının öğrencilerin medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olmaması gerektiğini düşünmektedir. Öğretmenlerle yapılan görüşmeler sonrası medya okuryazarlığı dersinin müfredat içerisinde zorunlu dersler alanında yer alması gerektiğini vurgulamışlardır. Öğretmenlerden bazılarının görüşleri aşağıda verilmiştir.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olarak okutulmasının öğrencilerin derse ilgisini düşürdüğünü düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 0,3’ü kesinlikle katıldığını % 3,8’i katıldığını, % 2,7’si kararsız olduğunu, % 36’sı katılmadığını, % 57,3’ü ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olarak okutulmasının öğrencilerin derse ilgisini düşürdüğü görüşüne katılmadıklarını göstermektedir.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin programdaki yeri ve süresinin yeterli olmadığını düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 1,9’u kesinlikle katıldığını % 5,9’u katıldığını, % 10,5’i kararsız olduğunu, % 59,4’ü katılmadığını, % 22,3’ü ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların büyük bir oranının öğrencilerin medya okuryazarlığı dersinin programdaki yeri ve süresinin yeterli olduğunu düşünmektedir. Öğretmenlerle yapılan görüşmeler sonrası medya okuryazarlığı dersinin programdaki yeri ve süresinin ile ilgili bazı görüşler aşağıda verilmiştir.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı ders süresinin dersteki etkinlikler açısından yeterli olmadığını düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 2,2’si kesinlikle katıldığını % 4’ü katıldığını, % 7,8’i kararsız olduğunu, % 60,8’i katılmadığını, % 25,3’ü ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının medya okuryazarlığı ders süresinin dersteki etkinlikler açısından yeterli olmadığı görüşüne katılmadıklarını göstermektedir. Öğretmenlerden bazılarının görüşleri aşağıda verilmiştir.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Okuldaki idari görevler ve iş yoğunluğunun öğretmenlerin bu dersi işlemelerine engel teşkil ettiğini düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 3,8’si kesinlikle katıldığını % 20,4’ü katıldığını, % 26,3’ü kararsız olduğunu, % 38,7’si katılmadığını, % 10,8’i ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların % 50’ye yakın bir oranı okuldaki idari görevler ve iş yoğunluğunun öğretmenlerin bu dersi işlemelerine engel teşkil ettiği görüşüne katılmadıklarını göstermektedir. Ancak % 20,4 oranında öğretmen grubunun bu görüşü desteklemiş olması bu

konuda bazı okul idarelerinin öğretmenlerin iş yükünü arttırdığı söylenebilir. Aynı şekilde % 26,3 oranında öğretmenin kararsız bir tutum sergilemesi bazı çekincelere sahip olduğunu göstermektedir. Bu konuda öğretmenleri kararsızlığa iten nedenlerinin incelenmesi yerinde olur.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Sınıfların kalabalık oluşunun dersin işlenmesinde engel oluşturduğunu düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 1,6’sı kesinlikle katıldığını % 4,6’sı katıldığını, % 3,5’i kararsız olduğunu, % 26,1’i katılmadığını, % 64,2’si ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının sınıfların kalabalık oluşunun dersin işlenmesinde engel oluşturduğu görüşüne katılmadıklarını göstermektedir. Görüşme yapılan 15 öğretmenden iki tanesi kalabalık sınıfların bulunmasından şikâyet etmiştir.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Okulun ve sınıfların gerekli altyapıya sahip olmamasını dersin işlenmesinde bir engel olarak düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 1,1’i kesinlikle katıldığını % 3’ü katıldığını, % 3,2’si kararsız olduğunu, % 59,1’i katılmadığını, % 33,6’sı ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının okulun ve sınıfların gerekli altyapıya sahip olmamasını dersin işlenmesinde bir engel teşkil ettiği görüşüne katılmadıklarını göstermektedir. Ancak görüşme yapılan 15 öğretmenden 6 tanesi altyapı sorunlarından yakınmıştır.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Lise geçiş sınavında medya okuryazarlığı dersiyle ilgili soru olmamasının dersin verimini düşürdüğünü düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 1,6’sı kesinlikle katıldığını % 11’i katıldığını, % 43,5’i kararsız olduğunu, % 29,6’sı katılmadığını, % 14,2’si ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların % 45’e yakınının lise geçiş sınavında medya okuryazarlığı dersiyle ilgili soru olmamasının dersin verimini düşürdüğü görüşüne katılmadıklarını göstermektedir. Ancak % 43,5 oranında kararsız bir öğretmen gurubunun varlığı oldukça düşündürücüdür.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersini veren öğretmenlerin gerekli donanıma sahip olmadığını düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 18’i kesinlikle katıldığını % 60,2’si katıldığını, % 7,3’ü kararsız olduğunu, % 8,1’i katılmadığını, % 6,5’i ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların büyük bir kısmı medya okuryazarlığı dersini veren öğretmenlerin gerekli donanıma sahip olmadığı görüşüne katıldıklarını göstermektedir. Buradan çıkarılabilecek sonuç ise öğretmenlerin kendilerini medya okuryazarlığı dersini verebilecek donanıma sahip olmadıklarını göstermektedir. Anketin giriş kısmında sorulan öğretmenlerin herhangi bir eğitim, kurs veya sertifika programına katılıp katılmadığı sorusuna öğretmenlerin % 89,5’inin evet cevabı vermesinin asıl nedeninin de buradan kaynaklanması muhtemeldir. Öğretmenler kendilerini medya okuryazarlığı alanında yeterli hissetmedikleri için eğitim gereksinimi

duymaktadır. Bu konuda Milli Eğitim Bakanlığına da büyük iş düşmektedir. Medya okuryazarlığı konusunda öğretmenlerin eğitim ihtiyacının karşılanması gerekmektedir.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı ders kitabının içeriği ve konuların yeterli bir kapsama sahip olduğunu düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 6,2’si kesinlikle katıldığını % 33,1’i katıldığını, % 34,7’si kararsız olduğunu, % 22’si katılmadığını, % 4’ü ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların % 40’a yakın bir kısmının medya okuryazarlığı ders kitabının içeriği ve konuların yeterli bir kapsama sahip olmadığı görüşünü savunmaktadır. Katılımcıların % 34,7’si ise kararsız kalmış olması düşündürücüdür. Bu konuda 15 öğretmen ile yapılan görüşmelerde 13 öğretmen ders kitaplarının yetersiz oluşundan yakınmıştır.

Ankete katılan medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı konusunda ebeveynlerin görev ve sorumluluklarını tam olarak yerine getirmediğini düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 0,5’i kesinlikle katıldığını % 1,1’i katıldığını, % 2,7’si kararsız olduğunu, % 15,9’u katılmadığını, % 79,8’i ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların büyük bir kısmı medya okuryazarlığı konusunda ebeveynlerin görev ve sorumluluklarını tam olarak yerine getirdiği görüşüne katıldıklarını göstermektedir. Yapılan görüşme formlarında öğretmenler velilerin ilgisiz ve bilgisizliğinden yakınmışlardır. Bu durumda anket ve görüşme sonucu çelişmektedir.

4.2. Mülakat Sorularına İlişkin Bulgular

Bu bölümde 15 medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmeni ile yapılan mülakat sorularına verilen cevaplardan elde edilen bulgulara yer verilmektedir. Mülakat soruları medya okuryazarlığı dersinin amaçları ve medya okuryazarlığı dersinin öğretimine ve karşılaşılan sorunlara yönelik 12 sorudan oluşmaktadır. Bu sorular; 1. Medya okuryazarlığı dersinde öğrencilerin derse katılım ve ilgi düzeyleri nasıldır? 2. Medya okuryazarlığı dersi öğrencilerin medya araçlarını kullanma süreleri açısından farklılık yaratmakta mıdır? 3. Medya okuryazarlığı dersi öğrencilerin televizyon programı seçiciliğine bir katkı sağlamakta mıdır? 4. Medya okuryazarlığı dersi öğrencilerin eleştirel becerilerinin gelişimi açısından bir katkı sunmakta mıdır? 5. Medya okuryazarlığı dersi öğrencilerin internet kullanımının alışkanlıklarına bir katkı sağlamakta mıdır? 6. Medya okuryazarlığı dersin öğrencilerin medya ürünü oluşturma yeterliklerine bir katkısı sağlamakta mıdır? 7. Medya okuryazarlığı ders materyalinin uygulanmasındaki güçlükler nelerdir? 8. Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olması konusundaki görüşleri nelerdir? 9. Medya okuryazarlığı dersinde kullanılan yöntem ve tekniklere ilişkin görüşleri nelerdir? 10. Medya okuryazarlığı dersinin öğretimi sırasında karşılaşılan sorunlar nelerdir? 11. Medya okuryazarlığı dersinde yapılan ölçme ve değerlendirme şekli nasıldır ve değerlendirmede karşılaşılan sorunlar nelerdir? 12. Medya okuryazarlığı dersinin

programdaki yeri ve süresi ile ilgili görüşler nelerdir? Şeklindedir. Bu sorulara verilen cevaplar ise şu şekilde olmuştur.

4.2.1. Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine katılım ve ilgi düzeyleri nasıldır?

Araştırmanın bu bölümünde öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine olan ilgi düzeyleri ve ders işleniş sırasında derse olan istek ve katılımlarının nasıl olduğuna ilişkin bilgiler edinilmeye çalışılmıştır. Merak duygusu, ilgi ve katılım düzeyi kalıcı öğrenmede çok önemli olan faktörler arasındadır. Öğretmenler bu konuda öğrencilerin ne düzeyde olduklarını en iyi analiz eden kişilerden biridir. Bu nedenle öğretmenlere öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine olan ilgi ve katılım düzeyinin tespiti amacıyla bu tür bir soru düzenlenmiştir. Öğretmenlerin verdikleri cevaplara ilişkin elde edilen bazı bulgular aşağıda sunulmuştur.

SBÖ-2: *“Bu derse öğrenci katılımı normal sayılabilir bir şekilde olup güncel ve kullanılabilir bilgiler içerdiğinden dolayı öğrencinin derse ilgisi olumlu yöndedir. Paylaşım ve yorum yapmaya açık bir ders olduğu için öğrenciler sık sık söz hakkı almaktadırlar.”*

SBÖ-3: *“Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine katılım oranları yüksektir. Medyanın günlük hayatımızdaki yeri artıkça öğrenciler daha fazla ilgi göstermektedirler. Medyaya duyulan ilgi ve ihtiyaç her geçen gün artmaktadır.”*

SBÖ-5: *“Daha önce görev yapmış olduğum okulun BT sınıfında bu dersi verdiğimden derslerine girmiş olduğum öğrencilerin derslere katılımları ve ilgileri diğer derslere göre daha olumluydu. Bunda günlük yaşantılarının bir parçası olan genel ağ, sosyal medya, televizyon, radyo, akıllı telefonlar, yazılı ve görsel yayın organlarının etkilerinin olduğu görüşündeyim.”*

Ö-9: *“Öğrenciler medyayı ve sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullandıkları için derse katılımları yüksektir. Medya okuryazarlığı dersi içeriği öğrencilerin gündelik hayatlarına hitap ettiği için ilgileri yüksektir.”*

Araştırmanın bu sorusuna verilen yanıtlar bize göstermektedir ki, öğrenciler modern teknolojik gelişmelerin artması, gündelik hayatları ile ilgili olması, internet ve sosyal medya merakları dolayısıyla derslere ilgiyle katılım sağlamaktadırlar. Verilen cevaplar ışığında ders katılımları genel olarak yüksek olmasına rağmen ders konularından kaynaklı ve müfredat içeriğine bağlı olarak ortaya çıkan ilgisizlikten de yakınmalar olmuştur. Öğretmenler dersi çekici hale getirmek için kendileri çeşitli etkinlikler düzenlemektedir. Öğrencilerin ilgisini çeken konularda ödevler verilmesi, eğlenceli drama etkinlikleri, video destekli anlatım bunlar arasında yer alır. Medya okuryazarlığı dersi konuların güncel olması, öğrenci yaşantısına uygun olması, değişik etkinlik örnekleri ile desteklenmesi ve uygulama alanlarının bulunması medya okuryazarlığı dersine ilgi ve katılımı arttıracaktır.

4.2.2. Medya okuryazarlığı dersi öğrencilerin medya araçlarını kullanma süreleri açısından farklılık yaratmakta mıdır?

Teknolojik gelişmelerin artmasıyla birlikte medya araçlarındaki çeşitlilik öğrencilerin medya araçları karşısında önemli miktarda zaman harcamalarına neden olmaktadır. Günümüz modern dünyası, baş döndürücü bir hızla gelişen teknolojik içerikler, akıllı uygulamaların yaygınlaşması, sanal zekâ ve insanı cezbeden sayısız alet ve uygulamalar sayesinde insanoğlu günlük yaşamda sıkılmak için vakit bulmakta zorlanmaktadır. Elbette bu kadar çok gelişim içerisinde medya ürünleri de kendini fazlasıyla sevdirecek farklı ortamlar oluşturabilmektedir. Bu zaman dilimi çerçevesinde öğrencilerin de bu gelişim içerisinde hem bilinçlendirmeli hem de gelişen yüzyıla ayak uydurmaları sağlanmalıdır. Bu nedenle gelişen yeni medya teknolojilerini hem toplum hem de kendi amaçları için kullanan bireyler yetiştirmeliyiz. Tam da sözüne ettiğimiz bu durum öğrencilerimizin kendilerini yetiştirmelerine ve bilinçlenmelerine yardımcı olacak olan medya okuryazarlığı dersi sayesinde gerçekleştirilebilir bir hal kazanmaktadır. Araştırmamızın bu bölümünde öğretmenlere medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin her türlü medya araçlarını kullanma sürelerinde bir değişiklik olup olmadığı, değişiklik olmuşsa olumlu ya da olumsuz olup olmadığı ile ilgili bilgileri öğrenme amaçlanmıştır. Öğretmenlerin görüşlerinden bazıları aşağıda verilmiştir.

SBÖ-1: *“Verilen medya okuryazarlığı dersi sonrası öğrencilerin gözlemlenmesi ve velilerin şikâyetlerinden anlaşıldığı kadarıyla medya araçlarını kullanma konusunda öğrenciler aşırıya gitmektedir. Kendilerini frenleyememeleri medya içeriklerinin cazibesinden kaynaklanmaktadır.”*

SBÖ-6: *“Öğrencilerimiz kullandıkları teknolojik aletlerde derste öğrendikleri bilgilerden yola çıkarak kullanma sürelerini genel olarak ayarlayabilmektedir.”*

SBÖ-7: *“Bilinçli olan öğrencilerde medya araçlarını kullanma süresi azalmakta iken, bilinçsiz öğrencilerde medya araçlarını kullanma süreleri pek değişkenlik göstermemektedir.”*

SBÖ-9: *“Öğrenciler, medya okuryazarlığı dersi sayesinde medya araçlarıyla geçirdikleri sürenin fiziki ve ruhsal sağlıkları, bilişsel ve duyuşsal gelişimleri üzerindeki etkilerini görmekteler. Böylelikle medya araçlarını yeterli düzeyde ve verimli kullanmaktadırlar.”*

Araştırmanın bu sorusuna verilen yanıtlara göre öğrenciler medya okuryazarlığı dersinde öğrendikleri bilgilerden yola çıkarak daha bilinçli bir şekilde hareket edebilmekte ve kullanmış olduğu medya araçlarını amacına uygun, süre açısından makul bir şekilde kullanma eğilimlerinin arttığını ortaya koymuştur. Bazı öğretmen görüşlerinde medya içeriklerinin cazibesine kapılan öğrencilerin medya araçları başında süreye dikkat etmeden aşırı zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir. Öğrencilerin küçük yaştan itibaren bilinç düzeyleri arttıkça medya araçları başında geçirdikleri sürelerde ona göre değişiklik göstermektedir. Bilinç düzeyi artan öğrencilerde medya araçları başında geçirilen süreler az ve verimli iken, bilinç düzeyi geri olan öğrencilerde bu süre fazla ve verimsiz seyretmektedir.

4.2.3. Medya okuryazarlığı dersi öğrencilerin televizyon programı seçiciliğine bir katkı sunmakta mıdır?

Günümüz dünyasında insanların vakit geçirmelerine olanak tanıyan teknolojik birçok araç mevcuttur. Bu araçlar içerisinde neredeyse her ev de bir ya da birden fazla bulunan önemli araçlardan biri de televizyondur. Günümüzde özel televizyonların yaygınlaşmasıyla beraber yüzlerce kanaldan oluşan milyonlarca programla karşı karşıya gelmekteyiz. Televizyonun bize sunduğu içerikler içerisinde spor, magazin, eğlence, belgesel, haber vb. birçok alandan programlar mevcuttur. Televizyonun günümüzde her evde bulunmasından dolayı insanlar tarafından boş zaman etkinliği olarak kullanılmaktadır. Her yaştan guruba hitap edebilecek programların mevcudiyetinden dolayı birçok yaş gurubu bilinçsizce aşırı bir şekilde televizyon ekranı başında saatlerini harcamaktadır. Bu yaş gurupları içerisinde ki en önemli kesimlerden biride ortaokul yaş kategorisinde bulunan öğrencilerimizdir. Araştırmamızın bu bölümünde medya okuryazarlığı dersi almış ya da almakta olan öğrencilerin televizyon başında geçirdikleri zaman diliminin süresi, televizyonun kullanım amacı, televizyon başında geçirdikleri sürenin verimi ve derste öğrendikleri medya bilgilerini kendi yaşamlarına uygulama durumları öğrenilmeye çalışılmıştır. Araştırmamızın bu sorusuna öğretmenler tarafından verilen cevaplardan bazıları aşağıda verilmiştir.

SBÖ-4: *“Medya okuryazarlığı dersi öğrencilerin medya konusunda bilinçlenerek kendileri için daha uygun olduğunu düşündüğü programlara yönelmektedirler.”*

SBÖ-5: *“Olumlu katkı yapmaktadır. Öğrencide kaliteyi arama, programlar arasında seçicilik yapabilme, eleştiri yapabilme, yaşına uygun kararlar verebilme gibi özelliklerinin gelişimine katkı sunmaktadır.”*

SBÖ-9: *“Medya okuryazarlığı dersi sayesinde öğrenciler televizyon programlarını çok yönlü bir değerlendirmeye tabi tutuyorlar. Kendi yaş gurupları ve gelişim düzeylerine hitap eden, gelişimlerine katkı sağlayacak içerikte televizyon programları tercih etmekte.”*

SBÖ-10: *“Rastgele programlar izlemelerini engelleyecektir. Öğrenciler daha bilinçli olacaklar ve televizyonda gördükleri her şeyin gerçek olmadığını anlayacaklardır.”*

Yapılan görüşmelerden bu soruya verilen cevaplardan elde edilen sonuç; öğrencilerin televizyon programları hakkında bilinçlenmesi, eleştirel düşüncelerin gelişmesi, gerçek dünya ve sanal dünya arasındaki farkı kavrama, zararlı yararlı içerikleri ayırt etme, kendisine uygun programı seçebilme, programların kalitesi hakkında bilgi edinme ve televizyon başında geçirdikleri zaman süresini ayarlamadır. Görüşmelerden çıkan başka bir sonuçta evin durumundan dolayı öğrencilerin velilerin izlemiş olduğu programları izlemek zorunda bırakılmasıdır. Bazı ailenin maddi durumunun bozuk olması, çocukların kendilerine ait odalarının bulunmaması nedeniyle çocuklarımız aileleri ile aynı odada vakit geçirmekte bu

nedenle hem televizyon izleme süreleri artmakta hem de velinin izlediği programlara mecbur edilmektedir. Bu konuda velilerin eğitimi de büyük önem kazanmaktadır. Öğretmenlerin gözlemlerine göre öğrenciler genel olarak aile durumlarının el vermesi durumunda medya okuryazarlığı dersinde öğrendikleri bilgileri uygulama eğilimi içerisinde.

4.2.4. Medya okuryazarlığı dersi öğrencilerin eleştirel becerilerinin gelişimi açısından bir katkı sunmakta mıdır?

Günümüz gelişen dünyasında okul içerisinde öğrencilere kazandırılması gereken en önemli özellikler arasında düşünen, sorgulayan, eleştiren, bilgiye ulaşma çabasında olan kişiler yetiştirmek oldukça önemlidir. Bu nedenle öğretim programları bu özellikleri barındıracak şekilde hazırlanmaktadır. (Seferoğlu ve Akbıyık, 2006). Milli Eğitim Bakanlığı (2018) medya okuryazarlığı dersi öğretim programı içerisinde öğretim programında temel beceriler bölümünde “eleştirel düşünme, sorgulama, çözümleme(analiz) ve değerlendirme” gibi beceriler yer almaktadır. Aynı program içerisinde bulunan medya okuryazarlığı dersi öğretim programı özel amaçları içerisinde “medya iletilerini toplumsal, kültürel, ekonomik, politik bağlamları çerçevesinde değerlendirme” amacı yer almaktadır(MEB, 2018b).

Medya okuryazarlığı dersinin temeli eleştirel bakış açısıyla doğru zamanda doğru soruyu sormak olmalıdır. Soru sorma basit bir yöntem gibi görünse de her zaman doğru soruyu sormak kolay bir eylem değildir. Medyanın sunduğu içerikleri doğru analiz ederek kodlarını çözmek doğru soruları sormakla olur. Doğru soru medyadaki aşık olmanın mesajları gün yüzüne çıkaran bir anahtar görevi görecektir. Öğrencilerin başlangıçta basit düzeydeki sorularla(kim, nerede, nasıl) başlayarak daha karmaşık düzeyde sorular(verilmek istenen gerçek mesaj nedir, gerçek amaç nedir) sormaları medya okuryazarı olmaları açısından önem arz etmektedir (Koç, 2016).

Görüşmeler sonucu bu soruya verilen cevaplardan bazıları aşağıda sunulmuştur.

SBÖ-1: *“Sınıf içerisinde yapılan etkinlikler sonrası çocuklarda özellikle ilgi duyduğu alanlara (sosyal medya, hackerlik vb) yönelik olarak eleştirel bakış açısı ile bakma eğiliminde oldukları gözlenmiştir.”*

SBÖ-2: *“Televizyon, sinema, reklâmlar, yazılı basın, internet gibi ortamlardaki mesajlara ulaşarak bunları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği elde eder.”*

SBÖ-9: *“Medya okuryazarlığı dersi öğrencilerin eleştiri becerilerinin gelişimi açısından çok büyük katkı sunmaktadır. Öğrenciler medya içeriklerini doğruluk, güvenilirlik, insan sağlığı, gibi birçok açıdan değerlendirmeye tabi tutmaktalar.”*

SBÖ-14: *“Medya okuryazarlığı dersleri öğrencilerde eleştiri yapma, irdeleme ve sorgulama özelliklerinin gelişmesini sağlamaktadır.”*

Araştırmanın bu sorusundan elde edilen cevaplara göre öğrencilerin medya okuryazarlığı dersinde öğrendikleri bilgiler sayesinde televizyon, internet gibi medya araçları ile sunulan içeriklere karşı değerlendirici bir tutum içerisine girdikleri söylenebilir. Öğrencilerin özellikle reklamlar, magazin programları, haber programları gibi içeriklere daha fazla eleştirel tutum sergiledikleri görülmüştür. Öğrencilerin medya içeriklerini doğruluk, güvenilirlik, insana verilen değer, ahlak ve din açısından değerlendirmeye tabi tuttukları söylenebilir.

4.2.5. Medya okuryazarlığı dersi öğrencilerin internet kullanımının alışkanlıklarına bir katkı sağlamakta mıdır?

Günümüzde çocukların internet başında geçirdikleri zaman bir hayli artmış durumdadır. Çocuklar ödevlerini yapmakta, oyunlarını hatta arkadaşlarını dahi bu ortamlarda seçmektedirler. Çocuk medyaya medya da çocuğa adeta yapışmış gibi görünmektedir. Çocuklarımız için internet Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde üst basamaklarda yer almaya adaydır. Çocukların medya araçları başında geçirdiği vakit fazla aynı zamanda korunaksızdır. Ebeveynler çeşitli tedbirlerle(yasak, filtreleme, kısıtlama) korumaya çalışsa da ne kadar başarılı olduğu tartışmalıdır. Bu yüzden yapılması gereken iki şey vardır. Ya medyayı düzeltmek ya da çocuklarımıza daha bilinçli hareket etmelerini öğretmektir. Medya içeriklerinin artmış olması, medyanın çocuklar üzerindeki etkisinin artması, çocukların sürekli mağdur olması ve demokratik yaşanabilir bir dünya için medya okuryazarlığı çocuk için bir ihtiyaçtır(İnal, 2012).

