

## ÇOCUKLARIN TELEVİZYON İZLEME DAVRANIŞLARINDA MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİNİN ETKİSİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Dr. Hülya Semiz TÜRKÖĞLU\*

### Özet

Televizyon, yaygınlığı ve görsel işitsel anlam aktarımı özelliğinden dolayı yetişkinler ve çocuklar üzerinde en etkili kitle iletişim aracıdır. Günümüzde çocukların da tüketimin hedef kitlesi olduğu ve onlara yönelik yayınların ağırlık kazandığı göz önüne alındığında çocukların televizyonun zararlarından korunabilmesi için medya okuryazarlığı eğitimi almaları önem taşımaktadır. Haber alma ve bilgi edinmeden ziyade eğitim amacıyla da kullanılır hale gelen televizyon, özellikle kitle iletişim araçlarını nasıl kullanması gerektiğini bilmeyen çocuklar için büyük bir tehlike oluşturmaktadır. Televizyon karşısında çocukların olumsuz etkilere çok açık bir şekilde maruz kalmalarının en önemli nedenlerinden birisinin de medya okuryazarlığı hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığıdır. Bu nedenle görsel, işitsel ve yazılı medya karşısında savunmasız bir alıcı konumunda bulunan çocukların ilköğretimden başlayarak, bilinçli ve eleştirel bir medya tüketicisi ve bunun yanı sıra medya üreticisi olma bilincini kazandırma, kurgu ile gerçeği birbirinden ayırabilme, medyanın iletilerini değerlendirebilme yeterliliğini kazandırma eğitimin temel amaçları arasında gereksinimi açıkça ortaya koymaktadır.

Bu araştırma, 11-14 yaş arası çocukların medya okuryazarlık düzeylerini ortaya koymak, televizyon izleme oranlarının medya okuryazarlık düzeyi üzerindeki etkisini açıklamaya çalışılmıştır. Çalışmada temel olarak, ilköğretim çağı çocuklarının medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerle almayan öğrenciler arasındaki tutum ve davranışların farklılık gösterip göstermediğini tespit etme amacına yöneliktir.

Araştırmada nicel bir araştırma yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Bu çerçevede çocukların televizyon ve internet okuryazarlıkları ile ilgili düzey tespitinin belirlenmesine dönük bir ölçek geliştirmiştir. Medya okuryazarlığı kavramından yola çıkarak çocukların televizyon ve internetle ilişkisinin belirleyicisi olarak bilinç düzeylerini belirlemek amacıyla anket uygulaması yapılmıştır. Ölçek, 141 kız 159 erkek olmak üzere toplamda 300 öğrenciye uygulanmıştır. Uygulamada çocuklara, medya okuryazarlığı bilgisi, program içeriği, yaş özelliklerine uygunluğu, izleme süreleri gibi ölçütlerinden hangileri konusunda ne kadar bilinçli oldukları soruları yöneltilerek bilinç düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Sonuç olarak örnekleme oluşturan bireylerin yaş ve sınıfları dengeli bir dağılım göstermiştir. Ailesiyle birlikte yaşayan çoğunluğu oluşturan grubun üyelerinin günde en az 1-3 saat TV izlediği görülmüştür. Ağırlıklı olarak öğrencilerin dizi, reality show ve yarışma programlarını izledikleri görülmüştür. Medya okuryazarlığı dersi alan öğrencilerin akıllı işaret uygulamasına daha dikkat ettikleri ve gerek ailelerinin gerekse kendilerinin TV izleme davranışlarında dersi almayanlara göre daha kontrollü oldukları tespit edilmiştir. Alanında uzman öğretmenler tarafından verilmeyen bu dersin yine de faydalı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

***Anahtar Kelimeler:** Medya Okuryazarlığı, Medya Eğitimi, Televizyon, Medya İzleme Davranışı*

### A FIELD STUDY ON THE EFFECTS OF MEDIA LITERACY COURSE ON CHILDREN'S TV WATCHING BEHAVIORS

#### Abstract

Television, due to its publishing and audio-visual transfer features, is the most effective mass media tool for adults and children. Considering that children are now the target group for consumption and programs prepared for them are gaining weight, it is important to educate children in media literacy so that they are protected from harmful effects of television. Television, which is also used for educational purposes as well as receiving information and getting news, poses a great danger for children who do not know how to use mass media. One of the most important reasons why children are exposed to negative effects of television is the fact that they do not have sufficient information about media literacy. For this reason, starting from the elementary school, we need to educate the children who are vulnerable to visual, auditory and print media in order to make them able to gain the consciousness of becoming a conscious and critical media consumer, separate fiction from reality and evaluate media messages. This research aims to reveal media literacy levels of children aged 11-14 and to explain the effect of television watching rates on the media literacy level.

This research attempts to reveal media literacy levels of children aged between 11 and 14 and to explain the effect of television viewing rates on media literacy level. The main purpose of the study is to determine whether the attitudes and behaviors of children who have taken media literacy course and who have not differ in any way.

\* İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, hulyasemiz@istanbul.edu.tr, hulyasemiz@gmail.com.

Survey has been used as a quantitative research method. In this sense, a scale for determining children's level of television and internet literacy has been developed. From the concept of media literacy, a survey has been carried out to determine children's level of consciousness as a determinant of their relationship with television and internet. The scale consisted of 141 female and 159 male students, making it a total of 300 students. In the survey, children were asked how conscious they are about media literacy, program contents, appropriateness of the programs for their age, viewing durations et cetera to understand their level of consciousness.

As a result, the age and class of the individuals who form the sample have showed a balanced distribution. It is seen that the group, most of which live together with their family, watch television for at least one to three hours a day. It is again seen that mainly students watch series, reality shows and competition shows. It has been found that the students who take the media literacy class pay more attention to smart signs; and they and their families are more controlled in their behavior regarding television than those who do not take the class. It is concluded that the course, which is not given by expert teachers, is still useful.

**Keywords:** *Media Literacy, Media Education, Television, Media Watching Behavior*

## Giriş

Değişen teknolojiyle medya, toplumsal yaşantının her alanında önemli bir güç olarak bireylerin davranışlarının ve değer yargılarının oluşumunda önemli bir role sahip olmuştur. Son yıllarda iletişim kanallarındaki niteliğin düşmesi ve kitle iletişim araçlarındaki bilgi yoğunluğu, doğru bilgiye ulaşma sorununu da beraberinde getirmiştir. Bilgilenmek ve sosyalleşmek amacıyla medya araçlarını kullanan çocuklar, medya iletilerindeki kurguyu ve gerçeği kolayca ayırt edememektedir. Medyanın farklı araçlar ve kanallar aracılığıyla toplumlar üzerindeki hızlı etkilerinden dolayı bilinçli medya okuryazarı bireylerin yetiştirilmesini gerektirmektedir. Medya okuryazarlığının amacı dikkate alındığında, özellikle çocukların medya kullanımında bilinçli olabilmelerinin eleştirel bir takım becerilere sahip olmaları gerektiği görüşüne dayanmaktadır.

Günümüz eğitim sisteminde özellikle medya ve eğitsel uygulamalarda çok sözü edilen 'medya okuryazarlığı' ilk etapta ilköğretimden başlayarak ders kapsamına alınmıştır.

Türkiye'de ebeveynlerin medya okuryazarlığı konusunu tam olarak bilmemeleri ve anlayamamaları bu konuda çocuklara herhangi bir rehberlik yapamamalarını da beraberinde getiren ayrı bir sorundur. Aslında bu durum medya okuryazarlığının Türkiye gündemine yeni yeni girmiş olması nedeniyle anlaşılabilir bir noktadır. Medya okuryazarlığının öneminin fark edilmesiyle birlikte Radyo ve Televizyon Üst Kurulu öncülüğünde çeşitli çalışmalar başlatılmış ve 2007-2008 eğitim-öğretim yılında müfredatta seçmeli ders olarak yer almıştır (RTÜK, 2007).

