



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 8 Sayı: 39 Volume: 8 Issue: 39

Ağustos 2015 August 2015

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

TELEVİZYON EĞİLİMİ, ÖZDEŞLEŞME VE MEDYA OKURYAZARLIĞI KAVRAMLARININ İLİŞKİLENDİRİLMESİ: ERGENLİK DÖNEMİNDEKİ ÇOCUKLARA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA*

ASSOCIATION OF CONCEPTS OF TENDENCY TO TELEVISION, IDENTIFICATION AND MEDIA LITERACY: A RESEARCH ON CHILDREN IN ADOLESCENCE PERIOD

Fatih ERDOĞAN *

H. Tezcan UYSAL **

Ahmet ALTIN ***

Erkan SAKİ ****

Öz

Bu çalışmanın amacı, medya okuryazarlığı, özdeşleşme ve televizyon eğilimi kavramlarını ilişkilendirmek, ergenlik çağındaki çocuklarının televizyon eğilimi, özdeşleşme ve medya okuryazarlığı seviyelerini inceleyerek sosyal yapının bu kavramlar üzerindeki etkilerini saptamak, sosyal yaşantılarında değişiklik olup olmadığını tespit etmek, değişim varsa bu değişimin nasıl gerçekleştiğini yorumlamaktır. Bu amaca yönelik olarak, altıncı, yedinci ve sekizinci sınıfta öğrenim gören toplam 1133 öğrenciye kota örnekleme ile yüz yüze anket yöntemi kullanılarak anket uygulanmıştır. Bu anketlerden elde edilen veriler SPSS programı ile değerlendirilmiş, elde edilen veriler korelasyon, çoklu regresyon, One-Way Analizi ve Independent-Samples T Testleri ile analiz edilmiştir. Gerçekleştirilen analizler sonucunda, sosyal yapı ile televizyon eğilimi ve özdeşleşme arasında orta seviyede, medya okuryazarlığı arasında ise düşük seviyede anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Televizyon eğilimi ile özdeşleşme arasında orta seviyede, medya okuryazarlığı arasında düşük seviyede anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Medya okuryazarlığı ile özdeşleşme arasında da orta seviyede anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Ayrıca ergenlik çağındaki çocukların televizyon eğilimlerinin, ailelerinin gelir düzeyine göre farklılık gösterdiği ve cinsiyetlerinin de televizyon eğilimleri üzerinde farklılık yarattığı saptanmıştır. Araştırmada kurulan model sonuçlarına göre, televizyon eğilimi modelinin sosyal yapı ve medya okuryazarlığından oluştuğu, çocukların televizyon eğilimleri üzerinde sosyal yapının medya okuryazarlığına oranla daha baskın olduğu belirlenmiştir. Özdeşleşme analiz edildiğinde, özdeşleşme üzerinde sosyal yapı, televizyon eğilimi ve medya okuryazarlığı faktörlerinin etken olduğu saptanmıştır. Buna göre özdeşleşme üzerinde en fazla etkiyi yapan faktör medya okuryazarlığı olarak belirlenmiştir. Son kavram medya okuryazarlığına yönelik model çalışmasında ise medya okuryazarlığı üzerinde sadece sosyal yapı ve televizyon eğiliminin etkisinin olduğu saptanmıştır. Bu model üzerinde televizyon eğiliminin etkisinin sosyal yapıdan daha fazla olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Yapı, Medya Okuryazarlığı, Özdeşleşme, Televizyon Eğilimi, Ergenlik Dönemi.

Abstract

The aim of this research is to associate concepts of tendency to television, identification and media literacy and by examining the levels of tendency to television, identification and media literacy of children in adolescence period to identify the effects of social structure on these concepts, obtain if there is any change in their social lives and if there is change to interpret how this change occurred. Intended for this aim, total of 1133 students educated in sixth, seventh and eighth grades were applied quota sampling and face-to-face interview method. The datas obtained from these questionnaires were evaluated by SPSS programme and they were analysed by correlation, multiple correlation, One-Way analysis and Independent-Samples T Tests. At the end of applied analysis, there obtained medium level of significant relation between social structure and tendency to television with identification whereas low level of significant relation with media literacy. Also there obtained medium level of significant relation between tendency to television and identification whereas low level of significant relation with media literacy. Between media literacy and identification there obtained medium level of significant relation. Also it was obtained that tendency to television of children in adolescence period shows difference according to level of income of parents as well as their gender creates difference on their tendency of television. According to the results of model settled in research, it was identified that tendency to television model is consisted of social structure and media literacy and the social structure is more dominant than media literacy on tendency to television of children. When identification was analysed, it was found out that social structure, tendency to television and media literacy factors on identification. According to this, it was obtained that the most effective factor on identification is media literacy. In model studying regarding the last concept media literacy, it was obtained that only social structure and tendency to television has an effect on media literacy. It was also found out that on this model the effect of tendency to television is more than social structure.

Key Words: Social Structure, Media Literacy, Identification, Propensity to Television, Adolescence Period.

* Bu makale, 2013-57285381-01 nolu Bülent Ecevit Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projesinden geliştirilmiştir.

* Öğr.Gör., Bülent Ecevit Üniversitesi, ZMYO, Görsel, İşitsel Tekn. ve Medya Yap. Böl., fatih.erd.beun@gmail.com

** Sorumlu Yazar, Öğr.Gör., Bülent Ecevit Üniversitesi, ZMYO, Yön. ve Org. Böl., h.tezcanuysal@hotmail.com

*** Prof.Dr., Bülent Ecevit Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, a.altin.16@gmail.com

**** Öğr.Gör., Bülent Ecevit Üniversitesi, ZMYO, Görsel, İşitsel Tekn. ve Medya Yap. Böl., erkansaki35@hotmail.com

1. GİRİŞ

Sosyal bir varlık olan insan, sürekli bir ilişki ve iletişim içerisinde. Tabii ki bu ilişki biçimleri zamana, mekâna, toplumlara, teknolojiye vb. birçok faktöre bağlı olarak sürekli gelişim ve değişimindedir. Bu gelişim ve değişim bazen kısa zaman dilimlerinde, bazense uzun zaman dilimlerinde gerçekleşebilmekte ve bu doğrultuda insanların sosyal yaşam biçimleri, iletişim şekilleri farklılık gösterebilmektedir. Bandura (1971) sosyal öğrenme kuramında ifade ettiği gibi, insanlar çevrelerinden gördükleri birçok şeyi model almakta ve daha sonra değişimi yani öğrenmeyi gerçekleştirmektedirler. Sosyal yapının değişimi içinde medyanın ve özellikle bir medya aracı olan televizyonun yeri büyüktür. Bu paralelde televizyonun, çok fazla gelişme ve yaygınlaşma gösterdiği günümüzde, sosyal hayat üzerinde aile ve toplum kadar etkisinin olduğu düşünülebilir. Televizyondan izlenen programların garip değil de doğal olarak görülmesi, gerçekliğinden şüphenin yetersiz oluşu gibi faktörler; hangi filmlerin izleneceği, hangi kitabın okunacağı, hangi ürünün satın alınacağı, hangi radyo programının dinleneceğine kadar televizyonun birçok konuda öğrenme noktasının odağında yer almasına neden olmaktadır. Sosyal hayatın biçimlendirilmesinde önemli bir yere sahip olan televizyonun (Postman, 1994), olumlu etkileri olabileceği gibi olumsuz etkileri de olabilir. Gerek şiddet, gerek cinsellik gerekse diğer toplumsal ve bireysel etkiler, olumlu ya da olumsuz olarak karşımıza çıkabilmektedir.

Literatürde televizyonun ergenler üzerindeki özdeşleşmeye etkisini genel olarak şiddet ve buna bağlı saldırganlık olarak özetlenmektedir. Cinsel eğilimler, davranış kalıpları, kültürel değişimler vb. birçok konuda özdeşleşme, toplumu etkilediği gibi etkiye en açık ve sorunlu bir dönemde olan ergenleri de bariz olarak etkilemektedir. Bu doğrultuda, Potter (1998) tarafından "bütün anlam seçenekleri arasından nasıl ayırım yapacaklarını ve kendilerine çeşitli açılardan en faydalı olan anlamı nasıl seçeceklerini bilen; böylelikle de, medya mesajları üzerinde daha fazla kontrol gücüne sahip olan yüksek derecede medya okuryazarlarıdır" şeklinde tanımlanan medya okuryazarlığı konusu incelemeye değer bir başlık olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca, televizyonun şiddete etkileri sıralaması içinde saldırgan davranışın model alınması konusu da, önemli bir yer tutmaktadır (Potter, 1999). Gerek saldırgan davranışla özdeşleşme, gerekse diğer olumsuz özdeşleşme türleri; kimliğe karşı rol karmaşası yaşayan, etkiye en açık dönem olarak kabul edilen ve rol karmaşası problemini "onun gibi olmak" istediği kişileri arayarak çözüm bulmaya çalışan ergenlik döneminin (Erikson, 1948) incelenmesinin önemini ortaya çıkarmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, özdeşleşme, medya okuryazarlığı ve televizyon eğilimi kavramlarını ilişkilendirmek, ergenlik çağındaki çocuklarının televizyon eğilimi, özdeşleşme ve medya okuryazarlığı seviyelerini inceleyerek sosyal yapının bu kavramlar üzerindeki etkilerini saptamak, sosyal yaşantılarında değişiklik olup olmadığını tespit etmek, değişim varsa bu değişimin nasıl gerçekleştiğini yorumlamaktır. Bu amaca yönelik olarak Zonguldak ilinin Kilimli ilçesinde altıncı, yedinci ve sekizinci sınıflarda öğrenim gören öğrencilere kota örnekleme ile yüz yüze anket uygulanacak ve elde edilen veriler SPSS paket programıyla analiz edilerek değerlendirilecektir.

