

MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİ TERCİHLERİNE GÖRE İLKÖĞRETİMDEKİ ÇOCUKLARIN MEDYA TUTUMLARI VE DAVRANIŞLARI*

Zülfikar Damlapınar**

ÖZET

Medya izleme davranışları ve medyaya karşı tutumlar iletişim araştırmalarında önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Farklı toplumsal kategorilerin medyaya yüklediği anlam, verdiği değer, medyadan karşılanmasını bekledikleri talepler ve ihtiyaçlar değişkenlik göstermektedir. Çocuk ve iletişim alanındaki yerli ve yabancı akademik literatürde yer alan araştırmaların genellikle televizyon ve şiddet ilişkisine yoğunlaştığı bilinmektedir. Ancak bundan başka, özellikle medya mesajları karşısında yetişkin bireylere göre daha pasif olarak değerlendirilebilecek çocukların medya ile ilişkilerindeki temel karakteristiklerin belirlenmesinde fayda görülmektedir. İletişim araştırmalarının şimdiye kadar ulaştığı sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde, medyanın çocuklar üzerindeki etkilerinin daha derin olabileceği görülmektedir. Konunun önemine ilişkin olarak 2007–2008 öğretim yılı itibarıyla, ilköğretim okullarında “medya okuryazarlığı” dersi, çocukların medya karşısında daha aktif alıcı olarak yer almasını sağlamak için Milli Eğitim Bakanlığı’nca seçmeli ders olarak müfredata alınmıştır. Bu araştırma temel olarak, ilköğretim çağı çocuklarının medya tutumlarını ve izleme davranışlarını incelemek ve “medya okuryazarlığı dersi”ni alan öğrencilerle almayan öğrenciler arasındaki tutum ve davranışların farklılık gösterip göstermediğini tespit etme amacına yöneliktir. Alan araştırması, Başkent Ankara’da Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı bir ilköğretim okulunda soru cetveline bağlı yüz yüze anket tekniği kullanılarak yürütülmüştür. Araştırmadan elde edilen veriler ve ulaşılan sonuçların ilköğretim çağı çocuklarının televizyon başta olmak üzere medya ile ilişkilerinin tespit edilmesinin ötesinde, bu ilişkiyi sağlıklı bir şekilde yönlendirmeye çalışan kurum ya da kuruluşlar için bir analiz sunacağı ve medya okuryazarlığı dersinin verimliliği hakkında bir ölçüt ortaya koyacağı değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Medya okuryazarlığı, İlköğretim çağı çocukları, Medya izleme tutum ve davranışları.

ATTITUDE AND BEHAVIOURS OF PRIMARY SCHOOL CHILDREN TOWARDS THE MEDIA ACCORDING TO THEIR CHOICES OF MEDIA LITERACY LESSON

ABSTRACT

Media following behaviours and attitudes towards the media have begun to have a significant place in communication studies. The meaning attributed, value assigned, re-

* Çalışma, 20-22 Ekim 2008’de İstanbul’da düzenlenen “5. Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi”nde sunulmuştur. Çalışmanın orijinalliği korunarak gözden geçirilmiştir.

** Doç. Dr., Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi

quirements and needs expected from the media varies in terms of different social categories. It is a well known fact that domestic and foreign studies in academic literature in the field of children and communication generally concentrate on the television and violence relationship. However, additionally, it will be beneficial to determine the basic characteristics of the relationship between media and children in particular who can be said to be more passive compared to adult individuals in the presence of media messages. On a general assessment of the results derived from communication studies to date, they indicate that the effects of media can be more extensive in children. In response to the importance of this issue, as of 2007-2008 school year, "media literacy" lesson has been included in the primary education curriculum by the Ministry of National Education in order to enable children to take a more active recipient position towards the media. This study fundamentally aimed to investigate the primary school age children's attitudes towards the media and viewing behaviours; and to determine whether the attitude and behaviours of the students who take "media literacy lesson" differ from those who do not. The field research was conducted in a primary school in Ankara, Turkey controlled by the Ministry of National Education using face to face survey method adhering to a questionnaire. It is estimated that the data obtained and results emerging from the study will not only determine the relationship of primary school age children with media and primarily television, but also offer an analysis for organization and bodies working to guide this relationship in a healthy way, and constitute a benchmark regarding the efficiency of the media literacy lesson.

Keywords: Media literacy, Primary school children, Media viewing attitude and behaviours.

GİRİŞ

Medyanın çok ve çeşitli formlardaki mesajlarını alma, çözümleme, değerlendirme ve iletebilme şeklindeki tanımlarına vurgu yapılan medya okuryazarlığı (Hobbs 2004b: 122) farklı eğitim felsefeleri, kuramları, çerçeveleri, uygulamaları, ortamları, yöntemleri, amaçları ve sonuçlarından oluşan içerimleri geniş bir kavram olarak değerlendirilmektedir (Hobbs 2004b: 134). Bu bakımdan, bilgi çağında medya okuryazarlığı, pedagojik olarak okuryazarlık kavramının geleneksel perspektiflerini de genişletmiştir (Hobbs 2001).

Medyanın bir eğitim aracı olarak kullanımından öte, bireylerin medya konusundaki eğitimi ABD'de yaklaşık 80 yıl, Avrupa ülkelerinin bir çoğunda ise 40 yıl öncesine dayanmaktadır (Topuz 2007: 19). Ülkemizde medya okuryazarlığı kavramı akademik çalışmalara yakın geçmişte girmiş, medya okuryazarlığının bir ders olarak okutulmasına ise birkaç yıl önce geçilmiştir. Dersin, 2006-2007 öğretim yılında 5 pilot ildeki 5 ilköğretim okulunda uygulanmasına ilişkin MEB ve RTÜK uzmanlarınca, öğretmen ve öğrencilerle görüşülerek yapılan değerlendirmenin (1) dışında, dersin amaçlanan hedeflere ulaşip ulaşmadığını ya da öğrencilerin medyaya karşı tutumlarında veya davranışlarında bir farklılık yaratıp

yaratmadığını inceleyen bu öğrenci odaklı bir alan çalışması, 2008'e kadar ki iletişim bilimleri literatürünün ilk çalışmalarından biridir.