Bu çalışma kapsamında betimleyici olarak tasarlanan araştırmanın temel amacı, ilköğretim çağı çocuklarının medya okuryazarlığı dersini gören öğrencilerle görmeyen öğrencilerin, medya ile ilgili davranışları farklılık gösterip göstermediğini tespit etmektir. Öğrencilerin medyaya yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla anket yöntemi kullanılmıştır.

## 1. Medya Okuryazarlığı Kavramı

Medya okuryazarlığı pek çok farklı kavram ile karşılaşılmaktadır. Bu kavramları, görsel okuryazarlık, medya pedagojisi ya da eleştirel medya okuryazarlığı olarak sıralayabiliriz. Bu kavramlar, medya okuryazarlığı ile ilişkilendirilse de medya okuryazarlığı literatürde daha çok medya eğitimi olgusu ile açıklanmaktadır.

Medya okuryazarlığı, çeşitli biçimlerdeki yazılı-basılı, görsel, işitsel, elektronik ortamlarda ulaşılan medya iletilerine erişebilmek, bu iletileri anlamak ve değerlendirmek için gereken bilgi birikimine sahip olmak, medyayı etkin ve akılcı biçimde kullanmak, medya olarak bilinen bilgi kaynaklarını tanımak, değerlendirmek ve gerektiğinde bu kaynaklardan yararlanmak, medyanın kişilerin ve toplumun düşünceleri, ideolojisi,

davranışları ve değerleri üzerindeki etkisinin bilincine varmak, gelen iletilere gereken tepkileri vererek bilginin bilinçli ve doğru üretilmesini sağlamak ve fikir üretmekle kalmayıp bu düşünceleri iletme kapasitesine de sahip olmaktır (Önal, 2007: 335-359).

Thoman'a (2009: 50) göre, medya okuryazarlığı, her gün televizyondan, radyodan, bilgisayardan, gazeteden, dergiden ve tabii ki reklamlardan aldığımız görsel ve işitsel sembollerden kişisel bir anlam çıkarma kabiliyetidir. Medya okuryazarlığı, seçme ve ayırt etme, sorma ve sorgulama, etrafımızda olup bitenlerden haberdar olma, pasif ve savunmasız olmamaktır.

Medya aracılığıyla bireylere farklı formatlarda mesajlar aktarılmakta ve bu mesajların bireylere ulaştıktan sonra işlenmesi işlemine ise okuryazarlık adı verilmektedir. Kitlelerdeki bireylerin medya içeriklerini okumaları, mesajları pasif olarak almak yerine aktif bir şekilde ayrıntılarını, verilen değerleri, aşılana çalışılan fikirleri ve ürünleri analiz edip, bunları anlaması ise okumak olarak değerlendirilmektedir (Bilici, 2014: 29).

Medya okuryazarlığı; yazılı ve yazılı olmayan, büyük çeşitlilik gösteren yapılarıdaki (internet, televizyon vb.) mesajlara ulaşma, bunları çözümüleme, değerlendirme ve iletme yeteneğidir (İnceoğlu, 2007:4). Potter'a, göre medya okuryazarlığının birçok tanımı vardır. Çok yönlüdür. Görecelidir, kişiye göre değişir. İzleyici odaklıdır. Bilince ve bilinenlere göre değişir. Herkes belli bir oranda medya okuryazarıdır, kimse tam anlamıyla medya okuryazarı değildir. Kısaca karmaşık bir kavramdır, yani basit değildir (Özad, 2006: 56). Bir başka tanımlamada medya okuryazarlığı, eleştirel düşünme ve aktif katılımı amaçlayan yönüyle vurgulanmıştır (Buckingham, 2009: 27).

RTÜK'ün yapmış olduğu tanımında ise medya okuryazarlığı ana hatlarıyla, medya metinlerine karşı bireylerin bilgi sahibi kılınıp, olası zararlı etkilerine karşı daha dirençli olmalarını sağlayan, bireyleri bilinçlendirerek medya kuruluşlarını daha dikkatli olmaya davet eden bir eğitim programıdır. Medya okuryazarlığı, sadece ürünleri tanımak, takip etmek veya izlemek olmadığını, bununla birlikte, medyanın vermiş olduğu mesajları yorumlayabilmek, tartışabilmek ve her medya aracı ile mesaj iletilmesini ve paylaşımını bilebilmektir şeklinde tanımlanmaktadır (Altun, 2005: 74-75). En genel tanımıyla medya okuryazarlığı kişilerin farklı formatlardaki medya metinlerine erişebilmelerini, erişilen metinleri analiz edip değerlendirebilmelerini ve gerektiğinde ya da istendiğinde kendi medya metinlerini oluşturabilmeleri olarak tanımlanmaktadır.

Bu tanımlardan yola çıkarak medya okuryazarı birey ne izlediği, okuduğu ve duyduğunun bilincinde olan, sunulanı anlayabilecek ve tartışabilecek düzeyde medya altyapısının, medya gerçekliğinin sınırlarına vakıf olan birey demektir (Taşkıran, 2007: 85).

Televizyonun çocukların düşünme, konuşma becerileri, kimlik gelişimleri, okuma alışkanlıkları, hayal gücü ve hatta fiziksel gelişimleri üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri bilinmekle birlikte; ailelere bu alanlarda önemli görevler düşmektedir. Burada önemli olan, çocuğa hiç televizyon seyrettirmemek değil televizyon üzerinde bir kontrol mekanizması oluşturarak, televizyonu çocuğun gelişimine olumlu katkılar sağlayacak şekilde kullanabilmektir. Ailelerin çocukların izledikleri programların içeriklerini ve süresini kontrol edebilmeleri önemlidir (Ertürk ve Gül, 2006: 53). Televizyon programlarında çocuk ve yetişkin kategorileri arasında ayırım yapılmamakta, her şeyi, herkes için farklılaştırmadan sunmaktadır. Yani çocuklar TV'de sadece çizgi film ve çocuk programlarına değil yetişkinlere yönelik hazırlanan program içeriklerine maruz kalmakta ve bunun sonucunda etkilenmektedirler (Postman, 1995: 102). TV ekranlarından defalarca yinelenerek verilen görüntü bireylerin beyinlerine işleyerek özellikle çocuklar üzerinde kalıcı izler bırakmaktadır. Bu noktada ebeveynlerin sürece dâhil olmaları gerekmektedir. Ancak ebeveynlerinde medya hakkında yeterli bilince sahip olmamaları ve gerekli sorumluluğu

üzerlerine almamaları ciddi problemlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu doğrultuda medyanın neyi vermeye ve benimsetmeye çalıştığını iyi anlamak ve verilen mesajlardaki doğru ve yanlış tespit edebilmek çok önemlidir. TV ve internet aracılığıyla şiddet içerikli görsel uyarıcılarla aşırı yüklü olan bireylerin hiperaktif hale geldikleri, şiddet eğilimlerinin arttığı, şiddete karşı duyarsızlaştıkları ve saldırganlaştıkları belirtilmektedir (İnal, 2011: 10). Medya mesajları karşısında savunmasız alıcı olarak kalan çocukların eğitim hayatlarının ilk yıllarından başlayarak, medya karşısında bilinçlendirilmeleri gerekmektedir.

Medya okuryazarı bireyler, bütün anlam seçenekleri arasından nasıl ayırım yapacaklarını ve kendilerine çeşitli açılardan en faydalı olan anlamı nasıl seçeceklerini bilen; böylelikle de, medya mesajları üzerinde daha fazla kontrol gücüne sahip olan yüksek derecede medya okuryazarlarıdır (Potter, 2005: 5). Medya okuryazarı bir birey “Eleştirel medya okuryazarı olan bir yurttaş, medya metinlerinde dolaşıma sokulan uzlaşımları ve başat kodları okumakla kalmayarak, bunların gündelik yaşamdaki köklerinin de farkına varabilecektir (Binark ve Gencel Bek, 2010: 111).