2. KİTLE İLETİŞİM ARACI TELEVİZYON VE TELEVİZYON EĞİLİMLERİ

Toplumsal yaşamın vazgeçilmezlerinin başında gelen kitle iletişim araçları; haber alma, eğlenme, eğitime, denetleme ve toplumsallaştırma gibi fonksiyonlara sahiptir (Taşdemir, 2002:83). Teknolojik gelişmelerin paralelinde, kitle iletişim araçlarındaki hızlı gelişme, insanların günlük yaşantılarındaki olaylara bakış açılarını değiştirmekte ve karar verme süreçlerini etkilemektedir (Kalender, 2005:106). Demokratik toplum üyelerinin gelişimi açısından da önemli etkileri olan kitle iletişim araçları, her türlü bilginin tarihin hiç bir döneminde gerçekleşmediği kadar geniş kitlelere ulaşmasında önemli bir rol üstlenmiştir (Timisi, 2003). Kamuoyu oluşturma, sosyal kontrol sağlama ve sosyal gerçekliğin oluşmasında kitle iletişim araçları içinde şüphesiz en önemli güçlerden biri, görsel ve işitsel bir araç olan televizyondur (Taylan, 2011).

Türkiye’de yayıncılık çalışmaları ilk olarak 1958 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi tarafından deneme amaçlı yapılmıştır. Düzenli olarak ilk yayınlar ise 1968 yılında Ankara’da TRT tarafından gerçekleştirilmiştir (RTÜK). Televizyon yayıncılığının ilk yılları, kamu kontrol ve denetiminin yoğun bir şekilde hissedildiği sınırlı kitlelere ulaşan sınırlı yayınları içermektedir. Televizyon yayıncılığı; teknolojik gelişmeler, yeni yayın politikaları ve de özel sektörün de yayıncılık alanına girmesiyle ciddi bir büyüme yaşamıştır (Buonanno, 2008). 20.yy’ın en önemli sosyal olaylarından biri olarak gösterilen televizyon; sosyal ve siyasi hayatın düzenine etki eden bir yapıdadır. Televizyon; okul, ibadet yerleri ve hatta aileler gibi birçok geleneksel sosyalleşme aracı ile yarışmaktadır (O’Guinn ve Shrum, 1997:278). Ailenin bir üyesi haline gelen televizyon; yaşam tarzını, aile içi iletişimi şekillendirerek, sinemaya ve tiyatroya gitme davranışını, uyku

saatlerini, hatta yemek yeme alışkanlıklarını bile belirleyen hem bir iletişim aracı hem de bir iletişim şekillendirici olarak değerlendirilebilir (Ertürk ve Gül, 2006).

Televizyon izleme, 20. yy.ın ikinci yarısı itibarıyla insan hayatında var olan davranışlardan uyuma ve çalışma gibi doğal durumlardan biri olarak hayatımıza girmiştir (Buonanno, 2008). Televizyon, psikolojik ve sosyolojik faktörlere bağlı olarak kişiler için farklı anlamlar taşıyabilir. Yalnız yaşayan bireyler için arkadaş, bazı bireyler için mutluluk kaynağı bazı bireyler için ise rahatlatma aracı olabilir (Gaunlett ve Hill, 1999). Televizyon teknolojisinin yazı, ses ve görüntünün bir arada kullanılmasını öngörmesi, gündemde olanı, rağbet edileni sunması vb. nedeniyle her kesime seslenen sınıfsız bir kitle iletişim aracı olarak görülmesine ve dolayısıyla inandırıcılığının yüksek olmasına katkı sağlamaktadır (Türkoğlu, 2003:85; Işık, 2000:70). Bu doğrultuda hem olumlu yönleri (bilgi verme-eğlendirme vb.) hem de olumsuz yönleri (şiddet, bireyselleşme, iletişimsizlik vb.) bulunmaktadır.

Televizyonun olumsuz yönleri ile ilgili birçok araştırma karşımıza çıkmaktadır. Araştırmalar televizyon etkilerine neden olan sebeplerin genel olarak reyting artırma arzusu, ideolojik yönlendirme ve ekonomik sebepler olarak karşımıza çıkmaktadır. Literatürde televizyonun olumsuz etkileri şu şekilde ifade edilmiştir; Televizyon programlarının bazılarının dış kaynaklı olması geleneksel toplumların kültürleri üzerinde yabancılaşmaya neden olmaktadır (MacBride, 1980). Televizyonun sunduğu hayal ve fantezi gerçeklik duygusuna zarar vermektedir. Bu durum ise; analiz, sentez gibi yeteneklerin körelmesi şeklinde kendini göstermektedir (Mutlu, 2005:78). Televizyonun bir başka olumsuz yönü de normal hayatta var olan ilişkilerin önüne geçmesi nedeniyle aile içi ve dışı iletişimi engelleyerek bireysel mutsuzluğa neden olmasındır (Bruni ve Stanca, 2005:5). Televizyondan izlenen programların garip değil de doğal olarak görülmesi, gerçekliğinden şüphenin yetersiz oluşu gibi faktörler; hangi filmlerin izleneceği, hangi kitabın okunacağı, hangi ürünün satın alınacağı, hangi radyo programının dinleneceğine kadar televizyonun birçok konuda öğrenme noktasının odağında yer almasına neden olmaktadır. Kısaca televizyon yaşam şeklini belirleyebilmektedir (Postman, 1994). Şüphesiz en önemli olumsuz etkiler, toplumsal etki ve şiddete yönlendirmedir.

Bazı araştırmacılar, televizyonun toplum üzerindeki etkisinin yoğunluğunu göz önüne alarak dine eşit bir kültürel güce dönüştüğüne dikkat çeker. Yani, televizyon dinin kültürel hâkimiyetine benzer bir kültürel etki uyandırmıştır. Televizyon, hayatın anlamına dair bir inanç birliği oluşturma ve doğru yaşam biçimini benimseme gibi dini ihtiyaçların giderilmesine benzer bir tatmin duygusu oluşturmaktadır (Stossel, 1997). Bu değerlendirme ilk bakışta abartılı görünse de, televizyonun toplumsal etkisi, medyanın gücü göz önüne alındığında abartılı olmayabilir. Çünkü, medya ya da televizyonun bir enformasyonu seçici özelliği ile yayınlayıp yayınlamama hususunda seçim yapabilmesi daha da ötesinde seçtiği mesajın hangi yönünü vurgulayacağı konusunda çerçeveleme yapabilmesi belirli bakış açısı ile anlatma ve sunma gücünü ortaya çıkarmaktadır (McCullagh, 2002).

Televizyon yayınlarında şiddet konusunda yapılan araştırmalara bakıldığında, çalışmaların sonucunda şiddet içerikli yayınların izleyicilerde saldırganlık düzeyini artırdığı konusunda araştırmacıların bir fikir birliği sağladığı görülmektedir (Murray, 2008; Işiker, 2011). Hilde Himmelweit ise televizyonda şiddet izleme ve daha fazla saldırgan davranışlar arasında bir ilişki bulunmadığını ortaya koymuştur. Aksine faydalı olduğunu bu yayınların duygusal açıdan rahatsız çocuklarda saldırganlığa neden olduğunu ifade etmiştir (Işiker, 2011).

“Amerikan televizyonlarında şiddet yıllardır yer almaktadır. Geçtiğimiz 20 yılda, prime time yayınlarda televizyonda gösterilen şiddetin oranı saatte 5-6 olay civarındadır. Oysaki bu oran Cumartesi sabah çocuk programlarında saatte 20-25 olaydır. Televizyon şiddetinin saldırgan davranışlara yol açtığı ve sorunların çözümünde saldırganlığın kullanılmasına yönelik değerleri ektiğini gösteren açık kanıtlar vardır” (Murray, 2008). Psikolog Serap Alptekin’e (2015) göre; “Şiddet ve saldırganlık izlemek ya da sergilemek, rahatlama veya boşalmaya neden olmaz; bilakis şiddet şiddeti, öfke öfkeyi doğurur”. Gerek şiddet, gerek cinsellik gerekse diğer toplumsal ve bireysel etkiler, olumlu ya da olumsuz olarak karşımıza çıkabilir. Araştırma konusuna paralel olarak, televizyonun şiddete etkileri sıralaması içinde saldırganlık davranışını model alma konusu da önemli bir yer tutmaktadır (Potter, 1999; Morgan, 2002; Signorielli, 2005).

3. ÖZDEŞLEŞME KAVRAMI

Özdeşleşme ile ilgili literatür incelendiğinde, antik Yunanda Sokrates, Platon ve Aristo gibi filozoflar karşımıza çıkmaktadır ve özdeşlik kavramı sosyolojinin ve toplumsal psikolojinin en önemli kavramlarından birisidir (Puusa ve Tolvanen, 2006:29). Freud’un (1948) hastalarıyla gerçekleştirdiği iletişim sonucu, bireyin anne babasını model alarak kimliğini oluşturmaya çalıştığı süreç olarak tanımladığı bir kavramdır. Çocuk ‘ideal ben’ problemini halletmek için kendini düzenleme örnek alma konumuna geçmektedir (Freud, 1948). Birey örnek alacağı kişinin onayını alma sürecinde grubun görüşlerinin değil

gruptaki kişilerle ilişkilerini göz önüne almaktadır. Değer verdiği kişilerin tepkileri bu süreçte önemli olmaktadır (Kelman, 1961).

Sosyal öğrenme kuramına (Skinner, 1953; Bandura, 1971) göre ise, kişinin diğer davranışları gözleyerek taklit ve modelleme yapması şeklinde kendini gösterir. Öğrenme, kişinin etkileşim yaşadığı kişi ya da kurumlara bağlı olarak gerçekleşir. Bandura'nın yaptığı çalışmalara göre kişilik gelişiminde kişi model aldığı-alacağı kişilikleri izler, öğrenir ve taklit eder. Bandura bu modelleme konusunda televizyon ve şiddet arasında da ilişkinin olduğunu tespit etmiştir. Sosyal öğrenme teorisi ile yakından ilişkisi olan bir başka teori ise modelleme teorisidir. Bu teoriye göre ise kişi-çocuk vs. gözlem-iletişim-etkileşim aracılığıyla gördüğü davranışları ilk olarak görür, daha sonra tanımlar, üçüncü aşamada hatırlar ve yeniden üretir. Son aşamada ise bu davranışa eklemeler yaparak yeni bir davranış ortaya çıkarır (Öztürk, 2007). "Çocuklar ve ergenler, model alma ve sosyal öğrenme yolu ile televizyonda izledikleri diyalogları, sözleri, tutum ve davranışları taklit eder ve öğrenirler. Televizyondaki program ve dizilerdeki kahramanlarla özdeşleşerek, onlar gibi konuşmaya, onlar gibi davranmaya, onlar gibi var olmaya öykünürler" (Alptekin, 2007).