Medya okuryazarlığı eğitimindeki başlıca tartışmalar (Buckingham 2004: 41), öğrencilerin bir medya üreticisi ve tüketicisi olarak mevcut bilgileriyle teorik söylemler arasında nasıl bir bağ kuracakları, hali hazırdaki bilgilerin nasıl tanımlanacağı, öğrenme veriminin nasıl kanıtlanabileceği ve medya eğitiminin öğrenciler arasında bir fark yaratıp yaratmadığından nasıl emin olunabileceği hakkında yürütülmektedir.

Bu çalışma kapsamında betimleyici olarak tasarlanan araştırmanın temel amacı, ilköğretim çağı çocuklarının medya tutumlarını ve izleme davranışlarını incelemek ve Türkiye'de ilk kez 2007-2008 eğitim ve öğretim döneminde Milli Eğitim Bakanlığı tarafından seçmeli ders olarak müfredata konulan "medya okuryazarlığı dersi"ni gören öğrencilerle görmeyen öğrencilerin, medya ile ilgili tutum ve davranışlarının farklılık gösterip göstermediğini tespit etmektir.

Bu bakımdan, çalışmadaki özel amaç pedagojik açıdan dersle amaçlanan hedeflere ulaşıp ulaşılmadığını değil, araştırmanın örnekleme içinde yer alan ilköğretim öğrencilerinin medya tutum ve davranışlarındaki farklılığı tanımlamaktır. Dolayısıyla, bu araştırma ile dersin öğrenciler arasında medya izleme davranışlarının, algı ve tutumlarının anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tanımlamak, mevcut eğitim politika, strateji, araç ve yöntemlerinin değerlendirilebilmesi açısından önem taşımaktadır. Aynı zamanda bu çalışmadan elde edilen verilerin medya okuryazarlığı dersinin etkin olup olmadığının tespiti için de bir veri teşkil edebileceği değerlendirilmektedir.

1. MEDYA VE ÇOCUK

Çocuk ve medya ilişkisi iletişim literatüründe ağırlıklı olarak televizyon ve şiddet bakımından incelenmekte ve değerlendirilmektedir (Rigel 2008: 25). Bu durum çocukların yetişkin bireylere göre medya karşısında daha savunmasız, pasif ya da tecrübesiz alıcı (Potter 2005: 57) olarak konumlandırılmasından kaynaklanmaktadır.

Gerçekten de, özellikle televizyon başta olmak üzere, medya ve çocuk ilişkisiyle ilgili izleme davranışları ve etkileri üzerine yapılan birçok araştırma, televizyon başında geçirilen sürenin fazlalığını ve potansiyel olumsuz etkilerin çeşitliliğini ortaya koymaktadır (Ertürk ve Gül 2006: 13-15). Örneğin, 6-14 yaş öğrencilerinin yüzde 40'ı ders çalışırken bile televizyon izlemektedir (Baltaş 2001: 89).

Son dönemde yapılan bir çalışmaya göre (Arnas 2005: 61) 11-13 yaş arası çocukların odalarında bulunan iletişim araçlarının türleri incelendiğinde, yüzde 22.5'inde televizyon, yüzde 24.1'inde kablolu televizyon, yüzde 31.6'sında bilgi-

sayar, yüzde 29.1'inde VCD ya da DVD, yüzde 26.9'unda radyo, yüzde 38.1'inde telefon, yüzde 17.4'ünde video oyun aletleri, yüzde 30.2'sinde ise kütüphane bulunmaktadır.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun *Televizyon Haberleri İzleme Eğilimleri Araştırması*'na göre (RTÜK 2007); haberlerin çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerine tanıklık etme durumları incelenmiş ve araştırmaya katılanların yüzde 21.2'si evet, yüzde 34'ü arada bir cevabını vermiştir. Bu durum, medyanın çocuklar üzerindeki etkilerin toplumsal olarak da geniş biçimde gözlenebilen bir olgu olduğunu ortaya koymaktadır.

Televizyondan sonra günümüzde çocuklar açısından ikinci önemli medya ortamı internet olarak karşımıza çıkmaktadır. İçinde yaşadığımız çağın toplumsal koşullarına da bağlı olarak internet çocuklara yeni eğlence, bilgi, iletişim ortamları yaratmaktadır (Eroğlu 2003: 343-344).

Diğer bazı medya türleri gibi ilköğretim çağında eğitim amaçlı olarak kullanılabilen materyallerden biri olan gazete (Deveci 2005) çocuklar açısından üzerinde çok durulmamış bir iletişim aracı olmakla birlikte, gazetelerin çocuklara yaklaşımıyla ilgili bazı araştırmalar (Büyükbakkal ve Büyükbakkal 2005; Cangöz 2005; Damlapınar ve Dönmez 2003) son dönemde artış eğilimindedir.

2. MEDYA OKURYAZARLIĞI EĞİTİMİ

Medya okuryazarlığı eğitimi 1980'lerden sonra özellikle ABD ve Kanada gibi ülkelerde mevcut eğitim programlarına dâhil edilerek yapılandırılmıştır. Bu konuda ABD'nin 50 eyaletindeki müfredat programlarının incelenmesinden elde edilen sonuçlara göre, medya okuryazarlığına dil bilimleri programlarında yüzde 100, sağlık eğitimi programlarında yüzde 96, sosyal bilgiler programlarında yüzde 76 oranında yer verilmiştir. Yine Kanada'nın 13 eyaletinde medya okuryazarlığı, dil bilimleri programlarına yüzde 100, sağlık eğitimi programlarına yüzde 85, sosyal bilgiler programlarına yüzde 54 ve bilgi iletişim teknolojileri programına yüzde 38 oranında yansıtılmıştır. Bazı ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de, medya okuryazarlığı mevcut programlara dâhil edilmek yerine ayrı bir ders olarak şeklinde müfredata dâhil edilmiştir (Altun 2008).

