

**MEDYA OKURYAZARLIĞI EĞİTİMİ VE İLETİŞİM ÖĞRENCİLERİ:
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ****Ekmel GEÇER¹****Hakkı BAĞCI²****Öz**

Medya okuryazarlığı eğitimi, bir yandan aktif izleyici vurgusu yaparken, diğer yandan da bu izleyicilerin sadece medya içeriği kullanımında değil demokratik haklar ve toplumsal roller bağlamında da kontrol sahibi olabilmelerini sağlar. Ne var ki, medya teknolojilerinin değişken özelliği nedeniyle, genelde takipçinin, özelde öğrencinin ve medya okuryazarlığı eğitiminin, bu hızı yakalaması kolay olamamaktadır. Bu çalışmanın da işaret ettiği üzere medya okuryazarlığı konusunda güçlü bir alt yapıya sahip olması beklenen iletişim fakültesi öğrencilerinin, beklenenin aksine pasif takipleri ve çok yönlü olamamaları daha etkin bir medya okur-yazarlığı kültürünün oluşmasını engellemektedir.

Bu çerçevede, bu çalışma iletişim fakültesi öğrencilerinin medya takibi alışkanlıklarından yola çıkarak, bu takibin, medya içeriğine yönelik davranışlarının belirlenmesinde etkili olup olamayacağını yarı yapılandırılmış görüşme ve içerik analizi yöntemleriyle değerlendirmeye çalışmıştır. Ana-evrenin Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi olarak seçildiği çalışmada, farklı bölümlerde okuyan 56 öğrenciyle mülakatlar yapılmıştır. Çalışmanın sonuçları; iletişim fakültesi öğrencilerinin, medya okuryazarlık eğitiminin, bilinçli okuyuculara ihtiyaç olduğu için gerekli olduğunu düşündüklerini ortaya çıkarmıştır. Ayrıca medya okuryazarlık eğitiminin; kullanıcının bilinçli olmasını sağladığı, yorumlama yeteneğini geliştirdiği, izleyiciye, haberlerin doğru şekilde analiz etme ve eleştirel bakış açısına sahip olma yeteneğini kazandırdığı ortaya çıkmıştır. Elde edilen bir diğer sonuç ise araştırmaya katılan öğrencilerin günlük haberleri en çok internet ve sosyal medya üzerinden takip etmesi olmuştur.

Anahtar kelimeler: *Medya okur-yazarlığı eğitimi, üniversite öğrencileri, Türkiye*

¹ Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Dr. Öğr. Üyesi, mail: ekmelgecer@sakarya.edu.tr

² Sakarya Üniversitesi, Kaynarca Seyfettin Selim MYO, Dr. Öğr. Üyesi, mail: hbagci@sakarya.edu.tr

MEDIA LITERACY EDUCATION AND COMMUNICATION STUDENTS: THE SAKARYA UNIVERSITY CASE

Abstract

Media literacy; while highlighting an active audience, also suggests that the audience should not only be able to control media content but also have an ability in controlling social roles and democratic rights. Nonetheless, the structure of changing media technologies does not allow the media literacy of the consumer or the student in particular to catch up with this rapid change. As this study points out, the inactive use of the media by communication faculty students, who are supposed to have a powerful media literacy background, and their standardized approaches obstruct an effective media literacy culture to occur.

In this regard, this study, based on the habits of media use of communication faculty students and through semi-structured interviews and content analysis, tries to find out if these habits influence their behaviors regarding the media content. 56 students from different departments (public relations, journalism, media and communication design) at Sakarya University Communication Faculty were interviewed. The conclusions of the study specify that communication faculty students pay attention to media literacy education as there is a need for a more informed audience. Furthermore, a media literacy education helps the users to be more conscious, to develop their understanding and provide them the ability to analyze the news media and have a critical approach. Another outcome demonstrates that the students, who participated in this study, mostly follow daily news through the internet and social media.

Key Words: *Media literacy education, university students, Turkey*

1. GİRİŞ

Medya okuryazarlığının (*media literacy*) gelişimi dünyadaki demokratik talep ve gerçek bilgiye ulaşma isteğiyle ilişkilidir (Kahn ve Kellner, 2006). Küreselleşme ve ilintili yeni medya teknolojilerinin de etkisiyle coğrafi olarak çok uzak bir yerdeki herhangi bir olaydan haberdar olan medya takipçileri bilgiye hızlıca ulaşmakta; fakat her zaman bu bilginin gerçekliği konusunda emin olamamaktadırlar. Bireysel olarak, gerçek olmayan bilgiye karşı mücadele yolları veya yoğun iletilerin kullanılmasına yönelik birtakım yöntemlerin geliştirilmesi mümkün olmuş olsa da medya okur-yazarlığı

literatürünün ele aldığı metotların (eleştirileri mevcutsa da) daha kapsamlı, anlaşılır ve çözüm odaklı olduğu anlaşılmaktadır (Silverblatt ve ark. 2015). Bu anlamda günümüz toplumunda artan medya ilişkisi nedeniyle, kitle iletişim araçları tarafından aktarılan bilginin bireysel ve toplumsal anlamda işlenmesine yönelik geliştirilen yöntemlerin hedefi, demokrasilerin daha iyi işleyebilmesi için gerekli olan; bilgilendirilmiş, aldığı iletiye karşı koyma kabiliyetine sahip, analitik bakabilen ve yaşadığı çevreye duyarlı bir birey yetiştirmektir (Alton ve ark. 2013). Ne var ki, bu eleştirel medya okuryazarlığının kapsamına yönelik tartışmalar da devam etmektedir (Melki, 2014: 82). Medya okuryazarlığının içeriği gerçekten daha çok politika üzerinde durarak demokrasiyi, elitist olmayan yaklaşımı, ötekileştirmeyen temsilin analizine mi yönelmelidir yoksa sadece medyanın eğitime, eğlendirme, bilgi verme işlevleri üzerinde durarak izleyiciye olan faydasına mı yoğunlaşmalıdır?

Avrupa Komisyonu'nca yapılan çalışma sonucunda medya okuryazarlığının amacının, aynı doğrultuda, yoğun medya mesajlarıyla her an karşı karşıya kalan bireyin bu iletileri analiz etme yetisini kazanması ve hızlı bilgi akışı içinde bir değerlendirme yaparak kendisine en faydalı ve doğruya en yakın olanı bulabilmesidir. Komisyonunda medya okuryazarlığı eğitiminin bütün seviyelerde verilmesi gerektiğine dair yapılan vurgunun ardından, bu konuda asıl ve acil eğitimin, medya prodüksiyonlarının (haber, metin, dizi, film, sosyal medya içeriği, multimedya öğeleri, görsel anlatılar, reklamlar, bilgisayar oyunları gibi) gündelik hayatlarında yaptığı etki nedeniyle daha çok lise ve üniversite sıralarındaki ya da o çağlardaki gençlere verilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Raporda; aynı zamanda, gençlerin gelecekteki demokratik ve aktif vatandaşlık rolleri nedeniyle, medya eğitiminin, onları daha iyi hazırlayacağı, onları politikanın risklerine veya fırsatlarına aşına kılacağı, içinde yaşadıkları toplumun sorunlarını daha iyi ve hızlı anlayıp değerlendirmede bulunacakları ve onlara entelektüel bir altyapı sunacağı ifade edilmiştir (European Commision, 2018).

Bütün bu önerilere ve anlatılan öneme rağmen, literatürde, orta öğretim ve lisans seviyesinde medya okuryazarlığının nasıl verilmesi gerektiği ile ilgili bir uzlaşma mevcut değildir. Medya-okuryazarlığının disiplinler arası ve bu nedenle hemen her seviyeden ve alandan öğrencinin ya da bireyin alması gerektiğine dair yapılan vurgu, bu eğitimin ayrıca değil ama her bölümde ve hatta derste kısa seminerler şeklinde verilmesi zorunluğuna işaret

etmektedir. Diğer yandan ise, medya okuryazarlığının özel bir müfredata sahip bağımsız bir ders olarak okutulması gerekliliği de ifade edilmiştir. Bu görüşü savunanlar, medya okuryazarlığının her dersin içine sıkıştırılmasının, bu eğitime verilmesi gereken önemi azaltacağını iddia etmiş ve sadece ilgisinin bu eğitimden faydalanacağını söylemişlerdir (Scheibe ve Rogow, 2012). Söz konusu iki yaklaşımdan farklı olarak medya okuryazarlığının uygulamalı eğitimle verilebileceği üzerinde duranlar da olmuştur. Bunlar; haber sosyolojisi ve iletişim teorileri ile ilgili birikimden de faydalanarak, öğrencilerin, medya içeriği üretimi, gazetecilik uygulamaları, radyoculuk ve film çalışmaları gibi pratik alanlara yönlendirilmesini tavsiye ederek, bu uygulamaların kişiyi daha iyi bir medya okur-yazarı yapacağını söylemişlerdir (Burn ve Durran, 2007). Ne var ki, uygulamacı bu yaklaşım, mesela herhangi bir eğitim kurumunda olmayanın pratik yapma olanağının imkânsızlığı nedeniyle ve dolayısıyla her birey için geçerli olamayacağı ve medya okuryazarlığı eğitiminin sadece okullarda verilemeyeceği şeklinde eleştirilebilir.