9-11 ile 17-18 yaşlarına kadar görülebilen ergenlik dönemi hızlı fiziksel, zihinsel ve sosyal-duygusal değişimlerin yaşandığı ve bu değişimlere bağlı olarak stres, kaygı gibi belirtilerin görüldüğü dönemdir (Sayıl, Yılmaz ve Uçanok, 2002:48). Diğer bir ifadeyle, diğer gelişim dönemlerine kıyasla daha sorunlu bir dönem olarak değerlendirilen ergenlik dönemi, çocukluktan yetişkinliğe geçiş olarak ele alınmaktadır (Graber vd., 1996). Sosyal gelişim ve uyum yılları olarak da değerlendirilen ergenlik dönemi, Holingsheat tarafından bireyin yaşadığı toplum tarafından çocuk olarak görülmediği ancak yetişkin statüsü de vermediği dönemdir şeklinde tanımlanmıştır (Yavuzer, 1982:84).

3.1. Ergenlik Dönemindeki Televizyon Eğiliminin Özdeşleşmeyle İlişkisi

Genel olarak ergenlik dönemi; biyolojik, psikolojik ve sosyal gelişim açısından değişimlerin olduğu dönemdir ve üç evreye ayrılır. Erken ergenlik evresi, 12-14 yaş dönemini kapsayan fiziksel ve davranışsal değişimlerin olduğu evredir. 15-18 yaş aralığını kapsayan ve bağımsızlaşmanın baş gösterdiği evreye ise orta ergenlik evresi denir. Geç ergenlik evresi ise 18 yaş itibari ile başlar ve kimlik bütünlüğüne erişim ile son bulur (Derman, 2008). Ergenlik döneminin gerek biyolojik gerekse psikososyal değişim görevi kısaca kimlik görevi (Erikson, 1968) beklentilerin artmasına yani ergenin sorumluluk almasına neden olur. Bu sorumluluk ile baş edemeyen ergenlerde bir takım ruh sağlığı sorunları olabilir (Dereboy, 1993; Eskin, 2000). Ergenlik döneminde en sık görülen ruhsal bozukluklar depresyon, anksiyete bozuklukları olarak tespit edilmiştir (Bernstein, 1991; Freeman vd., 2002). Erikson'a göre bu dönemdeki temel problem kimliğe karşı rol karmaşasıdır. Ergen bir yandan sosyal beklentilerle, bir yandan da hızlı biyolojik gelişimle baş etmeye çalışır. Düşünsel ve duygusal yönden birçok değişime uğrayan ergen (Aydın, 2004), Erikson'un kimliğe karşı rol karmaşası probleminde karşı "onun gibi olmak" istediği kişileri arayarak çözüm bulmaya çalışır. Bunun çözümü olarak ise, gençlik çağına özgü ruhsal yapı içinde aile bireylerinden başlayarak kitle iletişim araçlarına kadar genişleyen çerçevede ergenin istemli ya da istemsiz benimsediği, özümlediği davranış tutum ve eylemlerden oluşan özdeşleşme karşımıza çıkar (Yavuzer, 1982).

Ergenlik dönemindeki özdeşleşme incelendiğinde; bu dönemdeki çocukların, anne babadan ve diğer yetişkinlerden bağımsızlaşmaya çabalarken özdeşim kuracakları farklı modeller aradıkları görülmektedir (Öktem, Sayıl ve Özen, 2006:15). Akran ilişkileri bu dönemde model konusunda önemli bir yer tutar, aynı şekilde televizyon da bu yönde etki gösterir. Bu etki olumlu ya da olumsuz olabilir. Kurtlar vadisi dizisindeki "Polat" karakterinin olumsuz olduğu düşünülürse, TRT'de bir dönem yayınlanan "Beyaz Bölge" dizisinin basketbol gibi bir sporu özendirme olumlu bir özdeşlik olarak gösterilebilir (Thamel, 2010).

3.2. Özdeşleşmenin Televizyon Eğiliminden Kaynaklı Şiddet Arzusu İle İlişkisi

Kitle iletişim araçlarının sunduğu olumsuz davranışlar; örneğin şiddet ve saldırganlık çocuklar tarafından model alınarak taklit edilebilmektedir. Özellikle şiddet davranışının daha sıklıkla ortaya çıktığı ergenlik döneminde, saldırganlık ve şiddet gibi olumsuz davranışların gerçek olmadığı düşünülse bile, bu eylemleri takip eden çocukların şiddeti ve ya diğer olumsuz davranışları taklit edebileceği unutulmamalıdır (Öktem, 2003:40). Çocukların özdeşleştiği karakterlerin davranışları, sorun çözme şekilleri, duygu halleri, tipleri ve hatta yürüyüşlerinden konuşma biçimlerine kadar hafızalarına derin bir şekilde yerleşmektedir. Hafızaya kaydedilen bu bilgi özdeşleştiği karakterin davranışı ile paralel olarak davranışa dönüşür. Eğer çocuk şiddet eğilimli bir model ile özdeşleşirse saldırgan davranış sergileme olasılığı daha yüksek olur (Öngören ve ark., 1994).

"Televizyon yayınlarında, özellikle sosyal öğrenme kuramının ortaya koyduğu 'çocuğun televizyondaki karakteri kendisine model aldığı ve karakterin davranışlarını gözlemleyerek yeni davranışlar öğrendiği' görüşünün ve uyarma kuramının da şiddet açısından çocukta yaratacağı etkinin dikkate alınması

gerektiği değerlendirilmektedir” (İrkin, 2012:69). Bandura’nın 1965 yılında yaptığı deneyde üç grup çocuğa üç ayrı film izlettirilmiştir. İzlettirilen filmlerde şiddet davranışın şekli ve sonucu çocukların davranışlarını değiştirmiştir (Arı, 2008:192). Yapılan deneye paralel olarak çocuklarda, modelin davranışının onaylanması dolaylı pekiştirici olarak algılanmasına ve dolayısıyla davranışın taklit edilme ihtimalinin artmasına neden olmuştur. Modelin filmlerde ceza alması ise dolaylı ceza olarak algılanmış ve çocuğun saldırganlık davranışını sergileme ihtimalini düşürmüştür (Çöloğlu, 2010:72). Ayrıca karakterlerin ilgi çekici, güçlü, sempatik, komik, zeki vb. şekilde sunulması, çocuğun bu karakterleri taklit etme olasılığını daha güçlü hale getirmektedir (Çöloğlu, 2010:86).

Birçok araştırma televizyonun çocukları şiddet ve cinsellik yönünde etkilediğini ortaya koymuştur. Şiddetin etkisi incelendiğinde karşımıza saldırganlık, duyarsızlaşma ve korku çıkmaktadır. Şiddet sahnelerinin izlenmesi demek saldırganlık davranışlarının artması demektir (KFF, 2003). 3.000’den fazla çalışmayı gözden geçiren Paik ve Comstock, medyada şiddete maruz kalmanın sonucu olan saldırganlığı artıran ve şiddet içeren programların birtakım özelliklerine ilişkin bazı değişkenleri belirlemiştir. Bu değişkenlerin içinde konuyla bağlantılı olarak “saldırgan davranan modelin ödüllendirilmesi veya eksik cezalandırılması” dikkat çekmektedir (RTÜK, 2006). Türk Psikologlar Derneği, televizyon yayın incelemeleri sonrası “Şiddete maruz kalma ya da izleme sonucunda, bu tür davranışların model alma yolu ile öğrenildiği ve şiddet içeren davranışların frekansının arttığı bilinmektedir.” şeklinde değerlendirmede bulunmuştur (RTÜK, 2006). Televizyonun etkileri üzerine 1980 yılına kadar İngiltere’de yapılan araştırmalar ve yayınlara göre, televizyonun olumsuz etkilerinin başında şiddet ve saldırganlığın geldiği ve abartılmış bu şiddet sahnelerinin özellikle çocuklar için olumsuz rol model oldukları tespit edilmiştir (Baltaş, 1997:8).

4. MEDYA OKURYAZARLIĞI KAVRAMI VE ELEŞTİRELLİK

İngilizce “media literacy” sözcüğünden dilimize çevrilen medya okuryazarlığı, medyanın ürettiği mesajlara ulaşma, bu mesajları çözümüleme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (RTÜK, 2015). Elizabeth Thoman’a göre ise, yalnızca gelen medya iletilerini okumayla sınırlı olmayan aynı zamanda yeni medya ürünü yaratma sürecini de kapsayan bir harekettir (İnceoğlu, 2007:4). Avrupa Birliği’ne göre medya okuryazarlığı, tüm medya ürünlerine erişme, onları çözümüleme ve değerlendirme yeteneğidir (Pekman, 2006:18). 1992 yılındaki Ulusal Medya Okuryazarlığı Öncülük Konferansı’nda ise medya okuryazarlığı, “çeşitli biçimlerde mesajlara ulaşma, analiz etme, değerlendirme ve iletme yeteneğidir” şeklinde tanımlanmıştır (Aufderheide, 1993). Nurçay Türkoğlu’na göre ise, medya okuryazarlığı bir yetenek, beceri kazanmakla sınırlı değildir. “Eleştirel ve demokratik yurttaşlık” çerçevesinde medya okuryazarlığı kavramının yalnızca “araçsal ve işlevsel” bir ihtiyacı değil, eleştirel aklın gerekliliğini ifade ettiğini vurgulamıştır (Türkoğlu, 2007:277). Medya okuryazarlığının anlamlandırma pratiği ile sınırlı olmadığını vurgulayan Andrew Hart’a göre medya okuryazarlığı, “medya mesajlarının nasıl işlediğinin, kişisel deneyimlerden ve birbirlerinden nasıl ayrıldıklarının anlaşılması, medya mesajlarının baskın tarzlarının öğrenilmesi ve gerektiğinde kullanılması demektir” (Hart, 1991:9).

