

Parayla Satılmaz.



www  
aep  
gov.tr

www  
aile  
gov.tr



Eğitici Materyal Kılavuzu • medya

Yusuf ALPAYDIN

# Eğitici Materyal Kılavuzu

Yusuf ALPAYDIN

medya

aile  
eğitim  
programı



Yusuf Alpaydın

# Medya Alanı Eğitici Materyal Kılavuzu



TÜRKİYE CUMHURİYETİ  
AİLE VE SOSYAL HİZMETLER  
BAKANLIĞI



**Proje**

T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı  
Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü

**Copyright**

©2011, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı  
Bu kitabın tüm yayın hakları saklıdır.  
Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığının  
izni olmaksızın tamamı veya herhangi  
bir bölümü herhangi bir biçimde veya  
yöntemde, elektronik, mekanik, fotokopi,  
kayıt olarak çoğaltılamaz, yayınlanamaz.

**Kapak Fotoğrafı**

© xalanx - Fotolia.com

**ISBN:**

978-605-4628-24-7

**Ankara****Baskı****İletişim**

T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı  
Adres: Eskişehir Yolu Söğütözü Mah. 2177.  
Sokak No: 10/A Çankaya / ANKARA  
Tel : +90 (312) 705 55 00  
Fax: (312) 705 55 99  
www.aile.gov.tr



aile  
eğitim  
programı

**Dikkat!**

Bu bölümde konu ile ilgili özellikle dikkat edilmesi gereken hususlar vurgulanmaktadır.

**Atalarımız Ne demiş?**

Bu bölümde metni destekleyen ve konunun daha iyi anlaşılmasını sağlayan atasözleri ve özlü sözler yer almaktadır.

**Git, Araştır! Git, Başvur!**

Bu bölümde ana metinde anlatılan konunun farklı bir yönünün ele alındığı ya da daha ayrıntılı bilgilerin edinilebileceği farklı kaynaklara işaret edilmekte; ayrıca konu ile ilgili başvurulabilecek bazı kurum ve kuruluşlar tanıtılmaktadır.

**Biliyor muydunuz?**

Bu bölümde ana metin ile bağlantılı ilgi çekici bilgiler ve ayrıntılar sunulmaktadır.

**Sözlük**

Bu bölümde metin içinde geçen ve anlaşılmasında zorluk çekilebilecek bazı kelime ve ifadelerin anlamları verilmektedir.

Bu kitap, Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu'nun 30/12/2011 tarih ve 269 sayılı kararı ile tavsiye edilen Aile Eğitim Programı (AEP) müfredatına uygun olarak hazırlanmıştır.

# İçindekiler

4 Sunuş

6 Aile Eğitim Programı

12 Aep Çerçevesinde Geliştirilen Materyaller

20 AEP’te Medya Alanı

38 Eğitimciler İçin Uygulama Notları

# SUNUŞ

Aile kurumu, yapısı ve işlevleri bakımından alternatifi olmayan bir kurumdur. Aile, çocukların bakımı ve yetiştirilmesi, yeni kuşaklara kültürel kimliğin ve değerlerin kazandırılması, tarihsel ve toplumsal bilincin aktarılmasında birey ve toplum arasında bir köprüdür. Sağlıklı bir aile yapısı bir insanın hayatta sahip olabileceği en değerli hazinedir. Ailelerimiz, kim olduğumuzu, kişilik yapımızı, nereden gelip nereye gittiğimizi, hayata ve olaylara bakış açımızı, sahip olduğumuz olanak ve güçleri etkiler. Ailelerin bireylerine sağlayabilecekleri manevi güçler, olumlu değerler ve birliktelik duygusu, kişinin kendisini hayatta güçlü hissetmesini ve problemlerle başa çıkmasını kolaylaştırır.

Toplumsal yaşamın giderek karmaşıklaşması, aile yaşantısının sürdürülmesinde daha fazla bilgi ve beceri ile donanmayı gerekli hâle getirmiştir. Son yıllarda yaşanan hızlı toplumsal değişme ile birlikte aile kurumunun güçlendirilmesi için birtakım destek ve yardım mekanizmaları daha da önem kazanmıştır. Aile eğitimleri de bu mekanizmalardan biridir. Aile eğitimleri genelde, bireyin ve ailesinin yaşantı kalitesini geliştirmek ve zenginleştirmek konularına odaklanmaktadır. Aile bireylerine, aile eğitimleri yoluyla, problemler ortaya çıkmadan veya kemikleşmeden önce, aile yaşantılarını geliştirici ve problemleri önleyici eğitimler sunmak amaçlanmaktadır.

Bakanlığımız tarafından “Eğitim ailede başlar” ilkesinden hareketle hazırlanan ve uygulanan Aile Eğitim Programı ile aile bireylerinin karşılaştıkları sorunları en aza indirebilmelerine destek olmak amaçlanmaktadır. Koruyucu ve önleyici bir sosyal politika hedefi olarak gördüğümüz ve ailenin birleştirici gücünü ön plana çıkaran Aile Eğitim Programı ülkemiz için önemli bir kazanımdır. Program, aile yaşamı için temel sayılan “Aile Eğitimi ve İletişimi”, “Hukuk”, “İktisat”, “Medya” ve “Sağlık” alanlarında 28 modülden oluşmaktadır.

Ülkemizde kamu kurum ve kuruluşları, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve özel kuruluşlar tarafından aileye yönelik çeşitli eğitim programları yürütülmektedir. Bakanlığımız Aile Eğitim Programını farklı kılan geniş kapsamlı bir müfredat içeriğine sahip olması ve dinamik yapısıyla beliren ihtiyaçlar doğrultusunda yeni modüller ve paket programlarla zenginleştirilmeye imkan vermesidir.

Aile Eğitim Programı, program geliştirme ilkelerine bağlı kalınarak özgün bir süreçte geliştirilmiştir. Programın hazırlanmasında alanında uzman ve yetkin akademisyenler ile ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının, özel sektör temsilcilerinin ve sivil toplum kuruluşlarının birikimlerinden yararlanılmıştır. Aileler için bu eğitim programının önemli bir ihtiyacı karşılayacağı inancıyla programın hazırlık sürecinde emeği geçenlere, sahada eğitimleri halkımızla buluşturan eğitimcilerimize ve eğitimlere katılıp aldıkları bilgileri günlük yaşamlarına aktarabilen ailelerimize teşekkür ederim.

Derya Yanık

Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı



# Bölüm 1

## Aile Eğitim Programı

Aile Eğitim Programı (AEP) Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı adına Eğitim Danışmanlığı ve Araştırmaları Merkezi (EDAM) tarafından ülke genelinde uygulanmak üzere geliştirilmiştir. Temel amacı ülkemizde sağlıklı, mutlu ve müreffeh ailelerin oluşmasına katkıda bulunmak olan AEP, aile eğitim ve iletişimi, hukuk, iktisat, medya ve sağlık alanlarında 28 modülü içeren kapsamlı bir eğitim programıdır.

AEP'in hazırlanmasında program geliştirme modeli olarak ülkenin var olan program geliştirme birikim, tecrübe ve anlayışını yansıtmak bakımından 2004 yılında Millî Eğitim Bakanlığının belirlediği ve uyguladığı model temel alınmıştır. AEP'in geliştirilmesinde Türkiye'nin farklı bölgelerinden 153 uzmanın, 73 kurum ve kuruluşun katkısı olmuştur. Programın geliştirilmesi sürecinde ülke genelinde ailelerin eğitim ihtiyaçlarını analiz etmek amacıyla yapılan ve 4033'ü kadın, 3278'i erkek olmak üzere toplam 7311 kişinin katıldığı bir araştırmanın verilerinden de istifade edilmiştir.

Bu bölümde Aile Eğitim Programı (AEP) ana hatlarıyla tanıtılmaktadır.

1. AEP'in Vizyonu
2. AEP'in Genel Amaçları
3. AEP'in Temel Yaklaşımı
4. AEP'in Hedef Kitlesi
5. AEP'in Yapısı
6. AEP'in Alan ve Modülleri
7. AEP'in Uygulama Platformları ve Mecraları
8. AEP Eğiticileri

## AEP'in Vizyonu

Aile Eğitim Programı'nın vizyonunu anayasa, kanunlar ve bu kanunlardan hareketle kurulan kamu kurum ve kuruluşlarının mevzuatı, hükümet programları ve kalkınma planlarında yer alan aileyle ilgili hedefler, tespitler ve öngörüler ile bilimsel çalışmaların bulguları belirlemektedir. Buna göre AEP'in vizyonu;

- sağlam, güçlü, işlevsel ve uyumlu bir aile birlikteliği sağlanarak ailelerin huzur ve refahının geliştirilmesine,
- aile kaynaklarının rasyonel kullanımının sağlanmasıyla ailelerin ekonomik olarak desteklenmesine,
- haklarını ve sorumluluklarını bilen; demokratik değerlere ve insan haklarına saygılı; beden, zihin, ahlak ve duygu bakımından dengeli ve sağlıklı gelişen; yaşadığı çevreye duyarlı; yapıcı, yaratıcı ve verimli bireylerin yetişmesine

katkıda bulunmaktadır.

## AEP'in Genel Amaçları

AEP ülkemizde sağlıklı, mutlu ve müreffeh ailelerin oluşması için ailelerin;

- eğitim, hukuk, iktisat, medya ve sağlık alanlarındaki hizmetlerden daha etkili biçimde yararlanmalarına,
- aile içi süreçlerini işlevselleştirerek aile yaşam kalitelerinin artmasına,
- sahip olduğu her türlü kaynağı etkili bir şekilde yönetmelerine ve
- karşılaşılabilecekleri çeşitli risklere yönelik önlemler almalarına

katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

## AEP'in Temel Yaklaşımı

Programın temel yaklaşımı *önleyicilik, bilgilendiricilik ve eğiticilik yönü ön planda olan aile [yaşamı] eğitimidir*. AEP sorun, tedavi veya kriz odaklı değil vizyon odaklıdır; eğitimle geliştirici bir nitelik taşımaktadır.

## AEP'in Hedef Kitlesi

AEP çağdaş bir bireyin kazanması gereken temel yetkinlikleri içermektedir. Bu sebeple her bir modülü her bir bireyin alması önerilir. Dolayısıyla programda yer alan modüllerin büyük bölümünde hedef kitle bütün aile üyeleri, dolayısıyla bütün toplumdur. Eğitimlerde bazı üniteler daha özel sosyal ya da ekonomik durumlarına göre farklılaşan gruplar için tasarlanmıştır. Bu farklı ihtiyaç gruplarına göre hazırlanan ve ayrıntıları program kitabında yer alan örnek eğitim paketlerinin başlıkları şunlardır:

- Evli ve Çocuklu Aileler İçin Eğitim Paketi
- Evli ve Çocuksuz Aileler İçin Eğitim Paketi
- Evlilik Hazırlığı Yapan Bireyler İçin Eğitim Paketi
- Evli ve Çocukları Evden Ayrılmış Aileler İçin Eğitim Paketi
- Tek Ebeveynli Aileler İçin Eğitim Paketi

- Yetişkin Bekârlar İçin Eğitim Paketi
- Ebeveynlik Odaklı Eğitim Paketi
- Çift İlişkisi Odaklı Eğitim Paketi
- Temel Beceriler Eğitim Paketi

## AEP'in Yapısı

AEP'in her modülü *hedefler, kazanımlar, ünite ve konu başlıkları, açıklamalar ve kaynaklardan* oluşmaktadır.

- Programın etkin ve esnek bir şekilde uygulamaya dönüşebilmesi için AEP modüller şeklinde tasarlanmıştır.
- AEP bir bütün olarak uygulanabileceği gibi ihtiyaç ve ilgiye göre seçilen modüllerinin birbirinden bağımsız olarak uygulanabilmesine de imkân verecek şekilde hazırlanmıştır.
- AEP'in modülleri bütünlük içerisinde tasarlanmıştır. Uygun olan yerlerde, işlenen konuda daha ayrıntılı bilgi içeren modüllere yönlendirmeler yapılmıştır.
- AEP'in alanlarında sarmallık ilkesi esas alınmış, böylece yeterli sıklıkla geriye ya da ileriye gönderme yapılarak öğrenilenlerin pekiştirilmesi ve daha etkili öğrenmeler hedeflenmiştir.