Kuşkusuz bu çalışmada ele alındığı biçimiyle “medya-okuryazarlığı”nın kapsamı sadece geleneksel medya (radyo, televizyon, gazete, dergi) değil aynı zamanda *yeni medya* teknolojileriyle karşımıza çıkan çevirim içi ortamlar dâhil kitle iletişim araçlarındaki metin, video ve ses gibi içeriklerdir. Bu nedenle yukarıda aktarılan medya okuryazarlığı eğitimlerine yönelik çalışmalarda ve bu makalede kullanılan yarı-yapılandırılmış görüşmelerde *dijital medya okuryazarlığına*, eğitim alan bireyin içerik üretimi kapasitesine, yoğun bilgi akışı karşısında tutunduğu tutuma, internet güvenliğine ve mahremiyet paylaşımına atıfta bulunan soru(n)lara da değinilmiştir. Medya okuryazarlığının yeni medya teknolojileriyle ilgili olan bu kısmı ayrıca ve bazen bağımsız olarak “yeni medya okuryazarlığı” olarak da literatürde ele alınmaya başlanmıştır. Online üretimi, bilgi dağılımının etkisini, siber grupların ideolojik yönelimlerini, sosyal medya mecralarının algoritmalarını ve dijital kültürü kapsayan yeni medya okuryazarlığı (*new media literacy*) aynı zamanda dijital cihazları kullanma pratiklerini de içermekte bu nedenle *dijital okuryazarlık* veya *tekno-okuryazarlık* (technoliteracy) olarak da isimlendirilmiştir (Pullen, 2012; Knobel, 2008).

Ne var ki, medya okuryazarlığının, özellikle kullanıcının sosyo-politik etkileşimi bağlamında, temel ilgi alanının “haber” ve izleyicinin onu nasıl yorumlaması gerektiğine dair bilgiler olduğunu

not etmek gerekir (Hall ve Manfull, 2015). Haber içeriğinin bu denli önem arz etmesinin nedeni, özellikle haber sosyolojisine dair konuların (eşik bekcılığı, medyanın ekonomi-politiği, medya-siyaset-güç ilişkisi, gündem oluşturma, çerçeveleme vd.) bireysel ve toplumsal etkisinin gözlemlenebilmesi ve yönlendirme gücüne dair çalışmaların ortaya koyduğu verilerdir. Diğer yandan haber okuma yetisi bireyi özellikle siyasal anlamda bilgi sahibi kılmakta ve bu donanım onu politik katılım bağlamında motive etmekte, toplumsal olanla iletişimini artırmakta ve dolayısıyla demokratik vatandaşlık özelliklerini güçlendirmektedir (Klibanoff, 2012: 17).

İzleyicinin, öğrencinin ya da takipçinin, bu çerçevede, “medya okuryazarlığı kabiliyetini artırmak için neler yapılmalı” sorusuna vereceği cevaplar artmış olsa da özellikle haber yorumlama ve satır aralarını okuma konusunda hali hazırda boşluklar görülmektedir. Diğer yandan, medyanın yaptığı etkileri analiz etme ve toplumu bilgilendirme bağlamında sorumluluk alması beklenen iletişim fakültesi öğrencilerinin aldıkları eğitim ve haber içeriğine yönelik zayıf deneyimleri mevcut açığı daha da derinleştirmektedir. Bu nedenle, bu çalışma, bir yandan *medya okuryazarlığı eğitiminin* Türkiye’deki gelişimine ışık tutmaya çalışırken, diğer yandan, gelecekte bu eğitimi vermeleri beklenen üniversite öğrencilerinin medya okuryazarlığına yaklaşımlarını ve bu alana olan ilgilerini ölçümlemeye çalışacaktır. Makalenin üniversite öğrencilerine eğilmesinin gerekçeleri arasında; haber medyasındaki okumalara yönelik kavramsal tanımlamalar ve yaklaşımlardan kaynaklanan şüpheli bakış açısı; medya okuryazarlığı eğitiminin üniversitelerde netleşmeyen sınırlılıkları, içerikleri ve verilmiş biçimleri; internet güvenliği ve özel hayatın gizliliği gibi konulara fazla önem verilirken; demokrasi ve haklar çerçevesinin zayıf kalması ve politik tartışmaların gölgesinde kalan medya ve iletişim eğitiminin toplumsal kutuplaşmanın azaltılmasında gözlemlenebilen zayıf etkisi de vardır. Bu tartışmaların incelenmesi aynı zamanda iletişim fakültesi öğrencilerinin medya okuryazarlığı seviyesi hakkında fikir sahibi verecek ve üniversitelerdeki medya okuryazarlığı eğitiminin gelişimine ışık tutacaktır.

2. (YENİ) MEDYA OKURYAZARLIĞI: TEORİK BAĞLAM

İletişim ve medya çalışmalarındaki güncel gelişmeler doğrultusunda medya okuryazarlığının tanımlanmasına yönelik çabalar da farklılaşmaktadır. 90’larda görünmeye başlayan tanımlamalar, bugüne kadar değişerek gelişmiştir. Medya

okuryazarlığı; daha çok, farklı medya araçlarından gelen iletilere ulaşım, onları analiz etme, yorumlama, farklı bağlamlarda iletiler oluşturabilme ve aktarabilme yetisi olarak açıklanmıştır (McKenna ve ark. 2006). Ancak birçok kaynakta özellikle yeni medya teknolojilerinin etkisi de göz önünde bulundurularak daha geniş bir çerçevede değerlendirilmiş ve ilgili bağlamda farklı tanımlamalar yapılmış olsa da medya okuryazarlığının çerçevesi konusunda uzlaşmış bir sınır belirlenememiştir. Yine de sözü edilen belirsizlik, bu alandaki gelişmelerin değerlendirilmesini engellememiş ve medya okuryazarlığı konusunda verilecek eğitimin müfredatına yönelik çalışmalar devam etmiştir.

Eğitim içeriğinin sürekli güncellenmesi medya okuryazarlığının *korumacı* ve *yapısalcı* formuna da işaret eder. *Korumacı* biçim, isimlendirilmesinden de anlaşılacağı üzere, medyadan gelen zararlı mesajlardan izleyicinin etkilenmemesi ya da en azından asgari düzeyde etkilemesini ifade etmektedir. *Yapısalcı yaklaşımsa* daha çok kültürel çerçevede medya okuryazarlığını ele alarak kitle iletişim araçlarından gelen her mesajın zarar verici olmayacağını aksine bireyi ve toplumu eğitebileceği ve geliştirebileceğini söyler. Çünkü iletişim araçlarından gelen bilgilerle demokratik katılım mümkün olabilmekte, bireylerin sosyal değişimi etkileyebilecek eleştirel düşünme kabiliyeti artabilmekte ve medya kullanımı onları bilinçli bir politik katılıma yönlendirmektedir. Özellikle sosyal medyanın sağladığı bilgi, hızlı organizasyon, ücretsiz siyasal etkinlikler ve bilgiyi teyit etme olanağı bu *bilinçli vatandaş* konseptine katkıda bulunmaktadır (Dezuanni, 2010: 126).

Medya okuryazarlığı konusunda farklı ülkelerde gençler ve çocuklar için çeşitli eğitim formasyonları geliştirmiş, özellikle çocukların medya ile olan ilişkisi üzerinde durulmuştur. Ancak bu planlamalar Hobbs'un 1998'de medya okuryazarlığı tanımından çok sonra gelişmiştir (Hobbs, 1998). Medya okuryazarlığının en belirgin tanımı aslında bu dönemde verilmiş ve yurttaşın medya hegemonyası altında olan topluma aktif ve dikkatli katılımını sağlayacak bilgi, beceri ve tutum gibi yeterliliklerinin toplamı olduğu söylenmiştir (Potter, 2013: 444). Daha yakın yıllardaki tanımlamalar bireyin medya içeriğine karşı nasıl davranması gerektiğini de söylese de bu tanımlama kişinin toplumsal yönüne vurgu yaparak onun bilinçli bir sosyal varlık olmasını salık verir. Bilinçli birey oluşturma amacı da medya okuryazarlığının yapısalcı yaklaşımını öne çıkarır (Gilbert ve Hoeppe, 2017). Kitle iletişim mecralarının içerikleri sadece zararları bağlamında değil kültürel, ilmi, evrensel ve geleneksel değerler

açısından sundukları işlevsel altyapı açısından da analiz edilmeli ve yurttaşa bu bilgi iletilerinden nasıl faydalanacağı gösterilmelidir.