Özetlemek gerekirse, medya okuryazarlığı bilgisi kişinin gerçek dünya ile medya tarafından hazırlanan dünya arasındaki farkı anlamasını sağlayabilir. Medyada okunan, gözlenen ve işitilen her şeyin öncelikle kurgusal olduğunu fark etmeyi öneren medya okuryazarlığı, bu yönüyle medyanın içeriğinin doğal olmadığını ve değiştirilebileceğini vurgulamaktadır (İnceoğlu, 2007: 278). Medya okuryazarlığı ile bireylere medya ve medya iletişim araçlarının sunduklarını irdeleme, seçme, uygulama anlamında gündelik rutinlerinde yarar sağlamaktadır.

## 2. Medya Okuryazarlığının Temel İlkeleri

Medya okuryazarlığı ile ilgili yapılan çalışmalar sırasında birçok farklı görüş ve ilke ortaya atılmıştır. Medya okuryazarlığının temel ilkeleri herhangi bir medya mesajının çözümlenmesinde kullanılan kriterler olarak algılanmaktadır. Bu amaçla bu temel ilkelerin medya mesajlarında tespit edilebilmesi amacıyla ilkeler Center for Media Literacy (CML) tarafından sorulara dönüştürülmüştür. Bu ilkeler, sorular ve medya içeriğine yönelik temel kavramlar şöyledir:

**Tablo 1:** Medya Okuryazarlığının Temel İlkeleri

	Temel İlkeler	Anahtar Sorular	Kavram
1	Tüm medya mesajları kurgudur.	Bu mesajı kim oluşturdu?	Kurgulanmışlık
2	Medya mesajları, medyanın kendi kuralları dâhilinde yaratıcı bir dil kullanılarak kurgulanmıştır.	Dikkatimi çekmek için hangi teknikler kullanıldı?	Biçim ve Ürünün Yönetimi
3	Farklı insanlar aynı mesajı farklı şekillerde algılar.	Başka insanlar bu mesajı benden farklı olarak nasıl anlayabilirler?	Dinleyici / İzleyici
4	Medya, belli değer ve bakış açıları içerir.	Bu mesajda hangi yaşam tarzları, değerler ve bakış açıları sunulmaktadır?	İçerik
5	Medya mesajları, kâr ve/veya iktidar sağlamak amacıyla kurgulanır.	Bu mesaj niye gönderildi?	Amaç

**Kaynak:** Jols ve Thoman, 2008: 24-27.

Medya Okuryazarlığı, çeşitli kaynaklardaki bilgiye erişim, medyadaki mesajların nasıl oluşturulduğunu anlama, açık ya da gizli mesajları değerlendirebilme ve kendi mesajlarını yaratabilme yeteneğidir (Kellner ve Jeff Share 2005: 5). Medya okuryazarlığını

tanımlayacak, ön plana çıkaracak bazı çıkarımlar söz konusudur. Bunlar tanımın açılımı için tartışılıp oluşturulmuştur. Medya okuryazarlığına ilişkin bu temel özellikler şöyle sıralanır:

- Medya mesajlarının tamamı kurgudur.
- Medya mesajlarının kendine özgü bir dili vardır.
- Aynı mesajı farklı kişiler farklı şekilde algılayabilir.
- Medyanın gizli değer ve görüşleri vardır.
- Medyadaki mesajlar iktidar ve güç amaçlı oluşturulur.

Medya okuryazarlığı eğitiminin neden gerekli olduğuna ilişkin tartışmalarda genelde medyanın çocuk ve ergenler üzerindeki olumsuz etkilerine vurgu yapılmakta ve koruyucu bir yaklaşım ortaya atılmaktadır (Binark ve Gencel Bek, 2010: 112). Bir yandan da medya okuryazarlığının gençleri medyanın olumsuz etkilerinden koruduğu inancının yanlış olduğunu ve böyle bir düşüncenin gençlerin ve üniversite eğitimi olmayanların medyanın her söylediğine inanan, kendi düşünme ve değerlendirme yetisi olmayan bireyler olarak varsaydığını savunur (Algan 2007: 70).

Medya okuryazarlığı eğitimi halkın kitle iletişim araçlarının işleyişi hakkında bilinçlenmesini (medya okuma) ve olumsuzluklara tepki göstermesi (medya yazarlığı) sonucunu getirecektir. Bu da uzun vadede bilinçlenecek olan halkın taleplerini iletmesi ile medyanın yayın anlayışını daha nitelikli hale getirmesini sağlayacaktır. Medya okuryazarlığı tanımlarında genel olarak yaydığı mesajlara yönelik bir odaklanma vardır. Bu tanımlarda medyanın masaya yatırılması konusu yoktur. Mesaja yönelik vurgu yapan medya okuryazarlığı tanımlamalarını daha çok ana akım iletişim çalışmalarında görmek mümkündür.

### 3. Medya Okuryazarlığının Önemi

Medya ya da kitle iletişim araçları günümüzde hemen her alanda hayatımızda yerini almakta, eğitimden, ekonomiye, siyasetten dine kadar birçok alanda var olmaktadır. Medyasız günlerin geçmediği günlük hayatı birçok ilişkisinin medyaya göre düzenlendiği günümüzde, hepimiz medyadan bahseder hale geldik. Günlük zaman dilimlerinin önemli bir bölümünü medya ile etkileşim içinde geçiren bireyler, giderek artan bir yoğunlukla medya mesajları ile yüz yüze kalmaktadırlar. Güç elde etme ve ticari amacı olan medya, bireyleri yönlendirebilmek için çeşitli teknikler kullanmaktadır. Bu süreç içinde, bireylerin medyadan gelen mesajları algılayıp sorgusal bir yaklaşım içinde değerlendirebilmeleri ve eleştirel becerilere sahip, sosyal ve katılımcı bir birey olabilmeleri için medya okuryazarlığı kavramı öne çıkmaktadır (Kıncal ve Kartal, 2009: 318).

Günümüzde medya okuryazarlığı, yazılı medyadan videoya, videodan internete çeşitli yapılarda bulunan medyaya erişme, analiz etme, değerlendirme ve yaratma yeteneği için bir çerçeve sağlamaktadır. Jolls ve Thoman de (2008: 33) medya okuryazarlığının önemini şöyle özetlemiştir; Merkezi demokratik süreçlerde medyanın etkisi. Küresel medya kültüründe bireylerin demokrasiyi benimsemiş vatandaşlar olabilmesi için medya okuryazarlığı; eleştirel düşünme, kendini ifade etme ve katılım becerilerini öğretir. Medya kullanımı ve toplumun medya tarafından doygunluk oranının yüksek olması. Medya tarafından bireylerin maruz kaldığı fikir ve mesaj yoğunluğunda medya okuryazarlığı, bilinçli yönlenecek için ihtiyaç duyulan becerilerin öğrenilmesini sağlar. Medyanın algılama biçimi, inançlar ve tutumlar üzerindeki etkisi. Medya okuryazarlığı; bireylerin medyanın etkilerini anlamasını ve medyaya bağımlılığından kurtulmasını sağlar. Görsel iletişim ve bilginin etkisinin artması. Görsel imajların artarak yaşamı etkilemesi, onların nasıl okunacağını öğrenilmesini gerekli kılar. Yaşam boyu öğrenmeye duyulan ihtiyaç ve toplumda bilginin önemi. Medya okuryazarlığı eğitimi öğretmen ve öğrencilere bilginin

nereden geldiğini, kimin çıkarına hizmet ettiğini anlama konusunda farklı görüşlere ulaşmalarında yardımcı olur.

Teknolojinin gelişmesiyle, medya okuryazarlığı sadece izleyicinin medyayı bilinçli okumasına katkı yapmakla kalmamakta, insanın özgürce kendini ifade etmesi, toplumsal hayata daha aktif ve yapıcı katılım ve daha bilinç bir birey oluşturmaktadır. Medya okuryazarlığı, kitlelere kontrol gücü veren ve medyanın zararlı etkilerinden korunabilmesini sağlayan bir kavramdır.