Amerikan'daki *Aspen Enstitüsü İletişim ve Toplum Programı* (The Aspen Institute Communications and Society Program) kapsamında Aralık 1992'de, eğitimci ve gönüllülerin katılımıyla toplanan Medya Okuryazarlığı Ulusal Konferansı'nda, medya okuryazarlığına pedagojik yaklaşım açısından fikir birliğine varılarak şu hususlara vurgu yapılmıştır: "Medya inşa edilmiştir, gerçekliği oluşturmuştur", "Medya ticari içerime sahiptir." "Medyanın ideolojik ve politik uzantıları vardır." "İletişim araçlarının kendine özgü bir estetiği, kodu ve geleneği vardır." "Alıcılar medyadaki anlama katılır." (Aufderheide 2001: 79-80).

Avrupa Birliği tarafından desteklenen *Avrupa Medya Okuryazarlığı Merkezi*'nin (ECML) başta çocuk alıcılar olmak üzere medya konusunda bireylerin eğitimindeki amaçlar şöyle sıralanmaktadır (ECML 2008; Pekman 2007: 45):

- Medyada yer alan düşünce, bilgi ve haberlerin bir başkasının görüşünü yansıtmak üzere oluşturulduğunu anlamak,
- Belirli tekniklerin duygusal bir etki yaratmak için kullanıldığını anlamak,
- Bu tekniklerin ve amaçladığı etkilerin ya da gözlenen etkilerin ayırt edebilme,
- Medyanın bir kesimin yararına dokunduğunun bir kesimi ise ihmal ettiğinin farkına varmak,
- Medya okuryazarlığı eğitiminden kimlerin yararlandığı, kimlerin neden dışlandığına dair soruları ECML Cemiyeti'nde sormak ve cevap aramak,
- Farklı bilgi ve eğlence kaynakları aramak,
- Medyayı kendi yararımıza ve zevkimize göre kullanmak,
- Etkilenen olmaktan ziyade nasıl etkileyebileceğini bilmek,
- Yeni öğrenme kültürü, dijital okuryazarlık için hazırlanmak,

Milli Eğitim Bakanlığı ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından ortaklaşa hazırlanan *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu*'nda ise programın genel amaçları hakkında özetle şu noktalara vurgu yapılmaktadır (Komisyon 2007: 7-8):

- Medyayı farklı açılardan okuma, medya içeriklerini akıl süzgecinden geçirebilme yeteneği,
- İletişim araçlarından elde edilen mesajları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği,
- Medyaya eleştirel bakış açısı kazandırma,
- Bilinçli bir medya okuryazarı olma,
- Toplumsal yaşama aktif ve yapıcı olarak katılımında yardımcı olma,
- Duyarlı bir alıcı olmalarına yardımcı olma

Bu amaçların ve dersin yürütülmesine ilişkin etkinlikleri, doküman analiz yöntemine bağlı olarak inceleyen bir çalışmada (Balaban-Salı vd., 2008:558-559) dersin uygulanmasına ilişkin esasların; öğrenciler, öğretmenler, veliler ve okul yöneticilerinin görüşleri, gözlemler ve uygulamalarla daha derinlemesine incelenmesi gerektiği, mevcut uygulamaların ve materyallerin incelenerek geliştirilmesinin önemi ve dersi veren öğretmenlerin eğitim sürecinin gözden geçirilmesine duyulan ihtiyaç vurgulanmıştır.

Medya okuryazarlığı eğitiminde en önemli tartışmalardan birisi, bu eğitimin mevcut ayrı bir ders olarak değil, ilköğretim programlarına genel olarak dâhil edilmesinin avantajları üzerinedir. Altun'a göre (2008) medya okuryazarlığının mevcut programlara dâhil edilmesi birçok dezavantajı ortadan kaldıracak, konu-

nun farklı açılardan ele alınmasını kolaylaştıracak ve şu potansiyel avantajları sağlayabilecektir:

- *Türkçe* derslerine dâhil edilen medya okuryazarlığı ile kitle iletişim araçları üzerinde dil becerilerinin geliştirilmesi,
- *Hayat bilgisi* derslerinin programında yer alacak medyadaki şiddet, madde bağımlılığı ile mücadele, sağlık konusunda bilinçlenmeyi sağlama,
- *Sosyal bilgiler* derslerine dâhil edilecek medya okuryazarlığı programı ile toplumu demokrasi ve benzeri konularda bilinçlendirme,
- *Görsel sanatlar* derslerinde yer alacak medya okuryazarlığı konuları ile görsel okuryazarlığı geliştirme.

Medya okuryazarlığı eğitiminde başarının, medya hakkında farklı anlayışlara sahip olarak esinlenen ve harekete geçen öğretmenlerin azmine ve cesaretine bağlı olduğu değerlendirilmektedir (Hobbs 2004a: 56). Bütün bu tartışmalarla birlikte, medya okuryazarlığı ile medyanın potansiyel olumsuz etkileri ve medyanın doğası hakkında bireylerin eğitiminin yeterli olmayabileceği de savunulmaktadır (Potter 2004: 266).

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırma, medya okuryazarlığı dersine seçmeli olarak programında yer veren *Ankara Sincan İlköğretim Okulu'*nda, tesadüfî örnekleme yöntemiyle belirlenen 200 öğrenci üzerinde, kota örnekleme yöntemine bağlı olarak, medya okuryazarlığı dersini alanlar ve almayanlardan oluşturulan 100'er kişilik eşit gruplar üzerinde, soru formuna bağlı ve yüzyüze görüşmeye dayalı anket tekniği kullanılarak yürütülmüştür.