Ancak gerek akademik yaklaşım gerek üniversitede sunulan eğitim içeriği ve medya kanallarında aktarılan uzman bilgileri, ailelerdeki tartışmalara paralel olarak genellikle korumacı yaklaşıma değinmektedirler. Medyanın bilgilendirici, eğitici ve yasama, yürütme, yargının ardından *dördüncü kuvvet* olarak politik ve yasal kuvvetleri kontrol etme olanağı sağlayan ve demokratik gelişimci yönlerini daha az ele almaktadırlar (Cubbage, 2018). Öğretim üyelerinin ya da orta öğretim öğretmenlerinin verdikleri eğitimlerde de *korumacı yaklaşım* daha çok vurgulanmaktadır. Bu eğitimlerin sağladığı katkı yadsınmasa da yeni medya mecralarını da kapsayacak biçimde, Türkiye’de medya okuryazarlığına yönelik oluşumların azlığı göze çarpmaktadır. Bu durum; bir yönüyle daha çok politik konulara ilişkin örgütlenmelere olan toplumsal ilgi(sizlik) ile açıklanabilir. Toplumu daha alt seviyelerden başlayarak bilgilendirmeyi amaçlayan ve bilinçli vatandaş yetiştirmeyi hedefleyen sivil toplum kuruluşlarının kurulumu ve maddi olarak desteklenmesi çabaları yetersiz görünmektedir (Altun, 2009). Sosyal medya hesaplarında ve çevrim içi ortamlarda oluşturulan *teyit.org* ve *bianet-* gibi farklı platformlar habercilik konusunda dikkatli okumalar yapmaya yönlendirmektedir. Ancak medya okuryazarlığının haberin ötesi olduğu dikkate alındığında ve sadece olumsuzlama ile ilgili olmadığı düşünüldüğünde, bu gibi internet kanallarının sayıca azlığı ve daha geniş çerçevede medya okuryazarlığı bilgisi vermediği açıktır.

Yeni medya okuryazarlığının diğer bir özelliği de kullanıcının medya içeriğine aşinalığının onun kendisini oradaki bilgi akışıyla daha fazla özdeşleştirdiği gerçeğidir. Çünkü medya içeriği üretenlerin medya okuryazarlığı konusunda daha hassas olduğu kabul edilmektedir. Ayrıca içerik oluşturulması için akıllı telefon ve diğer cihazlara indirilen uygulamalar; bireyin yeni medyaya daha çok bağlanmasına neden olmakta ve hiçbir teknolojik deneyimi olmayan bireyleri dahi çok yoğun bir biçimde yeni medya araçlarında oluşturulan faydalı ya da zararlı olabilecek içeriklerle karşılaştırmaktadır. Bu karşılaşma internet teknolojilerine yabancı olanların etkilenme seviyelerini de yükseltmektedir (Johnson, 2016: 124). Yeni medya okuryazarlığının çerçevesinin, içerdiği multimedya özellikleri nedeniyle, geleneksel medya yorumlanmasından daha komplike olduğu anlaşılmaktadır. Yeni medya teknolojilerinin görsel, işitsel, yazılı ve tümünü birden kapsayan özelliklerinin bir arada

olması, kullanıcının da geniş yelpazede bir kullanım yeterliliğine sahip olmasını gerektirir (Wan ve ark, 2016). Bu kapasite, kullanıcının içerik üretim kategorilerini, teknolojik ayrıntılarını, cihaz dilini, emoji, gif ve diğer görsellerdeki temsili kapsamaktadır. Bu bağlamda yeni medya okuryazarlığı için önerilen müfredat; bireyi, bir yandan, geleneksel medyaya oranla, yoğun ilişki nedeniyle oluşan muhtemel risklere karşı korumayı esas alırken, diğer yandan, yine yapısalcı bağlamda, sanal dünyanın ve akıllı teknolojilerin olanaklarından faydalandırabilecek bilgiler içermelidir.

3. BİR İHTİYAÇ OLMASI AÇISINDAN MEDYA OKURYAZARLIĞI EĞİTİMİ

Kitle iletişim araçlarıyla bizlere iletilen içerik ve mesajların; günlük hayatımızı, bakış açımızı, söylemlerimizi ve davranış biçimlerimizi etkisi altına aldığı düşünülmektedir (Jerit ve Barabas, 2013). Elektronik postalar, akıllı telefonlar, bilgisayarlar, forumlar ve diğer çevirim içi ortamlardaki varlığımız saatleri alabiliyor. Geleneksel medyaya oranla çevirim içi olduğumuz zamanlar içinde kullandığımız uygulamalar tükettiğimiz medya içeriğini de genişletmektedir. Hemen hemen her gün artan haber siteleri, kişisel ya da kurumsal bloglar, alışveriş ortamları ve sosyal medya hesapları dijital platformlara olan bağlılığımızı da artırmaktadır. Buradaki temel sorun medya ile olan meşguliyetimizin uzunluğu değil insan algısının sınırlılığıdır. Bunca yoğun iletiye muhatap olan zihnimiz realitede sadece bazı iletileri dikkate alabilmekte ve bazen bunlar arasında bir filtreleme yapamamaktadır.

Dijital medyanın etkisi sosyal ve bireysel hayatta gözlemlenebilirken, günümüzde etkileşim içinde bulunduğumuz kitle iletişim araçları *televizyon, bilgisayar ve akıllı cihazlar* olarak sınıflandırılabilir. Yine de televizyon ekranlarının bugün de içeriğin en çok tüketildiği alanlar olarak not etmek gerekir. Kuşkusuz, bunda farklı internet uygulamalarının, ya da *akıllı televizyon* olarak bilinen cihazlar sayesinde, izleyicinin internetteki herhangi bir videoyu ya da filmi seyretmesi ve televizyon ekranını bir bilgisayar monitörü gibi kullanılmasının da etkisi vardır. Ancak, etkileşim içinde olduğumuz diğer kitle iletişim araçlarından olan bilgisayarda geçirilen vaktin medya kullanımı olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği konusunda literatürde bir uzlaşma yoktur (Vainikka ve Herkman, 2013). Mesela bilgisayarda yazı yazmak, proje çizmek, grafik tasarlamak ve diğer üretim aktivitelerinde bulunmak “içerik tüketmek” olmadığından, medya okuryazarlığı tartışmalarında ya hiç

değnilmemiş ya da kullanıcının, diğer kategorilerdeki pasifliğinin aksine, üretim esnasındaki aktifliği nedeniyle, bilgisayar etkinliğine dijital okuryazarlık çerçevesinde kısa bir pozitif değiniyle yetinilmiştir. Buradaki ölçüt “üretkenlik” uzantılı aktif kullanımdır ki, bilgisayar ya da dijital cihazlardaki sosyal medya kullanımı, oyunlar, videolar ve diğer meşguliyetler yine “içerik tüketimi” olarak vurgulanmıştır (Westlund, 2017: 137).

Vakıa, dijital yahut geleneksel bağlamda olsun, medya okuryazarlığının sınırlarının genişliği ve tüketicilerin birçok biçimde kitle iletişim araçlarıyla olan meşguliyetleri, medya okuryazarlığı eğitiminin teşvik edilmesinin nedenlerinden biridir. Herkesin sınırsız bir biçimde içeriğe ulaştığı ve medya ürettiği düşünöldüğünde; gerçekliğin kaybolduğu, bireysel olanın toplumsal olanın yerini aldığı, profesyonel üretimin “kasıtlı zararlı” olanla karıştığını gözlemlemek zor değildir. Kullanıcı; alacağı mesajların kaynağını seçme olanağına sahipse de, doğru kaynağın hangisi olduğundan her zaman emin olamamaktadır. Güvenilir bir haber kanalından aldığı bir bilgiyi, kendine yakın olarak hissettiği bir mecra ile kıyaslamakta ve güvenilirlik açıdan meşhur olmuş kaynağın yerine kendi düşünceleriyle örtüşen iletilerin aktarıldığı haber mecrasını tercih etmektedir.

Şüphesiz bunu; “duygusal gerçekliğin nesnel gerçekliğe” tercih edildiği *post-truth* (gerçek ötesi) tartışmaları (Beach, 2017: 98) ya da kullanıcıların sadece kendi görüşüne yakın insanlarla karşılaştığı sosyal medya algoritmaları, diğer bir deyişle *echo-chambers* (yankı fanusu) ile ilişkilendirmek de mümkündür (Moe ve Schweidel, 2014: 82). Bu yeni kavramlarla ilgili teoriler ayrı bir makalenin konusu olacak kadar uzundur. Ancak özellikle politikleşmenin, kutuplaşmanın arttığı zamanlarda nesnel gerçekliklerin göz ardı edildiği, izleyicinin kültürel, dini ve siyasi çevreleri nedeniyle duygusal olarak yakın olduklarını hissettikleri bilgiyi “gerçek” sanmaları, toplumsal sorunlara ya da bireysel travmalara neden olabilmektedir. Bahsi geçen sosyal medya algoritması sayesinde de etrafındaki birçok insanın kendisi gibi düşündüğünü sanınca yanılgı daha da büyümektedir (Ebner, 2017). Şöyle ki, sosyal medya kullanıcısının internet –ortamlarındaki etkinliği, daha açık bir deyişle; beğenileri, retweetleri, takipleri, paylaşımları, ürettiği içerikler, sosyal medya yapısının, yazılımının, onun eğilimlerini öğrenmesini sağlamaktadır. Böylece, ilgili sosyal medya kanalı artık kullanıcıyı sadece yakın olduğu kişileri tavsiye etmekte, ilgi duyduğu paylaşım ve mesajlarla onu karşılaştırmakta ve

onda kendi düşün dünyasının güçlü olduğu kanaatini oluşturmaktadır. Bu noktada, “yanlış” olarak bilinen, “toplumsal değerlerle çatışan” ve “doğru olmayan” iletiler kullanıcıya “anamlı” gelmekte ve zamanla ötekileştirme, düşmanlaştırma, zarar verme eğilimlerine neden olabilmektedir.