## AEP'in Alan ve Modülleri

Modüler yaklaşımla hazırlanan AEP, 5 farklı alanda geliştirilen 28 modülü içermektedir.

### *Aile Eğitimi ve İletişimi Alanı*

Yaşamın farklı dönemlerinde yaşanabilecek sorunlar hakkında bilgileri ve bu sorunların çözümüne hizmet edecek farkındalık ve becerileri kazandırmak amacıyla hazırlanan aile eğitimi ve iletişimi alanının modülleri şunlardır:

1. Hayatın İlk Çeyreği (0-18 Yaş Gelişimi)
2. Evlilik ve Aile Hayatı
3. Aile Yaşam Becerileri
4. Okul ve Aile
5. Üstün Yetenekli Çocuklar ve Aileleri
6. Değerlerin Edinilmesinde Ailenin Rolü
7. Tek Ebeveynli Aileler

### *Hukuk Alanı*

Hak ve ödevlerinin farkında olan aile bireyleri oluşmasını desteklemeyi ve nihayetinde daha az ihtilaf ve daha çok uzlaş sağlanmasına katkıda bulunmayı amaçlayan hukuk alanının modülleri şunlardır:

1. Hukuk Okuryazarlığı
2. Kişi Hakları
3. Aile Hukuku
4. İş Hayatı ve Hukuk
5. Özel Gereksinim Grupları

### *İktisat Alanı*

Ailelerin mevcut iktisadi kaynaklarını verimli ve etkili kullanabilmelerini sağlamak amacıyla hazırlanan iktisat alanının modülleri şunlardır:

1. Aile Bütçesi ve Kaynak Yönetimi
2. Finansal Okuryazarlık
3. Enerji Tasarrufu
4. Aile ve Alışveriş
5. Küçük (Mikro Ölçekli) İşletme Girişimciliği

### *Medya Alanı*

Ailelerin medya imkânlarından en üst seviyede faydalanmalarına, medyadan gelebilecek zararları en aza indirebilecek bilgi ve beceriye sahip olmalarına katkıda bulunmayı amaçlayan medya alanının modülleri şunlardır:

1. Medyayı Tanımak
2. Medyayı Kavramak
3. Bilinçli Medya Kullanımı
4. Aile ve İnternet

### *Sağlık Alanı*

Aile sağlığını korumaya ve geliştirmeye, dolayısıyla ailenin yaşam kalitesini yükseltmeye katkı sağlamak amacıyla hazırlanan sağlık alanının modülleri şunlardır:

1. Sağlık Okuryazarlığı
2. Sağlıklı Yaşama ve Hastalıklardan Korunma
3. Çocuk ve Ergen Sağlığı
4. Üreme Sağlığı ve Sağlıklı Annelik
5. Yaşlı Sağlığı
6. İlk Yardım
7. Madde Kullanım Riski ve Madde Bağımlılığından Korunma

## **AEP'in Uygulama Platformları ve Mecraları**

Ailelere yönelik bilgilendirme ve eğitim faaliyetleri farklı kurumlar tarafından çok çeşitli şekillerde uygulanmaktadır. Konuyla ilgili kamu kurum ve kuruluşları, STK'lar, devlet veya vakıf üniversiteleri başta olmak üzere çeşitli eğitim kurumları, yerel veya ulusal düzeyde çalışan medya organları, sosyal sorumluluk çerçevesinde hareket eden ticari işletmeler, yerel yardım kuruluşları ve benzeri kurumlar programın tanıtımı, yaygınlaştırılması ve uygulama pratiği açılarından AEP'in platformunu oluşturacaktır.

Bireylerin bilgilenme kaynaklarının oldukça çeşitlendiği günümüzde eğitimlerin etkililiğini arttırmada çok yönlü ve çok boyutlu kanalların kullanılması bir zorunluluk hâline gelmektedir. Bu nedenle sınıf, derslik ve salon gibi geleneksel eğitim ortamlarında sunulan eğitimlerin, alternatif mecralarda sunulacak bilgilerle desteklenmesi gerekir.

## AEP Eğiticileri

AEP'te görev alacak eğiticiler profesyonel olarak eğiticilik mesleğini icra eden kişilerle beraber yetişkinlerin yeni bilgi, davranış, beceri, tutum ve değerleri geliştirmelerine yardımcı olacak, alanındaki yetkinliğine istinaden belli bir alanda uzmanlığa sahip kişilerdir. Her bir modülün içeriğine göre hangi alanlardan gelen kişilerin eğitici olabileceğine yönelik öneriler program kitabında ayrıntılı biçimde yer almaktadır.

Bununla birlikte, eğitici adayları eğitimlerde üstlenecekleri görevi etkili ve verimli bir biçimde yerine getirebilmeleri için bir “eğitici eğitimi” sürecinden geçeceklerdir.





## Bölüm 2

# AEP Çerçevesinde Geliştirilen Materyaller

2009 yılında geliştirilen AEP'in daha verimli bir şekilde uygulanmasını sağlamak üzere 2010 yılı içerisinde bir dizi eğitim materyali hazırlanmıştır. Bu materyallerin bir kısmı AEP'e katılacak olan aile bireylerine dağıtılmak üzere, bir kısmı ise AEP'i uygulayacak kurum ve eğitimcilere yardımcı olmak amacıyla üretilmiştir.

Bu bölümde AEP'in uygulanışı sırasında kullanılacak bütün bu materyaller tanıtılmaktadır.

1. Aile Eğitim Programı Kitabı (AEP Kitabı)
2. Katılımcı Kitapları
3. El Notları
4. Eğitici El Kitabı
5. Sunular
6. Eğitici Materyal Kılavuzu
7. Yönetici Kılavuzu
8. Kurumsal Materyal Kılavuzu

## Aile Eğitim Programı Kitabı (AEP Kitabı)

*Nedir?*

*AEP Kitabı* temelde bir müfredat kitabıdır. Müfredat kitapları, eğitim programlarının en üst metnidir. Kanunlar içinde anayasanın konumu ne ise müfredat kitabının konumu da bir eğitim programının diğer metinleri arasında odur. Bu anlamda kitap, AEP'in çerçevesini çizen temel referans kaynağıdır.

*AEP Kitabı*, AEP'in içeriğini ayrıntılı biçimde ele almaktadır. Eğitim programının ana unsurları olan vizyon, ilkeler, genel amaçlar, yaklaşımlar, modüller, amaç ve kazanımlar kitabın ana içeriğini oluşturmaktadır. Bu yönüyle *AEP Kitabı* uygulamaların nasıl yapılacağı konusunda da temel ilke-ri göstermektedir.

*Kimlere Hitap Ediyor?*

*AEP Kitabı* birincil olarak eğitimcilere hitap etmektedir. Kitaptan yararlanması gereken diğer grup ise uygulamayı yapacak olan idareci ve yöneticilerdir.

*Ne İşe Yarıyor?*

AEP uygulamalarında birlik ve bütünlüğün sağlanması programın felsefesi, yaklaşımı, uzak ve yakın hedeflerin uygulamacılar tarafından aynı şekilde algılanmasına bağlıdır. Eğitimci ve uygulayıcı kurum yöneticileri ortak bir dil ve yaklaşım geliştirmek için bu kitabı kullanmalıdırlar.

AEP kapsamında geliştirilen materyallerde herhangi bir eksiklik veya tutarsızlık görülmesi ya da içerikle ilgili çelişkiye düşülmesi gibi durumlarda sorunun çözümü için *AEP Kitabı*na başvurulmalıdır.



## Katılımcı Kitapları

*Nedir?*

Eğitim materyali denildiğinde ilk planda akla gelen ders kitaplarıdır. 2009 yılında belirlenen müfredata göre hazırlanan katılımcı kitapları modül içeriklerinin somut olarak ortaya konmuş şeklidir. Bu anlamda AEP'in ana eğitim materyali katılımcı kitaplarıdır. Her bir modül için ilgili alan uzmanları tarafından hazırlanmış olan kitaplar, eğitim/uygulama aşamasında katılımcılara verilecektir.

Örgün eğitimdeki ders kitaplarının muadili olan katılımcı kitapları, ders kitaplarından farklı olarak yetişkin eğitimi mantığı ile hazırlanmıştır. Bu çerçevede kitaplarda pratik ihtiyaçları karşılayacak bilgilere öncelik verilmiş, metinler olabildiğince öz biçimde sunulmuş, öğrenmeyi ve hatırlamayı kolaylaştıracak teknikler göz önünde tutulmuştur.

*Kimlere Hitap Ediyor?*

*AEP Katılımcı Kitapları* öncelikle AEP eğitimlerine katılacak bireylere ve eğitimcilere hitap etmektedir. Ayrıca konu ile ilgilenen bireysel okuyucuların da ihtiyaçlarına cevap verecek nitelikte ve sadelikte hazırlanmıştır.



*Ne İşe Yarıyor?*

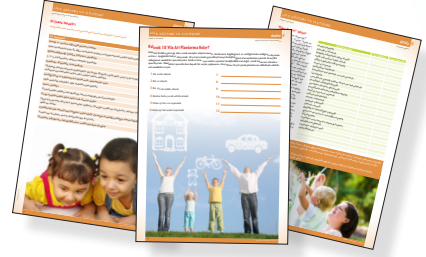
Katılımcı kitapları;

- AEP müfredatının katılımcılara ulaştırılmasını sağlar.
- AEP uygulamalarında ana eğitim içeriğini oluşturur.
- Katılımcıların bireysel öğrenmelerinde kullanacakları bir başvuru kaynağıdır.

## El Notları

*Nedir?*

*El notları* eğitim uygulamalarının zenginleştirilmesi ve desteklenmesi amacıyla kullanılan yardımcı materyallerdir.



*Kimlere Hitap Ediyor?*

*El notları* AEP kapsamında eğiticinin tercihinine göre gerekli görüldüğünde katılımcılara dağıtılarak kullanılmak üzere hazırlanmıştır.

*Ne İşe Yarıyor?*

İki farklı amaçla hazırlanan el notu örnekleri mevcuttur:

- Kitapta yer verilmemiş ayrıntıda kalan veya özel ya da ileri düzey konuların ele alındığı bilgilendirici *el notları*
- Eğitim sürecinde ele alınan konuların tekrarlanması ve pekiştirilmesi ihtiyacı duyulduğunda kullanılabilecek destekleyici *el notları*

Mevcut el notları eğitimcilerce hazırlanacak bu türden materyallere örnek olması amacıyla da güt-mektedir.

## Eğitici El Kitabı

*Nedir?*

AEP yetişkin bireyler için tasarlanmış eğitimleri kapsamaktadır. Bu eğitimler özel uzmanlık gerektiren alan bilgisine dayalı olduğundan bu eğitimler ilgili alan uzmanlarınca sunulacaktır. Ancak alan uzmanı olan kişilerin büyük kısmı eğitimciliğin gerektirdiği özel bilgi ve becerilere sahip değildir. *Eğitici El Kitabı* alan uzmanlarının bir AEP uygulamasını yapabilecek temel eğitim-öğretim bilgisini edinmesi amacıyla hazırlanmıştır.



Bu kitapta bir AEP uygulamasında eğitimcilerin izleyeceği temel iş ve işlemlere yer verilmektedir. Eğitim bilimleri alanından gelmeyen kişilerin anlamasını zorlaştırmamak amacıyla kitapta teknik terimlerden olabildiğince kaçınılmıştır.

*Eğitici El Kitabı* bir yetişkin eğitimi el kitabıdır. Bu anlamda çocuk ve gençlere yönelik eğitim-öğretim kitaplarından farklı bir yaklaşıma sahiptir. Kitap yetişkin eğitiminin doğası gereği daha katılımcı ve demokratik yöntemleri esas alan bir yaklaşımla hazırlanmıştır.