Medya okuryazarlığı dersini almayanlar 2008–2009 eğitim ve öğretim dönemi itibarıyla altıncı sınıfta bulunanlardır (2). Dersi alanlar ise 2007–2008 eğitim ve öğretim döneminde medya okuryazarlığı dersini gören ve 2008–2009 eğitim ve öğretim dönemi itibarıyla yedinci sınıfta bulunanlardır. Araştırma, yaklaşık 40'ar kişiden oluşan 8 sınıftan 6'sında yürütülmüş, bunların üçü altıncı, üçü ise yedinci sınıflardan seçilmiş ve öğrencilerin ders dışı etkinlikleri esnasında yapılmıştır.

Araştırmaya katılan öğrencilere; en çok takip ettikleri medya, bu medyayı kullanım amaçları, medya izleme alışkanlık ve davranışları, medyaya karşı tutumlarını içeren ve değişik ölçek tipleriyle yapılandırılmış 28 sorudan oluşan bir soru formu eşliğinde anket uygulanmıştır.

Araştırmada verilerin analiz edilmesinde öğrencilerin karakteristiklerine ilişkin verilerin tespiti için *frekans*, medya okuryazarlığı dersini tercih eden ve etmeyen

öğrenciler arasındaki farklılıkların incelenmesinde ise *ki-kare* ve *bağımsız örneklem t testleri* uygulanmıştır.

Araştırma temel olarak aşağıdaki sorulara cevap aramak üzere yapılandırılmıştır:

- İlköğretim çağı çocuklarının medya izleme karakteristikleri nasıl tanımlanabilir?
- İlköğretim medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerle almayanların, medya davranışları, alışkanlıkları ve tutumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

4. BULGULAR

4.1. Öğrencilerin Bazı Özellikleri

Araştırmaya katılan öğrencilerin, herhangi bir kota uygulanmayan cinsiyet kategorisine ilişkin dağılıma göre yüzde 50'si erkek öğrenci ($n=100$), yüzde 50'si kız öğrencidir ($n=100$).

Yaş dağılımı incelendiğinde örneklemin yapısına bağlı olarak yüzde 48'i 12 yaş ($n=96$), yüzde 42'si 13 yaş ($n=84$), yüzde 8'i 11 yaş ($n=16$), yüzde 2'si 14 yaş ($n=4$) aralığında yer almaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin yaş ortalaması yaklaşık 12.5'dir.

Aylık ortalama toplam gelir düzeyleri açısından incelendiğinde öğrencilerin sırasıyla yüzde 46'sının 1.000-2.000 YTL ($n=92$), yüzde 41.5'inin 1.000 YTL'den az ($n=83$), yüzde 7.5'inin 2.001-3.000 YTL ($n=15$), yüzde 3.5'inin 4000 YTL ve üzeri ($n=7$), yüzde 1.5'inin 3.001-4.000 YTL ($n=3$) aralığındaki ailelere mensup oldukları görülmektedir.

Medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan öğrenciler arasında uygulanan kota göre öğrencilerin yüzde 50'si dersi alan ($n=100$), yüzde 50'si almayanlardır ($n=100$).

4.2. Medya İzleme Davranışları

Öğrencilerin en çok takip ettikleri, en yoğun zaman harcadıkları araçlar yüzde 66 televizyon ($n=132$), yüzde 26.5 internet ($n=53$), yüzde 3 gazete ($n=6$), yüzde 2.5 dergi ($n=5$), yüzde 1.5 radyo ($n=3$), yüzde 0.5 sinema-tiyatro ($n=1$) şeklinde sıralanmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin bu araçları kullanım amaçlarına verdiği cevaplar değerlendirildiğinde yüzde 57'si haber-bilgi almak ($n=114$), yüzde 37'si eğlenmek ($n=74$), yüzde 3.5'i toplumsal ortama katılmak ($n=7$), yüzde 2.5'i diğer: dinlenmek, vakit geçirmek vb. ($n=5$) olarak belirtildiği görülmektedir.

Örnekleme grubunun okul dışındaki zamanda en çok tercih edilen etkinliklerin yüzde 28.5 okuma ($n=57$), yüzde 27.5 medya ($n=55$), yüzde 13 oyun ($n=26$), yüzde 12 spor ($n=24$), yüzde 20 diğer ($n=20$), yüzde 9 müzik ($n=18$) oranlarıyla dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin günlük televizyon izleme sıklıkları incelendiğinde yüzde 53.5'i 2 saat ve daha az ($n=107$), yüzde 35.5'i 3-4 saat ($n=71$), yüzde 11'i 5 saat ve daha fazla ($n=22$) fazla televizyon izleme aralığında yer almaktadır. Öğrencilerin günlük televizyon izleme ortalamaları yaklaşık 3 saattir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin yüzde 24'ü haftada bir gün ($n=48$), yüzde 23'ü ayda birkaç gün ($n=46$), yüzde 19'u haftada üç dört gün ($n=38$), yüzde 16'sı hiç gazete okumayan ($n=32$), yüzde 14.5'i günde en az bir gazete ($n=29$), yüzde 3.5'i günde en az iki ya da daha fazla gazete ($n=7$) okuduğunu belirtmektedir.

Medyada en çok takip edilen haber kategorisi yüzde 36.5'lik bir oranla spordur ($n=73$). Bu oranı yüzde 24.5'ile bilim ve teknoloji ($n=49$), yüzde 11'ile kültür-sanat ($n=22$), yüzde 10 ile magazin ($n=20$), yüzde 9 ile diğer konular ($n=18$), yüzde 5 ile ekonomi ($n=10$), yüzde 4 ile siyaset ($n=8$) takip etmektedir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin *medya okuryazarlığı* dersini alıp almama durumu ile Tablo 1'de görüldüğü gibi, en çok takip edilen medyanın türü ($p < .05$), bu medyayı kullanım amacı ($p < .05$), gazete okuma sıklığı ($p < .05$), medyaya karşı duyulan güven düzey indeksi ($p < .05$) arasında anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmektedir. Medya okuryazarlığı dersini alıp almama değişkeni ile günlük televizyon izleme oranı ($p > .05$) ve en çok takip edilen haber kategorisi arasında anlamlı bir farklılaşma gözlenmemiştir ($p < .05$).