Günümüzün gelişen teknolojisi yüksek bir etkileşimi ve iletişimi beraberinde getirmektedir. Bu potansiyel insan yaşamını kolaylaştırması bakımından önemli iken aynı zamanda yeni riskleri de beraberinde getirmektedir. İşte tam da bu yüzden ki hem medya okuryazarı olmak hem de medya okuryazarlığı dersi önem kazanmaktadır(Karaduman, 2019). Özellikle 2000'li yılların başında bilgisayar ve internet teknolojilerinin gelişmesi ve kullanım oranının artması sonucunda bireyler üzerinde bıraktığı olumsuz etkiler kamuoyunun dikkatini çekmiştir. Bu nedenle bireylerin bilinçlendirilmesi durumu önem kazanmıştır(İnan, 2010). 4. Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresinde gelişen kitle iletişim araçlarının (bilgisayar, internet, cep telefonu, akıllı uygulamalar ve sanal zekâ) en çok dikkat edilmesi gereken 5-15 yaş grubundaki çocukları olumsuz etkilediği ve erken yaşta televizyon ve internet ile tanıştıkları için riskli grupta yer aldıkları belirtilmiştir(Kurt ve Kürüm, 2010).

Günümüzde gelişen teknoloji beraberinde internet ortamlarının da gelişmesini sağlamıştır. Öyle ki artık her aracın internet bağlantısına sahip olduğu bir döneme girmektediriz. Nesnelerin interneti olarak adlandırılan bu dönemde her makineye bağlanır hale gelen internetin insanlar tarafından kullanılması kaçınılmaz bir hal almıştır. Bu gelişen süreç içerisinde çocuklarımızın ve öğrencilerimizin internet kullanma alışkanlığında artış olması da muhtemel bir durumdur. O nedenle çocuklarımıza ve öğrencilerimize bilinçli ve amaca uygun internet kullanma

alışkanlığı kazandırmamız önem kazanmaktadır. Medya okuryazarlığı dersi de gelişen bu internet dünyasına ayak uydurma da bizim için son derece önemli bir potansiyele sahip olmaktadır. Araştırmamızın bu basamağında medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerimizin internet ile olan etkileşim seviyeleri, internet kullanımı sırasında en çok zaman harcadıkları aktiviteler, internette geçirdikleri zaman dilimini verimli kullanıp kullanmadıkları ve medya okuryazarlığı dersinin internet kullanma alışkanlıklarına etkisi ölçülmeye çalışılmıştır. Görüşmelerden elde edilen verilerden bazıları aşağıda sıralanmıştır.

SBÖ-2: *“İnterneti doğru ve etkili bir şekilde kullanmalarını sadece sosyal medya ve benzeri platformlar değil ödev ders gibi konuları araştırıp geliştirebilecekleri ve karşılaştıkları olumsuz durumları çözebilecek hale gelirler.”*

SBÖ-5: *“Bu konuda öğrenilen bilgilerin genel ağ kullanımında kendini koruyabilen, internet kullanım sınırını bilen, bilinçli kullanıcılar olduklarından olumlu etkilemektedir.”*

SBÖ-9: *“Medya okuryazarlığı dersi öğrencilerin interneti daha az zamanda daha verimli kullanmalarını sağlamaktadır. İnternette kendilerini bekleyen tehlikelere karşı daha dikkatli bir kullanım sağlamaktadır.”*

SBÖ-11: *“Öğrencilerin interneti kullanırken daha dikkatli ve ölçülü kullanmaya özen gösterdiklerini görüyoruz.”*

SBÖ-14: *“Medya okuryazarlığı derslerini alan öğrencilerde internet kullanımı hem bilinç düzeyinde artmakta hem de internet ortamındaki seçiciliklerinde olumlu farklılıklar oluşturmaktadır.”*

Görüşmelerden çıkarılan bu soruya verilen cevaplardan elde edilen genel sonuç, medya okuryazarlığı dersi alan öğrencilerin interneti daha bilinçli bir şekilde kullanma eğiliminde olduğu, internet ortamlarındaki seçiciliklerinin arttığı, interneti kullanırken daha az ama verimli kullanmaya çalıştıkları ve internet ortamındaki tehlikelerden haberdar oldukları ve ona göre önlem alabildiklerini göstermektedir. Görüşmelerde bazı öğretmenler öğrencilerin derste öğrendikleri bilgileri dikkate almayarak internet kullanım sürelerine uymadıklarını, interneti sadece eğlenmek amacıyla kullandıklarını ve internette gelebilecek tehlikeleri göze almadan davranabildiklerini ortaya koymuştur. Özellikle öğrenciler arasında sosyal medya kullanımının artması öğrencilerin bu alanda kendilerini daha fazla geliştirme ihtiyacı hissettiklerini ve sosyal medyadan gelebilecek olumsuz durumları daha fazla önemsediklerini ortaya koymuştur.

4.2.6. Medya okuryazarlığı dersin öğrencilerin medya ürünü oluşturma yeterliklerine bir katkısı sağlamakta mıdır?

Yaşadığımız yüzyılda büyük bir gelişme göstermiş olan teknolojik gelişmeler çoğu sektörde olduğu gibi medya alanında da hızlı bir değişime uğramıştır. Kullanılan medya araçları da her yönden değişikliğe uğramış klasik denilen araçlar “yeni medya” teknolojilerinin

kullanılmasıyla yeni özellikler kazanmıştır. Yeni teknolojilerin kullanılmasıyla beraber kullanılan medya ürünlerinde de çeşitlilik oluşmuştur (Kara, 2014, s.58). Yeni teknolojiyle beraber ürün çeşitliliğinin artması insanları daha fazla tüketime yönlendirmiştir. Bu tüketim alışkanlıkları çocuklarımızı ve öğrencilerimizi de etkileyerek günümüz teknolojilerine ayak uydurma çabaları nedeniyle sürekli artmaktadır. Bu araştırma sorusu ile medya okuryazarlığı dersi almış olan öğrencilerin medya ürünü tüketim alışkanlıkları, medya ürünlerini kullanım amaçları ve medya okuryazarlığı eğitimi sonrası medya ürünü oluşturma düzeyleri hakkında bilgi sahibi olmak amaçlanmıştır. Görüşmelerden elde edilen verilerden bazıları aşağıda sıralanmıştır.

SBÖ-1: *“Medya okuryazarlığı dersi çocuklara bilinçli bir medya okuryazarı olmayı öğretmeye çalışır. Dersin içeriğinden dolayı medya ürünü oluşturmaktan ziyade medya ürününü nasıl kullanacağı yönünde içerikler bulunmaktadır. Bu nedenle öğrencilerin çok az bir kısmı medya ürünü oluşturma eğilimi içerisindedir.”*

SBÖ-3: *“Medya okuryazarlığı dersi sayesinde öğrenciler edindikleri bilgiler ışığında medyada tüketen konumdan sıyrılıp ürün ortaya çıkaran bireyler olmalarını sağlayabilmektedir.”*

SBÖ-4: *“Medya okuryazarlığı dersi sayesinde çocuklar daha iyi medya içeriği üretme konusunda bilinçlenmektedirler.”*

SBÖ-6: *“Öğrencilerimizin çoğu medyayı pasif olarak kullanmakta olup çok az bir kısmı medya ürünü oluşturma yönünden kendini geliştirmektedir.”*

SBÖ-8: *“Öğrencilerimiz genel olarak medya ürününü kullanmakta olup medya ürünü oluşturma konusunda yetersizdir.”*

SBÖ-14: *“Medya okuryazarlığı dersi öğrencilerde medya araçları içerisinde kullanabilecekleri ürünlerin oluşturulması bakımından olumlu katkı sağlamaktadır.”*

Görüşme sonuçlarına göre öğrenciler medya ürünlerini oluşturmaktan daha çok medya ürünlerini tüketmeye yönelik olarak kullanımlar gerçekleştirmektedir. Öğrenciler içerisinde çok azı medya ürünü oluşturma konusunda ilerlemeler kaydetmiştir. Öğrencilerin amatör bir şekilde de olsa medya ortamlarında özellikle de sosyal medya içerisinde çeşitli paylaşımlar yaptıkları, çeşitli forumlarda eleştiri ve yorum yazdıkları, resim ve video üzerinde çeşitli işlemler gerçekleştirdikleri, dersleri ile ilgili ödev ve etkinlikler ile ilgili çalışmalar yaptıkları sonuçlarına ulaşılmıştır.

4.2.7. Medya okuryazarlığı dersi öğrencilerin medya araçlarının olumsuz etkilerinden korunmalarına katkı sağlamakta mıdır?

Çağımız medya teknolojileri bakımından son derece gelişmiş bir sistemler bütününe sahiptir. Bu medya çağı içerisinde hemen hemen her gün hatta her saat neredeyse hayatın birçok alanında medya araçları ya da onların sunduğu bir içerikle karşılaşma durumumuz oldukça yüksektir. Medya araçlarının sunmuş olduğu içeriklerden etkilenmemek neredeyse imkânsız hale

gelmiştir. Bu etkilenme düzeyinin olumlu olması durumunda bir sıkıntı teşkil etmezken, olumsuz olması durumunda hayatımızda bir takım sıkıntılara neden olabilmektedir. Sadece çocuklarda değil aynı zamanda yetişkinler de bile sorun bazen kaçınılmaz bir hal almaktadır. Öğrencilerimiz ve çocuklarımız büyüme dönemlerinde olumsuz bir medya içeriği ile karşılaştığında hayatında problemler oluşabilmektedir. Günümüz medya dünyasıyla doğrudan etkileşim içerisinde olan öğrencilerin ve çocukların bu dünyadan etkilenmemeleri mümkün değildir. Bu süreç içerisinde medyanın sunduğu ürünlere en çok maruz kalan çocuklarda bilinçli olmamaları durumunda olumsuz etkiler görülmesi olasıdır. Bu araştırma sorusu ile medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerde medyanın sunduğu ürünlerdeki olumsuzlukları fark edip edemedikleri, yoğun bir medya baskısına maruz kalmaları nedeniyle medyanın olumsuz etkilerinden korunup korunamadıkları, korunuyorlarsa nasıl korundukları ve ders içeriklerini öğrenme düzeyleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Görüşmelerden elde edilen verilerden bazıları aşağıda sıralanmıştır.

SBÖ-1: *“Medya okuryazarlığı dersi öğrencileri medyanın zararları hakkında bilinçlendirmeye çalışmaktadır. Ancak bu dersi önemsememeleri dolayısıyla ve yetişme çağının vermiş olduğu etki ile kendilerini bu zararlı etkiden korumaları zor olmaktadır.”*

SBÖ-2: *“Farklı bakış açıları kazanarak yaşadığı çevreyi bilen ülke problemlerine duyarlı medyada gördüklerini akıl süzgecinden geçirebilen bir birey olurken karşılarına çıkabilecek olumsuzluklarda yetkili mercilere başvurabilme ve içerik seçme konusunda bilinçli olurlar.”*

SBÖ-3: *“Bu ders sayesinde öğrenciler aldıkları eğitimle medyanın olumsuz etkilerinden kısmen de olsa kurtulabilmektedir. Medya içeriklerini analiz edip ona göre kullanarak kendini koruma altına alabilirler.”*

SBÖ-9: *“Medya okuryazarlığı dersi bu konuda anahtar bir görev üstlenmektedir. Medya okuryazarlığı dersi öğrencilerin, medyanın olumsuz içeriklerine karşı, görünenin ardındaki tehlikelere karşı güçlü bir değerlendirme ve savunma mekanizması görevi gördüğünü düşünüyorum.”*

SBÖ-13: *“Derse ilgili öğrenciler medyanın olumsuz etkilerine karşı daha fazla duyarlı iken derse ilgisiz olan öğrenciler de medyanın olumsuz etkilerinden korunabilmede yeterli başarı sağlanamamaktadır.”*

SBÖ-14: *“Medya okuryazarlığı dersi içerisindeki uygulamalar ve örnek olayları özümseyen öğrenciler medya araçlarından gelebilecek tehlikelere karşı daha bilinçli hareket ederek kendilerini koruma yönünde adımlar atabilmektedirler.”*

Görüşmelerden elde edilen sonuçlara göre öğrencilerin medya okuryazarlığı dersinden öğrendikleri bilgilerden hareketle medya içeriklerini daha iyi bir şekilde değerlendirebildikleri bunun sonucunda da medya içeriklerinin olumsuz etkilerinden çok fazla etkilenmedikleri tespit edilmiştir. Araştırma sonucuna göre eleştirel tutum kadar önemli olan başka bir konu da öğrencilerin başlarına gelen olumsuz bir durumda nerelere başvurmaları ve ne şekilde

davranmaları gerektiğinin bilincinde olmalarıdır. Araştırma sonuçlarına göre bazı öğrencilerin medya okuryazarlığı dersinde öğrendikleri konusunda bilinçsiz hareket ettikleri ve medya içeriklerinden gelebilecek tehditleri göz ardı ettikleri sonucuna ulaşılmıştır.

4.2.8. Medya okuryazarlığı ders materyalinin uygulanmasındaki güçlükler nelerdir?

Eğitim öğretim sürecinde etkili ve planlı bir süreç oluşturmanın temelinde iyi öğretim materyallerinin önemi tartışılmaz bir gerçektir. Öğrencilerde kalıcı öğrenme oluşturabilmek planlı bir eğitim ortamına bağlı olmakla beraber bu planlama içerisinde ders kitabı da olmazsa olmazımızdır(Turan, 2010). Sınıf içerisinde öğrencilerin ve öğretmenlerin kullandığı en önemli materyal kuşkusuz ki ders kitaplarıdır. Hem öğretmenlerin hem de öğrencilerin sistemli bir konu üzerinden hareket ederek bilgileri daha kalıcı hale getirmelerinde ders kitapları en başta gelen kaynaklardan biridir. Bu nedenle özellikle seçmeli bir ders niteliğinde olan medya okuryazarlığı dersi için de kitaplara önemli derecede gereksinim vardır. Medya okuryazarlığı dersi için sadece ders kitapları da yeterli değildir. Özellikle uygulama ve etkinlik yapılabilmesi için de materyale ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak Milli Eğitim Bakanlığı tarafından bazı dönemler kitaplar hiç verilmemiş, bazı dönemler sadece elektronik ortamlarda paylaşılmış, bazen de eksik bir şekilde okullara ulaştırılmıştır. Medya okuryazarlığı dersine giren öğretmenlerle yapılan görüşmeler sonucu elde edilen verilerden bazıları aşağıda sıralanmıştır.

SBÖ-1: *“Milli eğitim Bakanlığı medya okuryazarlığı dersi için bazı yıllar kitap göndermektedir. Ancak dersin zorunlu olmaması nedeniyle kitaplar çoğu zaman pdf formatında Eğitim Bilişim Ağına yüklenmektedir. Her öğrencide kitap olmadığı için ve yardımcı kitap temin edilemediği için dersin verimli işlenmesinde sıkıntılar oluşmaktadır.”*

SBÖ-3: *“Okullarda bu dersin okutulması sırasında gerekli alt yapı imkânlarının yetersiz olması olumsuz etkiyebilmektedir. Ders kitabının yetersiz olması, etkinlik örneklerinin ve çalışma kitaplarının olmaması”*

SBÖ-4: *“Medya okuryazarlığı dersinin kitabının yeniden düzenlenmesi ve etkinlik bazlı planlanması gerekir.”*

SBÖ-6: *“Medya okuryazarlığı dersinin kitabı zengin içeriğe ve etkinliklere sahip değildir. Çoğu okulda yeterli araç gereç ve uygulama alanı yoktur.”*

SBÖ-12: *“Ders kitapları öğrenci seviyesinden uzak. Öğrenciler için ders kitabının olmaması büyük bir sorun.”*

Görüşmeler sonunda öğretmenler materyallerin kullanımı ve uygulaması ile ilgili genel olarak aşağıdaki sorunlardan şikâyet etmişlerdir.

- Yeterli miktarda ders kitabının olmaması,
- Ders kitaplarının öğrenci seviyesinden uzak olması,
- Ders kitaplarının aşırı ayrıntı içermesi,

- Ders kitaplarının bazı dönemler hiç verilmemesi,
- Ders kitaplarının okullara eğitim öğretim yılının başlamasından çok sonra verilmesi,
- Ders kitaplarının içeriğinin yetersiz ve düzensiz oluşu,
- Ders kitaplarında etkinliklerin yetersiz olması,
- Ders kitaplarının örnek olaylara yer vermemesi,
- Okullarda araç gereç yetersizlikleri,
- Okullarda teknolojik altyapı yetersizlikleri,
- Ders kitaplarının içeriğinde konularla ilgili yeterli örnekler sunulmaması,
- Ders kitaplarında bazı konuların basit islenmesi,
- Çalışma kitabının olmaması.

Ders içerisinde öğretmen dersin öğretilmesinden birinci derecede sorumlu olduğundan ders kitaplarının içeriği hakkında en fazla bilgiyi bize veren kişi olması gayet normaldir. Bu konuda kitaplarda yer alan eksikliklerin tespit edilmesinde öğretmen görüşleri büyük önem arz etmektedir. Ders kitaplarını öğretmen bir yıl boyunca okur, okutturur, çözer, inceler ve detaylarıyla bir analize tabi tutar. Bu nedenle içeriği, görsel ürünleri ve değerlendirme özelliklerine hâkim durumdadır. Bu durum ders kitaplarının incelenmesinde öğretmen görüşleri mutlaka gerekli olduğu sonucunu bize verir.

4.2.9. Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olması konusundaki görüşler nelerdir?

Daha önce yapılmış olan araştırmalardan edinilen bilgiler ışığında derslerin seçmeli olması çeşitli sorunla yol açmakta dersin verimini ve önemini düşürmektedir. Araştırmamızın bu bölümünde medya okuryazarlığı dersine giren öğretmenlerin dersin seçmeli olması durumunu değerlendirmeleri istenmiştir. Amacımız medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olması nedeniyle oluşan sorunları ortaya çıkarmak ve zorunlu dersler ile olan durumuna ışık tutmaktır. Medya okuryazarlığı dersine giren öğretmenlerle yapılan görüşmeler sonucu elde edilen verilerden bazıları aşağıda sıralanmıştır.

SBÖ-1: *“Günümüz modern medya dünyasında çocuklarımızın daha verimli teknoloji imkânlarını kullanabilmesi bu gibi derslerin önemini kat ve kat arttırmaktadır. Bu nedenle medya okuryazarlığı dersi zorunlu olmak zorundadır.”*

SBÖ-2: *“Dijitalleşen dünyada önemli bir yere sahip olan medya araçlarının kullanımı ve okunması gün geçtikçe önem kazanmaktadır ve bu ders seçmeli değil zorunlu okutulmalıdır.”*

SBÖ-4: *“Gelişen teknoloji ve medya bu dersin zorunlu olmasını gerektirmiştir. Milli Eğitim Bakanlığı bir an önce bu dersi zorunlu ders statüsüne almalıdır.”*

SBÖ-6: *“Medya okuryazarlığı dersi günümüz dünyası için son derece gerekli ve önemli bir derstir. Bu nedenle zorunlu bir ders kapsamına alınmalıdır.”*

SBÖ-9: “Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olması maalesef derse verilen önemi etkilemektedir. Dersin zorunlu olmaması derse verilen önemi düşürmektedir.”

SBÖ-11: “Bu kadar önemli bir dersin seçmeli olması düşündürücü. Günümüz şartlarında zorunlu olması gereken bir derstir.”

Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olup olmaması yönünde bir takım tartışmalar mevcut olmasına rağmen dersi veren öğretmenlerin yüksek bir kısmının zorunlu ders statüsünde olması gerektiği yönünde görüş belirtmişlerdir. Alaycı bir bakış açısı ile söylenecek olursa “gencin medyada olumsuz içeriğe maruz kalması koşullar gereği zorunlu ise, ders de zorunlu olmalı; koşulların dışına çıkıp kendisi medya kullanma/kullanmama kararını veriyorsa seçmeli olmalıdır.” şeklinde ifade edilebilir (Bilici, 2020, s. 288). Göç Edin (2019) “Avrupa mevzuatı ile karşılaştırmalı olarak Türkiye’de medya okuryazarlığı ve karşılaşılan sorunlar” adlı yüksek lisans tez çalışmasında gelişmiş devletlerin çoğunda medya okuryazarlığı dersinin dil dersleri içerisinde zorunlu olarak yer aldığını tespit etmiştir. Medya okuryazarlığı dersi konusunda atılması gereken en önemli adımlardan biri dersin seçmeli olması sorunudur. Mevcut şartlarda ders saatlerinden şikayetçi olan branş öğretmenlerin varlığı ve eğitimcilerin mevcut ders saatlerinin fazla olduğuna dair görüşleri medya okuryazarlığı dersinin zorunlu olmasının da önüne geçmektedir. Daha uzun bir zaman da zorunlu olması kolay görünmemektedir. Dünya da birçok ülke tarafından uygulanmakta olan medya okuryazarlığı dersinin Türkçe ve sosyal bilgiler gibi derslerin programlarının içerisine yerleştirilmesi daha uygun olabilir (Işkın ve Kesten, 2016). Yukarıda verdiğimiz araştırma sonuçlarına uygun olarak bu araştırmadan çıkan sonuçlar da medya okuryazarlığı dersinin günümüz şartlarında seçmeli dersler içerisinde çıkarılarak zorunlu dersler kapsamına alınması gerektiğidir.

4.2.10. Medya okuryazarlığı dersinde kullanılan yöntem ve tekniklere ilişkin görüşler nelerdir?

Araştırmamızın bu bölümünde öğretmenlerin medya okuryazarlığı dersi ile ilgili ders işleme yöntemleri hakkında bilgi sahibi olmak, öğrencilerin derse katılmalarında yöntem ve tekniklerin etkisini öğrenmek, öğretmenlerin öğrendikleri eğitim pedagojisi bilgilerini kullanıp kullanmadıklarını tespit etmek, medya okuryazarlığı derslerini aktif işleme yöntemleri hakkında bilgi sahibi olmak, öğretmenlerin medya okuryazarlığı ders araç gereçlerini aktif kullanıp kullanmadıklarını öğrenmek, medya okuryazarlığı gibi önemli bir derste teknolojik içerikleri kullanıp kullanmadıklarını öğrenmek ve medya okuryazarlığı dersi için materyal hazırlayıp hazırlamadıkları hakkında bilgi sahibi olmak amaçlanmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre öğretmenler medya okuryazarlığı dersi için öncelikle öğrencilerin ödevlendirilerek hazırlıklı gelmeleri konusunda önem verdiklerini belirtmişlerdir. Öğrencilerden medya içeriklerini araştırmaları ve örnek materyal getirmeleri istendiği belirtilmiştir. Öğretmenlerin en sık kullandıkları yöntem ve teknikler olarak anlatım, drama, soru

cevap, beyin fırtınası, benzetim, tartışma, örnek olay ve grup çalışması yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Öğretmenler ağırlıklı olarak medya okuryazarlığı kitabını kullanmaktadırlar. Öğretmenler kitap temininde zorluk yaşandığını, bazen elektronik ortamda kitaptan yaralandıklarını belirtmişlerdir. Öğretmenlerin öğrenci katılımını sağlamak adına bazen video, akıllı tahta içerikleri, slâytlar ve bilgisayar destekli oyunlar kullandıklarını belirtmişlerdir. Öğretmenler bazı okullarda altyapı eksikliği ve teknolojik sıkıntılardan yakınmışlardır. Öğretmenler ders dışı etkinlik olarak ödevlendirmeleri çok sık kullanmaktadırlar. Teknolojik altyapısı yeterli olan okullarda derslerin bazılarını bilgisayar sınıflarında işlediklerini belirtmişlerdir. Ödevlendirmelerin araştırma ağırlıklı bazen de materyal hazırlama etkinlikleri şeklinde verildiği tespit edilmiştir. Bazı öğretmenler okul içerisinde medya okuryazarlığı panolarının oluşturulduğunu belirtmişlerdir. Bu panoyu her hafta işledikleri konulara göre yenilediklerini beyan etmişlerdir. Bilgisayar ya da akıllı tahta olan okullarda ders sonrası çeşitli tipte (eşleştirme, çoktan seçmeli, doğru yanlış, boşluk doldurma, klasik) sorular ve etkinlikler yapıldığını belirtmişlerdir.

Eğitim öğretim ortamlarında birçok derste olduğu gibi medya okuryazarlığı dersinde de öğretmenler genel itibarıyla klasik düz anlatım yöntemini benimsemektedirler. Günümüz yeni eğitim sistemlerinde öğretmenlerin klasik yöntemler yerine daha modern yöntemler kullanmaları gerekmektedir. Eğitim ortamlarımızdaki klasik öğretmenin anlatıp öğrencilerin dinlemesi şeklindeki öğretmen merkezli eğitim yöntemleri yerini öğrenci merkezli eğitim yöntemlerine bırakmak zorundadır.

Medya okuryazarlığı dersi veren öğretmenler ile yapılan mülakat sonucu bu soruya ilişkin verdikleri cevaplarda elde edilen bazı bulgular aşağıda sıralanmıştır.