Medya okuryazarlığı ile ilgili uzmanlar, medya okuryazarlığını sürekli bir bütün olarak (Potter, 1998; Thoman, 2003), sadece bir ders olarak değil hayat boyu gerekli olacak bir yetenek olarak değerlendirmektedirler (Considine, 1999). Masterman, medya ile tanışmanın okul öncesinde başladığını ve okul döneminden sonra da son bulmayacağını belirterek, medya ile ilgili eğitimin hayat boyu sürmesi için, eğlendirici ve başarılı bir şekilde verilmesinin zorunlu olduğunu belirtmiştir (Masterman, 2001). Bu alandaki bir başka yazar olan Potter da medya okuryazarlığı ile ilgili “bütün anlam seçenekleri arasından nasıl ayırım yapacaklarını ve kendilerine çeşitli açılardan en faydalı olan anlamı nasıl seçeceklerini bilen; böylelikle de, medya mesajları üzerinde daha fazla kontrol gücüne sahip olan yüksek derecede medya okuryazarlarıdır” (Potter, 1998:5) şeklinde değerlendirmede bulunmuştur.

Medya okuryazarlığı ile ilgili en önemli hususlardan biri de kişinin eleştirel olmasına katkı sağlamasıdır. Medya okuryazarı olması beklenen kişi ve ya kişiler medya iletilerini eleştirel olarak çözümüleme sürecine girmekle kalmayıp aynı zamanda kendi mesajlarını üretmeye başlayacaktır. Bu değerlendirme, medya okuryazarı olan kişinin medyadan gelen iletileri eleştirel bir bakış açısıyla okumasına ve bu anlamda donanmasına ve kendi mesajlarını üretecek konuma gelmesine işaret etmektedir (Türkoğlu, 2007:42). Ayrıca medya okuryazarlığı becerisi, medya iletilerine üstten bakıp analiz ve sentez gücüne ulaşmaya ve bu doğrultuda karmaşık medya mesajlarına karşı kişisel ve kamusal kontrol kapasitesine ulaşmaya işaret etmektedir (Peker, 2009:129).

4.1. Medya Okuryazarlığı Eğitimi ve Önemi

Medyanın ve özellikle televizyonun etkisi karşısında medya okuryazarlığı bir gereklilik ve belki de çözüm olarak görülmüş ve bu paralelde medya okuryazarlığının okullarda eğitiminin verilmesi tartışılmıştır. Bu doğrultuda dünyanın gelişmiş birçok ülkesinde ya doğrudan müfredata konmuş ya da ilgili

derslerin içinde eğitimi verilmeye başlanmıştır (RTÜK, 2015). Medya eğitimi konusunda, medya mesajlarına karşı tüketicinin pasif konumda olduğunu ve korunması gerektiğini ileri süren korumacı yaklaşım ve bu yaklaşımın aksine aktif izleyici vurgusu yapan eleştirel yaklaşım olmak üzere iki yaklaşım karşımıza çıkmaktadır (Çetinkaya, 2008:48). Literatür incelendiğinde medya okuryazarlığı eğitimi konusunda eleştirel yaklaşımın bu eğitim için daha uygun olduğu yönünde görüşler karşımıza çıkmaktadır. Hart, medya okuryazarlığı eğitiminin medya kullanıcılarını daha aktif ve daha eleştirel bir konuma getireceğine vurgu yapar (Hart, 1991). Altun da Hart gibi aynı doğrultuda medya okuryazarlığı eğitiminin sorgulayıcı bir bakış açısı kazandıracığı yönünde değerlendirmede bulunmuştur (Altun, 2007). Medya mesajlarının olumlu-olumsuz, taraflı-tarafsız, zararlı-faydalı vb. olarak ayırt edilebilmesinin temel yolu eleştirel bir biçimde değerlendirilmesidir. Bu paralelde UNESCO'nun Medya Eğitim Bildirgesi'nde (1982), medya kullanıcılarının eleştirel olabilmeleri için, okul öncesinden yükseköğretime hatta yetişkin eğitimine kadar kapsamlı medya eğitim sürecinden geçmesi gerekir önerisi örnek teşkil etmektedir (Binark ve Bek, 2007:28). Eleştirel düşünce oluşturmanın temel şartı medya okuryazarlığı öğretimi ile gerçekleşir. Araştırmalara bağlı olarak medya okuryazarlığı faaliyetlerinin, gençlerin düzenli olarak gazete okumalarına katkı sağladığı görülmektedir. Öğrenciler özellikle internet teknolojisinin gelişmesiyle bilgi yığını ile karşı karşıya kalmıştır. Medya okuryazarlığı öğretimi bu bilgi yığını içinde doğru seçimler yapmalarına katkı sağlamıştır (Kubey 2002:4). Medya okuryazarlığı eğitiminin bu katkıları olmasına rağmen, ülkelerin eğitim sistemlerindeki sıkıntılar, medya eğitimi içindeki eleştireliliğin sistemi tehdit etmesi vb. nedenlerden dolayı medya okuryazarlığı eğitimi yeterince gelişmemiştir (Binark ve Bek, 2007:54).

Medyanın yelpazesinin genişlemesi medya okuryazarlığı eğitiminin de genişlemesine neden olmuştur. Başlangıçta 'gazete nasıl okunmalı?' sorunsalı üzerinde duran medya okuryazarlığı eğitim içeriği, zamanla sinema ve televizyonun hayattaki etkisinin artmasıyla birlikte özellikle sinema ve televizyondaki şiddet, suç gibi gençleri etkileyebilecek olan olumsuz davranışlara doğru yönelmiştir. UNESCO bu doğrultuda "ekran eğitimi", "film çalışmaları", "medya çalışmaları", "medya eğitimi" gibi konferanslar düzenlemiştir (İnceoğlu, 2007:25).

Medya okuryazarlığı dersinin amacı;

"Bu kapsamda medya okuryazarlığı dersi ile medya iletilerine ilişkin farkındalık düzeyi yüksek; medyadaki olay, olgu ve içeriklere eleştirel yaklaşabilen; aynı zamanda karar alıp medya süreçlerinde yer alabilen; sorumlu ve etik davranan; İnsan Haklarının ve Çocuk Haklarının (istismarının önlenmesi ve katılım) bilincinde; evrensel ve yerel değerlere saygılı medya okuryazarı bir birey yetiştirme vizyonu etrafında; medya kültürüne sahip, medyaya erişim ihtiyacı duyan, medyayı anlama (çözümleme ve değerlendirme) çabası gösteren, medya üretme bilinci ile davranan, medya ve yarın için uygun hedefler ve tasarımlar geliştiren, medya tüketimi ve üretimine ilişkin davranış ve becerileri kazanmış bireyler ve bu donanımlarla örümlü bir toplum oluşturmak amaçlanmıştır" (RTÜK, 2015).

Medya okuryazarlığı dersinin hedefi;

"Medya okuryazarlığı, medya mesajlarının doğru algılanması, eleştirel bir bakış açısıyla alınabilmesi, gerçeklik-kurgusal ayrımının yapılabilmesi, medyanın sunduğu dünyanın gerçeğin kendisi olmayabileceğinin anlaşılması, medyanın yönlendirme ve yönetme fonksiyonlarının olduğunun farkına varılabilmesi, mesajı gönderenlerin kendi düşüncelerini empoze etme gayreti içinde olabileceklerinin değerlendirilmesi gibi hedefleri içermektedir. Yani medya okuryazarlığı, kaynağı her ne olursa olsun, bilgiyi değerlendirip onu yerinde kullanabilen bireyler olmayı, böyle bireyler yetiştirmeyi hedeflemektedir" (RTÜK, 2015).

"Medya okuryazarlığı dersi ile öğrencilerden yazılı, görsel ve işitsel medyaya ek olarak kavrayarak eleştirel bakış açısı ile çözümlemeler, değerlendirmeler yapmaları ve kendi iletilerini üretmeleri beklenir. Bu doğrultuda öğrencilerde gelişmesi beklenen beceriler şunlardır:

- Medya olgusunu ve zaman içindeki değişimi ile bunun bireysel ve toplumsal yaşama yansımalarını kavrama.
- Medya iletilerinin üzerinde düşünülebileceğini fark etme.
- İhtiyaç duyduğu doğru ve geçerli bilgiye farklı medya araçlarını etkin şekilde kullanarak erişme.
- Medya iletilerini biçimsel ve içerik özellikleri bakımından çözümleme.
- Medya iletilerini toplumsal, kültürel, ekonomik, politik bağlamları çerçevesinde değerlendirme.
- İnsan hakları, sorumluluk, etik, mahremiyet, kişisel güvenlik konularını dikkate alarak etkili ve özgün iletiler oluşturma (RTÜK-MEB, 2013:3).

