

# TÜRKİYE'DE KENTLİ ÇEKİRDEK AİLELERİN MEDYA OKURYAZARI OLABİLİRLİĞİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI\*

Aydan ÖZSOY\*\*

## Özet

Televizyon alanında yaşanan hızlı gelişmeler, televizyon-izleyici arasındaki ilişkileri derinden etkilemiştir. İzleyicinin bugün televizyon ile kurduğu ilişki farklılaşmış ve farklı tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Günümüzde tartışmaların temelini; izleyicinin televizyon ile ne yaptığı, onu nasıl kullandığı ve yaşamında nasıl bir yere koyduğu, anlamlandırdığı oluşturmaktadır. Gelişen medya okuryazarlığı ve eleştirel medya okuryazarlığı olgusu da tartışmaların geldiği bu noktada önemli bir yere sahiptir. Medya okuryazarlığı kavramı, medyaya erişim kadar onu okuyabilme becerisi üzerine geliştirilmiştir. Bu yöndeki çalışmalar, izleyicilerin/kullanıcıların medya çıktılarını değerlendirebilme, eleştirebilme becerisinin geliştirilmesini amaçlar. ABD ve Avrupa ülkelerinde yoğunlaşan tartışmaların ve çalışmaların ortak sorunu, nitelikli, katılımcı izleyicilerin/kullanıcıların var edilebilmesi/edilememesidir. Aynı sorun bu çalışmanın da temelini oluşturmaktadır. Acaba Türkiye’de televizyon izleyicileri olarak aileler (çalışma kapsamında kentli çekirdek aileler) ne konumdadır? Etkin; değerlendirme, eleştirebilme becerisi ve azmi göstererek izlediklerine katılıyorlar mı katılmıyorlar mı? Nasıl katılıyorlar? Neden katılmıyorlar? Çalışma, eleştirel bakışın geliştirilmesinde belli bir sorumluluğa sahip olan ailelerin televizyon ile kurduğu ilişkiyi ortaya koymayı ve televizyon karşısındaki konumlarını sorgulamayı amaçlamaktadır. Çalışma televizyonun ailelerin gündelik yaşam pratikleri içinde önemli bir yere sahip olduğunu ve onun karşısında aktif, kendi anlamlarını üreten özneler olabileceklerini öngörmektedir. İzleyicinin aktif konumunun da sürekli olmadığı yer yer pasifleşebildiği varsayılmaktadır. Çalışma etkin, eleştirel bakabilme becerisine sahip izleyiciler/kullanıcılar oluşturulabilmesi yolunda sunduğu önerilerle de bu alandaki tartışmalara katkıda bulunmayı amaçlar.

**Anahtar Sözcükler:** İzleyici, aile, medya okuryazarlığı, televizyon, alımlama

## A FIELD STUDY ON TOWN-DWELLER NUCLEUS FAMILIES' LIKELIHOOD TO BE MEDIA LITERATE IN TURKEY

### Abstract

Rapid developments seen in the field of television have had a deep influence on the relationships between television and the audience. Relationship audience establishes with the television has changed today and led to different discussions. At the present day, what the audience does with the television, how they use it, how a place they allocate for it in their lives, and how they make sense of it underlie the discussions. Advanced media literacy and critical media literacy take an important place at this point where discussions have reached. Concept of media literacy was developed upon the skill of reading media as much as upon access to it. Studies in this direction aim at developing audiences and users' ability to evaluate and criticize media outputs. Common problem of discussions and studies concentrating on U.S.A and E.U countries is to or not to provide qualified and participant audiences and users. Same problem underlies also this research. What are the positions of families (nucleus families within the scope of the study) as television audiences in Turkey? Do or do not they participant actively in what they watch by displaying skill and determination of evaluating and criticizing? How do they participate? Why do not they participate? This study aims at revealing the relationship families having a particular responsibility for developing critical view establish with the television and at questioning their positions in front of the television. The present study anticipates that television takes an important place in daily life practices of families and families could be active subjects producing their own meanings in front of it. It is supposed that active position of the audiences is not incessant, and they may become passive from place to place. The present study also aims at making contributions to the discussions in this field, by means of the suggestions it offers in the matter of forming active audiences and users having a critical view.

**Key words:** Audience, family, media literacy, television, reception

\* Bu çalışma, 02-04.07.2009 tarihinde Zonguldak'ta düzenlenen 'Medya ve Kültür' adlı uluslararası sempozyumda bildiri olarak sunulmuştur.

\*\* Yrd. Doç. Dr., Gazi Üniversitesi Gazi Meslek Yüksek Okulu, Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü

## Giriş

Televizyon alanında yaşanan hızlı gelişmeler, televizyon-izleyici arasındaki ilişkileri derinden etkilemiştir. İzleyicinin bugün televizyon ile kurduğu ilişki farklılaşmış ve farklı tartışmaları da beraberinde getirmiştir. 1950'lerden başlayarak bugüne uzanan süreçte; ilk olarak etki araştırmaları ardından 1950 sonlarıyla 1970'lere kadar "kullanımlar ve doyumlar" yaklaşımı, "sihirli mermi kuramı" etkili olmuştur. 1980'lerle birlikte ivme kazanan İngiliz Kültürel Çalışmalar ekolü ve bu ekol içinde öne çıkan Stuart Hall'ün "kodlama-kodaçım" modeli, 1990'larla birlikte iletişim alanında kullanılmaya başlayan göstergebilim ve bugün edebiyat alanındaki bakıştan hareketle televizyon ürünlerini metin olarak değerlendirebilme olanağı ve bu bağlamda tercih edilen "metin" vurgusu, anlam sorunu bugün geldiğimiz noktanın önemli ölçüde değiştiğine işaret eder. Günümüzde televizyon üzerine süren tartışmaların önemli bir bölümünü üretim, metin ve alımlama arasındaki bütünlüklü bakışın da etkisiyle, izleyicinin televizyon ile ne yaptığı, onu nasıl kullandığı ve yaşamında nasıl bir yere koyduğu, anlamlandırdığı oluşturmaktadır. Gelişen medya okuryazarlığı ve eleştirel medya okuryazarlığı olgusu da tartışmaların geldiği bu noktada önemli bir yere sahiptir.