SBÖ-1: *“Ders araç gereç sıkıntısı nedeniyle kitap ağırlıklı işlenmektedir. Öğrencilere konular anlatılmakta bu anlatım sırasında drama, soru cevap, beyin fırtınası, benzetim gibi teknikler kullanılmaktadır. Öğrencilerin konuyu daha iyi kavramaları için video ve akıllı tahta uygulamaları ile ders desteklenmektedir. Gerektiğinde ders dışı projeler verilerek kalıcı öğrenme için çaba gösterilmektedir.”*

SBÖ-3: *“Medya araçlarıyla ilgili sözel anlatım yaptıktan sonra akıllı tahta üzerinden görsel sunumlar yaparım. İmkân buldukça öğrencileri bilişim teknolojileri sınıfına götürerek bilgisayarlar üzerinde uygulama ve etkinliklerle ders sunumlarımı yaparım. Proje çalışmaları yaparak öğrencilerin medya ürünleri hazırlamayı öğrenmelerini sağlamaya çalışırım.”*

SBÖ-4: *“Öncelikle kitap ve plan içeriğindeki konular çocuklara anlatılmaktadır. Daha sonra soru cevap yapılmaktadır. Konu ile ilgili videolar, slâytlar ve örnek olaylarla desteklenmektedir. Ders dışında da ödevler verilerek konunun pekişmesi sağlanmaktadır.”*

SBÖ-5: “Öğrencileri derse ısındırarak ve dikkatlerini çekerek günlük olaylardan ve yaşamdan örnek vererek dersi işlerim. Öğrencilere sürekli soru sorup onları aktif tutmaya çalışırım. Öğrencilerin fikirlerini açıklamalarına fırsat veririm.”

SBÖ-9: “Ders öncesi gelecek dersin konusuyla ilgili kavramları ödev olarak veririm. Yine gelecek dersin konusu ile ilgili medya içerikleri getirmelerini isterim. Ders konusu kavramları açıklarım. Ders kitabındaki örnekleri sınıfta tartışırız. Sonra akıllı tahtadan kendi bulduğumuz yazı, görsel ve videoları derste tartışırız.”

SBÖ-14: “Öncelikle konuyu öğrencilerime araştırmaları için ödev olarak veriyorum. Daha sonra sınıf içerisinde konuyu öğrencilerime anlatıyorum. Soru cevap yaparak konuyu pekiştiriyorum. Bazı konularda tartışma ve drama yaptırıyorum. Bazı konularda örnek olaylar üzerinden konuyu işliyorum. Konu ile ilgili video ve slâytlar bularak öğrencilerime bunları sunuyorum.”

Araştırmamıza göre öğretmenlerin verdiği bilgilerden yola çıkarak medya okuryazarlığı dersini etkili işlemeye çalıştıkları sonucu çıkmaktadır. Önceki araştırma sonuçları ile de tutarlı olarak öğretmenlerin anlatım, tartışma ve ödev yöntemlerini sıklıkla kullandıkları anlaşılmaktadır. Öğretmenlerin okullarının altyapısının durumuna göre derslerini teknoloji destekli işlemeye çalışıldığı ancak okullar arasında teknoloji anlamında dengesizliklerin olduğu söylenebilir. Öğretmenlerin genç ve dinamik olması aynı zamanda dersin etkili işlenmesinde ve etkinlik üretilmesi anlamında olumlu olduğu görülmektedir.

4.2.11. Medya okuryazarlığı dersinin öğretimi sırasında karşılaşılan sorunlar nelerdir?

Medya araçlarının artması ve gelişmesiyle beraber medya toplum ile iç içe geçmiş bir yapıya bürünmüştür. Günümüzde medya eksenli bir toplum oluşturma sürecinde medya okuryazarlığı eğitiminin verilmesi elzem hale gelmiştir. Bu gelişmelerin ışığında yorumlayan, analiz eden, eleştirel yetenekleri gelişmiş bir birey yetiştirme hedefiyle okul müfredatlarımızda etkili bir öğretim programı çerçevesinde medya okuryazarlığı dersi verilmesi önemli ve gereklidir.

Eğitim öğretim süreci içerisinde eğitim sisteminden, öğrencilerden, öğretmenlerden, ders araç gereçlerinden ve okul idarelerinden kaynaklı birçok sorun bulunabilmektedir. Ders öğretmenleri dersinin öğretiminde bu sorunlara bazen kendileri çözüm üretebilmekte bazen de çözüm için yardım talep edebilmektedir. Sorunlar eğer yakın çevreden(kendisi, öğrenci, okul, idare, araç gereç) kaynaklı ise hızlı çözümler bulunabilmekte iken uzak çevreden(bakanlık, program, sistem) kaynaklı ise çözüm bulunması zorlaşmaktadır. Medya okuryazarlığı dersine giren öğretmenler dersi sahada bizzat verdikleri için dersin öğretiminde karşılaşılan sorunları en iyi tespit edebilecek gruplardan biridir. Araştırmamızın bu bölümünde medya okuryazarlığı dersine giren öğretmenlerden hem yakın çevre kaynaklı sorunları hem de uzak çevre kaynaklı

sorunları tespit edip açıklamaları talep edilmiştir. Öğretmenler genel itibariyle altyapı ve sistemsel sorunlardan şikâyet etmişlerdir. Dersin önemsenmemesi ve seçmeli olmasına dayalı sorunların ön plana çıktığı görülmektedir.

Öğretmenler medya okuryazarlığı dersinin öğretimi sırasında karşılaşılan sorunları şu şekilde sıralamışlardır:

- Bazı ders konularının öğrenci düzeyinin altında kalması.
- Bazı ders konularının öğrenci düzeyinin üstünde olması.
- Medya okuryazarlığı ders kitabının temin edilememesi.
- Medya okuryazarlığı ders kitabının pdf içerik olarak sunulması.
- Medya okuryazarlığı ders kitabının yeterince etkinlik barındırmaması.
- Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olması nedeniyle bazı öğrencilerce ciddiye alınmaması.
- Okullarda altyapı yetersizliği(internet ve akıllı tahta olmaması, medya sınıfı bulunmaması, araç gereç temininde güçlük) nedeniyle derslerde kalıcı öğrenme ortamı oluşturmada zorluk yaşanması.
- Medya okuryazarlığı ders kitabının özensiz ve yetersiz hazırlanması.
- Velilerin ilgisizliği ve seçmeli dersleri önemsememesi nedeniyle veli desteğinin yeteri kadar alınamaması.
- Yardımcı kaynak eksikliği.
- Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersini ve günümüz medya araçlarının önemini kavrayamaması.
- Okullara yeterli miktarda maddi destek sağlanamamasından dolayı medya okuryazarlığı eğitim materyallerinin temin edilememesi.
- Medya okuryazarlığı dersinin uygulanabilmesi için yeterli alanların bulunmaması.
- Kalabalık sınıflar nedeniyle etkinliklerin yeteri kadar yapılamaması.
- Medya okuryazarlığı ders kitabının içeriğinde konular ile ilgili yeterli örnekler ve örnek olayların bulunmaması.
- Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersi ile ilgili doğru olarak bildikleri yanlışların öğrenmeleri zorlaştırması.
- Medya okuryazarlığı ders kitabında ayrıntılara fazlaca yer verilmesi.

Araştırmanın bu bölümünde öğretmenlerle yapılan görüşmeden elde edilen verilerden bazıları aşağıda sıralanmıştır.

SBÖ-1: “Ders konularının öğrenciler için basit kalması, Medya okuryazarlığı kitabının temin edilememesi ve kitap içeriğinin yeterince etkinlik barındırmaması, Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olması nedeniyle çocukların yeterince ilgi göstermemesi”

SBÖ-3: “*Temel sorun ders seçmeli olması, Bilgisayar ve internet erişiminin yetersiz olması, Velilerin medya dersine karşı ilgisiz ve bilinçsiz olmaları, Yetersiz kaynak olması. Medya dersinin öneminin tam manası ile kavranmamış olması.*”

SBÖ-4: “*Ders kitabının içeriğinin ve etkinliklerinin yetersiz olması. Velilerin medya konusunda yeterince bilinçli olmaması, Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olması.*”

SBÖ-9: “*Medya okuryazarlığı dersinde karşılaştığımız temel sorun öğrencilerin medya ile ilgili doğru bildiği yanlışlardır. Öğrencilerin arkadaş çevreleri, takip ettikleri kişi ve içerikler doğru bir bakış açısı geliştirmelerini zorlaştırmaktadır.*”

SBÖ-13: “*Kalabalık sınıflar, yetersiz araç gereçler, ders kitabının yokluğu ya da yetersizliği, teknolojik imkânlardan yoksunluk. Bu sorunların temel kaynağı Milli Eğitim Bakanlığı’nın bu derse yeterli önemi vermemesidir.*”

Araştırmanın bu sorusuna verilen cevaplar ışığında medya okuryazarlığı dersi ile ilgili oldukça fazla sorun sıralandığı görülmüştür. Dersi veren öğretmenlerin öncelikle dersin seçmeli olması, ders için başta kitap temini olmak üzere araç gereç eksikliği, altyapı yetersizlikleri ve öğretim programından kaynaklı sıkıntıların ön plana çıktığı görülmüştür. Buradan çıkaracağımız sonuca göre Milli Eğitim Bakanlığının medya okuryazarlığı dersinin önemini arttıracak uygulamalar başta olmak üzere okulların altyapı problemlerinin çözülmesi, ders içeriğinin ve öğretim programının yeniden düzenlenmesi ve dersin öğretimi için araç gereç temininin yapılması gibi sorunları çözmesi gereklidir. Yirmi birinci yüzyılda gelişen teknoloji ile beraber öğrencilere kazandırılması gereken modern ve dijital beceriler artmakta olup bu özellikleri öğrencilere kazandırabilmemiz için bu dersin sorunlarının acil şekilde çözülmesi yeni Türkiye’ye çok şey katacaktır.

Konuyla ilgili yapılan diğer benzer çalışmalarda bu bulguyu desteklemektedir.

Tan (2015) medya okuryazarlığının öğretimi sırasında karşılaşılan sorunları şu şekilde sıralamaktadır: 1. Medya okuryazarlığı dersinin daha çok klasik düz anlatım metoduyla bilgi aktarımı şeklinde işlenmesi. 2. Okullardaki altyapı ve teknolojik araç gereçlerin yetersizlikleri. 3. Medya okuryazarlığı ders kitabının olmaması. 4. Medya okuryazarlığı dersinin öğrenci merkezli işlenmemesi. 5. Öğretmenlerin ve öğrencilerin dersin seçmeli olması nedeniyle dersi önemsememeleri 6. Medya okuryazarlığı dersinin yerine başka derslerin işlenmesi ya da sınavlara yönelik soru çözülmesi. 7. Medya okuryazarlığı veren öğretmenlerin alanında yetersiz olması.

Yıldırım (2017) ise bu sorunları; öğretmenlerin dersi işlerken karşılaştıkları sorunların başında derse ait araç ve gerecin bulunmaması, idarecilerin medya okuryazarlığı dersini önemsememeleri, öğrencilerin derse karşı ilgisiz olmaları, medya okuryazarlığı ders içeriğinin yeteri kadar bilinmemesi ve öğretmenlerin üniversite eğitimi sırasında bu alana yönelik ders almamış olmaları olarak sıralamaktadır.

Yapılan araştırmalara da bize göstermektedir ki medya okuryazarlığı dersi veren öğretmenlerin görüşlerinden yola çıkılarak okullarda altyapı problemlerinin olduğu, teknolojik olarak yetersizliklerin bulunduğu, medya okuryazarlığı için materyal sıkıntısı çekildiği, fiziksel koşulların yetersiz olduğu, etkinlik ve ders içeriklerinin yetersiz olduğu ve ders etkinlikleri için yeterli süre bulunamadığı, dersin hem öğrenciler hem de öğretmenler tarafından önemsenmediği, dersin seçmeli olmasının verimi düşürdüğü, ders içerisinde başka alanlara yönelik derslerin işlenmesi, ezber eğitim anlayışı gibi problemler tespit edilmiştir (Göç-Edin 2019; Kutlu, 2018; Işkın, 2015; Naza, 2014; Sivritepe, 2014; Semiz, 2013; Şahin, 2012; Koçak, 2011; Bütün, 2010; Elma ve diğerleri, 2009a; Elma ve diğerleri, 2009b, Çetinkaya, 2008; Seylan, 2008).

4.2.12. Medya okuryazarlığı dersinde yapılan ölçme ve değerlendirmeye ilişkin karşılaşılan sorunlar nelerdir?

Araştırmamızın bu bölümünde öğretmenlere medya okuryazarlığı ile ilgili yapmış oldukları değerlendirmelerin neler olduğunu, alternatif ölçme ve değerlendirme yöntemlerini kullanıp kullanmadıkları, medya okuryazarlığı dersi için okul içi ve okul dışı kullandıkları ölçme araçlarını ve bu ölçme ve değerlendirmeleri yaparken karşılaştıkları sorunlar hakkında bilgi edinmek amaçlanmıştır. Yapılan görüşmelerden elde edilen sonuçlara göre öğretmenlerin ölçme ve değerlendirme yaparken pek fazla şikâyet etmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Öğretmenlerin ölçme ve değerlendirme yaparken karşılaştıkları sorunlar aşağıda sıralanmıştır:

- Medya okuryazarlığı dersi için nitelikli soru bulmak.
- Okulların alt yapısı yeterli olmadığı için bazı etkinliklerin(proje ve ödevler) yapılamaması.
- Ders kitaplarının temin edilememesi nedeniyle bazı ödevlerin verilememesi.
- Kalabalık sınıflar nedeniyle kopya olayının görülebilmesi.
- Öğrencilerin evdeki teknolojik ve ekonomik durumlarından dolayı bazı ödevleri yapamamaları.

Araştırmanın bu sorusuna karşı elde edilen bulguların bazıları aşağıda sıralanmıştır.

SBÖ-1: *“Medya okuryazarlığı için yapılan değerlendirmeler şunlardır: Sınıf içi derse katılım, çoktan seçmeli test soruları, boşluk doldurma soruları, eşleştirme soruları, açık uçlu sorular, proje ödevleri ve uygulama ödevleri”. “Değerlendirme yaparken karşılaşılan en büyük problem nitelikli soru bulmak ya da oluşturmaktır. Bunun dışında teknolojik imkânların yeterli olmaması nedeniyle bazı proje ve ödevlerin yapılamamasıdır.”*

SBÖ-3: *“Ürün üzerinden değerlendirme yapıyorum”. “Etkinlik ve performans çalışmaları şeklinde değerlendirmeler yapıyorum”. “Okul dışında öğrencilerin yaşadığı sıkıntılardan dolayı gerekli hazırlık ve çalışmaları yapamamaları sorun olarak değerlendirilebilir.”*

SBÖ-4: “Öncelikle hazır bulunuşluk testleri ile öğrencinin seviyesi ölçülmektedir. Ders sırasında soru cevap yapılarak sınıf içi performansı değerlendirilmektedir. Çoktan seçmeli test ile sınav yapılmaktadır. Ders dışı ödevlerle konular pekiştirilmektedir.

Değerlendirme yaparken karşılaşılan sorunlar teknolojik imkânlardan yoksunluk nedeniyle uygulamalı sınav yapılamaması ve nitelikli soru bulmakta sıkıntı çekilmesi.”

SBÖ-13: “Öğrencilerin sınıf içi performansı (sorulara verdiği yanıtlar, etkinliklere katılım), Ünite sonu genel değerlendirmeler, karışık, çoktan seçmeli, eşleştirme, doğru yanlış, klasik, boşluk doldurma içerikli sınav.”

SBÖ-14: “Sınıf içi sözlü notu, testler ve ödevler. Değerlendirmede en önemli sorun bazı konuların uygulamasının yapılamamasıdır.”

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre öğretmenlerin en çok kullandığı değerlendirme çeşitlerinin sınıf içi değerlendirme, soru cevap, çoktan seçmeli test ve ödevler olduğu sonucu çıkmıştır. Öğretmenlerin yazılı sınavlara yönelik olarak öğrenci seviyelerini dikkate aldıkları ve ona göre ölçme yöntemini seçtikleri belirlenmiştir. Öğrencilerin özellikle liseye geçiş sınavlarına hazırlık ve tecrübe kazanmaları amacıyla en çok çoktan seçmeli testlere yöneldiklerini belirtmişlerdir. Bunların yanında doğru yanlış, yorumlama, eşleştirme, boşluk doldurma gibi soruların sorulduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öğretmenlerin bunların yanında proje ve diğer ödevlendirme yöntemleriyle de değerlendirmeler yaptıklarını belirtilmişlerdir. Bazı öğretmenler grup çalışması yaparak değerlendirme yaptıklarını belirtmişlerdir.

Elitok-Kesici ve Kızılkaya, (2016) konuyla ilgili yaptıkları araştırmalarında öğretmenler öğrencileri değerlendirirken en çok kullandıkları yöntemler sınıf içi performans değerlendirme, etkinlik değerlendirme, grup çalışması ve yazılı sınav olduğu ortaya koymuşlardır. Altun (2010) ise, Kanada da okutulan medya okuryazarlığı dersi ile ilgili yapmış olduğu araştırmada Kanada’nın birçok bölgesinde ölçme ve değerlendirme ile ilgili çalışmaların oldukça sınırlı olduğu ifade etmiştir.

Öğretmenler değerlendirmede en büyük sıkıntının nitelikli soru bulmak olduğunu medya okuryazarlığı dersi ile ilgili kaliteli soru sayısının azlığından şikâyet etmişlerdir. Bunun yanında yetersiz araç gereç ve altyapı eksikliklerinden dolayı uygulama sınavı yapamamaktan muzdarip olduklarını belirtmişlerdir.

4.2.13. Medya okuryazarlığı dersinin programdaki yeri ve süresi ile ilgili görüşler nelerdir?

Bu görüşme sorusundaki amacımız öğretmenlerin medya okuryazarlığı dersini verirken ders süresinin yeterli olup olmadığı ve zorunlu ders ya da seçmeli ders sürecinin öğrenciler üzerinde etkili olup olmadığı sonuçlarına ulaşmak hedeflenmiştir. Yapılan görüşmelerde öğretmenlerin genel olarak iki saatlik medya okuryazarlığı dersinin konuları yetiştirmek ve etkinlik yapılabilmesi adına yeterli olduğu yorumlarını yapmışlardır.

Araştırmanın bu sorusuna yönelik elde edilen bulguların bazıları aşağıda sıralanmıştır.

SBÖ-1: *“Medya okuryazarlığı dersi zorunlu ders kapsamına alınmalıdır. Ders programında verilen iki saat, dersin konuları için yeterli ancak uygulama ve etkinlik yapmak için yeterli değildir.”*

SBÖ-2: *“Yeterince önem verilmemesi ve seçmeli bir ders olduğu için öğrenciler çoğu zaman pek dikkate almıyor. Süre olarak 3 veya 4 saate çıkarılabilir.”*

SBÖ-3: *“Medya okuryazarlığı dersinin biran evvel zorunlu ders olması ve ders içeriklerinin velileri de bilgilendirecek şekilde tekrar düzenlenip daha kapsamlı ve de donanımlı bir program hazırlanmasını bekliyorum.”*

SBÖ-9: *“Medya okuryazarlığı dersinin programda seçmeli olarak yer alması öncelikle derse verilen önemi azaltmaktadır. Ders saatinin 3’e çıkarılması yapılması düşünülen etkinlikler için daha yeterli bir zaman oluşmasını sağlayacaktır.”*

SBÖ-15: *“Medya okuryazarlığı dersi zorunlu ders olarak haftada iki saat okutulmalıdır.”*

Yapılan görüşmelerden elde edilen sonuçlara göre gelişen teknoloji ve artan internet kullanımı göz önünde tutularak 15 öğretmen içerisinde 14 öğretmen dersin mutlaka zorunlu dersler arasına alınması gerektiğini vurgulamıştır. Bir öğretmen ise dersin zorunlu olup olmadığı yönünde herhangi bir görüş belirtmemiştir. Öğretmenlerin genel anlamda dersin seçmeli olması nedeniyle hem kendilerinin hem de öğrencilerin medya okuryazarlığı dersini çok fazla önemsemedikleri bu durumun verimli ders işlenmesine engel olduğu yönünde değerlendirmeler yaptığı görülmüştür. Bu konuda yapılan araştırmalar incelendiğinde medya okuryazarlığı dersinin zorunlu olması gerektiğine dair birçok araştırma mevcuttur (Keleş, 2009; Bütün, 2010; Bütün ve Kesten, 2014; Semiz, 2013; Keleş, 2013; Görgülü-Aydoğdu, 2017).

Görüşmelerden elde edilen başka bir sonuç ise 15 öğretmenin 9 tanesinin medya okuryazarlığı ders saatinin yeterli olduğunu düşünmesidir. Bu öğretmenlere göre mevcut medya okuryazarlığı konuları iki saatlik ders süresince rahat bir şekilde işlenebilmektedir. 5 öğretmen ders saatinin gelişen medya içerikleri nedeniyle yeterli düzeyde etkinlik yapamamaları nedeniyle ders saatinin süresinin arttırılması yönünde görüş belirtmişlerdir. Bu öğretmenlere göre sosyal medya, sanal zekâ uygulamaları, nesnelerin interneti, web 4 teknolojilerinin gelişmesi ve artarak devam etmesi nedeniyle öğrencilerin bu gelişmelerle daha çok iştigal olmaları sağlanmalı ve uygulamalı eğitimlere tabi tutulmaları gerekmektedir. Öğrencilerin ders konuları için iki saatlik sürenin yetebileceği ancak etkinlik ve uygulamalı eğitim için yetersiz olduğunu düşünmektedirler. Bir öğretmen ise dersin saati ile ilgili yorumda bulunmamıştır. Bu konuda yapılan araştırmalar incelendiğinde medya okuryazarlığı ders saatinin arttırılması gerektiğine dair araştırmalar mevcuttur (Semiz, 2013; Işkın, 2015; Işkın ve Kesten, 2016; Elitok-Kesici ve Kızılkaya, 2016; Aksu, 2019; Aksu-Bektaş ve Alver 2020).

Çaycı (2018) yapmış olduğu araştırma sonuçlarına göre öğretmenlerin ders öncesi hazırlık ve planlama çalışmaları, ders esnasında dağılan dikkatleri toplayabilmek ve öğretim

programındaki kazanımların tam olarak öğrencilere benimsetilmek istenmesi gibi nedenlerle ders saatlerinin arttırılması gerektiğini belirtmiştir. Tabak ve Şahin (2020)'e göre “eğitim öğretim süreci içinde gerçekleştirilen faaliyetlerin çok büyük bir kısmı sınıf içerisinde gerçekleşmektedir. Başarıyı arttırmanın önemli adımlarından biri de sınıf içerisinde geçirilmesi gereken zaman dilimlerinin daha kaliteli hale getirilmesi sürecidir. Müfredatın öğrencilere belirlenen zaman diliminde aktarılması önem taşımakla beraber bu bazen mümkün olmayabilir. Ülkeler sınıf içerisinde geçirilen bu süre zarfı içerisinde eğitim kalitesinin daha iyi olması amacıyla bir takım planlamalar yürütmektedirler.”

Birçok devlet sınıf içerisinde gerçekleştirilen eğitim öğretim faaliyetlerinin zaman açısından yeterli olup olmadığı yönünde zaman zaman çeşitli araştırmalar yaparak dersin durumu hakkında bilgi edinmeye çalışır. Milli Eğitim Bakanlığı'nın 2023 eğitim vizyonu belgesinde (2018) “Zorunlu ders saatleri ve çeşitleri, tüm kademelerde azaltılarak temel derslerde derinleşilebilmesi, kişiselleştirme yapılabilmesi ve uygulama etkinliklerinin yürütülebilmesi için gereken zaman sağlanmış olacaktır.” ifadesi zamanın az ama etkili kullanılması gerektiğine vurgu yapmaktadır.

Türkiye’de okutulmakta olan medya okuryazarlığı dersi ilk kez 2006-2007 eğitim öğretim yılından itibaren okullarda seçmeli ve haftalık bir ders saati olarak okutulmaya başlanmıştır. 2006 yılında Milli Eğitim Bakanlığı tarafından hazırlanan “ilköğretim medya okuryazarlığı dersi öğretim programı ve kılavuzunda dersin haftalık saati bir saat olarak planlanmıştır. 2018 yılında Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yeniden hazırlanan “medya okuryazarlığı dersi öğretim programında ise dersin haftalık saati iki saat olarak planlanmıştır (MEB, 2006; MEB, 2018b). Milli, Eğitim Bakanlığı'nın (2018a) ilköğretim kurumları (ilkokul ve ortaokul) haftalık ders çizelgesi yazısında medya okuryazarlığı dersinin 6. ve 7. sınıflarda senede iki saat olarak alınabileceği belirtilmiştir.

4.2.14. Medya okuryazarlığı dersi ile ilgili öğretim programına yönelik yapılan öneriler nelerdir?

Araştırmanın bu sorusuna yönelik elde edilen bulgulardan bazıları aşağıda sıralanmıştır.

