

ORTAOKULDA ÖĞRENİM GÖREN DİSLEKSİLİ ÖĞRENCİLERİN MEDYA OKURYAZARLIK BİLİNÇ DÜZEYLERİNİN KENDİ GÖRÜŞLERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Hakan SARI¹, Tuğba PÜRSÜN²

Öz

Medya okuryazarlığı medya araçlarını kullanarak iletilere ulaşma, bu iletileri anlama, eleştirme ve değerlendirme becerisidir. Kişiler, kültürler, kurumlar üzerinde oldukça fazla etkiye sahip olan medya ve medya araçları özellikle öğrenciler üzerinde bilgi teknolojilerinin kullanımı açısından olumsuz etki yaratabilecek bir güçtür. Bu nedenle, öğrencilerin medya mesajlarını doğru algılamalarının, medya mesajlarına yönelik eleştirel bakış açısı geliştirmelerinin, tüketici konumdan çıkarak gerçekliği ve sanallığı ayırt edebilme becerisi kazanmalarının gerekliliği medya okuryazarlığı kavramını gündeme getirmektedir. Ancak ülkemizde sekizinci sınıfa devam eden disleksili öğrencilerin medya okuryazarlık bilinç düzeylerinin kendi görüşleri açısından değerlendirildiği araştırmalar sınırlıdır. Dolayısıyla bu araştırma, sekizinci sınıfa devam eden disleksili öğrencilerin medya okuryazarlık bilinç düzeylerinin kendi görüşleri açısından belirlenmesine yönelik betimsel bir araştırmadır. Araştırma 30 disleksili öğrenciyle yürütülmüştür. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan “Görüşme Yöntemi” kullanılmıştır ve araştırmacılar tarafından geliştirilen “Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu” öğrencilere uygulanmıştır. Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde “İçerik Analizi Tekniği” kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre; öğrencilerin medya okuryazarlık bilinç düzeylerinin düşük olduğu, medya ile ilgili bazı bilgilere sahip olsalar da medya ve medya araçlarının olumsuz etkilerinden nasıl korunacaklarını bilmedikleri ortaya çıkmıştır.

¹ Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Özel Eğitim Bölümü, hakansari@gmail.com

² Arş. Gör., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Özel Eğitim Bölümü, tugbapursun@gmail.com

Anahtar Kelimeler: Medya, Medya Okuryazarlığı, Okur Yazarlık, Disleksi, Özel Eğitim, Ortaokul, Disleksili Öğrenciler

EVALUATING CONSCIOUSNESS LEVEL OF STUDENTS WITH DYSLEXIA IN SECONDARY SCHOOL IN TERMS OF MEDIA LITERACY: FROM THEIR OWN PERSPECTIVES

Abstract

Media literacy is the ability of reaching messages, understanding, criticising and evaluating these messages with using media tools. Media and media tools which have considerable effects on individuals, cultures, institutions, are a force that would affect especially students in a negative way in terms of using information technologies. Therefore, the necessity of perceiving messages correctly, developing a critical approach toward media messages, distinguishing the reality and the virtuality makes the concept of media literacy a current issue. However, in Turkey, researches about consciousness level of media literacy in 8th grade students with dyslexia are limited. Thereby, this study is a descriptive study that aims to determine 8th grade students' perspectives on their own media literacy consciousness level. The study was conducted with 30 students with dyslexia. In the study, "Interview Technique", as one of the qualitative research techniques, was used and "Semi-Structured Interview Form", was developed by the researchers. The data collected from the study were analysed with "Content Analysis Technique". According to research findings; it was appeared that media literacy consciousness level of students was low, although, they had some information about media, they did not know how to avoid from the negative effects of media and media tools.

Key Words: Media, Media Literacy, Literacy, Dyslexia, Special Education, Secondary School, Students with Dyslexia

Giriş

Disleksi, beyin ve merkezî sinir sistemindeki belirli sorunların sonucunda harflerin ve kelimelerin algılanmasında yaşanan sorunları ifade etmektedir (Sarı, 2014; Krafnick, Flowers, Napoliello ve Eden, 2011). Disleksili bireylerin, zekâ düzeyleri normal bir değerde olmasına rağmen hafıza ve dil konusunda sorunlar yaşamaktadırlar. Buna bağlı olarak okuma, yazma, anlama gibi becerilerin gelişimi olumsuz yönde etkilenmektedir. Disleksili bireyler, olayları belli bir sırayla anlata-mama, kelimeleri yanlış söyleme, kelimedeki harfleri yanlış telaffuz etme, devrik cümleler kurma ve kavramları karıştırma gibi güçlükler yaşamaktadırlar. Okuma eyleminin gerçekleşmesi dikkat, algı, bellek, anlama, akıl yürütme, fonolojik farkındalık, kodlama becerisi, genel zekâ gibi birbiriyle ilişkili olan pek çok bileşenin birlikte ve koordineli çalışmasına bağlıdır. Bu zihinsel mekanizmaların birinde ya da birkaçında meydana gelen bozulmalar okuma becerisinin yeterli düzeyde kazanılmasına engel olmaktadır (Ekiz, Erdoğan ve Uzuner, 2015).

Strommen ve Mates'e (2004) göre bu kritik zihinsel süreç akademik alanları da etkilediği için büyük bir öneme sahiptir. Hem nicel hem de nitel olarak öğrenim hayatlarında olumsuzluklarla karşılaşan disleksili öğrenciler akademik başarı olarak akranlarından geri kalmaktadırlar. Bununla birlikte, okuma ve yazma becerilerinin kazanımında güçlük yaşamaları bu öğrencilerin medya okuryazarlığı ile ilgili sahip oldukları bilgi düzeyini de etkilemektedir.

Teknoloji ve teknolojik araçların gelişimindeki hızlı ilerleme bilgiye erişimi kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, kitle iletişim araçları olarak da adlandırılan medya araçları bilginin hızlı bir şekilde yayılmasını sağlamaktadır (Saçan ve Adıbelli, 2016). Bilginin yayılmasındaki bu hızlilik ise doğru bilgiye nasıl ve nereden ulaşılacağına yönelik soruları beraberinde getirmektedir. Günlük yaşam içinde bireylerin iletişim kurma, duygu, düşünce ve bilgiyi aktarma ihtiyaçlarının artmış olması ise medyanın insan hayatında önemli bir unsur olmasını sağlamaktadır. Medya; yazılı, görsel ve işitsel araçlardan (kitaplar, televizyon, internet, gazete, afiş, sinema ve radyo) oluşan, dijital ve iletişim teknolojilerini içeren araçlarla ilişkili geniş bir yelpazedir (Potter, 2005).

Medya hem doğrudan hem de dolaylı olarak diğer bireyler, kurumlar ve kültürler aracılığıyla bireyleri sürekli olarak bilişsel, davranışsal, fizyolojik ve duygusal açıdan etkilemektedir (Potter, 2010). Bununla birlikte medya, baskın kültürlerin değerlerini güçlendirme potansiyeline sahip önemli bir güçtür ve bireylerin popüler kültür içinde çoğu zaman sorgulamayan tüketiciler olmasına neden olmaktadır. Ayrıca eğlence medyası da bireylerin hem kendi deneyimleri üzerinde yeni anlam haritaları oluşturmalarına hem de diğerleri hakkında bilgi sahibi olmalarına neden olmakta ve söz konusu bireyleri eğlence ve televizyon kültürünün tüketicileri hâline getirmektedir (Tisdell ve Thompson, 2007). Torres ve Mercado'ya (2010) göre popüler kültür modayı, ürünleri, kimliği ve değerleri şekillendirme gücüne sahiptir ve çoğu zaman bireyler bilgi teknolojisinin etkisinden kaçamazlar. Öğrencilerin medya araçlarından gelen iletilerin zararlı etkilerinden kendilerini koruyabilmeleri için eğlence, kültür, spor ve haber programlarının yansıttığı gerçekliği ve sanallığı nasıl analiz edeceklerini öğrenmeleri gerekmektedir. Bu gereklilik ise medya okuryazarlığı konusunu gündeme getirmektedir.