Medya okuryazarlığı kavramı, medyaya erişim kadar onu okuyabilme ve eleştirebilme becerisi üzerine geliştirilmiştir. Geleneksel medya okuryazarlığının devamında gelişen eleştirel medya okuryazarlığı ise David Trend'in (1994, 235) vurguladığı üzere kültürel çalışmalar ve eleştirel pedagojinin buluşma noktası olarak tanımlanır (Aktaran: Binark ve Gencil Bek, 2007, 102). Medya okuryazarlığı ile ilgili çalışmalar, izleyicilerin/kullanıcıların medya çıktılarını değerlendirebilme, eleştirebilme becerisinin geliştirilmesini amaçlar. ABD ve Avrupa ülkelerinde yoğunlaşan tartışmaların ve çalışmaların ortak sorunu, nitelikli, eleştirel bakabilen bireylerin, izleyicilerin/kullanıcıların var edilebilmesi/edilememesidir. Aynı sorun bu çalışmanın da temelini oluşturmaktadır. Acaba

Türkiye'de televizyon izleyicileri olarak aileler (çalışma kapsamında kentli çekirdek aileler) ne konumdadır? Etkin; değerlendirme, eleştirebilme becerisi ve azmi göstererek izlediklerine katılıyorlar mı? Nasıl katılıyorlar? Katılmıyorlar mı? Neden katılmıyorlar? Çalışma, eleştirel bakışın geliştirilmesinde belli bir sorumluluğa sahip olan ailelerin televizyon ile kurduğu ilişkiyi ortaya koymayı ve televizyon karşısındaki konumlarını sorgulamayı amaçlamaktadır.

Çalışma televizyonun ailelerin gündelik yaşam pratikleri içinde önemli bir yere sahip olduğunu ve onun karşısında aktif, kendi anlamlarını üreten özneler olabileceklerini öngörmektedir. İzleyicinin aktif konumunun da sürekli olmadığı yer yer pasifleşebildiği varsayılmaktadır. Çalışma etkin, eleştirel bakabilme becerisine sahip izleyiciler/kullanıcılar oluşturulabilmesi yolunda sunduğu önerilerle de bu alandaki tartışmalara katkıda bulunmayı amaçlar.

## I. Kuramsal Çerçeve

Çalışma kuramsal tabanını İngiliz Kültürel Çalışmaları'nın bakışı içinden aktif izleyici (izleyiciyi kitle iletişim araçları –çalışma özelinde televizyon- karşısında anlam üreten, kendi özgün anlamlarını üreten özneler olarak gören yaklaşım) tezi çerçevesinde kurmaktadır. Bu bağlamda medya okuryazarlığı ve eleştirel medya okuryazarlığı tartışmaları da çalışmanın bir diğer kuramsal dayanak noktasıdır.

Yeni izleyici araştırmaları içinde yer alan 'aktif izleyici' fikri medya çalışmalarında önemli bir kopuşa işaret eder. Frankfurt Okulu ve eleştirel teoriden beslenen bu yeni görüşün tezi, izleyicileri sistemin kurbanları olarak görmek yerine onları kendi seçimlerini yapan ve kendi anlamlarını yaratan aktif izleyiciler olarak konumlandırır (Ang, 1996, 9). Postyapısalcı yaklaşımlar ışığında kültürel çalışmaların medya metinlerinin farklı anlamları bir arada taşıdığı, bu yüzden çok anlamlı olduğu yönündeki vurgusu, izleyicinin de farklı okuma biçimleri geliştirebileceği buna bağlı olarak da aktif olduğu üzerinedir.

Etnografik Kültürel Çalışmalar, televizyon metinlerinin işleyişini üretim aşamasından tüketim aşamasına taşıyarak bu aşamada izleyiciye 'seçme' ve 'reddetme' hakkı verir ve tüketim aşamasını anlamın kurulma anı olarak konumlandırarak, izleyiciye özgür olabilme şansı tanır.

İzleyicinin kodaçımına da aktif olarak anlam ürettiğini savunan bu yeni yönelimin kaynakları Elihu Katz'ın 1959'da geliştirdiği ve 1970'lere kadar kullanılan 'Kullanımlar Doyumlar Yaklaşımı (Uses and Gratifications)'na kadar uzanır. Bu yaklaşımın temelinde de izleyicilerin medyadan gidermeye çalıştıkları karmaşık bir gereksinimler dizisine sahip oldukları inancı yatmaktadır. Bu yaklaşım izleyicinin de en azından gönderici kadar etkin olduğunu varsayar. İletinin göndericinin niyetinden çok izleyicinin ona verdiği anlam olduğunu savunur. 'Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı'nı izleyen etnografik kökenli izleyici çalışmaları (izleyici etnografileri) ise metinlerin toplumsal olarak kullanılma biçimlerinin metinlerin yapılarında açıkça görülemediğini ve bazı anlamların metinsel çözümlemelerle açığa çıkarılamayacağını ortaya çıkarır. Metin çözümlemelerinin yanı sıra izleyici odaklı alan araştırmaları 80'lerle beraber daha sık kullanılmaya başlar. Anlamların metinlerin okurla bulunduğu ve üretildiği anda ve süreçte oluştuğu yönündeki yeni bakış, medya analizlerinde metin ile birlikte alımlama analizlerini gerekli hale getirir. Bu buluşmada okurun anlamlandırma sürecine beklenilmeyen, metin dışı etmenleri getirebileceği fikrinden hareketle, anlamların, yapısal ya da göstergebilimsel çözümlemelerden ziyade (bu çözümlemelerin yanı sıra) etnografik çözümlemelerle eksiksiz olarak ortaya çıkarılabileceği yönündeki kanı güçlenir.

Alımlama çalışmalarına televizyon bağlamında baktığımızda, yeni yönelimler sonucu metin ve bağlamı sorunu yerini, metin ve izleyici arasındaki ilişkiye bırakır. Bu yeni ilişkide metin içindeki özne konumları merkeze taşınır. Özellikle Hall'ün izleyiciye aktif olarak

konumlandığı ve farklı okuma biçimlerinin varlığına işaret ettiği 'Kodlama Kodaçımı' modeli de bu anlamda önemli bir kopuşu gerçekleştirir (Ang, 1996, 20). Hall'un (1984) modeline göre, anlamlı bir söylem olan televizyon programı, kodlama ve kodaçımı evrelerinin birlikte kullanımı sürecinde gerçekleşir. Bu yüzden de her evrenin oluşturucu unsurlara ayrılarak analiz edilmesi gerekmektedir. Bu modelin temel sorunsallarından biri olan 'anlam', anlamın üretimi ve yeniden üretimi kodlanma ve kodaçımında aynı evrelerden geçerek oluşmaktadır. Kodlamada verilen anlam ile kodaçımında alınan anlamın örtüşmediği anların çözülmesi önem kazanır. Hall, izleyicilerin metinler karşısında üç farklı konumda okuma yapabileceğine işaret eder, metnin kodlarını üç farklı biçimde açılacağını varsayar. Egemen, müzakereci (tartışmalı) ve muhalif (eleştirel) okumalar. Egemen okuma metnin istediği yönde, izleyicinin metnin kodlarını kabul ederek, onaylayarak yaptığı okuma biçimini (kodaçımını) tanımlarken, müzakereci okuma, izleyicinin metnin kodları ile tartıştığı yer yer ona katılıp yer yer onu reddettiği okuma biçimini ifade eder. Eleştirel okuma ise izleyicinin metnin kodlarına tümüyle karşı çıktığı, eleştirdiği okuma biçimini anlatır.