4.2. Türkiye'de Medya Okuryazarlığı

Batılı ülkelerde son otuz yılda yaygın bir gelişme gösteren medya okuryazarlığı eğitimi Türkiye'de 2000 yılından sonra görüşülmeye başlanılmış bir konu olarak daha yenidir. Türkiye'de medya okuryazarlığı

eğitiminin verilmesi ile ilgili gelişmelerin başına, gelişen iletişim teknolojilerine paralel olarak başta televizyon ve internet yayınlarındaki şiddet ve bunların yansımalarının yoğunluğunun farkına varılması ile, 2004 yılında ülkemizin önde gelen kamu kurumlarının, sivil toplum örgütlerinin ve üniversitelerinin temsil edildiği Şiddeti Önleme Platformunda, Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun ilköğretim okullarında medya okuryazarlığı derslerinin okutulmasını önermesi gösterilebilir (RTÜK, 2015). 23-25 Mayıs 2005 tarihlerinde, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından Türkiye’de ilk kez düzenlenen Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı’nda Radyo ve Televizyon Üst Kurulu adına Gülden Treske, “Medya Okuryazarlığı: Neden Gerekli” başlıklı bildirisini sunmuştur. Konferanstan bir yıl kadar sonra, “İlköğretim Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı” 31.08.2006 tarihinde MEB Talim ve Terbiye Kurulunda görüşülerek kabul edilmiştir. 2006-2007 öğretim yılında medya okuryazarlığı dersi pilot uygulaması, beş pilot ilköğretim okulunda, 7.sınıflarda hizmet içi eğitim verilen Sosyal Bilgiler öğretmenlerince zorunlu seçmeli ders olarak okutulmuştur (RTÜK, 2008). 2014-2015 eğitim-öğretim dönemine kadar medya okuryazarlığı eğitimi “medya tanıtımı” kapsamında kaldığı için, RTÜK-MEB işbirliği ile yeni öğretim programı devreye girmiştir. Yeni öğretim programı ile medya tanıtımı yerini eleştirel düşünceye bırakmıştır

2006 yılında yapılan öğretim programı medya araçlarının tanıtımına odaklanan ve ağırlıklı olarak bilgi aktarımını öne çıkaran yapıdaydı. Bu durum öğrencilerin asıl ihtiyacı olan uygulamayı öğrenmemekteydi. Yeni öğretim programı ile medya okuryazarlığı, ailede başlayan ve hayat boyu devam eden bir süreci ifade eden bir beceri olarak görülmeye başlanmıştır. Yeni program ve materyali 4 temel beceriyi eğitim-öğretimin odak noktasına yerleştirmiştir. Bunlar erişim, çözümleme, değerlendirme ve üretimdir. Bu becerilerden erişim, gençlerin medya araçlarına ulaşmalarını ifade eder. İkinci beceri olan çözümleme ise, ulaştıkları araçların sorgulanması, eleştirel bir gözle irdelenmesini içerir. Değerlendirme becerisinde ise, çözümlenen iletilerin çeşitli ilkelere bağlı olarak değerlendirilmesi karşımıza çıkar. Son beceri olan üretim becerisinde ise kendi ürünlerini ortaya koyabilmeleri esastır. Yeni materyal ile bu becerileri geliştirebilecek uygulamaya dönük üniteler ile medya okuryazarlığı materyali yeni ve olması gereken bir görünüm kazanmıştır (RTÜK, 2015).

5. ERGENLİK DÖNEMİNDEKİ ÇOCUKLARA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

5.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı, özdeşleşme, medya okuryazarlığı ve televizyon eğilimi kavramlarını ilişkilendirmek, ergenlik çağındaki çocuklarının televizyon eğilimi, özdeşleşme ve medya okuryazarlığı seviyelerini inceleyerek sosyal yapının bu kavramlar üzerindeki etkilerini saptamak, sosyal yaşantılarında değişiklik olup olmadığını tespit etmek, değişim varsa bu değişimin nasıl gerçekleştiğini yorumlamaktır. kilimli ilçesinde bulunan Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı 9 okulda öğrenim gören altıncı, yedinci ve sekizinci sınıf öğrencilerine yönelik bir araştırma gerçekleştirilmiştir

Bu araştırma, ergenlik çağındaki çocuklarının televizyon eğilimlerini, özdeşleşme düzeylerini ve medya okuryazarlığı algılarını incelemesi bakımından ve bu dönemdeki çocukların arkadaşlarıyla oluşturdukları ilişkilerin, sosyal faaliyetlerinin ve yaşayış biçimlerinin bu kavramlar üzerindeki etkisini analiz etmesi açısından önem taşımaktadır.

5.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırma okuyan altıncı, yedinci ve sekizinci sınıfta okuyan öğrencileri kapsamaktadır. Araştırmanın amacı gereği, ergenlik çağındaki çocukları incelemesi sebebiyle sadece bu dönemde bulunan çocukları kapsamaktadır. Diğer yaş grupları ise araştırma kapsamında değildir.

Araştırmanın Varsayımları

Araştırma aşağıdaki varsayımlara bağlı olarak gerçekleştirilmiştir;

- Araştırmaya katılan öğrencilerin, kendilerine yöneltilen soruları gerçeği yansıtacak şekilde cevaplandığı varsayılmıştır.
- Araştırmaya katılan öğrencilerin, televizyon izleme eğilimlerini değerlendirirken objektif olduğu varsayılmıştır.
- Araştırmaya katılan öğrencilerin, sosyal yapılarını değerlendirirken objektif olduğu varsayılmıştır.
- Araştırmaya katılan öğrencilerin, medya okur yazarlığı düzeyini değerlendirirken objektif olduğu varsayılmıştır.
- Araştırmaya katılan öğrencilerin özdeşleşme düzeylerine çevresel faktörlerin etkisinin sınırlı olduğu varsayılmıştır.

5.3. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırma evrenini; ergenlik çağındaki çocuklar oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise

Zonguldak ilinin Kilimli ilçesinde bulunan ergenlik çağındaki çocuklar oluşturmaktadır. Araştırmada olasılıklı olmayan araştırma yöntemlerinden kota örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Anketin gerçekleştirilmesi için gidilen okullarda 1204 öğrenciden 1133 öğrencinin mevcut bulunduğu saptanmış ve araştırma bu öğrenciler üzerinde uygulanmıştır.

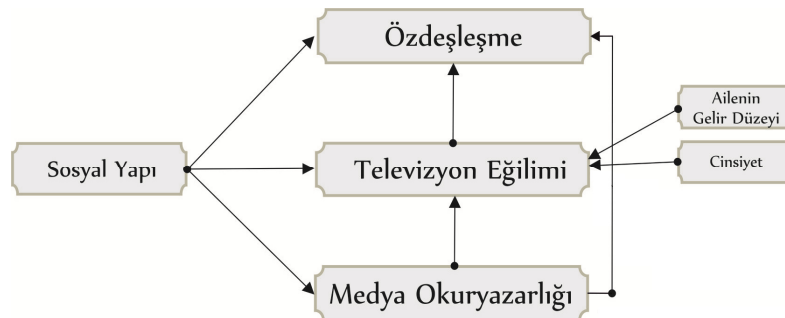
Okulun Adı	6. 7. ve 8. Sınıf Öğrenci Sayısı	Tabaka Ağırlığı	Örnekleme Seçilecek Öğrenci Sayısı	Örnekleme Giren Öğrenci Sayısı
Çatalağzı Ortaokulu	135	135 / 1204 =0,112	0,112*1200 = 135	128
Başöğretmen Şükrü Yavuz Ortaokulu	165	165 / 1204 =0,137	0,137*1200 = 164	156
Kilimli 100. Yıl Ortaokulu	166	166 / 1204 =0,138	0,138*1200 = 165	153
Kilimli Cumhuriyet Ortaokulu	146	146 / 1204 =0,121	0,121*1200 = 145	140
İsmet İnönü Ortaokulu	149	149 / 1204 =0,124	0,122*1200 = 148	142
Kilimli Madenciler Ortaokulu	52	52 / 1204 =0,043	0,043*1200 = 52	48
Mehmet Akif Ersoy Ortaokulu	130	130 / 1204 =0,108	0,108*1200 = 130	123
Işıkveren Ortaokulu	122	122 / 1204 =0,101	0,101*1200 = 122	117
Ziya Gökalp Ortaokulu	139	139 / 1204 =0,115	0,115*1200 = 139	126
TOPLAM	1204		1200	1133

5.4. Araştırmanın Veri Toplama Metodu

Araştırmada anket tekniği kullanılmış olup, hazırlanan anketler Zonguldak ilinin Kilimli ilçesinde bulunan dokuz okuldaki altıncı, yedinci ve sekizinci sınıf öğrencilerine yüz yüze anket yöntemiyle uygulanmıştır. Anket içerisinde 5'li Likert tipinde ölçekler kullanılmıştır. Anket içerisindeki özdeşleşmişlik, medya okuryazarlığı, televizyon eğilimi ve sosyal yapıyı ölçen ölçekler araştırmacılar tarafından özel olarak geliştirilmiştir.

5.5. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın modeli tarama modelidir. Araştırmanın bağımsız değişkeni sosyal yapıdır. Özdeşleşme bağımlı değişken, televizyon eğilimi ve medya okur yazarlığı ise hem bağımlı hem de bağımsız değişkendir.



Şekil 1: Araştırmanın Kavramsal Modeli

Araştırmanın Hipotezleri;

H_{1a}: Ergenlik çağındaki çocukların sosyal yapısı ile televizyon eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1b}: Ergenlik çağındaki çocukların sosyal yapısı ile özdeşleşme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1c}: Ergenlik çağındaki çocukların sosyal yapısı ile medya okuryazarlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

vardır.

H_{1d}: Ergenlik çağındaki çocukların televizyon eğilimleri ile özdeşleşme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1e}: Ergenlik çağındaki çocukların televizyon eğilimleri ile medya okuryazarlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1f}: Ergenlik çağındaki çocuklarda özdeşleşme ile medya okuryazarlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1g}: Ergenlik çağındaki çocukların ailesinin gelir düzeyi ile televizyon eğilimi arasında anlamlı bir fark vardır.

H_{1h}: Ergenlik çağındaki çocukların cinsiyeti ile televizyon eğilimi arasında anlamlı bir fark vardır.

5.6. Araştırma Verilerinin Analizi

Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirilirken, istatistiksel analizler için SPSS 20.0 programı kullanılmıştır. Araştırma verilerinin güvenilirliğinin tespitinde güvenilirlik analizi yapılmıştır. Araştırmada değişkenler arasındaki ilişkiyi, ilişkinin yönünü ve etkileri saptamak amacıyla korelasyon analizi ve regresyon analizi, değişkenler arasındaki farklılık durumlarını saptamak amacıyla da One-Way Analizi ve Independent-Samples T Testi kullanılmıştır.