### Kimlere Hitap Ediyor?

*Eğitici El Kitabı*, AEP uygulaması yapacak olan eğitimcilere hitap etmektedir.

### Ne İşe Yarıyor?

Kitap, eğitimcilerin AEP uygulaması boyunca somut olarak hangi süreçleri yürütecekleri, hangi hususlara özellikle dikkat etmeleri gerektiği ve eğitim sürecini nasıl yönetecekleri konusunda bilgilenmelerini sağlamaktadır.

## Sunular

Görsel öğrenmenin yaygınlaştığı günümüzde *sunular* vazgeçilmez eğitim materyallerinden biri hâline gelmiştir. *AEP Katılımcı Kitapları*ndan hareketle bazı ünite içeriklerine paralel sunular (powerpoint) hazırlanarak eğitimcilerin kullanımına sunulmuştur. AEP kapsamında verilen sunular örnek olarak hazırlanmıştır, tüm içeriği kapsamamaktadır. Zira eğitimcilerin kendilerinin hazırlayacakları sunular kullanım açısından daha işlevsel olacaktır.

## Eğitici Materyal Kılavuzu

### Nedir?

AEP kapsamında çok sayıda ürünün bulunması tüm bu ürünlerin mahiyeti, kimlere hitap ettiği, hangi ihtiyaçları karşılayacağı ve içeriğinde neler olduğu gibi konularda ayrıca tanıtıcı bir kaynağın hazırlanması ihtiyacını doğurmaktadır. *Eğitici Materyal Kılavuzu*, AEP kapsamında üretilen eğitim materyallerinin ana hatlarıyla tanıtılması amacıyla hazırlanmıştır.

### Kimlere Hitap Ediyor?

*Eğitici Materyal Kılavuzu*, AEP uygulaması yapacak olan eğitimcilere hitap etmektedir.

### Ne İşe Yarıyor?

Eğitcilerin kullanacakları kaynakları tanımaları ve doğru biçimde kullanmaları için bu kılavuz esas almaları beklenmektedir. Eğitim uygulamalarından önce bu kaynağı inceleyen eğitimciler ihtiyaç duyacakları eğitim materyallerini nerede bulabileceklerini öğrenerek zaman kaybetmeden bu materyallere ulaşacaklardır. Eğitimcilerle birlikte yöneticiler de eğitimci materyal kılavuzundan istifade edebileceklerdir.



## Kurum Yönetici Kılavuzu

### Nedir?

Eğitcilerin eğitim ortamlarında yapacakları uygulamanın öncesinde ve sonrasında yönetilmesi gereken bazı süreçler bulunmaktadır. Uygulayıcı kurumların



toplumla kuracağı ilişkilerin yönetilmesi, eğitime ihtiyaç duyan bireylere ulaşılması, eğitimcilerin, eğitim ortamının, materyallerin temini gibi önemli süreçler uygulayıcı kurumlardaki uygulama yöneticilerinin sorumluluklarından bazılarıdır. Bu kitap bir AEP uygulamasının tüm süreçlerinin bir araya getirilerek uygulayıcı kurumlar için bir standardın oluşturulması ve yöneticilerin uygulamayı doğru, etkili ve verimli biçimde yürütebilmelerini sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Özetle *Kurum Yönetici Kılavuzu*, *Aile Eğitim Programı*ni uygulayacak olan sivil toplum kuruluşları, belediyeler vb. kurumların rehber olarak kullanacakları ve AEP kapsamında yapılması gerekenleri içeren bir kılavuzdur.

#### *Kimlere Hitap Ediyor?*

*Yönetici Kılavuzu*, AEP uygulaması yapacak olan kurumlardaki uygulama yöneticilerine hitap etmektedir.

#### *Ne İşe Yarıyor?*

Uygulayıcı kurum yöneticilerinin AEP uygulaması boyunca sırasıyla hangi işlem basamaklarını takip edecekleri ve bu işlemleri nasıl yürütecekleri konusunda bilgi edinmelerini sağlamaktadır.

## **Kurumsal Materyal Kılavuzu**

#### *Nedir?*

*Kurumsal Materyal Kılavuzu*, kurum içi (antetli kâğıt, antetli zarf, kartvizit, yaka kartları, personel tanıtım kartları, dosya, klasör, bloknot, haberleşme formları, yönlendirmeler vb.) ve kurum dışı (formlar, el ilanı, poster, CD etiketi, davetiye, sertifika, poşet, kalem, takvim poster, pankart, dön-kart, tebrik kartı, kırlangıç, kapı kulpluğu, kısa not kâğıdı, kitap ayracı, rozet, kitapçık gibi promosyon ürünleri vb.) dokümanlara dair *görsel uygulama standartlarının* bulunduğu kılavuzdur. Bu kılavuzda AEP'in uygulanması sırasında kullanılabilecek materyallerin nasıl tasarlanacağına ilişkin görsel ilkeler belirli bir bütünlük içerisinde hazırlanmış ve sunulmuştur.



#### *Kimlere Hitap Ediyor?*

AEP'in uygulayıcıları olacak kurum ve kuruluşlar tüm çalışmalarında ve tanıtım/duyuru faaliyetlerinde kullanacakları basılı materyal ve formları bu çalışmada belirlenen esaslara göre üretecektir.

#### *Ne İşe Yarıyor?*

*Kurumsal kimlik*, bir kurumun ve/veya faaliyetin oluşturduğu bütünsel bir *kimliği* ifade etmek ve hedef kitlede kurumun kimliğine ilişkin istenilen şekilde bir *algı* oluşturmak amacıyla hazırlanmaktadır. Görsel bir iletişim bütünlüğüne sahip olan ve kurumsal kimliğini güçlü bir şekilde hedef kitleye aktarabilen kurumların faaliyetleri genellikle daha başarılı olmaktadır. Zira kurumun veya faaliyetin sahip olduğu *amaç* ve *kimlik* hedef kitleye doğru bir biçimde aktarıldığında hedef kitlenin kurum hakkındaki algısı güçlenmekte ve kurumun yürüttüğü çalışmalara daha fazla sayıda insan katılabilmektedir.

Bu bağlamda Türkiye genelinde uygulanacak olan AEP için kurumsal kimlik çalışmaları yürütülmüş ve uygulayıcı kurumların *AEP uygulaması* kapsamında kullanacakları kurumsal kimlik

materyalleri ve bunlara ilişkin standartlar oluşturulmuştur. Kurumsal materyal kılavuzu AEP kapsamında yapılacak çalışmalarda kullanılabilir tüm materyallerin çatısını oluşturmaktadır.

#### *Kurumsal Materyal Kılavuzundaki Standartlar Neden Önemli?*

- Hedef kitlenin eğitim programına dikkatini çeker ve ilgisini artırır.
- Hedef kitlenin eğitim programına erişimini kolaylaştırır.
- Eğitim programının hedef kitlesine, paydaşlarına ve destekçilerine sunumunu kolaylaştırır.
- Eğitim programının kalitesini ve özgünlüğünü gösterir.
- Eğitim programını güçlü kılar.
- Eğitim programının ve etkisinin hızla yaygınlaşmasını sağlar.
- Eğitim programına katılımı artırır.
- Az kaynakla daha güçlü bir algı oluşturulmasını sağlar.
- AEP'in diğer eğitim programlarından ayrılmasını ve fark edilmesini sağlar.
- Aile eğitimi konusunda yapılacak yeni çalışmaların daha sistemli ve güçlü olmasını teşvik eder.
- Eğitim programı organizasyonunu kolaylaştırır ve daha verimli hâle getirir.
- Uygulayıcı kurumların görünürlüğünü sağlar, bilinirliğini ve tanınırlığını artırır.
- Uygulayıcı kurumların kurumsal kimliklerini ifade etmesine imkân tanır.
- Uygulayıcı kurumlara destek olacak sponsorların katılımını teşvik eder ve geliştirir.
- Uygulayıcı kurumların yeni tasarım ilkeleri belirlemesi için harcaması gereken finans ve zaman maliyetini asgariye indirir.
- Hedef kitlenin Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, AEP ve uygulayıcı kurum kimliklerini doğru bir biçimde algılamasına imkân tanır.
- Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, AEP ve uygulayıcı kurum kimliklerinin ifade edilmesine olanak tanıyarak kurumsal karışıklıkları önler.
- Uygulayıcı kurumların AEP kapsamında üretebilecekleri dokümanların tasarımlarının nasıl yapılacağını gösterir.

#### *Kurumsal Materyal Kılavuzu Kullanılırken Nelere Dikkat Edilmeli?*

- AEP'in Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'nın bir ürünü olduğu sürekli olarak hatırd tutulmalı ve Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'nın belirlediği standartların dışına kesinlikle çıkılmamalıdır.
- AEP bütün Türkiye'nin ortak bir değeridir. Hangi kurum tarafından uygulanırsa uygulansın Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından AEP'e yüklenen kurumsal kimlik ve işlev hiçbir karışıklığa mahal vermeden standartlara bağlı kalarak uygulanmalıdır.
- AEP'le ilgili hazırlanan her materyalin renk, font, logo kullanımı vb. standartlarına *Kurumsal Materyal Kılavuzu*'nda ayrı ayrı yer verilmiştir. Uygulamalar sırasında genel standartlar konusundaki hassasiyet her bir materyal için belirlenen özel kriterler için de gösterilmelidir.
- AEP'le ilgili olarak hazırlanacak yeni materyaller, alanında uzman grafik tasarımcılara hazırlatılmalı ve farklı uzmanların yapılan uygulamayı standartlar çerçevesinde değerlendirmesi sağlanmalıdır.
- İçeriği ve kapsamı bakımından ülkemizdeki özgün aile eğitim programlarından biri olan AEP'in diğer çalışmalarla karışmasını önlemek için kurumsal kimlik standartları sağlanmalı ve mutlaka

Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü'nün AEP koordinasyon ve uygulamasından sorumlu biriminin onayı alınmalıdır.

- Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı logosu kendi standartlarında ve AEP projesi dâhilinde kullanılacak tüm materyallerde *Kurumsal Materyal Kılavuzundaki* gibi uygulanmalıdır.
- AEP kapsamında “uygulayıcı kurum” tarafından hazırlanacak her materyalden en az 20 adet Genel Müdürlüğün AEP koordinasyon ve uygulamasından sorumlu birimine “AEP Arşivi” için ulaştırılmalı ve teyit alınmalıdır.
- AEP kapsamında her bir “uygulayıcı kurum” ortak olarak konumlandırılmıştır. Bu nedenle “uygulayıcı kurum” basılı ve görsel materyalde belirlenen standartları uygulayarak kendini *ortak* olarak konumlandırırken uygulama öncesinde, sırasında veya sonrasında söylem düzeyinde de *ortak* konumunda olduğunu vurgulamalıdır. Böylelikle hedef kitlede yanlış algılar önlenilecektir.
- AEP’i uygulayacak birden fazla ortak kurum ya da kuruluş olması durumunda kurum içi dokümanlarda her kurum kendi logosunu kullanırken kurum dışı dokümanlarda *ortak* kurumların logosu *Kurumsal Materyal Kılavuzunda* gösterildiği gibi yan yana ya da üst üste kullanılmalıdır.
- AEP’i ve materyalleri Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı adına geliştiren EDAM’ın bilgileri kitapların jenerik sayfalarında mutlak surette yer almalıdır. Görsellerle ilgili lisans alınan kurumların isminin de materyallerde yer alması gerekmektedir. Uygulayıcı kurum bunu asla değiştiremez. Aksi hâlde telif sözleşmesine aykırı davranmış olur.
- Uygulayıcı kurumlar AEP kapsamında AEP’in tasarım ve içerik ilkelerine bağlı kalarak ve Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı onayını aldıktan sonra doküman üretebilirler. Bu onay olmadan hazırlanan dokümanlarla ilgili oluşabilecek tüm zararlardan ilgili kurum ya da kuruluş sorumlu olacaktır.