Diğer taraftan, her gün artan medya sayısı ve sosyal medya kullanım oranının yükselmesi bireylerin hızlı ve özgür bir biçimde bilgiye ulaşmasını sağlamaktadır. Sosyal medya ortamlarından gelen son dakika haberleri gazeteciliğin de doğasını değiştirmiştir. Profesyonel gazetecilerin ya da medya çalışanlarının da söz gelimi *twitter* hesabının olması, kullanıcıların sosyal medyaya olan ilgisini artırmaktadır. Küresel gelişmeleri rahatlıkla takip etme olanağı ve siyasal olaylara canlı olarak şahit olma isteği internet takibinin diğer nedenleri arasında gösterilebilir. Fakat güvenilir kaynak ile güvenilir olmayan arasında bir ayırım yapmayan ve profesyonel olanla sahte hesabı karıştıran takipçi, hakikat yerine yalana inanabilmektedir. Bununla birlikte internet sitelerinin hatta bazı sosyal medya hesaplarının maddi kaynağının belirsizliği oradan bilgilerin manipüle edilmesi tehlikesi de doğurmaktadır. Sayıca fazla takipçisi olan hesapların ya da blogların paylaşım yapmaları yahut bir bilginin doğruluğunu savunmaları karşılığında para, bilet, ücretsiz ürün aldıkları belirtilmektedir. Bu kullanıcılar kendilerine verilen ürünler, aktarılan veriler ve gittikleri mekânlar hakkında değerlendirme yaparak takipçiyi yönlendirebilmektedir. Her yönlendirme yapan hesabın manipülatif, abartılı ve sansasyonel bilgi sunduğunu söylemek kuşkusuz yanlış olacaktır. Ne var ki takipçiler, bazen bu kullanıcıların paylaşımlarından yola çıkarak yanılgıya düşebilmektedirler (Griffin ve ark. 2014).

Burada tartışılan hususlar, medya okuryazarlığı eğitiminin özellikle *korumacı yaklaşım* bağlamında önemli olduğunu göstermektedir. *Yapılsacılığın* salık verdiği etkin ve fayda gözetilen medya kullanımı da gerekliyse de yukarıda tartışılan noktalar, özellikle dijital teknolojilerinin artışı, bir medya okuryazarlığı eğitiminin çocuklar, gençler ve yetişkinler için gerekli olduğuna işaret etmektedir. Belki de şu sorular medya okuryazarlığının çerçevesinin daha iyi belirlenmesini sağlayacaktır: Medya kullanımı bizi daha iyi bireyler yapmakta mıdır? Bilgiye ulaşmanın kolay olduğu bu çağda gerçekliğe ulaşmak nasıl mümkün olacaktır? Medya içeriği bizi nasıl yönlendirmektedir? Duygularımız, eğilimlerimiz ve inançlarımızı istismar edilmekte midir? Medyaya karşı nasıl bir

tutum sergilemeliyiz; tümüyle bırakmalı mı yoksa kontrollü mü olmalıyız?

4. YÖNTEM

4.1. Araştırma Modeli

Bu araştırma nitel araştırma yöntemine uygun olarak yapılmıştır. Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik bir süreçtir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bu çalışmada verilerin toplanmasında nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme metodu kullanılmıştır. Çalışma grubu ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler 2017-2018 bahar döneminde gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme zihindeki belli bir hipotezi test etmek için verilerin elde edilmesi sürecinde başvurulabilecek kullanışlı bir metottur (Şahin, 2015).

4.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesinin farklı bölümlerinde öğrenim gören ve basit seçkisiz örnekleme yöntemi ile seçilen 56 öğrenci oluşturmaktadır.

4.3. Veri Toplama Aracı

Bu araştırma için araştırmacılar tarafından geliştirilen açık uçlu soruların bulunduğu yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Soruların kapsam ve dil geçerliğini sağlamak adına da üç farklı akademisyenden görüş alınmıştır. Ayrıca veriler toplanmadan önce öğrenciler ile ön görüşmeler yapılmış, çalışmanın ne amaçla yapıldığı açıklanmıştır. Veri toplama aracında yer alan sorular şu şekildedir:

- Sizce medya okuryazarlık eğitimine gerek var mıdır? Kısaca açıklayabilir misiniz?
- Sizce medya okuryazarlık eğitimi ne amaçla verilmektedir, bir bilginiz var mı? Kısaca açıklayabilir misiniz?
- Medya okuryazarlık eğitimi sizce eğitim alan kişilere fayda sağlayacağını düşünüyor musunuz? Kısaca açıklayabilir misiniz?
- Sizce medya okuryazarlık eğitiminin olumlu yanları nelerdir?
- Medya okur-yazarlığı dışında aldığınız diğer derslerin size medya takibi konusunda katkı sağladığını düşünüyor musunuz?

- Medyayı genellikle ne amaçlı olarak takip ediyorsunuz?
- Haber takibine eleştirel bir bakış açısına sahip olduğunuzu düşünüyor musunuz?
- Eğitim sürecinde aldığınız medya veya medya okuryazarlık eğitiminin sizi daha objektif bir medya izleyicisi yaptığını düşünüyor musunuz?

4.5. Verilerin Analizi

Araştırmacılar tarafından toplanan veriler içerik analizi yöntemi kullanılarak çözümlenmiştir. İçerik analizinde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde organize ederek yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Diğer bir ifadeyle içerik analizi metin veya metinlerden oluşan bir kümenin içindeki belli kelimelerin veya kavramların varlığını belirlemek için yapılır (Büyüköztürk ve ark, 2013). İçerik analizinde eldeki yazılı bilgilerin temel içerikleri ve içerdikleri mesajlar özetlenerek ortaya konur (Cohen ve ark. 2007). İçerik analizinde elde edilen veriler dört aşamada analiz edilir. Bunlar; verilerin kodlanması, kodlanan verilerin temalarının belirlenmesi, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması şeklindedir (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Bu çalışmada öncelikli olarak veriler kodlanmış daha sonra temalar elde edilmiş, veriler düzenlenmiş, elde edilen temalar gruplanmış ve uygun veriler de sayısal hale dönüştürülmüştür. Bunun yanında öğrencilerin sorulara verdiği cevaplardan bazıları eklenerek bulgular desteklenmiştir. Araştırmada mahremiyete dikkat edildiğinden dolayı öğrenciler Ö1, Ö2, Ö3 gibi kodlanmıştır.

5. BULGULAR ve YORUMLAR

Bu bölümde araştırma sonucu elde edilen veriler doğrultusunda medya okuryazarlık eğitimine yönelik düşünceleri ortaya koymak için öğrenci görüşlerini içeren toplam 8 adet açık uçlu soru incelenerek aşağıdaki verilere ulaşılmıştır. Öğrencilerin “Sizce medya okuryazarlık eğitimine gerek var mıdır? Kısaca açıklar mısınız?” sorusuna yönelik belirttikleri görüşler Tablo 1 ‘de verilmiştir.

Tablo 1. Medya Okuryazarlık Eğitiminin Gerekliliğine İlişkin Bulgular

Tema	Kategori	f
Medya Okuryazarlık Eğitiminin Gerekliliği	Bilinçli okuyuculara ihtiyaç var	14
	Medyayı nasıl kullanacağımızı öğrenmek	13
	Bir şeyleri doğru görebilmek ve anlayabilmek	12
	Yanlış bilgilerin değerlendirilmesi	6
	Yeni medyayı öğrenme	5
	Medya olayları yönlendirdiği için	4
	Medyadaki metinleri ve mesajları anlamlandırmak için	4
	İnsanların birbirine saygılı, hoşgörülü olmaları için	3
	Medyanın olumsuz etkileri göstermek için	3
	Kişisel gelişim için	2

Tablo 1 incelendiğinde öğrenciler medya okuryazarlık eğitimine gerek olma sebebini en çok bilinçli okuyuculara ihtiyaç olduğu için şeklinde ifade etmişlerdir. Ayrıca öğrenciler medyayı nasıl kullanacağımızı öğrenmek ile bir şeyleri doğru görebilmek ve anlayabilmek için de medya okuryazarlık eğitimine ihtiyaç olduğunu belirtmişlerdir. Öğrencilerin bu konu ile ilgili düşüncelerinden bazıları şunlardır:

“Tabiki de var. İnsanların medya ortamında birbirine daha saygılı hoşgörülü ve etkin olabilmeleri için eğitime gerek vardır” (Ö5)

“Bence vardır. Çünkü medya, günümüzde olayları yönlendiren bir platformdur. Medya ve okuryazarlık birbirleriyle bağdaştırılmalıdır” (Ö6)

“Vardır. Çünkü medya geliştikçe insanların bu gelişme ile beraber bir eğitim olarak bilinçlenmesi gerektiğini düşünüyorum” (Ö11)