5.6.1. Güvenilirlik Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliğinin test edilmesinde alfa katsayısından (Cronbach alfa) yararlanılmıştır. Güvenilirlik analizi sonucunda alfa katsayısı 0,703 çıkmıştır (Bkz. Tablo 1).

Tablo 1: Güvenilirlik

Cronbach's Alpha	N of Items
,703	41

5.6.2. Korelasyon Analizi

Pearson Korelasyon katsayısı (r), iki değişkenin doğrusal ilişkisinin yönünün ve şiddetinin ölçümünde kullanılmaktadır. Araştırmada bağımsız değişkenler ile bağımlı değişkenler arasındaki korelasyon analizine (Pearson korelasyon) ilişkin sonuçlar Tablo 2'deki gibidir.

Tablo 2: Korelasyon Tablosu

		(1)	(2)	(3)	(4)
<i>Medya Okuryazarlığı (1)</i>	Pearson Correlation	1			
	Sig. (2-tailed)				
<i>Sosyal Yapı (2)</i>	Pearson Correlation	0,104	1		
	Sig. (2-tailed)	0,000		1	
<i>Televizyon Eğilimi (3)</i>	Pearson Correlation	0,136	0,353	1	
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		1
<i>Özdeşleşme (4)</i>	Pearson Correlation	0,373	0,316	0,302	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	

Gerçekleştirilen korelasyon analizi sonucunda; ergenlik çağındaki çocukların medya okuryazarlığı ile sosyal yapısı arasında arasında (r=0,104) ve televizyon eğilimleri arasında (0,136) düşük seviyede anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Medya okuryazarlığı ile özdeşleşme düzeyleri arasında ise orta seviyede (r=0,373) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca televizyon eğilimleri ile sosyal yapıları arasında orta seviyede (r=0,353) ve özdeşleşme düzeyleri ile sosyal yapıları arasında orta seviyede (r=0,316) anlamlı bir ilişki saptanmıştır.

5.6.3. Regresyon Analizi

Regresyon analizi, bir ya da birden fazla bağımsız değişkenin bir bağımlı değişken üzerindeki etkisini değerlendiren istatistiksel bir analizdir.

5.6.3.1. Televizyon Eğiliminin Modellenmesine Yönelik Regresyon Analizi

Bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkiyi inceleyen regresyon modelinin istatistiksel anlamda geçerli olabilmesi için, ANOVA^b tablosunda yer alan F'nin istatistiksel anlamlılık değerlerinin 0.05'ten küçük (p<0.05) olması gerekmektedir.

Tablo 3: ANOVA^b

	Model Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	F	p
Regression	1103,976	551,988	87,551	,000
Residual	7124,375	6,305		
Total	8228,351			

Tablo 3'de kurulacak regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu anlaşılmaktadır (Sig.=0,000). Model özeti tablosu aşağıda verilmiştir (Bkz. Tablo 4).

Tablo 4: Model Özeti Tablosu

R	R Kare	Düzeltilmiş R Kare
,336	,134	,133

R kare, modelin açıklama gücünü ifade etmektedir. Buna göre ergenlik çağındaki çocukların televizyon eğilimlerindeki değişimin %13'ünü medya okuryazarlığı ve sosyal yapı değişkenleri açıklamaktadır.

Tablo 5: Regresyon Analizi Sonucu

	β	T	p
Sabit	7,970	12,973	,000
Sosyal Yapı	,281	12,291	,000
Medya Okuryazarlığı	,070	3,591	,000

Tablo 5'te yer alan verilerden ergenlik çağındaki çocukların televizyon eğilimlerinin alabileceği değer aşağıdaki şekilde formüle edilebilir;

$$"Televizyon Eğilimi = 7,970 + (0,281 \times Sosyal Yapı) + (0,070 \times Medya Okuryazarlığı)"$$

Modelde; ergenlik çağındaki çocukların sosyal yapılarındaki 1 birimlik artışın televizyon eğilimleri üzerinde 0.281 birimlik bir artışa, medya okuryazarlıklarındaki 1 birimlik artışın ise 0.070 birimlik bir artışa sebep olduğu anlaşılmaktadır.

5.6.3.2. Özdeşleşmenin Modellenmesine Yönelik Regresyon Analizi

Bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkiyi inceleyen regresyon modelinin istatistiksel anlamda geçerli olabilmesi için, ANOVA^b tablosunda yer alan F'nin istatistiksel anlamlılık değerlerinin 0.05'ten küçük ($p < 0.05$) olması gerekmektedir.

Tablo 6: ANOVA^b

	Model Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	F	p
Regression	3966,807	1322,269	122,027	,000
Residual	12233,675	10,389		
Total	16200,482			

Tablo 6'da kurulacak regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu anlaşılmaktadır (Sig.=0,000). Model özeti tablosu aşağıda verilmiştir (Bkz. Tablo 7).

Tablo 7: Model Özeti Tablosu

R	R Kare	Düzeltilmiş R Kare
,495	,245	,243

R kare, modelin açıklama gücünü ifade etmektedir. Buna göre ergenlik çağındaki çocukların özdeşleşme düzeylerindeki değişimin %24'ünü televizyon eğilimi, sosyal yapı ve medya okuryazarlığı değişkenleri açıklamaktadır.

Tablo 8: Regresyon Analizi Sonucu

	β	T	p
--	---------	---	---

Sabit	6,610	7,134	,000
<i>Sosyal Yapı</i>	,251	7,867	,000
<i>Televizyon Eğilimi</i>	,254	6,504	,000
<i>Medya Okuryazarlığı</i>	,321	12,459	,000

Tablo 8’de yer alan verilerden ergenlik çağındaki çocukların özdeşleşme düzeyinin alabileceği değer aşağıdaki şekilde formüle edilebilir;

“Özdeşleşme= 6,610 + (0,251 x *Sosyal Yapı*) + (0,254 x *Televizyon Eğilimi*) + (0,321 x *Medya Okuryazarlığı*)”

Modelde; ergenlik çağındaki çocukların sosyal yapılarındaki 1 birimlik artışın özdeşleşme üzerinde 0.251 birimlik bir artışa, televizyon eğilimindeki 1 birimlik artışın 0.254 birimlik bir artışa, medya okuryazarlıklarındaki 1 birimlik artışın ise 0,321 birimlik bir artışa sebep olduğu anlaşılmaktadır.

5.6.3.2. *Medya Okuryazarlığının Modellenmesine Yönelik Regresyon Analizi*

Bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkiyi inceleyen regresyon modelinin istatistiksel anlamda geçerli olabilmesi için, ANOVA^b tablosunda yer alan F’nin istatistiksel anlamlılık değerlerinin 0.05’ten küçük (p<0.05) olması gerekmektedir.

Tablo 9: ANOVA^b

	Model Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	F	p
Regression	367,279	183,640	12,745	,000
Residual	16281,533	14,408		
Total	16648,812			

Tablo 9’da kurulacak regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu anlaşılmaktadır (Sig.=0,000). Model özeti tablosu aşağıda verilmiştir (Bkz. Tablo 10).

Tablo 10: Model Özeti Tablosu

R	R Kare	Düzeltilmiş R Kare
,149	,022	,020

R kare, modelin açıklama gücünü ifade etmektedir. Buna göre ergenlik çağındaki çocukların okuryazarlığındaki değişimin %2’sini televizyon eğilimi ve sosyal yapı değişkenleri açıklamaktadır.

Tablo 11: Regresyon Analizi Sonucu

	β	T	p
Sabit	20,950	26,984	,000
<i>Sosyal Yapı</i>	,075	2,055	,040
<i>Televizyon Eğilimi</i>	,161	3,591	,000

Tablo 11’de yer alan verilerden ergenlik çağındaki çocukların özdeşleşme düzeyinin alabileceği değer aşağıdaki şekilde formüle edilebilir;

“*Medya Okuryazarlığı*= 20,950 + (0,075 x *Sosyal Yapı*)+(0,161 x *Televizyon Eğilimi*)”

Modelde; ergenlik çağındaki çocukların sosyal yapılarındaki 1 birimlik artışın medya okuryazarlığı üzerinde 0.075 birimlik bir artışa, televizyon eğilimindeki 1 birimlik artışın ise 0.161 birimlik bir artışa sebep olduğu anlaşılmaktadır.

5.6.4. *Farklılık Testleri*

Independent-Samples T Testi, iki grubun ölçümlerinin karşılaştırılmasında kullanılan bir yöntemdir. One-Way ANOVA testi ise iki ya da daha fazla gruba ait ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı ile ilgili hipotezleri test etmek için kullanılmaktadır.

Tablo 12: H_{1g} Hipotezine Yönelik One-Way Analizi

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
1000 TL'den az	284	14,9225	2,67847	,15894
1000-2000TL	446	14,6368	2,72531	,12905
2000-3000TL	304	15,1250	2,67444	,15339
3000-4000TL	64	15,6875	2,56889	,32111
4000-5000TL	22	15,6818	2,33781	,49842
5000TL'den fazla	13	15,5385	2,75727	,76473
Total	1133	14,9294	2,69608	,08010

Tablo 12'ye göre ergenlik çağındaki çocuklardan aylık ailesinin geliri 3000-4000TL olanların televizyon eğilimleri (15,6875) en yüksek düzeyde iken, ailesinin geliri aylık 1000-2000TL olanların televizyon eğilimleri en düşük düzeydedir.