Medya okuryazarlığı, medyanın çeşitli amaçlarını pasif bir alıcı olmak yerine, medyayı okuyabilecek, medyanın dilini çözebilecek bilinç düzeyine ulaşarak iletişim olgusunda aktif bir birey olarak yer alıp, medya yaşantılarını eleştirel olarak yorumlayıp değerlendirebilecek becerilere sahip olma durumudur (Hendrix, 1998: 4). Medya okuryazarlığı, medyanın algı ve inanışları nasıl süzgeçten geçirdiğini, popüler kültürü nasıl biçimlendirdiğini ve kişisel tercihleri nasıl etkilediğini görmekte kişilere yardımcı olmaktadır (Pekman, 2007: 44).

Medya okuryazarlığı, tek yönlü veya tek yöntemli olmadığı gibi, medya üretimlerinin tüketim süreçleri içinde ayrı ayrı yapı ve kimlik profilleri de ortaya koyabilmektedir. Medya okuryazarlığına bu açıdan bakıldığında son derece dinamik bir süreci ifade ettiği söylenebilir.

Teaching the Media kitabında Len Masterman, medya eğitiminin önemini şöyle açıklamaktadır (Akt.: Moore, 1991: 87): Medya eğitimi, bilgiyi kendi çıkarları doğrultusunda üretenler ile bu bilgiyi haber ve eğlence formatında masum bir şekilde tüketenler arasında ortaya çıkan bilme ve iktidar ilişkilerindeki büyük eşitsizliklere meydan okuma sürecinde öğretmen ve öğrencilerin sahip olduğu sınırlı sayıda araçlardan biridir.

Medya okuryazarlığı çalışmaları ilk olarak kitle iletişim araçlarının etkilerinin tartışılması ile ortaya çıkmıştır. Tarihsel süreçte izleyiciler üzerine yapılan ilk çalışmalarda Frankfurt Okulu'nun eleştirel yaklaşımı benimsenmiştir. Bu konuda Harold Lasswell'in ortaya attığı *Hipodermik iğne kuramı* olarak adlandırılan kurama göre, kitle iletişim araçlarının etkileri savunmasız bireylere enjekte edilmektedir. Bireyin etkisiz kaldığı düşünülen bu kuramdan yola çıkarak, asıl önemli olanın kitle iletişim araçlarının birey üzerindeki etkileri değil, bireyin medyayı nasıl etkilediğinin önemli olduğu görüşü ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda da medya okuryazarlığı kavramı önem kazanmıştır (Salı, Ünal, Küçük, 2008: 556). Diğer kuram ise Stuart Hall'un ortaya attığı alımlama kuramıdır ki bu kuramda izleyici medya mesajlarını kültürel ve sınıfsal birikimine göre anlamlandırmaktadır. Son olarak hipodermik modelden tamamen ayrılan *Yorumcu Modele* göre; izleyiciler artık edilgen bir alıcı değil, farklı medya metinlerini karşılaştıran ve yorumlayan aktif katılımcı bireylerdir (Giddens, 2008: 22).

W. James Potter medya okuryazarlığını, medya aracılığıyla iletilen mesajların anlamını ortaya çıkarmak ve mesajları anlamak için, medyadan ve gerçek yaşamdan edinilen bilgilerle oluşturulan bir bakış açısı olarak tanımlamakta ve 4 başlık altında toplamaktadır (Potter, 2008: 20).

1. Bilişsel alan
2. Duygusal alan
3. Estetik alan
4. Ahlaki alan

İlk yapılan kitle iletişim araştırmalarında daha çok kitle iletişim araçlarının etkileri üzerinde durulmaktadır. Medyanın insanlar üzerindeki yoğun etkileri üzerinde durulmamıştır. İlerleyen süreçlerde izleyici-medya ilişkisine yönelinmiştir. Medyanın

çocuklar üzerindeki zararlı etkileri dikkate alınmıştır. Medya okuryazarlığı, izleyiciyi ve özellikle bu hedef kitle haline gelen çocukları ve gençleri medyanın zararlı etkilerinden korumayı amaçlamaktadır (Taşkiran, 2007: 96-99).

İnternet üzerinden çevrimiçi oynanan bir oyun sitesi olan European Union Kids Online sitesinin yürütücülerinden Sonia Livingstone, yeni medya okuryazarlığının üç ögesine işaret etmektedir. Bunlardan ilki, medya okuryazarlığının bilgiye dayanmasıdır. Bu bilgi, en temel donanım özelliklerinden başlayarak çevrimiçinde yapılmak istenen eylemin gerekliliklerine kadar gitmektedir. İkinci öge, medya okuryazarlığın yalnızca bireysel olarak sahip olunan teknik bilgiye indirgenemeyecek olmasıdır. Yeni medya okuryazarlığı, ancak bireylerin sahip olduğu bilginin toplumsal pratiklere bağlanmasıyla işlevsel olabilmektedir. Üçüncü öge ise, kültürel kurallar ve onaylanmayan unsurların neler olduğu bilgisiyle, okuryazarlığın kültürel olarak düzenlenmiş bir uzmanlık olduğudur (Livingstone, 2008: 106).

Yeni medya okuryazarlığı, ağ tabanlı uygulamalarla olan ilişkisi bakımından, metin tabanlı ve/veya görsel-işitsel iletişim biçimlerine yönelik medya okuryazarlığından ayrılmaktadır. Medya okuryazarlığı, genel olarak bireyin medya metinlerini alımlamasına yöneliktir. Diğer taraftan yeni medya okuryazarlığı, metinlerin alımlanmasının yanı sıra üretimi ve dolaşıma sokulmasıyla da doğrudan bağlantılıdır (Binark ve Bek, 2010: 33). Bu bağlantı, istenilen, aranan, doğru içeriğe ulaşılmasında kişinin kendini ifade edebilmesine olanak tanıyan üretim araçlarına ulaşılmasındaki teknik bilgiden ve bir içeriğin gerek üretim gerekse yeniden dolaşıma sokma boyutlarında etik kodları takip edebilmesinde yatmaktadır.

Bireylerin yeni medya okuryazarlığı yeteneği kazanmasında farklı aktörlerin eşgüdüm içinde çalışmaları gerekmektedir. Çünkü yeni medya okuryazarlığı, yeni medya doğasının da etkisiyle, çok boyutludur. Yeni medya okuryazarlığı birbiriyle bağlantılı veya bağlantısız pek çok bilgi ve beceriyi bir arada içermektedir. Bu nedenle, yeni medya okuryazarlığının geliştirilmesi ve arttırılmasında, farklı çözüm aktörlerinin devreye girmesi ve bireye yön vermesi gerekmektedir.

#### 4. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Televizyon aracılığı ile çocuklara ulaşan zararlı ve ideolojik pek çok içerikle çocukların zihinleri etki altına alınmaktadır. Çocukların binlerce seçenek arasından kendilerine en uygun seçeneği bulması için belirli bir bilince sahip olmaları gerekmektedir. Bu bilinç ise ancak çocuklara medyayı ve amaçlarını sorgulayabilecek bir eğitim vermekten geçmektedir.

Araştırmanın amacı, çocukların medya kullanımında bilinçli olabilmelerinin eleştirel bir takım becerilere sahip olmaları gerektiği görüşüne dayanmaktadır. Medya okuryazarlığı dersi ile medya mesajlarını doğru okuyan, bu mesajları bilinçli bir şekilde çözümleyen ve bu çözümlene sonuçlarını dikkate alarak değerlendiren eleştirel bilinçli bir birey oluşturmak amaçlanmaktadır. Öğrencilerin günlük yaşamlarında hangi kitle iletişim aracını daha çok kullandığı, ne kadar süre yararlandığı ve bu konudaki seçimleri izledikleri yayınlar ve bu yayınlardan kazanımları ve medya iletilerini nasıl algılayıp, yorumladıklarını ortaya koymaya çalışılmıştır.

Bu çalışmadaki araştırma aşağıdaki değişkenleri tanımlamaya yönelik anket formu oluşturulmuştur:

- 10-15 yaş aralığındaki çocuklarının televizyon izleme davranışının tanımlanması
- Çocukların Televizyon izleme davranışlarının etkileyen değişkenlerin belirlenmesi
- Medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin televizyon izleme davranışının bu dersi almayan öğrenciler arasındaki farklılıklar

Bu araştırma çocukların televizyon izleme davranışlarında medya okuryazarlığı dersinin etkisini araştırmaya yönelik hazırlanan tanımsal bir çalışmadır. Bu çalışmada ana kütle olarak İstanbul’da eğitim veren devlet okullarının 5., 6., 7., ve 8. sınıf öğrencilerinin tamamı belirlenmiştir. Ana kütle temsil eden örnekleme kolayda tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak veriler toplanmıştır. Örnekleme aralıklı ve Likert ölçek kullanılarak oluşturulan toplam 4 bölümden oluşan anket formu sunulmuştur. Bu bölümler “Çocuklarının Televizyon İzleme Davranışının Tanımlanması”, “Çocukların Televizyon İzleme Davranışlarının Etkileyen Değişkenlerin Belirlenmesi”, “Medya Okuryazarlığı” ve “Demografik” özelliklerden oluşmaktadır. Araştırma verileri toplanırken anket öncesi çocukların ebeveynlerinden izin alınmış ve devamında anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

Elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak çalışmanın geçerlilik ve güvenilirliği ölçülmüş ardından istatistiksel değerlendirmeye tabi uygulanmıştır. Öncelikle katılımcıların cevaplarının dağılımları yorumlanmış, medya okuryazarlığı eğitimi almış olmanın çocukların televizyon izleme davranışları arasında farklılık olup olmadığı bağımsız örneklem t-testi ile değerlendirilmiştir. Böylelikle medya okuryazarlığı dersi almış olmanın çocuklara etkisinin ne olup olmadığına bakılmıştır.

## 5. Bulgular

Bu çalışmada elde edilen veriler SPSS for Windows 16.0 istatistik paket programı ile istatistiki analize tabi tutulmuştur. Verilerin analizi sürecinde aşağıdaki istatistiksel yöntemler kullanılmıştır. Araştırmada yer alan ölçeklere güvenilirlik analizi yapılmış, sonuçlar Cronbach’s Alfa katsayısına bakılarak değerlendirilmiştir ve 0,844 olarak bulunmuştur. Araştırma kapsamında istatistiksel sonuçlar aşağıdaki gibidir.

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kadın	141	47
Erkek	159	53

Araştırmamızın anketine katılan katılımcıların demografik özellikleri değerlendirildiğinde, 141 öğrenci ile yüzde 47’sini “Kız”, 159 öğrenci ile yüzde 53’ünü “Erkek” öğrenciler oluşturduğu görülmektedir.

Yaşınız	Frekans	Yüzde
10-11	88	29,33
12-13	93	31
14-15	119	39,67

Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde katılımcıların 119’unun yüzde 39,67 oran ile 14-15 yaş aralığında, 93’ünün yüzde 31 oran ile 12-13 yaş aralığında, 88’sinin yüzde 29,33 oran ile 10-11 yaş aralığında olduğu görülmektedir.



Sınıfı	Yüzde
5	19,67
6	20,33
7	29
8	31

Katılımcıların eğitim gördükleri sınıf dağılımları incelendiğinde yüzde 31 oranla 8. sınıf öğrencileri, yüzde 29 ile 7. sınıf öğrencileri, yüzde 20,33 ile 6. sınıf öğrencileri, yüzde 19,67 ile 5. sınıf öğrencileri olduğu görülmektedir.

Kardeş Sayısı	Frekans	Yüzde
0-1	83	27,67
2-3	124	41,33
4 ve üzeri	93	31

Katılımcıların kardeş sayıları incelendiğinde öğrencilerin 124'ünün yüzde 41,33 oran ile 2-3 kardeşinin olduğu, 93'ünün yüzde 31 oran ile 4 ve üzeri kardeşinin olduğu 83'ünün ise yüzde 27,67 oran ile kardeşinin olmadığı veya 1 kardeşinin olduğu görülmektedir.

Aile ile yaşam	Frekans	Yüzde
Evet	293	97,67
Hayır	7	2,33

“Yaşamlarını ailelerinin yanında geçirip geçirmediği” sorusuna katılımcıların 293'ü yüzde 97,67 oran ile “Evet” olarak, 7'si yüzde 2,33 oran ile “Hayır” olarak cevaplamışlardır.

Anne ve Babanın eğitim durumu	Frekans		Yüzde	
	Anne	Baba	Anne	Baba
İlk Öğretim	92	71	30,67	23,67
Lise	148	145	49,33	48,33
Üniversite	59	83	19,67	27,67
Yüksek Lisans	1	1	0,33	0,33
Doktora	0	0	0	0

“Anne ve babanın eğitim durumu” sorularına, katılımcıların 148'i yüzde 49,33 oran ile annesinin, 145'i yüzde 48,33 oran ile babasının lise mezunu olduğu, 92'sinin yüzde 30,67 oran ile annesinin, 71'inin yüzde 23,67 oran ile babasının ilköğretim mezunu olduğu yanıtlarını vermişlerdir. Katılımcıların 83'ü ise yüzde 27,67 oran ile babasının, 59'u ise yüzde 19,67 oran ile annesinin üniversite ve yüksek lisans mezunu olduğunu belirtmişlerdir.

Aile durumu	Frekans	Yüzde
İkisi de sağ	291	97
Sadece anne sağ	6	2
Sadece Baba sağ	2	0,67
İkisi de ölmüş	1	0,33

Anketimize yanıt veren katılımcıların aile durumu incelendiğinde 291'inin yüzde 97 oran ile anne ve babalarının hayatta oldukları, 6'sının yüzde 2 oran ile babalarının olmadığı, 2'sinin yüzde 0,67 oran ile annesinin olmadığı, 1'inin yüzde 0,33 oran ile her ikisinin de olmadığı görülmektedir.

### 5.1. Çocuklarının Televizyon İzleme Davranışının Tanımlanması

Evinizde kaç adet televizyon var?	Frekans	Yüzde
1	190	63,33
2	98	32,67
3 ve daha fazla	12	4

Katılımcılar hepsinin evinde televizyon olduğu görülürken 190'ı yüzde 63,33 oran ile 1 adet, 98'i yüzde 32,67 oran ile 2 adet, 12'si yüzde 4 oran ile 3 veya daha fazla adet olarak yanıt vermişlerdir.

Size ait odada televizyon var mı?	Frekans	Yüzde
Evet	67	30,33
Hayır	233	69,67

Katılımcıların yüzde 69,67 oran ile kendilerine ait odalarının olduğu yüzde 30,33'ünün ise kendilerine ait odalarının olmadığını belirtmiştir.

Televizyonda en çok ne seyredersiniz?	Frekans	Yüzde
Reality Show	126	13,25
Haberler	48	5,05
Çizgi film	83	8,73
Belgesel	120	12,62
Diziler	290	30,50
Yarışma Programları	284	29,86

Örneklemelerdeki yaş aralığındaki çocukların televizyonda en çok seyredilen programların sırasıyla dizi, yarışma programları, reality showlar, belgesel programları, çizgi filmler ve haberler olduğu tespit edilmiştir.

Günde kaç saat televizyon izliyorsunuz?	Frekans	Yüzde
1_3	204	68
4_5	74	24,67
6_8	14	4,67
8_10	8	2,67
10 ve üzeri	0	0

Çocuklar gün içinde televizyon seyretme süreleri için, 204'ü yüzde 68 oran ile 1-3 saat, 74'ü yüzde 24,67 oran ile 4-5 saat, 14'ü yüzde 4,67 oran ile 6-8 saat, 8'i yüzde 2,67 oran ile 8-10 saat yanıtını vermişlerdir. Bu süreyi de gün içinde daha çok 19.00-21.00 arasında olduğu belirtmişlerdir.

## 5.2. Çocukların Televizyon İzleme Davranışlarının Etkileyen Değişkenlerin Belirlenmesi

	Ortalama	Standart Sapma
Televizyon izlemeyi seviyorum	4,01	0,96
Ailemle birlikte zaman geçiriyorum	3,96	1,21
Annem babam izlediği için	3,41	1,12
Başka bir işim yok	4,24	0,84
Ödevlerimi yapınca ödül olarak televizyon izlerim	4,76	0,72
Dışarıda oynamaya imkânım yok	4,90	0,61
Canım sıkılıyor	4,72	0,74
Eğleniyorum	4,08	0,82
Çıplaklık	3,21	1,08
Korku	3,43	1,05
Şiddetli ve hareketli programları seviyorum	4,28	0,67

Katılımcıların televizyon izleme nedenleri değerlendirildiğinde 4,90 ortalama ve 0,61 standart sapma ile katılımcılar televizyon izleme nedenlerini “Dışarıda oynamaya imkânları olmadığı için”, 4,76 oran ve 0,72 standart sapma ile “Ödevlerimi yapınca ödül olarak izlediklerini”, 4,72 oran ve 0,74 standart sapma ile “Canlarının sıkıldığı için izlediklerini”, 4,28 ortalama ve 0,67 standart sapma ile “Şiddetli ve hareketli programları sevdiği için izlediklerini”, 4,24 ortalama ve 0,84 standart sapma ile “Başka bir işinin olmadığı için izlediklerini”, 4,08 ortalama ve 0,82 standart sapma ile “Eğlenceli buldukları için izlediklerini”, 4,01 ortalama ve 0,96 standart sapma ile “Televizyon izlemeyi sevdiği için” izlediklerini belirtmişlerdir.

	Ortalama	Standart Sapma
<b>Başkarakteri doğru bir karakterdir</b>	3,21	0,96
<b>Hayatımızı çok etkiliyor</b>	3,96	1,01
<b>Çevremle dizi hakkında konuşuyorum</b>	4,21	0,83

Katılımcıların izledikleri programların içerikleri ve karakterleri hakkında izlenimleri değerlendirildiğinde 4.21 ortalama ve 0,83 standart sapma ile “Çevremle dizi hakkında konuşuyorum” diyerek izledikleri dizi programları hakkında çevresi ile konuştuğu yorumlarda bulunduğu, ayrıca 3,96 ortalama ve 1,01 standart sapma ile “Hayatımızı çok etkiliyor” dedikleri ve 3,21 ortalama ve 0,96 standart sapma ile “Başkarakteri doğru bir karakterdir” diyerek dizi ve programlardaki karakterleri benimsedikleri görülmektedir.

Takip ettiğiniz TV programlarında hangi akıllı işaret uygulaması var?						
	Frekans	Yüzde			Frekans	Yüzde
 Genel İzleyici Kitle	146	48,67		 Şiddet / Korku	24	8
 7 Yaş ve Üzeri İçin	81	27		 Cinsellik	0	0
 13 Yaş ve Üzeri İçin	22	7,33		 Olumsuz Örnek Oluşturabilecek Davranışlar	8	2,67
 18 Yaş ve Üzeri İçin	19	6,33				

“Takip ettiğiniz televizyon programlarında hangi akıllı işaret uygulaması var?” sorusuna katılımcıların 146’sı yüzde 48,67 oran ile “Genel İzleyici Kitle”, 81’i yüzde 27 oran ile “7 Yaş ve Üzeri”, 24’ü yüzde 8 oran ile “Şiddet / Korku”, 22’si yüzde 7,33 oran ile “13 Yaş ve Üzeri”, 19’u yüzde 6,33 oran ile “18 Yaş ve Üzeri”, 8’i yüzde 2,67 oran ile “Olumsuz Örnek Oluşturabilecek Davranışlar” olarak yanıt vermişlerdir.

Size göre TV programlarında kullanılan Akıllı işaretler programın içeriği ile uyumlu mu?	Frekans	Yüzde
Evet	44	14,67
Hayır	148	49,33
Fikrim Yok	108	36

“Size göre televizyon programlarında kullanılan akıllı işaretler programın içeriği ile uyumlu mu?” Sorusuna katılımcıların 148’i yüzde 49,33 oran ile “Hayır”, 108’i yüzde 36 oran ile “Fikrim Yok”, 44’ü yüzde 14,67 oran ile “Evet” yanıtını vermişlerdir.

Ailenizin izlediğiniz TV programlarına tepkisi nedir?	Frekans	Yüzde
Olumlu	166	55,33
Olumsuz	104	34,67
İlgisiz	30	10
Diğer	0	0

“Ailenizin izlediğiniz TV programlarına tepkisi nedir?” sorusuna katılımcıların 166’sı yüzde 55,33 oran ile “Olumlu”, 104’ü yüzde 34,67 oran ile “Olumsuz”, 30’u yüzde 10 oran ile “İlgisiz” yanıtını vermişlerdir.

Seyretmiş olduğunuz programlar sizde olumsuz bir durum yaratıyor mu?	Frekans	Yüzde
Evet	164	54,67
Hayır	136	45,33

“Seyretmiş olduğunuz programlar sizde olumsuz bir durum yaratıyor mu?” sorusuna katılımcıların 164’ü yüzde 54,67 oran ile “Evet”, 136’sı yüzde 45,33 oran ile “Hayır” yanıtını vermişlerdir.

Televizyon seyrettikten sonra;	Ortalama	Standart Sapma
Ödevimi yapmaya zaman kalmıyor	3,92	1,06
Arkadaşlarımla kavga ediyoruz	3,24	1,24
Üzülüyorum	3,84	1,01

Katılımcılara “Televizyon seyrettikten sonra yapmış oldukları durum ve davranışlar” sorulduğunda 3,92 ortalama ve 1,06 standart sapma ile katılımcıların televizyon seyrettikten sonra “ödev yapmaya zamanlarının kalmadığı”, 3,84 ortalama ve 1,01 standart sapma ile televizyon seyrettikten sonra “şiddet ve korku görüntülerinde etkilenecek üzüntüye kapıldıkları” ve 3,24 ortalama ve 1,24 standart sapma ile “arkadaşları ile kavga ettiklerini” söylemektedirler.

Akıllı işaretlerle belirtilmiş ve yaşınıza uygun olmayan film–programları seyrediyor musunuz?	Frekans	Yüzde
Evet	202	67,3
Hayır	98	32,7

“Akıllı işaretlerle belirtilmiş ve yaşınıza uygun olmayan film–programları seyrediyor musunuz?” sorusuna katılımcıların 202’si yüzde 67,3 oran ile “Evet”, 98’i yüzde 32,7 oran ile “Hayır” yanıtını vermişlerdir.

Geç saatlerde size uygun olmayan program ve dizileri izliyor musunuz?	Frekans	Yüzde
Evet	104	34,7
Hayır	86	28,7
Bazen	110	36,7

“Geç saatlerde size uygun olmayan program ve dizileri izliyor musunuz?” sorusuna katılımcıların 110’u yüzde 36,7 oran ile “Bazen”, 104’ü yüzde 34,7 oran ile “Evet”, 86’sı yüzde 28,7 oran ile “Hayır” yanıtını vermişlerdir.

Evetse; Geç saatlerde şiddet içerikli program ve dizi izliyor musunuz?	Frekans	Yüzde
Evet	98	32,7
Hayır	202	67,3

Bir önceki soruya “Evet” yanıtını verenlere yöneltilen “Geç saatlerde şiddet içerikli program ve dizi izliyor musunuz?” sorusuna katılımcıların 202’si yüzde 67,3 oran ile “Hayır”, 98’i yüzde 32,7 oran ile “Evet” yanıtını vermişlerdir.

	Frekans	Yüzde

<b>Televizyonda yayınlanan şiddet içerikli sahnelerden korkuyor musunuz?</b>		
Hiç Korkmuyorum	64	21,3
Çoğu zaman korkuyorum	46	15,3
Bazen Korkuyorum	88	29,3
Nadiren Korkuyorum	102	34
Her zaman korkuyorum	0	0

Yine önceki soruya “Evet” yanıtını veren katılımcılara yöneltilen “Televizyonda yayınlanan şiddet içerikli sahnelerden korkuyor musunuz?” sorusuna katılımcıların 102’si yüzde 34 oran ile “Nadiren”, 88’i yüzde 29,3 oran ile “Bazen”, 64’ü yüzde 21,3 oran ile “Hiç Korkmuyorum”, 46’sı 15,3 oran ile “Çoğu zaman” yanıtını vermişlerdir.