SBÖ-1: “*Medya okuryazarlığı programı güncellenirken öncelikle konuların basit halinin giderilerek daha ilgi çekici konuların seçilmesi yerinde olur. Konuların daha iyi öğretimi için daha fazla etkinlik ve uygulama içeriği hazırlanmalıdır. Dersin saati ve zorunluluğu konusu yeniden düzenlenmelidir.*”

SBÖ-3: “*Öğretim programında bolca etkinlik örneklerinin konulması”, “Kapsamının genişletilmesi”, Sosyal medya konularının daha fazla yer alması”, Olumlu yönlerinin daha çok ele alınması.*”

SBÖ-9: “*Medya okuryazarlığı dersinin zorunlu olması, ders kitabı dışında örnek olaylar üzerinden yazılı, görsel, videolu içeriklerin geliştirilmesi.*”

SBÖ-11: *“Konular günün şartlarına göre yenilenmeli”, “Günlük hayattan örneklerle desteklenmeli”, “Çok fazla ayrıntıya gidilmemeli.”*

SBÖ-12: *“Güncel olaylara fazlaca yer verilmeli ve geçmişle karşılaştırma yapılmalı. Faydalarının yanında zararlarına da değinilmelidir.”*

SBÖ-15: *“Ders araç gereçlerinin programda etkin kullanılmasını sağlayacak ve grup çalışmaları yapılabilecek etkinlikler planlanmalıdır.”*

İşin esas yapanı olması nedeniyle medya okuryazarlığı derslerini veren özverili öğretmenlerin söz konusu önerileri mutlaka göz önünde bulundurulması gereken bir konudur. Çünkü dersi veren ana icracı grup olan öğretmenler sıkıntının kaynağında birinci kaynaktan yaşayarak öğrenmiş ve gözlemlemiştir. Burada elde edilen veriler bu alanda araştırma yapacak olan her grup için önemli veriler sunacaktır. Nitekim bu bulgular ışığından yola çıkarsak öğretmenlerin en çok etkinlik bazlı olmayan konuları öğretmekte zorlandıkları ve uygulama olmadığında istenilen verimin sağlanamaması temel sıkıntılar olmakla birlikte birçok konu hakkında edinilmiş sorunları ve çözüm önerilerini görebiliriz.

Eğitim öğretim sürecinde verimi ve kaliteyi arttırmak için mutlaka belirli bir plan dâhilinde hareket edilmesi gerekmektedir. Eğitim kapsamlı ve uzun soluklu bir süreçtir. Birçok yapı iç içe geçmiş durumda bulunmaktadır. Bu yapıların birbirleriyle sistemli bir uyum içerisinde çalışması kalite ve işlevsellik açısından oldukça önem arz etmektedir. Program, önceden tasarlanmış olan bir işin, neyi?, neden?, nasıl?, ne zaman?, nerede? ve kim ile yapılacağını gösteren bütüne verilen isimdir (Uşun, 2016). Öğretim programı, herhangi bir dersle ilgili olarak öğretme-öğrenme süreçleri içerisinde hangi konuların, neden ve nasıl olması gerektiğini, ayrıca ölçme ve değerlendirme süreçlerinin ne şekilde gerçekleşeceğini gösteren bir yol gösterici olarak tanımlanabilir (Özçelik, 2014, s.4).

Sürekli değişen ve gelişen bir dünya içerisinde elbette ki öğretim programlarında da günümüz şartlarına göre bir takım değişikliklere gidilmesi şarttır. Teknolojik imkânlardaki artış, öğrenci merkezli eğitim anlayışının gelişmesi, ölçme ve değerlendirme sistemlerindeki değişiklikler, sanal zekâ uygulamalarının artması ve uzaktan eğitim uygulamalarının popüler hale gelmesi gibi nedenler hazırlanacak öğretim programlarının çağımıza uygun hale getirilmesi gerektiğinin göstergeleridir. Bu amaçlar hangi ders için hazırlanırsa hazırlansın öğretim programları çağa, öğrenciye, ülke şartlarına uygun ve güncel olması zorunludur.

Öğretim programının hazırlanması uzman bir kadro tarafından gerçekleştirilmekle birlikte bu konudaki en önemli görev kuşkusuz öğretim programının uygulayıcısı olan öğretmenlere düşmektedir. Bu bakımdan öğretmen yetiştirme öğretim programlarının da mevcut ders programı ile entegre olarak uygulanması gerekmektedir. Öğretim programının temel uygulayıcısı olan öğretmenlerin program üzerinde söz sahibi olması oldukça önem arz etmektedir. Çünkü öğretim programları ne kadar uzman bir kadro tarafından hazırlanırsa

hazırlansın esas olarak sahada uygulayıcı durumda bulunan öğretmenlerin sorunları görmeleri daha kolaydır. Bu bakımdan araştırmamızın bu bölümünde sahada büyük bir özveri ile öğretim programlarını uygulamakta olan öğretmenlerimizin karşılaştıkları sorunları tespit ederek öğretim programlarında nasıl bir değişiklik istediklerini ortaya koymaktır. Bu bölümde öğretmenler medya okuryazarlığı öğretim programı içerisinde genel olarak öğrencilerin ilgisini daha çok çeken, günümüz teknolojik medya içeriklerine sahip ve etkinlik bazlı bir öğretim programı hazırlanması gerektiği üzerinde durmuştur.

Medya okuryazarlığı öğretim programı için öğretmenler tarafından yapılan önerileri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Medya okuryazarlığı ders içeriklerinin ilgi çekici olarak düzenlenmesi.
- Medya okuryazarlığı ders içeriklerinin daha fazla etkinlik ve uygulama içermesi.
- Ders saatinin etkinlikler düşünülerek arttırılması.
- Medya okuryazarlığı ders içeriklerinin öğrenci seviyesine uygun hale getirilmesi.
- Medya okuryazarlığı dersinin zorunlu dersler arasına alınması.
- Medya okuryazarlığı ders konularının içeriğine sosyal medya konularının eklenmesi.
- Medya okuryazarlığı dersi için özel olarak çalışma kitabı hazırlanmalıdır.
- Medya okuryazarlığı ders içeriklerinde örnek olay etkinliklerine yer verilmesi.
- Ders içerisinde kullanılabilecek resimler, videolar ve slâytlar hazırlanmalı.
- Medya okuryazarlığı dersi için özel soru havuzu oluşturulmalı.
- Grup çalışmasını içerecek şekilde etkinlikler hazırlanmalı.

Daha önce yapılmış olan birçok çalışma ve araştırmalarda medya okuryazarlığı öğretim programı ile ilgili benzer sorunların ve çözüm önerilerinin tespit edilmesi sağlanmıştır. Çetinkaya (2008) dönemi itibariyle yeni uygulanmaya başlayan 2006 yılı medya okuryazarlığı öğretim programının kazanım, ölçme ve değerlendirme, ders saati sayısı gibi sorunlara değinmiştir. Apak (2008) 2006 yılı medya okuryazarlığı öğretim programının bilgi merkezli ve korumacı bir yaklaşım ile hazırlandığını, bunların düzeltilmesi ve öğrenci merkezli hale getirmesi gerektiğini tespit etmişlerdir. Keleş (2009) “ilköğretim medya okuryazarlığı dersi öğretim programına ilişkin öğretmen görüşleri” adlı yüksek lisans tez çalışmasında 2006 yılı medya okuryazarlığı öğretim programının sorunları arasında, dersin seçmeli olması, etkinlik bazlı düzenlenmemesi, öğrenci seviyesine uygun olmaması ve not verilmemesi gibi sorunlar tespit etmiştir. Öğretmenler çözüm önerileri olarak dersin zorunlu olması gerektiği, çalışma kitabının hazırlanarak etkinlikler düzenlenmesi, ailelerin ve öğretmenlerin eğitimden geçirilmesi, dersin zorunlu olarak okutulması ve notla değerlendirme yapılması gibi öneriler getirmişlerdir. Elma ve diğerleri (2009b) yapmış oldukları çalışmalarında 2006 yılı medya okuryazarlığı öğretim programının

içerik, kullanılan materyal ve etkinliklerinin geliştirilmesi gerektiği sonucuna ulaşmıştır. Altun (2009) yaptığı çalışmada 2006 yılı medya okuryazarlığı öğretim programının alan çalışmasının güncel olmadığını, kendi içerisinde tutarsızlıkların olduğunu, programın medya eğitimi vermediği ve bilgi aktararak medyayı tanıttığı sonucuna ulaşmıştır. Semiz (2013) medya okuryazarlığı öğretim programının etkinliklerinin artırılması gerektiği, sınıf seviyesine uygun hale getirilmesi, içeriğinin geliştirilmesi, zorunlu olması ve not ile değerlendirilmesi gerektiği belirtmiştir. Çakmak (2010) medya okuryazarlığı öğretim programının medya araçları merkezli olduğunu (televizyon, bilgisayar, internet, radio vb. gibi iletişim araçları odaklı), medya üretimi yerine medya kullanımı üzerine yoğunlaştığını, bilgi aktarma üzerinde odaklandığı ve korumacı bir yaklaşım ile hazırlandığını belirtmiştir. Ülker (2012) 2006 yılı medya okuryazarlığı öğretim programının öğrenci merkezli öğretim anlayışını yeteri kadar benimsemediğini, geri bildirim vermede yetersiz olduğunu, sürece dayalı değerlendirmenin az olduğunu ve içeriklerin hazırlanmasına yeterli önemin verilmediğini belirtmiştir. Görgülü-Aydoğdu (2017) 12 öğretmenle yapmış olduğu derinlemesine mülakat çalışmasında 2006 yılı medya okuryazarlığı öğretim programının da düzeltilmesi gereken konular arasında dersin seçmeli değil zorunlu olması gerektiği ve not ile değerlendirme yapılmasının uygun olduğu ortaya koymuştur.

Işkın (2015) 2006 yılı medya okuryazarlığı öğretim programı ile 2013 yılı medya okuryazarlığı öğretim programını kazanım, beceri, değer, etkinlik, ders saati, ölçme ve değerlendirme özellikleri bakımından karşılaştırmıştır. Elde edilen bulgulara göre 2013 yılı medya okuryazarlığı öğretim programı içerik açısından güncellenmiş, öğrenciyi daha aktif hale getirmeye çalışmış ve günlük hayatta uygulanabilir çokça etkinliğe yer vermiştir. 2013 yılı medya okuryazarlığı öğretim programında içerik hafifletilmiş ve seviyeye uygun hale getirilmeye çalışılmış, ölçme ve değerlendirmeye uygun şartlar oluşturulmuş, ders saati arttırılmıştır. Öğretmenler, 2013 yılı medya okuryazarlığı öğretim programının daha çok öğrenciye hitap etmesi, ders saatinin artması, kazanımların az ama yoğun içerikli olması, verilen etkinliklerin öğretmenlerce daha çok beğenilmesi, ölçme ve değerlendirmeye imkan vermesi gibi nedenlerle 2006 yılı medya okuryazarlığı öğretim programına göre daha başarılı bulduklarını belirtmişlerdir. Yapılan görüşmelerden elde edilen bulgulardan biride 2013 yılı medya okuryazarlığı öğretim programının 2006 yılı medya okuryazarlığı öğretim programına göre daha kapsamlı ve daha işlevsel bir nitelik kazandığıdır. Bütün bu olumlu gelişmelere rağmen görüşmeye katılan öğretmenler 2013 yılı medya okuryazarlığı öğretim programının kazanımlar, beceriler, değerler, etkinlikler, ders saati, ölçme ve değerlendirme kriterleri bakımından daha da geliştirilmesi gerektiği konusunda görüş belirtmişlerdir.

Göç-Edin (2019) "Avrupa mevzuatı ile karşılaştırmalı olarak Türkiye'de medya okuryazarlığı ve karşılaşılan sorunlar" adlı tez çalışmasında medya okuryazarlığı öğretim programının medya okuryazarlığı dersini ayrı bir ders biçiminde ve zorunlu olarak okutulması

gereken derslerden biri olacak şekilde düzenlenmesi üzerinde durmuştur. Tağrikulu ve Kesten (2018) 2006 yılı medya okuryazarlığı öğretim programının bilgi aktarma üzerine kurulduğunu ve beceri temelli öğretimde başarısız olduğunu, 2013 yılı medya okuryazarlığı öğretim programının ise içerik açısından öğrenci seviyesine uygun olarak hafifletildiğini ve bilgi aktarımının yanında beceri temelli öğretim üzerinde durduğu sonucuna ulaşmıştır.

2006 yılından günümüze kadar geçen süre içerisinde teknolojik anlamda inanılmaz bir değişimin yaşandığı yadsınamaz bir gerçektir. Bu nedenle medya okuryazarlığı öğretim programında değişim şarttır. Bunun bilincinde olan Milli Eğitim Bakanlığı son değişikliği 2018 yılında yapmıştır. Medya okuryazarlığı öğretim programı 2006, 2013 ve 2018 yıllarında yapılan değişikliklerle günümüze kadar ulaşmıştır. Son yapılan 2018 yılı medya okuryazarlığı öğretim programı kendinden önceki 2006 ve 2013 yıllarında hazırlanmış öğretim programlarına göre oldukça yenilikçi yaklaşımlarla ele alınmıştır. Gelişen teknoloji ile birlikte içeriklerde değişikliğe gidilmiş iletişim araçları odaklı bakış açısı yerini medyanın önemini kavrama ve medya içeriklerini çözümleme noktasına yoğunlaşmıştır. 2006 yılından günümüze medya içerikleri çeşitlenmiş, sorumluluk kavramı önem kazanmış, etik değerler ön plana çıkmış, mahremiyet ciddi anlamda önemli hale gelmiş, özel yaşamın gizliliği daha fazla sorgulanır olmuş, bilişim alanında hızlı değişiklikler meydana gelmiş, uzaktan eğitim uygulamaları çeşitlenmiş, veri ve cihaz güvenliğinde önemli yenilikler olmuştur. Bütün bu değişimler insanların ve özellikle bilgisayar ve tablet başında fazlaca vakit geçiren öğrencilerin kendi sorumluluklarını almaları ve bilinçlenmelerinin sağlanması konusunda ebeveynlerin ve araştırmacıların üzerine daha fazla görev düşmesine neden olmuştur. 2018 yılı medya okuryazarlığı öğretim programı bütün bu sorunlara çözüm arayışı içerisinde hazırlanmaya çalışılmıştır.

2006, 2013 ve 2018 yıllarında hazırlanmış olan medya okuryazarlığı öğretim programları kendisinden önceki programa göre daha iyi bir şekilde hazırlanmış olmasına rağmen yine de bir takım eksikliklere sahiptir. Her üç programda da medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olarak düzenlenmiş olması hem günümüz şartlarının getirdiği dijital dönüşüme ters hem de öğretmenlerin ve öğrencilerin gözündeki değerini düşürmektedir. Bu konuda daha önceki yapılmış pekçok çalışmada da dersin zorunlu ders kapsamına alınması gerektiği vurgulanmıştır. (Keleş, 2009; Bütün, 2010; Bütün ve Kesten, 2014; Semiz, 2013; Keleş, 2013; Görgülü-Aydoğdu, 2017).

2006 yılı medya okuryazarlığı öğretim programında ders saati 1 saat olarak belirlenmiştir. Ancak değişen yeni dünya ve gelişen teknolojiler göz önüne alındığında bu sürenin yetersiz kalacağı aşikardır. Bu nedenle 2013 yılı medya okuryazarlığı öğretim programında ders saati iki saate çıkarılarak bu sorun bir nebze de çözülmeye çalışılmıştır. 2018 yılı medya okuryazarlığı öğretim programında ders saati yine iki saat olarak düzenlenmiştir. Ancak öğrencilerin hemen hemen hayatlarının her alanında teknolojinin farklı şekilleri ile iç içe olmaları

bu dersin saatinin de arttırılmasını gerektirmektedir. Ders saati her ne kadar ders içeriğinin yetiştirilmesini sağlamada yeterli miktarda etkinlik ve uygulama yapılması için yeterli değildir. Yaptığımız çalışmada da öğretmenlerin görüşlerinin bu yönde olması dikkat çekmektedir.



5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın bulgularının genel bir değerlendirmesi yapılarak tartışma ve sonuca yer verilmekte, ardından öneriler sunulmaktadır.

Araştırmanın bulgularına göre; medya okuryazarlığı dersini veren ortaokul öğretmenlerinin dersin amaçları kapsamında medya okuryazarlığı dersinde öğrencilerin derse katılım ve ilgi düzeylerinin yüksek olduğu, bu dersin öğrencilerin medya araçlarını kullanma süreleri açısından bir farklılık yarattığı, öğrencilerin televizyon programı seçiciliğine katkı sunduğu, öğrencilerin eleştirel becerilerinin gelişmesine, medya araçlarını kullanma alışkanlıklarında değişime olanak tanıdığı görüşlerine sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu dersi veren ortaokul öğretmenleri dersin öğretimine ilişkin olarak medya okuryazarlığı ders materyalinin uygulanması ve kullanılması ve ölçme ve değerlendirme ilişkin zorluklarla karşılaştıklarını, çoğunlukla anlatım yöntemine başvurdıklarını ayrıca medya okuryazarlığı dersinin süresinin yetersiz olduğu ve dersin zorunlu ders statüsünde olması gerektiğini belirtmişlerdir. Araştırmanın bu bölümünde bulgular ilgili alanyazın ışığında ayrıntılı olarak değerlendirilmiştir.

5.1.Tartışma ve Sonuç

Ortaokul öğretmenlerinin medya okuryazarlığı dersinin amaçlarına ilişkin görüşlerini değerlendirdiğimizde alanyazında mevcut araştırmanın bulgularına paralellik gösteren çalışmalarla karşılaşılmıştır. Ankete katılan sosyal bilgiler öğretmenlerinin medya okuryazarlığı dersinin amaçlarına ilişkin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrenciler için önemli ve gerekli bir ders olduğunu düşünüyorum.” ifadesine 372 kişinin % 95,2’si kesinlikle katıldığını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranı medya okuryazarlığı dersinin, öğrenciler için önemli ve gerekli bir ders olduğunu düşündüğünü ifade etmeleri dikkat çekici olmuştur. Elde ettiğimiz araştırma sonuçları Elma ve diğerleri’nin (2009a), Aksu-Bektaş ve Alver’in (2020) ve Işkın’ın (2015) yapmış olduğu çalışmalarla paralellik göstermektedir. Kutlu’nun (2018) yaptığı çalışmada elde ettiğimiz araştırma sonuçlarının tersi yönünde bir sonuç elde edilmiştir.

Katılımcıların “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerde medyayı bilinçli kullanma alışkanlıklarında farklılık yaratması açısından amacına ulaştığını düşünüyorum” ifadesine %70,2’si biraz katıldığını, % 15,1’i ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çoğunluğunun medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerde medyayı bilinçli kullanma alışkanlıklarında farklılık yaratması açısından amacına ulaştığını düşündükleri söylenebilir. Elde ettiğimiz araştırma sonuçları Elma ve diğerleri’nin (2009a) ve Yıldırım-Ankaralıgil’in (2009) yapmış olduğu çalışmalarla paralellik göstermektedir. Bütün’ün (2010) ve Semiz’in (2013) yapmış oldukları çalışmalarda elde ettiğimiz araştırma sonuçlarının tersi yönünde sonuçlar bulunmuştur.

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin medya okuryazarlığı dersinin amaçlarına ilişkin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin medya araçlarını (cep telefonu, televizyon, internet, sosyal medya) kullanma süreleri açısından bir farklılık yaratması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine % 71’i biraz katıldığını, % 14,8’i ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranı medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin medya araçlarını (cep telefonu, televizyon, internet, sosyal medya) kullanma süreleri açısından bir farklılık yaratması konusunda amacına ulaştığını düşünmektedirler.

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin televizyon programlarında (haberlere, dizilere, reklamlara vb.) seçici olmalarına bir katkı sunması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 0,3’ü hiç katılmadığını, % 4,3’ü katılmadığını, % 6,2’si kararsız olduğunu, % 75’i biraz katıldığını, % 14,2’si ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranı medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin televizyon programlarında (haberlere, dizilere, reklamlara vb.) seçici olmalarına bir katkı sunması konusunda amacına ulaştığını düşünmektedirler. Elde ettiğimiz araştırma sonuçları Elma ve diğerleri’nin (2009a) ve Yıldırım-Ankaralıgil’in (2009) yapmış olduğu çalışmalarla paralellik göstermektedir. Bütün’ün (2010) ve Semiz’in (2013) yapmış oldukları araştırmalarda elde ettiğimiz araştırma sonuçlarının tersi yönünde sonuçlar bulunmuştur.

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin eleştiri becerilerini geliştirmesi konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine % 0,3’ü hiç katılmadığını, % 9,4’ü katılmadığını, % 19,9’u kararsız olduğunu, % 59,1’i biraz katıldığını, % 11,3’ü ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin eleştiri becerilerini geliştirmesi konusunda amacına ulaştığını düşünmektedir. Buradan çıkan % 19,9 oranında kararsız kalan öğretmen grubunun da önemli bir oran olduğu ve bunun nedenlerinin detaylı olarak araştırılması gerektiği sonucu çıkmaktadır. Öğretmenlerle yapılan görüşmeler sonrası öğretmenlerin sınıf içerisinde öğrencilerine eleştirel değerlendirme soruları sordukları görülmüştür. Bu durumdan hareketle bazı öğretmenlerin (% 19,9) öğrencilerin eleştirel becerilerinin gelişiminde yeterli aşamanın kaydedilemediğini düşünmelerine sebep olmaktadır. Elde ettiğimiz araştırma sonuçları Elma ve diğerleri’nin (2009a) ve Yıldırım-Ankaralıgil’in (2009) yapmış olduğu çalışmalarla paralellik göstermektedir.

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin medya ürünü oluşturma yeterliklerine katkı sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine % 0,8’i hiç katılmadığını, % 6,5’i katılmadığını, % 10,2’si kararsız olduğunu, % 72,8’i biraz katıldığını, % 9,7’si ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Buradan

hareketle katılımcıların büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin medya ürünü oluşturma yeterliklerine katkı sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünmektedir.

Ankete katılan sosyal bilgiler öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin internet ortamında karşılaşılabilecek riskler konusunda bilinçlenmelerini sağlaması açısından amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine % 2,4’ü katılmadığını, % 5,9’u kararsız olduğunu, % 76,9’u biraz katıldığını, % 14,8’i ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların hepsi de hiç katılmıyorum seçeneğini boş bırakmışlardır. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin internet ortamında karşılaşılabilecek riskler konusunda bilinçlenmelerini sağlaması açısından amacına ulaştığını düşünmektedir. Elde ettiğimiz araştırma sonuçları Semiz’in (2013) yapmış olduğu çalışma ile paralellik göstermektedir.

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin kendilerini medyanın etkilerinden koruyabilmesini sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine % 4’ü katılmadığını, % 5,1’i kararsız olduğunu, % 77,7’si biraz katıldığını, % 13,2’si ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların hepsi de hiç katılmıyorum seçeneğini boş bırakmışlardır. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin kendilerini medyanın etkilerinden koruyabilmesini sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünmektedir. Elde ettiğimiz araştırma sonuçları Semiz’in (2013) yapmış olduğu çalışma ile paralellik göstermektedir.

Ankete katılan sosyal bilgiler öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersi, öğrencilerin sözlü ve fiziksel şiddet içeren programları izlemesini azaltması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine % 0,8’i hiç katılmadığını % 5,1’i katılmadığını, % 8,3’ü kararsız olduğunu, % 74,5’i biraz katıldığını, % 11,3’ü ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersi, öğrencilerin sözlü ve fiziksel şiddet içeren programları izlemesini azaltması konusunda amacına ulaştığını düşünmektedir.

Ankete katılan sosyal bilgiler öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin tüketim ve satın alma davranışlarında bir bilinçlenme yaratma konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine % 3,2’si katılmadığını, % 4,8’i kararsız olduğunu, % 79,6’sı biraz katıldığını, % 12,4’ü ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların hepsi de hiç katılmıyorum seçeneğini boş bırakmışlardır. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin tüketim ve satın alma davranışlarında bir bilinçlenme yaratma konusunda amacına ulaştığını düşünmektedir.

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin medyanın sunduğu önyargılı ve yanlış bilgileri ayırt etme becerilerinde gelişme sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine % 2,7’si katılmadığını, % 4,3’ü kararsız

olduğunu, % 79,8'i biraz katıldığını, % 13,2'si ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların hepsi de hiç katılmıyorum seçeneğini boş bırakmışlardır. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin medyanın sunduğu önyargılı ve yanlış bilgileri ayırt etme becerilerinde gelişme sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünmektedir.

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin gerçek ile kurgu olanı birbirinden ayırt etmelerinde başarı sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 3,2'si katılmadığını, % 8,1'i kararsız olduğunu, % 75,5'i biraz katıldığını, % 13,2'si ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların hepsi de hiç katılmıyorum seçeneğini boş bırakmışlardır. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin gerçek ile kurgu olanı birbirinden ayırt etmelerinde başarı sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünmektedir.

