

ARAŞTIRMA MAKALESİ/RESEARCH ARTICLE

Medya okuryazarlığı ve dil*

Media literacy and language

Nilay Köleoğlu 

Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye, e-mail: nkoleoglu@comu.edu.tr

Öz

Okuryazarlığın yüksek olduğu bilinen toplumlarda bile yüksek düzeyde medya okuryazarlığının olmadığı görülmektedir. Burada pek çok sebebin olmasının yanı sıra dilin de etkisi olduğu kaçınılmazdır. Bu araştırmanın amacı, medya okuryazarlığında dilin etkisini ortaya koymaktır. Sanal ortamlarda medya okuryazarlığı günden güne artarken dil konusu da önem kazanmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerindeki hızlı değişim sayesinde medya okuryazarlığı da dijital bir role sahip olmuştur. İnternet ortamındaki dilin İngilizce olması, anadili İngilizce olmayan toplumlarda bir takım zorlukları beraberinde getirdiği düşünülmektedir. Bu çalışmada bulanık kümeleme analizi kullanılarak medya okuryazarlığında dilin etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Bulanık Kümeleme Analizi, Medya Okuryazarlığı, Dil, İletişim

Abstract

It is seen that there is not a high level of media literacy even in societies with known high literacy. It is inevitable that there are many reasons here, as well as the effect of language. The aim of this research is to reveal the effect of language on media literacy. While media literacy is increasing day by day in virtual environments, the language issue is gaining importance. Thanks to the rapid change in new communication technologies, media literacy has also had a digital role. The fact that the language on the Internet is English is thought to bring some difficulties in societies whose mother tongue is not English. In this study, the effect of language on media literacy was tried to be revealed by using fuzzy clustering analysis.

Keywords: Fuzzy Cluster Analysis, Media Literacy, Language, Communication

* "5. Uluslararası Farkındalık Konferansı: Dil ve farkındalık" Konferansında sunulmuştur.

Citation/Atıf: KÖLEOĞLU, N. (2022). Medya okuryazarlığı ve dil. *Journal of Awareness*. 7(4): 163-168, DOI: 10.26809/joa.7.4.04

Corresponding Author/ Sorumlu Yazar:
Nilay Köleoğlu
E-mail: nkoleoglu@comu.edu.tr



Bu çalışma, Creative Commons Atıf 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

1. GİRİŞ

Bilgi, hayal edilemeyecek kadar büyük miktarlarda ve çeşitliliktedir. Bu özelliğinin yanı sıra, birden fazla medya aracılığıyla elde edilebilir ve belirsiz niteliktedir. Bilinen bu çok yönlülüğü sorun halinden çıkarmanın tek yolu ise, daha fazla dijital araç kullanmaktır. Günümüz de teknoloji kullanımı bu süreç için bir araçtır. Nasıl bir yol izlenileceği konusunda ise belirleyici değildir. Bu koşullarda yapılması gereken; farklı okuryazarlıkları kullanarak bir anlayış tarzı oluşturarak, anlamlı eylem yolları bulunması gerektiğidir.

Günümüzde medyanın hızlı bir şekilde tüketildiği görülmektedir. Toplum medya tarafından doyurulmuştur. Medya toplumun algılarını, inançlarını ve tutumlarını derinden etkilemektedir. Görsel iletişim ve bilginin önemi de giderek artmaktadır. Tüm bu gelişmeler sonucunda, toplumdaki bilginin etkin kullanımı ve yaşam boyu öğrenme ihtiyacı, giderek daha fazla önem kazanmaktadır (Koltay, 2011)

Önyarguların ve medya çarpıklıklarının düşük medya okuryazarlığı ve uygulamasının olası bir nedeni olarak düşünüldüğünden, sosyal temsiller konusunda farkındalığın teşvik edilmesi gerekmektedir (Tommasi vd, 2021).

Medya okuryazarlığı terimi birçok insan için pek çok şey ifade etmektedir. Geleneksel olarak bakıldığında, saygın edebiyat eserlerini analiz etme ve takdir etmeyle beraber etkili bir şekilde iletişim kurma becerisini kapsamaktadır (Brown, 1998). Eleştirel medya okuryazarlığı ise, dijital araç ve platformların politikalarına dahil olmalıdır (Lyiscott, vd., 2021). Çalışmada bulanık kümeleme analizi yapılarak medya okuryazarlığında dilin etkisini ortaya konulması amaçlanmıştır.