Tablo 13: H_{1g} Hipotezine Yönelik Analizi - ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	103,895	5	20,779	2,882	,014
Within Groups	8124,456	1127	7,209		
Total	8228,351	1132			

%95 güven düzeyinde yapılan F testi sonucuna göre televizyon eğilimi için anlamlılık değeri $p=0,014<0,05$ bulunmuştur. Televizyon eğilimi için $p<0,05$ olduğundan; ergenlik çağındaki çocukların televizyon eğilimleri ailelerinin aylık gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablo 14: H_{1h} Hipotezine Yönelik Independent-Samples T Testi

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
Equal variances assumed	0,704	,402	6,829	1131	,000	1,07271	,15709
Equal variances not assumed			6,823	1123,544	,000	1,07271	,15722

Tablo 14'de; %95 güven düzeyinde yapılan test sonucuna göre anlamlılık değeri $p=0,000<0,05$ bulunmuştur. Medya okuryazarlığı için $p<0,05$ olduğu için; ergenlik çağındaki çocukların televizyon eğilimleri cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Buna göre erkeklerin televizyon eğilimleri (15,4558), kadınların televizyon eğilimlerinden (14,3831) daha fazladır.

5.7. Hipotez Testi

İki grup arasındaki farkın ya da zaman içerisindeki değişimin rastlantısal olup olmadığına karar verebilmek için kullanılan (Uysal ve Aydemir, 2014:1568) hipotez testine ilişkin sonuçlar Tablo 15'de gösterilmiştir.

Tablo 15: Hipotezlerin Test Sonuçları

	Sig.	Sonuç
H _{1a}	0,000	Kabul Edildi
H _{1b}	0,000	Kabul Edildi
H _{1c}	0,000	Kabul Edildi
H _{1d}	0,000	Kabul Edildi
H _{1e}	0,000	Kabul Edildi
H _{1f}	0,000	Kabul Edildi
H _{1g}	0,014	Kabul Edildi
H _{1h}	0,000	Kabul Edildi

6. SONUÇ

Televizyon eğilimi, özdeşleşme ve medya okuryazarlığı kavramlarının ilişkilendirilmesi konulu araştırmamızın amacı; ergenlik çağındaki çocuklarının televizyon eğilimleri sonucu sosyal yaşantılarında

değişiklik olup olmadığını tespit etmek, değişim varsa bu değişimin nasıl gerçekleştiğini yorumlamak, özdeşleşme, medya okuryazarlığı ve televizyon eğilimi kavramlarını ilişkilendirmektir. Bu amaç doğrultusunda Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı dokuz okulda öğrenim gören altıncı, yedinci ve sekizinci sınıf öğrencilerine yönelik bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın yapılan demografik analizinde, araştırmaya katılan 1133 öğrencilerin %50.9'unun kız, %49.1'inin de erkek olduğu saptanmıştır. Bu öğrencilerin sınıflara göre dağılımları incelendiğinde, %36.7'sinin altıncı sınıf, %34.7'sinin yedinci sınıf, %28.6'sının da sekizinci sınıf olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal yapıları açısından önem ifade eden ailenin gelir durumu analiz edildiğinde, %25.1'inin aylık 1000TL ve daha az gelirlili bir ailede yetiştiği, %66.2'sinin ise aylık 1000-3000TL arasında bir aylık gelire sahip ailede yetiştiği saptanmıştır. Ailenin eğitim yapısı incelendiğinde, veri sağlayıcı öğrencilerin sadece %10'unun babasının yükseköğretim mezunu olduğu belirlenmiştir. Annelerde ise bu oran %6.1 seviyesinde belirlenmiştir. Öğrencilerin dış dünyaya açıldığı pencere olan internete yönelik olarak ise, evinde internet bulunan öğrencilerin oranı %68.7 saptanmıştır. Öğrencilerin televizyona erişimleri bakımından sorulan soruya yönelik olarak verdikleri cevaba göre, öğrencilerin %58.1'inin evinde tek televizyon bulunduğu, %41.9'unun evinde ise iki televizyon bulunduğu belirlenmiştir. Medya okuryazarlığının bilinmesi konusunda ise öğrencilerin %74.8'inin daha önce medya okuryazarlığı dersi almadığı saptanmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin %48.5'i televizyonun olumsuz etkilerinden korunma yolu hakkında, çözümün televizyon izlemeyi bırakmada değil, bilinçli olarak seçici izleyici olmada olduğunu düşünmektedir.

Televizyon eğilimi, özdeşleşme ve medya okuryazarlığı kavramlarının ilişkilendirmesi sonucunda ise, sosyal yapı ile televizyon eğilimi ve özdeşleşme arasında orta seviyede, medya okuryazarlığı arasında ise düşük seviyede anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Televizyon eğilimi ile özdeşleşme arasında orta seviyede, medya okuryazarlığı arasında düşük seviyede anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Medya okuryazarlığı ile özdeşleşme arasında da orta seviyede anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Bir başka deyişle, araştırmaya konu olan değişkenler arasındaki ilişki doğrulanmıştır.

Araştırmada sınırlı farklılık hipotezlerinin sonuçlarına göre, ergenlik çağındaki çocukların televizyon eğilimlerinin, ailelerinin gelir düzeyine göre farklılık gösterdiği ve cinsiyetlerinin de televizyon eğilimleri üzerinde farklılık yarattığı saptanmıştır. Kavramların regresyon modellerine yönelik yapılan analizler sonucunda, televizyon eğilimi modelinin sosyal yapı ve medya okuryazarlığından oluştuğu, çocukların televizyon eğilimleri üzerinde sosyal yapının medya okuryazarlığına oranla daha baskın olduğu belirlenmiştir. Özdeşleşme analiz edildiğinde, özdeşleşme üzerinde sosyal yapı, televizyon eğilimi ve medya okuryazarlığı faktörlerinin etken olduğu saptanmıştır. Buna göre özdeşleşme üzerinde en fazla etkiyi yapan faktör, medya okuryazarlığı olarak belirlenmiştir. Son kavram medya okuryazarlığına yönelik model çalışmasında ise medya okuryazarlığı üzerinde sadece sosyal yapı ve televizyon eğiliminin etkisinin olduğu saptanmıştır. Bu modele göre televizyon eğiliminin etkisi sosyal yapıdan daha fazladır. Ancak medya okuryazarlığının oluşmasında bu modelin ağırlığı oldukça düşüktür.

Araştırma sonuçlarına göre, ailelerin gelir durumları ne olursa olsun, her hanede yoğun televizyon ve internet enformasyonu bulunmaktadır. Bu durum, sosyal ilişki için arayış döneminde olan ergenlerin, sosyal yaşamları içerisinde en az aileleri kadar televizyon, internet ve buna bağlı içerikten bağımsız olamayacağı sonucunu çıkarmaktadır. Sosyal yaşamlarını şekillendiren, planlı ve programlı bir süreç içinde gerçekleşmeyen bu durum, bilinçsiz yetişen bir kitlenin varlığına işaret etmektedir.

Değişimin çok nitelikli bir hal aldığı ergenlik döneminde, ergenlerin sosyal yaşam şekillerini, davranış biçimlerini oluşturan faktörlerin içinde, araştırmanın verilerine göre medya okuryazarlığı yerine, televizyon eğilimi ve sosyal çevre daha ağır basmaktadır. Bu durum bilinçli ve eleştirel bireyler yerine, yönlendirilebilen etkiye açık bireylerin oluştuğu sonucunu çıkarmaktadır. Bu yargıya paralel olarak ise, özdeşleşmenin birey kontrolü dışında gerçekleştiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Ergenlerin kontrolü dışında gerçekleşen olumlu ve ya olumsuz özdeşleşme düzeyinin, cinsiyete göre erkeklerde daha yoğun olduğu tespit edilmiştir. Televizyon programlarında yer alan karakterlerin erkek bazlı sunulması, bu durumun nedenlerinin başında gösterilebilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin yaklaşık % 75'inin daha önce medya okuryazarlığı dersini almamış olması, bilinçli ve eleştirel tüketici yerine farklı durumlarda farklı şekillerde karşımıza çıkan bir tüketici profilini doğurmaktadır. Bu durum özdeşleşmenin olumsuz etkileri karşısında bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu istatistik ayrıca; televizyon ile özdeşleşme arasında orta, medya okuryazarlığı ile özdeşleşme arasında ise düşük ilişki sonucunu doğrulamaktadır. Son olarak bu durum, eğitimsiz ve denetimsiz bir özdeşleşme sürecini doğurmaktadır.

Sonuç olarak, ergenlik dönemindeki çocukların yaşamlarını şekillendiren öğelerin başında, televizyonun önemli bir yer tuttuğu saptanmıştır. Televizyonun, özdeşleşme sürecinde yayınladığı tüm programların etkisinin olduğu tartışılmaz bir gerçektir. Bu paralelde yaşanan şiddet, cinsellik, yozlaşma, bireysellik gibi olumsuz özdeşleşme göstergelerinin kontrole alınması sonucu çıkmaktadır. Medya okuryazarlığı becerisi ise, bu kontrol gücünün odak noktasını oluşturmaktadır.