“Evet, gerekir, çünkü medyanın doğru ve bilinçli bir şekilde kullanılmasını sağlar” (Ö16)

“Evet var. Çünkü ülkemizde sosyal medya, internet, telefon çok aşırı olarak kullanılıyor. Neyin ne olduğunu öğrenmek önemlidir” (Ö18)

“Vardır. Çünkü toplumda bu konu hakkında bilinçli insan çok az var” (Ö22)

Sonuç olarak öğrencilerin görüşlerine göre kişilerin özellikle medya ve medya okuryazarlıkları konusunda bilinçlenmesi için medya okuryazarlık eğitimine gereksinim duyulduğunu görülmektedir. Buna göre toplumdaki bireyler medyayı ve aynı zamanda da sosyal medyayı sıklıkla kullandıkları düşünüldüğünde, bu konuda kişilerin bilinçlenmesi, medyada yer alan bilgilerin hangilerinin doğru hangilerinin yanlış olduğunun anlayabilmesi ve karşılaştıkları bilgiler ve haberler karşısında yorum yapabilmeleri açısından medya okuryazarlık eğitiminin gerekli olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin “Sizce medya okuryazarlık eğitimi ne amaçla verilmektedir, bir bilginiz var mı? Kısaca açıklar mısınız?” sorusuna yönelik belirttikleri görüşler Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Medya Okuryazarlık Eğitiminin Verilmesi Amacına İlişkin Bulgular

Tema	Kategori	f
Medya Okuryazarlık Eğitimi Ne Amaçla Verilmeli	Medya konusunda bilinçlendirilmek için	17
	Medyayı daha iyi anlamak için	16
	Medyayı tüm gerçekleriyle görebilmek amacıyla	12
	Kişilerin ve özellikle de gençlerin medya bilgilerini arttırmak için	9
	Medyayı ve sosyal medyayı doğru kullanmak için	8
	Medyanın insanlar üzerindeki etkilerini açıklamak için	6
	Medyayı tanıtmak amacıyla	5
	Hem üretici hem de tüketici toplumları bilgilendirmek	2
	Farklı türlerdeki mesajlara ulaşmak ve değerlendirmek için	1
	Okuma yazma kalitesini arttırmak	1

Tablo 2 incelendiğinde öğrenciler medya okuryazarlık eğitiminin verilme amacını en çok medya konusunda bilinçlendirmek için şeklinde ifade etmişlerdir. Ayrıca öğrenciler medyayı daha iyi anlamak için ve medyayı tüm gerçekleri ile görebilmek amacıyla

medya okuryazarlık eğitiminin verilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Öğrencilerin bu konu ile ilgili düşüncelerinden bazıları şunlardır:

“Çeşitli biçimdeki mesajlara ulaşma, analiz etme ve değerlendirme gibi yetenekleri kazandırma amaçlı olarak” (Ö4)

“Medya hakkında bilinçlenmek, medyayı daha doğru kullanmak amaçlı olarak verilmektedir” (Ö7)

“Haberi, içeriği veya sosyal medyayı kapsamlı bir şekilde yorumlayıp bilgi sahibi olmamız için” (Ö9)

“Medyayı daha iyi anlamamız için verilmektedir. Medyada gördüklerimizin, gelme aşamasına kadar olan sürecin bilgilerini aktarır” (Ö14)

“Bu eğitimin amacı medyanın yönlendirme ve imaj çizme yeteneğinin farkındalığına varmak ve bilinçli bir okuryazar olmaktır. Doğru kesin olmayan haberlere inanmamak” (Ö19)

“Okuyucuyu bilgilendirmek, okuma-yazma kalitesini arttırmak ve eleştirel düşüncüyü geliştirmek amacıyla verilmektedir” (Ö32)

Öğrencilerin “Medya okuryazarlık eğitimi sizce eğitim alan kişilere fayda sağlayacağını düşünüyor musunuz? Kısaca açıklar mısınız?” sorusuna yönelik belirttikleri görüşler Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3. Medya Okuryazarlık Eğitiminin Faydalarına İlişkin Bulgular

Tema	Kategori	f
Medya Okuryazarlık Eğitiminin Faydaları	Kişilerin medyayı bilinçli kullanmasını sağlar	11
	Yorum yeteneğini geliştirir	10
	Kişilerin farkındalık oluşturmalarını sağlar	10
	Kişilerin bu alandaki yetenekleri gelişir	9
	Kişilerin öğrendiği bilgiler artar	6
	Gerçeklerin görülmesini sağlar	6
	Kişilere değer katar	5
	Doğru eğitim verilirse	4
	Kişilerin yönlendirilmesini kolaylaştırır	3
	Medyayı daha etkin kullanırlar	2
	Sosyal hayatta fayda sağlar	2
	Kültürel katkı sağlar	2
	Kişileri daha etkin yapar	1
	İş hayatında fayda sağlar	1

	Okuma-yazmada doğru analiz etme sağlar	1
	Günlük yaşamımızı kolaylaştırır	1

Tablo 3 incelendiğinde öğrenciler medya okuryazarlık eğitiminin kişilere ne gibi katkılar sağladığı konusunda en çok kişilerin medyayı bilinçli kullanmasını sağlar şeklinde ifade etmişlerdir. Ayrıca öğrenciler kişilerin yorum yeteneğini geliştirdiğini ve kişilere farkındalık oluşturmaya katkı sağladığı gibi konularda medya okuryazarlık eğitiminin faydalı olduğunu belirtmişlerdir. Öğrencilerin bu konu ile ilgili düşüncelerinden bazıları şunlardır:

“Bu eğitimin faydalı olacağını düşünüyorum. Bilinçsiz medya kullanımını azaltacağı konusunda eminim” (Ö20)

“Evet, medya geniş bir olay ve kültürel katkısının olabileceğini düşünmekteyim” (Ö21)

“Sağlayacaktır. Eğitimi olsak bile gördüğümüz reklamları çözümlmek, yeni bir düşünce yaratmak şarttır” (Ö26)

“İzlediklerini-okuduklarını yorumlayabilme açısından fayda sağlayacağını düşünüyorum” (Ö30)

“Evet düşünüyorum. Daha bilinçli kullanıcılar oluşacaktır” (Ö33)

“Tabi ki. Medya okuryazarlığı kişilerin farkındalık kazanmasını sağlar ve yönlendirilmesini engeller. Eleştiri yeteneği kazandırır” (Ö36)

Öğrencilerin bir kısmının bilinçlenme, yorumlama ve farkındalık oluşturma ile ilgili görüş bildirmesi medya okuryazarlık eğitiminin kişilerin kendilerini geliştirmelerine fayda sağlayacağı düşünülmesinden kaynaklanmaktadır. Medya okuryazarlık eğitimi alan bireyler böylelikle eğitim almayan bireylere göre medya ortamında karşı karşıya kaldıkları olumsuz durumları daha iyi irdeleyebilecekleri ifade edilebilir. Ayrıca bu eğitim sayesinde kişilerin sosyal hayatta da kendilerini daha rahat ifade edebilir duruma gelebilirler. Medya ortamında karşılaştıkları bilgilerin doğruluğunu ve yanlışlığını da kontrol edebilirler.

Öğrencilerin “Medya okuryazarlık eğitiminin olumlu yanları nelerdir?” sorusuna yönelik belirttikleri görüşler Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4. Medya Okuryazarlık Eğitiminin Olumlu Yanlarına İlişkin Bulgular

Tema	Kategori	f
Medya Okuryazarlık Eğitiminin Olumlu Yanları	Medyayı ve haberleri doğru şekilde yorumlamamızı ve eleştirmemizi sağlar	14
	İnsanların gelişmesine ve bilinçlenmesine yardımcı olur	14
	Medyayı daha iyi anlamamızı ve öğrenmemizi sağlar	12
	Doğru-yanlış ve bilgi kirliliğinin önlenmesini sağlar	11
	Analiz becerilerimizi geliştirir	9
	Haberlere objektif bakmamızı sağlar	8
	Bakış açımızı değiştirmemize yardımcı olur	7
	Farkındalık oluşturur	5
	Üretim becerilerimize katkı sağlar	4
	Bilgilerimizi daha iyi ve etkili kullanmamıza yardımcı olur	4
	İnsanları medyayı doğru kullanıcı olmaya yönlendirir	3
	Medyanın olumsuz etkilerini ortadan kaldırır	3
	Kişisel benliğimizi bulmaya yardımcı olur	2
	Okuyucu-yazar kalitesini artırır	2
	Değerlendirme becerilerimizi geliştirir	1
	Kişilerin medyada aktif bir birey olmasını sağlar	1
	Teknolojiye uyum sağlamamıza yardımcı olur	1
	Sosyal medyanın yanlış kullanımını engellememize yardımcı olur	1
İş imkânı sağlar	1	

Tablo 4 incelendiğinde öğrenciler medya okuryazarlık eğitiminin olumlu yanlarını en çok medyayı ve haberleri doğru şekilde yorumlamamızı ve eleştirmemizi sağladığı ile insanların gelişmesine ve bilinçlenmesine yardımcı olduğu şeklinde ifade etmişlerdir. Ayrıca öğrenciler medyayı daha iyi anlamamızı ve

öğrenmemizi sağladığı ile doğru-yanlış ve bilgi kirliliğini önlemesini sağladığı konularını da medya okuryazarlık eğitiminin olumlu yanları olarak belirtmişlerdir. Öğrencilerin bu konu ile ilgili düşüncelerinden bazıları şunlardır:

“Gündemi, siyaseti ve diğer tüm haberleri medyada gördüğümüzde objektif bakış açısıyla yaklaşabiliriz” (Ö1)

“Konuya hakim olunup, daha eleştirel bir gözle medyaya bakılabileceğine katkısı olduğunu düşünüyorum” (Ö8)

“Kişisel benliğimizi bulmaya ve bakış açımızı değiştirmeye yarayabilir” (Ö10)

“Bilinçli bir birey olarak insanın gelişmesinde faydalı olur. Medyanın topluma verdiği mesajların irdelenmesinde fayda sağlar” (Ö37)

“Medyayı doğru okuma olanağı sağlar. Analitik çözümlene yapmayı sağlar. Olaylar arasında bağlantı kurup bir sonuç çıkarmaya yardımcı olur. Gerçeklik ile kurgu arasındaki ayırım yapılmasını sağlar” (Ö41)

“Düşünsel, duygusal olarak nasıl etkilediğini görmek. Kişiliğe, tercihlere nasıl yön verildiğini görmek. Özgünlükle, standartlaşmış kalıpların ayırımını yapabilmek” (Ö45)

Bulgular incelendiğinde medya okuryazarlık eğitiminin kişileri medyayı ve medyada yer alan haberleri doğru bir şekilde anlamlandırılması ve kişilerin gelişmesi ve bilinçlenmesi konularında olumlu yanlarının olduğu görülmektedir. Günümüz bilgi ve teknoloji çağında kişiler her türlü bilgiye gerek yazılı gerek sözlü medya sayesinde kolaylıkla ulaşabilmektedirler. Burada önemli olan ulaşılan bu bilgilerin doğruluğunun ve yanlışlığının anlaşılabilmesidir. Bazen bu kadar kolay olan bilgilerden dolayı hem medya hem de sosyal medya bilgi kirliliği içinde olmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin de ifade ettiği gibi önemli olan bu bilgilere objektif olarak bakabilmek ve her bilgiyi doğru olarak kabul etmemektir. Medya okuryazarlık eğitiminin kitle iletişim araçlarında yer alan haberlere tarafsız bakabilme, kişileri doğru medya kullanıcısı yapma gibi olumlu yanları bulunmaktadır.

Öğrencilerin “Günlük haberleri nereden takip ediyorsunuz ve neden?” sorusuna yönelik belirttikleri görüşler Tablo 5 ‘de verilmiştir.

Tablo 5. Günlük Haberleri Takip Etme Platformlarına İlişkin Bulgular

Tema	Kategori	f
Günlük Haberleri Takip Etme Platformları	İnternet	28
	Sosyal medya	20
	TV' den	10
	Gazete (Basılı)	8
	Telefondan	7
	e-gazete	6
	Medya	3
	Haber bültenlerinden	1

Tablo 5 incelendiğinde öğrenciler günlük haberleri en çok internette takip ettiklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca öğrenciler sosyal medya ortamlarını kullanarak da günlük haberleri takip ettiklerini belirtmişlerdir. Öğrencilerin bu konu ile ilgili düşüncelerinden bazıları şunlardır:

“İnternette takip ediyorum. Çünkü daha pratik” (Ö3)

“Günlük haberleri sosyal medya ve e-gazetelerden takip ediyorum. Çünkü elimin altında ve daha kolay ulaşabiliyorum” (Ö5)

“Gündem takibi, dünyada ve ülkemizde neler olduğunun farkında olmak çok önemlidir. Telefonumdan günlük olarak takip ediyorum” (Ö19)

“Sosyal medyadan, çünkü en hızlı haber akışı o alanda” (Ö50)

“İnternet ve TV, çünkü daha hızlı ve ucuz” (Ö53)

İletişim teknolojilerin hızlı bir şekilde geliştiği günümüzde kişilerin bilgiye ulaşma yollarında da değişiklikler ortaya çıkmıştır. Bu değişikliklerin başında da kuşkusuz internet ve sosyal medya gelmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin de ifade ettiği gibi günlük haberlerin takip etme yollarının başında internet ve sosyal medya gelmektedir.

Öğrencilerin “Medyayı genellikle ne amaçlı olarak takip ediyorsunuz?” sorusuna yönelik belirttikleri görüşler Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6. Medyanın Takip Amacına İlişkin Bulgular

Tema	Kategori	f
Medyayı Takip Amacı	Gündemi takip etmek	22
	Haber takibi için	18
	Bilgi sahibi olmak	17
	Eğlence	9
	Magazin için	6
	Son dakika olaylardan bilgi almak için	5
	Sosyalleşmek	4
	Sosyal medyayı takip için	3
	Siyasi gelişmelerden uzak kalmamak için	3
	Sosyal medyada içerik paylaşımı	2
	Spor	2
	Vakit geçirmek için	2
	Geri kalmamak için	2
	Yakın çevrem hakkında bilgi sahibi olmak için	2
	Alanım olan konularla ilgili kişi veya sayfa paylaşımlarından bilgilenmek	1
	İletişim	1
	Sevdiğim insanlar hakkında magazin sayfalarını takip etmek	1
	Sağlık için	1
	Moda için	1
	Kendin yap aktiviteleri için	1
	Askeri gelişmelerden haber almak için	1
	Toplumu analiz etmek için	1
Belli bir düşünceye sahip olmak için	1	
Bilimsel gelişim için	1	
Türetici yorumları için	1	

Tablo 6 incelendiğinde öğrenciler medyayı genellikle gündemi ve haberleri takip etmek için kullandıkları ifade etmişlerdir. Ayrıca öğrenciler bilgi sahibi olmak ve eğlence amaçlı olarak da medyayı takip ettiklerini belirtmişlerdir Öğrencilerin bu konu ile ilgili düşüncelerinden bazıları şunlardır:

“Gündemi takip etmek için kullanıyorum” (Ö2)

“Vakit geçirmek amacıyla kullanıyorum” (Ö12)

“Boş zaman değerlendirmek, bilgilenmek ve gündem takibi için” (Ö19)

“Ülke ve dünya genelinde olan olaylardan haberdar olmak için ve gündemden uzak kalmamak için takip ediyorum” (Ö38)

“İçinde yaşadığım toplumdan haberdar olmak ve belli bir düşünceye sahip olmak için” (Ö42)

“Haber, bilgi almak ve toplumu analiz etmek” (Ö56)

Bulgular ve öğrencilerin verdiği cevaplar incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin medyayı en çok gündemden uzak kalmamak, haber takibi ve bilgi sahibi olmak için takip etmeleri olumlu bir sonuç olarak düşünülebilir. Bunun yanında medya sadece haber ve bilgi edinmek için de takip edilemeyeceği bir başka gerçektir. Öğrencilerin verdiği cevaplar irdelendiğinde de bu düşünceyi kanıtlar bir sonuç ile karşı karşıya kalınmıştır. Çünkü öğrenciler medyayı eğlence, sosyalleşmek gibi farklı nedenler için de takip etmekte olduğu görülmüştür. Bu sonuçlara göre öğrencilerin medyaya farklı açılardan baktıkları ifade edilebilir.

Öğrencilerin “Haber takibine eleştirel bir bakış açısına sahip olduğunuzu düşünüyor musunuz?” sorusuna yönelik belirttikleri görüşler Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Haber Takibine Eleştirel Olarak Bakabilme Durumlarına İlişkin Bulgular

Tema	Kategori	f
Haber Takibine Eleştirel Bakış Açısı Durumu	Genel olarak Evet	31
	Hayır	5
	Kendimi geliştirmem gerekiyor	4
	Düşünüyorum	3
	Çok fazla eleştirel bakmıyorum	2
	Sosyal medya açısından evet	1
	Eleştirel bakmıyorum	1
	Tarafılı bakıyor olabilirim	1
	Medya haberleri izlerken sinir krizi geçiriyorum	1
	Bunu kazanmak ve öyle bakabilmek için okuyorum	1
	Bilmiyorum	1

Tablo 7 incelendiğinde öğrencilerin büyük bir kısmı haber takibine eleştirel olarak bakabildiklerini ifade etmişlerdir. Öğrencilerin çok az bir kısmı ise haber takibine eleştirel olarak bakamadıklarını belirtmişlerdir. Öğrencilerin bu konu ile ilgili düşüncelerinden bazıları şunlardır:

“Tabi ki de evet. İnsanlar eleştire eleştire doğruyu bulduğu için bu bakış açısı daha önemli” (Ö5)

“Bu konuda kendimi daha çok geliştirmem gerekiyor” (Ö19)

“Düşünüyorum. Farklı kaynaklardan ve farklı bakış açılarından takip ediyorum” (Ö20)

“Evet, bu yüzden aynı haberi farklı kaynaklardan takip ediyorum” (Ö27)

“Evet. Örneğin gördüğüm her habere inanmıyorum. Bu haberleri teyit etmek için belli bir süreçten geçiriyorum. Daha sonra bir eleştiri de bulunuyorum” (Ö41)

“Hayır. Haber takibini internetteki yerel medya hesapları ana sayfama (sosyal medya hesabımda) aktive ederek takip ediyorum. Pek eleştirme imkânım olmuyor. Haber akışı çok hızlı” (Ö43)

Araştırma bulguları ve öğrencilerin verdiği cevaplar incelendiğinde öğrencilerin büyük bir kısmının haber takibine eleştirel olarak bakabildiği görülmüştür. Günümüz iletişim çağında bu kadar çok medya ve sosyal medya ortamlarında bilgi ve haber paylaşımlarının yapıldığı düşünülduğünde elde edilen bu sonuç olumlu olarak ifade edilebilir. Çünkü öğrencilerin olaylara veya haberlere eleştirel olarak bakabilmeleri onların objektif tutum sergilemeleri ve farklı durumlar karşısında fikir üretebilmeleri açısından önemlidir.