Genel olarak farklı formattaki iletiler karşısında, daha özeldir televizyon karşısında artık etkin olduğu düşünülen izleyicilerin izlediklerini doğru değerlendirebilme, okuyabilme ve eleştirebilme becerisi kazanması gerektiği yolundaki tartışmalar iletişim araştırmalarında önemli açılımlar sağlarken yeni tartışmaları da beraberinde getirir. Günümüze kadar uzanan bu yeni süreçte çalışmalar, izleyicinin bilinçlenmesi yani izledikleri karşısında değerlendirebilme ve eleştirebilme becerilerinin geliştirebilmesi yönünde ilerler.

Medya okuryazarlığı kavramı da bu yeni sürece paralel gelişir. Kavram, medya mesajlarının doğru algılanması temeline oturarak, yazılı ve yazılı olmayan farklı formatlardaki (televizyon, radyo, sinema,

video, internet, müzik, basılı medya ve tüm yeni medyalar) iletilere erişim, onları çözümlenme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak tanımlanır. Medya okuryazarlığı, demokratik toplumlarda katılımın sağlanması açısından önemli olduğu kadar sosyal adaletin ve ‘eleştirel vatandaş’ olmanın gereklerinden birini de oluşturmaktadır. Medya okuryazarlığının, ‘eleştirel bir düşünce biçimi’ olarak algılanması yönünde de pek çok kabuller bulunmaktadır (İnceoğlu 2007, 21, 24). Bu kabullerden hareketle medya okuryazarlığının yanı sıra eleştirel medya okuryazarlığı tartışmalarının başlaması kaçınılmaz olmuştur. Medya okuryazarlığı iletilere erişim, doğru algılama, çözümlenme ve değerlendirme ölçüleri ile açıklanırken, eleştirel medya okuryazarlığı medya iletilerinin eleştirel bir biçimde açıklanmasının ve etkilerinin üzerinde durur. Douglas Kellner, bu eleştirel bakışın önemine işaret ederken, kültürde var olan farklı ideolojik sesleri ve kodlamaları fark etmek gerektiğini söyler ve hegemonik ideolojiler ve imgeler, söylemler ile metinlerde bunları alt üst eden bir anlamda muhalefet edenleri ayırmak gerektiğine vurgu yapar. (Aktaran: Binark ve Gencil Bek, 2007, 102).

## II. Yöntem

Çalışma niteliksel bir araştırma süreci içermesi dolayısıyla, yöntem olarak ‘izlerküne etnografisi’nden yararlanmaktadır. Antropolojinin nitel ampirik çözümlenme yöntemlerinden biri olan etnografi, ‘izlerküne etnografisi’, ‘etnografik izleyici araştırmaları’ adlarıyla da anılarak, özellikle 1980’lerden sonra Kültürel Çalışmalar ile birlikte Etnografik Kültürel Çalışmalar adıyla televizyon alanında da kullanılmaya başlanmıştır. Etnografik araştırma geleneği içinden bakan bu çalışmada izleyici olarak seçtiği, kentli yirmi beş adet çekirdek aile ile yarı yapılandırılmış sorularla yaptığı derinlemesine görüşmeler sonrasında bulgularını çözümlenmiştir. Çalışmanın özgün verileri/bulguları Türkiye örneği Ankara ili Çayyolu ilçesinde, ortanın üstü sınıftan 25 adet

kentli çekirdek aile ile derinlemesine yapılan görüşmeler (görüşme çıktıları ve gözlemler) sonucunda elde edilmiştir. Görüşmelerde hem görüşme formu hem de teyp kullanılmıştır. Görüşmeler 2-3 saat arasında gerçekleştirilmiştir. Sorular, izleyicinin konumunu sorgulamak amacından hareketle, izleyicinin televizyonu kullanma, izleme alışkanlıkları ve televizyon ile kurduğu ilişki bağlamında hazırlanmıştır.

Derinlemesine görüşme (depth interview), görüşülen kişiye, bir konu hakkında ayrıntılı, nitelikle ilgili sorular sorarak, konu ile ilgili ayrıntılı bilgi almak amacıyla gerçekleştirilen görüşme tekniklerinden biridir. Sorular genel bir çerçeve çizmek için hazırlanır. Yanıtlara bağlı olarak görüşmeci tarafından yeni sorular, ara sorular sorularak görüşme sürdürülür (Aziz, 2003, 85). Niteliksel yöntemler içinde sıkça kullanılan derinlemesine görüşme tekniği için C. Briggs (1986), görüşmenin sosyal bilimler alanında kullanılan en yaygın veri toplama yöntemi (tekniği) olduğunu savunmakta ve bireylerin deneyimlerine, tutumlarına, görüşlerine, şikayetlerine, duygularına ve inançlarına ilişkin bilgi toplamada etkili olduğunu vurgulamaktadır. C.J. Stewart ve W.B.Cash (1985) ise görüşmeyi, önceden belirlenmiş ve ciddi bir amaç için yapılan, soru sorma ve yanıtlama tarzına dayalı karşılıklı ve etkileşimli bir iletişim süreci olarak tanımlamaktadır. Görüşme tekniğinin, diğer tekniklere göre bazı avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. Görüşme, araştırmacıya büyük ölçüde esneklik sağlar. Soruların yeri değişebilir, bazı sorular sorulmayabilir ya da bazı sorular detaylandırılabilir. Araştırmacı veri toplamada bizzat bulunduğu için yanıt alma oranı tam ve yüksek olur ve görüşme sürecinde karşı tarafın sözel olmayan davranışlarını, anlık tepkilerini de kaydederek, elde edilen bilginin geçerliliği hakkında ipuçları sağlar. Veri kaynağı teyit edilir; araştırmacı yanlış yönlendirilemez çünkü veri kaynağı ile yüz yüzedir. Araştırmacı ortam üzerinde kontrol sağlayabilir. Görüşme yoluyla derinlemesine bilgi elde edilebilir. Avantajlarının yanında bu tip bir görüşme

yönteminin bazı dezavantajları da vardır: Görüşme yönteminin, maliyeti (seyahat paraları, görüşme materyalleri), ve harcanan zaman (kişileri saptamak, iletişim kurmak, randevu ayarlamak, ulaşım, görüşme kağıt, bantların çözülmesi) diğer yöntemlere göre daha fazladır, araştırmacı, veri kaynağından etkilenerek, onu yanlış anlayarak ve yorumlayarak yanlış davranabilir, görüşülen kişiler o andaki öznel yargıları ve hatırladıkları ile yanıt verdikleri için veriler sınırlıdır, gizlilik ortadan kalktığı için bilgiler sosyal olarak kabul edilebilir ölçülerde kalır, kesin bir soru standardı olmadığı için zaman zaman kullanılan farklı sorular, değerlendirme sırasında bilgilerin karşılaştırılmasında güçlükler doğurabilir, kişilere ulaşma ve randevuyu istenilen zamanda gerçekleştirme güçlüğü çekilebilir (Aktaran: Yıldırım ve Şimşek, 1999, 92,97-100).