KAYNAKÇA

- ALPTEKİN, S. (2015). *Televizyon, Şiddet ve Toplum*. Erişim Tarihi: 08.03.2015, <http://serapaltekin.net/TvMedyaSiddet.php>
- ALTUN, A. (2007). *Medya Okuryazarlığı Eğitimi: Önemi ve İhtiyaçları*, Medya Okuryazarlığı, N. Türkoğlu ve M. C. Simsek (ed.), İstanbul: Kalemus.
- ARI, R. (2008). *Eğitim Psikolojisi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- AUFDERHEIDE, P. (1993). *Media Literacy: A Report of The National Leadership Conference on Media Literacy*. Washington, DC, Aspen Institute.
- AYDIN, A. (2004). *Gelişim ve Öğrenme Psikolojisi*. Ankara: TeKağaç Eylül Yayınları.
- BALTAŞ, Z. (1997). *Televizyonda Şiddet ve Çözüm Önerileri Paneli*. Reklamverenler Derneği, İstanbul.
- BANDURA, A. (1971). *Social Learning Theory*. New York: General Learning Press.
- BERNSTEIN, G. H., BORCHARDT, C. M. & PERVIEN, A.R. (1996). "Anxiety Disorders in Children and Adolescents: A Review of the Past 10 Years". *J Am Acad Child Adolesc Psychiatry*, S. 35, s.1110-1119.
- BINARK, M. & BEK, M. G. (2007). *Eleştirel medya okuryazarlığı: Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- BRUNI, L. & STANCA, L. (2005). "Watching Alone: Relational Goods, Television and Happiness", *Journal of Economic Behavior & Organization*, S. 65, s.506-528.
- BUONANNO, M. (2008). *The Age of Television* (çev.) Jennifer Radice. Gutenberg Press, Malta.
- ÇETINKAYA, S. (2008). *Bilişli Medya Kullanıcıları Yaratma Sürecinde Medya Okuryazarlığının Önemi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- ÇÖLOĞLU, D. Ö. (2010). *Televizyon Mesih Mi Şeytan Mı?*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- CONSIDINE, D. (1999). Case FOR Media Literacy in Today's Schools. Erişim Tarihi: 23.05.2008, http://medialit.org/reading_room/article368.html.
- DEREBOY, F. İ. (1993). *Kimlik Bocalaması: Anlamak, Tanımak, Ele Almak*. Malatya, Özmet Ofset.
- DERMAN, O. (2008). *Ergenlerde Psikososyal Gelişim, Adolesan Sağlığı II*, Sempozyum Dizisi, No:63, 19-21.
- ERIKSON, E. H. (1968). *Identity: Youth and Crisis*. New York, Norton.
- ERTÜRK, Y. D. & GÜL, A. A. (2006). *Çocuğunuzu Televizyona Teslim Etmeyin - Medya Okuryazarı Olun*. Nobel Yayıncılık, Ankara.
- ESKİN, M. (2000). "Ergen Ruh Sağlığı Sorunları ve İntihar Davranışlarıyla İlişkileri". *Klinik Psikiyatri Dergisi*, S. 4, s.228-229.
- FREEMAN, J. B., GARCIA, A. M. & LEONARD, H.L. (2002). *Anxiety Disorders*. Child and Adolescent Psychiatry, M Lewis (Ed) Lippincott Williams & Wilkins, Philadelphia.
- FREUD, S. (1948). *Beyond The Pleasure Principles*. London: Hogarth Press and Institute of Psycho-Analysis.
- GAUNTLETT, D. & HILL, A. (1999). *TV Living Television*. Culture and Everyday Life, Routledge.
- GRABER, J. A., PETERSEN, A. C. & BROOKS-GUNN, J. (1996). Pubertal Processes: Methods, measures, and Models. In J. A. Graber, J. Brooks-Gunn, & A. C. Petersen (Eds.), *Transitions through Adolescence: Interpersonal Domains and Context* Mahwah, NJ: Erlbaum.
- HART, A. (1991). *Understanding the Media: A Practical Guide*, London: Routledge.
- İNCEOĞLU, Y. (2007). *Medyayı Doğru Okumak, Medya Okuryazarlığı* (ed:Nurçay Türkoğlu ve Melda Cinman Simsek). Kalemus, İstanbul, s.21-26.
- İNCEOĞLU, M. Ç. (2007). "Görsel-İşitsel Arşivcilik, Kültür Mirası ve Film Arşivleri". *Journal of Yaşar University*, S. 3, s.1463-1485.
- İRKİN, A. Ç. (2012). *Çocukların Gelişim Süreci ve Televizyonun Etkileri*. RTÜK Uzmanlık Tezi, Ankara.
- İŞİK, M. (2000). *İletişimden Kitle İletişimine*. Konya: Selçuk Ün. İletişim Fak. Yayınları - 2.
- İŞİKER, F. (2011). *Televizyon Yayınlarında Şiddet*. T.C. Radyo Ve Televizyon Üst Kurulu Uzmanlık Tezi, Ankara.
- KALENDER, A. (2005). *Siyasal İletişim, Seçmenler ve İkna Stratejileri*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- KELMAN, H. (1961). "Processes of Opinion Change", *Public Union Quarterly*, S. 25, s.57-78.
- KFF (Kaiser Family Foundation) (2003). *TV Violence*. Erişim Tarihi: 22.02.2015, <http://www.kff.org/entmedia/upload/Key-Facts-TV-Violence.pdf>
- KUBEY, R. (2002). *Think. Interpret. Create. How Media Education Promotes Critical Thinking, Democracy, Health, and Aesthetic Appreciation*. Thinking Critically About Media: Schools And Families In Partnership Cable in the Classroom.
- MACBRIDE, S. (1980). *Many Voices, One World: Communication and Society Today and Tomorrow*. Report for the International Commission for the Study of Communication Problems. New York: Unipub.
- MASTERMAN, L. (2001). *A Rationale for Media Education. Media Literacy in the Information Age: Information & Behavior*. Ed. Robert Kubey. New Brunswick and London: Transaction Publishers.
- MCCULLAGH, C. (2002). *Media Power, A Sociological Introduction*. New York: Palgrave.
- MORGAN, M. (2002). *Violence and Effects Research, Television Studies*. T. Miller (ed.). London: British Film Institute.
- MURRAY, J. P. (2008). "Media Violence: The Effects Are Both Real and Strong", *American Behavioral Scientist*, S. 8, s.1212-1230.
- MUTLU, E. (2005). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- O'GUINN, T. C. & SHRUM, L. J. (1997). "The Role of Television in The Construction of Consumer Reality", *Journal of Consumer Research*, S. 23, s.278-294.
- ÖKTEM, F. (2003). *Radyo ve Televizyonlarda Şiddet ve İntihar Haberleri: Anne-Babalar Ve Çocuklar*. Ankara: RTÜK, Başbakanlık Basımevi.
- ÖKTEM, F., SAYIL, M. & ÖZEN, S. Ç. (2006). *Çocukların ve Gençlerin Televizyon Programlarındaki Zararlı İçerikten Korunması, Akıllı İşaretler Sınıflandırma Sistemi*, RTÜK, Ankara.
- ÖNGÖREN, M. T., DEMİRERGI, N., İŞCAN, C. & YANIK, F. (1994). *Bu Ne Şiddet*. Ankara: Kitle Yayınları.
- ÖZTÜRK, Ş. (2007). "Violence and TV Shows". *Aile ve Toplum, Eğitim-Kültür ve Araştırma Dergisi*, S. 12, s.21-32.
- PEKER, K. O. (2009). *Çocuk Temsilleri ve Medya Okuryazarlığı Eğitimi*. Çocuk ve Medya, S.İ. Akçalı (ed.).

- PEKMAN, C. (2006). *Avrupa Birliği'nde Medya Okuryazarlığı, I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferans Bildirileri*, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- POSTMAN, N. (1994). *Televizyon: Öldüren Eğlence Gösteri Çağında Kamusal Söylem*, (Çev. Osman Akinhay). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- POTTER, W. J. (1999). *On Media Violence*. London: Sage Publications.
- POTTER, W. J. (1998). *Media Literacy*. California: Sage Publications.
- PUUSA, A. & TOLVANEN, U. (2006). "Organizational Identity and Trust", *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, S. 2, s.29-33.
- RTÜK, (2006). *Televizyon Programlarındaki Şiddet İçeriğinin, Müstehcenliğin ve Mahremiyet İhlallerinin İzleyicilerin Ruh Sağlığı Üzerindeki Etkileri*. Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Yayını.
- RTÜK, (2015). Medya Okuryazarlığı Nedir?. Erişim Tarihi: 08.01.2015, <http://www.rtuk.org.tr/Home/SolMenu/89#>
- RTÜK, (2008). Medya Okuryazarlığı Projesi, Erişim Tarihi: 25.02.2015, http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=fceac66b-d555-433f-9f0bbcd2cc852eec
- RTÜK, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, <http://www.rtuk.org.tr/Home/SolMenu/89>, Alınış Tarihi: 08.01.2015.
- RTÜK-MEB (2013). T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı Ortaokul ve İmam Hatip Ortaokulu Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı, Ankara.
- SAYIL, M., YILMAZ, A. & UÇANOK, Z. (2002). "Ergenliğe Geçişte Bilgilendirmenin Ergenin Bilgi Düzeyi ve Benlik Algısına Etkisi". *Türk Psikoloji Dergisi*, S.50, s.47-58.
- SIGNORIELLI, N. (2005). *Violence in the Media: A Reference Handbook*. ABC Clío inc., Santa Barbara, California.
- SKINNER, B. F. (1953). *Science and Human Behavior*. New York: Macmillan.
- STOSSEL, S. (1997). "The Man Who Counts the Killings", *Atlantic Monthly*, S. 2795, s.86-104.
- TAŞDEMİR, E. (2002). "Basının Kamuoyu Oluşturma Fonksiyonu Doğrultusunda Siyasi Partilere Yaklaşımı", *Selçuk İletişim Dergisi*, S. 3, s.79-95.
- TAYLAN, H. H. (2011). "Televizyon Programlarındaki Şiddetin Yetiştirme Etkisi: Konya Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S. 26, s.355-367.
- THAMEL, P. (2010). *Turkey Channeled White Shadow As Basketball Caught On*. The New York Times.
- THOMAN, E. (2003). *Skills and Strategies for Media Education*. Erişim Tarihi: 28.02.2006, www.medialit.org
- TİMİSİ, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- TÜRKOĞLU, N. (2003). *Kitle İletişimi ve Kültür*. İstanbul: Naos Yayınları.
- TÜRKOĞLU, N. (2007). *Okuryazarlıktan Medya Okuryazarlığına Şifrelerin Ortaklığını Aramak, Medya Okuryazarlığı* (ed:Nurçay Türkoğlu ve Melda Cinman Şimsek). Kalemus, İstanbul.
- UYSAL, H. T. & S. AYDEMİR (2014). "Örgütsel İklimin Çalışma Psikolojisine Etkisi: Sağlık Sektöründe Bir Araştırma", *TURKISH STUDIES-International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, ISSN: 1308-2140, S. 9/2, s.1557-1574.
- YAVUZER, H. (1982). *Çocuk Psikolojisi I, Duyusal ve Toplumsal Gelişim*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.