Medya okuryazarlığı televizyon, reklam, film ve dijital medyadan aldığımız görsel ve sözel sembollerden kişisel çıkarım yapma (Adams ve Hamm, 2001) ve kitle araçlarının etkisinden kaçma yeteneğini de içeren bilgiyi üretme ve işleme yeteneğidir (Maglic, 2007). Medya okuryazarlığı ile öğrencilere medyadaki iletilere ulaşmak için teknolojiyi kullanma ve ulaşılan içeriği doğru değerlendirme becerisi kazandırma hedeflenmektedir.

Öğrencilerin bilgiyi kodlamasından daha fazlasına sahip olması gerektiği anlamına gelen medya okuryazarlığı, bireyleri medya kültüründen anlayan, üreten ve eleştirel düşünen bir pozisyona getirmektedir. Buckingham (2007) eğitimde internet, bilgisayar oyunları veya diğer dijital medya araçları kullanılmak isteniyorsa öğrencilerin medyayı anlamaya ve eleştirmeye hazırlanması gerektiğini belirtmektedir. Bu nedenle, medyayı ve medya iletilerini anlama, eleştirme ve etkili kullanma için öğrencilerin konuyla ilgili yeterli bilgi seviyesine erişmesi önem kazanmaktadır.

Dijital medya, internet, cep telefonu, bilgisayar oyunları ve televizyon birçok öğrencinin ve genç bireylerin boş zamanlarını geçirmeleri için tercih ettikleri yoldur

(Görmez, 2015; Buckingham, 2007). Semali'ye (2003) göre gençler sanal alemde çok fazla zaman geçirmektedirler ve medyada, özellikle reklamlarda, potansiyel olarak zararlı etkisi bulunan çok sayıda ileti dolaşmaktadır (Gray, 2005). Buna ek olarak şiddet içeren, gereksiz alışverişe özendirilen, etik değerlere önem vermeyen, zararlı maddelerin kullanıldığı ve bunların kullanımının normalleştirildiği programlar davranışsal ve duygusal anlamda sorun yaşayan gençlerin sayısını arttırmaktadır.

Medya, insanların yaşantı ve deneyim çevresini genişletmesine rağmen onların birincil deneyimlerini sınırlandırmakta ve kendisine bağımlılıklarını arttırmaktadır (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu [RTÜK], 2007). Bu durum, yine özellikle genç bireylerin sosyal yaşamdan kendini soyutlamasına neden olmaktadır. Çocukların ve gençlerin medyanın sunduğu fırsatlardan daha iyi faydalanmalarını sağlarken aynı zamanda onları, medyanın neden olduğu risklerden korumanın yolu medya okuryazarlığı eğitimidir (Oflaz, 2016; Görmez, 2014).

Medya okuryazarlığı eğitiminde en iyi uygulama, öğrencilerin mevcut zevkleri ve deneyimleri üzerine yaratıcı üretim ve eleştirel düşünme kombinasyonunu gerektirir (Buckingham, 2003). Gray'e (2005) göre ise başarılı bir medya okuryazarlığı, öğrencilerin kendi deneyimlerini kullanmalarını ve medya yapısını yeniden anlamlandırmalarını gerektirmektedir. Böylelikle öğrenci; medya karşısında pasif bir alıcı olmak yerine medyayı okuyabilecek, medyanın dilini çözebilecek bilinç düzeyine ulaşarak iletişim olgusunda aktif bir birey olarak yer alabilecektir (RTÜK, 2007). Öğrencilere, medya mesajlarının doğrudan ya da dolaylı etkileri konusunda bilgi vererek medyanın etkilerinden korunmaları sağlanabilir (Potter, 2010). Scheibe (2009) ise bu anlamda medya okuryazarlığının asıl hedefinin, öğrencileri medyadan korumak olmadığını; tam tersine medyayı kontrol etme becerisinin öğrenciye kazandırılması olduğunu belirtmektedir.

Son yıllarda, öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisi kazanmalarına oldukça önem verilmiş ve medya okuryazarlığı dersi müfredata seçmeli ders olarak eklenmiştir. Bununla birlikte, ülkemizde öğrencilerin medya okuryazarlık bilinç düzeylerini belirlemeye yönelik yapılan çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Medya okuryazarlığının kazanılması gereken bir beceri olduğu düşünüldüğünde dis-

leksili öğrencilerin konuyla ilgili bilinç düzeylerinin değerlendirilebilmesi ve görüşlerinin alınabilmesi için böyle bir çalışmaya ihtiyaç duyulmuştur.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, sekizinci sınıfa devam eden disleksili öğrencilerin medya okuryazarlık bilinç düzeylerinin kendi görüşleri açısından belirlenmesidir. Araştırmada, disleksili öğrencilerin kamuoyu oluşturmada etkili olan medya araçları, reklamların ve tanıtımların amacı, internet kullanımında dikkat edilmesi gerekenler, tercih edilen televizyon programları, medya araçlarının bilinçsiz kullanımının nasıl anlaşılacağı ve medyanın olumsuz etkileri ile ilgili bilinç düzeylerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

- 1) Kamuoyu oluşturmada hangi medya aracı en etkilidir?
- 2) Bir medya ortamında reklam ve tanıtım gibi içerikler ne amaçla kullanılmaktadır?
- 3) İnternet kullanımında nelere dikkat edilmelidir?
- 4) Ne tür televizyon programları daha çok tercih edilmektedir?
- 5) Medya araçlarının bilinçsizce kullanıldığı nasıl anlaşılabilir?
- 6) Medya araçlarının olumsuz yönleri nasıl anlaşılabilir?

Yöntem

Bu bölümde araştırmanın modeli, çalışma grubu, veri toplama aracı, veri toplama süreci ve veri analizi ile ilgili bilgilere yer verilmiştir.

Araştırmanın Modeli

Araştırma, sekizinci sınıfa devam eden disleksili öğrencilerin medya okuryazarlık bilinç düzeylerinin kendi görüşleri açısından belirlenmesine yönelik betimsel bir çalışmadır. Bu araştırma, nitel bir çalışma olarak desenlenmiştir. Bu çalışmada

nitel araştırma yöntemlerinden biri olan ‘‘Görüşme Yöntemi’’ kullanılmıştır. Bunlara ek olarak, ‘‘Görüşme Yöntemlerinden’’ biri olan ‘‘Yarı Yapılandırılmış Görüşme Yöntemi’’ benimsenmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, konuyla ilgili araştırmacının aydınlatmak istediği alana dayanan açık uçlu soruları içerir (Karasar, 1998). Ayrıca yarı yapılandırılmış görüşmeler, yapılandırılmış görüşmelere göre daha esneklerdir. Bu çalışmada ise, disleksili öğrencilerin kamuoyu oluşturmada etkili medya araçları, reklam ve tanıtımların amaçları, internet kullanımında dikkat edilmesi gerekenler, tercih edilen TV programları, medya araçlarının bilinçsiz kullanımı ve olumsuz etkileri ile ilgili bilinç düzeylerinin zengin ve detaylı biçimde ortaya çıkarılması için bu yöntem seçilmiştir.

Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubunu sekizinci sınıfa devam eden disleksili öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışma grubunun oluşturulmasında amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi benimsenmiştir. Ölçüt örnekleme yöntemindeki temel anlayış, önceden belirlenmiş bir dizi ölçütü karşılayan bütün durumların çalışılmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Bu çalışmadaki ölçüt, araştırmaya katılacak disleksili öğrencilerin sekizinci sınıfa devam etmesidir. Bu nedenle, ölçütü karşılayan otuz disleksili öğrenci belirlenmiş ve çalışma bu öğrencilerle yürütülmüştür. Araştırmaya başlamadan önce, araştırmanın konusu ve neden yapıldığı ile ilgili öğrencilere bilgi verilmiş ve katılımın gönüllülük esasına dayandığı ifade edilmiştir.

Araştırmaya katılmayı kabul eden öğrencilerin demografik bilgileri Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1

Sekizinci Sınıfa Devam Eden Disleksili Öğrencilere İlişkin Demografik Bilgi

Cinsiyet	Sayı
Kız Öğrenci	17
Erkek Öğrenci	13

Araştırmaya katılan disleksili öğrencilerin yarısından çoğunu (17: %57) kız öğrencilerin, yarısına yakını ise (13: %43) erkek öğrencilerin oluşturduğu görülmektedir.

Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından geliştirilen ‘‘Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu’’ kullanılmıştır. Görüşme formu hazırlanmaya başlanmadan önce konuyla ilgili alanyazını taraması yapılarak ilgili kaynaklar öğrenciler açısından değerlendirilmiştir. Elde edilen bilgiler doğrultusunda altı soruluk yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Araştırma için hazırlanan her bir soru üç uzmanın görüşüne sunulurken alınan dönütler çerçevesinde tekrar düzenlenmiştir. Hazırlanan taslak form pilot çalışma için hazır duruma getirilmiştir. Araştırma verilerinin toplanmasında kullanılacak soruların kontrolünün yapılması ve anlaşılmayan soruların düzenlenmesi için dört disleksili öğrenciyle pilot uygulama yapılmıştır. Bu aşamalardan sonra forma son şekli verilerek araştırma kapsamında disleksili öğrencilere uygulanmıştır.

Görüşmeler yapılırken öğrencilerden oluşan katılımcılara;

- 1) Kamuoyu oluşturmada etkili olan medya araçlarının hangileri olduğu,
- 2) Medya ortamında reklam ve tanıtım gibi içeriklerin kullanım amaçlarının neler olduğu,
- 3) İnternet kullanımında nelere dikkat edilmesi gerektiği,
- 4) Tercih edilen televizyon programlarının neler olduğu,
- 5) Medya araçlarının bilinçsiz kullanıldığının nasıl anlaşılacağı,
- 6) Medya araçlarının olumsuz etkilerinin nasıl anlaşılacağı ile ilgili sorular yöneltilmiştir.

Veri Toplama Süreci

Veri toplama sürecinde görüşme formundaki her bir soruyla disleksili öğrencilerin konuya ilişkin bilgileri derinlemesine ve tüm zenginliğiyle ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Araştırma başlamadan önce öğrencilere verilerin eksiksiz kaydedilebilmesi ve ayrıntılı olarak değerlendirilmesi için ses kayıt cihazının kullanılacağı belirtilmiştir. Ayrıca, araştırma süresince öğrencilere gerçek isimleriyle hitap edilmeyeceği ve kendilerine verilen numaralarla görüşme yapılacağı da ifade edilmiştir. Görüşme süresince her öğrenciye altı soru sorulmuştur. Her görüşme ortalama 30-46 dakika sürmüştür. Elde edilen görüşme kayıtları yazılı hale getirilerek çözümlemesi yapılmıştır. Anahtar düşüncelerden yola çıkarak elde edilen veri kâğıtları, hazırlanan forma yerleştirilerek her bir satır kodlanmıştır. Kodlanan sayfalar tek tek okunmuş ve çözümleme sayfalarının kenarına ana kavramlar yazılarak frekans ve yüzde değerlerinin hesaplanması için sayılmıştır. Sayılan ana kavramların frekans değerleri hesaplanmıştır.

Verilerin Analizi

Görüşme sonrasında elde edilen veriler ‘‘İçerik Analizi’’ ile analiz edilmiştir. İçerik analizi, metin veya metinlerden oluşan bir kümenin içindeki belli kelimelerin veya kavramların varlığını belirlemeye yöneliktir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2015) ve bir iddianın doğruluğunu tespit etmez (Neuman, 2007). Disleksili öğrencilerle gerçekleştirilen görüşmeler sonunda, araştırmacılar ses kayıtlarında bir değişiklik yapmadan elde edilen verilerin dökümünü yapmıştır. Her soru için cevaplar yazılı hâle getirilmiş ve her sorunun cevabından oluşan kategorilerin bulunduğu görüşme kodlama anahtarı oluşturulmuştur.

Görüşme kodlama anahtarında yer alan kategorilerin uygunluğunun belirlenebilmesi için birer boş kodlama anahtarı oluşturulmuştur. Görüşme kodlama anahtarlarının oluşturulmasında kullanılan görüşmeler ve görüşme kodlama anahtarları bir uzmana verilmiş ve elde edilen veriler ışığında kodlama anahtarında gerekli olan yerler gözden geçirilmiştir. Görüşme kodlama anahtarına son şekli verildikten sonra yapılan görüşmelerden biri seçilerek bir araştırmacı ve bir uzman tarafından değer-

lendirilmiştir. Öğrenci görüşlerine göre kodlama anahtarında uygun kategorinin altına işaretlenmiştir.

Çalışmanın güvenilirlik hesaplamasında ‘‘Görüş Birliği/Görüş Birliği+Görüş Ayrılığı’’ formülü kullanılmıştır. Karşılaştırmalar sırasında Görüş Birliği ve Görüş Ayrılığı esas alınmıştır. Araştırmacı ve uzmanın aynı kategoriye seçmesi veya işaretleme yapmaması hâlinde ‘‘Görüş Birliği’’ olduğu kabul edilmiştir. Araştırmacı ve uzmanın farklı kategorileri işaretlemeleri durumunda araştırmacının analizi referans kabul edilerek sadece bir ‘‘Görüş Ayrılığı’’ olarak kabul edilmiştir. Araştırmada, disleksili öğrencilerin görüşlerini almak için hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formundaki beş soruda görüş birliği, bir soruda ise görüş ayrılığı olmuştur. Yapılan analizler sonunda, değerlendiriciler arasında güvenilirlik ortalamasının yüzde seksen yedi olduğu (%87) ortaya çıkmıştır. Araştırmada, öğrencilerin görüşleri doğrudan alıntı yapılarak kesitler hâlinde aktarılmıştır.

Bulgular

Bu bölümde, araştırmaya katılan ve sekizinci sınıfa devam eden disleksili öğrencilerin sorulara verdikleri cevaplar doğrultusunda elde edilen bulgular çözümlenmiş ve analiz edilmiştir.

Kamuoyu Oluşturmada Etkili Medya Araçları

Görüşme yapılan disleksili öğrencilerin üçte ikisi (20: %67) kamuoyu oluşturmada en etkili aracın internet ve televizyon olduğunu belirtmiştir. Bu öğrenciler, hem evde hem de arkadaşları arasında bilgisayar ve cep telefonları aracılığıyla internetin sıklıkla kullanıldığını söylemişlerdir. Bu nedenle öğrencilere göre, herhangi bir konunun yayılmasında ve insanlara ulaşmasında en etkili araç internettir. Ayrıca, öğrenciler internet olmadan bir gün bile geçirmenin imkânsız olmasının böyle düşünmelerinde etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Yine bu öğrencilere göre televizyonun her evde olması ve sürekli izlenmesi nedeniyle en çok televizyondan etkilenildi-

ğini belirtmişlerdir. Aşağıda bu durumu yansıtan öğrenci görüşlerinden bazı kesitlere yer verilmiştir.