<b>Anne ve babanızın seyrettiği dizi ve programları nasıl buluyorsunuz?</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
Çok kötü	12	4
Kötü	10	3,3
Orta	97	32,3
İyi	88	29,3
Çok iyi	93	31

“Anne ve babanızın seyrettiği dizi ve programları nasıl buluyorsunuz?” sorusuna katılımcıların 97’si yüzde 32,3 oran ile “Orta”, 93’ü yüzde 31 oran ile “Çok İyi”, 88’i yüzde 29,3 oran ile “İyi”, 12’si yüzde 4 oran ile “Çok Kötü”, 10’u yüzde 3,3 oran ile “Kötü” yanıtı vermişlerdir.

<b>Televizyonu en çok hangi amaçla izliyorsunuz?</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
Eğlenmek	300	100
Bilgi edinmek	282	94
Boş vaktimi değerlendirmek	300	100
Müzik dinlemek	199	66,3
Dizi veya film izlemek	246	82
Gündemi takip etmek	159	53
Sorunlarımdan uzaklaşmak	65	21,7
Yalnızlıktan kurtulmak	12	4

Farklı bakış açılarını görmek	34	11,3
-------------------------------	----	------

“Televizyonu en çok hangi amaçla izliyorsunuz?” sorusuna katılımcıların tamamı televizyon izleme amaçlarını “boş vaktini değerlendirmek ve eğlenmek” olarak, 282’si yüzde 94 oran ile “bilgi edinmek”, 246’sı yüzde 82 oran ile “dizi veya film izlemek”, 199’u yüzde 66,3 oran ile “müzik dinlemek”, 159’u yüzde 53 oran ile “gündemi takip etmek”, 65’i yüzde 21,7 oran ile “sorunlarımdan uzaklaşmak”, 34’ü yüzde 11,3 oran ile “farklı bakış açılarını görmek”, 12’si yüzde 4 oran ile “yalnızlıktan kurtulmak” olarak yanıtlamışlardır.

### 5.3. Medya Okuryazarlığı Dersini Alan Öğrencilerin Televizyon İzleme Davranışının Bu Dersi Almayan Öğrenciler Arasındaki Farklılıklar

Çocukların televizyon izleme alışkanlıkları üzerine yapılan araştırmada, katılımcıların 213’ü yüzde 71 oran ile medya okuryazarlığı dersi almazken, katılımcıların 87’si yüzde 29 oranı ile medya okuryazarlığı dersini almaktadır.

Medya okuryazarlığı dersini ihtiyaç olarak görüyor musunuz?	Frekans	Yüzde
Evet	241	80,3
Hayır	59	19,7

“Medya okuryazarlığı dersini ihtiyaç olarak görüyor musunuz?” sorusuna katılımcıların 241’i yüzde 80,3 oran ile “Evet”, 59’u yüzde 19,7 oran ile “Hayır” yanıtı vermişlerdir.

Medya okuryazarlığı dersini alanında uzman öğretmenler mi veriyor?	Frekans	Yüzde
Evet	12	4
Hayır	288	96

“Medya okuryazarlığı dersini alanında uzman öğretmenler mi veriyor?” sorusuna katılımcıların 288’i yüzde 96 oran ile “Hayır”, 12’si yüzde 4 oran ile “Evet” yanıtı vermişlerdir.

Hayır ise; medya okuryazarlığı dersini hangi branş öğretmeni vermektedir?	Frekans	Yüzde
Teknoloji ve Tasarım Öğretmeni	33	11
Bilgisayar Öğretmeni	28	9,3
Türkçe Öğretmeni	36	12
Sosyal Bilgiler Öğretmeni	124	41,3
Diğer	79	26,3

“Hayır” yanıtı veren katılımcılara yöneltilen “Medya okuryazarlığı dersini hangi branş öğretmeni vermektedir?” sorusuna katılımcıların 124’ü yüzde 41,3 oran ile “Sosyal Bilgiler Öğretmeni”, 36’sı yüzde 12 oran ile “Türkçe Öğretmeni”, 33’ü yüzde 11 oran ile



“Teknoloji ve Tasarım Öğretmeni”, 28’i yüzde 9,3 oran ile “Bilgisayar Öğretmeni” ve 79’u yüzde 26,3 oran ile “Diğer” yanıtını vermişlerdir.

Medya okuryazarlığı dersini yeterli buluyor musunuz?	Frekans	Yüzde
Evet	44	14,7
Hayır	256	85,3

“Medya okuryazarlığı dersini yeterli buluyor musunuz?” sorusuna katılımcıların 256’sı yüzde 85,3 oran ile “Hayır”, 44’ü yüzde 14,7 oran ile “Evet” yanıtını vermişlerdir.

#### 5.4. Farklılık Testleri

- “Çocukların TV izlemenin ruh haline etkisiyle” Medya okuryazarlığı dersini almış olması arasındaki farklarına ilişkin analiz sonuçları

Değişken	Frekans	Aritmetik ort	Standart Sapma	t	df	p
Medya okuryazarlığı dersini almış	213	1,83	.520	-4,364	298	,021
Medya okuryazarlığı dersini almamış	87	2,31	.496			

P değerinin  $0,021 < 0,05$  olması nedeniyle anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Medya okuryazarlığı dersinin katılımcıları olumlu yönde etkilediği görülmektedir.

- “Çocukların ailesinin TV izleme alışkanlığına bakışıyla” medya okuryazarlığı dersini almış olması arasındaki farklarına ilişkin analiz sonuçları

Değişken	Frekans	Aritmetik ort	Standart Sapma	t	df	p
Medya okuryazarlığı dersini almış	213	3,32	.225	-3,249	298	,000
Medya okuryazarlığı dersini almamış	87	1,09	.305			

P değerinin  $0,000 < 0,05$  olması nedeniyle anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Medya okuryazarlığı dersinin katılımcıları olumlu yönde etkilediği görülmektedir.

- “Çocukların TV izleme zaman ve süreleriyle” medya okuryazarlığı dersini almış olma arasındaki farklarına ilişkin analiz sonuçları

Değişken	Frekans	Aritmetik ort	Standart Sapma	t	df	p
Medya okuryazarlığı dersini almış	213	2,06	.463	-2.247	298	,301
Medya okuryazarlığı dersini almamış	87	3,72	.444			

P değerinin  $0,301 > 0,05$  olması nedeniyle anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Medya okuryazarlığı dersinin katılımcılara herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir.

- “Çocukların kendi için uygun akıllı işaret uygulamasını tercih etmesiyle” Medya Okuryazarlığı dersini almış olma arasındaki farklarına ilişkin analiz sonuçları

Değişken	Frekans	Aritmetik ort	Standart Sapma	t	df	p
Medya okuryazarlığı dersini almış	213	4,07	.361	-3,552	298	,003
Medya okuryazarlığı dersini almamış	87	3,11	.296			

P değerinin  $0,003 < 0,05$  olması nedeniyle anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Medya okuryazarlığı dersinin katılımcıları olumlu yönde etkilediği görülmektedir.

### Sonuç

İletişim teknolojilerin gelişmesiyle ortaya çıkan kitle iletişim araçları hayatımıza hızlı bir şekilde girmiştir. Medya dünyası uzaktan eğlenceli, zararsız bir dünya gibi görünse de aslında gerekli önlemler alınmadığı takdirde başta çocuklar olmak üzere toplumda yaşayan bireylere ciddi zararlar verebilecek bir yapıya sahip olacaktır.

Medya okuryazarlığı eğitiminin kaçınılmaz olduğu görülmektedir. Daha da önemlisi bu eğitimin küçük yaşlarda verilmesinin önemi ortaya çıkmaktadır. Eğitimle az ya da çok çocuklarımızın birey olma sürecinde en büyük etki gücüne sahip olan medya araçlarından olumsuz etkilenmelerinin önüne geçilebilir ve en önemli sosyal öğrenme araçları olan medya araçlarının çocuklara yanlış model olmalarının önüne kısmen de olsa geçilebilir. Çalışmada çocukların ekranda sunulan programları daha çok eğlenme amaçlı tükettiği tespit edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin medyayı ve medya ürünlerini bilinçli olarak tüketmedikleri ortaya çıkmıştır. Bu duruma televizyonun yaygınlığı ve çocukların bulunduğu ortamında etkisi vardır. Bu sonuç medya okuryazarlığı dersinin daha erken yaşlarda öğrencilere kazandırılmaya başlaması gerektiğini ve bu konuda ailelerinde bilinçlendirilmesi gerektiğini gözler önüne sermektedir. Yapılan çalışmada öğrencilerin en çok dizileri izlemesi, yetişkinler için yapılan programları aktif olarak izleme eğiliminde olduğunu göstermektedir.

Araştırma sonuçları da göstermektedir ki, demografik özellikler ile orantılı olarak çocukların televizyon izleme alışkanlıkları değişmekte ve bu özellikler içinde ailelerinin tutum ve davranışları öncülük etmektedir. Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersi almış olmaları, televizyon izleme davranışları üzerinde olumlu etki gösterdiği, televizyonun olumsuz etkilerini azalttığı görülmüştür.

Televizyon çocukların gelişme çağında heyecan ve ilgi uyandıran şiddet içerikli çizgi ve dizi filmlerle, çevreye ve bireylere verilebilecek birtakım zararların düşünce ve davranış yapılarını etkilemektedir. Medyada şiddet içerikli yayınların eğlence maksatlı başlığı altında toplanarak yansıtılması, çocukların ilgisini, nefret etme ve zarar verme gibi sonuçlara götürmektedir.

Günümüzde bilim, bilgi, bilişim ve çoklu ortam uygulamalarının sınırı belirlenemeyen gelişimi, eğitimde yaygın ve ortak çözümlerin geliştirilmesi çabalarını sürekli gündemde tutmaktadır. Bu çabalar sonucunda gerçekleşen açılımlar incelendiğinde, merkezinde çocukların olduğu ve çocuklardan beklentilerin hızla arttığı görülmektedir. Bu beklentilerden biri de çocuklarda yaşam boyu öğrenme bilincini oluşturma, geliştirme ve

daha etkin öğrenme için yeni beceriler kazanmalarını sağlama olarak tanımlanan medya okuryazarlığı eğitimidir. Medya okuryazarlığı dersine en uygun öğretim yöntemi, araştırma sürecine dayalı olan ve hem analitik yetenekleri hem de yaratıcı iletişim yeteneklerini içine alan öğretim yöntemidir. Analizler yaratıcı ürünlerle birleştirildiğinde, kuram ve uygulamalar tek bir çatı altında toplandığında, öğrencilerin doğal ve birbiriyle ilintili bir süreçte keşfetmesine ve öğrendiklerini ifade etmelerine izin verilmiş olacaktır. Böylece her biri bir diğerini zenginleştirmiş olacaktır. Medya okuryazarlığı ile medyayı doğru okuyan, yaşadığı çevreye duyarlı, bilinçli bir şekilde yayınları değerlendiren, medyada gördüklerini akıl süzgecinden geçiren bilinçli bir kamuoyu amaçlanmaktadır. Bir başka deyişle, bireyin medya mesajlarını doğru anlayabilmesine olanak sağlayacak bir medya bilincinin oluşturulması ve bu doğrultuda bireyleri aktif, eleştirel ve yapıcı bir duruma getirebilecek, medya kültürünü çözümleyen bir bakış açısı kazandırabilmektir. Sonuç olarak, medya okuryazarlığının hedefi öğrencileri medyanın her türünde yeterli, eleştirel ve okuryazar yapmak; böylece öğrencilerin gördüklerinin ve duyduklarının kontrolünde kalan değil, bunları kontrol eden kişiler olmalarını sağlamaktır. Öğrencilerin her tür medya mesajlarını eleştirel olarak yorumlayıp değerlendirebilecek ve kendi mesajını üretebilecek becerilere sahip olmasına yardımcı olmaktır.

### Kaynakça

- Algan, E. (2007). *Medya Okuryazarlığı Alanında Teorik ve Pratik Yaklaşımlar: Medya Okuryazarlığı*, Ed.: Nurçay Türkoğlu ve Melda Cinman Şimşek, İstanbul: Kalemus Yayınları.
- Altun, A. (2005). *Gelişen Teknolojiler ve Yeni Okuryazarlıklar*, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Balaban-Salı, J., Ünal, F. ve Küçük, M. (2008). *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersinin Amaçlarının ve Etkinliklerinin Değerlendirilmesi*, Anadolu Üniversitesi 8. Uluslararası Eğitim Teknolojileri Konferansı, Eskişehir, s.556.
- Bilici, İ. E. (2014). *Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Binark M. ve Gencil Bek, M. (2010). *Eleştirel Medya Okuryazarlığı Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar*, İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Buckingham, D. (2009). *Media Education Literacy Learning and Contemporary Culture*, Polity Press, Cambridge.
- Ertürk, Y. D. ve Akkor, G. A. (2006). *Çocuğunuzu Televizyona Teslim Etmeyin*, İstanbul: Nobel Basımevi.
- Giddens, A. (2008). *Sosyoloji*, İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Hendrix, M. (1998). *Media Literacy*. Literary Festival, The English Journal, 87 (4), s.9.
- İnal, K. (2011). “Çocuklar Niçin Medya Okuryazarı Olmalı?”, *Çocuk Hakları ve Medya*, Haz.: Mustafa Ruhi Şirin, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları, s.10.
- İnceoğlu, Y. (2007), “Medyayı Doğru Okumak”, Ed.: Nurçay Türkoğlu & Melda Cinman Şimşek, *Medya Okuryazarlığı*, İstanbul: Kalemus Yayınları.
- Kellner, D. ve Share, J. (2005). “Media Literacy in the US”, *Medien Padagogik*, s.5.
- Kıncal R. ve Kartal, O. Y. (2009). “Medya Okuryazarlığı Eğitimi”, *Milli Eğitim Dergisi*, Sayı:181, s. 318.
- Livingstone, S. (2008). “Internet Literacy: Young People’s Negotiation of New Online Opportunities,” *Digital Youth, Innovation, and the Unexpected*, (Der.) Tara McPherson, Cambridge, MA: The MIT Press, s.106.

- Moore, B. (1991). *Media Education*, Ed.: David Lusted, *The Media Studies Book: A Guide For Teachers*, London: Routledge.
- Önal, H. İ. (2007). *Medya Okuryazarlığı: Kütüphanelerde Yeni Çalışma Alanı Media Literacy: A New Frontier for Libraries Türk Kütüphaneciliği*, Cilt.21, Sayı. 3, 335-359.
- Öncel Taşkıran, N. (2007). *Medya Okuryazarlığına Giriş*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Özad, B. E. (2006). *Medya Okuryazarlığı ve Yetişkinlerin Öğrenmesi, I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı Bildiri Kitabı*, Cilt 1, İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, s.56.
- Pekman, C. (2007). *Avrupa Birliği'nde Medya Okuryazarlığı*, Der. Nurçay Türkoğlu; Melda Cinman Simsek, *Medya Okuryazarlığı*, İstanbul: Kalemus Yayınları.
- Postman, N. (1995). *Çocukluğun Yok Oluşu*, Çev. Kemal İnal, Ankara: İmge Kitabevi.
- Potter, W. J. (2005). *Media Literacy*, California: Sage Publications, 5.
- Potter, W. J. (2008). *Media Literacy*, Losangeles: Sage Publications, s.20.
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (2007). *RTÜK: TV Radyo ve Televizyon Dünyası*, <http://www.rtuk.tv/> Erişim Tarihi: 12.02.2017
- Thoman, E. (2009). *Skills and Strategies For Media Education, Edutucational Leadership*, 56, 50-54.
- Thoman, E. ve Jolls T. (2008). *21. Yüzyıl Okuryazarlığı: Medya Okuryazarlığına Genel Bir Bakış ve Sınıf İçi Etkinlikler*, Çev.: C. Elma, A. Kesten, Ankara: Ekinoks Yayınları.