Görüşme tekniği iki biçimde gerçekleştirilmektedir: 'Yapılandırılmış' ve 'yapılandırılmamış' görüşme. Yapılandırılmış görüşmede amaç, görüşülen bireylerin verdikleri bilgiler arasındaki paralellikler ve farklılıkları saptayarak, buna göre karşılaştırmalar yapmaktır. Yapılandırılmamış tür ise keşfe yöneliktir. Önceden belirlenmiş sorular ve yanıtlar yoktur. Araştırma, görüşme sırasında biçimlenir ve derinleşir. M.Q. Patton (1987) ise üç tür görüşme yaklaşımından bahseder. Bunlar; sohbet tarzı görüşme, görüşme formu yaklaşımı ve standart açık uçlu görüşmedir. Çalışma kapsamında kullanılan görüşme formu yaklaşımı, benzer konular hakkında değişik insanlardan aynı tür bilgilerin alınmasını amaçlar. Görüşmeci önceden hazırladığı konu veya alanlara sadık kalarak, hem önceden hazırlanmış soruları sorma, hem de bu sorular konusunda daha ayrıntılı bilgi almak amacıyla ek sorular sorma özgürlüğüne sahiptir. Görüşme formu, araştırma problemi ile ilgili tüm boyutların ve sorunların kapsanmasını güvence altına almak için geliştirilmiştir. Görüşmeci, görüşme sırasında soruların cümle yapısını ve sırasını değiştirebilir, bazı konuların ayrıntısına girebilir veya daha çok sohbet tarzı bir yöntem

de benimseyebilir. Görüşme formu, araştırmacıya zaman esnekliği sağlar, soruların yerleri değişebilir, bazı sorular atlayabilir, sormaktan vazgeçilebilir. Belirli bir forma dayalı görüşme, farklı kişilerden daha sistematik ve karşılaştırılabilir bilgi elde etmeyi sağlar. Görüşme formu sayesinde elde edilen verilerin belli bir düzen içinde analiz edilmesi sağlanır (Aktaran: Yıldırım ve Şimşek, 1999, 93-96).

Görüşmeyi, düşünceden çok görüşmeyi yapanın kişiliğinin bir yansıması olarak tanımlayarak hem görüşmeyi yapan kişinin varlığına hem de yorum sürecine dikkati çeken Seidman (1991,56), görüşmecinin zor da olsa aktif bir dinleyici olması gerektiğini söyler. Aktif dinleme sürecindeki üç aşamanın önemini vurgulayarak, bu aşamaları şu şekilde açıklar: İlk aşama, görüşülen kişinin ne söylediğinin farkında olarak dinleme, ikinci aşama bir otorite olarak konumlanan kamunun sesine rağmen görüşmecinin iç sesini dinlemesi ve son olarak da görüşmecinin tıpkı sınıftaki iyi bir öğretmen gibi sürecin farkında olarak dinlemesidir. Seidman (1991,71), bu alanda geliştirilen tekniklere rağmen görüşmecinin kişisel deneyimlerinin, tecrübelerinin ve yeteneğinin de başarılı bir görüşme için gerekli olduğunu söyler. Özellikle diğer insanlarla samimi ilişkiler geliştirebilme yeteneğinin çok önemli olduğunu, bu süreçte de deneyimin görüşmeciye önemli olanaklar sağladığını belirtir.

### III. Tarihsel Arka Plan

#### Geleneksel Medya Okuryazarlığından Eleştirel Medya Okuryazarlığına

Medya okuryazarlığı ile ilgili farklı pek çok ülkede (Hollanda, İtalya, Avustralya, Yunanistan, Avusturya, İsviçre, İsveç, Norveç, Portekiz, Macaristan, İspanya, Fransa, Finlandiya, Danimarka, Almanya, Belçika, Rusya, Malta, Kanada, İsrail, Ürdün) çalışmaların varlığından söz etmekle beraber, bunların ağırlıklı olarak Amerika ve İngiltere'de yoğunlaştığı görülmektedir. İlk çalışmalar 1920'lerde İngiltere'de başlar ve ülkeler

arasında medya okuryazarlığı eğitimi konferansları süreçlerinde uygulanacak yöntem, hedef kitle ve metin içerikleri ile ilgili olarak ortak bir görüşe varılamaması sonucu bir bütünlük taşıyamaz. Her ülke kendi savundukları ilkeleri ve yöntemleri uygulama yoluna giderler (Öncel Taşkiran 2007, 94).

Medya Okuryazarlığı'na dair önemli çabalardan biri 1960'larda UNESCO tarafından Almanya'da atılır. UNESCO, 1982 yılında uluslararası uzmanlarla gerçekleştirdiği toplantının ardından medya eğitiminin gerekliliğini savunan bir bildiri yayımlar. Bildiride medya metinlerini kullanan aileler, öğretmenler, medya çalışanları ve karar vericilerin eleştirel bakışın gelişmesinde sorumluluklarının altı çizilir. David Buckingham'a (2001) göre, bildiride yer alan bazı vurgular bugün sürdürülen medya eğitiminde de geçerliliğini korumaktadır. Bu bildirideki en temel vurgu; medya aracılığıyla öğrenme yerine medya hakkında öğrenmedir. Eğitimin eleştirel bakış içinde öğrencilerin aktif katılımı ile gerçekleştirilmesi ve eleştirel ve yaratıcılık yeteneklerinin geliştirilmesi en önemli hedefler olarak belirlenir. Bu süreç 90'lar boyunca da konferans, bildiri, proje çalışmaları, geliştirilen modeller ve medya iletilerinin çözümlenmesinde bir dizi ilkenin belirlenmesi çerçevesinde devam eder. 1998 yılında Journal of Communication dergisi medya okuryazarlığı konusunda özel bir dosya hazırlar. William G. Christ ve W. James Potter (1998,5-15) özel sayının giriş yazısında, medya okuryazarlığını çeşitli bağlamlarda iletilere erişmek, çözümlenmek, değerlendirme ve iletileri yaratmak yeteneği olarak tanımlanır. Bu tanım bir yandan dinamik bir öğrenme sürecine işaret ederken diğer yandan medya okuryazarlığını "beceri-temelli" (skills-based) olarak kurar. Fakat bu yaklaşım medya okuryazarlığını yetenek ve beceri temeline indirgediği ve metinsellik, yeni iletişim teknolojileri kullanım pratikleri ve medyanın olanaklarını ihmal ettiği için eleştirilir. Medya okuryazarlığı, becerilere dayalı kişisel bir özellikten çok ideolojik ve pratik olarak işleyen bir süreçtir. Mutlu Binark ve Mine Gencil