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin ruhsal, ahlaki, sosyal ve kültürel yönlerden gelişmesinde başarı sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.” ifadesine 372 kişiden % 0,3'ü hiç katılmadığını, % 4,6'sı katılmadığını, % 6,5'i kararsız olduğunu, % 76,9'i biraz katıldığını, % 11,8'i ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin ruhsal, ahlaki, sosyal ve kültürel yönlerden gelişmesinde başarı sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünmektedir.

Medya okuryazarlığı dersinin öğretimi ve karşılaşılan sorunlara ilişkin ortaokul öğretmenlerin görüşlerini incelediğimizde aşağıda belirtilen sonuçlara ulaşılmıştır.

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin “Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine yeterli katılımı ve ilgiyi göstermediğini düşünüyorum.” ifadesine % 0,8'i kesinlikle katıldığını, % 4,3'ü katıldığını, % 4,3'ü kararsız olduğunu, % 9,7'si katılmadığını, % 80,9'u ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine yeterli katılımı ve ilgiyi gösterdiğini düşünmektedir. Öğretmenlerle yapılan görüşmeler sonrası medya okuryazarlığı dersinin güncel ve ilgi çekici olması nedeniyle öğrencilerin dersi severek takip ettiklerini ortaya çıkarmaktadır. Elde ettiğimiz araştırma sonuçları Bütün ve Kesten'in (2014) yapmış olduğu çalışma ile paralellik göstermektedir.

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olmaması gerektiğini düşünüyorum.” ifadesine % 1,1'i kesinlikle katıldığını, % 1,9'u katıldığını, % 3,5'i kararsız olduğunu, % 6,5'i katılmadığını, % 87,1'i ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının öğrencilerin medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olmaması gerektiğini düşünmektedir. Öğretmenlerle yapılan görüşmeler sonrası medya okuryazarlığı dersinin müfredat içerisinde zorunlu dersler alanında

yer alması gerektiğini vurgulamışlardır. Elde ettiğimiz araştırma sonuçları Semiz'in (2013), Keleş'in (2009) ve Göç-Edin'in (2019) yapmış olduğu çalışmalarla paralellik göstermektedir. Kutlu'nun (2018) yaptığı araştırmada elde ettiğimiz araştırma sonuçlarının tersi yönünde bir sonuç elde edilmiştir.

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin "Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olarak okutulmasının öğrencilerin derse ilgisini düşürdüğünü düşünüyorum." ifadesine % 0,3'ü kesinlikle katıldığını % 3,8'i katıldığını, % 2,7'si kararsız olduğunu, % 36'sı katılmadığını, % 57,3'ü ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olarak okutulmasının öğrencilerin derse ilgisini düşürdüğü görüşüne katılmadıklarını göstermektedir. Elde ettiğimiz araştırma sonuçları Semiz'in (2013), Keleş'in (2009), Işkın'ın (2015) ve Bütün'ün (2010) yapmış olduğu çalışmalarla paralellik göstermektedir.

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin "Medya okuryazarlığı dersinin programdaki yeri ve süresinin yeterli olmadığını düşünüyorum." ifadesine % 1,9'u kesinlikle katıldığını % 5,9'u katıldığını, % 10,5'i kararsız olduğunu, % 59,4'ü katılmadığını, % 22,3'ü ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların büyük bir oranının öğrencilerin medya okuryazarlığı dersinin programdaki yeri ve süresinin yeterli olduğunu düşünmektedir. Elde ettiğimiz araştırma sonuçları Bütün'ün (2010) yapmış olduğu çalışma ile paralellik göstermektedir. Bütün (2010) yapmış olduğu araştırmasında ders süresinin yeterli olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin "Medya okuryazarlığı ders süresinin dersteki etkinlikler açısından yeterli olmadığını düşünüyorum." ifadesine % 2,2'si kesinlikle katıldığını % 4'ü katıldığını, % 7,8'i kararsız olduğunu, % 60,8'i katılmadığını, % 25,3'ü ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının medya okuryazarlığı ders süresinin dersteki etkinlikler açısından yeterli olmadığı görüşüne katılmadıklarını göstermektedir. Aksu-Bektaş ve Alver (2020), Semiz (2013), Elitok-Kesici ve Kızılkaya (2016) yaptıkları araştırma sonuçlarında ders süresinin etkinlikler açısından yetersiz olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu sonuçlar ile araştırmamız sonucu paralellik göstermektedir.

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin "Okuldaki idari görevler ve iş yoğunluğunun öğretmenlerin bu dersi işlemelerine engel teşkil ettiğini düşünüyorum." ifadesine % 3,8'si kesinlikle katıldığını % 20,4'ü katıldığını, % 26,3'ü kararsız olduğunu, % 38,7'si katılmadığını, % 10,8'i ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların % 50'ye yakın bir oranı okuldaki idari görevler ve iş yoğunluğunun öğretmenlerin bu dersi işlemelerine engel teşkil ettiği görüşüne katılmadıklarını göstermektedir. Ancak % 20,4 oranında öğretmen gurubunun bu görüşü desteklemiş olması bu konuda bazı okul idarelerinin öğretmenlerin iş yükünü arttırdığı söylenebilir. Aynı şekilde % 26,3 oranında öğretmenin kararsız bir tutum

sergilemesi bazı çekincelere sahip olduğunu göstermektedir. Bu konuda öğretmenleri kararsızlığa iten nedenlerinin incelenmesi yerinde olur. Bütün'ün (2010) ve Işkın'ın (2015) yaptıkları araştırma sonuçlarına göre öğretmenlerin iş yoğunluğundan dolayı derslerin veriminin düştüğü sonucuna ulaşmışlardır.

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin “Sınıfların kalabalık oluşunun dersin işlenmesinde engel oluşturduğunu düşünüyorum.” ifadesine % 1,6'sı kesinlikle katıldığını % 4,6'sı katıldığını, % 3,5'i kararsız olduğunu, % 26,1'i katılmadığını, % 64,2'si ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının sınıfların kalabalık oluşunun dersin işlenmesinde engel oluşturduğu görüşüne katılmadıklarını göstermektedir. Görüşme yapılan 15 öğretmenden iki tanesi kalabalık sınıfların bulunmasından şikâyet etmiştir.

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin “Okulun ve sınıfların gerekli altyapıya sahip olmamasını dersin işlenmesinde bir engel olarak düşünüyorum.” ifadesine % 1,1'i kesinlikle katıldığını % 3'ü katıldığını, % 3,2'si kararsız olduğunu, % 59,1'i katılmadığını, % 33,6'sı ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların çok büyük bir oranının okulun ve sınıfların gerekli altyapıya sahip olmamasını dersin işlenmesinde bir engel teşkil ettiği görüşüne katılmadıklarını göstermektedir. Ancak görüşme yapılan 15 öğretmenden 6 tanesi altyapı sorunlarından yakınmıştır. Yapılan birçok araştırmada okulların ve sınıfların altyapı problemleri ve malzeme eksikliklerinin olması nedeniyle medya okuryazarlığı derslerinin yeterince aktif işlenemediği sonucuna ulaşılmıştır (Elitok-Kesici ve Kızılkaya, 2016; Gömleksiz ve Duman, 2013; Elma vd., 2009a; Işkın, 2015; Yıldırım, 2017).

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin “Lise geçiş sınavında medya okuryazarlığı dersiyile ilgili soru olmamasının dersin verimini düşürdüğünü düşünüyorum.” ifadesine % 1,6'sı kesinlikle katıldığını % 11'i katıldığını, % 43,5'i kararsız olduğunu, % 29,6'sı katılmadığını, % 14,2'si ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların % 45'e yakınının lise geçiş sınavında medya okuryazarlığı dersiyile ilgili soru olmamasının dersin verimini düşürdüğü görüşüne katılmadıklarını göstermektedir. Ancak % 43,5 oranında kararsız bir öğretmen gurubunun varlığı oldukça düşündürücüdür. Yapılan bazı araştırmalarda lise geçiş sınavlarında medya okuryazarlığı alanına ilişkin soru sorulmaması nedeniyle derse yeterince önem verilmediği sonucuna ulaşılmıştır (Işkın, 2015; Semiz, 2013; Tan, 2015; Tüzel, 2012).

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin “Medya okuryazarlığı dersini veren öğretmenlerin gerekli donanıma sahip olmadığını düşünüyorum.” ifadesine % 18'i kesinlikle katıldığını % 60,2'si katıldığını, % 7,3'ü kararsız olduğunu, % 8,1'i katılmadığını, % 6,5'i ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların büyük bir kısmı medya okuryazarlığı dersini veren öğretmenlerin gerekli donanıma sahip olmadığı görüşüne katıldıklarını göstermektedir. Buradan çıkarılabilecek sonuç ise öğretmenlerin kendilerini medya

okuryazarlığı dersini verebilecek donanımına sahip olmadıklarını göstermektedir. Anketin giriş kısmında sorulan öğretmenlerin herhangi bir eğitim, kurs veya sertifika programına katılıp katılmadığı sorusuna öğretmenlerin % 89,5'inin evet cevabı vermesinin asıl nedeninin de buradan kaynaklanması muhtemeldir. Öğretmenler kendilerini medya okuryazarlığı alanında yeterli hissetmedikleri için eğitim gereksinimi duymaktadır. Bu konuda Milli Eğitim Bakanlığına da büyük iş düşmektedir. Medya okuryazarlığı konusunda öğretmenlerin eğitim ihtiyacının karşılanması gerekmektedir. Yapılan birçok araştırma sonucu da araştırmamıza paralel olarak öğretmenlerin kendilerini yetersiz gördükleri sonucuna ulaşılmıştır (Semiz, 2013; Aksu-Bektaş ve Alver, 2020; Tan, 2015; Yıldırım, 2017; Keleş, 2009; Şahin, 2012). Elitok-Kesici ve Kızılkaya'nın (2016) ve Işkın'ın (2015) yaptığı araştırma sonuçlarında öğretmenlerin kendilerini yeterli gördüğü sonucuna ulaşılmıştır.

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin "Medya okuryazarlığı ders kitabının içeriği ve konuların yeterli bir kapsama sahip olduğunu düşünüyorum." ifadesine % 6,2'si kesinlikle katıldığını % 33,1'i katıldığını, % 34,7'si kararsız olduğunu, % 22'si katılmadığını, % 4'ü ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların % 40'a yakın bir kısmının medya okuryazarlığı ders kitabının içeriği ve konuların yeterli bir kapsama sahip olmadığı görüşünü savunmaktadır. Katılımcıların % 34,7'si ise kararsız kalmış olması düşündürücüdür. Bu konuda 15 öğretmen ile yapılan görüşmelerde 13 öğretmen ders kitaplarının yetersiz oluşundan yakınmıştır. Yapılan araştırmalar göstermektedir ki ders kitaplarının içeriklerinin ve konularının yeterli olmadığı sonuçlarına ulaşılmıştır (Elitok-Kesici ve Kızılkaya, 2016; Semiz, 2013; Bütün, 2010; Şeylan, 2008).

Ankete katılan ortaokul öğretmenlerinin "Medya Okuryazarlığı konusunda ebeveynlerin görev ve sorumluluklarını tam olarak yerine getirmediğini düşünüyorum." ifadesine % 0,5'i kesinlikle katıldığını % 1,1'i katıldığını, % 2,7'si kararsız olduğunu, % 15,9'u katılmadığını, % 79,8'i ise kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcıların büyük bir kısmı medya okuryazarlığı konusunda ebeveynlerin görev ve sorumluluklarını tam olarak yerine getirdiği görüşüne katıldıklarını göstermektedir. Yapılan görüşme formlarında öğretmenler velilerin ilgisiz ve bilgisizliğinden yakınmışlardır. Bütün (2010) yapmış olduğu araştırmasında medya okuryazarlığı konusunda öğrenci ebeveynlerinin görev ve sorumluluklarını tam olarak yerine getirmediikleri sonucuna varmıştır. Alanyazın incelendiğinde velilerin görev ve sorumluluklarını tam olarak yerine getirdiğine dair bir araştırma sonucuna rastlanmamıştır. Araştırma sonucumuzda velilerin görev ve sorumluluklarının tam olarak yerine getirildiği sonucu birçok araştırma sonucu ile çelişmektedir. Yapılan birçok araştırmada velilerin ilgisizliğinden şikayet edildiği ve sorumluluklarını tam olarak yerine getirmediikleri mutlaka bilinçlendirilmeleri gerektiği sonucuna ulaşılmıştır (Kartal, 2007; Keleş, 2009; Şeylan, 2008; Tan, 2015).

Medya okuryazarlığı dersinin amaçlarına ilişkin öğretmen görüşlerini nitel araştırma bulguları açısından değerlendirdiğimizde elde edilen sonuçlar ise şu şekilde karşımıza çıkmaktadır.

Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine katılım ve ilgi düzeyleri nasıldır? Sorusuna verilen cevaplar ve elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde medya okuryazarlığı dersinde öğrencilerin merakını celbeden güncel konuların bulunması, sosyal medya kullanımının gün geçtikçe artması ve teknoloji ile içi içe olan yapısı nedeniyle ders içeriği uygun bir şekilde yeniden yapılandırılması durumunda öğrenciler tarafından daha ilgiyle takip edileceği görünmektedir. Öğretmenler ile yapılan görüşmelerden çıkan ortak sonuçlar arasında modern teknolojik gelişmelerin artması, öğrencilerin gündelik hayatları ile ilgili olması, öğrencilerin internet ve sosyal medya merakları dolayısıyla derslere ilgiyle katılım sağlamaktadırlar. Verilenler ışığında ders katılımları genel olarak yüksek olmasına rağmen ders konularından kaynaklı ve müfredat içeriğine bağlı olarak ortaya çıkan ilgisizlikten de yakınmalar olmuştur. Öğretmenler dersi çekici hale getirmek için kendileri çeşitli etkinlikler düzenlemektedir.

Medya okuryazarlığı dersinin öğrencilerin medya araçlarını kullanma sürelerine olumlu bir etki yapıp yapmadığı sorusuna elde edilen bulgular değerlendirildiğinde öğrenciler medya okuryazarlığı dersinde öğrendikleri bilgilerden yola çıkarak daha bilinçli bir şekilde hareket edebilmekte ve kullanmış olduğu medya araçlarını amacına uygun, süre açısından makul bir şekilde kullanma eğilimlerinin arttığını ortaya koymuştur. Bazı öğretmen görüşlerinde medya içeriklerinin cazibesine kapılan öğrencilerin medya araçları başında süreye dikkat etmeden aşırı zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir. Öğrencilerin küçük yaştan itibaren bilinç düzeyleri arttıkça medya araçları başında geçirdikleri sürelerde ona göre değişiklik göstermektedir. Bilinç düzeyi artan öğrencilerde medya araçları başında geçirilen süreler az ve verimli iken, bilinç düzeyi geri olan öğrencilerde bu süre fazla ve verimsiz seyretmektedir. Medya okuryazarlığı dersi veren ortaokul öğretmenlerin verdikleri cevaplarda bu düşüncüyü destekler niteliktedir.

Medya araçları kullanım süresi ile ilgili en geniş kapsamlı çalışmalardan biri de Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun medya okuryazarlığı kapsamında, 2014-2015 eğitim öğretim yılı içerisinde, 26 ilde, 37 ortaokulda, sekizinci sınıfta bulunan, medya okuryazarlığı dersini alan, yaşları 13-16 yaş aralığında olan 1273 öğrenci üzerinde bir çalışma yürütmüştür. Hafta içi ortalama televizyon izleme süreleri 3 saat 34 dakika, hafta sonu ortalama televizyon izleme süreleri 3 saat 59 dakika, hafta içi cep telefonu kullanma süreleri 4 saat 21 dakika, hafta sonu cep telefonu kullanma süreleri 4 saat 56 dakika, hafta içi internet kullanma süreleri 3 saat 43 dakika, hafta sonu internet kullanma süreleri 4 saat 14 dakika olarak tespit edilmiştir (RTÜK, 2016). Bu bağlamda RTÜK'ün yaptığı kapsamlı araştırmada öğrencilerin medya araçlarını kullanma ve bu araçlar karşısında geçirdiği sürenin fazla olduğunu bize göstermektedir.

Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) çocukların yeni medya kullanım alışkanlıkları ve siber zorbalık 2018 araştırması, 2017-2018 eğitim öğretim yılında 26 ilde 98 ortaokul içerisinde 3029 beşinci, altıncı, yedinci ve sekizinci sınıf öğrencilerinin katılımıyla bir araştırma gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonuçlarına göre, öğrencilerin % 84'ü interneti, % 66'sı cep telefonunu, % 44'ü masaüstü bilgisayarı/dizüstü bilgisayarı, % 31'i televizyonu, % 30'u tabletin önemli olduğu belirtmişlerdir. Günlük ortalama televizyon izleme sürelerinin hafta içi 1 saat 23 dakika, hafta sonu ise 1 saat 47 dakika olduğu, internet kullanım sıklıklarının % 48,6'sının her gün, % 17,8'inin neredeyse haftanın her günü, % 23,8'inin haftada birkaç gün ve %4,9'unun ayda birkaç gün olduğu, günlük ortalama internet kullanım sürelerinin hafta içi 2 saat 2 dakika, hafta sonu ise 2 saat 41 dakika olduğu, günde ortalama 1 saat 26 dakika cep telefonu kullanmakta olduğu, günde ortalama 1 saat 16 dakika dijital ortamda oyun oynadıkları tespit edilmiştir (RTÜK, 2018).

Cangin (2014) Ankara Keçiören ilçesi Cemal Gürsel İlköğretim okulunda medya okuryazarlığı dersini almış 119 8. sınıf öğrencisi üzerinde yapmış olduğu araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin % 41,5'i günde 4-6 saat arası, % 40,7'si ise günde 2-4 saat arası televizyon izlemektedir. Yukarıda verilen RTÜK araştırmaları, Cangin'in yapmış olduğu araştırma sonuçları araştırmamızdan elde ettiğimiz bazı öğretmen görüşleri ile paralellik gösterdiği görülmüştür.

Medya okuryazarlığı dersinin öğrencilerin televizyon programı seçiciliğine bir katkısının olup olmadığı sorusuna yönelik ortaokul öğretmenlerinin görüşleri değerlendirildiğinde şu sonuçlar elde edilmiştir. Öğretmenler medya okuryazarlığı dersinin öğrencilerin televizyon programları hakkında bilinçlenmesini, eleştirel düşüncelerin gelişmesini, gerçek dünya ve sanal dünya arasındaki farkı kavramalarını, zararlı yararlı içerikleri ayırt etmelerini, kendisine uygun programı seçebilme, programların kalitesi hakkında bilgi edinme ve televizyon başında geçirdikleri zaman süresini ayarlama konusunda katkı sağladığını ifade etmişlerdir. Görüşmelerden çıkan başka bir sonuç ta evin durumundan dolayı öğrencilerin velilerin izlemiş olduğu programları izlemek zorunda bırakılmasıdır. Bazı ailenin maddi durumunun bozuk olması, çocukların kendilerine ait odalarının bulunmaması nedeniyle çocuklarımız aileleri ile aynı odada vakit geçirmekte bu nedenle hem televizyon izleme süreleri artmakta hem de velinin izlediği programlara mecbur edilmektedir. Bu konuda velilerin eğitimi de büyük önem kazanmaktadır. Öğretmenlerin gözlemlerine göre öğrenciler genel olarak aile durumlarının el vermesi durumunda medya okuryazarlığı dersinde öğrendikleri bilgileri uygulama eğilimi içerisinde dir.

İlhan, (2014) Ankara ilinde beş ilköğretim okulunda medya okuryazarlığı dersini almış 258 sekizinci sınıf öğrencisi üzerinde yaptığı araştırmada medya okuryazarlığı dersinin verilmesi öğrencilerde televizyon izleme süresi ve program seçiminde farkındalık yaratılması yönünde olumlu sonuçlar oluşturmaktadır. Naza (2014) Muğla ilinde medya okuryazarlığı dersini almış

205 ortaokul öğrencisi üzerinde yaptığı araştırmasında öğrencilerin % 47,8'i medya okuryazarlığı dersinin öğrencileri iyi bir medya okuryazarı yaptığını, % 55,6'sı televizyon izleme alışkanlığını olumlu yönde etkilediğini, % 60,4'ü televizyon programlarında olumlu anlamda seçiciliğe etki ettiğini belirtmişlerdir. İlhan ve Naza'nın yapmış olduğu araştırma sonuçları bizim araştırma sonuçlarımız ile paralellik göstermektedir.

Medya okuryazarlığı dersinin öğrencilerin eleştirel becerilerinin gelişimine bir katkı sunup sunmadığı sorusuna yönelik ortaokul öğretmenlerinin görüşleri değerlendirildiğinde şu sonuçlar elde edilmiştir.

Öğretmenler ile yapılan görüşme sonuçlarına göre öğrencilerin medya okuryazarlığı dersinde öğrendikleri bilgiler sayesinde televizyon, internet gibi medya araçları ile sunulan içeriklere karşı değerlendirici bir tutum içerisine girdikleri söylenebilir. Öğrencilerin özellikle reklamlar, magazin programları, haber programları gibi içeriklere daha fazla eleştirel tutum sergiledikleri görülmüştür. Öğrencilerin medya içeriklerini doğruluk, güvenilirlik, insana verilen değer, ahlak ve din açısından değerlendirmeye tabi tuttıkları söylenebilir. Yıldırım Ankaralıgil (2009) İstanbul ilinde 2007-2008 eğitim öğretim yılında sekiz ilköğretim okulundan 725 6. ve 7. sınıf öğrencileri üzerinde yapmış olduğu yüksek lisans tez çalışmasında medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin medya okuryazarlığı dersini almayan öğrencilere göre eleştirel düşünme yeteneklerinin çok daha iyi olduğu ve eleştirel düşünme becerisi yüksek olan öğrencilerin eleştirel becerisi düşük olan öğrencilere göre daha az televizyon izleyip daha az bilgisayar kullandıkları ve böylece medyanın zararlı içeriklerine daha az maruz kaldıkları tespit edilmiştir.

Görmez (2014b) 2012-2013 eğitim öğretim yılında Van ilinde 8. sınıf öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmada medya okuryazarlığı dersini alan on öğrenci ile medya okuryazarlığı dersini almayan on öğrenci çeşitli özellikler açısından karşılaştırılmıştır. Araştırma sonucunda medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin medya okuryazarlığı dersini almayan öğrenciler göre medya içeriklerine daha duyarlı ve medya içeriklerini daha iyi analiz v edip değerlendirebildikleri görülmüştür. Sadriu (2009) İstanbul ilinde medya okuryazarlığı dersini almış 60 öğrenci üzerinde yaptığı araştırma sonuçlarına göre medya okuryazarlığı dersinin eleştirel becerileri geliştirip geliştirmediği ile ilgili sorulan soruya öğrencilerin % 41,67'si tamamen katılıyorum, % 30'u ise katılıyorum cevabını vermiştir. Medya araçları kullanım süresi ile ilgili Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun 2014-2015 eğitim öğretim yılı içerisinde, 26 ilde, 37 ortaokulda, sekizinci sınıfta bulunan, medya okuryazarlığı dersini alan, yaşları 13-16 yaş aralığında olan 1273 öğrenci üzerinde bir araştırma yürütmüştür. Araştırmada öğrencilere medya okuryazarlığı dersi medya araçlarını (TV, radyo, gazete, internet) eleştirel bir gözle incelememi sağladı sorusuna öğrencilerin %60,7'si bu yargıya katıldığını; %22,2'si ise katılmadığını belirtmiştir (RTÜK, 2016).

İlhan, (2014) Ankara ilinde beş ilköğretim okulunda medya okuryazarlığı dersini almış 258 sekizinci sınıf öğrencisi üzerinde yaptığı araştırmada medya okuryazarlığı dersinin medyayı sorgulamayı ve medya içeriklerine karşı eleştirel bakış açısı kazandırdığı yönündeki sorusuna öğrencilerin 136'sı (% 52,7) "tamamen katılıyorum", 64'ü (% 24,8) "kısmen katılıyorum", 36'sı (% 14) "kararsızım", 12'si (% 4,7) "tamamen katılmıyorum" ve 10'u (% 3,9) "kısmen katılmıyorum" görüşünü belirtmiştir. Araştırma sonuçlarına göre öğrenciler medyada yer alan haberlerin sorgulanması gerektiğini, eleştirel bir birey olmalarında medya okuryazarlığı dersinin önemli olduğunu, medya okuryazarlığı dersinin medyayı sorgulamalarında katkı sağladığını ve medya okuryazarlığı dersinin eleştirel bakış açısı kazanmalarına destek olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır. Sivritepe (2014) Konya ilinde 513 7. ve 8. sınıflar üzerinde yaptığı araştırmasında medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin bu dersi almayan öğrencilere göre medya içeriklerine karşı daha fazla eleştirel davranışlar sergiledikleri sonucuna varmıştır. Yapılan araştırmalar gösteriyor ki öğrenciler medya okuryazarlığı dersi aldıklarında hayata ve medyaya karşı daha fazla sorgulayıcı bakabilmektedir. Aksu-Bektaş ve Alver (2020) 2017-2018 eğitim öğretim yılında Giresun ilinde bulunan beş ortaokulda 153'ü medya okuryazarlığı dersi almış sekizinci sınıf öğrencisi ve 103'ü ise medya okuryazarlığı almamış yedinci sınıf öğrencisi üzerinde yapmış oldukları araştırma sonuçlarına göre medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin bu ders sayesinde eleştirel ve seçici davranan daha iyi bir medya okuryazar olduklarını belirtmişlerdir.