2. MEDYA OKURYAZARLIĞI

Medya okuryazarlığı ile ilgili pek çok tanımlama mevcuttur. Medya okuryazarlığı, belli bir amaca yönelik olarak kullanılan araç veya sunumdan bağımsız bir şekilde bilginin ustaca toplanması, yorumlanması, test edilmesi ve uygulanması olarak tanımlanabilir (Potter, 2010). Yine başka bir tanımda Medya okuryazarlığı, insanların so-

fistike tüketicilerden ziyade sofistike vatandaşlar olmalarına yardımcı olmak olarak belirtilmiştir (Lewis ve Jhally, 1998).

Adams ve Hamm (2001) Medya okuryazarlığını; reklam, film, televizyon ve dijital medyada yer alan görsel olarak ve sözlü sembollerin bireysel şekilde anlamlı hale getirebilme durumu olarak tanımlamıştır.

Başka bir tanımda medya okuryazarlığı, sosyal medyanın eleştirel değerlendirmesinde gerekli olan teknolojik, bilişsel, sosyal ve etik becerilerin bir kombinasyonu olarak ifade edilmiştir (Manca vd., 2021).

Günümüzde teknoloji, artan şekildeki bir hızla ekonomik büyümenin en önemli girdilerinden biri olarak kabul görmektedir (İnançlı ve Çabaş, 2017). İletişim teknolojilerinde artan bir ivmeyle görülen gelişmeler neticesinde, hayatın neredeyse tüm alanında ve tüm yaş gruplarında ulaşılmasının ne kadar kolay olduğu göz önüne alındığında, iletişimin etki gücü artmakta ve etki alanları da sürekliliğini korumaktadır. İşitsel ve görsel mecraların her koşulda ulaşılabilmesine imkan tanıdığı günümüzün iletişim teknolojilerinde medya okuryazarlığı kavramı da; politik, ekonomik ve kültürel olarak farklı alanlarda, kişiler ve toplumlar üzerinde etkili olduğu söylenebilmektedir (Çağlak vd., 2021).

3. YÖNTEM

Araştırmanın verileri, Türkiye İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması (Türkiye İBBS) verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur. Analize dahil edilen veriler TÜİK veri tabanından elde edilmiştir. Türkiye İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması (Türkiye İBBS) düzey 2 kapsamında yer alan 26 bölgenin 2020 yılına ilişkin medya istatistikleri kullanılarak bulanık kümeleme analizi yapılmıştır. Bulanık kümeleme analizi çok değişkenli analiz yöntemlerinden birisidir ve istatistiksel çalışmalarda kullanılmaktadır. Analizinin genel amacı, benzerliklerine göre verileri gruplamak ve araştırmacıya bilgileri özet olarak sunmasıdır (Çelik, 2013). Küme kendi içindeki homojenlik ve kümelerin kendi arasındaki heterojenliğin yüksek olması kümeleme analizinin genel bir özelliğidir Fakat bulanık kümeleme analizinde, bir küme değerinin herhangi bir kü-

meye eleman olarak zorlanması söz konusu değildir. Yalnızca küme üyeliği olarak bilinen bir olasılık değeriyle kümeye aitlik incelenmektedir (Kandemir, 2018). Başka bir deyişle, bulanık kümeleme analizi çoklu küme üyeliğine müsaade eden bir yöntemken, kesin olarak belirlenen kü-

melenme sayesinde, bilinen kümeleme yöntemleri farklı sınıflara atanmayı uygun görmemektedir (İrteş Gülşen ve Köleoğlu, 2017). Kümeleme analizinin kullanımında kolaylık sağlayan bir özelliği, doğrusallık, eş varyans ve normallik varsayımlarını önemsememesidir (Çelik vd.,

Tablo 1. Modelde Yer Alan İller

1 (Adana, Mersin-TR62), 2 (Ankara-TR51), 3 (Antalya, Isparta), 4 (Aydın, Denizli), 5 (Ağrı, Kars, Iğdır), 6 (Balıkesir, Çanakkale), 7 (Bursa, Eskişehir), 8 (Erzurum, Erzincan), 9 (Gaziantep, Adıyaman), 10 (Hatay, Kahramanmaraş), 11 (Kastamonu, Çankırı), 12 (Kayseri, Sivas), 13 (Kocaeli, Sakarya), 14 (Konya, Karaman), 15 (Kırıkkale, Aksa), 16 (Malatya, Elazığ), 17 (Manisa, Afyonkarahisar), 18 (Mardin, Batman), 19 (Samsun, Tokat), 20 (Tekirdağ, Edirne), 21 (Trabzon, Ordu), 22 (Van, Muş, Bitlis), 23 (Zonguldak, Karabük), 24 (İstanbul-TR10), 25 (İzmir-TR31), 26 (Şanlıurfa, Diyarbakır)