Bek'in de (2007,49) işaret ettiği nokta, medya okuryazarlığının toplumsal denetim ve düzenleme aracı olarak kullanılabileceği gibi tam tersine demokratik toplumsal düzende özgürleşmeyi sağlamanın aracı olarak da kullanılabilir olmasıdır. Christ ve Potter aynı yazılarında medya okuryazarlığının bir çok boyutu olduğuna dikkat çekerler. Bu boyutları; okullarda pedagojik boyut, ailelerde antropolojik boyut, bilgili yurttaş olabilmek için değer boyutu, eleştirel/kültürel bir sorun olarak araştırma boyutu, kamu siyasasının ilgi alanı olan boyutu olarak özetlerler. Potter (1998), medya okuryazarlığını bireyin ne şekilde medyaya maruz kaldığını anlama, karşılaştığı iletileri yorumlama becerisi olarak tanımlar ve sekiz sürekli evreden meydana geldiğini vurgular. Potter'a göre medya okuryazarlığının evreleri; temel öğeleri öğrenmek, dili (medyanın dilini) öğrenmek, anlatıyı (anlatı yapısını) öğrenmek, şüpheciliğin/eleştirinin gelişmesi, derinlikli ilerleme, deneysel gelişme ve keşif, eleştirel farkındalık, toplumsal sorumluluk olarak sıralanır (Aktaran: Binark ve Gencil Bek 2007, 44-52).

Medya okuryazarlığının hazırlayıcı bir yaklaşım olarak tanımlanması, bireylerin içinde buldukları medya kültürünü kavramaları ve müdahil olmaları anlamından hareketle geleneksel medya okuryazarlığından eleştirel medya okuryazarlığına doğru geçişi hazırlar. Bu geçişin ardından eleştirel medya okuryazarlığında sorunsallaştırılan en temel vurgular etik, iktidar/erk ve siyasallaşmadır. Trend (1994) tarafından kültürel çalışmalar ve eleştirel pedagojinin buluşma noktası olarak da tanımlanan eleştirel medya okuryazarlığında, özdeşünümsellik, diyalog ve bağlam vurguları sürece dahil olur. Justin Lewis ve Sut Jhally (1998), metin temelli yaklaşımları eleştirerek üretim ve alımlama çalışmalarının da sürece dahil olması gerektiğini, bunların metin çözümlenmeleriyle bütünleştirilerek medya okuryazarlığı çalışmalarının genişletilmesi gerektiğini savunurlar. Lewis ve Jhally, üretim, metin ve alımlama arasındaki bütünlüklü bakışın medya okuryazarlığı eğitiminde önemli

olduğunu vurgularlar. Medya okuryazarlığının medya metinlerinin çözülmesinden de öte bir şey olduğunun, metinlerin/üretimlerin neden orada olduğuna dair bir farkındalık olduğunun, neyin üretildiğinden çok, neden hangi sınırlamalar ve koşullar altında, kimin tarafından üretildiğini bilmeye yönelik bir farkındalık olduğunun altını çizerek. Binark ve Gencel Bek'in de (2007) vurguladığı gibi eleştirel medya okuryazarlığı yurttaş katılımı ve toplumsal sorumluluk bilinci ile çakışmalıdır (Aktaran: Binark ve Gencel Bek 2007, 52, 102-105).

#### IV. Araştırma Bulguları

##### Alan Araştırması Hakkında Bilgi

Türkiye'de kentli çekirdek ailelerin televizyon ile kurdukları ilişkiyi ve bu bağlamda, medya okuryazarı olabilmeye potansiyellerini analiz etmeye çalışan bu araştırma 2006 ve 2007 yılları içinde gerçekleştirilmiştir. Ankara ili Konutkent / Çayyolu ilçelerinde gerçekleştirilen bu alan araştırmasına 25 çekirdek aile dahil edilmiştir. Özer Ozankaya (1995, 31), çekirdek aileyi, karı koca ve evlenmemiş çocuklardan oluşan ve sanayileşmiş ve kentleşmiş toplumlarda oluşan aile biçimi olarak tanımlar. Bu tanımdan hareketle çalışmada ailelerin seçiminde kentli olmaları, 1-2 çocuğa sahip olmaları ve kadının çalışma yaşamına dahil olmasına özen gösterilmiştir. Çalışma kapsamında seçilen 25 ailenin bu bağlamdaki demografik özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz:

##### 1.Eğitim:

25/14 ailede eşlerin her ikisi de üniversite mezunudur

25/4 ailede eşlerin her ikisi de yüksek lisans yapmıştır

25/1 ailede eşlerin her ikisi de doktora sahibidir

25/6 ailede eşlerin her ikisi de lise mezunudur

##### 2. Yaş

25/17 ailede eşler 30-40 yaş arasındadır

25/8 ailede eşler 40-50 yaş arasındadır

##### 3. Gelir

Ailelerin aylık ortalama gelirleri Beş Bin ile On Bin Türk Lirası arasında değişmektedir.

##### 4. Meslek

25/21 ailede eşlerin her ikisi de çalışmaktadır.

25/4 ailede eşler ev hanımıdır. Bu aileler içinde iki ailede kadınlar çocuk sahibi olduktan sonra çalışma hayatını bırakmışlardır.

Kadınların Meslekleri: (Elektronik Müh., İşitme ve Konuşma Engelli Uzmanı, Yüksek Mimar, Ressam, Öğretim Üyesi, Yönetici Asistanı, Bankacı, Jeoloji Yük. Müh., Üst Düzey Yönetici, Dış Ticaret Uzmanı)

Erkeklerin Meslekleri: (Matematik Müh., GSM Operatörü, Yüksek Mimar, Makine Müh., Teknisyen, Sigorta Eksperi, Serbest Meslek, Jeoloji Yük. Müh., İktisatçı, Hava Müh.)

##### 5. Çocuk Sayısı

25/15 aile 2 çocuk sahibidir.

25/10 aile tek çocuk sahibidir.

##### 6. Barınma Durumu

25/18 aile ev sahibidir.

25/7 Kiracıdır.

Bu demografik özelliklerden hareketle seçilen ailelerin ortanın üstü gelir ve sosyo-ekonomik koşullara sahip olduğunu söyleyebiliriz. Bu özelliklere sahip ailelerin seçilme nedeni de bu ailelerin medyaya erişim ve kullanma becerisi ile medyayı okuyabilme, değerlendirme, yorumlayabilme ve konuşabilme becerisine sahip olabilmeye potansiyelleri taşımalarıdır.