## Bölüm 3

### AEP'te Medya Alanı

- Medya Alanının Genel Amaçları
- Medya Alanı Kazanımları
- Medya Alanı Modülleri

*I. Modül: Medyayı Tanımak*

*II. Modül: Medyayı Kavramak*

*III. Modül: Bilinçli Medya Kullanımı*

*IV. Modül: Aile ve İnternet*

## Medya Alanının Genel Amaçları

Aile üyelerine,

- medya imkânlarından azami düzeyde yararlanabilme,
  - medyadan gelebilecek zararları en aza indirebilme bilgi, beceri ve bakış açısını kazandırabilmek
- medya alanının genel amaçlarıdır.

## Medya Alanı Kazanımları

1. Kitle iletişimi ve öğelerinin ne olduğunu açıklar.
2. İletişim ile kitle iletişimini ayırt eder.
3. Medya kavramının içeriğini belirtir.
4. Medyanın işlevlerini açıklar.
5. Medyanın görev ve sorumluluklarına örnekler verir.
6. Medyanın uyması gereken etik ilkeleri sıralar.
7. Medyanın modern toplumdaki işlevlerine örnekler verir.
8. Medyanın işlevlerini yerine getirip getirmediğini bir okur/izleyici olarak denetlemenin önemini vurgular.
9. Medya içeriğinin nasıl oluştuğunu ifade eder.
10. Medya ürünlerine örnekler verir.
11. Medya ürünleri arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları vurgular.
12. Medya türlerini birbirlerinden ayırt eder.
13. Her medya türünün kendine has bir dili olduğunu ayırt eder.
14. Medya türlerinin işlevlerini birbirinden ayırt eder.
15. Taşınabilir bilgi iletişim araçlarının işlevlerini açıklar.
16. İnternet ve taşınabilir yeni bilgi iletişim teknolojilerinin sahip oldukları imkânlar ile doğurabilecekleri riskleri karşılaştırır.
17. Haber ve unsurlarını vurgular.
18. Haberlerde belirleyici olan etkenleri sıralar.
19. Haber içeriklerinde eğlence ağırlığını ifade eder.
20. Haberin güvenilirliğini sağlayan unsurları ifade eder.
21. Haberleri, güvenilirliklerini sağlayan unsurlara göre inceler.
22. 7/24'lük yayın zorunluluğunun medya içeriğine etkisini vurgular.
23. Medya içeriğini oluşturmada belirleyici olan ulusal etmenleri saptar.
24. Belli başlı medya profesyonellerini ifade eder.
25. Medya içeriğini oluşturmada belirleyici olan uluslararası etmenleri saptar.
26. Medya içeriğini belirleyen unsurlar üzerine eleştirel değerlendirme yapar.
27. Medya içeriğinde kurgusallığı ayırt eder.
28. Her medya içeriğinin bir değer ve dünya görüşü barındırdığını vurgular.
29. Medyaya eleştirel bakışın önemini vurgular.
30. Reklam sektörü ile medya arasında bağlantı kurar.

31. Reklamın sunduğu hayat felsefesini analiz eder.
32. Reklamda sunulanlar ile gerçeği ayırt eder.
33. Haber ve eğlence programlarında yer alan örtük/gizli reklamları tespit eder.
34. Reklamların kendine has bir dili, felsefesi ve sunduğu dünya algısı olduğunu vurgular.
35. Tüketim ihtiyacı algısının oluşmasında medyanın rolünü açıklar.
36. Aile ihtiyaçlarının belirlenmesinde reklamlara eleştirel bakmanın önemini vurgular.
37. İhtiyaçların belirlenmesinde reklamların etkisini aile üyeleriyle tartışır.
38. Medyada yer alan her türlü şiddet içeriğini tespit eder.
39. Medyada yer alan her türlü cinsel içeriği ayırt eder.
40. Medyada yer alan her türlü cinsiyet ayrımcılığını ayırt eder.
41. Görsel medya takibinde sembol işaretlerini (akıllı işaretler) ifade eder.
42. Riskli medya içeriğinden korunmada aile içi iletişimin ve paylaşmanın önemini açıklar.
43. Medyanın sosyalleşme sürecinde ne kadar etkili olduğunu açıklar.
44. Gündelik hayatta kullanılan dil ve davranışların oluşumunda medyanın etkisini ayırt eder.
45. Medyanın aile içi iletişimi ve davranışları nasıl etkilediğini tespit eder.
46. Medyanın zihin dünyasını şekillendirmede etkili olduğunu vurgular.
47. Medya gündemi ile toplumsal gündem arasındaki uyum ve uyumsuzluğu ifade eder.
48. Medya okuryazarlığının işlevlerini vurgular.
49. Hangi medya ürününe ihtiyacı olduğunu saptar.
50. Medyaya ayırdığı zamanı ihtiyaçlarına göre düzenler.
51. İhtiyaç duyduğu bilgilere hangi medya aracılığıyla ulaşacağını söyler.
52. Bilgi kirliliğinden korunma ve güvenli bilgiye ulaşma yollarını ifade eder.
53. Bilgi ve enformasyon kaynaklarının seçiminde dikkat edeceği noktaları seçer.
54. Bilgilendirici medya içeriklerine karşı eleştirel bir yaklaşım geliştirir.
55. Eğlendirici medya ürünlerinin seçiminde dikkat edeceği noktaları vurgular.
56. Eğlendirici medya ürünlerinin, aile ile birlikte kullanımında dikkat edilecek noktaları vurgular.
57. Dizi, oyun, İnternet vb. medyanın bağımlılık düzeyindeki kullanımından korunma yollarına örnekler verir.
58. Farklı türlerdeki medya içeriklerinin çocuklar üzerindeki etkilerini tespit eder.
59. Bilgi-iletişim teknolojilerinin çocuklar üzerindeki etkilerini saptar.
60. Bilgi-iletişim teknolojilerini programlı ve denetimli kullanır.
61. Medya içeriği konusunda editöryal kadroya geri bildirimde bulunur.
62. Medya içeriği konusunda mesleki ve resmi kurumlar nezdinde şikâyet mekanizmalarını işletir.
63. Dijital aile için temel kavramları açıklar.
64. Online alışveriş konusunda dikkat edilmesi gereken kuralların neler olduğunu açıklar.
65. İnternet bankacılığı konusunda dikkat edilmesi gereken kuralların neler olduğunu açıklar.
66. Aile olarak Dijital okur-yazar olmanın temel unsurlarını listeler.
67. Teknolojinin kullanımı ile ilgili bir durumla karşılaştığında nasıl müdahale edeceğini bilir.
68. Çocuklarda ve gençlerde dijital vatandaşlık algısının nasıl oluşturulacağını bilir.

69. Evde internet kullanımının nasıl sağlanacağını bilir.
70. Güvenli internet kullanımının ne anlama geldiğini açıklar.
71. Çocuk ve gençlere sosyal medya kullanımında bilinç kazandırmanın önemini kavrar.
72. Siber zorbalık kavramını açıklar.
73. Çocukları dijital oyunlardaki şiddetten korumak için neler yapılması gerektiğini söyler.
74. Oyun bağımlılığının ne anlama geldiğini bilir.
75. Uzun süre bilgisayar başında oyun oynamanın zararlarını sıralar.
76. Dijital oyunların sınıflamalarını yapar.
77. Dijital oyunların çocuğun yaşına ve ruhsal gelişimine uygunluğunu kontrol eder.
78. Cep telefonlarının doğru kullanım kurallarını açıklar.
79. Dijital vatandaşlık eğitiminde ailenin çocukla iletişim kurmasının önemini açıklar.
80. Bilinçsiz internet kullanımının getirdiği hukuksal sorunların farkında olur.

## Medya Alanı Modülleri

### *I. Modül: Medyayı Tanımak*

Bu modülde katılımcıların;

- iletişim, kitle iletişimi ve medya hakkında temel bilgileri ve kavramları öğrenmeleri,
  - medya ürünleri, kuruluşları ve çalışanlarını daha iyi tanımaları
- hedeflenmektedir.

Bu modül işlenirken eğitici aşağıdaki kurum ve kuruluşlara başvurabilir:

- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)
- T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı
- Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı - İnternet Kurulu
- Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (TGC)
- Meslek odaları ve birlikleri
- Medya odaklı çalışan sivil toplum kuruluşları

Bu modül işlenirken eğitici aşağıdaki kurum ve kuruluşlara katılımcıları yönlendirebilir:

- Türkiye Gazeteciler Cemiyeti
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)
- Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı - İnternet Kurulu
- Meslek odaları ve birlikleri
- Medya odaklı çalışan sivil toplum kuruluşları

| Ünite ve Konular                                                                                                                                                                | Kazanımlar                                   | Açıklama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Önerilen Süre |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1. Medya Okuryazarlığı: Nedir, Ne İşe Yarar?                                                                                                                                    | MED 48                                       | Medya okuryazarlığının ne olduğu açıklanır ve medyayla etkileşime geçen birey ve aile üyelerinin medya içeriğini anlama, analiz etme ve bu içeriğe katkıda bulunmalarının önemi vurgulanır.                                                                                                                                       | 1-1,5 saat    |
| 2. Kitle İletişimi ve Medya<br>2.1. İletişim Nedir?<br>2.2. Kitle İletişimi Nedir?<br>2.3. Medya Nedir?                                                                         | MED 1, 2, 3, 4<br>AEİ 11, 12, 13, 14, 15, 16 | Çok yönlü iletişim, tek yönlü kitle iletişimi ve medyanın kuşattığı anlam çerçevesi, birey ve aile yaşamındaki yeri ekseninde açıklanır.<br>☺ Aile içi, sosyal ve toplumsal iletişim konuları için <i>Aile Eğitimi ve İletişimi</i> alanı <i>Aile Yaşam Becerileri</i> modülü <i>Aile İçi İletişimin Temel Unsurları</i> ünitesi. | 1-1,5 saat    |
| 3. Medyanın Türleri<br>3.1. Görsel Medya<br>3.2. İşitsel Medya<br>3.3. Basılı Medya<br>3.4. İnternet ve Yeni Medya<br>3.5. Taşınabilir Bilgi-İletişim Teknolojileri             | MED 5, 10, 12, 14                            | Medya türleri, işlevleri, her bir medya çeşidinin arz ettiği hizmet ve ürünler ile bunların birbirlerine göre farklılıkları hakkında bilgi verilir.                                                                                                                                                                               | 1-1,5 saat    |
| 4. Medya: İşleyiş, Aktörler ve Ahlakî İlkeler<br>4.1. Medyanın İşleyişi<br>4.2. Medya İşleyişini Sağlayan Aktörler<br>4.3. Meslek Ahlak İlkeleri                                | MED 5, 6, 24                                 | Medyanın organizasyonel yapısı, işleyişi ve bunu sağlayan kişiler (medya patronu, muhabir, editör, yazı işleri, genel yayın yönetmeni vs.) ile tabi oldukları etik ilkeler hakkında temel bilgi verilir.                                                                                                                          | 1-1,5 saat    |
| 5. Temel Kavramlar<br>5.1. Haber<br>5.2. Yorum<br>5.3. Haber-İnceleme ve Haber-Analiz<br>5.4. Reklam-İlan<br>5.5. Program                                                       | MED 10                                       | Medya tarafından üretilen ürünlerin anlaşılması ve yorumlanması için gerekli olacak temel kavramlara odaklanılır ve bunların birbirinden farkı belirtilir.                                                                                                                                                                        | 1-1,5 saat    |
| 6. Haber ve Unsurları<br>6. 1. Haber Nedir, Nasıl Yazılır, Unsurları Nelerdir?<br>6. 2. Haber, Kurgu ve Gerçek<br>6. 3. Haberin Güvenilirliği<br>6. 4. Haber Sonrası: Etkileşim | MED 10, 17, 20                               | Haber, üretim süreci, aşamaları, unsurları ve güvenilirlik hususları (mahreç, kaynak, imza vb.), habere etki eden faktörler çerçevesinde ele alınarak işlenir/sunulur.                                                                                                                                                            | 1-1,5 saat    |

## II. Modül: Medyayı Kavramak

Bu modülde katılımcıların;

- medyanın nasıl işlediğinin,
- medya içeriğinin oluşum sürecinin,
- medyanın kendine has dilinin,
- medyanın birey, aile ve toplum üzerindeki etkilerinin farkına varmaları hedeflenmektedir.