Tablo 1. Medya Okuryazarlığı Tercih ve Bazı Değişkenlerle İlişkisi

Değişkenler	p	χ^2	c
En çok takip edilen medya	.045	11.23	.231
Okul dışında en çok zaman harcanan etkinlik	.000	56.83	.470
Medyayı kullanım amacı	.002	14.63	.260
Gazete okuma sıklığı	.000	74.76	.522
En çok takip edilen haber kategorisi	$p > .05$		

Medya Okuryazarlığı Tercih ve En Çok Takip Edilen Medya

Bu değişkenler arası anlamlı farklılıkların tespit edildiği ki-kare tablolarında ortaya çıkan dağılımlar incelendiğinde medya okuryazarlığı dersini alanların yüzde 73, almayanların yüzde 59'unun en çok takip ettiği medya, televizyondur. Dersi alanların yüzde 2'si almayanların yüzde 4'ünün günlük hayatta en çok

takip ettiği aracın gazete olduğu anlaşılmaktadır. Radyoyu en çok tercih edenlerde dağılım incelendiğinde; dersi alanlar arasında tercih edilmediği, dersi almayanlar arasında ise yüzde 3'lük oranla en çok tercih edilen medya olduğu görülmüştür. Dersi alanların yüzde 25'i, almayanların yüzde 28'i günlük hayatta en çok interneti tercih etmektedir. Günlük hayatta dergileri takip etme dağılımları açısından dersi alanların arasında dergi en çok tercih edilen medyalarından biri olmazken, dersi almayanların yüzde 5'inin en çok takip ettiği medya olduğu anlaşılmaktadır. Sinema, tiyatro gibi faaliyetler dersi alanlar arasında hiç gözlenmezken, almayanlar arasında yüzde 1'lik bir oranla en çok takip edilen medya türü olduğu gözlenmiştir.

Medya Okuryazarlığı Tercihi ve Okul Dışında En Çok Vakit Ayrılan Etkinlik

Medya okuryazarlığı ders tercihleri açısından, dersi alanların yüzde 6'sının okul dışında en çok zamanı medya izleme davranışı ile harcarken dersi almayanlarda bu oran yüzde 49'a tekabül etmektedir. Okul dışında en çok zaman ayrılan oyun etkinliğinde dersi alanlarla almayanlar arasında yüzde 13 ile eşit bir dağılım gözlenmektedir. Dersi alanların yüzde 17'si, almayanların yüzde 7'sinin okul dışında en çok zaman ayırdığı etkinlik sportif faaliyetler iken dersi alanların yüzde 41'i, almayanların ise yüzde 16'sının okuma etkinliği olduğu anlaşılmaktadır. Müzik dinleme etkinliğine en çok zaman harcayanların medya okuryazarlığı dersini alanlar arasında yüzde 7, almayanlar arasında ise yüzde 11 oranına sahip olduğu görülmektedir. Diğer tür etkinlikler (alışveriş, aileye yardımcı olma ve benzeri etkinlikler) açısından dersi alanların yüzde 16, almayanların yüzde 4 oranında en çok zaman ayırdıkları etkinlik olarak tespit edilmiştir.

Medya Okuryazarlığı Tercihi ve En Çok Takip Edilen Medyayı Kullanım Amacı

Medya okuryazarlığı dersini alan ve almayanların en çok takip ettikleri medyayı kullanım amacı açısından dağılımı incelendiğinde, dersi alanlarda yüzde 35, almayanlarda ise yüzde 39 eğlence ön plana çıkmaktadır. Benzer şekilde dersi alanların yüzde 65'i, almayanların ise yüzde 49'u en çok takip ettiği medya türünü haber ve bilgi alma amacına yönelik olarak kullanmaktadır. Dersi alanlar arasında en çok kullanılan medya türünü 'toplumsal ortama katılım amacı'na yönelik olarak kullanım gözlenmezken, dersi almayanların yüzde 7'sinde bu amaç ağır basmaktadır. Diğer içinde belirtilmiş olan (dinlenmek, vakit geçirmek vb.) seçeneklerin dersi alanlar arasında belirtilmediği almayanlarda ise yüzde 5'lik bir orana sahip olduğu görülmüştür.

Medya Okuryazarlığı Tercihi ve Günlük Ortalama Televizyon İzleme Süreleri

Bağımsız örneklem *t* testi sonuçlarına göre medya okuryazarlığı dersini alanlar ile almayanlar arasında günlük ortalama televizyon izleme sürelerinde anlamlı bir farklılık gözlenmektedir ($t=-8.83$; $p<.05$). Dersi alanların günlük televizyon izle-

me ortalaması 1.96 yani yaklaşık 2 saat iken, dersi almayanlarda bu oran 3.42 saat olarak gözlenmiştir.

Medya Okuryazarlığı Tercih ve Gazete Okuma Sıklığı

Medya okuryazarlığı dersi tercihi ile gazete okuma sıklığı arasındaki dağılımlar incelendiğinde dersi alanların yüzde 16'sı ve almayanların da yüzde 16'sı hiç gazete okuma davranışı göstermediğini belirtmektedir. Ayda birkaç gün (kez) gazete okuduğunu belirtenlerin oranı dersi alanlar arasında yüzde 16, almayanlar arasında ise yüzde 30'dur. Yine, dersi alanların yüzde 27'si, almayanların yüzde 21'i haftada bir gün gazete okuduklarını beyan etmiştir. Haftada üç ya da dört gün gazete okuduklarını belirtenlerin dersi alanlar arasındaki dağılımı yüzde 20, almayanlar arasındaki oranı ise yüzde 18 olarak tespit edilmiştir. Dersi tercih edenlerin yüzde 19'u almayanların ise yüzde 10'u her gün en az bir gazete okumaktadır. Her gün en az iki ya da daha çok gazete okuyanların dersi alanlar içindeki oranı yüzde 2, almayanlar arasındaki oranı ise yüzde 5'dir.

Medya Okuryazarlığı Dersi Tercih ve En Çok Takip Edilen Haber Kategorisi

Medya okuryazarlığı dersini alanlar ile almayanlar arasında en çok takip edilen haber kategorisi arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığından doğal olarak çapraz dağılımda da önemli farklılıklar gözlenmemiştir.

Medyaya Karşı Güven

Medyaya karşı güven, her biri ayrı bir kategori olarak yapılandırılan (televizyon, gazete, radyo, internet) 5 parametreye bağlı olarak "hiç güvenmem-1, güvenmem-2, biraz güvenirim-3, güvenirim-4, çok güvenirim-5" düzeyine doğru beşli skala ile ölçeklendirilmiş ve elde edilen veriler *compute* edilerek bir indeks oluşturulmuştur. Buna göre medya okuryazarlığını alanlar ile almayanlar arasında medyaya güven duygusu bakımından bağımsız örneklem t testine göre anlamlı bir farklılık ($p < .05$; $t = -3.71$) tespit edilmiştir. Yani, dersi almayanlar ($M = 3.77$) medyaya karşı alanlardan ($M = 3.51$) daha çok güven duygusuna sahip görünmektedir.

4.3. Medyaya Karşı Tutumlar

Araştırmaya katılan öğrencilere medya ile olan ilişkilerini yönlendirme potansiyeli bulunan, medyadan edinilen mesajları sorgulama, sağlamasını yapma, güven, medyayı ihtiyaca göre kullanma, medyaya eleştirel yaklaşım, medyanın sosyal ilişkilere nüfuzu, medyanın gerçek hayatı temsil ettiğine duyulan inanç gibi farklı yargıları içeren 16 item *Likert* skalası (*hiçbir zaman, nadir olarak, bazen, genellikle, her zaman*) ile ölçeklendirilerek sorulmuştur.

Medya okuryazarlığı dersini tercih edenlerle etmeyenlerin medyaya karşı tutumlarında farklılık bulunup bulunmadığının tespitine yönelik olarak yapılan ve *Tablo 2'*de belirtilen *bağımsız örneklem t testi* sonuçları incelendiğinde, anlamlı farklılık göstermeyen tek değişkenin “medya ile çok zaman harcadığım için büyüklerimden uyarı alıyorum” ($p > .05$; $t = 1.28$) yargısına verdikleri cevaplarda gözlenmektedir. Bu yargının dışındaki bütün değişkenlerde medya okuryazarlığı dersini tercih edenlerle etmeyenler arasında anlamlı bir farklılaşmanın ortaya çıktığı dikkati çekmektedir. Buna göre, medya okuryazarlığı dersini almış olanlar, almayanlara göre medyadan algıladığı mesajları; daha çok sorgulamakta, başka kaynaklardan da araştırmaktadır. Yine dersi alanların, almayanlara göre daha eleştirel bir şekilde yaklaştığı, medyanın zararları açısından daha bilinçli olduğu, sosyal ilişkilerde bu medyanın mesajlarını daha çok kullandığı gözlenmektedir. Benzer şekilde, medya okuryazarlığı dersini almış olanlar, almayanlara göre medya karşısında daha aktif alıcı olarak konumlanmakta; şikâyetlerini, beklentilerini daha çok dile getirdiklerini beyan etmektedir.

Medya okuryazarlığını almayanlar ($M=3.99$), alanlara ($M=3.10$) göre medyadan edinilen haber ve bilgilere karşı daha yüksek bir güven düzeyinde yer almaktadır. Bu da dersi almayanları potansiyel olarak medya mesajları karşısında daha açık konumda bırakmaktadır. Örneğin, medya okuryazarlığı dersini almayanlar ($M=3.09$), alanlara ($M=2.54$) göre reklamlara göre ihtiyaçlarının farkına varma eğilimine daha çok sahip olduğu görülmektedir. *Tablo 2'*de dikkati çeken bir diğer veri, medya okuryazarlığı dersini alanların ($M=4.09$) almayanlara ($M=3.60$) göre; medya kullanımında daha çok ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak şekillendirmeleridir.

Bütün bu düzeylerde dersi alanların almayanlara göre olumlu bir farklılığa sahip olduğu gözlenmekle birlikte, özellikle medya karşısında fazla vakit harcadığı için uyarı aldığını beyan eden öğrenciler, her iki gruptan yaklaşık eşit düzeyde yer almaktadır.

Tablo 2. Medya Okuryazarlığı Ders Tercihi ve Medyaya İlişkin Tutumlar

Yargı	Ders Durumu	M	t	P
Medyadan öğrendiğim şeylerin doğruluğunu sorgularım.	ALAN ALMAYAN	3.77 3.20	4.16	.000
Medyadan edindiğim bilgilerin diğer bilgi kaynaklarından sağlanmasını yaparım.	ALAN ALMAYAN	3.45 2.82	4.53	.000
Medyadan aldığım bazı haber ve bilgilere güveniyorum.	ALAN ALMAYAN	3.10 3.99	-7.95	.000
Reklamlarla ihtiyaçlarımın farkına varıyorum.	ALAN ALMAYAN	2.54 3.09	-2.94	.004

Medyada benim için zararlı olabilecek şeyler de yer alıyor.	ALAN ALMAYAN	3.37 2.94	2.32	.021
Medyada okuduğum/izlediğim/dinlediğim şeyleri ben yapsaydım farklı yapardım.	ALAN ALMAYAN	3.83 2.87	7.33	.000
Medya, çevremdeki insanlarla daha iyi anlaşmamı kolaylaştırıyor.	ALAN ALMAYAN	3.50 3.20	2.09	.037
Medyada yer alan konuları arkadaşlarımla konuşuyorum tartışıyorum.	ALAN ALMAYAN	3.76 2.75	8.07	.000
Medyada verilen bilgiler beni daha fazla soru sormaya yöneltiyor.	ALAN ALMAYAN	3.84 3.05	6.09	.000
Medyada ihtiyacımı hissettiğim şeyleri okuyor/izliyor/dinliyorum.	ALAN ALMAYAN	4.09 3.60	3.71	.000
Medyada bana zarar verecek bir şey olduğunu düşündüğümde şikâyetinde bulunuyorum.	ALAN ALMAYAN	3.31 2.78	4.06	.000
Medya ile çok zaman geçirdiğim için büyüklerimden uyarı alıyorum.	ALAN ALMAYAN	3.02 3.23	-1.28	.200
Televizyonda izlediğim şeylerin gerçek hayatı yansıttığını düşünüyorum.	ALAN ALMAYAN	2.61 3.16	-3.16	.002

TARTIŞMA VE SONUÇ

İlköğretim çağındaki çocukların medya okuryazarlığı tercihlerine göre medya izleme davranışları, en çok takip edilen medyanın türü, bu medyayı kullanım amacı, gazete okuma sıklığı açısından anlamlı farklılar göstermektedir. Benzer şekilde dersi alan öğrencilerle almayan öğrencilerin okul dışı etkinliklerinde de farklılaşma tespit edilmiştir. Yine, medya okuryazarlığı dersini alanların medyayı kullanım amaçları ile almayanların kullanım amaçları açısından örnek olarak değerlendirildiğinde, dersi alanlar almayanlara göre daha çok 'haber ve bilgi amacı'na yönelik kullanılmaktadır. Bu örnek veriler medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin almayanlara göre daha bilinçli bir grup olduğu yönünde önemli kanıtlar ortaya koymaktadır. Benzer veriler televizyon izleme sürelerindeki farklılaşma, güven düzeylerindeki farklılıkta da gözlenmektedir.

Medya okuryazarlığı dersini tercih ile medyaya karşı tutumlar arasındaki ilişki de aynı sonuçlara işaret etmektedir. Araştırmaya katılan ilköğretim öğrencilerine yöneltilen medyaya karşı tutumlarını ifade eden 16 yargıdan 15'inde medya okuryazarlığı dersini alanlarla almayanlar anlamlı bir farklılığa sahiptir. Bu anlamlı farklılığa sahip tutumlar incelendiğinde, dersi alanların almayanlara göre, medyayı ve mesajlarını daha çok sorgulamaya yöneldikleri, edinilen bilgileri daha eleştirel olarak değerlendirdikleri, medyayı ihtiyaca uygun şekilde kullanma eğiliminde oldukları, medya ile ilgili sorunlarını dile getirebildikleri ve çözüm arayışına girebildiklerini ortaya koymaktadır.

Dersi alanlarla almayanlar arasında farklılık göstermeyen tek yargı “medya ile çok zaman geçirdiğim için büyüklerimden uyarı alıyorum” şeklinde formüle edilen değişkendir. Bu değişken yapısal olarak incelendiğinde medya okuryazarlığı eğitiminin ilköğretimde bilişsel olarak öğrencilere katkı sağlamış olmakla birlikte, davranışsal düzeyde arzu edilen bazı noktaların tekrar gözden geçirilebileceğini düşündürmektedir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar bazı önerilere de işaret etmektedir. Pedagojik açıdan medya okuryazarlığı “ayrı bir ders olarak mı, yoksa müfredatın geneline dâhil edilerek mi yürütülmelidir?” şeklindeki tartışma uygulamalı olarak test edilebilir. Medya okuryazarlığı dersinin 2007–2008 eğitim ve öğretim döneminde uygulamaya başlamadan bir yıl önce pilot bölgelerde uygulanarak test edilmesi sürecinde olduğu gibi, bazı pilot bölgelerde mevcut programa dâhil edilecek medya okuryazarlığı eğitiminde yeni arayışlar başlatılabilir. Buradan elde edilecek veriler, önceki kazanımlarla karşılaştırılarak daha uygun stratejiler geliştirilebilir.

Medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan ilköğretim öğrencileri üzerine yapılan bu araştırmanın farklı örneklemelerde tekrar edilmesinde, ayrıca bu dersi veren öğretmenlerin de medya ve eğitimi konularındaki algı, tutum ve davranışlarının incelenmesinde fayda görülmektedir.

SONNOTLAR

(1) Yapılan bu değerlendirme neticesinde (RTÜK 2007):

- Medya Okuryazarlığı Dersine gösterilen ilginin yoğun olduğu,
- Derslerin detaylandırılarak daha etkili iletişim ve etkileşim sağlanabileceği,
- İlköğretimin birinci kademesinden başlaması ve diğer ders programlarıyla da ilişkilendirilmesi,
- Öğrencilerin, RTÜK Web sitesinin çocuklarla ilgili web sayfasında bu dersle ilgili görüş, beklenti ve fikirlerini ilettikleri,
- Okullarda Medya Kulübü oluşturulmasının, dersin seçilmesine ve derslerin işleyişine katkı sağlayacağı,
- Öğrencilerin Medya Okuryazarlığı dersinde edindikleri bilgileri aileleri ile paylaştıkları, ailelerinin izleme alışkanlıklarında, program seçiminde, izleme sürelerinde ve gerçeklik algılamalarında farklılıklar meydana geldiği,
- Derste işlenen konuların davranışlarına yansıdığı gözlemlenmiş, bu ders sayesinde bazı davranışlarında daha bilinçli oldukları,
- Öğrencilerin bu dersi işlemekteki memnuniyeti, özellikle televizyon yayınlarını daha seçici ve bilinçli olarak izlemeye başladıkları,
- Gerçekleştirilen izleme, değerlendirme ve rehberlik çalışmalarının okul, öğretmen ve öğrenci üzerinde yararlı olduğu,

- İzleyici temsilcilerinin veya medyadan önemli bazı isimlerin davet edilmesinin, öğrencilerle birlikte medya kuruluşlarının ziyaret edilmesinin bu dersin daha etkin ve verimli olmasını sağlayacağı, sonucuna varılmıştır.