##### Ailelere Yöneltilen Sorular

Ailelere toplam 25 soru yöneltilmiştir. İlk 8 soru aileleri ve çocuklarını tanımaya yönelik sorulardır. 9-17 arası toplam 9 soru ailelerin (eşler ve çocuklar) televizyonu kullanımları, izleme, program seçmeye yöneliktir. 18-25 arası da ailelerin izlediklerine katılma/katılmama, tartışma/tartışmama, yorum yapma/yapmama televizyon yerine başka bir etkinlik

koyma/koymama üzerinedir. Aileleri temsilen bazı ailelerde kadınlar bazı ailelerde erkekler, bazı ailelerde ise eşler bir arada sorulara yanıt vermişlerdir. Görüşmeler ev dışında \*\*\***Doku Kültür**' adlı anaokulunda gerçekleştirilmiştir. Sorular, yarı yapılandırılmış, derinlemesine görüşme tekniğine bağlı olarak sorulmuştur. Sorular şunlardır:

### Sorular

1. Adınız soyadınız nedir?

K:

E:

2. Kaç yaşındasınız?

K:

E:

3. Eğitim durumunuz nedir?

K:

E:

4. Mesleğiniz?

5. Aylık ortalama geliriniz nedir?

6. Kaç yıllık evlisiniz?

7. Eviniz kira mı yoksa kendinizin mi?

8. Ne kadar süredir bu semtte oturuyorsunuz?

9. Hafta içi günde kaç saat, neden televizyon seyrediyorsunuz? Çoğunlukla ne zaman ve nasıl izlersiniz? Birlikte mi? Ayrı ayrı mı? Neden?

10. Hafta sonu günde kaç saat neden televizyon seyrediyorsunuz? Çoğunlukla ne zaman ve nasıl izlersiniz? Birlikte mi? Ayrı ayrı mı? Neden?

11. Televizyon izlerken herhangi başka bir işle meşgul olur musunuz? Neden?

12. Kumanda aleti genellikle kimin elindedir? Neden?

13. Televizyonda en sık seyrettiğiniz program türleri nelerdir? Neden? En sık olandan en seyrek olana kadar (1-11 arası) numaralandırın.

( ) Haber ve haber program

( ) Film(Çocuk ya da yetişkinlere yönelik konulu film)/Çizgi Film

( ) Belgesel

( ) Müzik-Eğlence

( ) Drama/Dizi

( ) Yarışma

( ) Spor

( ) Eğitim-Kültür

( ) Reality Show

( ) Magazin

( ) Diğer.....

14. Çocuğunuzun televizyonda en sık seyrettiği program türleri nelerdir? Neden? En sık olandan en seyrek olana kadar (1-11 arası) numaralandırın.

( ) Haber ve haber program

( ) Film(Çocuk ya da yetişkinlere yönelik konulu film)/Çizgi Film

( ) Belgesel

( ) Müzik-Eğlence

( ) Drama/Dizi

( ) Yarışma

( ) Spor

( ) Eğitim-Kültür

( ) Reality Show

( ) Magazin

( ) Diğer.....

15. Televizyon izlerken, seçtiğiniz program türü/türlerinde ve izleme sürenizde sınırlama yapar mısınız? Neden?

16. Çocuğunuz televizyon izlerken, program türü/türlerinde ve izleme süresinde sınırlama yapar mısınız? Neden?

17. Televizyon izlerken eşiniz ya da o anda bir arada olduğunuz kişi/kişilerle programlar hakkında konuşur, yorum (olumlu/olumsuz) yapar ya da tartışır mısınız? Yoksa sessiz

\*\*\* Bu çalışmanın alan araştırmasının gerçekleştirilmesinde yardımlarını esirgemeyen Doku Kültür Anaokulu yöneticileri ve çalışanlarına, özellikle Psikolog Nur Yaşar'a teşekkür ederim.



kalmayı mı tercih edersiniz? Neden?

18. Televizyon izlerken çocuğunuz/çocuklarınıza müdahale eder yönlendirir misiniz? Onunla/Onlarla programlar hakkında konuşur, yorum yapar, tartışır mısınız? Yoksa sessiz kalmayı mı tercih edersiniz? Neden?

19. Televizyon karşısında kendinizi nasıl tanımlarsınız? Televizyon karşısındaki halinizden memnun musunuz? Neden?

20. Televizyon karşısında çocuğunuzu nasıl tanımlarsınız? Çocuğunuzun televizyon karşısındaki halinden memnun musunuz? Neden?

21. Televizyon izlerken izleyici konumunuzu nasıl görürsünüz? Aktif olarak izlediklerine katılan (yorumlar yapan ve tartışan) ya da pasif olarak katılmayan. Neden?

22. Televizyon izlerken çocuğunuzun konumu nasıldır? Aktif olarak izlediklerine katılır (sorular sorarak, tartışarak) ya da pasif olarak katılmaz. Neden?

23. Evinizde televizyon izlemek yerine tercih ettiğiniz başka bir etkinlik var mı? Neden?

24. Çocuğunuzun televizyon izlemek yerine tercih ettiği başka bir etkinlik var mı? Neden?

25. Birlikte hangi etkinliklerle nasıl vakit geçirirsiniz?

### **Türkiye’de Bugün Kentli Çekirdek Ailelerin Televizyon İle Kurdukları İlişki**

Araştırma kapsamında seçilen ailelerin tümü kablolu, uydu ve diğer hizmet sağlayıcılara sahiptir. 23 (25/23) ailenin evlerinde 2 ve daha fazla televizyon bulunmaktadır. 2 aile tek televizyona sahiptir. Ailelerde televizyon çoğunlukla salonda yer yer oturma odasında birlikte seyredilmektedir. 18 ailede televizyon birlikte salonda, 7 ailede ayrı ayrı odalarda seyredilmektedir. Ayrı izleme eşlerin ve çocukların tercihlerine bağlı olarak, çoğunlukla çocuklar ve anne için oturma odasında ya da mutfakta, baba için salonda

gerçekleşmektedir. 2 ailenin çocuk odasında televizyon bulunmaktadır. Ailelerin hafta içi televizyon izleme biçimleri hafta sonu ile hem benzerlikler taşır hem de farklılıklar. Ama oran olarak büyük bir çoğunluk için benzerlik taşıdığı söylenebilir. 17 ailede benzer sürelerde ve birlikte televizyon izlenmektedir. 8 aile hafta sonu televizyonu farklı bir şekilde kullandığını ifade etmektedir. Bu aileler hafta sonu evin dışında fazla zaman geçirdikleri için daha az televizyon seyrettiklerini söylemektedirler. Televizyon izleme süreleri değişmekle beraber, 13 aile günde 3-4 saat arası, 8 aile günde 1-2 saat izlediklerini belirtmektedir. 4 ailede televizyon sürekli açıktır. Aileler televizyonu genellikle akşam işten eve geldikten sonra açmakta ve yatana kadar evdeki diğer işleriyle bir arada kullanmaktadırlar. 11 ailede kadınlar diğer işleriyle birlikte televizyon izlerken, 4 ailede kadınlar herhangi bir işle meşgul olmadan yalnız televizyon izlemektedir. 5 ailede erkekler diğer işleriyle birlikte televizyon izlerken, 5 ailede erkekler herhangi bir işle meşgul olmadan yalnız televizyon izlemektedir. Evdeki iktidarın sembolü olan kumanda aleti ile ilgili sorunun yanıtından hareketle, bu gruptaki aileler için erkek iktidarının aşınmaya başladığı ve evde kadın ve çocuklardan yana değişimin yaşandığı söylenebilir. 9 ailede kumanda aleti erkeklerde, 7 ailede kumanda aleti kadınlarda, 8 ailede kumanda aleti ortada ve 1 ailede de kumanda aleti çocuklardadır.