Bu modül işlenirken eğitici aşağıdaki kurum ve kuruluşlara başvurabilir:

- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
- İstanbul Emniyet Müdürlüğü Siber Suçlarla Mücadele Şube Müdürlüğü
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)
- T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı
- Ticaret Bakanlığı Reklam Kurulu
- Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
- Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı İnternet Kurulu
- Ulusal Bilgi Güvenliği Programı
- Meslek odaları ve birlikleri
- Medya odaklı çalışan sivil toplum kuruluşları

Bu modül işlenirken eğitici aşağıdaki kurum ve kuruluşlara katılımcıları yönlendirebilir:

- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Şikayet Bildirim Sistemi
- İstanbul Emniyet Müdürlüğü Siber Suçlarla Mücadele Şube Müdürlüğü
- Çocuklarımız İçin İnternet Güvenliği (RTÜK)
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)
- Ticaret Bakanlığı Reklam Kurulu
- Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
- Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı-İnternet Kurulu
- Ulusal Bilgi Güvenliği Programı
- Meslek odaları ve birlikleri
- Medya odaklı çalışan sivil toplum kuruluşları

| Ünite ve Konular                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Kazanımlar                     | Açıklama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Önerilen Süre |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1. Medya İçeriğinin Oluşum Süreci ve Aşamaları<br>1.1. Bir Olayın Haberleştirilmesi<br>1.2. Türkiye'deki Haber Sektörünün İşleyişi<br>1.3. Medyada Eğlendirici İçeriğin Oluşturulması<br>1.4. 7/24'lük Yayın Zorunluluğu ve İçeriğin Niteliği                                                              | MED 9, 22                      | Medya içeriğinin oluşumu, haber (ajanslar, TV, gazete, İnternet) ve eğlence içeriği üzerinden örnek etkinliklerle işlenir.                                                                                                                                                                                                      | 2-2,5 saat    |
| 2. İçerik Oluşumunda Belirleyici Ulusal ve Küresel Etkenler<br>2.1. Gündem Oluşturucu Etki Nedir?<br>2.2. Siyasi-Bürokratik Aktörler<br>2.3. Eğlence Dünyasının Aktörleri<br>2.4. Reklam Sektörü<br>2.5. Uluslararası Medya Organizasyonları<br>2.6. Uluslararası Kuruluşlar<br>2.7. Medya Profesyonelleri | MED 23, 25                     | Medyada gündem oluşturuıcı etkiye sahip ve ona yön veren ulusal ve küresel kurumlar, kuruluşlar ve aktörlerin yanı sıra medya profesyonellerinin (zihin dünyaları, mesleki alışkanlıkları, aile algıları) medya içeriğinin oluşumuna etkileri anlatılarak medya metinlerinin eleştirel bir gözle çözümlenmesi üzerinde durulur. | 2-2,5 saat    |
| 3. Medya Dili<br>3.1. Medya Dilinin Kendine Özgülüğü<br>3.2. Medya İçeriklerinin Kurgusalılığı<br>3.3. Medya Metinlerinin Amaçsalılığı<br>3.4. Medya Metinlerinde Değerler<br>3.5. İçeriğin Eğlenceleştirilmesi                                                                                            | MED 13, 18, 19, 26, 27, 28, 29 | Medya dilinin kendine özgü amaçlarına, kurgusuna ve değerlerine dikkat çekilerek eğlence ve tüketim odaklılığı vurgulanır. Böylece aile üyelerinin dış dünyayı anlamalarında belirleyici olabilen medya dilinin, yapısal özellikleri çözümlenerek örnek etkinliklerle eleştirel bir okuma yapımları sağlanır.                   | 2-2,5 saat    |
| 4. İnternet ve Yeni Medya<br>4.1. Alternatif Medya<br>4.2. Taşınabilir Bilgi İletişim Teknolojileri<br>4.3. İnternet ve Bilgi<br>4.4. Güvenli İnternet<br>4.5. İnternet ve Çocuk                                                                                                                           | MED 16                         | İnternet, alternatif ve yeni medya ve taşınabilir yeni bilgi iletişim teknolojilerinin mahiyeti ve aile açısından sahip olduğu imkânlar ile olası riskler işlenir.                                                                                                                                                              | 2-2,5 saat    |

| Ünite ve Konular                                                                                                                                                                                                                                                                         | Kazanımlar                                           | Açıklama                                                                                                                                                                                                                                                              | Önerilen Süre |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 5. Reklamın Amaç ve Stratejileri<br>5.1. Reklam Verenler ile Program ve İçerik Tercihleri Arasındaki İlişki<br>5.2. Tüketim Kültürü, Medya ve Aile                                                                                                                                       | MED 30, 33, 34, 35, 36, 37<br>İKT 11, 12, 13, 16, 17 | Reklam sektörü ile medya arasındaki ilişki, bu ilişkinin içeriğe etkisi ve aile içi tüketim alışkanlıklarına etkileri üzerinde durulur.<br>☞ Pazarlama amaçlı programlar için <i>İktisat</i> alanı <i>Aile ve Alışveriş</i> modülü <i>Mesafeli Alışveriş</i> ünitesi. | 2-2,5 saat    |
| 6. Medya, Şiddet ve Cinsellik<br>6.1. Medya İçeriğinde Şiddet<br>6.2. Medya İçeriğinde Cinsellik<br>6.3. Medya İçeriğinde Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık                                                                                                                                    | MED 38, 39, 40, 41, 42                               | Medya içeriğinde –özel-likle– şiddet ile cinsellik unsurları ve olası etkileri üzerinde durularak aileye yansımalarının analizleri yapılır.                                                                                                                           | 2-2,5 saat    |
| 7. Medya ve Toplum<br>7.1. Medyanın Modern Toplumdaki İşlevi<br>7.2. Medyanın Sosyalleşme Sürecinin Belirleyici Aktörü Olmaya Başlaması<br>7.3. Medyanın Kendine Has Dilinin Kitleselleşmesi<br>7.4. Medyanın Zihinlere Ektiği Formlar<br>7.5. Medya ve Toplum Gündemi Uyumu/Uyumsuzluğu | MED 7, 8, 43, 44, 45, 46, 47                         | Medyanın modern toplumdaki işlevi, bireylerin sosyalleşme sürecine, değerlerine, diline ve zihinsel yapılarına etkisi, aile ve toplum gündeminin oluşmasındaki rolü vurgulanır.                                                                                       | 2-2,5 saat    |

### III. Modül: Bilinçli Medya Kullanımı

Bu modülde katılımcıların;

- medya içeriğini eleştirel bir süzgeçten geçirme,
- medya ile ilişkilerini belli bir program dâhilinde ve ihtiyaçlara göre düzenleme,
- medyadan yararlanarak medya dışı hayat alanını genişletme ve etkinleştirme (zenginleştirme),
- medyanın yanlış kullanımı ile oluşabilecek risklerden korunma,
- pasif bir izleyici olmak yerine medyaya aktif katılma becerilerini kazanmaları hedeflenmektedir.

Bu modül işlenirken eğitici aşağıdaki kurum ve kuruluşlara başvurabilir:

- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
- Siber Suçlarla Mücadele Şube Müdürlükleri

- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)
- Reklam Özdenetim Kurulu
- Ticaret Bakanlığı Reklam Kurulu
- Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı-İnternet Kurulu
- Ulusal Bilgi Güvenliği Programı
- Meslek odaları ve birlikleri
- Medya odaklı çalışan sivil toplum kuruluşları
- <https://sikayet.btk.gov.tr/>
- <http://www.guvenliweb.org.tr>

Bu modül işlenirken eğitici aşağıdaki kurum ve kuruluşlara katılımcıları yönlendirebilir:

- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Şikayet Bildirim Sistemi
- İstanbul Emniyet Müdürlüğü Siber Suçlarla Mücadele Şube Müdürlüğü
- Çocuklarımız İçin İnternet Güvenliği (RTÜK)
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)
- Reklam Özdenetim Kurulu
- Ticaret Bakanlığı Reklam Kurulu
- Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı-İnternet Kurulu
- Ulusal Bilgi Güvenliği Programı
- <http://www.guvenliweb.org.tr>
- <http://www.guvenlinet.org>
- <http://www.medyaokuryazarligi.gov.tr>
- Bakırköy Prof. Dr. Mazhar Osman Ruh Sağlığı ve Sinir Hastalıkları E. A. Hastanesi - İnternet Bağımlılığı Polikliniği

| Ünite ve Konular                                                                                                                                                                                                                    | Kazanımlar         | Açıklama                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Önerilen Süre |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1. Bir İhtiyaç Olarak Medya<br>1.1. Medya Kullanım İhtiyaçlarının Belirlenmesi<br>1.2. Medya Ürünlerine Ulaşım                                                                                                                      | MED 49, 50, 51     | Haber, eğlence ve iletişim aracı olarak medya ve ürünlerini seçerken ihtiyaçların ve ayrılacak zamanın bu ihtiyaçlara göre saptanması işlenir.                                                                                                                                              | 2-2,5 saat    |
| 2. Bilgi Kaynağı Olarak Medyanın Kullanımı<br>2.1. Bilgi ve Enformasyon Kaynaklarının Seçimi<br>2.2. Bilgi Kirliliği ve Medya<br>2.3. Haberlerin Güvenilirliğini Sağlayan Unsurları Takip<br>2.4. Eleştirel Bir Yaklaşım Geliştirme | MED 21, 52, 53, 54 | Bilgi ve enformasyon kaynağı olarak medyanın rolü, bu bağlamda uygun medyanın seçimi, bilgilendirici medya içerikleri ve haberlerin güvenilirlik unsurları eleştirel bir yaklaşımla vurgulanır. Bunlara yönelik eleştirel bir bakış geliştirilmesi desteklenir.                             | 2-2,5 saat    |
| 3. Eğlence Aracı Olarak Medyanın Kullanımı<br>3.1. Eğlendirici Medya Ürünlerinin Seçimi<br>3.2. Aile ile Birlikte Kullanım<br>3.3. Bağımlılık ve Farkındalık                                                                        | MED 55, 56, 57     | Medyanın eğlendirici özelliği, eğlendirici medya ürünlerinin seçimi, aile üyeleriyle birlikte medya ürünlerinin bilinçli, etkili ve kontrollü kullanımının önemi üzerinde durularak bağımlılık riskine (dizi, oyun, İnternet vb.) dikkat çekilir ve farkındalık geliştirilmesi desteklenir. | 2-2,5 saat    |

| Ünite ve Konular                                                                                                                                                                                                                                                                           | Kazanımlar         | Açıklama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Önerilen Süre |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 4. Medya ve Çocuk<br>4.1. Farklı Türdeki Medya İçeriklerinin Çocuklar Üzerindeki Etkileri<br>4.2. Televizyon ve Çocuk<br>4.3. Akıllı İşaretler<br>4.4. İnternet ve Çocuk<br>4.5. Taşınabilir Bilgi-İletişim Teknolojileri ve Çocuk<br>4.6. Bilgi İletişim Teknolojilerinin Doğru Kullanımı | MED 42, 58, 59, 60 | Medya ve taşınabilir bilgi-iletişim teknolojilerinin (oyun, İnternet, GSM vb.) “yeni bin yıl öğrenenleri” olan günümüz çocukları üzerindeki etkileri vurgulanır. Medya ürünlerinin doğru kullanımını destekleyici bilgiler ve düzenlemeler açıklanır. Ailelerin medya ve taşınabilir bilgi-iletişim teknolojileri ile çocuklarının ilişkisini düzenlemede kullanabilecekleri araçlar ve yöntemler açıklanır. “Medya ve Çocuk” konusu için <i>Hayatın İlk Çeyreği (0-18 Yaş Gelişimi)</i> modülü 0-2 Yaş Çocuğundan Neler Beklenebilir? Ebeveyn Çocuğu İçin Neler Yapabilir? ünitesi. | 2-2,5 saat    |
| 5. Reklam, Tüketim ve Aile<br>5.1. Reklamın Büyülü Dünyası ve Tüketim<br>5.2. Reklam ile Gerçek<br>5.3. Reklamlarda Sunulan Hayat Anlayışı                                                                                                                                                 | MED 31, 32         | Reklam ile sunulan hayat anlayışı (dili, kurgusu, görsel-işitsel içeriği vb.) ve gerçeklik üzerinden oluşturulan “algı” çözümlenerek bu algı ile bireyin gerçek ihtiyaçları arasındaki farklar vurgulanır.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 2-2,5 saat    |
| 6. Şikâyet ve Denetim Mekanizmaları<br>6.1. Editöryal Kadroya Geri Bildirim<br>6.2. Mesleki Örgütler Nezinde Girişimler<br>6.3. Resmi Örgütler Nezinde Girişimler                                                                                                                          | MED 61, 62         | Medya içeriği ile ilgili şikâyet ve denetim imkânları hakkında bilgi verilerek –özellikle– editöryal kadroya geri bildirimde bulunulması, mesleki, meslek dışı ve resmi kurumlar (örn. Adli Kurumlar, RTÜK: 444 1178, ihbarweb.org.tr) nezdinde şikâyet mekanizmalarının nasıl işletileceği açıklanır.                                                                                                                                                                                                                                                                               | 2-2,5 saat    |