(2) Araştırmanın yapıldığı dönem itibarıyla (Ekim 2008) 6. sınıflarda medya okuryazarlığı dersini öğrenciler henüz almaya başlamışlardır.

KAYNAKÇA

Altun A (2008) "Türkiye'de Medya Okuryazarlığı", <http://www.sosyalbilgiler.gazi.edu.tr/article21.pdf>, erişim tarihi: 10.09.2008.

Arnas Y A (2005) 3-18 Yaş Grubu Çocuk ve Gençlerin İnteraktif İletişim Araçlarını Kullanma Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi, *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 4 (4), 59-79.

Aufderheide P (2001) Media Literacy: From a Report of the National Leadership Conference on Media Literacy, *Media Literacy in the Information Age: Current Perspectives Information and Behavior Volume 6*, ed. Robert Kubey, Transaction Publishers, New Brunswick, 79-86.

Balaban-Salı J, Ünal F ve Küçük M (2008) "İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersinin Amaçlarının ve Etkinliklerinin Değerlendirilmesi", <http://ietc2008.home.anadolu.edu.tr/ietc2008/103.doc> (Erişim: 29.08.2008).

Baltaş Z (2003) Şiddet Filmlerinde Çocuk Reklamları, 1. Uluslararası Çocuk ve İletişim Konferansı: Milenyumda Çocuk ve İletişim, 13-15 Ekim 2003, İstanbul, 88-97.

Buckingham D (1998) Media Education in the UK: Moving Beyond Protectionism, *Journal of Communication*, 48(1), 33-43.

Büyükbakkal C I ve Büyükbakkal G N (2005) Türkiye'deki Gazete Haberlerinde Çocuk, II. Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi: İletişimin Çocuğa Etkisi, Bildiri Özetleri, 4-6 Nisan 2005, İstanbul.

Cangöz İ (2005) Gazete Haberlerinde Çocukların Temsili, II. Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi: İletişimin Çocuğa Etkisi, Bildiri Özetleri, 4-6 Nisan 2005, İstanbul.

Damlapınar Z ve Dönmez İ H (2003) İkinci Körfez Savaşı Boyunca Türk Basının Savaş Söyleminde Çocuk Argümanı, I. Uluslararası Çocuk ve İletişim Konferansı, 13-15 Ekim 2003, İstanbul, 509-518.

Deveci H (2005) Sosyal Bilgiler Dersinde Gazete Kullanımı, *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 4 (3), <http://www.tojet.net/articles/4321.htm>, erişim tarihi: 10.10.2008.

Eroğlu E (2003) Çocuk-İnternet İletişimi: Çocuğun Dünyaya Bakışında Yeni Bir Pencere, 1. Uluslararası Çocuk ve İletişim Konferansı: Milenyumda Çocuk ve İletişim", 13-15 Ekim 2003, İstanbul, 338-344.

Ertürk Y D ve Gül A A (2006) Çocuğunuzu Televizyona Teslim Etmeyin Medya Okuryazarı Olun, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

European Centre for Media Literacy (ECML) (2008) Project Description, <http://ecml.pc.unicatt.it/english/description/description.htm>, erişim tarihi: 20.10.2008.

Hobbs R (2001) Expanding the Concept of Literacy, Media Literacy in the Information Age: Current Perspectives Information and Behavior Volume 6, ed. Robert Kubey, Transaction Publishers, New Brunswick, 163-183.

Hobbs R (2004a) A Review of School-Based Initiatives in Media Literacy Education, *American Behavioral Scientist*, 48(1), 42-59.

Hobbs R (2004b) Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 37 (1), 122-140.

Komisyon (2007) İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Klavuzu, MEB ve RTÜK, Ankara.

Pekman C (2007) Avrupa Birliği'nde Medya Okuryazarlığı, *Medya Okuryazarlığı*, ed. Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek, Kalemus Yayınları, İstanbul, 40-49.

Potter W J (2004) Argument for the Need for a Cognitive Theory of Media Literacy, *American Behavioral Scientist*, 48 (2), 266-277.

Potter W J (2005) *Media Literacy*, Sage Publications, Thousand Oaks California.

Rigel N (2008) TV, Çocuk ve Şiddet Araştırmalarında 50 Yıl, Yasemin Giritli İnceoğlu ve Nurdan Akıner (der), *Medya ve Çocuk Rehberi İletişim Araştırmaları İçin Rehber Kitap*, Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya, 9-25.

RTÜK (2007) Televizyon Haberleri İzleme Eğilimleri Araştırması, http://www.rtuk.gov.tr/sayfalar/DosyaIndir.aspx?icerik_id=1aa5de35-da9d-433d-9fa1-642c731e9c49, erişim tarihi: 15.10.2008.

RTÜK (2008) Medya Okuryazarlığı Projesi: 2006-2007 İlköğretim Yılında Beş Pilot Okulda Yapılan Değerlendirme Sonuçları, http://www.rtuk.gov.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=fceac66b-d555-433f-9f0b-bcd2cc852eec, erişim tarihi: 01.10.2008.

Topuz H (2007) Medya Eğitimi: Medya Çözümlemesi, Nurçay Türkoğlu ve Melda Cinman Şimşek (ed). *Medya Okuryazarlığı*, Kalemus Yayınları, İstanbul, 15-20.