Ailelerin program türleri ile ilgili olarak seçimlerine bakıldığında hem eşlerde hem de çocuklarda birinci sırada film (konulu ve çizgi film) yer almaktadır. 25/15 ailede eşler için film birinci sırada yer alır. İkinci sırada haber gelmektedir. 13 ailede filmden sonra en çok haber izlenmektedir. Daha sonra drama/dizi, spor, yarışma, belgesel, müzik-eğlence ve diğer türler küçük farklarla sıralanır. Ailelerde kadınlar film ve haberden sonra ağırlıklı olarak dizi ya da müzik-eğlence programlarını, erkekler ise belgesel ve spor programlarını tercih etmektedirler. Elde ettiğimiz bu veriler ışığında, daha önce yapılan bu tip araştırmalara program türleri ve eşlerin seçimi bağlamında

şunları ekleyebiliriz. Ekonomik koşulları sayesinde, televizyona alternatif seçimler üretebilen bu aileler için -ki film (ev sinemaları ve dvd örneklerinde olduğu gibi) izleme bunların başında geliyor- televizyon ile kurduğu ilişki biçimi değişmiştir. Eğitim ve sosyo-kültürel alt yapısının gücü ölçüsünde aileler günümüzde televizyon programlarını beğenmediği anlarda farklı alternatifler yaratabilmektedir. Film (konulu filmler) de bu türlerin başında gelmektedir. Haber türü ailenin birlikte seyrettiği, konuştuğu ve dünyadan haberdar olduğu bir tür olarak önemini korumaktadır. Diğer türler ise yer değiştirerek tercih nedeni olmaya devam etmektedir. Ailelerde çocukların tercihlerine bakıldığında da filmin birinci sırada, belgeselin de ikinci sırada olduğu görülmektedir. Fakat bu anne-babaların verdiği bilgilere dayanmaktadır. Birinci el olarak çocuklar ile konuşulmamıştır. Hem eşlerin hem çocukların film türünü seçmelerindeki nedenlerin başında televizyonun tehlikeli ve düşük olarak nitelendirdikleri programlarına karşı kendilerini ve çocuklarını koruma isteği gelmektedir. Filmler, ailelerin kendi seçimleri olduğu için içeriğini görece de olsa kontrol edebilmektedirler. Ama aileler film sayısına ve izleme sürelerine de sınır koymaya özen göstermektedirler. Çünkü çocukların özellikle saatlerce çizgi film seyretme eğilimlerinin de olduğunu ifade etmektedirler.

Ailelerin hem kendi izleme edimleri hem de çocuklarının izleme sürelerinde sınırlandırmalar yaptıkları görülmektedir. Ailelerde kadınlardan 25/9 tanesi kendi için izleme süresinde ve program türlerinde sınırlamalar yaptığını, 6 tanesi yapmadığını ifade ederken, erkeklerden 5 tanesi sınırlama yapmakta, diğer beşi ise yapmamaktadır. Çocukları söz konusu olduğunda eşler daha sınırlayıcı görünmektedirler. Kadınlardan 13 tanesi erkeklerden 8 tanesi sınırlama yaparken, kadınlardan da erkeklerden de 2'şer kişi sınırlama yapmadığını ifade etmiştir. Sınırlama yapmama nedenleri olarak, çok televizyon izleyememe ve akşam çok az vakit bulma sebep olarak gösterilmiştir. Aileler tarafından

televizyon izlerken sınırlama yapma nedenleri olarak ise; zamanı daha iyi kullanabilme, diğer işlere zaman ayırabilme, şiddet ve cinselliğin, magazin ön planda olduğu programlardan kaçınma, ilgi alanları dışındaki programları seyretmeme, televizyon bağımlısı olmamaya çalışma ve akşam saatlerinin tamamını doldurmasına izin vermeme sebep olarak gösterilmektedir.

Ailelerin televizyon izlerken nasıl davrandıkları konuşmayı, izlediklerine katılmayı, yorum yapmayı bir anlamda aktif bir konum mu yoksa bunları yapmayarak pasif bir konum mu tercih ettikleri ile ilgili sorulara verilen yanıtlardan hareketle aktif olarak katılma ve pasif olarak katılmama, bir anlamda sessiz kalma konumlarının bir arada olduğu söylenebilir. Bu bir arada olma konumunun program türü, izleyicinin ruh hali, ilgi alanları, zaman ve yere göre değiştiği görülmektedir. İzleyicilerin çoğunluğu 25/20 aile izledikleri şeye bağlı olarak hem aktif hem de pasif bir konuma sahiptir. Kendilerini pasif konumda tanımlayan aileler bunun nedeni olarak; televizyonun kendi düzeylerinin altında olan programlarını; kendi ifadeleriyle 'saçma sapan programlarını' ve yorgunlukları ile yoğunluklarını göstermektedirler. Verilen cevaplardan hareketle, çocukların konumlarının anne babalarına oranla daha aktif olduğu söylenebilir. 20 (13 Kadın, 7 erkek) aile çocuklarının aktif olarak izlediklerine katıldığını ifade ederken 5 (2 kadın ve 3 erkek) aile çocuklarının pasif bir konumda televizyon izlediğini söylemiştir. Aktif konumdaki çocukların ailelerine izledikleri programlar hakkında soru sordukları (meraklı ve öğrenmeye açık olarak), kahramanlarla özdeşleşerek onları canlandırdıkları, örnek aldıkları, olaylar arasında bağlantılar kurarak anlattıkları, gündelik yaşam pratikleri içinde izlediklerine sıkça referans yaptıkları, ailelerinin yönlendirmeleri ile de yeri geldiğinde eleştirdikleri görülmektedir.

Ailelerin tamamı televizyon izlemek yerine; kitap okumak, el işi yapmak, bahçe ile uğraşmak, bilgisayar gibi farklı etkinliklere de zaman ayırmaya çalıştıklarını ifade

etmektedirler. Ailelerde çocuklar da televizyon izlemek yerine oyuncakları ile oynamak, yap-boz, kitap okumak, bilgisayar ile vakit geçirmek, resim yapmak, müzik dinlemek gibi etkinliklerle ilgilenmektedirler. Aileler bu etkinlikleri çoğunlukla çocukları ile bir arada yaptıklarını belirtmektedir.