Öğrencilerin “Eğitim sürecinde aldığınız medya veya medya okuryazarlık eğitiminin sizi daha objektif bir medya izleyicisi yaptığını düşünüyor musunuz?” sorusuna yönelik belirttikleri görüşler Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Medya Okuryazarlık Eğitimin Öğrencileri Objektif Medya İzleyicisi Yapma Durumlarına İlişkin Bulgular

Tema	Kategori	f
Medya veya Medya Okuryazarlık Eğitiminin	Evet	42
	Belli bir düzeyde	7
	Yapmadı	3
Kendilerini Objektif Medya İzleyicisi Yapma Durumu	Tam olarak değil	1
	Okuldaki dersle değil ama objektif bir medya izleyicisiyim	1

Tablo 8 incelendiğinde öğrencilerin büyük bir kısmı eğitim sürecinde aldığınız medya veya medya okuryazarlık eğitiminin kendilerini daha objektif bir medya izleyicisi yaptığını ifade

etmişlerdir. Öğrencilerin çok az bir kısmı ise aldıkları eğitimin kendilerini objektif medya izleyici yapmadığını belirtmişlerdir. Öğrencilerin bu konu ile ilgili düşüncelerinden bazıları şunlardır:

“Evet, daha objektif bir birey olduğumun farkına bu ders ile vardı. Beni daha bilinçli hale getirdi. Bu gibi derslerin kesinlikle okutulması şarttır” (Ö6)

“Evet düşünüyorum. Eğitim hayatı genel olarak objektif olması geliştirir” (Ö17)

“Daha bilinçli bir şekilde olaylara yaklaşmamı ve farklı pencerelerden bakmamı sağladı” (Ö20)

“Evet düşünüyorum. Medya okuryazarlık dersinden sonra haberleri, programları, dizileri daha iyi analiz edebileceğimi düşünüyorum” (29)

Bireylerin medyayı objektif bir şekilde takip edebilmelerini öğrenmelerinin uzun bir zaman alacağı düşünüldüğünde, öğrencilerin aldıkları medya okuryazarlık eğitimlerinin kendilerini olumlu yönde etkilediği ve bu eğitimler boyunca edindikleri tecrübeleri hayatlarına entegre etmiş oldukları görülmektedir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu makalede; medya okuryazarlığı eğitimi ve içeriği, konunun uzmanları olmaları beklenen iletişim fakültesi öğrencilerinin yaklaşımlarıyla değerlendirilmiştir. Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi’nden 56 öğrenciyle yapılan görüşmelerden elde edilen sonuçlarda öğrencilerin medya okuryazarlığı eğitiminden bir dereceye kadar faydalandıkları ve haber yorumlama ve analizi konusunda aldıkları eğitimden yararlandıkları ortaya çıkmıştır. Ancak haber takibinde daha çok internet ve sosyal medyayı kullanan iletişim öğrencilerinin gazete okuma konusundaki isteksizlikleri ve haber bültenlerine karşı mesafeleri onların uzman adayları olarak basılı ve görsel medya takibi konusunda desteklenmeleri gerektiğine işaret etmektedir. Diğer yandan gazete okuma konusundaki gönülsüzlük, öğrencilerin eleştirel bakma yetisi ve objektif olma tutumuyla çelişki arz etmektedir. Bu da onların profesyonel haber analizi konusunda eksik kalabileceklerini ve bilhassa haber okuryazarlığı konusunda önemli gelişmeye ihtiyaç duyduklarını göstermektedir. Yine de çalışmanın sonuçları öğrencilerin belirli bir seviyede medya okuryazarlığı bilgisine sahip olduklarını ve aldıkları eğitimin pratiğe aktarabildiklerini göstermektedir.

İçerik analizinden elde edilen bulgulara göre öğrenciler medya okuryazarlık eğitimine gerek olma sebebini en çok “bilinçli

okuyuculara ihtiyaç olduğu için” şeklinde ifade etmişlerdir. Ayrıca öğrenciler medya okuryazarlık eğitiminin verilme amacının çoğunlukla “medya konusunda bilinçlendirmek” için olduğunu belirtmişlerdir. Bir diğer sonuca göre ise öğrenciler medya okuryazarlık eğitiminin olumlu yanlarını “medyayı ve haberleri doğru şekilde yorumlamayı ve eleştirmeyi sağladığı” özelliği ile ön plana çıkarırken, insanların gelişmesine ve bilinçlenmesine yardımcı olduğu düşüncesini de aktarmışlardır. Medya mecralarını genellikle gündemi ve haberleri takip etmek için kullandıklarını belirten öğrencilerin büyük bir kısmı haber takibine eleştirel olarak bakabildiklerini de ifade etmişlerdir. Ayrıca öğrencilerin büyük bir kısmı eğitim sürecinde aldıkları medya okuryazarlık eğitiminin kendilerini daha objektif bir medya izleyicisi yaptığını belirtmişlerdir ki, bu da hem medya okuryazarlığı derslerinin faydasına hem de gerekliliğine işaret etmektedir.

Medya okuryazarlığının siyasal algı, yorumlama ve eğitime özellikleri onun aslına bireysel yeterlilik ve güç(ler) arasındaki ilişkilerine işaret eder. Daha açık bir deyişle yapısalcı yaklaşım, bir yandan yurttaşı yoğun bilgi akışı altında bilinçli bir birey haline getirmeye çalışırken, diğer yandan bu yoğun mesajlara karşı koyuş güdüsünü de etkilediği için; siyasal, ekonomik, kültürel ve ideolojik güçle ilişkisi üzerinde belirleyici olmaktadır. Bu nedenle medya okuryazarlığına yönelik tartışmaların kısaca demokratik ve toplumsal katılımı güçlendirecek medya bilgisi olduğunu söylemek mümkündür. Her ne kadar yapısalcı medya okuryazarlığı, içeriğin eğitici ve bilgilendirici olduğunu ifade etse de korumacı yaklaşımın eleştirel medya analizi; izleyicinin edilgen alıcı ve online bilginin sadece tüketicisi olmasını engelleyerek, ona, kitle iletişimi araçları ve politik, kültürel ve ekonomik yönlendirmeler karşısında bir tavır sergilemesine olanak tanır. Bu nedenle medya okuryazarlığı içeriğinin asıl hedefi; izleyiciyi (geleneksel anlamda) ya da sosyal medya kullanıcılarını sosyal ve demokratik anlamda aktif katılımcı kılma ve entelektüel olarak destekleyerek onu tüketicilikten bilinçli bir vatandaş seviyesine çıkarma stratejisi belirleyebilmektir. Bu stratejik hedef; geleneksel medya okuryazarlığının değişerek ve dönüşerek yeni medya okuryazarlığını da içerecek biçimde geliştirilmesine ve çok yönlü bir izler kitlenin oluşmasına yoğunlaşmalıdır. Yine bu bağlamda araştırmanın sonuçlarının da gösterdiği üzere öğrencilerin/gençlerin haber takibini daha çok internet ortamından ve sosyal medyadan yapmaları medya

okuryazarlığı eğitimlerinin yeni medya teknolojilerini kapsayacak şekilde geliştirilmesi gerektiği savımızı destekler niteliktedir.

Diğer yandan medya okuryazarlığı eğitiminin sadece eğitim kurumlarıyla sınırla kalmaması gerektiğine dair ihtiyaç ortadadır. Bu nedenle medya okuryazarlığı hakkında toplumsal farkındalık ve anlayışın oluşması adına çeşitli alanlar için modellemeler geliştirilebilir. Bu modellemeler ölçülebilir ve sonuçları karşılaştırılabilir istatistiki verilerle desteklenerek daha sağlıklı çıkarımlar elde edilebilir. Eğitim kurumlarında ya da akademisyenlerce medya okuryazarlığını ölçümleyen çalışmalar geniş bir sahada uygulanabilir ve medya içeriğinin toplumsal etkileşimi belirlenebilir. Söz konusu etkileşimleri sadece “zarar” yönüyle değerlendirmek de hatalı olacaktır. Aksine medya okuryazarlığı testleriyle ve sonuçlarından yola çıkılarak oluşturulacak yeni programlarla bireysel ve toplumsal farkındalık artacak ve medya içeriğinden faydalanılması için neler yapılması gerektiği anlatılacaktır. Burada profesyonel destek alınarak her bir medya mecrası için farklı testler geliştirilebilir ve yine ilgili çıktılara özel öneriler oluşturulabilir. Çünkü sosyal medyadaki aktivitenin ve oradan gelen mesajların etkilerinin analizi ve etkileşim oranı; görsel, işitsel ve yazılı medyaya göre değişiklik arz edebilir. Belki de medya okuryazarlığı eğitiminin bu bağlamda en çok ihtiyaç duyulduğu alanlardan biri de sağlık iletişimidir. Bu nedenle yine konuya özel medya okuryazarlığı eğitiminin verilmesi, mesela sağlık alanında, hasta-hekim iletişiminin düzenlemesine, ilaç kullanımlarının daha sağlıklı yürütülmesine ve toplum ve sağlık sektörü arasındaki ilişkilerin daha faydacı bir zemine kaymasına yardımcı olacaktır.