Tablo 2. Modelde Yer Alan Değişkenler

X1	İnternet Yayını Türkçe Dilinde Dergilerin Ziyaretçi Sayısı
X2	İnternet Yayını Yabancı Dilde Dergilerin Ziyaretçi Sayısı
X3	Türkçe Dergi Yayın Sayısı
X4	Yabancı Dilde Dergi Yayın Sayısı
X5	Türkçe Gazete Yayın Sayısı
X6	Yabancı Dilde Gazete Yayın Sayısı

Tablo 3. Bulanık Kümeleme Analizi Sonuçları

Küme Sayısı	Ortalama Uzaklık	SC	F(U)	Fc(U)	D(U)	Dc(U)
2	5,990615	0,183863	0,5100	0,0199	0,3926	0,7852
3	3,992132	0,237216	0,3665	0,0497	0,4687	0,7031
4	2,973527	0,240596	0,3284	0,1046	0,4687	0,6250
5	2,361669	-1,000000	0,2734	0,0917	0,5626	0,7032

Tablo 4. k = 4 için Bulanık c-ortalamar Yöntemine Göre Kümeleme

Küme Numarası	Kümelerdeki Bölge Sayısı	Küme elemanları
1	8	17 (Manisa, Afyonkarahisar), 3 (Antalya, Isparta), 4 (Aydın, Denizli), 10 (Hatay, Kahramanmaraş), 20 (Tekirdağ, Edirne), 13 (Kocaeli, Sakarya), 21 (Trabzon, Ordu), 6 (Balıkesir, Çanakkale)
2	10	5 (Ağrı, Kars, Iğdır), 11 (Kastamonu, Çankırı), 18 (Mardin, Batman), 15 (Kırıkkale, Aksa), 22 (Van, Muş, Bitlis), 8 (Erzurum, Erzincan), 19 (Samsun, Tokat), 9 (Gaziantep, Adıyaman), 14 (Konya, Karaman), 26 (Şanlıurfa, Diyarbakır)
3	4	7 (Bursa, Eskişehir), 12 (Kayseri, Sivas), 23 (Zonguldak, Karabük), 2 (Ankara-TR51)
4	4	25 (İzmir-TR31), 1 (Adana, Mersin-TR62), 24 (İstanbul-TR10), 16 (Malatya, Elazığ)

2018). fazla dikkate alınmamaktadır. Bazen gözlem değerleri kümelerin hepsinde aynı sayıda olabilir. Eşit üyeliklerin var olduğu durumda,

kümelenme sürecinin bulanıklığı düşünülmektedir (İrteş Gülşen, 2019). Tablo 1' de (Türkiye İBBS) düzey (2) illeri sunulmuştur.

Tablo 5. Bölgelerin Kümelere Ait Olma Olasılıkları

Şehirler	Kümelere	1. Kümede olma Olasılığı	2. Kümede olma Olasılığı	3. Kümede olma Olasılığı	4. Kümede olma Olasılığı
1 Adana, Mersin-TR62	4	0,2209	0,1801	0,2182	0,3808
2 Ankara-TR51	3	0,2499	0,2361	0,2618**	0,2522**
3 Antalya, Isparta	1	0,4630	0,1707	0,3082	0,0581
4 Aydın, Denizli,	1	0,4593	0,1623	0,2849	0,0935
5 Ağrı, Kars, Iğdır	2	0,1383	0,6157	0,1913	0,0548
6 Balıkesir, Çanakkale	1	0,3863	0,2221	0,3320	0,0595
7 Bursa, Eskişehir	3	0,2741	0,2430	0,4177	0,0653
8 Erzurum, Erzincan	2	0,1837	0,4844	0,2407	0,0912
9 Gaziantep, Adıyaman	2	0,2058	0,3796	0,3520	0,0626
10 Hatay, Kahraman	1	0,4498	0,1683	0,2833	0,0986
11 Kastamonu, Çankırı	2	0,1413	0,6064	0,1947	0,0575
12 Kayseri, Sivas	3	0,2482	0,2780	0,3933	0,0805
13 Kocaeli, Sakarya	1	0,4273	0,1773	0,3019	0,0935
14 Konya, Karaman	2	0,2207	0,3516**	0,3512**	0,0765
15 Kırıkkale, Aksa	2	0,1418	0,5908	0,2196	0,0478
16 Malatya, Elazığ	4	0,2284	0,2237	0,2352	0,3126
17 Manisa, Afyonkarahisar	1	0,4852	0,1609	0,2903	0,0636
18 Mardin, Batman,	2	0,1455	0,6058	0,2037	0,0450
19 Samsun, Tokat	2	0,2377	0,3989	0,3104	0,0531
20 Tekirdağ, Edirne	1	0,4289	0,1631	0,3273	0,0807
21 Trabzon, Ordu	1	0,4129	0,1697	0,3073	0,1102
22 Van, Muş, Bitlis	2	0,1594	0,5727	0,2221	0,0458
23 Zonguldak, Karabük	3	0,3115	0,2174	0,3847	0,0864
24 İstanbul-TR10	4	0,2279	0,2137	0,2286	0,3299
25 İzmir-TR31	4	0,1677	0,1480	0,1735	0,5109
26 Şanlıurfa, Diyarbakır	2	0,2567	0,3000	0,2892	0,1542