#### IV. Modül: Aile ve İnternet

*Bu modülde katılımcıların;*

- İnternette gelebilecek risklere karşı hazır ve donanımlı olmaları,
- Sosyal ağların kullanımında çocuklarını bilinçlendirebilmeleri,
- Çocuklarının oyun bağımlılığını önlemede kullanılabileceği yöntemleri bilmeleri,
- Oyun bağımlılığının olumsuz psikolojik etkilerinin farkında olmaları,
- Dijital oyunların çocukların yaşına ve ruhsal gelişimine uygun olup olmadığını bilmeleri,
- Dijital vatandaşlık konusunda anne babaların çocuklarıyla iletişim kurmasının önemini bilmeleri,
- Aile olarak internet kullanımının getirdiği hukuksal sorunların farkında olmaları hedeflenmektedir.

*Bu modül işlenirken eğitici aşağıdaki kurum ve kuruluşlara başvurabilir:*

- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)
- T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı
- Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı - İnternet Kurulu
- Meslek odaları ve birlikleri
- Medya odaklı çalışan sivil toplum kuruluşları

*Bu modül işlenirken eğitici aşağıdaki kurum ve kuruluşlara katılımcıları yönlendirebilir:*

- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)
- Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı - İnternet Kurulu
- Meslek odaları ve birlikleri
- Medya odaklı çalışan sivil toplum kuruluşları

| Ünite ve Konular                                                                                                                                                                                                                                                                     | Kazanımlar                               | Açıklama                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Önerilen Süre |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1. Dijital Aile İçin Temel Kavramlar ve Tanımlar<br>1.1.Dijital Vatandaşlık Kavramı<br>1.2.Vatandaşlık Olgusundan Dijital Vatandaşlığa<br>1.3.Dijital Yerli, Dijital Göçmen Kavramları<br>1.4.Yeni Medya ve Araçlar<br>1.5.Çevrimiçi (Online) Alışveriş<br>1.6.İnternet Bankacılığı  | MED 63, 64, 65<br>İKT 11, 12, 13, 16, 17 | Ailelerin dijital vatandaş olmaları ve özellikle internetten gelebilecek risklere karşı hazır ve donanımlı olmalarının önemi vurgulanır.<br><br>! “Aile ve Alışveriş” modülü “Mesafeli Alışveriş” ünitesine bakınız.                                                                         | 1-1,5 saat    |
| 2.Bir Aile Nasıl “Dijital Aile” Olur?<br>2.1. Dijital Etik<br>2.2. Dijital İletişim<br>2.3. Dijital Okuryazarlık<br>2.4. Dijital Erişim<br>2.5. Dijital Ticaret/Alışveriş<br>2.6. Dijital Sorumluluk ve Haklar<br>2.7. Dijital Sağlık<br>2.8. Dijital Kanun<br>2.9. Dijital Güvenlik | MED 66<br><br>MED 48                     | Çocuklarımıza ve gençlerimize dijital aile olarak en iyi şekilde rehberlik ve yönlendirme yapmanın önemli olduğu vurgulanır.<br><br>!“Medyayı Tanımak” Modülü “Medya Okuryazarlığı Nedir? Ne İşe Yarar.” ünitesine bakınız.                                                                  | 1-1,5 saat    |
| 3.Dijital Aile İçin Örnek Olaylar<br>3.1.Dijital Oyunlar<br>3.2.İnternet<br>3.3.Cep Telefonu                                                                                                                                                                                         | MED 67<br><br>MED 42, 58, 59, 60         | Aile olarak teknoloji kullanımıyla ilgili bir durumla karşılaştığınızda nasıl karşılık verebileceğinin ve teknoloji kullanımının getirdiği risklerden çocukları nasıl koruyacağının önemli olduğu vurgulanır.<br><br>! “Bilinçli Medya Kullanımı” modülü “Medya ve Çocuk” ünitesine bakınız. | 1-1,5 saat    |

| Ünite ve Konular                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Kazanımlar                                 | Açıklama                                                                                                                                                                                                                                                                          | Önerilen Süre |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| <p>4.Çocuk ve Gençte Dijital Vatandaşlık Algısı Nasıl Oluşturulur?</p> <p>4.1.Çocuğun İnternetle Tanışmasından Önce Yapılması Gerekenler Nelerdir?</p> <p>4.2.İnternet Kullanımı Nasıl Sağlanmalı?</p> <p>4.3.Güvenli İnternet Kullanımı</p> <p>4.4.Telekomünikasyon ve İletişim Başkanlığı Güvenli İnternet Hizmeti</p> <p>4.4.1.Çocuk Profili</p> <p>4.4.2.Aile Profili</p>                          | <p>MED 68, 69,70</p> <p>MED 16</p>         | <p>Çocuklara, gençlere dijital vatandaşlık eğitimi verilirken internetin aslında çok faydalı olduğu ancak asla kötüye kullanılmamasının gerekliliği vurgulanır.</p> <p>!“Medyayı Kavramak” modülü “İnternet ve Yeni Medya” ünitesine bakınız.</p>                                 | 1-1,5 saat    |
| <p>5.Aile ve Sosyal Ağlar</p> <p>5.1.İnternette Gezinme? Peki Nasıl?</p> <p>5.2.Sosyal Ağların Kullanımında Yaşanan Problemler</p> <p>5.3.Sosyal Ağların Kullanımında Ailelerin Çocuklara Vereceği Bilinç</p> <p>5.4.Sanal Ortamlarda İletişim</p> <p>5.5.Profil Oluşturma</p> <p>5.6.Resimler ve Web Kameraları</p> <p>5.7.Sosyal Ağlarda Yabancılarla İletişim:</p> <p>5.8.Siber Zorbalık Nedir?</p> | <p>MED 71,72</p> <p>MED 42, 58, 59, 60</p> | <p>Sanal dünyada yapılan her işin doğrudan kişinin gerçek dünyasını etkilediği ve sıkıntı çıkarabilecek herhangi bir yayını sosyal ağlarda kesinlikle paylaşmamasının önemli olduğu vurgulanır.</p> <p>!“Bilinçli Medya Kullanımı” modülü “Medya ve Çocuk” ünitesine bakınız.</p> | 1-1,5 saat    |

| Ünite ve Konular                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Kazanımlar                                                                                                     | Açıklama                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Önerilen Süre |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 6. Aile ve Dijital Oyunlar<br>6.1. Aile Olarak Dijital Oyunlarda Şiddeti Nasıl Anlamalıyız?<br>6.2. Aile Olarak Çocukları Dijital Oyunlardaki Şiddetten Nasıl Korumayabiliriz?<br>6.3. Aile, Çocuk ve Oyun Bağımlılığı<br>6.4. Dijital Oyunların Fiziksel Etkileri<br>6.5. Dijital Oyunların Olumsuz Psikolojik Etkileri | MED 73,74,75<br><br>AEİ 66, 67, 68, 69, 70,72, 73, 74, 87, 88, 89, 102, 103, 104<br><br>MED 38, 39, 40, 41, 42 | Dijital oyunların çocuklar üzerinde ki olumsuz etkileri ve bu konuda doğru rehberlik ve yönlendirmenin önemli olduğu vurgulanır.<br><br>!“Hayatın İlk Çeyreği” modülü “Çocuk Yetiştirmede Güncel Konular” ünitesi.<br><br>!”Medyayı Kavramak” modülü “Medya, Şiddet ve Cinsellik” ünitesine bakınız. | 1-1,5 saat    |
| 7.Dijital Oyunların Derecelendirilmesi ve Sınıflandırılması<br>7.1.Dijital Oyunların Sınıflandırılması<br>7.2.Dijital Oyunların Derecelendirilmesi                                                                                                                                                                       | MED 76, 77<br><br>MED 55, 56, 57<br><br>MED 42, 58, 59, 60                                                     | Dijital oyunların derecelendirmelerini ve sınıflamalarını bilmenin ve çocukların oynadıkları oyunların uygunluğunu kontrol etmenin önemi vurgulanır.<br><br>!”Bilinçli Medya Kullanımı” modülü “Eğlence Aracı olarak Medyanın Kullanımı & Medya ve Çocuk” ünitesine bakınız.                         | 1-1,5 saat    |
| 8.Aile ve Cep Telefonları<br>8.1.Aile ve Cep Telefonları<br>8.2.Cep Telefonlarının Önemi<br>8.3.Cep Telefonlarında Şiddet ve Cinsel İçerikli Öğeler<br>8.4.Cep Telefonu Kullanım Kuralları                                                                                                                               | MED 78<br><br>MED 42, 58, 59, 60                                                                               | Cep telefonlarının doğru kullanım kuralları vurgulanır.<br><br>! “Bilinçli Medya Kullanımı” modülü “Medya ve Çocuk” ünitesine bakınız.                                                                                                                                                               | 1-1,5 saat    |

| Ünite ve Konular                                                                                                                                                                                                                  | Kazanımlar                               | Açıklama                                                                                                                                                                                | Önerilen Süre |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 9.Ailenin Çocuk ve Gençle İletişimi<br>9.1.Ailenin Dijital Okuryazar Olması<br>9.2.Aile ve Yeni Teknolojiler<br>9.3.Ailenin Rehberlik ve Yönlendirmesi<br>9.4.Ailenin Çocukla İletişimi                                           | MED 79<br><br>AEİ 11, 12, 13, 14, 15, 16 | Dijital vatandaşlık eğitiminde ailenin çocukla iletişim kurmasının önemi vurgulanır.<br><br>!”Aile ve Yaşam Becerileri” modülü “Aile içi İletişimin Temel Unsurları” ünitesine bakınız. | 1-1,5 saat    |
| 10.Bilişim, İnternet ve İletişim Hukuku<br>10.1Bilişim Suçu Türleri<br>10.2.İnternet Kafelerde Karşılaşılabilecek Teknik Riskler<br>10.3.Ailelerin İnternet Kafe Kullanımıyla İlgili Yapabileceği Teknik Rehberlik ve Yönlendirme | MED 80                                   | Bilinçsiz internet kullanımının getirdiği hukuksal sorunlar ve bu konuda ailelerin rehberliğinin önemi vurgulanır.                                                                      | 1-1,5 saat    |





## Bölüm 4

# Eđitciler İçin Uygulama Notları

Bu bölümde her bir üniteninin işlenişı esnasında eğiticiye yardımcı olabilecek bazı bilgiler ve notlar sunulmaktadır.

## MEDYAYI TANIMAK

### Ünite 2: Kitle İletişimi ve Medya

- “Kim Kime Ne demiş?” adlı etkinliğin cevap anahtarı aşağıda verilmektedir.