Bununla birlikte, medya okuryazarlığı eğitimi farklı seviyelerde farklı içerikle sunulabilir ki bu özellik eğitim alan grubun daha hızlı ve etkin bir bilgiye sahip olmasını sağlayacaktır. Eğitimin muhatabı olan grupların altyapılarına özel hazırlanacak materyal ve içerikler buna örnek verilebilir. Faraza bilgisayar ve yeni medya teknolojileri (video, kurgu, oyun, montaj, içerik üretimi, kodlama dv.) becerileri yüksek olan kişilere verilecek eğitim, onların ilgi ve kullanım alışkanlıklarıyla örtüşürse hem onları yakalamak daha kolay olacak hem de alımlama yapımları ve o doğrultuda tutum sergilemeleri konusunda ikna edilmeleri hızlanacaktır. Burada; medya okuryazarlığının yeni teknolojileri kullanan kişilerin özelliklerine veya becerilerine indirgendiği eleştirisi söz konusu olabilir. Ancak teknoloji ve kullanıcı arasındaki etkileşimden kaynaklanan davranış değişiklikleri, içerik ve haber yorumlama

biçimleri bu beceri ve kullanım temelli eğitim planıyla daha iyi anlaşılabilir ki teknolojik değişimdeki hız bu eğitim içeriklerinin değişimini de zorunlu kılmaktadır.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar ve bunların ışığında sunulan önerilerle medya okuryazarlığı alanına katkı sunulması hedeflenmiştir. Ancak gelecekte yapılacak çalışmalarla, örneğin, medya okuryazarlığı eğitimini alan ve almayanlar arasında bir fark olup olmadığı incelenebilir ve varsa, bu farkın medya okuryazarlığı eğitiminin etkisinden mi yoksa bireyin tahsil seviyesinden mi kaynaklandığı ortaya çıkarılabilir. Kişinin okumaya, bilgilenmeye ve haber takibine olan ilgisinin tek başına onu medya okuryazarı yapıp yapmadığı bilgisine ulaşıldığı noktada, medya okuryazarlığı eğitiminin de bağımsız olarak verilmesi gerektiğine dair tartışmalar da daha sağlam bir altyapı kazanacaktır. İlaveten, “izleyiciyi haber analizinde uzmanlaştıran ve ideolojik politik ve kültürel empoze karşısında güçlü kılan şey onun aldığı medya okuryazarlığı eğitimi midir yoksa okul, kitap, ilgi gibi nedenlerle edindiği bilgi seviyesi midir” sorusuna yönelik bir çalışma da alana önemli kazanım sağlayacaktır. İletişim fakültelerinin özellikle gazetecilik bölümlerinde verilen *haber toplama ve yazma* derslerinin öğrencilere haber analizi konusunda hangi kabiliyetleri kazandırdığı ve bu yetkinliklerin medya okuryazarlığı ile nasıl ilişkilendirildiğine yönelik bir çalışma da medya okuryazarlığı tartışmalarına ışık tutacaktır. Bu bağlamda, gelecekte yapılacak çalışmalar sadece medya okuryazarlığı bilgisini ölçümleyebilir biçimde değil aynı zamanda haber toplama ve yazma, sosyal medya içeriği üretme ve yurttaş gazeteciliği faaliyetleri gibi pratiklerin medya okuryazarlığı bilgisine neler katabileceği sorusunu cevaplayacak biçimde tasarlanmalıdır.

KAYNAKLAR

Alton, G., Moore, P., Dezuanni, M., and Sanjay, A. (2013). *Media and information literacy: policy and strategy guidelines*. Paris: UNESCO.

Altun, A. (2009). Eğitim Bilim Açısından Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Programına Eleştirel Bir Yaklaşım . *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* , 97-109.

Beach, J. (2017). *Literacy, How Do You Know? The Epistemological Foundations of 21st Century*. London: Routledge.

Burn, A., and Durran, J. (2007). *Media Literacy in Schools: Practice, Production and Progression*. London: PCP.

Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E. Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.

Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education*. London: Routledge Falmer.

Commision, E. (2018, Şubat 23). *to media literacy - European Commission - Europa EU*. ec.europa.eu: http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/literacy-trends-report_en.pdf adresinden alındı.

Cubbage, J. (2018). *Handbook of Research on Media Literacy in Higher Education Environments*. USA: IGI GLOBAL.

Dezuanni, M. (2010). Digital Media Literacy: Connecting Young People's Identities, Creative Production and Learning about Video Games . D. E. Alvermann içinde, *Adolescents' Online Literacies: Connecting Classrooms, Digital Media*, (s. 125-144). New York: Peter Lang.

Ebner, J. (2017). *The Rage: The Vicious Circle of Islamist and Far-Right Extremism*. New York: I.B. Tauris and Co.

Gilbert, R., and Hoepfer, B. (2017). *Teaching Humanities and Social Sciences: History, Geography, Economics and*. CENGAG: New Zeland.

Griffin, A., Noble, C., and Durmusoglu, S. (2014). *Open Innovation: New Product Development Essentials from the PDMA*. New Jersey: Wiley.

Hall, H. L., and Manfull, A. (2015). *Student Journalism and Media Literacy*. New York: Rosen Publishing.

Hobbs, R. (1998). The Seven Great Debates in the Media Literacy Movement J. *Journal of Communication*, 48(1), 16-32.

Jerit, J., and Barabas, J. (2013). Exposure Measures and Content Analysis in Media Effects Studies. R. Y. Shapiro, and J. Lawrence R. içinde, *The Oxford Handbook of American Public Opinion and the Media* (s. 139-155). Oxford : Oxford University Press.

Johnson, N. F. (2016). *The Multiplicities of Internet Addiction: The Misrecognition of Leisure and Learning*. London: Routledge.

Kahn, R., and Kellner, D. (2006). Reconstructing Technoliteracy: A Multiple Literacies Approach . J. Dakers içinde, *Defining Technological Literacy: Towards an Epistemological Framework* (s. 253-274). New York: Palgrave.

Klibanoff, C. E. (2012). *News Literacy, Informed Citizens and Consumer-Driven Media: The Future Landscape of American Journalism*. Washington: Lulu.

Knobel, M. (2008). *Digital Literacies: Concepts, Policies and Practices*. New York: Peter Lang.

McKenna, M. C., Linda, D., Ronald D., K., and David, R. (2006). *International Handbook of Literacy and Technology*. New Jersey: Lawrence.

Melki, J. (2014). Sowing the Seeds of Digital and Media Literacy in Lebanon and the Arab World: The Importance of Locally Grown and Sustainable Curriculum. B. S. Abreu, and P. Mihailidis içinde, *Media Literacy Education in Action: Theoretical and Pedagogical Perspectives* (s. 77-86). New York: Routledge.

Moe, W. W., and Schweidel, D. (2014). *Social Media Intelligence*. Cambridge: Cambridge University Press.

Potter, W. J. (2013). *Media Literacy*. London: University of California.

Pullen, D. L. (2012). *Technoliteracy, Discourse, and Social Practice: Frameworks and Applications in the Digital Age*. Hershey: Information Science.

Scheibe, C., and Rogow, F. (2012). *The Teacher's Guide to Media Literacy: Critical Thinking in a Multimedia World*. US: Corwin.

Silverblatt, A., Ferry, J., and Finan, B. (2015). *Approaches to Media Literacy: A Handbook: A Handbook*. London: Routledge.

Şahin, Ç. (2015). Gelişimsel Araştırma. (Ed: M. Metin). *Kuramdan Uygulamaya Eğitimde Bilimsel Araştırma*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

Vainikka, E., and Herkman, J. (2013). Generation of content-producers? The Reading and Media Production Practices of Young Adults. *Journal of Audience and Reception Studies*, 118-138.

Wan, G., Yeh, E., and Cheng, H. (2016). Digital Media Use by Chinese Youth and Its Impact. C.-K. Cheung içinde, *Media Literacy Education in China* (s. 47-64). Singapore: Springer.

Westlund, O. (2017). The Production and Consumption of News in an Age of Mobile Media. G. Goggin, and L. Hjorth içinde, *The Routledge Companion to Mobile Media* (s. 135-145). London: Routledge.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerden Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.