Medya okuryazarlığı dersinin öğrencilerin internet kullanımının alışkanlıklarına bir etkisi olup olmadığına yönelik ortaokul öğretmenlerinin görüşleri şu şekilde oluşturu.

Elde edilen bulguların öğretmen görüşleri açısından değerlendirdiğimizde medya okuryazarlığı dersi alan öğrencilerin interneti daha bilinçli bir şekilde kullanma eğiliminde olduğu, internet ortamlarındaki seçiciliklerinin arttığı, interneti kullanırken daha az ama verimli kullanmaya çalıştıkları ve internet ortamındaki tehlikelerden haberdar oldukları ve ona göre önlem alabildiklerini göstermektedir. Görüşmeler de bazı öğretmenler öğrencilerin derste öğrendikleri bilgileri dikkate almayarak internet kullanım sürelerine uymadıklarını, interneti sadece eğlenmek amacıyla kullandıklarını ve internette gelebilecek tehlikeleri göze almadan davranabildiklerini ortaya koymuştur. Özellikle öğrenciler arasında sosyal medya kullanımının artması öğrencilerin bu alanda kendilerini daha fazla geliştirme ihtiyacı hissettiklerini ve sosyal medyadan gelebilecek olumsuz durumları daha fazla önemsediklerini ortaya koymuştur.

Medya okuryazarlığı dersinin öğrencilerin medya ürünü oluşturma yeterliklerine katkısının olup olmadığına yönelik soruya karşın öğretmenleri ile yapılan görüşme sonuçlarına göre öğrenciler medya ürünlerini oluşturmaktan daha çok medya ürünlerini tüketmeye yönelik olarak kullanımlar gerçekleştirmektedir. Öğrenciler içerisinde çok azı medya ürünü oluşturma konusunda ilerlemeler kaydetmiştir. Öğrencilerin amatör bir şekilde de olsa medya ortamlarında

özellikle de sosyal medya içerisinde çeşitli paylaşımlar yaptıkları, çeşitli forumlarda eleştiri ve yorum yazdıkları, resim ve video üzerinde çeşitli işlemler gerçekleştirdikleri, dersleri ile ilgili ödev ve etkinlikler ile ilgili çalışmalar yaptıkları sonuçlarına ulaşılmıştır. Naza (2014) Muğla ilinde medya okuryazarlığı dersini almış 205 ortaokul öğrencisi üzerinde yaptığı araştırmasında öğrencilerin % 47,8'i medya okuryazarlığı dersinin öğrencileri iyi bir medya okuryazarı yaptığı ve medyayı anlamanın yanında etkin medya içeriği oluşturmada katkı sağladığı belirtilmiştir.

Medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin medya araçlarının olumsuz etkilerinden korunma düzeylerine yönelik öğretmenler öğrencilerin medya okuryazarlığı dersinden öğrendikleri bilgilerden hareketle medya içeriklerini daha iyi bir şekilde değerlendirebildikleri bunun sonucunda da medya içeriklerinin olumsuz etkilerinden çok fazla etkilenmedikleri ifade etmişlerdir. Araştırma sonucuna göre eleştirel tutum kadar önemli olan başka bir konu da öğrencilerin başlarına gelen olumsuz bir durumda nerelere başvurmaları ve ne şekilde davranmaları gerektiğinin bilincinde olmalarıdır. Araştırma sonuçlarına göre bazı öğrencilerin medya okuryazarlığı dersinde öğrendikleri konusunda bilinçsiz hareket ettikleri ve medya içeriklerinden gelebilecek tehditleri göz ardı ettikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Karahisar (2014) İstanbul ili Güngören ilçesinde 8. sınıf 150 öğrenci üzerinde yaptığı çalışmasında öğrencilerin % 56'sının internet kullandığını, % 46,7'sinin internet kullanırken cinsellik unsuru taşıyan görsel ve videolarla karşılaştıklarını, % 46,7'sinin internet kullanırken şiddet içeren yazı, görsel ve videolarla karşılaştıklarını, % 18,7'sinin internette hiç tanımadıkları kişilerle sohbet ettiklerini ifade etmiştir. Ayrıca araştırmada % 34'lük kesimin ebeveynlerinin internette girilen sayfaları denetlemediğini, % 28'inin sosyal paylaşım sitelerindeki bilgilerinin herkese açık olduğunu, % 22,7'sinin tanımadıkları kişileri arkadaş olarak kabul ettiklerini, ailelerin % 43,3'ünün çocuklarının internet kullanımına herhangi bir kısıtlama getirmediğini tespit etmiştir. Buradan hareketle çocukların bir kısmının yeteri kadar denetlenmediği bu nedenle medyanın olumsuz etkilerine maruz bırakıldığı sonucu çıkmaktadır. Naza (2014) Muğla ilinde medya okuryazarlığı dersini almış 205 ortaokul öğrencisi üzerinde yaptığı araştırmasında öğrencilerin % 47,8'i medya okuryazarlığı dersinin öğrencileri iyi bir medya okuryazarı yaptığını, % 55,6'sı televizyon izleme alışkanlığını olumlu yönde etkilediğini, % 60,4'ü televizyon programlarında olumlu anlamda seçiciliğe etki ettiğini, % 49,8'i ise tüketim alışkanlıklarını olumlu yönde etkilediğini söylemiştir.

Medya okuryazarlığı dersinin öğretiminde karşılaşılan sorunlara ilişkin nitel araştırma bulguları açısından öğretmen görüşleri değerlendirdiğimizde elde edilen sonuçlar ise şu şekilde karşımıza çıkmıştır. Medya okuryazarlığı ders materyalinin uygulanmasındaki güçlükler nelerdir? Sorusuna verilen cevaplar ve elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde öğretmenlerin materyallerin kullanımı ve uygulaması ile ilgili aşağıdaki sorunlardan şikâyetçi oldukları sonuçlarına ulaşılmıştır.

- Yeterli miktarda ders kitabının olmaması,
- Ders kitaplarının öğrenci seviyesinden uzak olması,
- Ders kitaplarının aşırı ayrıntı içermesi,
- Ders kitaplarının bazı dönemler hiç verilmemesi,
- Ders kitaplarının okullara eğitim öğretim yılının başlamasından çok sonra verilmesi,
- Ders kitaplarının içeriğinin yetersiz ve düzensiz oluşu,
- Ders kitaplarında etkinliklerin yetersiz olması,
- Ders kitaplarının örnek olaylara yer vermemesi,
- Okullarda araç gereç yetersizlikleri,
- Okullarda teknolojik altyapı yetersizlikleri,
- Ders kitaplarının içeriğinde konularla ilgili yeterli örnekler sunulmaması,
- Ders kitaplarında bazı konuların basit islenmesi,
- Çalışma kitabının olmaması.

Öğretmenlerin bu kadar fazla şikâyet sıralamış olmaları dikkate alınması gereken bir durumdur. Çünkü dersi veren birinci dereceden sorumlu kişiler öğretmenlerdir. Bu nedenle ders materyalinin içeriği ve uygulanması öğretmenler açısından çok önemli hale gelmektedir. Öğretmenler elindeki materyal içeriğinin en iyisi olmasını her zaman ister. Bu sürece katkıları yadsınamaz. Elitok-Kesici ve Kızılkaya (2016) Aydın ilinde 10 sosyal bilgiler öğretmeni ile yapmış oldukları araştırma sonuçlarına göre medya okuryazarlığı kitabının konularının bazılarının ağır bazılarının ise basit anlatıldığını, öğrenci seviyesine dikkat edilmeden hazırlandığını, medya okuryazarlığı derslerinde araç gerecin yeterli olmadığı, ders kitaplarının kısmen yeterli olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Keleş (2009) Bolu ilinde 8 öğretmen ile yaptığı yüksek lisans tez çalışmasında öğretmenleri medya okuryazarlığı dersi için mutlaka çalışma kitabının hazırlanması gerektiği vurgulanmıştır. Semiz (2013) Rize ilinde yürüttüğü yüksek lisans tez çalışmasında öğretmenlerin karşılaştığı sorunlar arasında medya okuryazarlığı çalışma kitabının olmaması nedeniyle etkinlik bulmakta zorlandıklarını tespit etmiştir.

Medya araçları kullanım süresi ile ilgili Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun 2014-2015 eğitim öğretim yılı içerisinde, 26 ilde, 37 ortaokulda, sekizinci sınıfta bulunan, medya okuryazarlığı dersini alan, yaşları 13-16 yaş aralığında olan 1273 öğrenci üzerinde yapılan araştırmada öğrencilere medya okuryazarlığı ders kitabının yeterli olup olmadığı yönünde sorulan soruya öğrencilerin sorusuna %52,5'i ders kitabının yeterli olduğunu belirtmiştir. Araştırmada öğrencilerin yaklaşık % 44'ü ders kitabının içeriğinin daha çok geliştirilmesi gerekliliğini söylemiştir(RTÜK, 2016). Yukarıda sıralanan bu araştırmalar (RTÜK, 2016; Semiz, 2013; Keleş, 2009; Elitok-Kesici ve Kızılkaya, 2016) bizim çalışmamızı destekler nitelikte sonuçlar ortaya çıkarmıştır.

Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olması konusunda öğretmen görüşlerini değerlendirdiğimizde medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olup olmaması yönünde bir takım tartışmalar mevcut olmasına rağmen dersi veren öğretmenlerin yüksek bir kısmının zorunlu ders statüsünde olması gerektiği yönünde görüş belirtmişlerdir. Alaycı bir bakış açısı ile söylenecek olursa “gencin medyada olumsuz içeriğe maruz kalması koşullar gereği zorunlu ise, ders de zorunlu olmalı; koşulların dışına çıkıp kendisi medya kullanma/kullanmama kararını veriyorsa seçmeli olmalıdır.” şeklinde ifade edilebilir (Bilici, 2020, s. 288). Göç-Edin (2019) “Avrupa mevzuatı ile karşılaştırmalı olarak Türkiye’de medya okuryazarlığı ve karşılaşılan sorunlar” adlı yüksek lisans tez çalışmasında gelişmiş devletlerin çoğunda medya okuryazarlığı dersinin dil dersleri içerisinde zorunlu olarak yer aldığını tespit etmiştir.

Medya okuryazarlığı dersi konusunda atılması gereken en önemli adımlardan biri dersi seçmeli olması sorunudur. Mevcut şartlarda ders saatlerinden şikayetçi olan branş öğretmenlerin varlığı ve eğitimcilerin mevcut ders saatlerinin fazla olduğuna dair görüşleri medya okuryazarlığı dersinin zorunlu olmasının da önüne geçmektedir. Daha uzun bir zaman da zorunlu olması kolay görünmemektedir. Görgülü-Aydoğdu (2015) 2013-2014 eğitim öğretim yılında Ankara’nın 7 ilçesinde 702 öğrenci, 12 öğretmen ve 16 yetişkin ile yaptığı araştırmasında medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olması nedeniyle öğrencilerin ve öğretmenlerin bu dersi önemsemedikleri, medya okuryazarlığı dersinin gerekli bir ders olduğu, medya okuryazarlığı dersinin seçmeli derslerden çıkarılıp zorunlu dersler kapsamına alınması gerektiği sonuçlarına ulaşmıştır. Aydoğdu (2014) Kayseri ilinde 963 ortaokul öğrencisi ile yaptığı araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin % 55,9’unun medya okuryazarlığı dersinin gelişen teknolojiyle beraber medyayı anlamaya destek olduğu ve eleştirel becerileri geliştirdiği gibi nedenlerle zorunlu olması gerektiği sonucuna ulaşmıştır. Naza (2014) Muğla ilinde medya okuryazarlığı dersini almış 205 ortaokul öğrencisi üzerinde yaptığı araştırmasında öğrencilerin % 43’ü medya okuryazarlığı dersinin zorunlu olması gerektiğini söylemiştir.

Öğretmenler ile yapılan görüşmeler sonrası on beş öğretmenin on dördü dersi zorunlu olması gerektiğini vurgulamışlardır. Bir öğretmen ise görüş belirtmemiştir. Özellikle medya kullanımının gün geçtikçe artması ve günümüzün teknoloji çağına evrilmesi nedeniyle medya okuryazarlığı dersinin öneminin arttığı ve mutlak suretle seçmeli ders statüsünden çıkarılıp zorunlu dersler arasına alınması gerektiği bütün öğretmenlerin ortak iradesidir.

Yukarıda verdiğimiz araştırma sonuçları (Görgülü-Aydoğdu, 2015; Aydoğdu, 2014; Naza, 2014) ve daha birçok araştırma verileri (Keleş, 2009; Bütün, 2010; Bütün ve Kesten, 2014; Semiz, 2013; Keleş, 2013; Görgülü-Aydoğdu, 2017) bizim araştırmadan çıkan sonuçlar ile uyumludur. Öğretmenlere göre medya okuryazarlığı dersinin günümüz şartlarında seçmeli dersler içerisinde çıkarılarak zorunlu dersler kapsamına alınması oldukça önemlidir.

Medya okuryazarlığı dersinde kullanılan yöntem ve tekniklere ilişkin öğretmen görüşlerini değerlendirdiğimizde öğretmenler ile yapılan görüşme sonuçlarına göre öğretmenlerin medya okuryazarlığı dersinde kullandıkları yöntem ve tekniklere ilişkin bilgiler aşağıda sıralanmıştır:

- Öğretmenler öğrencilerin ödevlendirilerek hazırlıklı gelmeleri konusunda önem verdiklerini belirtmişlerdir.
- Öğrencilerden medya içeriklerini araştırmaları ve örnek materyal getirmeleri istendiği belirtilmiştir.
- Öğretmenlerin en sık kullandıkları yöntem ve teknikler olarak anlatım, drama, soru cevap, beyin fırtınası, benzetim, tartışma, örnek olay ve grup çalışması yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır.
- Öğretmenlerin öğrenci katılımını sağlamak adına bazen video, akıllı tahta içerikleri, slâytlar ve bilgisayar destekli oyunlar kullandıklarını belirtmişlerdir.
- Öğretmenler ders dışı etkinlik olarak ödevlendirmeleri çok sık kullanmaktadırlar. Ödevlendirmelerin araştırma ağırlıklı bazen de materyal hazırlama etkinlikleri şeklinde verildiği tespit edilmiştir.
- Teknolojik altyapısı yeterli olan okullarda derslerin bazılarını bilgisayar sınıflarında işlediklerini belirtmişlerdir.
- Bazı öğretmenler okul içerisinde medya okuryazarlığı panolarının oluşturulduğunu belirtmişlerdir. Bu panoyu her hafta işledikleri konulara göre yenilediklerini beyan etmişlerdir.
- Bilgisayar ya da akıllı tahta olan okullarda ders sonrası çeşitli tipte (eşleştirme, çoktan seçmeli, doğru yanlış, boşluk doldurma, klasik) sorular ve etkinlikler yapıldığını belirtmişlerdir.

Tan (2015) medya okuryazarlığı eğitimi alanında Antalya ilinde 25 öğrenci, 10 veli ve 10 öğretmen üzerinde yaptığı doktora çalışmasında öğretmenlerin medya okuryazarlığı derslerinde en çok kullandığı yöntemlerin sırasıyla anlatım, tartışma ve araştırma ödevleri olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca medya okuryazarlığı derslerinde en çok kullanılması gereken yöntemlerin metin çözümlemesi, içerik çözümlemesi, bağlamsal çözümleme, benzetim, medya ürünleri arasında çeviri, örnek olay incelemesi ve medya içerik üretimi olması gerektiğini belirtmiştir. Elitok-Kesici ve Kızılkaya'nın (2016) yaptıkları araştırma sonuçlarına göre öğretmenlerin medya okuryazarlığı dersinde en çok kullandığı yöntemler olarak tartışma, örnek olay, somut deliller, düzanlatım ve soru-cevap olarak belirtmişlerdir.

Araştırmamıza göre öğretmenlerin verdiği bilgilerden yola çıkarak medya okuryazarlığı dersini etkili işlemeye çalıştıkları sonucu çıkmaktadır. Önceki araştırma sonuçları ile de tutarlı olarak öğretmenlerin anlatım, tartışma ve ödev yöntemlerini sıklıkla kullandıkları anlaşılmaktadır. Öğretmenlerin okullarının altyapısının durumuna göre derslerini teknoloji

destekli işlemeye çalışıldığı ancak okullar arasında teknoloji anlamında dengesizliklerin olduğu söylenebilir. Öğretmenlerin genç ve dinamik olması aynı zamanda dersin etkili işlenmesinde ve etkinlik üretilmesi anlamında olumlu olduğu görülmektedir. Tan'ın (2015) ve Elitok-Kesici ve Kızılkaya'nın (2016) yaptıkları araştırma sonuçları bizim araştırmamızdan elde ettiğimiz sonuçlar ile paraleldir.

Naza (2014) Muğla ilinde medya okuryazarlığı dersini almış 205 ortaokul öğrencisi üzerinde yaptığı araştırmasında öğrencilerin % 57'si medya okuryazarlığı dersi içerisinde kullanılan yöntem ve teknikleri yeterli bulmaktadır. Koç (2016) doktora tez çalışmasında medya okuryazarlığı için derslerde kullanılabilecek en iyi yöntem ve teknikler arasında işbirlikçi öğrenme, araştırma ödevleri, örnek olay, simülasyon(benzetim), oyun temelli öğretim ve değerler eğitimi gibi yöntemlerin olduğunu belirtmiştir. Görmez (2014a) 20 kişilik sekizinci sınıf öğrencileri ile yaptığı "ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri" adlı doktora tez çalışmasında medya okuryazarlığı dersi için kullanılabilecek yöntem ve tekniklerin benzetim, örnek olay incelemesi, içerik analizi, metin analizi, üretim aktiviteleri ve uygulama aktiviteleri olduğu belirtmiştir.

Bilici (2011) "Türkiye'de ortaöğretimde medya okuryazarlığı dersi için bir model önerisi" adlı doktora çalışmasında medya okuryazarlığı dersleri için işbirlikçi öğrenme, araştırma, değer eğitimi, rol, benzetim, örnek olay, oyun temelli öğretim, teknoloji destekli öğretim, soru cevap, izleme-okuma-değerlendirme-tartışma, üretim aktiviteleri, çevrimiçi yaratıcı çalışmalar, karşılaştırma, medya mesajları çözümleme ve okul dışı eğitim(dijital öğrenme, akran öğretimi) gibi yöntem ve teknikler önermiştir.

Medya okuryazarlığı dersinin öğretimi sırasında karşılaşılan sorunlara yönelik öğretmen görüşlerini değerlendirdiğimizde öğretmenler medya okuryazarlığı dersinin öğretimi sırasında karşılaşılan sorunları şu şekilde sıralamışlardır:

- Bazı ders konularının öğrenci düzeyinin altında kalması.
- Bazı ders konularının öğrenci düzeyinin üstünde olması.
- Medya okuryazarlığı ders kitabının temin edilememesi.
- Medya okuryazarlığı ders kitabının pdf içerik olarak sunulması.
- Medya okuryazarlığı ders kitabının yeterince etkinlik barındırmaması.
- Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olması nedeniyle bazı öğrencilerce ciddiye alınmaması.
- Okullarda altyapı yetersizliği(internet ve akıllı tahta olmaması, medya sınıfı bulunmaması, araç gereç temininde güçlük) nedeniyle derslerde kalıcı öğrenme ortamı oluşturmada zorluk yaşanması.
- Medya okuryazarlığı ders kitabının özensiz ve yetersiz hazırlanması.

- Velilerin ilgisizliği ve seçmeli dersleri önemsememesi nedeniyle veli desteğinin yeteri kadar alınamaması.
- Yardımcı kaynak eksikliği.
- Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersini ve günümüz medya araçlarının önemini kavrayamaması.
- Okullara yeterli miktarda maddi destek sağlanamamasından dolayı medya okuryazarlığı eğitim materyallerinin temin edilememesi.
- Medya okuryazarlığı dersinin uygulanabilmesi için yeterli alanların bulunmaması.
- Kalabalık sınıflar nedeniyle etkinliklerin yeteri kadar yapılamaması.
- Medya okuryazarlığı ders kitabının içeriğinde konular ile ilgili yeterli örnekler ve örnek olayların bulunmaması.
- Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersi ile ilgili doğru olarak bildikleri yanlışların öğrenmeleri zorlaştırması.
- Medya okuryazarlığı ders kitabında ayrıntılara fazlaca yer verilmesi.

Araştırmamızın bu bölümünde medya okuryazarlığı dersi ile ilgili oldukça fazla sorun sıralandığı görülmüştür. Dersi veren öğretmenlerin öncelikle dersin seçmeli olması, ders için başta kitap temini olmak üzere araç gereç eksikliği, altyapı yetersizlikleri ve öğretim programından kaynaklı sıkıntıların ön plana çıktığı görülmüştür. Yapılan birçok araştırmada elde ettiğimiz sonuçlar ile paralel sonuçlara ulaşılmıştır. (Göç-Edin 2019; Kutlu, 2018; Işkın, 2015; Naza, 2014; Sivritepe, 2014; Semiz, 2013; Şahin, 2012; Koçak, 2011; Bütün, 2010; Elma ve diğerleri, 2009a; Elma ve diğerleri, 2009b, Çetinkaya, 2008; Şeylan, 2008; Tan, 2015; Elitok-Kesici ve Kızılkaya, 2016).

Medya okuryazarlığı dersinde yapılan ölçme ve değerlendirmenin özellikleri hakkında öğretmen görüşlerini değerlendirdiğimizde öğretmenlerin ölçme ve değerlendirme yaparken pek fazla şikâyet etmediği sonucuna ulaşılmıştır. Öğretmenlerin ölçme ve değerlendirme yaparken karşılaştıkları sorunlar aşağıda sıralanmıştır:

- Medya okuryazarlığı dersi için nitelikli soru bulmak.
- Okulların alt yapısı yeterli olmadığı için bazı etkinliklerin(proje ve ödevler) yapılamaması.
- Ders kitaplarının temin edilememesi nedeniyle bazı ödevlerin verilememesi.
- Kalabalık sınıflar nedeniyle kopya olayının görülebilmesi.
- Öğrencilerin evdeki teknolojik ve ekonomik durumlarından dolayı bazı ödevleri yapamamaları.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre öğretmenlerin en çok kullandığı değerlendirme çeşitlerinin sınıf içi değerlendirme, soru cevap, çoktan seçmeli test ve ödevler olduğu sonucu

çıkmiştir. Öğretmenlerin yazılı sınavlara yönelik olarak öğrenci seviyelerini dikkate aldıkları ve ona göre ölçme yöntemini seçtikleri belirlenmiştir. Öğrencilerin özellikle liseye geçiş sınavlarına hazırlık ve tecrübe kazanmaları amacıyla en çok çoktan seçmeli testlere yöneldiklerini belirtmişlerdir. Bunların yanında doğru yanlış, yorumlama, eşleştirme, boşluk doldurma gibi soruların sorulduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öğretmenlerin bunların yanında proje ve diğer ödevlendirme yöntemleriyle de değerlendirmeler yaptıklarını belirtilmiştir. Bazı öğretmenler grup çalışması yaparak değerlendirme yaptıklarını belirtmişlerdir.

Elitok-Kesici ve Kızılkaya, (2016) Aydın ilinde 10 sosyal bilgiler öğretmeni ile yapmış oldukları araştırma sonuçlarına göre öğretmenler öğrencileri değerlendirirken en çok kullandıkları yöntemler sınıf içi performans değerlendirme, etkinlik değerlendirme, grup çalışması ve yazılı sınav olarak tespit etmişlerdir. Keleş (2009) yaptığı çalışmada medya okuryazarlığı dersinde ölçme ve değerlendirme etkinliklerinin çok yönlü yapılması gerektiğini vurgulamıştır. Çalışmamızda öğretmenler değerlendirmede en büyük sıkıntının nitelikli soru bulmak olduğunu medya okuryazarlığı dersi ile ilgili kaliteli soru sayısının azlığından şikâyet etmişlerdir. Bunun yanında yetersiz araç gereç ve altyapı eksikliklerinden dolayı uygulama sınavı yapamamaktan muzdarip olduklarını belirtmişlerdir.

Medya okuryazarlığı dersinin programdaki süresine ilişkin öğretmenlerin görüşünü değerlendirdiğimizde öğretmenlerin genel olarak iki saatlik medya okuryazarlığı dersinin konuları yetiştirmek ve etkinlik yapılabilmesi adına yeterli olduğu yorumlarını yapmışlardır.

Görüşmelerde 15 öğretmenin 9 tanesinin medya okuryazarlığı ders saatinin yeterli olduğunu düşünmesidir. Öğretmenlere göre mevcut medya okuryazarlığı konuları iki saatlik ders süresince rahat bir şekilde işlenebilmektedir. 5 öğretmen ders saatinin gelişen medya içerikleri nedeniyle yeterli düzeyde etkinlik yapamamaları nedeniyle ders saatinin süresinin arttırılması yönünde görüş belirtmişlerdir. Bu öğretmenlere göre sosyal medya, sanal zeka uygulamaları, nesnelerin interneti, web 4 teknolojilerinin gelişmesi ve artarak devam etmesi nedeniyle öğrencilerin bu gelişmelerle daha çok iştigal olmaları sağlanmalı ve uygulamalı eğitimlere tabi tutulmaları gerekmektedir. Öğrencilerin ders konuları için iki saatlik sürenin yetebileceği ancak etkinlik ve uygulamalı eğitim için yetersiz olduğunu düşünmektedirler. Bir öğretmen ise dersin saati ile ilgili yorumda bulunmamıştır. Bu konuda yapılan araştırmalar incelendiğinde medya okuryazarlığı ders saatinin arttırılması gerektiğine dair araştırmalar mevcuttur (Semiz, 2013; Işkın, 2015; Işkın ve Kesten, 2016; Elitok-Kesici ve Kızılkaya, 2016; Aksu, 2019; Aksu-Bektaş ve Alver 2020). Bütün (2010) ve Semiz (2013) medya okuryazarlığı dersinin saatinin bir saat olduğu yıllarda yapmış oldukları araştırmalarda ders saatinin süresinin yeterli olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Medya okuryazarlığı dersinin öğretim programına yönelik ortaokul öğretmenlerin yaptıkları öneriler ise şu şekilde karşımıza çıkmıştır.

Öğretmenler medya okuryazarlığı öğretim programı içerisinde genel olarak öğrencilerin ilgisini daha çok çeken, günümüz teknolojik medya içeriklerine sahip ve etkinlik bazlı bir öğretim programı hazırlanması gerektiği üzerinde durmuştur. Medya okuryazarlığı öğretim programı için öğretmenler tarafından yapılan öneriler aşağıda sıralanmıştır:

- Medya okuryazarlığı ders içeriklerinin ilgi çekici olarak düzenlenmesi.
- Medya okuryazarlığı ders içeriklerinin daha fazla etkinlik ve uygulama içermesi.
- Ders saatinin etkinlikler düşünülerek arttırılması.
- Medya okuryazarlığı ders içeriklerinin öğrenci seviyesine uygun hale getirilmesi.
- Medya okuryazarlığı dersinin zorunlu dersler arasına alınması.
- Medya okuryazarlığı ders konularının içeriğine sosyal medya konularının eklenmesi.
- Medya okuryazarlığı dersi için özel olarak çalışma kitabı hazırlanmalıdır.
- Medya okuryazarlığı ders içeriklerinde örnek olay etkinliklerine yer verilmesi.
- Ders içerisinde kullanılabilecek resimler, videolar ve slâytlar hazırlanmalı.
- Medya okuryazarlığı dersi için özel soru havuzu oluşturulmalı.
- Grup çalışmasını içerecek şekilde etkinlikler hazırlanmalı.

Daha önce yapılmış olan birçok çalışma ve araştırmalarda medya okuryazarlığı öğretim programı ile ilgili benzer sorunların ve çözüm önerilerinin tespit edilmesi sağlanmıştır. 2006 yılı medya okuryazarlığı öğretim programı alanında birçok çalışma yapılmıştır (Çetinkaya, 2008; Apak, 2008; Keleş, 2009; Elma ve diğerleri, 2009b; Altun, 2009; Semiz, 2013; Çakmak, 2010; Ülker, 2012; Görgülü-Aydoğdu, 2017). Alanda 2006 yılı medya okuryazarlığı öğretim programı ile 2013 yılı medya okuryazarlığı öğretim programlarının karşılaştırıldığı çalışmalarda mevcuttur (Elitok-Kesici ve Kızılkaya, 2016; Işkın, 2015). Araştırmamızda öğretmenlerin mevcut 2018 yılı medya okuryazarlığı öğretim programının genel yapısı hakkındaki düşüncelerinin bir önceki öğretim programlarına kıyasla daha uygun özellikler barındırdığı ancak yine de etkinlikler, ders saati, zorunlu olması, günümüz şartlarına uygun ve uygulamalı olması yönleri ile geliştirilmesinin daha uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

5.2. Öneriler

“Ortaokul öğretmenlerinin medya okuryazarlığı dersinin amaçları ve dersin öğretiminde karşılaşılan sorunlara ilişkin görüşleri” adlı bu araştırmada mevcut seçmeli olarak okutulmakta olan medya okuryazarlığı dersine giren eğitimcilerin ders öğretimi ve genel özellikleri hakkında bilgilerin ortaya çıkarılması ve çözüm önerileri sunulması amacıyla yapılmıştır. Araştırmamızdan elde edilen sonuçların araştırmacılara, öğretmenlere, öğrencilere ve velilere yol göstermesi temennimizdir.

Yaptığımız araştırma ve incelemeler sonucunda elde ettiğimiz bulgulardan yola çıkarak mevcut medya okuryazarlığı dersi ile ilgili önerilerimiz aşağıda sıralanmıştır:

- Medya okuryazarlığı dersinin okutulduğu okullardaki altyapı eksiklikleri (akıllı tahta, bilgisayar, internet ve diğer araç gereçler) giderilmelidir.
- Medya okuryazarlığı dersini verecek öğretmen adaylarına üniversitelerden itibaren iyi eğitim verilmesi sağlanmalıdır.
- Mevcut okullarda medya okuryazarlığı dersini veren öğretmenlerin hizmetiçi eğitime alınarak alanın inceliklerini öğrenmeleri sağlanmalıdır.
- Medya okuryazarlığı dersi için ders kitabından ayrı olarak hem etkinlik hem de uygulama içerikli yardımcı kaynaklar hazırlanmalıdır.
- Medya okuryazarlığı dersinin öğretim programı çağın gereklerine göre öğretmen, öğrenci, veli, pedagoğ ve akademisyen görüşleri de alınarak yeniden düzenlenmelidir.
- Medya okuryazarlığı ders kitapları sınıf seviyelerine göre ayrı ayrı hazırlanmalıdır.
- Medya okuryazarlığı ders kitapları öğrenci seviyelerine uygun ve güncel olarak yeniden hazırlanmalıdır.
- Milli Eğitim Bakanlığı ders içeriklerini hazırlarken ve dersin öğretimi sırasında çeşitli kurumlar ve sivil toplum örgütleri ile işbirliğine gitmelidir.
- Medya okuryazarlığı dersi seçmeli dersler arasından çıkartılarak zorunlu dersler arasına alınmalıdır.
- Medya okuryazarlığı dersi sınavlara hazırlık dersi gibi görülmemeli, başka ders işlenimleri için kullanılmaması yönünde ders öğretmenleri eğitilmelidir.
- Medya okuryazarlığı dersinin değerlendirme boyutu yeniden düzenlenmeli ve uygulamalı ölçme değerlendirme araçlarına da yer verilmelidir.
- Okullarda medya okuryazarlığına ait donanımlı medya sınıfı oluşturulmalıdır.
- Medya okuryazarlığı dersinin öğretimi konusu ve öğrencilerin bilinçlendirilmesi amacıyla daha alt sınıf düzeylerinden (ana sınıflarından) eğitime başlanmalıdır.
- Medya okuryazarlığı konusunda velilerin de eğitilmesi ve bilinçlendirilmesi gereklidir.
- Medya okuryazarlığını öğrencilere sevdirmek amacıyla ilgi çekici kampanyalar düzenlenmesi gereklidir.
- Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersini ciddiye almaları amacıyla sınavlarda az da olsa bu derse ait soru eklenebilir.
- Ders öğretmenlerinin öğrencilere daha fazla uygulamalı ödevler (pano hazırlama, poster, bilgisayar uygulamaları vb.) vermesi konusunda eğitilmelidir.

- Öğretmenler ve veliler arasında daha fazla işbirliği çalışmaları ve etkinlikleri düzenlenerek öğrencilerin ev ortamındaki gelişimi takip edilmelidir.
- Medya okuryazarlığı alanında ders dışı oyun ve aktivitelerin okul yönetimlerince arttırılması gereklidir.
- Okul idarelerinin medya okuryazarlığı dersine karşı geliştirdikleri olumsuz bakış açısının olumlu yönde geliştirilmesi için eğitimler verilmelidir.
- Okullarda medya içeriklerinin öğretimi ile ilgili uzman desteğinden yararlanılması sağlanmalıdır.
- Medya okuryazarlığı alanına ait yazılım programlarının, internet sitelerinin oluşturularak kullanımı sağlanmalıdır.
- Televizyon ve internet sitelerinde medya okuryazarlığı dersinin önemi ve içeriği hakkında bilinçlendirme reklamları yapılmalıdır.
- Öğretmenler medya okuryazarlığı dersinin öğretimi sırasında farklı yöntem ve teknikleri (işbirlikçi ve grup çalışması, tartışma, beyin fırtınası, drama, benzetim, örnek olay, problem çözme, bilgisayar destekli öğretim, proje vb.) kullanmaları konusunda bilinçlendirilmelidir.
- Okullarda medya okuryazarlığı bilincini arttırmak amacıyla çeşitli etkinlikler (yarışmalar, sergiler, okul gazetesi, pano hazırlama, kısa film, senaryo oluşturma, şiir yazma, kompozisyon yazma, slogan, reklam, afiş, gösteri ve tiyatrolar, seminerler vb.) düzenlenmeli ve medya okuryazarlığı kulübü açılarak işlerlik kazandırılmalıdır.
- Milli Eğitim Bakanlığı tarafından öğrencilerde bilinç geliştirmek amacıyla okullarda kutlanması gereken günler arasına medya okuryazarlığı haftası oluşturularak, bu hafta içerisinde etkinlikler düzenlenmelidir.
- Ülke çapında medya okuryazarlığı bilincinin geliştirilmesi amacıyla projeler (kamu spotu, yarışmalar, belgesel, tiyatrolar, kısa film, paneller vb.) hazırlanabilir.
- Okullar çevrelerinde bulunan medya ile ilgili kurumlara ve kuruluşlara (televizyon, radyo, gazete vb.) geziler düzenlemelidir.

Araştırmada elde edilen sonuçlar bakımından öğretmenlerin medya okuryazarlığı öğretimi ve sürecine bakış açıları tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmacıların öğrenci, öğretmen adayı ve veliler ile ilgili farklı gruplar üzerinden de araştırma yapmaları medya okuryazarlığı alanının aydınlatılması bakımından önemlidir.

Öğretmen gözüyle medya okuryazarlığı dersine baktığımızda sonuç olarak öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine ilgili oldukları, dersin seçmeli olarak değil zorunlu ders olarak verilmesi gerektiği, haftalık iki saat olarak verilen dersin süresinin ders konuları ve etkinlikleri için yeterli olduğu, sınıfların kalabalık oluşunun dersin işlenişini engellemediği, idari görev ve iş yoğunluğunun dersin verimini etkilemediği, okul ve sınıfların altyapı eksikliklerinin verimi

düşürdüğü, dersi veren öğretmenlerin gerekli donanıma sahip olduğu, ders kitabı içeriğinin yetersiz olduğu, velilerin sorumluluklarını yerine getirdikleri sonuçlarına ulaşılmıştır. Lise geçiş sınavlarında soru sorulmamasının dersin verimini düşürüp düşürmediği yönünde öğretmenlerin büyük bir kısmı kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Bu kararsızlık sebebinin araştırılması yerinde olacaktır.

Öğretmenler medya okuryazarlığı dersinin gerekli ve önemli olduğunu, medya okuryazarlığı dersinin öğrencileri bilinçlendirdiğini, dersin medya araçları kullanma sürelerine olumlu yansıdığını, televizyon programlarının seçimini olumlu etkilediğini, öğrencilerin eleştirel becerilerini geliştirdiğini, öğrencilere medya ürünü oluşturmada katkı sağladığını, öğrencilerin medya karşısındaki riskler konusunda bilinçlendiğini ve kendilerini medyanın olumsuz etkilerinden koruyabildiklerini, şiddet konusunda farkındalıklarının arttığını, öğrencilerin tüketim ve satın alma davranışlarına olumlu yansıdığını, dersin öğrencilerdeki önyargı yaklaşımını azalttığını, öğrencilerin gerçek ile kurgu olanı ayırt edebilmelerini sağladığı, dersin öğrencileri sosyal, ruhsal, ahlaki ve kültürel olarak desteklediği şeklinde görüşler beyan etmişlerdir.

Anket sonuçları ve görüşme sonuçları karşılaştırıldığında öğretmenlerin verdiği yanıtların genelde uyumlu olduğu görülmektedir. Ebeveynlerin görev ve sorumluluklarını yerine getirip getirmediği konusunda anket sonuçlarına göre yerine getirmektedir ancak görüşmelerden çıkan sonuca göre ebeveynler görev ve sorumluluklarını yerine getirmemektedirler.

Araştırmamız medya okuryazarlığı alanına dair bugüne kadar yapılmış olan araştırmaların incelenmesi sonrası özellikle öğretmenler üzerinden yapılan araştırmalar baz alınarak hazırlanmıştır. Bizden sonra yapılacak olan araştırmalara kaynaklık etmesi temennisi ile gelecek yıllarda daha iyi bir vatandaş ve daha iyi bir toplum olabilmemiz adına medya okuryazarlığı bilincini oluşturmuş bir Türkiye inancıyla...

KAYNAKÇA

- [1]. Aksu, Y. (2019). *Medya okuryazarlığı dersine ilişkin öğrenci tutumları ile öğretmen ve öğretmen adayı görüşlerinin değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Giresun.
- [2]. Aksu-Bektaş, Y. ve Alver, M. (2020). Medya okuryazarlığı dersine ilişkin öğrenci tutumları ile öğretmen ve öğretmen adayı görüşlerinin değerlendirilmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(3) , 546-572. doi:10.17860/mersinefd.793624
- [3]. Alagözlü, Ç. (2012). *Türkiye’de ve Avrupa Birliği ülkelerinde medya okuryazarlığı*. Uzmanlık Tezi, Radyo Televizyon Üst Kurulu, Ankara.
- [4]. Altıntaş, S. (2019). *Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının eleştirel düşünme eğilimleri ile medya okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişki*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- [5]. Altun, A. (2008). Türkiye’de medya okuryazarlığı. *İlk öğretmen Eğitimci Dergisi*, 16, 30-34. Erişim adresi: <http://www.academia.edu/download/448520/e9ah08pumtm7qtc.pdf>
- [6]. Altun, A. (2009). Eğitim bilim açısından seçmeli medya okuryazarlığı dersi programına eleştirel bir yaklaşım. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3), 97-109. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kefad/issue/59508/855695>
- [7]. Altun, A. (2010). *Medya okuryazarlığının sosyal bilgiler programlarıyla ilişkilendirilmesi ve öğretimi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- [8]. Apak, Ö. (2008). *Türkiye, finlandiya ve irlanda ilköğretim programlarının medya okuryazarlığı eğitimi açısından incelenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- [9]. Aslan, N., ve Tuncer Basel, A. (2017). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Medya Okur-Yazarlık Düzeyleri (İzmir Örnekleme). *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(4), 1353 – 1372.
- [10]. Atmaca (2016). Medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin karşılaştırılması. *Elektronik sosyal bilgiler dergisi*. 17, (67), 1234 – 1251. Doi: <https://doi.org/10.17755/esosder.395275>
- [11]. Aufderheide, P. (1993). *National leadership conference on media literacy. Conference report*. Washington, DC: Aspen Institute.
- [12]. Aufderheide, P. (2004). General principles in media literacy, European media literacy on-line review, Erişim Adresi: <http://newsreel.org/articles/aufderhe.htm>
- [13]. Aufderheide, P. ve Firestone, C. (1993). *Media literacy: A report of the national leadership conference on media literacy*. Washington, DC: Communications and Society Program, Aspen Institute.
- [14]. Ayas, T. ve Horzum, M. B. (2013). İlköğretim öğrencilerinin internet bağımlılığı ve aile internet tutumu. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(39), 46-57. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/200124>
- [15]. Aydoğdu, E. (2014). *Medya metinlerinin bilinçli okunmasında medya okuryazarlığı dersinin etkisi üzerine bir analiz (Ankara ili örneği)*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- [16]. Baudrillard, J. (2008). *Tüketim toplumu*. (H. Deliçaylı ve F. Keskin, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- [17]. Bauman, Z. (1999). *Çalışma, tüketicilik ve yeni yoksullar*. (Ü. Öktem, Çev.). İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- [18]. Berg, B. L. ve Lune, H. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (H. Aydın, Çev. Ed.). Konya: Eğitim Yayınevi.
- [19]. Bilici, İ. (2014). *Medya okuryazarlığı ve eğitimi*. Ankara: Nobel yayıncılık.
- [20]. Bilici, İ. (2020). *Medya okuryazarlığı ve eğitimi*. Ankara: Nobel yayıncılık.
- [21]. Bilici, İ. E. (2011). *Türkiye’de ortaöğretimde medya okuryazarlığı dersi için model önerisi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Kayseri.

- [22]. Binark, M. ve Bayraktutan-Sütçü, G. (2007, Kasım). *Ankara mikro ölçeğinde internet kafeler kullanım biçimleri*, XII. Türkiye’de İnternet Konferansı, Ankara. Erişim Adresi: http://inet-tr.org.tr/inetconf12/kitap/Bildiriler/49_8_inet07.pdf
- [23]. Binark, M. ve Bek, M. (2007). *Eleştirel medya okuryazarlığı kuramsal yaklaşımlar ve uygulamalar*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- [24]. Bocock, R. (1997). *Tüketim*. (İ. Kutluk, Çev.). Ankara: Dost Yayınları.
- [25]. Bütün, E. (2010). *Medya okuryazarlığı dersine ilişkin öğretmen, öğrenci ve veli görüşleri (Samsun ili örneği)*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.
- [26]. Bütün, E. ve Kesten, A. (2014). Medya okuryazarlığı dersi hakkında öğretmen ve öğrenci görüşleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (31), 49-63. Erişim adresi: <http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/view/123/107>
- [27]. Büyükoztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Yayınları
- [28]. Cangin, S. Ş. (2014). *İlköğretim öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersine bakış açıları (Ankara - Keçiören örneği)*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- [29]. Cüceloğlu, D. (2011). *Yeniden insan insana*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- [30]. Çakmak, E. (2010). *İngiltere ve Türkiye’deki ilköğretim medya okuryazarlığı eğitimi program ve uygulamalarının karşılaştırmalı olarak incelenmesi*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- [31]. Çaycı, B. (2018). İlkokullardaki ders süresi ve ders saatlerinin sınıf öğretmeni görüşlerine göre değerlendirilmesi. *International Journal of Eurasian Education and Culture*, 3(5), 117-131. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijoeec/issue/41282/433997>
- [32]. Çetinkaya, S. (2008). *Bilinçli medya kullanıcıları yaratma sürecinde medya okuryazarlığının önemi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara.
- [33]. Çınar, M., Doğan, D. ve Seferoğlu, S. S. (2015, Şubat). *Eğitimde dijital araçlar: Google sınıf uygulaması üzerine bir değerlendirme* [Öz]. Akademik Bilişim Konferansında sunulan bildiri, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir. Erişim adresi: <http://ab2015.anadolu.edu.tr/index.php?menu=5&submenu=27>
- [34]. Demirkasımoğlu, N. (2018). Yakınsayan Desen. K. Beycioğlu, İçinde N. Özer ve Y. Kondakçı (Ed.) Eğitim yönetiminde araştırma (s.463-476). Ankara: Pegem Akademi.
- [35]. Deveci, H. ve Çengelci, T. (2008). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarından medya okuryazarlığına bir bakış. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 25-43. Doi: <https://doi.org/10.14520/adyusbd.31201>
- [36]. Dolanbay, H. (2018). *Sosyal bilgiler öğretmen adaylarına yönelik medya okuryazarlığı eğitimi modeli*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- [37]. Dolanbay, H. Akengin, H. ve Tuncel, G. (2021). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlığına İlişkin Algılarının Değerlendirilmesi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 53(53), 97-112. Doi: <https://doi.org/10.15285/maruaebd.717848>
- [38]. Elitok-Kesici, A. ve Kızılkaya, A. (2016). Medya okuryazarlığı dersine ilişkin öğretmen görüşleri. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 6(2), 174-189. Doi: 10.17943/etku.04011
- [39]. Elma, C., Kesten, A., Dicle, A. N., Mercan, E., Çinkır, Ş. ve Palavan, Ö. (2009a). Medya okuryazarlığı dersinin okul müdürlerinin görüşlerine göre değerlendirilmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 36(36), 87-96. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/hunefd/issue/7800/102199>
- [40]. Elma, C., Kesten, A., Dicle, A. N., Mercan, E., Çinkır, Ş. ve Palavan, Ö. (2009b). İlköğretim 7. Sınıf öğrencilerinin medya ve medya okuryazarlığı dersine ilişkin tutumları. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 27, 93-113. https://www.researchgate.net/publication/238082491_ILKOGRETIM_7_SINIF_OGRENCILERIN_IN_MEDYA_VE_MEDYA_OKURYAZARLIGI_DERSINE_ILISKIN_TUTUMLARI

- [41]. Elma, C., Kesten, A., Dicle, A. N., Mercan, E., Çinkır, Ş. ve Palavan, Ö. (2009a). Medya okuryazarlığı dersinin okul müdürlerinin görüşlerine göre değerlendirilmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 36(36), 87-96.
- [42]. Erdem, C. (2018). *Öğretmen adayları için medya okuryazarlığı dersi öğretim programı tasarımı*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- [43]. Erkuş, A. (2013). *Davranış bilimleri için bilimsel araştırma süreci*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- [44]. Erkuş, A. (2005). *Bilimsel araştırma sarmalı*, Ankara: Seçkin Yayınları.
- [45]. Frau-Meigs, D. (2006). *Media education: a kit for teachers, students, parents and professionals*. Erişim Adresi: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000149278>
- [46]. Gerbner, G. (1994). Reclaiming Our Cultural Mythology, In Context a Quarterly of Humane Sustainable Culture. Erişim adresi: <http://www.context.org/iclib/ic38/gerbner/>
- [47]. Göç Edin, P. (2019). *Avrupa mevzuatı ile karşılaştırmalı olarak Türkiye’de medya okuryazarlığı ve karşılaşılan sorunlar*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- [48]. Gömleksiz, M. N. ve Duman, B. (2013). Medya okuryazarlığı dersi kazanımlarının gerçekleşme düzeyine ilişkin öğrenci ve okul yöneticilerinin görüşleri. *Turkish Studies – International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* 8(9), 265-278, Doi:10.7827/TurkishStudies.5085
- [49]. Görgülü-Aydoğdu, A. (2015). *Eleştirel farkındalık yaratmada yeni medya okuryazarlığı ve yeni medya bilinci üzerine bir inceleme*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- [50]. Görgülü-Aydoğdu, A. (2017). Medya okuryazarlığı dersi ve öğretmenlerin derse yaklaşımları üzerine bir değerlendirme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3 (4), 1245-1257. Doi: 10.24289/ijsser.321648
- [51]. Görmez, E. (2014a). *Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- [52]. Görmez, E. (2014b). Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2014(3), 137-157. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/goputeb/issue/33496/380629>
- [53]. Görmez, E. (2015). Veli görüşlerine göre ortaokul öğrencilerinin medya okuma düzeyleri. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(03), 140-161. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ksbd/issue/16232/169997>
- [54]. Güleç, N. (2019). Kritik ve analitik düşünme perspektifinde dijital medya okuryazarlığı. Erişim adresi: <http://www.kadinveaile.com/kritikve-analitik-dusunme-perspektifinde-dijital-medya-okuryazarligi-2/>
- [55]. Hasdemir, T. ve Demirel, F. (2012). İletişim eğitimi ve medya okuryazarlığı: Türkiye’deki uygulamadan bir kesit. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (17), 176-191. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akil/issue/48078/607883>
- [56]. Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action*. Erişim adresi: <https://works.bepress.com/reneehobbs/13>
- [57]. Hobbs, R. (2015). *Media literacy*. Oxford Research Encyclopedia of Communication
- [58]. Işkın, P. ve Kesten, A. (2016). Medya okuryazarlığı dersinin işlenmesinde karşılaşılan sorunların öğretmen görüşlerine göre değerlendirilmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 17(2), 387-410.
- [59]. İlhan, E. (2014). Medya okuryazarlığı dersi ve televizyon algısına etkisi (Ankara örneği). *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (21), 42-58. doi: 10.31123/akil.442962
- [60]. İlhan, E. (2015). Medya okuryazarlığı dersi ve yeni medya algısına etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 4(1), doi: 10.17680/akademia.v4i1.5000033736
- [61]. İnal, K. (2009). *Medya okuryazarlığı el kitabı*. Ankara: Ütopya Yayıncılık.
- [62]. İnal, K. (2012, Mayıs) Çocuklar için medya okuryazarlığı ihtiyacı, Uluslararası Katılımlı Çocuk İhtiyaçları Sempozyumu Bildiri Kitabı, (Ed.) Dolunay, Ş. vd., Mutlu Çocuklar Derneği Yayınları, Ankara. Erişim adresi: <https://doczz.biz.tr/doc/53466/uluslararası%C4%B1-kat%C4%B1l%C4%B1ml%C4%B1-%C3%A7ocuk-ihitiya%C3%A7lar%C4%B1-sempozyumu-bildi...>

- [63]. İnal, K. (2016). *Medya okuryazarlığı el kitabı*. Ankara: Ütopya Yayıncılık.
- [64]. İnan, T. (2010). *Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri ve medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- [65]. İnan, T. (2015). Eğitim fakültesi öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri. *Ekev Akademi Dergisi*, 19(62), 289-306.
- [66]. İnceoğlu, Y. (2016). Medyayı doğru okumak. M. Cinman Şimşek ve N. Türkoğlu (Ed.). *Medya Okuryazarlığı* içinde (s. 19-24). İstanbul: Pales Yayınları.
- [67]. Jols, T. ve Thoman, E. (2008). 21. yüzyıl okuryazarlığı: Medya okuryazarlığına genel bir bakış ve sınıf içi etkinlikler (Çev. Ed. Cevat Elma ve Alper Kesten), Ankara: Ekinoks Yayınevi.
- [68]. Kanat, S. (2016). Uluslararası ilişkiler yaklaşımları açısından dijital medya ve savaş. *TRT Akademi Dergisi*, 1 (2), 528-546.
- [69]. Kansızoglu, H. B. (2016). Türkçe öğretmeni adaylarının medya okuryazarlığı dersine yönelik görüşleri. *Elementary Education Online*, 15(2), 469-486. Erişim adresi: <https://acikerisim.bartın.edu.tr/bitstream/handle/11772/1260/e1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- [70]. Kaplan, K. (2017). *Medya okuryazarlığı dersinin Türkçe öğretimiyle birleştirilmesi sürecinde medya okuryazarlığı dersi öğretmenlerinde bulunması gereken yeterlikler*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- [71]. Karaduman, S. (2019). Yeni medya okuryazarlığı: Yeni beceriler/olanaklar/riskler. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6 (1), 683-700. doi: 10.17680/erciyesiletisim.484193
- [72]. Kara, T. (2014). Kültür endüstrisi kavramı çerçevesinde medya ürünleri: eleştirel yaklaşım. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 4(1), 51-60. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tojdac/issue/13016/156820>.
- [73]. Karahisar, T. (2014). İnternette çocukları bekleyen riskler ve medya okuryazarlığı. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 4(4), 82-95. Erişim adresi: <https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/laSbf.pdf>
- [74]. Karaman, M, K. (2016). Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri ve eleştirel düşünme eğilimleri üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4, 1. Doi: <https://doi.org/10.19145/guifd.90435>
- [75]. Kartal, O. Y. (2007). *Ortaöğretim 10. sınıf öğrencilerinin televizyon dizilerindeki mesajları algılamalarında medya okuryazarlığının etkisi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- [76]. Keleş, M. (2013). *Eleştirel pedagoji bağlamında medya okuryazarlığı dersinin işleniş biçiminin incelenmesi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- [77]. Keleş, S. (2009). *İlköğretim medya okuryazarlığı dersi öğretim programına ilişkin öğretmen görüşleri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Bolu.
- [78]. Koç, E. (2016). *Türkiye'deki medya okuryazarlığı eğitimi için bir uygulama önerisi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- [79]. Koçak, B. (2011). *İlköğretim yedinci ve sekizinci sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersine ilişkin algıları (Erzurum ili örneği)*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- [80]. Kurt, A. A. ve Kürüm, D. (2010). Medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme arasındaki ilişki: kavramsal bir bakış. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 2, 20-34. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/181706>
- [81]. Kutlu, M. (2018). *Medya okuryazarlığı dersi kapsamında benimsenen yaklaşımlar ve uygulamalardaki aksaklıklar: Kayseri örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- [82]. Massey, K. (2005). Media literacy workbook, Wadsworth. Erişim adresi: <https://pdf-files.xyz/?ainid=0534643949&idn=alvian&sid=3852244>

- [83]. Masterman, L. (1985). *Teaching the media*. Erişim adresi: <http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/58699/1/16pdf.pdf>
- [84]. Masterman, L. (1989). Media awareness education: Eighteen basic principles. Erişim Adresi: http://medialit.org/reading_room/article134.html
- [85]. MEB. (2020). Ortaöğretim genel müdürlüğü, Erişim adresi: <https://www.meb.gov.tr/>
- [86]. MEB, (2018a). İlköğretim kurumları (ilkokul ve ortaokul) haftalık ders çizelgesi. Erişim adresi: <https://ttkb.meb.gov.tr/www/haftalik-ders-cizelgeleri/dosya/6>
- [87]. MEB, (2018b). Medya okuryazarlığı dersi öğretim programı (ortaokul ve imam hatip ortaokulu 7. veya 8. Sınıflar). Erişim adresi: https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/lib_yayin/F2B983E4-C2B7-4C8B-AD1D-BF0C670B9BF6.pdf
- [88]. Nalçacı, A., Meral, E. ve Şahin, M. (2016). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının eleştirel düşünme ile medya okuryazarlıkları arasındaki ilişki. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 21(36), 1-12. Doi: <https://doi.org/10.17295/dcd.99051>
- [89]. Naza, C. (2014). *Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersine ilişkin tutumları*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Muğla.
- [90]. Özçelik, D. A. (2014). *Eğitim programları ve öğretim*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- [91]. Özel, A. (2018). *Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı algılarının incelenmesi*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- [92]. Özkan, A. (2016). *Dijital medya ve çocuk: sosyalleşmenin yeni boyutları*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- [93]. Patton, M. Q. (2014). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri*. (Çev. M. Bütün ve S.B. Demir). Ankara: PegemA Akademi.
- [94]. Postman, N. (2004). *Televizyon: Öldüren eğlence (gösteri çağında kamusal söylem)*. (O. Akınhay, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- [95]. Potter, W. J. (2004). *Theory of Media Literacy a Cognitive Approach*. Sage Publications. California.
- [96]. Potter, W. J. (2009). Media literacy. W. F. Eadie (Ed.), *21st century communication, a reference içinde* (s. 558-567). Thousand Oaks: Sage.
- [97]. Potter, W. J. (2010). The state of media literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 54(4) p.675-696. Routledge: London
- [98]. Potter, W. J. (2011). *Media literacy*. Edition 5. Sage Publication: Usa
- [99]. Püsküllüoğlu, A. (2003). *Türkçe sözlük*, İstanbul: Doğan Kitap.
- [100]. RTÜK (2016) Türkiye’de Medya Okuryazarlığı. Erişim Adresi: https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=E56CE034-6CEB-41AE-A12C-B618EBEA461B&MenuId=2
- [101]. RTÜK (2016). Medya Okuryazarlığı Nedir? Erişim Adresi: https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=B7AA7732-1593-4B32-BDE5-D76E64C2A5FA&MenuId=2
- [102]. RTÜK, (2014). Radyo ve televizyon yayıncılığı sektör raporu. Erişim adresi: http://ratem.org/web/RATEM_2014_RD_TV_SEKTOR_RAPORU.pdf
- [103]. RTÜK, (2019). Radyo ve Televizyon Üst Kurulu 2019 Faaliyet Raporu. (1 Ocak – 30 Eylül) Erişim Adresi: <https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/Download/rtuk2019.pdf?download=true>
- [104]. RTÜK, (2021a). RTÜK Kamuoyu Araştırmaları. (2021 07 Nisan). Erişim Adresi: <https://www.rtuk.gov.tr/rtuk-kamuoyu-arastirmalari-3890>
- [105]. RTÜK, (2021b). RTÜK Araştırmaları. (2021 07 Nisan). Erişim Adresi: <https://www.rtuk.gov.tr/rtuk-arastirmalari-3726>
- [106]. RTÜK, (2021c). RTÜK Hakkımızda. (2021 07 Nisan). Erişim Adresi: <https://www.rtuk.gov.tr/hakkimizda/3803/878/hakkimizda.html>
- [107]. RTÜK-Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (2016). Medya okuryazarlığı araştırması. <https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/AltSiteler/medya-okuryazarligi-arastirmasi.pdf> Erişim Tarihi: 30.11.2020.

- [108]. RTÜK-Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (2018). Çocukların yeni medya kullanım alışkanlıkları ve siber zorbalık 2018 araştırması. <https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/AltSiteler/%C3%A7ocuklar%C4%B1n%20yeni%20medya%20al%C4%B1%C5%9Fkanl%C4%B1klar%C4%B1%20ve%20siber%20zorbal%C4%B1k%20ara%C5%9F%C4%B1rmas%C4%B1/cocuklarin-yeni-medya-kullanimleri-ve-siber-zorbalik.pdf> Erişim Tarihi: 30.11.2020.
- [109]. Sadriu S. (2009). *Seçmeli medya okuryazarlığı dersi alan ilköğretim ikinci kademe öğrencilerinin ders sonu çıktılarına yönelik bir "pilot araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- [110]. Scheibe, C. ve Rogow, F. (2008). 12 Basic ways to integrate media literacy and critical thinking into any curriculum, thirty edition, Ithaca project look sharp. Erişim adresi: <https://www.projectlooksharp.org/Resources%202/12BasicWaysBooklet.pdf>
- [111]. Scheibe, C. ve Rogow, F. (2012). The teacher's guide media literacy: Critical thinking in a *Multimedia World*. Corwin Asage Company. USA
- [112]. Seferoğlu, S. ve Akbıyık, C. (2006). Eleştirel düşünme ve öğretimi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30(30), 193-200. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/hunefd/issue/7806/102380>
- [113]. Semiz, L. (2013). *Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı yeterlikleri ve medya okuryazarlığı dersini yürüten öğretmenlerin karşılaştıkları sorunlar*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Rize.
- [114]. Semiz-Türkoğlu, H. (2017). Çocukların televizyon izleme davranışlarında medya okuryazarlığı dersinin etkisi üzerine bir alan araştırması. *İNİF E - Dergi*, 2 (1), 27-46. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/inifedergi/issue/27641/304018>
- [115]. Silverblatt, A., Smith, A., Miller, D., Smith, J., Brown, N. (2014). Media literacy: Keys to interpreting media messages. Santa Barbara: Praeger.
- [116]. Sivritepe, S. (2014). *Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine bakışı: Konya ili örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- [117]. Şahin, M. (2012). *Medya okuryazarlığı dersi alan ve almayan ilköğretim okulu öğrencilerinin medya tüketim alışkanlıkları farklılaşması*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- [118]. Şeylan, S. (2008). *Medya okuryazarlığı ders uygulamalarında dünya üzerinde görülen aksaklıklar*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Kültür Üniversitesi, İstanbul.
- [119]. Tabak, H. ve Şahin, F. (2020). Ortaöğretim kurumlarında bir ders saati süresinin gözlemi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 18(1), 351-367. DOI: 10.37217/tebd.680187
- [120]. Tağrikulu, P. ve Kesten, A. (2018). 2006 ve 2013 yılı medya okuryazarlığı öğretim programlarının öğretmen görüşleri çerçevesinde karşılaştırılması. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 51(2), 143-170. DOI: 10.30964/auedf.441423
- [121]. Tan, O. (2015). *Medya okuryazarlığı eğitimi: Öğrenci, öğretmen, aile bağlamında örnek bir araştırma*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- [122]. TDK. (2021). *İletişim*. www.tdk.gov.tr. Erişim Tarihi: 16.02.2021.
- [123]. TDK. (2021). *Medya*. www.tdk.gov.tr. Erişim Tarihi: 02.04.2021.
- [124]. Thoman, E. (2009). Skills and strategies for media education. *Edutucational leadership*. 56, 50-54.
- [125]. Turan, M. (2010). Sınıf öğretmenlerinin ders kitapları ve öğretim materyallerine yönelik görüşleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(34), 1-16. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/esosder/issue/6148/82544>
- [126]. TÜİK, (2015). Hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması. Erişim adresi: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18660>
- [127]. TÜİK, (2020). Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2020 Raporu, Erişim adresi: <http://www.tuik.gov.tr>.
- [128]. Türk, G. D. (2013, Aralık). Demokrasinin dördüncü kuvveti yeni medya teknolojileri, İnet-Tr'13, XVIII. Türkiye'de İnternet Konferansı, İstanbul Üniversitesi, İstanbul. Erişim adresi:

- https://www.researchgate.net/publication/288670988_Demokrasinin_Dorduncu_Kuvveti_Yeni_Medya_Teknolojileri
- [129]. Ulusoy, A. (2018). *Dijital medya okuryazarlığı, gereksinimler ve yenilikçi uygulamalar üzerine bir inceleme*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- [130]. Ural, A., ve Kılıç, İ., (2011). *Bilimsel araştırma süreci ve spss ile veri analizi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- [131]. Uslu, S., Yazıcı, K., ve Çetin, M. (2016). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (23), 756 – 778. Doi: <https://doi.org/10.14520/adyusbd.31201>
- [132]. Uşun, S. (2016). *Eğitimde program değerlendirme süreçler-yaklaşımlar ve modeller*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- [133]. Uyar, M. (2020). *Sayısal uçurum ve medya okuryazarlığı bağlamında çocukların internet kullanımları: Ankara örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- [134]. Uysal, M. (2006, Mayıs). *Medya ve şiddet*. [Öz]. Toplumsal bir sorun olarak şiddet sempozyumunda sunulmuş bildiri, Ankara. Erişim adresi: <http://egitimsen.org.tr/wp-content/uploads/2016/11/Medya-ve-%C5%9Eiddet.pdf>
- [135]. Uysal, M. (2016) Eleştirel medya okuryazarlığı, Durur Küçük, E. (Ed.). *Eleştirel medya okuryazarlığı* (s. 23-529) içinde. Ankara: Siyasal Yayınevi.
- [136]. Ülker, M. (2012). *Medya okuryazarlığı dersi öğretmen kılavuz kitabının öğretim programı ile tutarlılığının değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- [137]. Wearesocial (2021). We Are Social Turkey 2021. Erişim adresi: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey>
<https://wearesocialnet.s3euwest1.amazonaws.com/wpcontent/uploads/common/reports/digital-2020/digital-2020-global.pdf>
- [138]. Williams, R. (2003). *Televizyon, teknoloji ve kültürel biçim*. Ankara: Dost Yayınları.
- [139]. Wilson, C. ve Duncan, B. (2008). Implementing mandates in media education: the ontario experience. *Comunicar*, 32, 97-107
- [140]. Yaylagül, L. (2013). *Kitle iletişim kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- [141]. Yıldırım, Ş. (2017). *Türkçe ve sosyal bilgiler öğretmenlerinin medya okuryazarlığı eğitimi ile ilgili becerileri ve görüşleri*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Van.
- [142]. Yıldırım-Ankaralıgil, S. (2009). *İlköğretim 6. ve 7. sınıf öğrencilerinde medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme üzerine bir araştırma*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- [143]. Yüzer, T. (2013). Günlük yaşamda internet ve medya ilişkileri, *Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi*, 4(2), 86-96. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19011/200774>
- [144]. Zettl. H. (1998). Medya okuryazarlığı için temel olarak bağlamsal medya estetiği. *Journal of Communication*. 48, 81-95.

EKLER

Ek-1 Kullanılan anket formu

ORTAOKUL ÖĞRETMENLERİNİN MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİNİN AMAÇLARI VE DERSİN ÖĞRETİMİNDE KARŞILAŞILAN SORUNLARA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ

Değerli öğretmenim, bu anket soruları “Medya Okuryazarlığı Dersinde Karşılaşılan Sorunlar Hakkında Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri” başlıklı yüksek lisans tez araştırmamın verilerini toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm kişisel bilgileri içermektedir. İkinci bölüm medya okuryazarlığı dersinin amaçlarına ilişkin soruları içermekte, son bölümde ise, medya okuryazarlığı dersinin öğretimi ve karşılaşılan sorunlara ilişkin sorular yer almaktadır. Araştırmanın doğru sonuçları yansıtması, soruları içtenlikle yanıtlamanıza bağlı olacaktır. Bu araştırma için İl Milli Eğitim Müdürlüğünden gerekli izinler alınmış olup ankette adınız ve okulunuzun ismi belirtilmeyecektir. Anketi cevaplama süreniz ise, yaklaşık 6-7 dakikanızı alacaktır. Ayırdığınız değerli zaman, gösterdiğiniz ilgi ve içten katkınız için teşekkür eder saygılar sunarım.

Cengiz SARI
Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi,
Sosyal Bilgiler Eğitimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi

BÖLÜM 1: KİŞİSEL BİLGİLER

Soru 1. Yaşınız:

Soru 2. Cinsiyetiniz: () Kadın () Erkek

Soru 3. Medeni durumunuzu belirtiniz

() Evli () Bekâr

Soru 4. Görev yaptığınız ilin adını yazınız.

Soru 5. Branşınızı yazınız

Soru 6. Öğretmenlikte geçen hizmet sürenizi belirtiniz.

() 1-5 yıl () 6-10 () 11-15 () 16-21 () 21 üstü

Soru 7. En son bitirmiş olduğunuz eğitim düzeyini belirtiniz.

() Ön lisans () Lisans () Yüksek lisans () Doktora

Soru 8. Medya okuryazarlığı dersi ile ilgili herhangi bir eğitim, kurs, sertifika programına katıldınız mı?

Soru 9. Medya okuryazarlığı dersini daha önce verdiniz mi?

BÖLÜM 2: Medya okuryazarlığı dersinin amaçlarına ilişkin öğretmen görüşleri

Aşağıdaki maddeleri okuyup size uygun yanıtı işaretleyiniz.

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Biraz Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	1	2	3	4	5
1. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrenciler için önemli ve gerekli bir ders olduğunu düşünüyorum.	()	()	()	()	()
2. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerde medyayı bilinçli kullanma alışkanlıklarında farklılık yaratması açısından amacına ulaştığını düşünüyorum	()	()	()	()	()
3. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin medya araçlarını (cep telefonu, televizyon, internet, sosyal medya) kullanma süreleri açısından bir farklılık yaratması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	()	()	()	()	()
4. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin televizyon programlarında (haberlere, dizilere, reklamlara vb.) seçici olmalarına bir katkı sunması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	()	()	()	()	()
5. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin eleştiri becerilerini geliştirmesi konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	()	()	()	()	()
6. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin medya ürünü oluşturma yeterliklerine katkı sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	()	()	()	()	()
7. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin internet ortamında karşılaşabilecek riskler konusunda bilinçlenmelerini sağlaması açısından amacına ulaştığını düşünüyorum.	()	()	()	()	()
8. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin kendilerini medyanın etkilerinden koruyabilmesini sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	()	()	()	()	()
9. Medya okuryazarlığı dersi, öğrencilerin sözlü ve fiziksel şiddet içeren programları izlemesini azaltması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	()	()	()	()	()
10. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin tüketim ve satın alma davranışlarında bir bilinçlenme yaratma konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	()	()	()	()	()
11. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin medyanın sunduğu önyargılı ve yanlış bilgileri ayırt etme becerilerinde gelişme sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	()	()	()	()	()
12. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin gerçek ile kurgu olanı birbirinden ayırt etmelerinde başarı sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	()	()	()	()	()
13. Medya okuryazarlığı dersinin, öğrencilerin ruhsal, ahlaki, sosyal ve kültürel yönlerden gelişmesinde başarı sağlaması konusunda amacına ulaştığını düşünüyorum.	()	()	()	()	()

BÖLÜM 3: Medya okuryazarlığı dersinin öğretimi ve karşılaşılan sorunlara ilişkin öğretmen görüşleri

Aşağıdaki maddeleri okuyup size uygun yanıtı işaretleyiniz.

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Biraz Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	1	2	3	4	5
1.Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine yeterli katılımı ve ilgiyi göstermediğini düşünüyorum.	()	()	()	()	()
2.Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olmaması gerektiğini düşünüyorum.	()	()	()	()	()
3.Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olarak okutulmasının öğrencilerin derse ilgisini düşürdüğünü düşünüyorum	()	()	()	()	()
4. Medya okuryazarlığı dersinin programdaki yeri ve süresinin yeterli olmadığını düşünüyorum.	()	()	()	()	()
5. Medya okuryazarlığı ders süresinin derste etkinlikler açısından yeterli olmadığını düşünüyorum.	()	()	()	()	()
6. Okuldaki idari görevler ve iş yoğunluğunun öğretmenlerin bu dersi işlemelerine engel teşkil ettiğini düşünüyorum.	()	()	()	()	()
7. Sınıfların kalabalık oluşunun dersin işlenmesinde engel oluşturduğunu düşünüyorum.	()	()	()	()	()
8. Okulun ve sınıfların gerekli altyapıya sahip olmamasını dersin işlenmesinde bir engel olarak düşünüyorum.	()	()	()	()	()
9. Lise geçiş sınavında medya okuryazarlığı dersiyle ilgili soru olmamasının dersin verimini düşürdüğünü düşünüyorum.	()	()	()	()	()
10. Medya Okuryazarlığı dersini veren öğretmenlerin gerekli donanımına sahip olmadığını düşünüyorum.	()	()	()	()	()
11.Medya okuryazarlığı ders kitabının içeriği ve konuların yeterli bir kapsama sahip olduğunu düşünüyorum.	()	()	()	()	()
12. Medya Okuryazarlığı konusunda ebeveynlerin görev ve sorumluluklarını tam olarak yerine getirmediğini düşünüyorum.	()	()	()	()	()

Ek-2 Kullanılan görüşme formu

MÜLAKAT FORMU

Bu görüşme soruları “Medya Okuryazarlığı Dersinde Karşılaşılan Sorunlar Hakkında Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri” başlıklı yüksek lisans tez araştırmasının verilerini toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Görüşme formu 3 bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm kişisel bilgileri içermektedir. İkinci bölüm medya okuryazarlığı dersinin amaçlarına ilişkin öğretmen görüşlerini içermekte, son bölümde ise, medya okuryazarlığı dersinin öğretimi ve karşılaşılan sorunlara ilişkin öğretmen görüşlerini içermektedir. Araştırmaya gönüllü olarak katılacak Sosyal Bilgiler öğretmenlerinin konu ile ilgili görüş ve deneyimlerine dayalı olarak toplanacak veriler bilimsel amaçlı kullanılacak ve verilerin gizliliği ilkesine sadık kalınacaktır.

Cengiz SARI
Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi,
Sosyal Bilgiler Eğitimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi

Mülakat No:

Mülakat Tarihi:.....

Kişisel Bilgiler

Cinsiyetiniz: () Kadın () Erkek

Medya okuryazarlığı dersini verip vermediği: () Evet () Hayır

Yaşınız:

En son bitirmiş olduğunuz eğitim düzeyi:

Öğretmenlikte geçen hizmet süreniz:

A. Medya okuryazarlığı dersinin amaçlarına ilişkin öğretmen görüşleri

1. Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine katılımları ve ilgileri nasıldır?
2. Bu dersin öğrencilerde, medyayı bilinçli kullanma alışkanlıkları açısından nasıl bir farklılık yarattığını düşünüyorsunuz?
 - a) Bu ders öğrencilerin medya araçlarını kullanma süreleri açısından nasıl farklılıklar yaratmaktadır?
 - b) Bu ders öğrencilerin televizyon programı seçiciliğine nasıl bir katkı sunmaktadır?
 - c) Bu ders öğrencilerin eleştiri becerilerinin gelişimi açısından nasıl bir katkı sunmaktadır?
 - d) Medya okuryazarlığı dersinin öğrencilerin internet kullanım alışkanlıklarını nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz?
3. Bu dersin öğrencilerin medya ürünü oluşturma yeterliklerine katkısı konusunda neler düşünüyorsunuz?
4. Medya okuryazarlığı dersinin öğrencileri medyanın etkilerinden koruyabilmesi konusunda neler düşünüyorsunuz?

B. Medya okuryazarlığı dersinin öğretimine ve karşılaşılan sorunlara ilişkin öğretmen görüşleri

1. Medya okuryazarlığı ders materyalinin uygulanmasında karşılaşılan sorunlar nelerdir?
2. Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olması konusunu nasıl değerlendiriyorsunuz?
3. Bu dersi işleme yönteminizi biraz anlatır mısınız?
4. Bu dersin öğretimi sırasında karşılaştığınız temel sorunlar nelerdir? Bu sorunların kaynakları konusunda görüşleriniz nelerdir?
5. Medya okuryazarlığı dersinde nasıl bir değerlendirme yapıyorsunuz? Değerlendirme ile ilgili karşılaştığınız sorunlar nelerdir?
6. Medya okuryazarlığı dersinin programdaki yeri ve süresi ile ilgili görüşleriniz nelerdir?
7. Medya okuryazarlığı ile ilgili öğretim programında güncelleme yapılacak olsa önerileriniz neler olurdu?