#### Kim Kime Ne demiş?

Resimleri inceleyin. Resimlerde gördüğünüz iletişim örneklerinin unsurlarını örnekteki gibi tabloya yerleştirin.

|  | KANAL                             | KAYNAK                         | MUHATAP                                     | TEPKİ                                             |
|--|-----------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------|
|  | Ses, mimik, dil                   | Mahcup âşık                    | Sevgili                                     | Karşısındakinin de kendi duygusunu söylemesi      |
|  | Yazı (Afiş), Bilgi Notu           | Ev Sahibi                      | Ziyaretçiler                                | Muhatabın zile basmaması                          |
|  | Radyo, dil, ses                   | Sağlık kuruluştaki görevlileri | A grubu Rh(+) kana sahip bütün dinleyiciler | Kan grubu uyan bazı kişilerin hastaya kan vermesi |
|  | Televizyon, yazı, müzik, fotoğraf | Yardım kuruluşu                | Bütün ziyaretçiler                          | Muhatabların yardım kampanyasına destek olmaları  |

### Ünite 3: Medyanın Türleri

- “Medyanın Hangi Türü?” adlı etkinliğin cevap anahtarı aşağıda verilmektedir.

#### Medyanın Hangi Türü?

*Belirtilen ifadelerin hangi medya türüne ait olduğunu işaretleyin.*

|                                                                                                                                                                  | Görsel | İşitsel | Yazılı |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------|--------|
| Takip edebilmek için okuma yazma gibi özel bir niteliğe gerek duyulmaz. Bu yüzden herkese hitap edebilir.                                                        | X      | X       |        |
| Anlamak ve takip etmek için belli bir yoğunlaşma gerektirir. Özellikle konuşma eksenli programlar zihinsel çabayı gerekli kılar.                                 |        | X       |        |
| 7 gün 24 saat yayın yapar ve günün herhangi bir saatinde takip edilebilir.                                                                                       | X      | X       |        |
| Görüntüsüz ve konuşma eksenli bir yayıncılık yapar. Bu da takip edenlerde kendini ifade edebilme rahatlığı uyandırır ve programlara katılımcılığı kolaylaştırır. |        | X       |        |
| Aralıksız yayın yapmasından dolayı sık tekrarlar olur ve kaliteli içerik sorunu söz konusudur.                                                                   | X      | X       |        |
| Haberlerin aktarımında hız çok önemlidir. Saniyelerin bile önemi vardır.                                                                                         | X      |         |        |
| Haberle fotoğraf arasındaki ilişkiyi değerlendirme ve düşünme imkânı vardır.                                                                                     |        |         | X      |
| Dikkat dağınıcı ve çalışma düzenini bozucu bir niteliği olmadığından iş ortamlarında da dinlenilmesine müsaade edilir. Bu yüzden oldukça yaygındır.              |        | X       |        |

## Ünite 4: Medya: Aktörler, İşleyiş ve Ahlaki İlkeler

- Medya profesyonellerinin etik davranışlarıyla ilgili ayrıntılı ve ileri düzey bilgi isteyen katılımcılara “Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’ne Göre Gazeteciliğin ve Gazetecinin İlkeleri” ve “Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’ne Göre Gazetecinin Doğru Davranış Kuralları” başlıklı el notlarını dağıtabilirsiniz.
- “Kimin Görevi?” adlı etkinliğin cevap anahtarı aşağıda verilmektedir.

### Kimin Görevi?

Aşağıda tanımlanan görevlerin kime ait olduğunu yazın.

|                                                                                                                                               |                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Medya organının isim dâhil tüm yayın haklarına sahip kişidir.                                                                                 | imtiyaz sahibi        |
| Kuruluşun yayın kimliğini ve politikasını belirler, denetler, sürekliliğini sağlar ve medya kuruluşunu temsil eder.                           | genel yayın yönetmeni |
| Haberlerle ilgili tüm malzemenin düzenlenmesini sağlar.                                                                                       | yazı işleri müdürü    |
| Haberlerin kendisinde toplandığı kişidir. Medya kuruluşuna tüm haber akışını takip eder.                                                      | haber müdürü          |
| Haberi dil, içerik ve görüntü (fotoğraf, resim, video) açısından kontrol etme ve düzeltme işini yapar.                                        | editör                |
| Sahada çalışır, verileri toplar, ilgili kişilerle görüşür ve haber metninin ilk hâlini kaleme alır.                                           | muhabir               |
| Medyanın fotoğraf ihtiyacını karşılayan, bazen bağımsız olarak bazen de bir muhabirle birlikte çalışan ve fotoğraf çekimiyle görevli kişidir. | foto muhabiri         |
| Görsel medyada kamera çekimlerini yapan kişidir.                                                                                              | kameraman             |
| Haftanın belli günlerinde kendisi için gazetede tahsis edilmiş köşe için yorum ve düşüncelerini yazan kişidir.                                | köşe yazarı           |

## Ünite 5: Medyaya Dair Temel Bilgiler

- “Habere Yakından Bakmak: Haber İnceleme” ve “Yorum” konuları anlatıldıktan sonra her ikisini tam olarak ifade eden tipik örnekler katılımcılarla paylaşılmalıdır.
- Katılımcıların her birine farklı gazeteler dağıtarak gazetedeki haberlerin üzerine “H”, reklamların üzerine “R”, yorumların üzerine “Y”, haber analizlerin üzerine “HA” yazmalarını isteyin. Ardından her birini sayarak gazetedeki kaç haber, kaç reklam, kaç yorum ve kaç haber analiz olduğunu söylemelerini isteyin.
- Bir gazete, televizyon veya İnternet içeriğinden alınan haber metni, yorum metni ve reklam/ilan metnini sınıfa getirerek katılımcılara inceletin. Karşılaştırarak benzerliklerini ve farklılıklarını bulmalarını isteyin.
- “Hangisinde Hangisi Var?” adlı etkinliğin cevap anahtarı aşağıda verilmektedir.

### Hangisi Hangisinde Var?

*Hangi medya ürünü hangi medya türünde bulunur? Tabloda işaretleyin.*

| Medya Ürünü                 | Medya Türü |            |       |       |          |
|-----------------------------|------------|------------|-------|-------|----------|
|                             | Gazete     | Televizyon | Dergi | Radyo | İnternet |
| Haber                       | ✓          | ✓          | ✓     | ✓     | ✓        |
| Haber analiz/Haber inceleme | ✓          | ✓          | ✓     | ✓     | ✓        |
| Yorum                       | ✓          | ✓          | ✓     | ✓     | ✓        |
| Reklam                      | ✓          | ✓          | ✓     | ✓     | ✓        |
| İlan                        | ✓          | ✓          | ✓     | ✓     | ✓        |
| Program                     |            | ✓          |       | ✓     | ✓        |
| Köşe yazısı                 | ✓          |            | ✓     |       | ✓        |
| Araştırma dizisi            | ✓          | ✓          | ✓     |       | ✓        |
| Röportaj                    | ✓          | ✓          | ✓     | ✓     | ✓        |
| Dizi                        |            | ✓          |       | ✓     | ✓        |
| Belgesel                    |            | ✓          |       |       | ✓        |

## Ünite 5: Haber ve Unsurları

- Katılımcılara çok sayıda gazete/dergi haberi göstererek haberde yer alması gereken bilgileri ve unsurları (mahreç, muhabir, kaynak) bulmalarını isteyin.
- Katılımcılara televizyon haberleri göstererek haberde yer alması gereken bilgileri ve unsurları (mahreç, muhabir, kaynak) bulmalarını isteyin.
- “Bir Haberin Unsurları” adlı etkinliğin cevap anahtarı aşağıda verilmektedir.

### Bir Haberin Unsurları

Aşağıdaki haberin unsurlarını ilgili başlığın altına yazın.



#### 14 YAŞINDAKİ KIZIN CESEDİ BULUNDU

Adana'da ihbar üzerine bir eve giden polis, 14 yaşındaki S. B'nin cesedi ile karşılaştı. Olayla ilgili 5 kişi gözaltına alındı.

Adana'da Zafer Mahallesi Kanarya Sokak'taki bir evde genç bir kızın yerde hareketsiz yattığı ihbarını alan polis ekibi, eve gittiğinde Şaniurfa nüfusuna

kayıtlı S.B'nin cesediyle karşılaştı. S.B'nin çok miktarda uyuşturucu madde aldığı belirlendi. Olayla ilgili ihbarda bulunduğu belirtilen 18 yaşındaki R. G. ile 17 yaşındaki U. D. gözaltına alındı.

Polis ve Adana Cumhuriyet Savcılığı olayla ilgili soruşturma başlatırken evde dün akşam bir grup gencin uyuşturucu madde aldığı ihtimali üzerinde duruluyor.

**Mahir HABERATLAMAZ / ADANA / XX Haber Ajansı**

|                            |                       |
|----------------------------|-----------------------|
| <b>Mahreç</b>              | Adana xx Haber Ajansı |
| <b>Muhabir</b>             | Mahir Haberatlamaz    |
| <b>Kaynak</b>              |                       |
| <b>Nesnel - Objektif</b>   | Objektif              |
| <b>Tutarlılık</b>          | Tutarlı               |
| <b>Görüntü-Metin Uyumu</b> | Uyumsuz               |

## MEDYAYI KAVRAMAK

### Ünite 2: İçerik Oluşumunda Belirleyici Ulusal ve Küresel Etkenler

- “Doğru mu, Yanlış mı?” adlı etkinliğin cevap anahtarı aşağıda verilmektedir.



#### Doğru mu, Yanlış mı?

*Aşağıdaki cümlelerden hangileri doğru, hangileri yanlıştır? İşaretleyin.*

- Medya ve toplumun gündemi her zaman birbiriyle uyuşur.  
☐ Doğru ☒ Yanlış
- Medya, bize dünyadan değil bir kısım dünyadan haber verir.  
☒ Doğru ☐ Yanlış
- Medya herkesin sorunlarını eşit öncelikle gündemine alır.  
☐ Doğru ☒ Yanlış
- Medya çalışanlarının ortak mesleki kalıbı ve alışkanlıkları da medya içeriğini belirleyen bir unsurdur.  
☒ Doğru ☐ Yanlış
- Siyasetçiler ya da sivil ve askerî bürokrasi mensupları medyada haber olma önceliği olan aktörlerdendir.  
☒ Doğru ☐ Yanlış
- Uluslararası ya da ulusal haber ajansları ve büyük medya kuruluşları, haber kaynağı olarak medya içeriğini belirlemede önemli bir güce sahiptir.  
☒ Doğru ☐ Yanlış
- Aslında bilgilendirici bir özelliğe sahip olan haber kimi zaman tüketimi teşvik eden bir reklam hüviyetine bürünür.  
☒ Doğru ☐ Yanlış
- Magazin haberleri servisi siyasi ve bürokratik aktörlerin yaptıkları açıklamalar veya içinde yer aldıkları olayları takip eden bir birimdir.  
☐ Doğru ☒ Yanlış
- Ülkelerin uluslararası düzeyde iş birliği veya ilişki içinde oldukları bazı kuruluşlar da medya gündemini belirleyebilmektedir.  
☒ Doğru ☐ Yanlış
- Sinema, tiyatro, televizyon dizilerinin oyuncularını, müzisyenleri, mankenleri vb. ünlü kişilerin hayatları, ilişkileri, birbirleri hakkında söyledikleri ve içinde yer aldıkları etkinlikler çoğu zaman medyada kendine yer bulur.  
☒ Doğru ☐ Yanlış

## Ünite 4: İnternet ve Yeni Medya

- “Kısaltmalar” adlı etkinliğin cevap anahtarı aşağıda verilmiştir.

### Kısaltmalar

Aşağıda İnternet adreslerinin sonunda yer alan kısaltmalar verilmiştir. Bu kısaltmalarla açıklamalarını eşleştirin.

Ticari kuruluşlar

**com**

Askerî kuruluşlar

**mil**

Ağ (network) servis sunucuları

**net**

Yüksek öğretim kurumları

**edu, ac**

Siyasi partiler ve kâr amacı gütmeyen vakıf, dernek gibi sivil toplum kuruluşları

**org**

İlköğretim ve orta eğitim kurumları

**k12**

Resmî kuruluşlar

**gov**

Televizyon kanalları

**tv**

## Ünite 5: Reklamın Amaç ve Stratejileri

- Katılımcılarla öncelikle aileyi ve aile değerlerini olumsuz etkileyen reklamlar konusunda tartışma yapın. Tartışma sonucunda hemen herkesin kabul ettiği olumsuz reklamlarla ilgili şikâyetleri Ticaret Bakanlığının aşağıdaki internet adresine seminer sırasında katılımcılardan birkaçıyla birlikte iletin.

<https://tuketici.ticaret.gov.tr/reklam-kurulu>

Bu kısımda; hangi firmanın, hangi ürününe ilişkin hangi reklamın şikâyet edildiği ve söz konusu reklamın hangi tarihte, hangi mecrada (gazete, dergi, radyo, TV gibi yayın araçlarının isimleri) yayınlandığı açıkça belirtilmelidir. Bu bilgilerin yer almadığı başvurular incelemeye alınmaz.

- Ticaret Bakanlığının <https://tuketici.ticaret.gov.tr/reklam-kurulu> internet adresinden ilan edilen ceza almış reklam örnekleri üzerinden katılımcılarla tartışma yapın.

## Kaynakça

Bu ders kitabı, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü tarafından geliştirilen Aile Eğitim Programı (AEP) çerçevesinde aile bireylerine yönelik eğitimlerde kullanılmak üzere hazırlanmıştır. Bir “ders kitabı” oluşu sebebiyle okuma ve yararlanma kolaylığı göz önünde bulundurulmuş, öz ve sade bir ders kitabı oluşturulmasına çaba gösterilmiş, amaçtan uzaklaştırıcı niteliklerden uzak durulmaya çalışılmıştır. Hazırlayanların sundukları bilgi, görüş ve yaklaşımlar, gerek kendi yetiştirmeleri ve eğitimleri sürecinde yararlandıkları kişi ve eserlere, gerekse kitabın hazırlanmasında başvurulmuş aşağıdaki kaynaklara dayanmaktadır. Bu sebeple hazırlayanlar bu kitaba dolaylı katkıları bulunan kişi ve kaynakların her birine teşekkür ederler.

- Adil, İ. (1991). *Haberde dışa bağımlılık*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (1994). *Popüler kültür ve iletişim*. Ankara: Ümit Yayınları.
- Alver, F. (2003). *Basında yabancı tasarımı ve yabancı düşmanlığı*. İstanbul: Der Yayınları.
- Arslan, M. S., Genç, E., Kaya, N. ve Azer, H. (2008). *Medya okuryazarlığı dersi öğretmen kılavuz kitabı*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.
- Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü (2006). *2006 aile yapısı araştırması*. <http://www.aile.gov.tr/tr/?Sayfa=Detay&Id=2006122862127> adresinden 06 Temmuz 2009 tarihinde edinilmiştir.
- Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü (2008). *Çocuklara yönelik programlar ve bu programlarda yayımlanan reklâmların içerik analizi araştırması*. Ankara: Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü (2008). *Medya profesyonellerinin ve medyanın aile algısı*. Ankara: Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Batuş, G., Alver, F., Arık, B., Çoban, B. ve Çığ, Ü. (2006). *Kadife karanlık 2: 21. yüzyıl iletişim çağını aydınlatan kuramcılar*. İstanbul: Su Yayınları.
- Baudrillard, J. (2002). *Tam ekran*. (Çev: B. Gülmez). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Belsey, A. ve Chadwick, R. (1998). *Medya ve gazetecilikte etik sorunlar*. (Çev: N. Türkoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bennett, W. L. (2000). *Politik illüzyon ve medya*. (Çev: S. Say). İstanbul: Nehir.
- Berger, J. (2002). *Görme biçimleri*. (Çev: Y. Salman). İstanbul: Metis Yayınları.
- Bourdieu, P. (1997). *Televizyon üzerine*. (Çev: T. Ilgaz). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Duran, R., İrvan, S. ve İlkiz, F. (2003). *Medya, etik ve hukuk*. (Ed: S. Alankuş). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). *Öteki kuram: Kitle iletişim kuram ve araştırmalarının tarihsel ve eleştirel bir değerlendirmesi*. Ankara: Erk Yayınları.
- Esslin, M. (1991). *Tv: Beyaz camın arkası*. (Çev: M. Çiftkaya). İstanbul: Pınar Yayınları.
- Fiske, J. (1996). *İletişim çalışmalarına giriş*. (Çev: S. İrvan). Ankara: Ark Yayınları.
- Frau-Meigs, D., & Torrent, J. (Eds.). (2009). *Mapping media education policies in the world: Visions, programmes, and challenges*. New York: United Nations, Alliance of Civilizationst, UNESCO, European Commission, Grupo Comunicar.
- Girgin, A. (2000). *Yazılı basında haber ve habercilik etik'i*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Gray, J. (1997). *Reklam yasakları ve ifade özgürlüğü*. (Çev: A. Ünlü). İstanbul: LDT Yayınları.
- Güngör, E. (1998). *Değerler psikolojisi üzerine araştırmalar*. İstanbul: Ötüken Yayınları.

- Hardt, H. (1999). Eleştirelin geri dönüşü ve radikal muhalefetin meydan okuyuşu: Eleştirel teori, kültürel çalışmalar ve Amerikan kitle iletişimi araştırması. M. Küçük (Ed.), *Medya, iktidar ve ideoloji* içinde. Ankara: Ark Yayınları.
- Hoyles, M. (Ed.). (1982). *The politics of literacy*. London: Writers and Readers.
- İnceoğlu, Y. (2004). *Uluslararası medya "medya eleştirileri"*. İstanbul: Der Yayınları.
- Jols, T. ve Thoman, E. (2008). *21. yüzyıl medya okuryazarlığı*. (Çev: C. Elma ve A. Kesten). Ankara: Ekinoks.
- Kejanlıoğlu, B. (2007). Türkiye'de medyanın dönüşümü ve medya okuryazarlığı zemini. N. Türkoğlu, M. C. Şimşek (Ed.), *Medya Okuryazarlığı* içinde. İstanbul: Kalemus Yayınları.
- Küçük, M. (Ed.). (1999). *Medya, iktidar, ideoloji*. Ankara: Ark Yayınları.
- Lazar, J. (2001). *İletişim bilimi*. (Çev: C. Anık). Ankara: Vadi Yayınları.
- Macbride, S. (1993). *Birçok ses tek bir dünya: İletişim ve toplum, bugün ve yarın*. Ankara: UNESCO Türkiye Milli Komisyonu.
- Matelski, M. J. (1996). *TV haberciliğinde etik*. (Çev: B. Ö. Düzgören). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Mattelart, A. (1995). *Beyin işgal şebekesi uluslararası reklamcilik*. (Çev: I. Gürbüz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Mattelart, A. (1998). *İletişim kuramları tarihi*. (Çev: M. Zılhoğlu). İstanbul: İletişim.
- Mattelart, A. (2001). *İletişimin dünyasallaşması*. (Çev: H. Yücel). İstanbul: İletişim.
- Oskay, Ü. (Ed.). (1992). *Kitle haberleşmesi teorilerine giriş*. İstanbul: Der Yayınları.
- Öngören, G. (1998). *Medya ile mücadele rehberi*. İstanbul: Çınar Yayınları.
- Postman, N. (1994). *Televizyon öldüren eğlence: Gösteri çağında kamusal söylem*. (Çev: O. Akınhay). İstanbul: Ayrıntı.
- Postman, N. (2008). *Çocukluğun yokluğu*. (Çev: K. İnal). Ankara: İmge Yayınları.
- Rigel, N. (2000). *İleti tasarımı haber*. İstanbul: Der Yayınları.
- Ritzer, G. (1998). *Toplumsal McDonaldlaştırılması*. (Çev: Ş. S. Kaya). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rosengren, K. E. ve Jensen, K. B. (2005). *Medya ve izleyici: Bitmeyen tartışma*. (Ed: Ş. Yavuz). Ankara: Vadi Yayınları.
- Ryan, M. ve Kellner, D. (1997). *Politik kamera: Çağdaş Hollywood sinemasının ideolojisi ve politikası*. (Çev: E. Özsayar). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Schiller, H. (1993). *Zihin yönlendirenler*. (Çev: C. Cerit). İstanbul: Pınar Yayınları.
- Silver, A. (2009). A European approach to media literacy: Moving toward an inclusive knowledge society. In D. Frau-Meigs & J. Torrent (Eds.), *Mapping media education policies in the world: Visions, programmes, and challenges* (pp. 11-13). New York: United Nations, Alliance of Civilizations, UNESCO, European Commission, Grupo Comunicar.
- Timisi, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*. Ankara: Dost Yayınları.
- Ventura, J., & Reed, M. (2001). *Good advice for bad economy*. New York: Berkley Books.
- . (2009). Alliance of civilizations. <http://www.aocmedialiteracy.org> adresinden 02 Temmuz 2009 tarihinde edinilmiştir.
- . (2009). Ofcom: *Independent regulator and competition authority for the UK communications industries*. [http://www.ofcom.org.uk/advice/media\\_literacy](http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy) adresinden 02 Temmuz 2009 tarihinde edinilmiştir.
- . (2009). RTÜK: Medya okuryazarlığı. [www.medyaokuryazarligi.org.tr](http://www.medyaokuryazarligi.org.tr) adresinden 02 Temmuz 2009 tarihinde edinilmiştir.
- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı ([gumrukticaret.gov.tr](http://gumrukticaret.gov.tr) - [tuketici.gov.tr](http://tuketici.gov.tr))

## Teşekkür ve İzinler

Bu ders kitabı ile içeriğindeki bilgiler, Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü adına EDAM tarafından, titiz ve büyük bir çaba gösterilerek hazırlanmıştır ve belirli bir konunun veya konuların çok geniş kapsamlı bir şekilde ele alınmasından ziyade genel çerçevede bilgi vermek amacını taşımaktadır. Buna uygun şekilde, bu materyallerdeki bilgilerin amacı, profesyonel ve akademik bağlamda tavsiye veya hizmet sunmak değildir. Materyallerin ve içeriğindeki bilgilerin kullanılması sonucunda ortaya çıkabilecek her türlü risk okuyana ve kullanana aittir. Bu kullanımdan kaynaklanan her türlü zarara dair risk ve sorumluluk tamamen okuyan ve yararlanan tarafından üstlenilmektedir. Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü ve EDAM, söz konusu kullanımdan dolayı (ihmalîlik kaynaklı olanlar da dâhil olmak üzere) sözleşmeyle ilgili bir dava, kanunlar veya haksız fiilden doğan her türlü özel, dolaylı veya arızı zararlardan ve cezai tazminattan dolayı sorumlu tutulamaz.

Eserin hazırlanması sırasında fotoğraf ve çizimlerinin kullanılmasına izin veren aşağıdaki kurum ve kişilere teşekkür ederiz.

Fotolia.com: 9 kaboliczech, 18 AKS, 30 kaboliczech

**Bilgi için:** ➤ [www.aile.gov.tr](http://www.aile.gov.tr)  
➤ [www.aep.gov.tr](http://www.aep.gov.tr)



## Yusuf Alpaydın

*Boğaziçi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bölümünden mezuniyetinin (2003) ardından Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde yüksek lisans eğitimini (2006) tamamladı. İstanbul Üniversitesi Çalışma Ekonomisi Bölümünde doktora tez çalışmasına devam etmektedir. Eğitim politikaları, eğitim - istihdam ilişkileri ve aile eğitimi alanlarında akademik araştırma ve yayınları mevcuttur. 2003 yılında başladığı meslek hayatına Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı çeşitli okullarda psikolojik danışmanlık yaparak devam etti. Çok sayıda sivil toplum kuruluşunda üyeliği ve yöneticiliği vardır. Akademik araştırma, yayın ve eğitim çalışmaları yapan İlmi Etüdler Derneği'nin yönetim kurulu başkanıdır. Mustafa Saffet Anadolu Lisesinde psikolojik danışman ve rehber öğretmen olarak çalışmaktadır.*

## Notlar

## Notlar

## Notlar

## Notlar

## Notlar

## Notlar