“İnternette istenilen her şey anında öğreniliyor. Ne biliyim her şey anında duyuluyor. İnsanlara ulaşmanın en kolay yolu bu” (Ö1).

“Televizyonun da internetin de karşısında zaman akıp gidiyor. Bence en çok onlardan etkileniyoruz. Annem televizyonsuz yaşayamaz” (Ö8).

“Herkesin elinde bir telefon. Sürekli internette dolaşılıyor. O kadar çok zaman harcıyor ki internette. Bir şeyleri görmemek, duymamak imkansız” (Ö23).

“Televizyon sayesinde herkesi etkilemek mümkün. Çünkü, her evde televizyon var. Herkes de izliyor” (Ö13).

Öğrencilerin bazıları (7: %23) kamuoyu oluşturmada en etkili aracın sinema olduğunu ifade etmiştir. Öğrencilere göre, dikkat çekilmek istenen bir konuda sine- malardan, filmlerden yararlanılmaktadır. Öğrencilerin sinemayı etkili görmesinin nedeni olarak, internet ve televizyonda izlenen filmlerin etkili olduğu düşünülmektedir. Aşağıda bu durumu yansıtan öğrenci görüşlerinden bazı kesitlere yer verilmiştir.

“Sinema olabilir. Çok fazla insana hitap ediyor. Zaten sinemada film izleyemezsek televizyonda, internette izler. Ne anlatılıyorsa öğreniriz” (Ö13).

“Bir sinema filmini milyonlarca insan izliyor. Filmi yapan kişinin anlatmak istediği bir günde kaç kişiye ulaşıyor” (Ö1).

“İnternette çok fazla film var. Filmleri indirmek kolay, indirmeden de izlenebilir. Dikkat çekilmek istenen konular filmlerle anlatılabilir” (Ö17).

“Merak edilen filmler biraz zaman geçince televizyonda çıkıyor. O zaman izlenebilir, konusu öğrenilebilir. Ne anlatılmak istenmiş mesela” (Ö25).

Öğrencilerin geri kalanı ise (3: %10) kitap, gazete ve dergilerin etkili olduğunu belirtmişlerdir. Bu öğrenciler, gazete ve dergilerin günlük basılmasının geniş kit- lelere ulaşmayı kolaylaştırdığını belirtmektedirler. Ayrıca, öğrenciler sosyal medyayı kullanırken kitaplarla ilgili pek çok sayfanın olduğunu ve kitap okumayla ilgili pek

çok yorum gördüklerini söylemişlerdir. Aşağıda bu durumu yansıtan öğrenci görüşlerinden bazı kesitlere yer verilmiştir.

“Kitap okuyan kişi sayısı çok fazla. Facebook kullanırken bazı sayfalarda kitap yorumları oluyor. Kitaplar etkili olabilir kamuoyu oluşturmada” (Ö22).

“Gazete ve dergilere kolay ulaşıyor. Zaten gidilen her yerde de masanın üstünde oluyor. Okumak yeterli” (Ö18).

“Günlük basılıyor. Alıp okuduğunuzda o gazetede ya da dergide yazar olan birinin düşünceleri oluyor. Bazen etkiliyor sanki” (Ö11).

“Gazeteler olabilir. Biri alıp okuyunca diğerleri de ondan sonra okuyor ya. Aslında çok kişiye hitap ediyor” (Ö3).

Reklam ve Tanıtım Gibi İçerikler Olduğunda Medya Ortamının Amacı

Görüşme yapılan öğrencilerin yarısından çoğu (17: %57) reklamların bir fikri benimsettiğini ve insanları alışveriş yapmaya teşvik ettiğini söylemişlerdir. Öğrencilere göre, reklamlarda ürünler çok cazip gösterilmekte ve özellikle yiyecek reklamları insanlarda merak duygusu oluşturmaktadır. Ayrıca bu öğrenciler, reklamların çoğunun küçük çocukları daha çok etkilediğini ve ticari boyutunun çok fazla olduğunu ifade etmişlerdir. Aşağıda bu durumu yansıtan öğrenci görüşlerinden bazı kesitlere yer verilmiştir.

“Reklamlar onların para kazanması bizimse para kaybetmemize sebep oluyor. Mesela, babamın parası olmadığı halde kardeşim reklamlarda gördüğü her şeyi istiyor; babam da almak zorunda kalıyor” (Ö13).

“Reklamlarda gördüğüm ürünleri merak ediyorum. Bunlar genelde yiyecek oluyor” (Ö24).

“Reklamlar alışveriş yapmaya mecbur bırakıyor insanı. Yeni bir ürün tanıtımı yapılıyor mesela. Bu neymiş diye almak istiyorsunuz. Ürünün özelliğini merak ediyorsunuz” (Ö5).

‘‘Reklamlarda m¼zikler veya ünl¼ birileri olunca çok dikkat çekiyor. Sanki reklamı yapılan şey çok güzelmiş gibi geliyor. Alıyorsunuz’’ (Ö29).

Öğrencilerin üçte birinden fazlası (13: %43) reklamların eğlence ve bilgi verme amacı taşıdıklarını söylemişlerdir. Bu öğrenciler, bazı reklamları çok beğendiklerini ve o reklam çıktığında özellikle oturup izlediklerini belirtmişlerdir. Öğrencilere göre bazı reklamlarda dikkat çekici nesnelerin, ünl¼ kişilerin ya da müziklerin olması izleyenleri kısa süreliğine de olsa eğlendirmektedir. Ayrıca bu öğrenciler, reklamların kampanya ve yeni çıkan ürünlerin gösterilmesinde de etkili olduğunu belirtmişlerdir. Aşağıda bu durumu yansıtan öğrenci görüşlerinden bazı kesitlere yer verilmiştir.

‘‘Reklam izlemeyi hep çok sevmişimdir. Eğlencelidir. Hem ürün hakkında fikir de verir. Neden zararlı bir yönü olsun ki?’’ (Ö9).

‘‘Bence reklamlar çok eğlenceli. Kısa ya insanı bunaltmıyor. Müzikleri de güzel’’ (Ö11).

‘‘Reklamlar bilgi verici bence. Ürünler tanıtılıyor; biz de istediğimizi alıyoruz’’ (Ö27).

‘‘Arabaları çok seviyorum. Araba tanıtımlarının olduğu reklamlar çok ilgimi çekiyor. Reklamın çıktığını görünce kanalı bile değiştirmiyorum’’ (Ö2).

İnternet Kullanımında Dikkat Edilmesi Gerekenler

Görüşmeye katılan öğrencilerin tamamı (30: %100) internette kişisel güvenliğin sağlanmasına dikkat edilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Bu öğrenciler, güvenliğin para ile ilgili olduğunu düşündüklerini veya kredi kartı numarasını isteyen sayfalardan uzak durulması gerektiğini söylemişlerdir. Ayrıca öğrenciler, özellikle sosyal medyayı kullanırken kişisel bilgilerin paylaşılmaması gerektiğini belirtmişlerdir. Bu durum, öğrencilerin internet kullanımında güvenliği sağlamanın yalnızca para ile ilgili olduğunu düşündüklerini göstermektedir. Çünkü öğrencilere göre, tanımadıkları kişilerden gelen mesajlara veya elektronik postalara cevap vermenin olumsuzluk oluşturan bir tarafı yoktur. Bu öğrenciler için internet ortamında tanınmayan kişilerle

konusmak sosyalleşmenin bir işareti olarak görülmektedir. Dolayısıyla, öğrenciler arasında en fazla arkadaşı olanın popüler bir kimlik kazandığı düşünüldüğünde öğrencilerin bu tarz iletişimleri zararsız görmeleri normallik kazanmaktadır. Aşağıda bu durumu yansıtan öğrenci görüşlerinden bazı kesitlere yer verilmiştir.

‘‘Kredi kartı numarası ya da kişisel bilgi içeren sayfalardan uzak durmak gerek. Haberlerde görüyorum dolandırıcılık olaylarını. Bilgim var yani’’ (Ö18).

‘‘Ekranı para ile ilgili bir şeyler çıkarsa sayfayı kapatıyorum hemen’’ (Ö20).

‘‘Elektronik postaya gelen linkleri tıklamasam nasıl anlayacağım ne olduğunu? Evet bazen virüs indiriyorum ama o kadar da olacak’’ (Ö6).

‘‘Sanal ortamı insanlarla tanışmak için kullanıyorum bu yüzden yaşa ve cinsiyete takılmam herkese cevap veririm’’ (Ö3).

Tercih Edilen TV Programları

Görüşme yapılan öğrencilerin yarısı (15: %50) dizileri izlemeyi tercih ettiklerini söylemişlerdir. Bu öğrenciler, evde herkesin takip ettiği bir dizinin olduğunu ve kendilerinin de çoğu zaman bu dizileri izlediklerini belirtmişlerdir. Ayrıca öğrenciler, bazı dizilerdeki oyuncularını çok sevdiğileri için her hafta kaçırmadan dizileri izlediklerini, izleyince mutlu olduklarını ve okulda diziler hakkında muhabbet ettiklerini söylemişlerdir. Öğrenciler, dizilerin eğlenceli zaman geçirmek için güzel bir seçenek olduğunu belirtmişlerdir. Ancak dizileri izlediğini belirten öğrencilerin, kendi yaş gruplarına uygun programları tercih etmeye çok dikkat etmedikleri düşünülmektedir. Aşağıda bu durumu yansıtan öğrenci görüşlerinden bazı kesitlere yer verilmiştir.

‘‘Dizileri izliyorum. Hiç kaçırmam’’ (Ö19).

‘‘Annemin neredeyse her gün izlediği diziler var. Evde de bir tane televizyon var. Zaten bir süre sonra ben de alışıyorum izlemeye. Merak ediyorum ne oluyor diye’’ (Ö4).

‘‘Sevdiğim oyuncuların olduğu dizileri hiç kaçırmıyorum. O gün mutlaka izli-

yorum. Benim gibi izleyen arkadaşlarımla da okulda konuşuyoruz. Yorum yapıyoruz. Eğlenceli oluyor'' (Ö8).

''Dizileri izlemek çok eğlenceli. Hep bir merak var. Acaba ne olacak diye düşünüyor insan'' (Ö26).

Görüşme yapılan öğrencilerin bazıları (9: %30) en çok belgesel ve spor programlarını izlemekten hoşlandıklarını belirtmişlerdir. Bu öğrencilere göre, bu tarz programlarda ayrımcılık veya etiketlenme gibi durumlar olmamaktadır. Öğrenciler, belgesellerin ilginç olduğunu; farklı yerler veya canlılar görmeyi mümkün kıldığını ve herkesin izleyebileceğini belirtmişlerdir. Ayrıca, erkek öğrenciler özellikle futbol maçlarını izlemeyi sevdiklerini, spora karşı ilgileri olduğunu ve bu tarz programların arkadaşlarıyla ortak bir noktalarının olmasını olumlu yönde etkilediğini söylemişlerdir. Aşağıda bu durumu yansıtan öğrenci görüşlerinden bazı kesitlere yer verilmiştir.

''Belgeseller gerçekten çok ilginç. Hiç görmediğim şekillerde veya renkte canlılar görebiliyorum. Bazen de şehir veya ülkeler tanıtılıyor. O zamanda farklı yerleşim yerleri görebiliyoruz. Bilgi edinmek için belgeseller izlenebilir'' (Ö30).

''Belgesellerde olumsuz davranışlar görmek imkansız. Benim yaşımdaki herkes de izliyor'' (Ö17).

''Spor programları hem kaliteli ve ayrımcılık yapılmıyor. Birçok engelli bireyin de sporla uğraştığını biliyorum. Zaten ben de sporla ilgilenmeyi seviyorum. Mesela arkadaşlarla maç yaparken ya da takım yorumları yaparken kimse benim kaynaştırma öğrencisi olduğumu hatırlamıyor'' (Ö2).

''Maçları kaçırmıyorum. Bazen babamla yorumları filan da izliyoruz. Eğlenceli oluyor'' (Ö24).

Öğrencilerin bazıları ise (6: %20) haberleri izlediklerini söylemişlerdir. Bu öğrencilere göre, gündemde olup bitenleri öğrenmek için haberleri izlemek gerekmektedir. Ayrıca, bu öğrenciler haberleri birer bilgi kaynağı olarak gördüklerini de belirtmişlerdir. Öğrencilerin bu görüşü daha önce de belirtildiği gibi, ailelerin haber programlarını takip etmelerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Aşağıda bu duru-

mu yansıtan öğrenci görüşlerinden bazı kesitlere yer verilmiştir.

“Gündemden geri kalmamak için haberleri izliyorum” (Ö19).

“Güncel olayları öğrenmek için haberleri izlerim. Genelde de babamla izleriz zaten” (Ö3).

“Bizim evde haber saati gelince hemen kanal değiştirilir. Evdekiler izledikleri için ben de izliyorum” (Ö14).

“Haberler bilgi kaynağı bence. Çeşitli olayları duyuyoruz, fikrimiz oluyor en azından” (Ö27).

Medyanın Bilinçsiz Kullanımının Anlaşılması

Görüşme yapılan öğrencilerin üçte ikisinden fazlası (24: %80) medya araçlarının aşırı kullanımının çevredeki insanlarla iletişim kurulmasını azalttığını belirtmişlerdir. Öğrenciler, televizyon ve bilgisayar başında saatlerce kaldıklarından zamanın nasıl geçtiğini anlamadıklarını söylemişlerdir. Ayrıca, öğrenciler özellikle dizilerde gördükleri bazı davranışları kendilerinin de yapmaya çalıştıklarını ve dizilerdeki karakterlerden etkilendiklerini belirtmişlerdir. Aşağıda bu durumu yansıtan öğrenci görüşlerinden bazı kesitlere yer verilmiştir.

“Televizyon izlerken herşeyi unutuyorum. Zaten televizyon izlerken dikkatimi o kadar çok veriyorum ki annemin, kardeşimin bana ne söylediğini bile duymuyorum” (Ö12).

“Bilgisayarda oyun oynamak çok güzel de kendini bir kaptırırsan bırakamıyorsun. Çünkü çok fazla oyun imkanı var” (Ö7).

“Dizilerde herkes zengin. Her şey çok güzel görünüyor. Onlar gibi olmak güzel olabilir diye düşünüyorum. Zenginler ya” (Ö11).

“Bilgisayar başındayken zaman hızlı geçiyor. Hep oyun oynuyorum. Okulda arkadaşlarım da oynadıkları oyunları söylüyorlar. Benim de dikkatimi çekenler oluyor. Çok eğlenceli” (Ö20).

Öğrencilerin geri kalanı ise (6: %20) okul başarısındaki düşüşün medya araçlarını bilinçsiz kullanmaktan kaynaklandığını ifade etmişlerdir. Öğrencilere göre çok televizyon izlemek, internet kullanmak ödev yapmak için daha az zaman ayrılmasına neden olmaktadır. Ayrıca öğrenciler, bu araçların cazip gelmesi ve bazen geç saatlere kadar televizyon izlemeleri nedeniyle uykusuz kaldıklarını ve derslere zaten zor uyum sağlarken bu zorluğun daha da arttığını söylemişlerdir. Aşağıda bu durumu yansıtan öğrenci görüşlerinden bazı kesitlere yer verilmiştir.

“Ödevlerimi yetiştiremiyordum. Bence zor oldukları için yapmak istemiyordum ama ailem televizyonu yasakladığında ödevler de yetiştirmeye başladım. Gerçekten televizyon çok vakit alıyordu” (Ö3).

“Televizyon izlemeyi, oyun oynamayı bırakamıyorum. O zaman da uykusuz kalıyorum, gözlerim ağrıyor. Okula nerdeyse uyanmadan geliyorum” (Ö19).

“Ödevlerle uğraşmaktansa internette takılmayı tercih ederim. Zaman öyle daha iyi geçiyor ama ödev yapmaya da mecburum. İşte, bir şeyler yapmaya çalışıyorum” (Ö26).

“Ödevlerimde bazen eksiklikler oluyor. Hemen bitirip televizyon izlemek istiyorum. Okula gidince zorlanıyorum ama. Sürekli yanlış yapmak biraz üzüyor. Kendime söz veriyorum. Televizyonu, interneti görünce yine unutuyorum” (Ö13).

Medya Araçlarının Olumsuz Yönleri

Görüşme yapılan öğrencilerin yarısı (15: %50) medyanın bireyleri aşırı tüketim yapmaya ve sigara, alkol gibi maddeleri kullanmaya özendirdiğini söylemişlerdir. Bu öğrencilere göre, televizyonda veya internette sürekli olarak gösterilen ürünler bazen ihtiyaç dışında bile alınmaktadır. Yine bu öğrencilere göre, izlenen programlarda alkol ya da sigara gibi maddelere yer veriliyor olmasının merak uyandırdığını belirtmişlerdir. Aşağıda bu durumu yansıtan öğrenci görüşlerinden bazı kesitlere yer verilmiştir.

“Sinirlenip her dertlendiklerinde sigara içmeleri benimde bir sıkıntı varken sigara içsem mi dememe sebep oluyor” (Ö11).

‘‘Yeni ıkmiş bir yiyecek ya da bir araç dikkat çekiyor bence. İnsan benimde olsa diyor ya da birilerinden bunu duyuyor. İhtiyaç dışında çoğu, alınmasa da olur gibi’’ (Ö3).

‘‘Merak edilip alınan bir sürü Şey’’ (Ö1).

‘‘Telefon reklamları çok dikkat çekici bence. Bir telefonunuz olsa bile yenisi çıktığında almak istiyorsunuz. Ablam öyle benim. Her zaman telefon ister babamdan’’ (Ö24).

ÖĞrencilerin diğer yarısı ise (15: %50) aile ve arkadaşlarla geçirilen zamanı azalttığını söylemişlerdir. ÖĞrenciler, televizyonda veya internette çok zaman harcamaları nedeniyle genellikle kendi odalarında zaman geçirdiklerini ve aile bireyle-riyle konuşmaya çok vakit kalmadığını belirtmişlerdir. ÖĞrencilerin bu görüşleri daha önceki soruya verdikleri cevapları desteklemektedir. Aşağıda bu durumu yansıtan öğrenci görüşlerinden bazı kesitlere yer verilmiştir.

‘‘Annem yüzünü gören cennetlik diyor bazen. Galiba çok az bir arada oluyoruz’’ (Ö11).

‘‘İnternette de konuşacak bir sürü arkadaşım var. İlla ki yüz yüze konuşmak gerekmiyor’’ (Ö15).

‘‘Okuldan sonra odama bir kapanıyorum, hemen interneti açıyorum. Akşam yemeğinde çıkıyorum ya da birisi beni ağırırrsa. Yoksa hep oyundayım’’ (Ö27).

‘‘Ödev yapmak zor geliyor. Biraz televizyon izledikten sonra yaparım diyorum. Sonra zaman geçiyor. Ödev yapmadan okula gidiyorum’’ (Ö1).

Tartışma

Araştırmadan elde edilen sonuca göre, sekizinci sınıfa devam eden disleksili öğrenciler günümüzde kamuoyu oluşturmak için kullanılan araçlar arasında radyoyu göstermemişlerdir. Bunun nedeni, radyoların haber verme, eğitim veya reklam yapma işlevlerinin televizyon ve internet aracılığıyla sağlanması olabilir. Ayrıca, radyoların her evde bulunan ve güncelliğini koruyan bir araç olmaması da radyonun etkili

bir kamuoyu oluşturma aracı olarak görülmemesine neden olduğu düşünülmektedir. Araştırmadan elde edilen veriyle benzer olarak cel (2002) yaptığı çalışmada, radyonun ilginç ve iletişim için uygun bir araç olarak görülmediği sonucuna ulaşmıştır. RTÜK'n (2013) yaptığı bir araştırma sonucunda ise, öğrenciler arasında radyonun %12 oranında önemli bulunduğu ve daha çok lise ğrencilerinin radyoya önem verdikleri sonucuna ulaşılmıştır. İnternet ve televizyon, araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunun kamuoyu oluşturmada en etkili olduğunu düşündükleri medya araçlarıdır. Ayrıca, ğrencilerin sinema ve filmleri etkili bir kamuoyu oluşturma aracı olarak görmelerinin nedeni de yine televizyon ve internetle ilgilidir. Öğrencilerin çok az bir kısmı ise kitapların, gazetelerin ve dergilerin kamuoyu oluşturmada etkili olduğunu ifade etmiştir. Öğrencilerin bu tutumunun disleksi nedeniyle okuma becerisi kazanımında sorun yaşıyor olmaları ile açıklanması mümkündür. Bütün ve Kesten (2014) yaptıkları çalışmada, öğrencilerin yazılı medya araçlarını düzenli olarak takip etmediklerini ortaya çıkarmışlardır. Ayrıca televizyon, bilgisayar, internet gibi teknolojik araçların günlük hayatta daha fazla kullanılıyor olması da yazılı basın araçlarına kıyasla teknolojik araçların kamuoyu oluşturmada daha etkili görülmesine neden olmaktadır. Görmez'in (2014) yaptığı çalışmada, bu araştırma sonucundan farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Bu araştırma sonucu, medya okuryazarlığı dersi almamış öğrencilerin kamuoyu oluşturmada interneti önemli görürken medya okuryazarlık dersi alan öğrencilerin afişi/reklamı önemli gördüklerini göstermektedir. Dolayısıyla, bu araştırmanın sonucu öğrencilerin kamuoyu oluşturmada medya araçlarının kullanılmasını önemli gördüklerini göstermektedir.

Araştırmadan elde edilen bir diğer sonuca göre, öğrenciler reklam ve tanıtım gibi içeriklerin olduğu medya ortamının en önemli amacının bir fikri benimsetmek ve tüketime yönlendirmek olduğunu ifade etmişlerdir. Öğrencilerin reklamlar konusunda farkındalıkları yüksek olmasına rağmen reklamların etkilerine maruz kalmaktadırlar. Bu farkındalıklarında, yakın çevrelerindeki kişileri gözlemlemeleri ve belki de kendilerinin de reklamlardan etkileniyor olmalarının etkili olduğu düşünülebilir. Araştırmadan elde edilen veriyle benzer olarak Semiz (2013) kısa süreli, hareketli ve renkli hazırlandıkları için reklamların özellikle çocukları daha fazla etkilediğini, çocukların dakikalarca ekrandaki görüntüyü takip etmesini sağladığını ve tüketime ar-

zusu oluşturduğunu belirtmiştir. Ayrıca, öğrenciler reklamların tüketimle bağlantılı olarak dikkat çekici müzikler veya cümleler yardımıyla yeni ürünlerin alınması konusunda bir fikri benimsettiğini düşünmektedirler. Gray (2005) ise medyanın, özellikle reklam dünyasında, potansiyel olarak zararlı etkisi olan çok sayıda ileti yaydığını belirtmektedir. Bu durum, araştırma verisiyle bağlantılı olarak öğrencilerin reklamlarla ilgili bilgilere sahip olsalar da reklamlardan etkilendiklerinin bir göstergesidir.

Araştırmadan elde edilen bir diğer sonuca göre, öğrenciler internet ortamında para ile ilgili olan ve kredi kartı numarası isteyen sayfalardan ayrılarak internet ortamında kişisel güvenliği sağlayacaklarını düşünmektedirler. Ancak, bu öğrencilerin internet ortamındaki tehlikeler ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmamaları nedeniyle elektronik postalara ya da mesajlara cevap vermekte sakınca görmedikleri görülmüştür. Bu durum öğrencilerin, internet ortamında çok fazla zaman geçirmeleri ve sosyal medyayı aktif kullanmalarıyla ilgilidir. Akbulut (2013) yaptığı çalışmada, çocukların çevrim içi ortamlarda paylaşılan mesajların kötü niyetli kişilerin tuzağına düşmelerine neden olabileceğini ve sohbet ortamlarında özgürce sohbet etmenin her zaman olumlu sonuçlarının olmayacağını vurgulamıştır. Dolayısıyla, bu araştırmanın sonuçları da benzer şekilde öğrencilerin internette güvenliği sağlama konusunda yeterli bilgi seviyesine sahip olmadıklarını göstermektedir.

Araştırma sonucuna göre, öğrenciler TV programları arasında en fazla dizileri izlediklerini belirtmişlerdir. Tan (2015) yaptığı çalışmada, öğrencilerin takip ettikleri TV programları arasında dizilerin ilk sırada yer aldığı ve dizilerin genellikle aile bireyleriyle beraber izlendiği sonucuna ulaşmıştır. Alver ve Gül (2005) ise yaptıkları çalışmada, öğrencilerin haber ve belgesellere oranla daha çok dizi ve film izlemeyi tercih ettiklerini ortaya çıkarmışlardır. Ayrıca, belgesel ve spor programlarını izlemeyi tercih eden öğrenciler, TV programı seçerken ilk olarak ayrımcılığın olmadığı programların olmasına dikkat ettiklerini belirtmişlerdir. Akademik anlamda akranlarına göre geride kalan disleksili öğrencilerin etiketlenmeye maruz kalmadıkları için bu tarz programları tercih ettikleri düşünülmektedir. Ayrıca, öğrenciler spor programlarının sınıftaki diğer arkadaşlarıyla ortak bir nokta oluşturma için etkili olduğu-

nu düşünmektedirler. Koçak (2011) sekizinci sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersine ilişkin algılarını belirlemeye yönelik çalışmasında öğrencilerin %40.8'inin eğlendirme-eğlence işlevini daha ön planda tuttıklarını ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla, araştırmalar arasındaki farkın öğrencilerin kaynaştırma öğrencisi olma ve olmama durumuna göre değiştiği düşünülmektedir.

Araştırmadan elde edilen sonuca göre, öğrenciler medyanın bilinçsiz kullanımının aile ve arkadaşlarla geçirilen zamanın azalması, sanal ve gerçekliği ayırt edememe ve okul başarısında düşüş olması ile ilgili olduğunu belirtmişlerdir. Özay (2014) yaptığı çalışmada, öğrencilerin televizyon izlemek için ayırdıkları sürenin fazla olması nedeniyle okul başarılarının düştüğü sonucuna ulaşmıştır. Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukopadhyay ve Sherlis (1998) ise, yaptıkları çalışmada benzer bir sonuca ulaşarak on yaş üzerindeki çocukların internet kullanımlarının arttıkça aile ile etkileşimlerinin azaldığını, sosyal çevrenin daraldığını ve yalnızlaşma yaşadıklarını ortaya koymuşlardır. Öğrenciler özellikle televizyon karşısında çok zaman geçirdiklerinde dizilerdeki karakterlerden etkilendiklerini belirtmişlerdir. Medyanın bilinçsiz kullanımının öğrencilerin medyanın olumsuz etkilerine açık bir hâle gelmelerine neden olduğu görülmüştür. Neetu (2010) medyanın zararlarının şiddet içerikli davranışların yaygınlaşması, cinsellikle alakalı içeriklere maruz kalma, hayalî beden imgelerinin teşviki, ilgi çeken etkinliklerle sağlığa zarar veren alışkanlıkların sunumu ve çocukları hedef alan ikna edici reklam içeriklerin olması ile ilgili olduğunu belirtmiştir. Bütün (2010) çalışmasında benzer şekilde öğrencilerin özellikle medyadaki dizilerden etkilendiklerini ve dizilerdeki karakterlerin öğrencilerin karakterlerini ve ilgi alanlarını etkilediğini; Yeşil ve Korkmaz (2008) medya araçlarının çocukların şiddet içeren saldırgan davranışlarda bulunmalarına, bilinçsiz birer tüketici olmalarına, yanlış kişileri örnek almalarına neden olabildiğini; Erjem ve Çağlayandereli (2006) ise, öğrencilerin %72'sinin dizilerdeki karakterleri kendilerine örnek aldıklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla bu araştırmanın sonuçları da sekizinci sınıfa devam eden disleksili öğrencilerin medya ve medya araçlarının olumsuz etkilerinden kendilerini koruyamadıklarını ortaya koymuştur.

Sonuç ve Öneriler

Bu bölümde, araştırmadan ortaya çıkan sonuçlara ve sonuçlara göre geliştirilen önerilere yer verilmiştir.

Sonuç

Bu bölümde araştırmadan elde edilen sonuçlara yer verilmiştir.

1) Araştırmadan elde edilen sonuca göre, öğrenciler kamuoyu oluşturmada internet ve televizyonun oldukça etkili olduğunu düşünmektedirler. Bununla birlikte, öğrencilerin kamuoyu oluşturmada yazılı medya araçlarını daha az etkili gördükleri ve radyoyu etkili bir araç olarak görmedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

2) Öğrencilerin, reklam ve tanıtım içeriklerinin kullanım amaçları konusunda bilgili oldukları araştırmadan elde edilen sonuçlardan biridir. Ancak, öğrencilerin teorik olarak gerekli bilgilere sahip olmalarına rağmen reklamların etkisinden kendilerini koruyamadıkları ve özellikle tüketicilik açısından olumsuz etkilendikleri ortaya çıkmıştır.

3) Araştırmadan elde edilen bir diğer sonuca göre, öğrencilerin internet kullanırken kişisel bilgileri saklama bilincine sahip oldukları ve para, kredi kartı numarası isteyen sitelere girmedikleri ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin kişisel güvenliğin yalnızca para ile bağlantılı olduğunu düşündükleri ve sosyal medya araçlarını kullanırken yabancı kişilerle konuşmakta herhangi bir sakınca görmedikleri görülmüştür.

4) Öğrencilerin en çok dizi türünde TV programlarını izledikleri görülmüştür. Program seçimlerinde daha çok ailelerin etkili olduğu, öğrencilerin kendi yaş gruplarına uygun programları izlemedikleri ve izledikleri dizilerdeki karakterlere özenmeleri araştırmadan elde edilen bulgulardan biridir. Bu durum, öğrencilerin televizyonun olumsuz etkilerinden kendilerini koruyamadıklarının bir göstergesidir. Bununla birlikte, belgesel ve spor programlarını izlemeyi tercih eden öğrencilerin bu tarz programlarda ayrımcılığın olmadığını belirtmeleri önemli bir bulgudur.

5) Araştırmadan elde edilen sonuca göre, öğrencilerin medyanın bilinçsiz kullanımını ve olumsuz etkileri arasında aile ve arkadaşlarla iletişim kurma düzeyinin azalmasını, okul başarısının düşmesini ve zararlı maddelere özendiriciliğin artmasını gösterdikleri görülmüştür. Ancak, öğrencilerin bu olumsuzlukları bilmelerine rağmen medya araçlarını kullanırken gerekli özeni göstermedikleri bu araştırma bulgularından ortaya çıkmıştır.

6) Bu araştırmanın sonuçlarından biri de öğrencilerin medya okuryazarlık bilinç düzeylerinin düşük olduğudur.

Öneriler

Bu bölümde, araştırmadan ortaya çıkan sonuçlara göre geliştirilen önerilere yer verilmiştir.

1) Disleksili öğrencilerin medya okuryazarlık bilinç düzeylerinin üst seviyelerde olması için ilköğretimden itibaren medya okuryazarlık dersine müfredatta yer verilmelidir.

2) TV programları ve içerikleri daha çok ev ortamında çocukların karşısına çıkacağından ailelere medya okuryazarlığı becerisini kazandırmaya yönelik seminerler verilerek bilinç düzeylerinin artırılması sağlanmalıdır.

3) Öğrencilerin okul sonrasında televizyon izleme ve interneti kullanma için ayırdıkları zaman diliminin çok olması nedeniyle, bu öğrencilerin gün içinde televizyon izlemeye ve internet kullanmaya ne kadar zaman ayırmaları gerektiği konusunda aileler bilinçlendirilmelidir.

4) Okulda ve evde yazılı medya araçlarını kullanmanın önemine daha çok yer verilmelidir.

5) Ailelerin ve öğretmenlerin iş birliği ile öğrenciler internette güvenliği sağlama yolları konusunda bilgilendirilmelidir.

İleri Çalışmalar İçin Öneriler

Bu bölümde, ileri çalışmalara yönelik önerilere yer verilmiştir.

1) Bu çalışma sekizinci sınıfa devam eden disleksili öğrencilerle yürütülmüştür. İleriki çalışmalarda kaynaştırma öğrencisi olan ve farklı sınıflarda eğitim alan öğrencilerin görüşleri alınarak bu çalışma tekrarlanabilir.

2) Öğretmenlerin ve ailelerin de yer aldığı daha kapsamlı bir araştırma yapılabilir.

Kaynakça

- Adams, D. & Hamm, M. (2001). *Literacy in a multimedia age*. MA: Christopher-Gordon Publisher.
- Akbulut, Y. (2013). Çocuk ve ergenlerde bilgisayar ve internet kullanımının gelişimsel sonuçları. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3 (2), 53-68.
- Alver, F. & Gül, A. (2005). *Çocukların medya kullanımı*. 2. Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi: İletişimin Çocuğa Etkisi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Buckingham, D. (2007). Media education goes digital: an introduction. *Learning, Media and Technology*, 32 (2), 111-119.
- Bütün, E. (2010). *Türkiye’de medya okuryazarlığı dersine ilişkin öğretmen, öğrenci ve veli görüşleri (Samsun ili örneği)*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.
- Bütün, E. & Kesten, A. (2014). Medya ve okuryazarlığı dersi hakkında öğretmen ve öğrenci görüşleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 43-63.
- Büyüköztürk, S., Çakmak, E. K., Akgün, O. E., Karadeniz, S. & Demirel, F. (2015). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Ekiz, D., Erdoğan, T. & Uzuner, G. F. (2015). Okuma güçlüğü olan bir öğrencinin okuma becerisinin geliştirilmesine yönelik bir aksiyon araştırması. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11 (2), 57-65.
- Erjem, Y. & Çağlayandereli, M. (2006). Televizyon ve gençlik: yerli dizilerin model alma davranışı üzerindeki etkisi. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 30 (1), 15–30.
- Görmez, E. (2014). Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 137-157.
- Görmez, E. (2015). Etkili medya okuryazarlığı eğitimi ve uygulamalarından örnekler. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4,1.
- Gray, J. (2005). Television teaching: parody, the simpsons, and media literacy education. *Critical Studies in Media Communication*, 22 (3), 223-238.

- Karasar, N. (1998). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Krafnick, J. A., Flowers, L. D., Napoliello, M. E. & Eden, F. G. (2011). Gray matter volume changes following reading intervention in dyslexic children. *NeuroImage*, 57, 733-741.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T. & Sherlis, W. (1998). Internet paradox: a social technology that reduces social involvement and psychological well-being. *American Psychologist*, 53 (9), 1017-1031.
- Koçak, B. (2011). *İlköğretim yedinci ve sekizinci sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersine ilişkin algıları*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Maglic, M. (2007). Media education in english language teaching: not our job?. *Novitas- ROYAL*, 1 (1), 1-9.
- Neuman, L. W. (2007). *Basic of social research qualitative and quantitative research*. Boston: Pearson Education, Inc.
- Oflaz, T. (2016). *Medya okuryazarlığı dersi kapsamında öğrencilerin medyaya bakış açılarının değerlendirilmesi: Denizli il örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Öcel, N. (2002). *İletişim ve çocuk: iletişim ortamlarında çocuk ve reklam etkileşimi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Potter, J. W. (2005). *Media literacy (third edition)*. Thousand Oaks: California: Sage Publications.
- Potter, J. W. (2010). The state of media literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54 (4), 675-696.
- RTÜK (2007). *İlköğretim medya okuryazarlığı dersi öğretim programı ve kılavuzu*. www.medyakuryazarligi.org.tr adresinden erişildi.
- RTÜK (2013). *Türkiye’de çocukların medya kullanım alışkanlıkları araştırması*. <http://www.rtuk.org.tr> adresinden erişildi.
- Saçan, S. & Adıbelli, D. (2016). Üniversite öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin bazı faktörler ile ilişkisi. *Global Media Journal Edition*, 6, 12.
- Sarı, H. (2014). *Kaynaştırmada ilkokul öğrencilerinin karşılaştıkları güçlükler ve çözüm önerileri*. Yayınlanmamış Konferans. Necmettin Erbakan Üniversitesi 3 Aralık 2015. Erol Güngör Konferans Salonu.

- Scheibe, C. (2009). Sound great, but I don't have time helping teachers meet their goals and needs with media literacy education. *Journal of Media Literacy Education*, 1, 68-71.
- Semali, L. (2003). Ways with visual languages: making the case for critical media literacy. *The Clearing House: A Journal of Educational Strategies, Issues and Ideas*, 76 (6), 271-277.
- Semiz, L. (2013). *Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı yeterlikleri ve medya okuryazarlığı dersini yürüten öğretmenlerin karşılaştıkları sorunlar*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Rize.
- Strommen, L.T. & Mates, B. F. (2004). Learning to love reading: interviews with older and teens. *Journal of Adolescent and Adult Literacy*, 48 (3), 188-200.
- Tisdell, J. E. & Thompson, M. P. (2007). Seeing from a different angle: the role of pop culture in teaching for diversity and critical media literacy in adult education. *International Journal of Lifelong Education*, 26 (6), 651-673.
- Torres, M. & Mercado, M. (2010). The need for critical media literacy in teacher education core curricula. *Educational Studies*, 39 (3), 260-282.
- Yeşil, R. & Korkmaz, Ö. (2008). Öğretmen adaylarının televizyon bağımlılıkları, okuryazarlık düzeyleri ve eğitselliğine ilişkin düşünceleri. *Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, 26, 55-72.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.