TUİK veri tabanından medya okuryazarlığına ilişkin 6 değişken belirlenmiştir. Tablo 2 de Modelde yer alan değişkenler **görülme**tedir.

4. BULGULAR

Yapılan çalışmaya ait, bulanık kümeleme analizine ilişkin sonuçları içeren tablolar aşağıda görülmektedir.

Tablo 3' de Fc(U) değerinin en büyük, Dc(U) değerinin ise en küçük olduğu küme sayısı, en uygun küme sayısını göstermektedir. Ayrıca en büyük Siloutte (SC) değerine sahip küme sayısı uygun küme sayısını göstermektedir. Tüm bu değerlerin sağlandığı küme sayısının 4 olduğu görülmektedir. Tablo 4' de bulanık c-ortalamalar yöntemine göre kümeleme sonuçları görülmektedir.

Tablo 4' incelendiğinde birinci kümede 8 bölge, 2. Kümede 10 bölge, 3 ve 4. kümelerde ise 4 bölge görülmektedir.

Tablo 5 incelendiğinde bazı bölgelerin tek kümede yer almadığı bu yüzden bulanıklık oluşturduğu görülmektedir. Konya-Karaman bölgesinin 2. Kümede yer alması mümkün iken, 3. kümede yer alma olasılığı da oldukça yakın bir değer almıştır. Bir diğer bulanık oluşum Ankara Tr 51 bölgesinde de görülmektedir. Ankara Tr 51 bölgesi hem 3 hem de 4. Kümede yer alabilmektedir.

5. DEĞERLENDİRME

Dil medya okuryazarlığında çok önemli bir faktör olarak karşımız çıkmaktadır. Türkiye İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması (Türkiye İBBS) düzey 2 kapsamında yer alan 26 bölge medya okuryazarlığı istatistiklerine göre kümeleme yapılmıştır. Bulanık kümeleme analizi sonuçlarına göre Ankara Tr 51 ve Konya – Karaman bölgesinin 2 kümede birden yer aldığı görülmektedir. Ankara Tr 51 bölgesi, 7 (Bursa, Eskişehir), 12 (Kayseri, Sivas), 23 (Zonguldak, Karabük) bölgelerinin yer aldığı 3. Kümede yer alırken aynı zamanda, 25 (İzmir-TR31), 1 (Adana, Mersin-TR62), 24 (İstanbul-TR10), 16 (Malatya, Elazığ) bölgelerinin yer aldığı 4. Kümede de yer almaktadır. Bu durum yabancı dilin daha yüksek oranlarda görüldüğü 4. Bölgede de yer

alması dil bilinirliğinin önemini vurgulamaktadır. Aynı şekilde Konya-Karaman bölgesinde bölgesel farklılığın dikkat çektiği 2 grup ile dil bilinirliğinin daha fazla olduğu 3. Grup arasında bulanık bir kimliğe sahip olmuştur.

Teknolojide yaşanan gelişmeler iletişim ve karşılıklı etkileşimde de kendini göstermiştir. Bu gelişmelerin kültürel değerleri ve temel taşı olan “dili” etkilememesi gerekmektedir. Anadili kaybetmeye başlayan toplumların değerlerini de kaybetmeye başlaması söz konusu olabilir. Günümüz savaşları, cephelerde toplu tüfekli savaşlardan çok, gelişmişlik ve özgürlük olarak ifade edilen her türlü kültürel yozlaşmalarla olmaktadır. Günlük olarak takip ettiğimiz televizyon kanalları, aracımızda çalan radyo, gazete ve hayatımızın önemli bir anlamı haline gelen internet artık bir savaş cephesi gibi karşımızda durmaktadır. Sığınılacak tek kale olan “anadil” i kaybederseniz, savaşı da kaybedersiniz (Çağlak, 2003). Sonuç olarak, sahip olduğumuz kültürü gelecek nesillere aktarılmasında, Türkçe dilini doğru kullanmayı öğrenmemiz ve medya okuryazarlığında daha önemli aşamalar kaydetmemiz gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- ADAMS, D., & HAMM, M. (2001). Literacy In A Multimedia Age. Norwood, MA: Christopher-Gordon Publishers.
- BROWN, J. A. (1998). Media Literacy Perspectives. *Journal Of Communication*, 48(1), 44-57.
- ÇAĞLAK, E. (2003). Kitle İletişim Araçlarında Türkçenin Yanlış Kullanımı. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*, 4, 117-125.
- ÇAĞLAK, E., ÇELİK, T. S., & BAĞLAMA, M. Ç. (2021). Medyanın Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Siyasi Düşünce ve Tutumlarına Yönelik Etkisi: *Çanakkale İli Örneği. Kültür Araştırmaları Dergisi*, (11), 148-164.
- ÇELİK, Ş., ŞENGÜL, T., ŞENGÜL, Ö., & HAKAN, İ. N. C. İ. (2018). Türkiye’de İllere Göre Hayvansal Ve Bitkisel Ürünlerin Kümeleme Analizi İle İncelenmesi. *Journal Of Awareness*, 3(5), 385-398.

- ÇELİK, Ş. (2013). Kümeleme Analizi İle Sağlık Göstergelerine Göre Türkiye'deki İllerin Sınıflandırılması. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 14(2), 175-194
- İRTEŞ GÜLŞEN, M., KÖLEOĞLU, N. (2018). Türkiye Ve Ortadoğu Ülkelerinde Vergilemede Gönüllü Uyum İlişkin Göstergelerin Bulanık Kümeleme Analizi İle Değerlendirilmesi. Geçmiş Ve Gelecek Bağlamında Orta Doğu, *Institut Za GEOGRAFIJU*, Podgorice, September, 283-299.
- İRTEŞ GÜLŞEN, M. (2019). Türkiye Ve OECD Ülkelerinin Vergi Ödeme Sürelerinin Bulanık Kümeleme Analizi İle Modellenmesi. *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8 (1), 447-471. DOI: 10.15869/İtobiad.497310.
- İNANÇLI, S., & ÇABAŞ, M. (2017). Türkiye'de Teknoloji Transferinin Ekonomik Büyüme Üzerine Etkileri. In Proceedings Of 2 Nd International Conference On Scientific Cooperation For The Future İn The Economics And Administrative Sciences, Thessaloniki, 6th-8th September, 37-43.
- KANDEMİR, A. Ş. (2018). Bulanık Kümeleme Analizi İle Türkiye'deki İllerin Konaklama İstatistiklerine Göre Sınıflandırılması. *Seyahat Ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(3), 657-668.
- KOLTAY, T. (2011). The Media And The Literacies: Media Literacy, Information Literacy, Digital Literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211-221.
- LEWIS, J., & JHALLY, S. (1998). The Struggle Over Media Literacy. *Journal Of Communication*, 48(1), 109-120.
- LYISCOTT, J., MİRRA, N., & GARCÍA, A. (2021). Critical Media Literacy And Popular Culture İn ELA Classrooms. A Policy Research Brief. National Council Of Teachers of English.
- MANCA, S., BOCCONİ, S., & GLEASON, B. (2021). "Think Globally, Act Locally": A Glocal Approach To The Development Of Social Media Literacy. *Computers & Education*, 160, 104025.
- POTTER, W. J. (2010). *Media Literacy*, 5th Ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- TOMMASI, F., CESCHI, A., SARTORI, R., GOSTİMİR, M., PASSAIA, G., GENERO, S., & BELOTTO, S. (2021). Enhancing Critical Thinking And Media Literacy İn The Context Of IVET: A Systematic Scoping Review. *European Journal of Training and Development*.