### **Türkiye’de Kentli Çekirdek Aileler Medyayı Okuyabilir mi?**

Aileler ile yapılan görüşmelerden sonra özetle şunları ifade edebiliriz. Ortanın üstü sosyo-ekonomik konuma sahip, eğitilmiş kentli çekirdek aileler, televizyonu bir arada, günde en az 3-4 saat yeri geldiğinde sınırlandırarak, başka işleriyle bir arada izlemektedirler. Kuşkusuz ki kent yaşamının hızı ve ağır sorumlulukları, eşlerin her ikisinin de çalışıyor olması ailede televizyonun çoğunlukla akşam saatlerinde bir arada yoğun ve yorgun olarak izlendiğini göstermektedir. Bugünün televizyon izleyen kentli çekirdek aile izleyicisi (ortanın üstü sınıfa dahil olan) televizyon karşısına yoğun, yorgun, ailesi ile birlikte ama seçimlerini yapmasını bilen, kendini koruyabilen ve alternatifler sunabilen bir konumda geçebilmektedir. Günümüzün bu yeni televizyon izleyicisi bu görünümüyle hem seyrettiklerine katılan, konuşan, yorumlar yapan, eleştiren konumuyla aktif, hem de yorgun ve yoğun yaşamının da etkisiyle, ilgi alanları ve ruh haline uymayan programlara karşı sessiz konumuyla pasif durmaktadır. Gelişen iletişim teknolojileri, kent yaşamının sağladığı diğer alternatif etkinlikler, farklı enformasyon kaynakları bu yeni izleyiciye farklı olanakları sunmakta ve onu televizyon karşısında eskisinden farklı olarak daha güçlü kılmaktadır. Kuşku yok ki bahsettiğimiz izleyici, kentli ve ortanın üstü sınıfa ait izleyicidir. Yoksa bu izleyicinin televizyon karşısında değişen görünümü tüm izleyicileri kapsamaz. Toplumun her kesimi bu olanaklara ve şansa sahip değildir. Kendine farklı olanaklar yaratamayan, eğitimi ve geliri sınırlı kesimler için televizyon ile kurduğu ilişki çok farklı olacaktır.

### **Genel Değerlendirme ve Sonuç**

Eleştirel bakışın geliştirilmesinde belli bir sorumluluğa sahip olan ailelerin televizyon ile kurduğu ilişkiyi ortaya koymayı ve televizyon karşısındaki konumlarını (medya metinlerini değerlendirebilme ve eleştirebilme potansiyellerini) sorgulamayı amaçlayan bu küçük ölçekli çalışma göstermiştir ki Türkiye’de Ankara ili Çayyolu ilçesinde kentli ortanın üstü sınıfa ait ailelerin hayatında televizyon önemli bir yer işgal etmektedir. Bu önem sosyo-kültürel şartların da etkisiyle giderek artmaktadır. Aileler televizyonda seyrettiklerini değerlendirmekte, yeri geldiğinde içeriklerini beğenmediklerini ifade etmektedirler. Diğer yandan bu içeriklere alternatif seçimler üretmeye çalışmaktadırlar.

Medya okuryazarlığı kavramının tanımından hareketle aileler, televizyon iletilerine erişebilmekte, değerlendirme ve çözümlene yapabilmektedirler. Fakat bu değerlendirme ve çözümlenmeler Potter’dan (1998) hareketle, medya metinlerini seçimleri (tür ve programlar bağlamında) ve yorumları bağlamında düşük düzeydedir. Bunun yanı sıra ailelerin televizyon iletilerine dair eleştirilerinin, eleştirel bakışlarının da sınırlı olduğu söylenebilir. Aileler içerikleri aşırı şiddet eğilimleri, cinselliğin kötü kullanımı ve magazinleşme olguları içinden eleştirirlerken, içeriklerdeki farklı ideolojik sesler ve kodlar üzerine; metnin başat egemen söylemleri ile muhalif söylemlerine dair herhangi bir farkındalık içinde olmadıkları görülmektedir. Aileler içeriklerin üretim koşullarına (üreten kurum ya da kişiler bağlamında) dair de herhangi bir görüş ileri sürmemektedirler.

Çalışma göstermiştir ki kentli çekirdek aileler televizyon karşısında yer yer pasif yer yer de aktif olabilmektedirler. Aileler, aktif konumları ile medyayı değerlendirebilme ve eleştirebilme potansiyeline sahip görünmektedirler. Pasif olma nedenlerinin başında ise yorgunluk ve yoğunlukları ile televizyonun kalitesi düşük olarak nitelendirdikleri içeriği gelmektedir. Aileler kalitesiz olarak gördükleri programlara karşı

eleştirmekten çok ilgisiz davranmaktadır. Bu etmenlerin ortadan kalkmasıyla aktifleşmeleri yönünde adımlar atılabilir. Ailelerin sınırlı da olsa içeriklere müdahil olma potansiyellerinden hareketle medyayı okuyabilme, bir anlamda medya okuryazarı olabilmelerinin mümkün olduğu söylenebilir. Özellikle medya okuryazarlığı eğitiminin, bu tip aileler için önemli farkındalıklar ve ilerlemeler yaratacağı görülmektedir. Ailelerin tamamı çocuklarını medyanın kötü etkilerinden korumayı arzu etmektedir. Bu arzu onların planlı ve programlı bir eğitim arzusu içinde olduklarının da ifadesidir. Ayrıca toplumun bu görece şanslı kesimleri üzerinden yapılacak uygulamaların ışığında, kendini ve toplumu sorgulayan ‘eleştirel yurttaş’ın yaratılması da mümkün olabilir. Bu süreçte, medya okuryazarlığı ve eleştirel medya okuryazarlığı eğitiminin önemli rol oynayacağı da bir gerçektir. Medya eğitimi projelerinin yaygınlaştırılması ve toplumun farklı kesimleri için ve bu kesimlere özgü şartlar dikkate alınarak hazırlanmasının gerekliliği çok açıktır.

#### KAYNAKÇA

- Ang, I.(1996). Living Room Wars-Rethinking media audiences for a postmodern world. London and New York: Routledge Press.
- Aziz, A. (1994). Araştırma Yöntemleri-Teknikleri ve İletişim. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Binark, M., Gencel Bek M. (2007). Eleştirel Medya Okuryazarlığı Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Bourdieu, Pierre. (2000). Televizyon Üzerine (T. Ilgaz, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. (1996).
- Coward, R., Ellis, J. (1985). Dil ve Maddecilik. (E. Tarım, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları. (1977)
- Hall, S. (1984). Encoding/decoding. Culture, Media, Language, 128-138.

- İnceoğlu, Y. (2007). Medyayı Doğru Okumak. Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek. (Ed.). Medya Okuryazarlığı.(s. 21-26) İstanbul: Kalemus Yayınları.
- Öncel Taşkiran, N. (2007). Medya Okuryazarlığına Giriş. İstanbul: Beta Yayınları.
- Ozankaya, Ö. (1995). Temel Toplumbilimleri Sözlüğü. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Seidman, I. E. (1991). Interviewing As Qualitive Research. New York and London: Teachers College Press.
- Williams, Raymond. (2003) Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim. (çev. A.U.Türkbağ), Ankara: Dost Kitabevi. (1974).
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (1999). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayınevi.