

**TÜRKİYE'DE MEDYA OKURYAZARLIĞI**  
**ve ÖĞRETİM MATERYALLERİ**  
**-2014 YILI MEDYA OKURYAZARLIĞI**  
**MATERYALİNİN İNCELENMESİ-**

**Kübra ÖZDEMİR**

**(Yüksek Lisans Tezi)**

**Eskişehir, 2015**

**TÜRKİYE'DE MEDYA OKURYAZARLIĞI VE ÖĞRETİM MATERYALLERİ  
-2014 YILI MEDYA OKURYAZARLIĞI MATERYALİNİN İNCELENMESİ-**

**Kübra ÖZDEMİR**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı**

**Danışman: Prof. Dr. E. Nezh ORHON**

**Eskişehir**

**Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**Eylül, 2015**

## JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Kübra ÖZDEMİR'in "Türkiye'de Medya Okuryazarlığı ve Öğretim Materyalleri-2014 Yılı Medya Okuryazarlığı Materyalinin İncelenmesi" başlıklı tezi 07 Eylül 2015 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca toplanan Sinema ve Televizyon Anabilim Dalında, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Prof.Dr.E.Nezih ORHON

Üye : Yrd.Doç.Dr.Sibel ÇELİK NORMAN

Üye : Yrd.Doç.Dr.Murat Ertan DOĞAN

Prof.Dr.Kemal YILDIRIM  
Anadolu Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

## Yüksek Lisans Tez Özü

# TÜRKİYE'DE MEDYA OKURYAZARLIĞI VE ÖĞRETİM MATERYALLERİ -2014 YILI MEDYA OKURYAZARLIĞI MATERYALİNİN İNCELENMESİ-

Kübra ÖZDEMİR

Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eylül 2015

Danışman: Prof. Dr. E. Nezh ORHON

20. yüzyılda başlayan ve halen devam eden, kitle iletişim araçları ve bireysel kullanılan iletişim araçlarındaki değişimler ve gelişmeler söz konusu bu araçların kullanımını yaygınlaştırmıştır. İletişim teknolojilerindeki bu değişim ve gelişimler içerik sorununu da beraberinde getirmiştir. Bu durum “enformasyon” bolluğuna yol açmıştır. Böyle bir ortam, bireyin gerekli enformasyona ulaşarak, bilgi sahibi olabilmesi sorununu beraberinde getirmiştir. Medya, ürünlerinin talep görmesi ve daha çok alıcıya ulaşması için kendine özgü yöntemlerle izleyicisini etkilemeye çalışır. Bu durumda bireyin içinde bulunduğu medya ortamında maruz kaldığı medya mesajlarının farkında olması gerekmektedir. Söz konusu bu farkındalığın oluşmasını ise bireyin “medya okuryazarı” olması ile sağlanabilir. Medya okuryazarlığı gelişmiş ülkelerin birçoğunda resmi izlencede zorunlu ders olarak okutulmaktadır. Türkiye’de Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)’nin 2004 yılında ortaya koyduğu öneri ile medya okuryazarlığı dersi 2006 yılından itibaren Milli Eğitim Bakanlığı’nın onayı ile ortaöğretim okullarında seçmeli ders olarak verilmeye başlanmıştır. Bu çalışmada Dünya’da ve Türkiye’de medya okuryazarlığının durumu alan yazın taraması yapılarak incelenmiştir. Doküman incelemesi yöntemiyle 2014 yılında basılan “Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali (2014)”nin tekil taraması yapılarak içeriği analiz edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** İletişim Teknolojileri, Okuryazarlık, Medya Okuryazarlığı, Dünya, Türkiye, Öğretim Materyali

## **Abstract**

### **MEDIA LITERACY AND TEACHING MATERIAL IN TURKEY**

#### **- ANALYSIS OF 2014 YEAR MEDIA LITERACY MATERIAL-**

**Kübra ÖZDEMİR**

**Department of Cinema and Television**

**Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, September 2015**

**Adviser: Prof. Dr. E. Nezh ORHON**

Changes and improvements of mass media and means of individual use which initiated in 20.century and have still been ongoing have popularized the use of them. These changes and improvements in the communication technologies have accompanied the problem of content and caused the abundance of information. Such a situation has revealed the problem of access to the true information of the individuals. The media struggle for increasing the demand of its products and making them reach to more and more receivers with their unique methods. In this situation, one should be aware of the media messages to which they are exposed in the media. Developing such an awareness is provided with the individual's being "media literate". Media literacy is included into the curricula in most of the developed countries. Media literacy has been offered as a selective course in secondary education schools since 2006 upon the proposal of Radio and Television High Council in 2004, with the approval of Turkish Ministry of National Education in Turkey. In this study, status of media literacy in the world and Turkey is analyzed with literature search. The content of "Media Literacy Teaching Material" published in 2014 is analyzed by the document analysis method with single screening model.

**Key Words:** Communication Technologies, Literacy, Media Literacy, World, Turkey, Teaching Material.

## Etik İlke ve Kurallara Uygunluk Beyannamesi

Bu tez çalışmasının bana ilişkin, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumunda bilimsel etik ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilmeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve hiç bir şekilde intihal içermediğini beyan ederim.

Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

03/09/2015

Kübra Özdemir

## İçindekiler

	<u>Sayfa</u>
Jüri ve Enstitü Onayı.....	ii
Yüksek Lisans Tez Özü .....	iii
Abstract .....	iv
Etik İlke ve Kurallara Uygunluk Beyannamesi .....	v
Özgeçmiş .....	vi
Tablolar Listesi .....	ix
Fotoğraflar Listesi .....	x
Kısaltmalar Listesi .....	xi
1. Giriş.....	1
1.1. Problem .....	1
1.2. Amaç .....	5
1.3. Önem .....	6
1.4. Sınırlıklar.....	7
1.5. Varsayımlar .....	7
1.6. Tanımlar.....	7
2. Yöntem.....	9
2.1. Araştırma Modeli .....	9
2.2. Araştırma Evreni.....	10
2.3. Araştırmanın Örneklemi .....	10
2.4. Verilerin Toplanması .....	10
2.5. Verilerin Analizi.....	11
3. İlgili Alan Yazın.....	13
4. Bulgular ve Yorum .....	34
4.1. Dünya’da Medya Okuryazarlığı Eğitimine Yönelik Süreç ve Çalışmalar Nelerdir?.....	34
4.2. Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Eğitimine Yönelik Süreç ve Çalışmalar Nelerdir?.....	51

4.3. Dünya’da ve Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Eğitim Programlarının ve Materyallerinin Benzerlik ve Farklılıkları ile Özellikleri Nelerdir? .....	63
4.4. Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Materyallerinin Geliştirilmesi Sürecinde Üretilmiş Materyallerin Özellikleri Nelerdir?.....	65
4.5. Türkiye’de 2014 Yılında Yenilenen Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyalinin Temel Bileşenleri ve Özellikleri Nelerdir? .....	68
4.5.1. Eğlencem medya .....	68
4.5.2. Medyaya soru soruyorum.....	75
4.5.3. Önce bir düşüneyim.....	87
4.5.4. Benim medyam .....	94
5. Sonuç ve Öneriler .....	98
Kaynakça .....	105



## Tablolar Listesi

	<u>Sayfa</u>
Tablo 1: Değişen Okuryazarlık Anlayışları.....	17
Tablo 2: Birinci Ünite Kazanımları .....	74
Tablo 3: İkinci Ünite Kazanımları .....	86
Tablo 4: Üçüncü Ünite Kazanımları .....	93
Tablo 5: Dördüncü Ünitenin Kazandırdıkları .....	97

## Fotoğraflar ve Şekiller Listesi

	<u>Sayfa</u>
Fotoğraf 1: Medya Tarihi .....	69
Fotoğraf 2: Akıllı İşaretler .....	72
Fotoğraf 3: Farklı Gazetelerin Manşet Sayfaları .....	78
Fotoğraf 4: Farklı Etnik Kökene Sahip İnsanlar .....	79
Fotoğraf 5: Edirne Kalesi Fotomontaj ve Gerçek Fotoğraf.....	82
Fotoğraf 6: Farklı Yüz İfadeleri Fotoğrafları.....	83
Fotoğraf 7: Gazete Haberi.....	84
Fotoğraf 8: Gazete Haberi.....	84
Fotoğraf 9: Hamburger Görselleri.....	88
Fotoğraf 10: Kediler ve Köpeğin Fotoğrafı.....	90
Fotoğraf 11: Çeşitli Reklam Afişleri .....	91
Şekil 1: Medya Okuryazarlığı Süreçleri .....	21

## Kısaltmalar Listesi

<b>AB</b>	: Avrupa Birliği
<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devletleri
<b>ATOM</b>	: The Australian and New Zealand Teachers of Media
<b>BİT</b>	: Bilgi İletişim Teknolojileri
<b>MEB</b>	: Milli Eğitim Bakanlığı
<b>MEB-TTK</b>	: Milli Eğitim Bakanlığı, Talim ve Terbiye Kurulu
<b>RTÜK</b>	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
<b>TUİK</b>	: Türkiye Ulusal İstatistik Kurumu'nun
<b>UNESCO</b>	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu
<b>UNICEF</b>	: Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu

## 1. Giriş

Tezin giriş bölümünde; problem, amaç, önem, sınırlıklar, varsayımlar ve tanımlar alt başlıkları yer almaktadır.

### 1.1. Problem

Sanayi Devrimi ile başlayan ve ilerleyen bilim ve teknoloji alanındaki hızlı gelişmeler, her alanda olduğu gibi iletişim alanında da etkili olmuş ve medyayı hayatın önemli bir parçası haline getirmiştir. İletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte bireylerin medya kullanımlarında artışlar olmuştur. Bu artışın sebebi olarak iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin yanı sıra iletişim teknolojilerine erişim kolaylığı da gösterilebilir. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, medya ürünlerindeki çeşitlenmeyi de beraberinde getirmiştir.

Medyadaki gelişmeler sayesinde birçok medya ürününe aynı zamanda ve tek bir araçla ulaşılabilir hale gelmiştir. Böylelikle bireyin medya ile olan ilişkisi mekândan ve zamandan bağımsız hale gelmiştir. Diğer bir açıdan baktığımızda da iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde izleyici edilgen durumdan aktif duruma geçmiştir. Birey yeni medya teknolojileri sayesinde içeriği sadece tüketen durumda değil, aynı zamanda içerik üreten durumuna da geçmiştir.

Medyanın hem olumlu hem de olumsuz etkileri vardır. Bireylerin medyanın kendine özgü yapısı, dili ve uygulamaları olduğunu ve söz konusu olguların sürekli değişmekte ve gelişmekte olduğunu farkında olması gerekmektedir. Bireylerin bu farkındalığı, medya mecralarını daha verimli ve bilinçli tüketmelerini beraberinde getirecektir. Bu durum, bireylerin çocukluk çağından itibaren medya hakkında bilinçlendirilmesini gerektirmektedir. Medyanın sağladığı olanakların yanı sıra mecraların artan çeşitliliği ve bu çeşitliliğin her yaştaki bireyleri etkileme gücü ve diğer etkileri medya okuryazarlığı kavramını ortaya çıkarmıştır (Kurt ve Kürüm, 2010: 2). Susan

Gigli'ye göre (Akt: Görmez, 2015: 69) medya, çocuklar ve gençler için iki karşıt etki sunmaktadır bunlar: 1-Riskler ve 2- Fırsatlardır. Kültürel özdeşlemeye, değerlerin yitirilmesine ve çocukluğun yozlaşmasına neden olabileceği gibi küreselleşen medya çocukların bakış açılarının gelişimine, yeni yeteneklerin çocuklar arasında daha fazla paylaşımına ve bilgiye eşitlikçi bir zeminde erişime imkân sağlamaktadır. (...) Çocukların ve gençlerin medyanın sunduğu fırsatlardan yararlanmaları ve medyanın neden olduğu risklerden korunmalarının en iyi yolu medya okuryazarı olmalarıdır).

Medya okuryazarlığı, eğitim ve öğrenme yeni bilgilenme biçimleri ve içeriği, medya ile olan ilişkisine yeni katkılar sağlamakta ve hatta okullar bu sürece müfredatlarında değişikliğe giderek destek vermektedirler (İnal, 2009: 13). Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) yayınladığı medya okuryazarlığı eğitim ve öğretim programı kataloğunda, medya okuryazarlığını bireylerin çeşitli türden (görsel, işitsel, basılı, vb. ) medya mesajlarına erişebilmeleri, erişilen medyaları eleştirel bakış açısıyla çözümleyip değerlendirebilmeleri ve kendi medya iletilerini üretebilme becerileri olarak tanımlamaktadır (MEB, 2013). RTÜK medya okuryazarlığını, görsel, işitsel medya ile çoklu medyanın büyük çeşitlilik gösteren formlardaki mesajlarına ulaşma, bunları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak tanımlamaktadır.<sup>1</sup> Bireylerin medyayı bilinçli okumasını sağlayan medya okuryazarlığı, aynı zamanda insanın kendini özgürce ifade etmesi, bireyin toplumsal hayata daha aktif ve yapıcı olarak katılımını sağlaması, medyanın iyileştirilmesi ile ilgili hareketleri desteklemek için bilinç oluşturma açısından önem taşımaktadır (Arslan, 2014: 73).

---

<sup>1</sup> www.medyaokuryazarligi.org.tr (Erişim tarihi: 21.01.2015)

Medya okuryazarlığı dersi ile öğrencilerin yazılı, görsel ve işitsel medyaya ek olarak sosyal ağlar, yeni medya ve video oyunları gibi diğer sayısal ortamlara ilişkin iletilere erişip kavrayarak eleştirel bakış açısı ile çözümlenmeler, değerlendirmeler yapmaları ve kendi iletilerini üretmeleri beklenir. Bu doğrultuda öğrencilerde gelişmesi beklenen beceriler şu şekilde sıralanmıştır:

1. Medya olgusunu ve zaman içindeki değişimi ile bunun bireysel ve toplumsal yaşama yansımalarını kavrama,
2. Medya iletileri üzerinde düşünebileceğini fark etme,
3. İhtiyaç duyduğu doğru ve geçerli bilgiye farklı medya araçlarını etkin şekilde kullanarak erişme,
4. Medya iletilerini biçimsel ve içerik özellikleri bakımından çözümlenme,
5. Medya iletilerini toplumsal, kültürel, ekonomik, politik bağlamları çerçevesinde değerlendirme,
6. İnsan hakları, sorumluluk, etik, mahremiyet, kişisel güvenlik konuları dikkate alarak etkili ve özgün iletiler oluşturma (MEB, 2014).

Türkiye’de olduğu gibi Dünya’da da medya okuryazarlığı sayesinde elde edilecek beceriler sıralanmıştır. Bu amaçla; Hong Kong Medya Eğitimi Savunular Birliği 21. yüzyılda medya okuryazarı olan bireylerin sahip olması gereken yeterlilikleri şu maddelerle açıklamaktadır:

- Medyanın etkisi konusunda eleştirel farkındalık: Bir bütün olarak medyanın bireysel ve toplumsal yaşama olan etkisini fark edebilme,
- Medya tarafından kullanılan faaliyet ve teknikleri anlama,
- Medya analitik yetenekleri: Çeşitli medya iletilerini analiz edebilecek yetenekleri öğrenme (özellikle de gizli mesajları),

- Medyanın eleştirel değerlendirilmesi: Medyanın performansını değerlendirmek için eleştirel bir standart kullanma ve öne çıkan medya ürünlerini değerlendirme,
- Medya aracılığıyla öğrenme,
- Yaratıcı bir biçimde ifade edebilme,
- Medyayı denetleme ve etkileme: Medyanın performansı konusunda sesini çıkarmak ve düzeltilmesini istemek,
- Sorumlu bir tüketici olarak medyayla alakalı etik ilkeleri uygulama: Medya okuyazarı bireyler hem medya üreticisidirler hem de medya tüketicisidirler. Bu yüzden onlar medya ürünleriyle faaliyette bulduklarında medyayla alakalı etik ilkeleri uygulamaya özen gösterirler,
- Medyadan öğrenilenleri akıllıca ve yapıcı biçimde uygularlar (Lee, 2010: 3'ten akt: Görmez, 2015: 72).

Yukarıda sıralanan amaçlar doğrultusunda 2006 yılından itibaren seçmeli ders olarak okutulan medya okuryazarlığı dersi için çeşitli eğitim ve öğretim materyalleri hazırlanmıştır. Eğitim ve öğretimde ders kitapları kullanılmasının nedenlerinden biri de dersin organizasyonu sağlamasıdır. Ders kitabı öğretmen ve öğrenci arasında bir köprü vazifesi görmektedir. Öğretim araçları, kullanılması gereken strateji, yöntem ve tekniklerin başarılı bir şekilde uygulanması sırasında ihtiyaç duyulan materyallerdir (Kılıç ve Seven, 2002: 17).

Medya okuryazarlığı dersinin geçmişi Türkiye'de 2000'li yıllara rastlamaktadır. Söz konusu ders, alanında sınırlı sayıda uzman öğretmen tarafından verilmektedir. Hazırlanan öğretim materyalinin medya okuryazarlığını tam anlamıyla destekleyici ve öğretici olması gerekmektedir. Aksi halde ezberlenen ve ödev haline gelen bir ders olmaktan öteye gidemez.

Eğitim ve ğretim etkinliklerinin en önemli basamaklarından biri değerlendirme aşamasıdır (zgen, 2012: 4).

Değerlendirme aşaması, ğretim materyalinin bir tekrarlama ve ezberleme aracı olmaktan çıkması, nitelikli ve sürekli gelişmesi için eksiklerinin tespit edilmesine olanak tanır. Medya okuryazarlığı ğretim materyalinin değerlendirilmesi ise medya okuryazarlığının amaçları ile örtüşüp örtüşmediğinin ortaya çıkarmayı amaçlar. Bu doğrultuda, bu alışma Türkiye’de medya okuryazarlığı ğretim materyallerinin medya okuryazarlığı temel ilkelerine yanıt verip vermediğinin tespit edilmesine ve gelişimini değerlendirilmesini hedeflemektedir.

## **1.2. Amaç**

Bu araştırma 2000’li yıllardan itibaren Türkiye’de tartışılmaya başlayan ve eğitiminin bir gereklilik olarak düşünüldüğü medya okuryazarlığının okullarda seçmeli ders olarak verilmeye başlanmasından sonra, 2014 yılında basılan ğretim materyalinin öğrencileri medya okuryazarı olma yolundaki gelişimleri için materyalin yeterliliğini belirlemek amacıyla yapılmıştır.

Bu amaca ulaşmak şu sorulara cevap aranmaktadır;

1. Dünya’da medya okuryazarlığı eğitimine yönelik süreç ve çalışmalar nelerdir?
2. Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimine yönelik süreç ve çalışmalar nelerdir?
3. Dünya’da ve Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitim programlarının ve materyallerinin benzerlik ve farklılıkları ile özellikleri nelerdir?
4. Türkiye’de medya okuryazarlığı materyallerinin geliştirilmesi sürecinde üretilmiş materyallerin özellikleri nelerdir?



5. Türkiye’de 2014 yılında yenilenen medya okuryazarlığı öğretim materyalinin temel bileşenleri ve özellikleri nelerdir?

soruları cevaplandırılmaya çalışılmıştır.

### 1.3. Önem

Bu araştırmada Dünya ‘da ve Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimi için yapılan çalışmalar incelenerek, Türkiye’de medya okuryazarlığının değişimini ortaya koyması açısından önemlidir.

Bu araştırmada Türkiye’de 2006 yılında üretilen İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı ile Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu değerlendirmesi yapılmaya çalışılmıştır. Böylelikle daha sonra üretilen kaynakların gelişim evrelerinin gözlenebilmesi açısından önemlidir.

Bu araştırma öğrencilerin eğitiminde büyük rol oynayan ders kitaplarından medya okuryazarlığı ders kitabının içerik analizini yaparak, medya okuryazarlığı kitabının nasıl olması gerektiği hakkında konu ile ilgilenen eğitimcilere yardımcı olabilmesi açısından önemlidir. Ayrıca, bu çalışmada yer alacak değerlendirmeler sayesinde öğrencilerin medya okuryazarı olabilmesi için öğrenmede etkili ve tutarlı ne gibi özelliklere sahip olunması gerektiği konusunda eğitimcilere değerlendirmelerde bulunabilmesi açısından önemlidir. Medya okuryazarlığı eğitiminin büyük çoğunluğunun konunun uzmanları tarafından değil de diğer branşlardaki eğitimcilerin verdiği göz önünde bulundurulduğunda, bu kitabın incelenmesinin ve materyal olarak medya okuryazarlığı kriterlerini taşıması önem taşımaktadır.

Sonuç olarak bu ve bu araştırmaya benzer raporları inceleyen ve kullanan medya eğitimcileri, medya okuryazarlığı ile ilgili anahtar fikirleri öğrendikleri gibi bu fikirlerin uygulamaya konulması için çeşitli yöntemler geliştirebileceklerdir.

#### 1.4. Sınırlıklar

Bu araştırmada elde edilen veriler, aşağıda belirtilen sınırlılıklar çerçevesinde incelenmiştir:

1. Bu araştırma Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimi için üretilen Milli Eğitim Bakanlığı, Talim ve Terbiye Kurulunun 2006 yılında kabul ettiği Medya Okuryazarlığı Dersi ğretim Programı ve Kılavuzu ve 29.08.2014 gün ve 3629501 sayılı yazısı ile kabul edilen Medya Okuryazarlığı ğretim Materyali (2014) ile sınırlıdır.
2. Bu araştırmada incelenen ğretim materyali öğrenciye bilgi ve beceri boyutunda neleri kazandırdığının, davranışsal değişikliğe yol açan etmenlerin ne şekilde yer aldığının analizi ile sınırlıdır.

#### 1.5. Varsayımlar

Araştırma kapsamında n kabul edilen, aşağıda belirtilen noktalar birer varsayım olarak ifade edilmelidir:

1. Medya okuryazarı olmanın nemi Türkiye’de 2000’li yıllardan itibaren daha da artmıştır. Dolayısıyla medya okuryazarlığı dersi bir gereklilik haline gelmiştir.
2. Medya okuryazarlığı eğitimi için üretilen materyallerin içerikleri önemlidir.
3. Bireylerin iyi medya okuryazarı olması eğitim için üretilen materyallerin işlevi ile doğru orantılıdır.

#### 1.6. Tanımlar

**Öğretim Materyali:** MEB komisyonu tarafından hazırlanan ve ortaokullarda seçmeli ders olarak okutulan medya okuryazarlığı ders kitabı.

**Erişim:** Kaynaklara ulaşma.

**Analiz ve değerlendirme:** Anlama ve zmleme.

**Üretim:** İçerik oluşturma.

**Yansıtma:** İletişim becerisi elde etme.

**Eylem:** Sorumluluk alma ve harekete geçme.

**Önyargı:** Bireyde başka bireylere, toplumsal kümelere karşı sevgi ya da hoşgörüsüzlük duygusu uyanmasına yol açan, bir ideolojik fikri koşulsuz savunmaya sebep olan inanç ve genelleme.

**Kamuoyu:** Kamu faydasını ilgilendiren bir konu hakkında yaygın tutum, düşünce ve bakış açıları.

## 2. Yöntem

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma modeli, çalışma evreni, verilerin toplanması ve verilerin analizine yönelik açıklamalar yer almaktadır.

### 2.1. Araştırma Modeli

Bu araştırmada, belirlenen amaçlara bağlı olarak, Türkiye’de ve Dünya’da medya okuryazarlığına yönelik süreç ve çalışmalar alan yazın taraması yapılarak açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırma problemleri genel tarama modeli kullanılarak örneklem hakkında genel bir yargıya varmak amaçlanmıştır.

Dünya’da ve Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitim programlarının ve materyallerinin benzerlik ve farklılıkları ile Türkiye’de medya okuryazarlığı materyallerinin geliştirilmesi sürecinde üretilmiş materyallerin özelliklerinin neler olduğunu belirlemek amacıyla genel tarama modeli kullanılmıştır. Genel tarama modeli kullanılarak örneklem hakkında genel bir yargıya varmak amaçlanmıştır.

MEB-TTK’nın 2006 yılında kabul ettiği Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu incelenirken genel tarama modeli kullanılarak örneklem hakkında genel bir yargıya varmak amaçlanmıştır.

Türkiye’de 2014 yılında basılan medya okuryazarlığı öğretim materyalinin temel bileşenleri ve özelliklerini belirlemek amacıyla MEB-TTK’nın 29.08.2014 gün ve 3629501 sayılı yazısı ile kabul edilen öğretim materyalinin, medya okuryazarlığının temel ilkeleri olan erişim, analiz ve değerlendirme, üretim, yansıtma ve eylem kavramlarının uygulanabilirliğini saptamaya çalışmaktadır.

## **2.2. Araştırma Evreni**

Araştırmanın evrenini, Dünya'da ve Türkiye'de medya okuryazarlığı ile ilgili yapılmış alan yazın ve uygulamaya yönelik çalışmalar oluşturmaktadır.

## **2.3. Araştırmanın rneklemi**

Araştırma problemi MEB-TTK'nın 2006 yılında kabul ettiği Medya Okuryazarlığı Dersi ğretim Programı ve Kılavuzu ile 29.08.2014 gün ve 3629501 sayılı yazısı ile kabul edilen Medya Okuryazarlığı ğretim Materyali (2014) 'nin öğrencilerin medya okuryazarı olmasına katkısı açısından incelenmesi olduğundan çalışma rneklemi söz konusu bu MEB komisyon kitaplarıdır.

## **2.4. Verilerin Toplanması**

Verilerin toplanmasında doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Doküman incelemesine dayalı olarak yürütülen bu araştırmanın verilerini, 2006 yılında eğitim-ğretim alanına giren Medya Okuryazarlığı Dersi ğretim Programı ve Kılavuzu materyalidir. Doküman incelemesi araştırılması hedeflenen olay veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizidir (şimşek ve Yıldırım, 2004). Bu inceleme esnasında ğretim materyali genel hatları ile analiz edilmeye çalışılmıştır.

Doküman incelemesine dayalı olarak oluşturulan ve içerik analizi yapılarak yürütülen bu araştırmanın verileri, Medya Okuryazarlığı ğretim Materyali (2014)'nde yer alan; bilgilendirme, etkinlikler, örnekler, sorular ve uygulamaların tamamını içermektedir. Bu inceleme esnasında ğretim materyali araştırmanın ana başlıkları olan; erişim, analiz ve değerlendirme, üretim, yansıtma ve eylem ilkeleri açısından bilgi verme, beceri kazandırma ve davranışsal değişikliğe yol açma düzeylerinin neler olduğunun tespit edilmesinin tamamını oluşturmaktadır.

## 2.5. Verilerin Analizi

Bu çalışmada verilerin analizi; Dünya’da ve Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitime yönelik süreç ve çalışmalar tarama yöntemiyle belirlenmeye çalışılmıştır. Dünya’da ve Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitim programlarının ve materyallerinin benzerlik ve farklılıkları ile özelliklerinin tespitinde yine tarama yöntemi kullanılmıştır.

Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali (2014)’nin veri analizine başlamadan önce Türkiye’de medya okuryazarlığı materyallerinin geliştirilmesi sürecinde üretilmiş materyallerin özellikleri tarama modellerinden genel tarama modeli kullanılarak açıklanmaya çalışılmıştır. 2006 yılında eğitime başlanılan medya okuryazarlığı dersi için üretilen materyalin doküman incelemesi yapılmıştır. Best (1959: 118. Akt: Metin), adı geçen bu tekniği “mevcut kayıt ya da belgelerin, veri kaynağı olarak, sistemli incelenmesi ” olarak ifade etmektedir. Amaç sorusuna uygun olarak materyal hakkında medya okuryazarlığı dersine uygunluğu hakkında genel bir yargıya varılmaya çalışılmıştır.

Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali (2014) incelenirken doküman incelemesine dayalı olarak genel tarama modellerinden tekil tarama yöntemi uygulanmıştır. Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu biçimiyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Araştırmaya konu olan birey ya da nesne kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır (Karasar, 2005). Değişkenlerin tek tek, tür ya da miktar olarak oluşumlarının belirlenmesi amacı ile yapılan araştırma modellerine, tekil araştırma modelleri denir. Bu tür bir yaklaşımda, ilgilenilen olay, madde, birey, grup, kurum, konu vb. birim veya duruma ilişkin değişkenler, ayrı ayrı betimlenmeye çalışılır (Eroğlu, 2006). Çalışmada tekil tarama yöntemi

kullanılarak medya okuryazarlığı kategorilerinin niteliksel içerik analizi uygulanmıştır.

Medya okuryazarlığının temel kavramları olan ulaşım, analiz ve değerlendirme, üretim, yansıtma ve eylem başlıklarının her birinin kitapta karşılığının var olup olmadığı ve ne düzeyde yer aldıkları analiz edilmeye çalışılmıştır.

Verilerin analizi yapıldıktan sonra her bir kavram kendi içinde üç başlık altında betimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar, bölümler bazında ele alınarak çözüm önerileri ile birlikte sunulmaktadır. Materyalde her bir ilke; bilgi, beceri ve davranış boyutunda neler kazandırmaya çalışıldığı incelenmiştir.

### 3. İlgili Alan Yazın

Kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve kullanımının yaygınlaşması ile birlikte medyanın -özellikle medya ürünlerinin çeşitlenmeye başladığı 2000'li yıllardan sonra işlevi ve önemi artmıştır. Medya insan hayatının tüm alanlarında kendine yer edinmiş ve insanlar yoğun bir şekilde medya mesajları ile sarmalanmış haldedir. Marshall McLuhan'ın (2005) ifade ettiği gibi günümüzde yaşanan ortam ve süreç, yani elektronik teknolojisi, toplumsal hayatımızdaki karşılıklı bağıntılı ilişki kalıpları ve bireysel hayatların her yanını yeni baştan biçimlendirip yeni baştan inşa etmektedir. Medyanın kullanım alanları arttıkça insanların hayatındaki etkileri de artmıştır; yaşam şeklimizden, düşüncelerimize, ne yiyip içeceğimizden, nereye gideceğimize kadar birçok konuda tercihlerimizi medya belirler hale gelmiştir.

Medya, yasama, yürütme ve yargı organından sonra dördüncü kuvvet olarak kabul edilmiştir. Kimi zaman diğer organların da üstünde konumlanmış ve onları da etkilemiştir. Kökleri yazılı basından gelen medyanın, günümüzde artık ceplerin içine hatta gözlüklere kadar kullanım alanı genişlemiş ve geçmişe oranla bireyi çepeçevre sarmıştır. Bu durumda insan kendisini çepeçevre saran medya mesajlarına karşı bir tavır sergilemelidir. Medya mesajları, bir medya sunumunda yer alan temaların ve bünyesinde bulundurduğu fikirlerin altını çizmeyi ifade eder (Silverblatt, 2008: 476). Mesaj, iletişim sürecinde, (kodaçma-yorumlama-kodlama) okuyucunun (izleyicinin ya da dinleyicinin) kültürel birikimi, dış dünyayı nasıl algıladığı, ihtiyaç ve beklentilerine göre alınır (Mora, 2011: 162). Birey kendisine sunulan medya mesajlarının hangilerinin taraflı hangilerinin tarafsız, hangi medya içeriklerinin topluma ve kendisine yararlı ya da zararlı olduğunun farkında olması gerekmektedir. Bu durumda, bireyin içinde bulunduğu ortamda önemli bir kavram olan medya okuryazarlığı becerisine sahip olması gerekmektedir. Medya okuryazarlığı kavramının daha



iyi anlaşılması için öncelikle “okuryazarlık” kavramının içinde neler barındırdığını açıklamak faydalı olacaktır.

Okuryazarlık terimi alfabe pratiklerine hâkim olmak, okuma ve yazma ile ilgili işaret ve sembolleri ve basit matematiksel becerileri uygulamak olarak adlandırılır. Okuryazarlığın tanımı, zaman içerisinde, özbilgiyi ve okuryazar bireylere çevreleriyle ilişki kurma ve anlama yetisini sağlayan bir takım becerileri de kapsayacak şekilde genişlemiştir (Celot, 2010: 21). Douglas Kellner (2005), okuryazarlık, bireysel ve toplumsal olarak okumak, yorumlamak ve üretmek için bilgi ve becerileri, aynı zamanda entelektüel birikim ve yetenekleri kazandırmayı içerdiğini ifade eder. Henry A. Giroux (2009: 23) söylemler arası senteze gönderme yapan çokkültürlü okuryazarlık olgusunun (...) küresel örgütlülük ve demokrasinin yaşamsallaşması için, (...) yeni diyalog pratiklerinin ve toplumsal ilişki biçimlerinin gelişmesi için önemli bir beceri olduğuna değinir.

Okuryazarlık sürekli değişen ve gelişen bir kavramdır. Gelişen teknoloji ile birlikte günümüzde bilgi-iletişim araçlarının artması yeni okuryazarlık türlerinin doğmasına sebep olmuştur. Endüstriyel çağdan bilgi çağına geçiş ile birlikte, yeni okuryazarlık kavramları ortaya çıkmıştır. Endüstriyel çağda önemli olan bireylerin sadece basılı (geleneksel) metinleri okuma becerileri değil aynı zamanda da görsel ve elektronik okuryazarlık becerilerini geliştirmesi gerekmektedir. Bu araştırmanın konusu olan medya okuryazarlığı da bu endüstriyel çağın okuryazarlık biçimlerinden biridir ve geliştirilmesi gereken önemli olan bir kavramdır.

James Potter (2008), okuryazarlıkta kod çözme ve anlam eşleştirmesinin yanı sıra üst düzey bir zihinsel süreç olan anlam oluşturma varlığından söz eder. Paulo Freire ve Donaldo Macedo (1998) okuryazarlığın aydınlatıcı ve özgürleştirici olabilmesi için bireyin öğrendikleri ile kendi yaşam deneyimleri arasında doğrudan ilişki kurması gerektiğine değinir. Birey kendi özneliği ile

fiziksel gerçekliği anlar ve anlamlandırır. Bireyin eleştirel bir eğitim sistemi içinde yetişmesi, özgürlükler üzerindeki engelleri kaldırabilir. Onun için okuma- yazma dünyayı anlamak, dünyayı okumak ve dünyayı değiştirip dönüştürmektir.

21. yüzyılda eğitim ve öğretimin de alanı değişmiş durumdadır. Medya ve teknolojinin gelişmesi bireyin bilgiye ulaşmasını ve haber alma mekanizmalarını etkilemiştir. 21. yüzyıl okuryazarlığı, bireyin çevresine uyum sağlaması, karşılaştığı sorunları çözmesi, doğru karar vermesi için gerekli bilgilere ulaşmak ve eriştiği bilgileri doğru biçimde kullanmak üzere okuma yazma yeteneklerini, kütüphaneleri, interneti, teknolojik araçlarını ve başka pek çok bilgiye ulaşma araçlarını kullanması olarak tanımlanabilir (Nergis, 2011: 1136). Değişen bu durumla beraber ihtiyaçlar çeşitli okuryazarlık biçimlerinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Örneğin;

Görsel Okuryazarlık; görsel okuma kavramından ilk kez söz eden John Debes (1968: 961); görsel okuryazarlığı, “insanın görerek ve diğer algılama deneyimleriyle bütünleştirerek geliştirebileceği bir grup görme yetisi” olarak tanımlar (Akt: Tüzel: 2010: 693).

Bilgi Okuryazarlığı; kavramın ilk kez Zurkowski tarafından tanımlanmıştır. Zurkowski’ye (Akt: Kurbanoğlu, 2010: 725) göre bilgi okuryazarı, problemlere (özellikle iş ortamında karşılaştığı problemlere) bilgiye dayalı çözüm üretmek için bilgi kaynaklarını kullanan, çeşitli bilgi kaynaklarının kullanımı için gerekli becerilere sahip olan ve ilgili teknikleri bilen kişidir.

Teknoloji Okuryazarlığı; birey teknolojinin ne olduğunu, nasıl ortaya çıkarıldığını, toplumu nasıl şekillendirdiğini ve toplum tarafından nasıl şekillendirildiğini, teknoloji ile kendileri ve toplum arasındaki ilişkinin

anlaşılmasında gerekli olan entelektüel süreç, yeterlilik ve düzenin tümü olarak tanımlanabilir (Odabaşı).

İnternet (Yeni Medya) Okuryazarlığı; internet üzerinde sunulan bilgi kümeleri arasından istenilen bilgiye ulaşabilme, içeriğin nasıl değerlendirilmesi gerektiği konusunda ne yapması gerektiğini bilebilmedir (Altun, 2005: 95). Yeni medya okuryazarlığı; yeni medya kullanımına ilişkin bilgi ve beceri sahibi olmayı, yeni medyanın potansiyelleri ile olası tehditlerine karşı farkındalık kazanmayı, yeni medyayı etik ve hak temelli kullanmak üzere tutum ve davranış geliştirmeyi içerir.<sup>2</sup>

E-okuryazarlık; bilişim ve iletişim teknolojilerinden azami faydayı sağlayacak ve bu kazanımı devam ettirebilecek bilgi, beceri ve tutumlara sahip olmak demektir. E-okuryazarlık ve erişimden optimal derecede faydalanmak, bireylerin kendi yaşantılarına daha etkin yansıtacak; daha iyi bir çalışan, daha iyi bir girişimci, daha iyi bir tüketici ve daha iyi bir vatandaş anlamına gelecektir (Altun, 2013).

Film Okuryazarlığı; Filmler gerçeğin bir bölümünün çerçevelenmiş halidir. Oluşturulan bu çerçeve başkalarının yapmış olduğu seçimlerdir. Seyircinin perdede izlediği görüntüler sinema endüstrisinin, yapımevlerinin ve sanatsal çabaların oluşturduğu karmaşık bir süreç sonrasında oluşmaktadır. Görsel bir sanat olan sinemanın kullandığı dil ve dilinin yapı taşlarının neler olduğunu anlamak, filmlerin gerçekte neyi anlattıklarını görebilmektir (Arslantepe, 2015).

Tablo 1’de görüldüğü üzere, 19. ve 20. yüzyıldaki eğitim ve öğretim anlayışı ile karşılaştırıldığında, bilgiye ve habere ulaşım 21. yüzyılda daha hızlı

---

<sup>2</sup> www.yenimedya.org.tr (04.03. 2015)

ve sınırsız bir hal almıştır. Artık bireyler kendi düşünceleri ifade etmek için güçlü medya teknolojilerini kullanmaktadırlar. Böylelikle aynı anda birçok kişiye ulaşma ve varlıklarını hissettirme imkânına sahipler.

*Tablo 1: Değişen Okuryazarlık Anlayışları*

<i>19. ve 20. Yüzyılda Öğrenim</i>	<i>21. Yüzyıl Öğrenim</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Bilgiye ve habere özellikle basılmış materyaller yoluyla sınırlı ulaşım</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bilgi ve habere artan bir şekilde internet yoluyla sınırsız ulaşım</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerçek hayatta kullanıp kullanılmayacağı önemli olmayan içerik bilgisine dayalı öğrenme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>İşlem becerisine dayalı ömür boyu devam eden öğrenme</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>İçerik bilgisine hâkim olmayı amaçlar(örneğin, edebiyat, tarih, fen vb.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Öğrenme becerisiyle (Erişim-Analiz-Değerlendirme-Yaratma) problem çözmeyi amaçlar</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Öğrencilerin bilgi ve gerçeklere öğretmenlerinin “beslemesiyle” ulaşması</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Öğretmenlerin keşfetmeye yönelik araştırma temelli yaklaşımlar kullanması</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Basılmış araçlar temelli bilgi analizi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Çeşitli medya araçları temelli bilgi analizi</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Düşünceleri ifade etmek için kalem, kâğıt ve sözcükler kullanılması</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Düşünceleri ifade etmek için güçlü medya teknolojilerinin kullanılması</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sınıfla sınırlı öğrenme ve sunuş</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bütün dünyayı kapsayan öğrenme ve sunuş</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ders kitaplarına ve tek kaynağa dayalı öğrenme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Birçok kaynaktan görsel ve elektronik olarak gerçek zamanlı ve gerçek dünyadan öğrenme</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bireysel temelde kavramsal öğrenme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruba dayalı proje temelli öğrenme</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• İçerik bilgisinin yaş temelli ve sıkı bir şekilde “basamaklandırılarak” verilmesi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• İçerik bilgisinin kişisel bazda esnek olarak verilmesi</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sınav ve ödevlerde üst seviyede olma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Çeşitli medya araçlarında üst seviyede olma</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Öğretmen merkezli eğitim ve öğretim</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Öğretmenin sınırlarını çizdiği ve rehber olduğu eğitim ve öğretim</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Öğretmenin değerlendirdiği ve notlandığı proje ve ödevler</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Öğrencinin ölçütlerinin kendi belirlediği ve değerlendirdiği proje ve ödevler</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Devlet tarafından her alan için hazırlanan ders kitaplarıyla sorumluluk almadan çok az değişiklik yapılarak yapılan öğretim</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Devletin koyduğu standartlar etrafında sorumluluk alınarak yapılan öğretim</li> </ul>

**Kaynak:** Jols ve Thoman, 2008: 13.

Medyanın etkilediği bir toplumda etkili bir yetişkin olabilmek için, herhangi bir kişinin değişik medya türlerini birbirinden ayırt edebilme; seyrettiği, okuduğu ve duyduğu her şeyi sorgulayabilecek temel soruları sorma yeteneğine sahip olma ihtiyacı vardır (Jols ve Thoman, 2008: 16). Bu nedenle birey çeşitli okuryazarlık becerilerini geliştirmelidir. Giroux (2009: 11);

“(...) Vatandaşların yalnızca yeni bilgilere ya da medya tabanlı teknolojilere ulaşabilmek için değil aynı zamanda da, farklılığa ve ötekiye belli bir anlayış sorumluluk ve hoşgörüyü bakabilecek, ötekiden öğrenebilecek ve ötekiye bağlanabilecek kadar aşkın bir yetkinliğe sahip olabilmeleri için de en az iki dilde okur-yazar olmaları gerekliliğini” vurgular.

Medya insan yaşamının vazgeçilmezleri arasındaki konumunu güçlendirdikçe, insanların medyayla ilişkilerinin de çok daha ciddi biçimde sorgulanması, irdelenmesi gereği kendisini göstermiştir. Toplumda hemen çoğu insanın, günlerinin çalışma ve uyku dışında kalan zamanlarının büyük bir kısmını televizyon veya bilgisayar ekranı karşısında geçirmekte oldukları bir toplumda medya okuryazarlığı konusunun gerekliliğinin tartışılması gereksizdir (Güngör, 2013: 358). Bireyin, medya mesajlarının farkında olması noktasında medya okuryazarlığı kavramı önem taşımaktadır. Kültürel çalışmalar ve eleştirel pedagoji incelemeleri sonucunda, çağdaş toplumda medya kültürünün yaygınlığı, çok kültürlü eğitime yönelik artan eğilimler, medya okuryazarlığının gerekliliğini ortaya çıkarmıştır (Kellner, 2005: 370).

Nazife Güngör (2013: 357) çokuluslu medya şirketleri aracılığıyla medyanın, dünyanın her yanına ulaşılabilir hale gelmesi, bilişim teknolojilerinin insan yaşamına önemli bir boyut olarak katılması kitle iletişim araçlarının etkileri konusu da bir yandan iletişim bilimi çevrelerini, ama diğer diğer yandan da eğitimle ilgili çevreleri, hatta iletişimin ve eğitimin pratisyenlerini, sivil toplum kuruluşlarını harekete geçirmiş olduğunu, bu durumun sonucunda da medya okuryazarı olmanın günümüzün önemli konularından biri haline geldiğini ifade eder. Medya okuryazarlığı, medyanın üzerine oturduğu temelleri ve kodladığı dilin çözümlenmesine kadar medya mesajlarının içeriğinin analiz edilmesini

sağlar. Aynı zamanda, medya mesajlarının tümüne ulaşım, analiz ve değerlendirme, üretme, yansıtma ve harekete geçme becerisidir.<sup>3</sup>

Medya okuryazarlığı kavramı bünyesinde “okuma” ve “yazma” eylemlerini barındırmaktadır. Bu kavram medya üzerine “anlama (okuma) ve anlatma (yazma) becerilerinden oluşan bir süreci ifade eder (Tüzel, 2010: 693). Yani, medya okuryazarlığı, iletişim sürecinde, medya mesajlarından anlam üretebilme ve bilinçli medya mesajları oluşturabilme becerisi olarak tanımlanabilir.

"Medya okuryazarlığı; günümüzde karşı karşıya kaldığımız ve çağdaş kültürümüzün önemli bir parçası olan medya görüntülerinin, seslerinin ve mesajlarının gücünü analiz etmek, değerlendirmek ve bunlara erişim yeteneği olarak tanımlanabilir. Medya okuryazarlığı televizyon ve film, radyo ve kaydedilen müzik, yazılı medya, internet ve diğer yeni dijital iletişim teknolojileri de dâhil tüm medya ile ilgilidir" (Celot, 2010: 23).

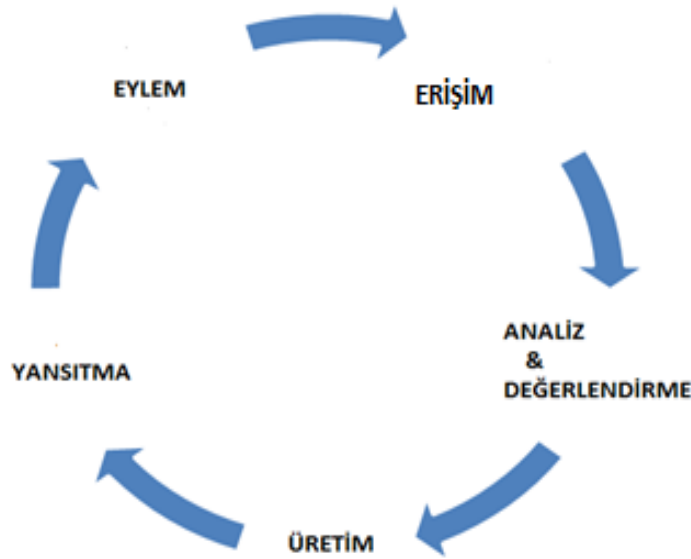
Kemal İnal (2009: 42) Medya Okuryazarlığı El Kitabında, medya iletilerinin kimin tarafından üretildiği, kullanılan teknikler, toplumun farklı kesimlerindeki bireyler tarafından olası algılanma biçimleri, temsil alanları, üreticinin veya göndericinin olası beklentilerinin incelenmesini medya okuryazarlığı olarak tanımlar. Herbert Zettl (1998: 83), bireyin kişisel ve toplumsal gelişimine ve davranışlarına etki eden medya ile ilgili her şeyin dikkatli bir şekilde incelenmesi ve analiz edilmesini medya okuryazarlığı olarak tanımlamıştır.

RTÜK medya okuryazarlığını, yazılı ve yazılı olmayan, büyük çeşitlilik gösteren formatlardaki mesajlara ulaşma, bunları çözümleme, değerlendirme

---

<sup>3</sup> medialiteracyproject.org (Erişim tarihi: 25.03.2015)

ve iletme yeteneği olarak tanımlamaktadır. Medya okuryazarlığına bu açıdan bakıldığında kavramın; bir yandan medya oluşturarak iletme, diğer yandan da iletilen medya unsurlarını alırken çözümlenebilme becerisini içerdđi görölmektedir.<sup>4</sup> 1953 yılından beri Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde medya okuryazarlığı ile ilgili çalışmalarla tanınan Ulusal Telemedya Konseyi medya okuryazarlığını " çeşitli şekillerde medyaya erişebilme, medyadan gelen mesajları analiz edebilme, değerlendirebilme ve kendi medya mesajlarını üretebilme gibi becerilerin elde edilmesini sağlayan çok disiplinli bir alan" olarak tanımlamaktadır.<sup>5</sup> Aufderheide ise büyük çeşitlilik gösteren formlardaki mesajlara ulaşma, bunları analiz etme, değerlendirme, iletme ve eyleme geçme yeteneği olarak tanımlamıştır (Akt: Hobbs, 1998).



Şekil 1: Medya Okuryazarlığı Süreçleri

**Kaynak:** Hobbs, 2010: 18.

<sup>4</sup> www.medyaokuryazarlığı.org.tr (Erişim tarihi: 21.01.2015)

<sup>5</sup> www.namele.net (Erişim tarihi: 19.01.2015)



Bu doğrultuda Hobbs ve Moore (2013: 23) bu terimlerin açıklanmalarını şu şekilde yapmışlardır;

Erişim; bilgiye ulaşım için gerekli materyallerin tespiti ve erişimi için sorumluluk almaktır.

Analiz ve değerlendirme; çeşitli biçimlerde yaratılmış mesajları metinsel ve bağlamsal analiz yoluyla anlamak, mesajı oluşturanın amacının belirlenmesi, oluşturulan mesajların kalitesini ve güvenilirliğinin değerlendirilmesidir.

Üretim; dil, görüntü, ses ve yeni dijital araçların ve teknolojilerin yararlanarak özgün ve amaçlı bir şekilde çeşitli içerikler oluşturmaktır.

Yansıtma; sosyal sorumluluk ve etik ilkeler doğrultusunda bireylerin kendi mesajlarını üretmesi ve bu ilkeler doğrultusunda diğer insanlarla iletişim kurmasıdır.

Eylem; bireysel ve işbirlikçi bir şekilde hareket ederek, aile, işyeri, toplum, ulus ve dünya sorunlarını çözmek için bilgileri paylaşarak sosyal sorumluluk almaktır.

Medya okuryazarlığı, yazılı medyadan videoya, videodan internete çeşitli yapılarda bulunan medyaya erişme, analiz etme, değerlendirme ve yaratma yeteneği için bir çerçeve sağlar (Jols ve Thoman, 2008: 33). Avrupa Birliği (AB) Komisyonu (2015: 4) medya okuryazarlığının, klasik yazılı alfabeden başlayan ve teknolojik bilginin gelişimine kadar uzanan, bireyin iletişime dayalı gelişim sürecinin önemli bir parçası olduğuna değinmektedir. İnternet teknolojilerinin insan hayatına girmesiyle birlikte medyanın alanı ve etki gücü genişlemiştir. Kathleen Tyner, yaşadığımız çağda insanların medya mesajlarının arasında boğulduğunu fakat yine de bunun medya ile bütün bağlarını kopar ve medyadan uzak dur anlamına gelmediğini belirtir. Zaten günümüzde bu neredeyse imkânsızdır, medya mesajları okunmalı, ölçüp

tartılmalı ve yararlı bilgiler haline getirilmelidir (Akt: De Abreu, 2007: ix). Önemli olan nokta, medya okuryazarlığının amacının çocukları istenmeyen mesajlardan “korumak” olmadığına bilinmesidir. Bu yüzden medya okuryazarlığının hedefi öğrencileri medyanın her türünde yeterli, eleştirel ve okuryazar yapmak; böylece öğrencilerin gördüklerinin ve duyduklarının kontrolünde kalan değil, bunları kontrol eden kişiler olmalarını sağlamaktır (Jols ve Thoman, 2008: 33).

James Potter (2008), kendi kültürümüzün bir parçası olan medyadan soyutlamak yerine onu bilinçli bir şekilde kullanabilecek ve ilettiği mesajları akıl süzgecinden geçirebilecek bir hale gelmek gerektiğini belirtir. Nezih Orhon (2009), medya okuryazarlığının görevinin medyayı kötülemek olmadığını, medyayı izleyerek ve bilinçli bir şekilde eleştirmek olduğunu, medya üreten kişilerin ve ideolojilerin keşfedilmesine yardımcı olması gerektiğini belirtir. Medya okuryazarlığı, medyada verilen mesajların kişi ve toplumları hangi ölçüde etkilediği, mesajların alıcılar tarafından hangi düzeyde algılandığı ve çözümlenmeye ya da eleştirel bir bakışa tâbi tutulup tutulmadığı sorunudur.<sup>6</sup> Medya tarafından hazırlanan mesajlar basit ve açıkça anlaşılabilir gibi görünse de, aslında bu mesajlar kendine özgü kuralları olan, dünya hakkında çok değişik kavram ve düşünceleri içeren, karmaşık görsel ve işitsel bir “dil” kullanmaktadır. (Jols ve Thoman, 2008: 11).

Medya, anlattığı hikâyelerin inandırıcılığını güçlendirmek için kendi teknik olanaklarından ve dilinden faydalanmaktadır. Işık, ses, renk, görüntü gibi malzemelerin kombinasyonu ile bireyle iletişime geçer. Söz konusu teknik olanakları sayesinde güvenirliliğini ve inandırıcılığını perçinlemeye çalışır.

---

<sup>6</sup> www.medyaokuryazarligi.org.tr (Erişim tarihi: 21.01.2015)

Çünkü ışık, renk ve sesin, bireyin duygusal boşluklarına doğrudan nüfuz etmede büyük rolü vardır (Zettl, 1998: 86). Medya mesajları, izleyiciyi kendisine inandırmaya ve izleyicide istedik değişiklikler yapmak için ikna etmeye çalışmaktadır. Medya okuryazarlığında önemli olan bu ikna edici dili öğrenmektir. Birey medyanın ikna edici araçlarını bir kere öğrenince, kendi kararlarını kolayca vermeye başlayacaktır. Sorumlu bir vatandaş, demokratik bir birey, yetkin ve dikkatli bir medya tüketicisi olmak için, kurgulanmış ve bireylerin birden çok algısına hitap ederek, karmaşıklaşmış medya mesajları karşısında eleştirel bir tutum sergilemelidir.<sup>7</sup>

Bilinçli medya tüketicileri olabilmek için, medya mesajları aracılığı ile neye maruz kalındığının farkına varılması ve maruz kalınan mesajlara eleştirel bir şekilde yaklaşarak sorgulanabilmesi gereklidir (Çetinkaya, 2008: 1). Bu bağlamda medya okuryazarlığı bireylere medya mesajlarına karşı kodaçımı ve kodlama yapma becerisini sağlar. Başka bir deyişle, medya okuryazarlığı bireye hem aldığı mesajları anlamasında yardımcı olur hem de kendi medyalarını üretebilmeleri için olanak sağlar. Justin Lewis ve Sut Jhally (1998: 110) bu durumu *The Struggle Over Media Literacy* adlı makalesinde şöyle açıklarlar:

“Medya okuryazarlığı, medya mesajlarının analizinden daha fazlası yani bu mesajların varlığını sorgulamayı ve farkındalık yaratmayı içerir. Tek başına mesajların üretildiğini bilmek yetmez, onların teknik anlamda nasıl üretildiklerini, niçin üretildiğini, mesajların altında yatan baskı ve şartların neler olduğunu ve mesajların kim tarafından üretildiğini bilmek, bireyin günümüz medyasını anlamasına ve anlamlandırmasına yardımcı olur.”

---

<sup>7</sup> www.medialiteracyproject.org (Erişim tarihi: 25.03.2015)

RTÜK, Türkiye’de medya okuryazarlığının önemine dikkati çekmeye çalışan devlet kurumlarından biridir. RTÜK medya okuryazarlığının iki temel noktası bulunduğunu belirtmektedir; bunlardan birincisi, medyadaki içeriğe erişebilmek için teknolojiyi kullanabilme becerisi; ikincisi ise sunulan içeriği sadece anlamak değil aynı zamanda bu içeriği değerlendirebilme yeteneği olduğunu söylemektedir.<sup>8</sup> İnsanlara medya içeriklerini değerlendirebilme yeteneğinin kazandırılması ve medyaya karşı eleştirel bakışın oluşturulması ise medya okuryazarlığı eğitimi ile mümkündür. Richard Riley (U.S. Secretary of Education, Eğitim Sekreteri) medya okuryazarlığı dersinin bireyleri medya mesajlarının görünenin ötesinde anlamlar barındırdığı konusunda uyardığını ifade eder (Akt: De Abreu, 2007: 3). Medya ve Değerler dergisi medya okuryazarı olmanın önemini şu şekilde ortaya koymuştur;

“Sabahleyin radyonun saatiyle uyanmanızdan geceleyin bir talk şovu izlerken uyuya kaldığımız ana kadar sadece televizyondan değil gazetelerin başlıklarından, dergilerin kapak sayfalarından, filmlerden, web sitelerinden, video oyunlarından ve ilan panolarından gelen yüzlerce hatta binlerce imaj ve fikrin bombardımanı altında kalıyoruz. Medya artık bizim kültürümüzü şekillendirmiyor. Medya bizim kültürümüz oldu.”(Akt: Jols ve Thoman, 2008: 15).

Potter (2008: 21), medya okuryazarlığını yaşam boyu öğrenme süreci olarak ele almaktadır. Medya okuryazarlığı da gelişen iletişim teknolojilerinin doğal bir sonucu olarak yaşam boyu öğrenme süreci içindedir. Douglas Kellner (2005: 108), medyanın insan hayatının merkezi bir kültürel parçası haline

---

<sup>8</sup> [www.medyaokuryazarligi.org.tr](http://www.medyaokuryazarligi.org.tr) (Erişim tarihi: 21.01.2015)

geldiğini, bu sebeple bireyin, medya okuryazarlığı eğitimine hayatının erken dönemlerinden başlayarak, yetişkinlik ve yaşlılık dönemlerine kadar devam etmesi gerektiğini vurgular. Bu durumun gerekliliğini medya teknolojilerindeki durmak bilmeyen değişime ve yeniliklere bağlar. Eğitim süreci insanın yaşamı boyunca sürekli olarak ilişkide bulunduğu olgu ve olayları algılamasına ve anlamasına yardımcı olacak temel kavramları ve davranış biçimlerini kazandırır (Altun, 2005: 213). Bu noktada medya okuryazarlığı uzun vadeli bir bilinçlendirme projesi olarak görülebilir. Bu süreçte birey, ne istediğini bilen, medyadan gelen mesajları eleştirel bir gözle değerlendiren ve medyaya karşı kendi isteklerini oluşturan bir konuma geçer.

Bireyin medya karşısında edilgen değil, etken ve sorgulayıcı bir tavır takınması günümüzde medya yapılanması ve işleyişinden kaynaklanabilecek olumsuzlukların giderilmesindeki en önemli önlem olacaktır (Altun, 2005: 213). Birey medyadan gelen mesajları içselleştirmeden, sorgulayarak, bu mesajların kendisine hangi amaçla ve nereden geldiğini anlamaya çalışacaktır. Ohio Üniversitesi medya okuryazarlığının, yaratıcı ve eleştirel diyalog, toplumdaki bireylerin her birinin kendilerini ifade edebilme özgürlüğü, gelişim ve özgürleşme, yaş, toplumsal cinsiyet, dil, kültür, din, sosyoekonomik durumları ne olursa olsun, insanların kendilerini özgürce ifade edebilmelerine olanak sağladığına vurgu yapmıştır (İnceoğlu, 2007: 25).

Kitle iletişim araçlarındaki son gelişmelerle yaşanan enformasyon mecralarındaki artış, içerik doldurma sorunu yaratmış, “bilgi” ve “enformasyon” bolluğunda “doğru bilgi”ye ulaşmak gittikçe daha karmaşık bir hal almıştır (Treske, 2008: 33). Medya okuryazarlığı medyanın bu tavrı karşısında bireylere bir şemsiye görevi yapmaktadır. İnsanlar sürekli maruz kaldıkları medya mesajları arasında karanlıkta yolunu bulmaya çalışan kişiye benzer. Medya okuryazarlığı insanı bu karanlıktan kurtarır. Medya

okuryazarlığı bireyi kuşatan karmaşık ve sürekli değişen elektronik ortamda, birey için önemli, gerekli ve gerçekçi bir yanıtı temsil eder.<sup>9</sup>

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO), medya okuryazarlığının, demokratik toplumlarda medyanın görevi ve işlevlerinin daha iyi anlaşılmasını sağlayan bir eğitim sistemi olarak tanımlamaktadır (Akt: Ly-Fall, 2014: 47). Fatimata Ly- Fall (2014: 47) medya okuryazarlığının dikkatli ve eleştirel medya tüketimi için çoklu bakış açılarını yaratmaya olanak sağladığını ifade eder. Medya okuryazarlığının temelinde eleştirel ve yaratıcı düşünme yeteneklerini geliştirebilmek vardır. Örneğin; anahtar düşünceleri nasıl ayırt edebileceğini bilmek, çeşitli düşünceler arasında nasıl bağlantı kurabileceğini bilmek, uygun soruları nasıl sorabileceğini bilmek, yanıtlar oluşturabilmek, yanlışlıkları fark edebilmek vardır ki bunlar demokratik bir toplumda entellektüel özgürlüğün ve tam anlamıyla vatandaşlık görevini yerine getirmenin temellerini oluşturmaktadır ( Jols ve Thoman, 2008: 11). Böylelikle medya içerik üreticileri, medya mesajlarını yaratırken daha dikkatli olmak zorunda kalacaktır. Çünkü medya okuryazarı kişi artık kendisine medyadan gelen iletileri hemen kabul etmeyecek ve eleştirel bir sorgulama ile medya içeriklerine yaklaşmaya başlayacaktır.

RTÜK, medya okuryazarı olmanın amaçlarını şu şekilde açıklamaktadır; medya mesajlarının doğru algılanması, eleştirel bir bakış açısıyla alınabilmesi, gerçeklik-kurgusallık ayrımının yapılabilmesi, medyanın sunduğu dünyanın gerçeğin kendisi olmayabileceğinin anlaşılması, medyanın yönlendirme ve yönetme fonksiyonlarının olduğunun farkına varılabilmesi, mesajı

---

<sup>9</sup> www.namle.net (Erişim tarihi: 19.01.2015)

gönderenlerin kendi düşüncelerini iletme gayreti içinde olduklarının anlaşılmasına olanak vermesidir.<sup>10</sup>

Renee Hobbs Medya Okuryazarlığında Yedi Büyük Tartışma (1998: 17) adlı makalesinde medya mesajlarını çözümlemeye; medya mesajlarının, inşa edildiğinin, ekonomik, toplumsal, tarihsel ve estetik bağlamlarda üretildiğinin, medyanın kendine has bir dili olduğunun ve bireylerin toplumsal gerçekliği anlamlandırmalarında önemli rol oynadığını bilmeye ihtiyaç olduğunu açıklamaktadır. Tessa Jols ve Elizabeth Thoman (2008: 27) medya okuryazarı olunması gerektiğinin önemini medya içerikleriyle ilgili yaptığı sınıflandırma ile anlatmışlardır. Medya ile ilgili yaptıkları beş temel kavram;

1. Medya mesajlarının tümü kurgulanmıştır.
2. Medya mesajları kendine özgü kurallar kullanılarak yaratıcı bir dille kurgulanmıştır.
3. Aynı mesajı farklı kişiler farklı şekilde algılayabilirler.
4. Medyanın gizlenmiş değer ve görüşleri vardır.
5. Medyadaki mesajların büyük çoğunluğu kazanç ya da güç elde edebilmek için düzenlenmiştir.

Bireyler medyanın bu işlevlerinin farkına varmalı ve medya okuryazarı olarak medya mesajlarına maruz kaldıklarında kendilerine;

1. Bu mesaj kim tarafından üretildi?
2. Bu mesajda ilgimi çekebilmek için ne tür teknikler kullanıldı?

---

<sup>10</sup> www.medyaokuryazarlığı.org.tr (Erişim tarihi: 21.01.2015)

3. Bu mesajı diğer insanlar benim anladığımdan farklı olarak nasıl anlamış olabilirler?

4. Bu mesajda hangi yaşam biçimleri, değerler ve görüşlere yer verilirken, hangileri göz ardı edilmiştir?

5. Bu mesaj niçin gönderilmiştir?

Birey yukarıdaki eleştirel düşünmenin temel sorularını sorarak medya metinlerine yaklaşmalıdır. Potter (2008: 9) iyi bir medya okuryazarının, medya dünyası (kurgulanmış dünya) ile gerçek dünya arasındaki ayrımı daha net görebildiğini söyler. Zettl (1998: 82) bireyin medya okuryazarlığı sayesinde; kitle iletişim araçlarının doğasını anladığını - onlarda kullanılan tekniklerin neler olduğunu öğrendiğini -ve kullanılan bu tekniklerin etkisinin kendisinde ne gibi değişikliklere sebep olduğunun farkına vardığını söylemektedir. Medya okuryazarı birey, medya dünyasında gezinirken, medyanın zararlı etkilerine karşı kendisine yol gösterecek çeşitli haritalara sahip olur. Böylece birey zararlı içeriklere karşı dikkatli olur ve deneyim kazanır. Başka bir açıdan bakıldığında birey medya sahiplerinin kendisine dayattığı yaşam biçimini değil de kendi yaşam biçimini şekillendirir (Potter, 2008: 9). Bu anlamda iyi bir medya eğitimi ya da medya bilincinin amaçları şöyle sıralanabilir;

- Bireylerin medya tarafından eğitiliyor, yapılandırılıyor, yönlendiriliyor oldukları konusunda farkındalık, duyarlılık yaratmalı,

- Medyanın anlamaları nasıl kurguladığı, izleyicileri nasıl etkilediği, kod ve geleneklerin nasıl analiz edileceği, medya yolu ile sunulan anlamaların eleştirel olarak nasıl yorumlanacağı konusunda yeterlilik kazandırmalı,

- Medya tarafından üretilen toplumsal cinsiyet rolleri, ırkçılık, tüketim kültürü, şiddet gibi değerleri sorgulama bilinci geliştirmeli,



- Medya materyalleri konusunda seçiciliği geliştirmeli, aynı zamanda medyadan nasıl yararlanacağı konusunda bireyler bilgilendirilmeli,

- Eleştirel medya okuryazarlığı, okul eğitiminin müfredat yapısı içinde mutlaka yerini almalı, bunun yanında yetişkinlere de yönelmeli, bunun için uygun eğitsel biçimler geliştirilmelidir (Uysal, 2007: 126).

Jols ve Thoman (2008) bireylerin yaşamlarının medya kültürüne doğru yönlendirilmesi gerektiğini ve görsel-işitsel imgelerin dilinin, okuma yazma öğrenir gibi öğretilmesi gerektiğini vurgularlar. Belinda S. De Abreu (2007) çocukların teknolojik gelişmelerin durmadan ilerlediği bir dünyaya geldiğini fakat bu ilerlemelerin eğitim sistemine yansımadağını öne sürmektedir. Bu bağlamdan hareketle, medya okuryazarlığı eğitiminin bireylere yüklenen amansız medya mesajlarını deşifre etmelerinde yardımcı olacağını vurgulamaktadır. Bütün bu tanımlamalardan yola çıkarak Ece Algan'ın (2005) medya okuryazarlığını ile ilgili olarak ortaya koyduğu beş temel ilkeye değinmek yerinde olacaktır.

Bunlar;

1. Medyanın toplum üzerinde etkili olduğunu anlamak
2. Medyayı, kültürü anlamakta bir kaynak olarak görmek
3. Kitle iletişim mekanizmalarını anlamak
4. Medya mesajlarının analiz ve tartışılması için stratejiler geliştirmek
5. Medya içeriği ile ilgili yorum ve algı yetisini geliştirmek.

Medya okuryazarı olmayan bireyler medyadan yoğun bir şekilde gelen mesajlar arasında kaybolur ve kendisine bir yön bulamaz. Medya bireye sadece zararlı içeriklerle dolu bir içerik sunmaz, aynı zamanda yararlı içeriklerde verir. Birey medyayı okumayı bilmiyorsa medyadan gelen içeriklerin hem iyilerini

hem de zararlılarını tüketir ve ikisi arasındaki farkı fark edemezler (Potter, 2008: 9). 21. yüzyılda bireylerin en önemli ihtiyacı, gerekli olan bilgiye zamanında ve nasıl ulaşacaklarını öğrenmeleri ve buldukları bilgilerin istedikleri bilgi olup olmadığını ayırt etmelerine yarayacak üst seviyede analiz ve değerlendirme yeteneğine sahip olmalarıdır (Jols ve Thoman, 2008: 11). Eleştirel medya okuryazarı olan bir yurttaş, medya metinlerinde dolaşıma sokulan uzlaşmaları ve başat kodları okumakla kalmayarak, bunların gündelik yaşamdaki köklerinin de farkına varacaktır (Binark 2010: 111). Mutlu Binark'ın (2010: 111) Kellner'den aktardığı mecazi (metaforik) anlatımla, "insan ne yerse odur dedikleri gibi, insan aslında ne görür ve işitirse odur". Dolayısıyla medya kültürlerindeki "junk food" (sağlıksız yiyecek olarak nitelendirilen) kaçınmak, daha sağlıklı, daha besleyici ürünler seçmek için bireyler harekete geçmelidir. Bu noktada daha iyi tatları, yani medya kültürünün daha iyi ürünlerini ayırt etmenin öğretilmesi gündeme gelmektedir. Medyaya geniş bir açıdan bakarsak; yani medyanın olumlu etkilerinden en çok yarar sağlamaya diğer taraftan olumsuz etkilerini de en aza indirmeye çalışmak medya okuryazarlığının başlıca hedefi olmalıdır (Zettl, 1998: 83).

1993 yılında Amerika'da Deirde Downs tarafından kurulan, Albuquerque Akademisinde çalışmalarını yürüten Medya Okuryazarlığı Projesi (Media Literacy Project) grubu medya okuryazarlığının faydaları ile ilgili yaptıkları açıklamalarla, medya okuryazarlığı eğitiminin önemine vurgu yapmışlardır; medya okuryazarlığı;

- Medya mesajlarının nasıl oluşturulduğunu anlamaya,
- Üretilen belirli medya mesajlarını fark etmeye,
- Medya mesajlarını üreten kişilerin bireyi neye inandırmak ve yaptırmak istediği hakkında bilgilenmeye,

- Bireyin ön yargı, kurgu, yanlış bilgi ve yalanları fark etmesine,
- Anlatılan hikâyelerin perde arkasını görmeye,
- Medya mesajlarını kişisel deneyim, inanç ve değerleri ile birlikte algılamaya,
- Bireyin kendi medya mesajlarını üretmesine ve dağıtmasına,
- Medya sisteminin değişmesi için savunuculuk yapmaya ve değişimin savunucusu haline gelmeye yardımcı olur.<sup>11</sup>

Orhon ( 2009) medyada sunulan mesajlara karşı, her bireyin medyayı farklı açılardan okuyabilmesi için medya okuryazarlığı programının genel hedeflerini, medya mesajlarına karşı duyarlı olmak ve ülke sorunlarıyla ilgili farkındalık yaratmak olduğunu belirtir. Medya okuryazarlığının önemli amaçları arasında televizyon, video, sinema, reklam, yazılı medya, internet v.b. gibi medyalarından ulaşan mesajları eleştirmek, değerlendirmek ve bu mesajlarla iletişim kurmak olduğunu ifade eder. Böylece birey medya okuryazarlığı ile birlikte medyadan gelen mesajlara cevap verebilir, medyaya karşı kendi sorularını sorabilir, aynı zamanda kendi mesajlarını yaratabilir ve analiz edebilir. (Orhon, 2009: 220). Orhon 2001 yılında ilk defa Medyanın Manipülasyon Gücü konferansında “ekran kuşağı (screen generation)” kavramını alan yazına kazandırmış ve bu kavramın medya okuryazarlığı içinde incelemesi gerektiğini vurgulamıştır. “Ekran kuşağı” kavramıyla Orhon’un anlatmak istediği; yeni neslin bireyleri ekranların karşısında sadece bu ekranlarda olanlara tanıklık etmiş veya gerçek dünyadan uzaklaşmış olmadıkları, aynı zamanda yeni nesil bir bağımlılığı da beraberlerinde üretmiş

---

<sup>11</sup> www.medialiteracyproject.org (Erişim tarihi: 25.03.2015)

olduklarıdır. Algıladıkları dünya ve yaşadıkları dünya arasındaki keskin ayrım da ortadan kalktığı gibi gerçek zaman ve mekân ile sanal mekân ve zaman arasında flulaşan bir durumun ortaya çıktığını ifade etmektedir (Orhon, 2014: 205).

Medya okuryazarlığının amacı bireylerin günlük yaşamda karşılaşılan birçok formdaki medya mesajlarına karşı bilincini artırmaktır. Bireyler, medya okuryazarlığı sayesinde, medyanın kendi algılarını ve inançlarını, popüler kültürü ve kişisel seçimlerini nasıl şekillendirildiği ile ilgili bilgilenirler. Bu eleştirel düşünme ve yaratıcı problem ile bireyleri makul tüketiciler ve bilgi üreticileri olarak güçlendirmek gerekir. Paolo Celot, (2010: 23) medya eğitiminin ifade özgürlüğü, bilgi edinme hakkına vesile olması gerekçesiyle, demokrasiyi inşa etme ve sürdürmenin en önemli enstrümanlarından olduğu için, her ülkede her vatandaşın temel hakkı olduğunu söylemektedir. Medya okuryazarlığı, insanlara eğlence ile bilgi arasındaki farkı öğretir. Medyanın hayatlarında neleri etkilediği ile ilgili gerekli bilgileri vererek farkındalık yaratmaya çalışır (Abreu, 2007: 3). Center for Media Literacy'nin (Medya Okuryazarlığı Merkezi) kurucusu ve Başkanı Elizabeth Thoman; medya okuryazarlığının, öğrencilerin yalnızca gördükleri medya ürününü okumalarını değil, aynı zamanda onu yaratma sürecinde de etkin rol almalarını gerektiren bir hareket olduğunu vurgular (Akt: İnceoğlu, 2008: 21).

Medyadan kaçmanın ya da saklanmanın imkânsız olduğu günümüzde, bireyin medya iletilerine karşı bilinç kazanmasında medya okuryazarı olmasının gerekliliği ortaya konmaya çalışıldı. Medya okuryazarlığının genel özellikleri, amaçları ve önemi açıklandıktan sonra, konu ile ilgili dünyada ve Türkiye'de yapılan çalışmaları incelemek önem taşımaktadır.

## 4. Bulgular ve Yorum

### 4.1. Dünya’da Medya Okuryazarlığı Eğitimine Yönelik Süreç ve Çalışmalar Nelerdir?

Dünya’da medya okuryazarlığı ile ilgili yapılan çalışmalar tarihsel olarak incelendiğinde, ilk girişimin 1932’lerde ABD’de New York Times gazetesi ile birlikte başladığına rastlanmaktadır. Bu girişimle başlatılan medya eğitimi kapsamında ilk başlarda 17 bin okula çeşitli gazeteler gönderilmiştir. 48 bin öğretmen bu programın uygulanmasında görev almış ve 350 basın kuruluşu da programa destek vermiştir (Topuz, 2006). Medya derslerinin çoğu diğer derslerle eklenmiştir ve seçmeli olarak verilmektedir. 1990 yılında sağlık eğitimcileri medya okuryazarlığının sağlıklı gelişme için bir yaşam becerisi olarak etkin bir biçimde benimsemesiyle yaşandı. ABD’deki medya eğitimi korumacı modeli kullanmaktadır, aileler, idari personel ve hükümet görevlileri de korumacı yaklaşımı desteklemektedir. ABD’de medya eğitimi öğrencilerin medyada inşa, medya dili, medya temsili ve mesajlar, medya izleyicileri ve kurumları gibi meselelere yönelmelerini beklemektedir.

ABD’nin fiziksel büyüklüğü eğitim alanında ortak bir çalışma yapmayı güçleştirmektedir. Bradford L. Yates’e göre ise, öğretmenlerin medya okuryazarlığı ile ilgili bilgilerinin yetersizliği, hangi eğitimin hangi izlencede verileceğinin kararlaştırılamaması, okul yöneticilerinin ve idari personelin medya eğitimi vermenin vergi verenlerin hiçbir çıkarına hizmet etmeyeceği görüşü medya eğitimini kısıtlamaktadır. ABD’de medya okuryazarlığı ile ilgili gelişmeler özellikle 1990 yıllarında görülmeye başlar. Medya eğitimi ile ilgili ihtiyaçlar doğrultusunda Bilmeyenler için Amerika’da Medya Okuryazarlığı (Alliance for a Media Literate America , AMLA), Medya Eğitimi Merkezi (Center for Media Education), Medya Okuryazarlığı Merkezi (The Center for Media Literacy) ve Düşünce Kuruluşu (Just Think Foundation) gibi kuruluşlar

oluşturulmuştur (Binark ve Bek, 2010: 97). Medyayı sansür ve boykot etmeden ya da suçlamadan, siyaset yapmadan özgür düşüncüyü geliştirmeyi amaçlayan Medya Okuryazarlığı Merkezi (Center for Media Literacy) hem yetişkinlere hem de çocuklara yönelik medya eğitimi veren kuruluşlardan biridir. Çocuklara ve yetişkinlere medya hakkında eğitimle yetkinlik kazandırmayı amaçlayan bu kuruluş medya okuryazarlığı ile ilgili kitaplar, videolar, programlar hazırlamakta ve bu konuların teşviki için kaynak sağlamaktadır (Hepkon ve Aydın, 2007: 83).

Kanada'da medya eğitimi 1960'larda tartışılmaya başlanmıştır. ABD'de yapılan uygulamalara benzer uygulamalar yapılmıştır. Toronto'da York Üniversitesi'nde medya eğitimcileri 1969 yılında bir toplantı düzenleyerek, medya eğitiminin gerekliliğine dikkat çekmek istemişlerdir. Medya okuryazarlığı zorunlu ders olarak 2000 yılında resmi izleneye dâhil edilmiştir. Derslerdeki temel amaç öğrencilerin medyanın doğasına, kullanılan tekniklere, bu tekniklerin etkisine dair bilgili ve eleştirel okumaları yapmalarınıdır. Medya eğitiminin bir kısmı uygulamalı yapılır ve böylelikle öğrencilerin katılımcı olarak dersi daha iyi anlamaları hedeflenir. Medya üreticileri ile medya eğitimcileri arasındaki bağ çok kuvvetlidir (Binark ve Bek, 2010: 97). Kanada her yıl Kasım ayında "medya okuryazarlığı haftası (media literacy week)" düzenleyerek yaratıcı yollardan medya eğitimini topluma kazandırmayı amaçlamaktadır.<sup>12</sup>

Medya eğitimi ile ilgili yapılan çalışmalara iyi örnek olarak Avustralya ve Yeni Zelanda verilebilir. Avustralya ve Yeni Zelanda da medya eğitimcilerini ve endüstri temsilcilerini bir araya getiren ve çıkar amacı gütmeyen bir meslek örgütü vardır: Avustralya ve Yeni Zelanda Medya Öğretmenleri (The

---

<sup>12</sup> [www.media-awarereness.ca](http://www.media-awarereness.ca) (Erişim tarihi: 19.02.2015)

Australian and New Zealand Teachers of Media (ATOM)). Bu kuruluş 1982 yılından beri faaliyet göstermekte, medya eğitimini tartışmakta ve medya eğitimi ile ilgili yapılan güzel çalışmalara ödüller vermektedir. ATOM grubu “Ekran Eğitimi (Screen Education)” adlı bir araştırma ve eğitim dergisi, “Hareketli Görüntü (The Moving Image)” adında uzun metrajlı filmleri, belgeselleri ve televizyon programlarını yayınladığı bir web sitesinde yürütücülüğünü yapmaktadır.<sup>13</sup> Bu sayede medya okuryazarlığı konusunda hem bilinçli hem de üretken bireyler yetişir. ATOM medya ile ilgili eğitimin nasıl olması gerektiği ile ilgili dergi yayınlar aynı zamanda derste işlenecek materyal geliştirimi yapar. Böylelikle hem ebeveynlere hem de çocuklara ulaşmayı amaçlar (Binark ve Bek, 2010: 69-70).

2014 yılında ATOM grubu, medya üreticilerinin de içinde yer aldığı, ilk ve ortaokullara yaklaşık otuz kategoride ödül vermiştir. Medya ile ilgili uzun ve kısa metraj belgesel, animasyon, kurmaca filmlere, oyunlara, medya eğitimine yönelik çalışmalara, müzik videolarına ödüller vererek hem medyaya karşı farkındalığı arttırmayı hem de medya üretimini teşvik etmeyi sürdürmektedir.<sup>14</sup>

Yeni Zelanda’da medya eğitimi, büyük ölçüde ulusal değerlendirme girişimlerinin geliştirilmesi ve kendini aday olan öğretmenlerin çabalarıyla ortaokullarda önemli bir yer kazanmaya başlamıştır. İlk başlarda İngilizce dersleri kapsamında verilen medya okuryazarlığı eğitimi 2002 yılından itibaren ayrı bir ders olarak işlenmeye başlamıştır. Medya eğitiminin bu ülkedeki amaçları öğrencilerin görsel dil becerilerini arttırmak, eleştirel farkındalık

---

<sup>13</sup> <http://atomawards.org/about> (Erişim tarihi: 13.12.2014)

<sup>14</sup> <http://atomawards.org/about> (Erişim tarihi: 13.12.2014)

yaratmak, medyanın nasıl işlediğine dair kavrayış sağlamak ve pratikte üretim için olanaklar sağlamak olarak sıralanır (Binark ve Bek, 2010: 69-70).

Kıtanın Orta ve Latin Amerika kısmında medya eğitimi okul dışı çalışmalarda kendine yer bulur. Kilise bu konuda başat rol oynamaktadır. Ders müfredatlarına dâhil olmayan medya eğitimi ile ilgili kamu gündemi dışında birbirinden kopuk çalışmalar yapılmaktadır. Bu bölgede Meksika'da medya eğitimi görsel-işitsel malzemelerin doğru biçimde kullanılmasına yöneliktir. Benzer biçimde Arjantin'de konu yalnızca İspanyolca, sosyal bilimler ve sanat alanlarında içerilmektedir. Yükseköğretim kurumlarında ise medya eğitimi gazetecilik bölümlerinde eleştirel çözümlemenin bir parçası olarak yer alır. Gazete dili ile ilgili çalışmalar öğrencinin dil becerileri bağlamında ele alınır. Şili'de de medya eğitimi okullarda resmi müfredat dâhilinde değildir. Öğretmenler diğer dersler içinde öğrencilerin medyaya karşı eleştirel davranış biçimleri oluşturmaları konusunda bilgiler vermektedirler. Medya eğitimi konusunda bölgede en ileri çalışmalar Uruguay'da yapılmaktadır. Çocuklar medya eğitimi ile ilgili olarak çok erken yaşlarda bilinçlendirilmektedir. Öğrencilerin medya ürünleri yaratarak bilgisayar, video ve fotoğrafçılık gibi medya teknolojileri öğrenmektedirler. Bu sayede hem medyayı üreterek katılımcı içerikler üretmeyi hem de medya içeriklerinin inşa sürecini öğrenerek eleştirel bakış açıcı kazanımları sağlanmaktadır (Binark ve Bek, 2010: 70-71).

ABD'de medyanın etkilerine üzerine yapılan çalışmalar iletişim bilimleriyle uğraşan bilim insanları için çok yeni sayılmaz. Medya okuryazarlığı araştırmalarında ABD'de izleyici çalışmaları yapılmaktadır. Kültürel çalışmalar çatısı altında ve medya mesajları arasındaki ilişkiyi problematize eden araştırmalar yapılmıştır. Yani ABD'de medya araştırmalarında odağını izleyici üzerine yoğunlaştırmıştır. Bu sayede metinlerin ve üreticilerin izleyiciler



üzerindeki mutlak kontrolüne ve etkisine karşı çıkmış ve aktif izleyici kavramı ortaya atılmıştır (Hardt, 1999. Akt: Hepkon ve Aydın, 2007: 81).

Avrupa kıtasında medya eğitimi tartışmaları 1970'li yıllara dayanmaktadır. Fakat medya okuryazarlığı kavramı AB'nin kurumsal gündeminde ancak 2000 yılı sonunda gerçekleştirilen Lisbon Zirvesinde girebildi. Bu zirvede yeni enformasyon ve iletişim teknolojisine dayalı bilgi toplumu ve bilgi ekonomisinin şekillendirildiği geleceğin Avrupa'sını yaşam boyu öğrenimi destekleyen bilgi teknolojilerinin eğitimde kullanımının ve ayrılan bütçenin artırılması, bu enformasyon teknolojilerini kullanma becerilerinin geliştirilmesi tartışıldı (Pekman, 2007: 46).

AB bundan sonra birçok projeye destek verdi. Destek verilen projeler toplumun farklı kesimlerinde yaşayan insanlara yönelik farklı farklı uygulamalardır. Örneğin; Bilmeyenler için Avrupa'da Medya Okuryazarlığı, (ALLMEDIA- Alliance for a Media Literate Europe) Avrupa'daki çeşitli okul, üniversite, şirket, resmi ve resmi olmayan kuruluşları bir araya getirerek medya okuryazarlığı eğitimini iletmede anahtar güç olma amacını taşımaktadır. Kimi projelerde ise eğitim seviyesi düşük kadınlar hedeflenmiştir. Çevrimiçi Kitap Kurdu (Bookworm goes on line- ALLMEDIA) projesi kadınlara kendi çevrim içi dergileri tasarlayıp üretmelerine olanak vermektedir. Söyleşimsel Medya Okuryazarlığı (DIMELI- Dialogical Media Literacy) projesi ise karşılıklı etkileşime dayalı öğrenme sürecini harekete geçirmek ve sonuçları "iyi pratikler" kitabında bir araya getirmeyi amaçlamaktadır. Em@c – online- European Medi@culture online okullarda multi-medya kullanımıyla ilgili teknik ve pedagojik meseleleri tartışmak üzere öğrenciler, aileler ve diğer ilgililer için çevrim içi kaynaklar yaratmak, geçmiş ve gelecek projeler için bir veri bankası oluşturmak ve etkileşimli bir platform aracılığıyla ağ kurma fırsatları yaratmak şeklinde amaçlar saptanmıştır. Görsel Medya Hikayeleri (HISTORIES- Virtual

Multimedia Stories) projesi ise öğrenciler için kolektif roman yazma yoluyla eğlendirici eğitsel etkinlikler düzenlemektedir (Taşkiran ve Varlı, 2012: 12-57).

AB’de medya okuryazarlığı ile ilgili yukarıda bahsedilen platformlara benzer birçok farklı platform oluşturulmuş, içerik hazırlayıcılar hem bilinçli medya kullanımını hem de medyayı yaratmayı desteklemişlerdir. Haber üretme, kendi internet sitesini hazırlama, kendi kişisel albümünü yaratma, gibi etkileşimli uygulama örneklerini görülmektedir. Medya okuryazarlığı platformlarında kültürlerarası diyalog, yabancı düşmanlığı ile mücadele, toplumsal cinsiyet ile ilgili kavramlar ele alınmış böylelikle bu konularla ilgili hakkında daha duyarlı bireylerin yetişmesi amaçlanmıştır.

AB medya okuryazarlığını teşvik etmek amacıyla 2003 yılında bir çağrıda bulunmuş ve bu çağrıya 45 proje başvuru olmuştur. Başvuran projeler arasından 16 projenin desteklenmiştir. Proje çağrısında medyada temsilin çözümlenmesi; medya okuryazarlığı ile ilgili içeriğin üretimi ve dağıtımı; toplumsal yaşama katılımı arttırmak için medyayı kullanmanın özendirilmesi; bu konuda ağ kurma etkinlikleri girişimlerinin artırılması; medya endüstrisi ve eğitim arasındaki kopukluğun azaltılması gibi maddeler yer almıştır. AB medya okuryazarlığı ile ilgili daha sonraki yıllarda resmi ve resmi olmayan platformlarda tartışmalar başlamıştır (Taşkiran ve Varlı, 2012). AB medya okuryazarlığı eğitimi, teknolojik yeniliklerle, sürekli yayınladığı materyallerle, sektörle yaptığı işbirliğiyle, düzenli olarak takip ettiği izleyici araştırmalarıyla yenilemektedir.<sup>15</sup>

Almanya’da medya eğitimine hem hükümetin desteğini hem de kar amacı gütmeyen diğer kuruluşların desteklerini görmek mümkündür. Hükümet bilgi ve iletişim teknolojilerinin okullarda kullanılması için önemli katkılarda

---

<sup>15</sup> Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe

bulunmuştur. 2001 yılından itibaren Almanya'daki her okul internet ağına bağlanmıştır. Almanya hükümetinin amacı yeni medyayı günlük hayatın bir parçası haline getirmektir. Medyanın kullanımının artması ise medya eğitimi ihtiyacını doğurmuştur. Almanya Federal eyaletlere ayrıldığı için her eyaletin medya eğitimi ile ilgili kendi kuruluşları ve özel yasaları bulunmaktadır. Eğitim sistemi içinde açık ve zorunlu bir medya okuryazarlığı eğitim programı görülmemektedir, medya okuryazarlığı dersi diğer derslere eklenmiş halde verilmektedir.<sup>16</sup>

Öğretmenler, ebeveynler ve alan uzmanları için eğitici kaynaklar vardır, bireyleri medya okuryazarlığına yönlendirmek için oryantasyon merkezleri mevcuttur. Medya okuryazarlığı kapsamında farklı birimleri bir araya getiren ve aralarındaki ilişkiyi sağlayan etkin ve önemli organizasyonlar bulunmaktadır. 1987'de eğitimde yeni teknolojilerin kullanılması ve geliştirilmesi için bir rapor yayınlanmıştır, 1995'te medya eğitimi için yönlendirici bir rapor ve 2000 yılında yükseköğretimde çoklu ortam araçları ile ilgili bir rapor yayınlanmıştır. Yayınlanan raporlarda amaç medya okuryazarlığı alanında bilgilendirmek ve medya ile bağlantılı çocukların sağlıklı bireyler olarak yetişmesini teşvik etmektir (Tanrıverdi, 2012: 61-87).

Avusturya'da medya eğitimi medya pedagojisinin bir parçası olarak 1973 yılından itibaren eğitsel bir alan olmuştur ( Akbaba, 2012: 110). Avusturya'da 1983 yılında alınan kararlar birlikte ilk ve orta öğretim kurumlarında müfredatlara dâhil edilmeye başlandı. Öğrencilere hem medya içeriklerine eleştirel yaklaşım becerisi kazanma hem de kendi medya metinlerini üretme konularında teşvik sağlanmıştır. Avusturya'da her eğitimci medyanın rolü ile

---

<sup>16</sup> Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe

ilgili kendi alanlarında eğitim alırlar ve medya eğitimini kendi özgül konularına uyumlamışlardır (Binark ve Bek, 2010: 81). 2001 yılının sonunda Avusturya Federal Eğitim Bilim ve Kültür Bakanlığı tarafından medya eğitimi üzerine esas kararname yayınlanmıştır. Bu kararname eleştirel ve çözümlemeli olarak geleneksel kitle iletişim araçları ile internet başta olmak üzere yeni medyayı eğitim sistemiyle bütünleştirmeyi amaçlamaktadır (Akbaba, 2012: 110). Avusturya'da medya okuryazarlığı için bir değerlendirme sistemi olmasa da medya okuryazarlığı düzenleme kuruları düzenli ve sistemli çalışarak konunun gelişimi ile ilgili değerlendirmeler yaparlar. İyi üretilmiş güncel kaynaklar ve medya okuryazarlığı kapsamında farklı birimleri bir araya getiren organizasyonlar yer almaktadır. Hükümet öğretmenlerin ve öğrencilerin çalışmalarına destek vermek için ve medya okuryazarlığı hakkında bilgilendirmek için [www.mediamanual.at](http://www.mediamanual.at) ve [www.bmbwk.gv.at](http://www.bmbwk.gv.at) internet sitelerini hayata geçirmiştir. Hükümetin medya eğitimi ile çalışmaları dışında konu ile ilgili çeşitli kampanya organları ve inisiyatifleri de ülkede görmek mümkündür. Sanatçıların ve kültür üretimi sürecinde bulunanların, film endüstrisinde çalışanların, eğitim araştırma ve geliştirmesine yönelik gelişme sağlayanların da ülke genelinde medya eğitimine destek veren çalışmaları olduğu gözlenmektedir (Akbaba, 2012: 91-113).

Belçika'da 1970'li yıllarda okullarda uygulanmaya başlayan medya eğitimi 1990 yılında resmîlik kazanmıştır. Medya eğitimi müfredattaki diğer derslerle ilişkilendirilmiş durumdadır. Medya eğitimi genelde eğitimcilerin çabalarıyla sürdürülmektedir. Medya okuryazarlığı konusunda üretilmiş özel bir ders materyali olmadığı gibi öğretmenler için de herhangi bir eğitim programı söz konusu değildir (Binark ve Bek, 2010: 82).

Medya okuryazarlığı eğitiminin yine tek başına bir izlenince de yer almadığı Danimarka'da, medya eğitimi sanat, dil ve Danca gibi konularla eklemlenmiştir.

Öğrencilere 7 yaşında itibaren hem medyayı çözümlene hem de medya üretim eğitimi verilmektedir. Medya okuryazarlığının ilkelerine uygun olarak öğrencilerin demokratik ve eleştirel bireyler olarak yetişmeleri amaçlanmaktadır (Binark ve Bek, 2010: 83).

Finlandiya medya okuryazarlığı eğitimi medya becerileri eğitimi adı altında 1960 yıllarından itibaren ülkede tartışılmaya başlanmıştır. Gelişen iletişim teknolojilerine paralel olarak 1960'larda film, 1970'lerde kitle iletişim eğitimi ve görsel- işitsel eğitim, 1980'lerde ise iletişim eğitimi önem kazanmıştır. 1960'larda vatandaşlık eğitimi, 1970'lerde kitle eğlence anlayışı eğitimi, 1980'lerde yaratıcılık eğitimi medya okuryazarlığının amacı olmuştur. 1990 yılından itibaren medya eğitiminde önemli sıçramalar olmuş (Tanrıverdi ve Apak, 2010: 1164-1165), öğrencilere eleştirel farkındalık kazandırmak, medya gerçekliğini anlamaya hazırlamak ve medya hâkimiyetindeki kültürle yaşarken onları güçlendirmek amaçlanmıştır (Binark ve Bek, 2010: 83). Finlandiya'nın eğitim politikası yaşam boyu öğrenme amacını gütmektedir. Eğitim sistemindeki anahtar kelimeleri, kalite, verimlilik, eşitlik ve uluslararasılaşma gibi kavramlardan oluşmaktadır. Eğitim toplumun refahı için bir anahtar olarak görülüyor.<sup>17</sup> Eğitim sistemindeki politikalar ve amaçlar medya okuryazarlığı eğitiminin temel amaçlarıyla örtüşmektedir. 21.yüzyılda yeni teknolojiler ve iletişim becerileri ile ilgilenmek için Fin Eğitim sisteminde medya eğitimi ve dijital okuryazarlık merkezde yer almaktadır (İstifçi, 2012: 183). Ülkede medya eğitimi Lapland ve Helsinki üniversitelerinin verdiği eğitimlerin yanı sıra medyanın da katkılarını da görmek mümkündür (Tanrıverdi ve Apak, 2010: 1164-1165).

---

<sup>17</sup> www.oph.fi (Erişim tarihi: 21.03.2015)

Fransa 1982 yılında medya eğitimi ile eğitim-öğretim ile medya arasındaki ilişkiyi irdelemek üzere, yenilikçi öğretmenlerin iradesine dayanan ve başlarda daha çok basınla ilintili olan CLEMI (Medya Öğretim ve Bilgi Merkezi) kuruluşu ile birlikte tanışmıştır.<sup>18</sup> Fransa'da medya okuryazarlığı gösterge bilim ve film çözümlenmelerini takiben gündeme gelmiş ve katılımcı yurttaş olmanın bir göstergesi olarak içinde yaşadığı çevreye ilişkin bilgilere erişebilme yetisi, her gün izlediği reklamları çözebilme (eleştirme) becerisi ve medyanın etkilerine karşı durabilme çerçevesinde gelişmiştir.<sup>19</sup>

2006 yılında medya okuryazarlığı, eğitimin asgari gereksinimlerinin bir parçası olarak görüldü; sosyal ve yurttaşlık becerileri geliştirmeye odaklanmıştır. Medya okuryazarlığı günümüzde okul müfredatlarında yer almaktadır. Medya eğitimi ile amaçlanan öğrencileri medyayı eleştirel tüketen bireyler olarak güçlendirmek ve katılımcı yurttaşlar olarak geleceğe hazırlamaktır. Medya eğitiminde öğrenciler, görüntünün gücünü, anlam iletmeyi ve söylemeyi, medyanın etkisini, BİT'leri ve toplumdaki ağları, (analog veya sayısal) bilgi kaynaklarının akılcı ve eleştirel kullanımını, bilgiyi bulmayı, seçmeyi ve değerlendirmeyi öğrenirler (Taşkiran, 2012: 235).

Medya üreticileri kaynak sağlama, bilgi verme gibi konularda eğitimcilerle kolektif çalışırlar ve öğrencilerin medya ile ilgili yaptıkları üretimleri yayınlarlar (Binark ve Bek. 2010: 84). Nurdan Öncel Taşkiran'ın (2012) aktardığına göre, öğrenciler aldıkları medya eğitiminden sonra birer sertifika ile ödüllendirilmektedir. Öğretmenler medya eğitimi için öğrencilere yardımcı olması açısından derslerde sık sık, BİT, görsel-işitsel ve çoklu ortam ürünleri kullanırlar. Ayrıca Paris'te tüm dünya yurttaşlarının tam bilgilenme hakkını

---

<sup>18</sup> www.clemi.org (Erişim tarihi: 12.01.2015)

<sup>19</sup> www.europe.eu.int/com (Erişim tarihi: 15.12.2014)

savunan Uluslararası Medya Gözlemevi (Media Watch Global) kurulmuştur. Demokrasi için özgür, tam ve doğru bilginin gerekliliğini savunan bu kuruluş faaliyetlerine 2003 yılından beri devam etmektedir. Medyayı farklı ihtiyaç ve açılardan izleyenleri birleştirmek, medyadaki manipülasyonlara karşı gerçek haberi savunmak için, gazeteciler, izleyiciler ve akademisyenleri bir araya getirme amacındadır (Hepkon ve Aydın, 2007: 88).

Hollanda'da medya eğitimi resmi izlenince de yer almamaktadır. Okullarda görsel-ışitsel tasarım dersi verilmektedir ve bu derste medya eğitimi ile bağlar kurulabilmektedir. Öğretmenler giderek bütün alanlarda hâkim olan medyanın önemi kavramışlar ve medya eğitimi konusunda bireysel olarak çabalamaktadırlar. Hollanda'da medya eğitimi ile ilgili net politikalar yoktur. Dersler çerçevesinde öğrenciler sinemaya giderler ve daha sonra filmlerin hem metinleri hem de bağlamları üzerinde tartışırlar (Binark ve Bek, 2010: 85).

İngiltere'de medya eğitimi korumacı yaklaşımla verilir. Medya eğitimi ayrı bir alan olarak gelişmeye devam etmektedir. Bunun sebebi yeterince eğitim alamamış öğretmenler ve medya eğitiminin ne olduğuyula ilgili anlamaya varılamamış olmasıdır. Medya üreticileri ve medya eğitimcileri arasında işbirliği görülen İngiltere'de film endüstrisi, film çalışmalarını desteklemektedir. Okullarda resmi izlenince de ayrı bir ders olarak yer almamaktadır. BİT ile ilgili pek çok seçenek olmasına rağmen medya okuryazarlığı belirgin bir konu değildir. Medya eğitimi İngilizce dersinin içerisinde medya ve hareketli görüntü metinlerinin incelenmesi ve matematik derslerinin içinde beşinci sınıf öğrencilerine yönelik film çalışmalarını içeren anlatı dersi olarak işlenmektedir. Medyanın toplumdaki yeri ile ilgili eğitim ise yurttaşlık dersi içine iliştilmiştir (Varlı, 2012: 161).

Medya okuryazarlığı İngiltere'de, OFCOM'un kurulmasıyla bir tanıma kavuşmuştur. OFCOM'a göre medya okuryazarlığı; geleneksel ve yeni iletişim

hizmetleri tarafından sunulan fırsatlardan tam olarak faydalanmak için beceri, bilgi ve anlayışa sahip insanların yetişmesini sağlamayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda; medya okuryazarlığı insanların içeriği ve iletişimi yönetmesine, bu hizmetleri kullanırken kendilerini ve ailelerini medyanın risklerden de korumasına da yardımcı olmaktadır.<sup>20</sup> Televizyon, radyo, yazılı basın ve yeni teknolojiyi kullanarak bilgiye ulaşabilme ve bu yolla elde edilen bilgiyi eleştirel süzgeçten geçirebilme yetisidir (Şeylan, 2008: 75).

OFCOM düzenli olarak medya araştırmaları yapan bir kuruluştur. Medya kullanımı ile anketler yaparak toplumun medya kullanım oranını, hangi medya araçlarını ne zaman ve nerede tükettiklerine kadar birçok sonuca ulaşmaktadır. Araştırmaların sonuçları hem tüketiciler için hem de medya paydaşları için referans oluşturmaktadır. OFCOM elde ettiği sonuçlarla ilgili rapor hazırlamaktadır ve halka medya okuryazarlığı ile ilgili bilinç sağlamaktadır.<sup>21</sup>

Medya okuryazarlığı ile ilgilenen fakat medya okuryazarlığı eğitimi belirli bir izlencesi olmayan devlet destekli bir diğer oluşum 'Çocuklar, Okullar ve Aileler için Oluşumlar (Department for Children, Schools and Families)' tir (Şeylan, 2008: 76). Bu oluşum okullarla ve yerel belediyelerle işbirliği yaparak çeşitli konferanslar düzenler, medyanın kullanımını ve medyaya eleştirel bakış açısını geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçlarını da bütün medyayı aktif bir şekilde kullanarak gerçekleştirmektedir. Örneğin, twitter'dan her gün günlük programlarını, araştırmalarını ve medya kullanım istatistiklerini yayınlamaktadırlar. Diğer sosyal medya ağlarını kullanarak hem ailelere hem öğretmenlere hem de öğrencilere ulaşmayı amaçlamaktadırlar.<sup>22</sup> İngiltere medya

---

<sup>20</sup> www.ofcom.org.uk (Erişim tarihi: 11.09.2014)

<sup>21</sup> www.ofcom.org.uk (Erişim tarihi: 11.09.2014)

<sup>22</sup> www.dfse.gov.uk (Erişim tarihi: 20.02.2015)



okuryazarlığı eğitimi ile ilgili birçok değerli platforma sahiptir. Sivil toplum kuruluşları tarafından oluşturulan diğer platformlarda yazılı ve görsel medya üretimini desteklemektedirler. [www.englishmedia.co.uk](http://www.englishmedia.co.uk) sinema ve medya öğrencileri için çeşitli içerikler hazırlarken, [www.mediaedassociation.org.uk](http://www.mediaedassociation.org.uk) öğretmen eğitimi ile etkili çalışmalar yürütmeyi hedeflemektedir.

Medya eğitimi diğer derslere eklenmiş şekilde verildiği İrlanda'da, eleştirel okuryazarlık modeli temel alınmıştır. İngiltere'de ki metin çözümlenmelerine dair yaklaşımlar medya eğitiminde etkili olmuştur (Binark ve Bek, 2010: 87). İrlanda'da medya okuryazarlığı eğitimi "eleştirel medya okuryazarlığı" adıyla ilk kez 2000 yılında tartışılmıştır. İlköğretim programlarında Medya Eğitimi öncelikle "Ben", "Ben ve Diğerleri" ve "Ben ve Tüm Dünya" öğrenme alanlarından oluşan Sosyal, Kişisel ve Sağlık Eğitimi ((SPHE) (Social Personal and Health Education) içinde yer almaktadır (Tanrıverdi ve Apak, 2010: 1161-1162).

İsveç medya eğitimi konusunda korumacı değil güçlendiricidir. Medya üreticileri ile eğitimciler arasında diyaloglar ve karşılıklı çalışmalar görülmektedir. Okullarda medya eğitimi dört amaç etrafında örgütlenmiştir: Medyayı izleme ve çözümlenme; medya dilini anlamayı öğrenme; medya ürünleri yaratma ve üretim etkinliklerine katılma. Ancak bunların hayata geçirilmesi için açıkça belirlenmiş bir müfredat yoktur. Öğretmenlerin eğitimi üniversite eğitimi sırasında ilgili dersleri alarak, yerel öğretmenler ağının yazılı kaynaklarından yararlanarak gerçekleşmektedir. İsviçre'de medya okuryazarlığı eğitimi bilgisayara okuryazarlığı eğitiminin gerisinde kalmıştır. Medya eğitimi ile ilgili eğitimcileri besleyecek kaynaklar kısıtlıdır (Binark ve Bek, 2010: 89).

1990'lı yıllarda medya eğitimi alanında İtalya'da birçok teşebbüs gerçekleştirilmiştir; Milano Katolik Üniversitesi Medya Eğitimi, Bilgi ve Teknoloji Araştırma Merkezi (CREMIT), sınıflarda eğitici girişimler ve öğretmen

eğitimi için oy verilen Kurumlar için evrimii Medya Eğitimim Kaynakları (OMERO) programını geliştirmiştir. Roma Sapienza niversitesinde “Küçükler Medya Gözlemevi” bulunmaktadır. Kamu kesiminde medya eğitiminin yayılımını amaçlayan birçok kuruluş vardır; Zaffirria, İtalyanlar için Medya Eğitimi, TUTOR Cemiyeti, Save the Children Onlus bunlardan bazılarıdır (Taşkıran, 2012: 316).

İtalya ‘da hükümet tarafından medya okuryazarlığıyla ilgilenen sosyal topluluklar desteklenmektedir fakat resmi izlencede okullarda herhangi bir eğitim mevcut değildir. Ebeveynlere ve öğretmenlere medyanın kullanımını öğreten ve medya eğitimine dikkat çeken [www.comunicazioni.it](http://www.comunicazioni.it) web sitesi İletişim Bakanlığı tarafından hayata geçirilmiştir. Sivil toplum kuruluşları tarafından yapılan çalışmaları da ülkede görmek mümkündür. Medya eğitimi ile ilgili web siteleri, festivaller, medya laboratuvarları, gazete eğitimleri gibi birçok çalışma yapılmaktadır (Taşkıran, 2012: 311-341).

Uluslararası deneyimlerden yararlanarak kurulan İtalyan Medya Okuryazarlığı Birliği (The Italian Association for Media Education) okullarda medya metinlerini çözümleme yeteneği ve üretimde metodolojiyi kullanma konularında eğitimlerin verilmesi gerektiği üzerinde durmaktadır. Medya üreticileri ile eğitimciler arasındaki ilişkiler kopuktur. Medya eğitimi Media Education Teachers ağında gençlerin çabaları ile geekleşmektedir. Ayrıca niversitelerde 1999 yılında başlayan Bologna süreci ile medya okuryazarlığı lisans ve yüksek lisans programları açılmıştır. Devletin konu ile ilgili girişimleri sadece okullara yeni teknolojik destek sağlamakla sınırlıdır (Binark ve Bek, 2010: 90).

AB’de medya eğitimi uluslararası platformların takibi ve değerlendirmesi yapılarak sürekli güncellenmekte ve yapılandırılmaktadır. Konu ile ilgili yasal çalışmalar, yönergeler ve politikalar düzenlenmektedir. AB komisyonu AB’yi

yeni iletişim teknolojileri ile donatarak toplumsal bütünleşmeyi sağlayarak ve demokratik katılımı en üst düzeye çıkararak yaşam boyu öğrenim pratiklerini devam ettirmeyi amaçlamaktadır. AB medya eğitimi ve medya okuryazarlığı konusunda düzenlemeler, çalıştaylar ve yönergeler hazırlayarak kısa sürede hızlı ve önemli ölçüde ilerleme kaydetmiştir.

Macaristan'da medya eğitimi 1994 yılında öğretmen eğitimi programı ile başlamıştır. 1996 yılında Macar hükümeti "Hareketli Görüntü Programı" adı ile medya eğitimini müfredatlara dâhil etmiştir fakat 1998/99 yılında itibaren uygulamaya konulmuştur. Macaristan'da medya eğitimi ile ilgili özel kitaplar, videolar ve 23 bölgesel medya eğitim merkezi bulunmaktadır (Demiray, 2012: 360). Medya eğitimi ile öğrencilerin medyanın işleyişini anlamaları, medya metinlerine eleştirel bakmaları ve medya karşısında bilinçli bir tutum geliştirmeleri hedeflenmiştir (Binark ve Bek, 2010: 91).

Medya eğitimi, Norveç'te 1977 yılından beri resmi izlencede yerini almıştır ve 1-10 yaş arasındaki bireyler için eğitim verilmektedir. Medyayla ilgili konular sanat, müzik gibi diğer derslerle birlikte de ele alınmaktadır. İlk başlarda korumacı yaklaşımla verilen eğitimler daha sonra medyayı ve bilgisayar teknolojisini eleştirel ve yapıcı bir biçimde kullanmayı sağlamaya yönelik olmaya başladı. (Binark ve Bek, 2010: 91). 2004 yılından itibaren "dijital okuryazarlık" okullarda 4 yıllık eğitim ile verilmeye başlanmıştır. Norveç hükümetinin müfredatlarda yaptığı reformlar, yaşam boyu öğrenmeyi destekleyen ve medya okuryazarlığı ile paralel işleyen süreçlerdir ve bu anlamda yapılan çalışmalar izlenmeye ve örnek alınmaya değerdir. Hükümet dışında sivil toplum kuruluşlarının da medya eğitimine katkıları kayda değerdir. [www.norsensus.com/media-literacy-center](http://www.norsensus.com/media-literacy-center) amacını öğrencilerin, ebeveynlerin ve eğitimcilerin eğitimli birer medya tüketicisi ve eleştirmeni olmaları olarak

açıklamaktadır. Ayrıca, dijital okuryazarlık konusunda örgütsel katılımın gelişimini hedeflemektedir.<sup>23</sup>

Asya kıtasında medya okuryazarlığı konusu okullarda korumacı model olarak benimsenmektedir. Korumacı model medyaya eleştirel yaklaşımı veya medyayı kullanmayı değil, medyayı kullanmayı kısıtlamayı önerir. Asya kıtasında çeşitli ülkelerde farklı çalışmalar görmek mümkündür. Honkong'da hükümet eğitimcileri medya izlencesi dersi vermesi için desteklemiştir. Yine Honkong'da 2000 yılında hükümet Honkong Radyo Televizyonu'ndan medyayla ilgili temalar çerçevesinde bir dizi üretilip genel yayın saatinde yayınladı. Ülkenin çeşitli yerlerinde yerel gazetelerde medya eğitimi ile ilgili köşe yazıları yazılmakta ve gençlik kuruluşlarında atölyeler düzenlenmektedir. Çin'de ki duruma baktığımızda medya ile ilgili olarak çalışmalar yapılsa bile bunlar sadece giriş düzeyinde kalmıştır. Teknolojinin neredeyse en çok kullanıldığı ülkeler başında gelmesine rağmen medyayı okuma eğitimi oldukça yetersizdir. Çin'de bir öğrenme yöntemi olarak katılımcı öğrenmeye dair bir eğilim yoktur (Binark ve Bek, 2010: 65-66).

Rusya'da medya eğitimi okullarda zorunlu değildir, ancak başka derslerle (örneğin, tarih, edebiyat, sanat gibi) içinde işlenmektedir. Medya eğitimi zorunlu olmamasına rağmen 7-17 yaş arasındaki öğrenciler için izlenceler tasarlanmıştır. Konuyla ilgili çok açık kavramsal çerçeve yoktur fakat genel olarak analiz, yaratıcı ve uygulamalı üretim yeteneklerini geliştirme, medyanın toplumsal kültürel bağlamlarını araştırma ve eleştirel düşünmeyi geliştirme gibi amaçlar gütmektedir. Okullardaki teknik donanımın eksik olması medya eğitiminin gelişmesi önündeki engellerden biridir (Binark ve Bek, 2010: 93).

---

<sup>23</sup> <http://www.nordicom.gu.se/en> (Erişim tarihi: 16.03.2015)

Afrika ülkelerinin özelliği, diğer ülkelere göre medya deneyiminin görece yeni olmasıdır. Gençlerin kendilerine zararlı olacak medya metinlerinden korunması gibi bir anlayış bu kıtada yaygındır. Medya eğitimi çok kısıtlı olup çoğunlukla okul dışında gerçekteşmektedir. Afrika kıtasında medya okuryazarlığı kavramının yavaş ve geç ilerlemesi, ülkenin gelişmişlik durumu ile alakalıdır. Afrika'da medya okuryazarı olmaktan daha önemli konu temel okuryazarlıktır. Güney Afrika'da 1990'larda yaşanan siyasal dönüşümle birlikte eğitim alanında değişimler olmuştur. Medya eğitimi ile ilgili izlenceler oluşturulmuş ve öğretmenlerin çocuklara medyadan kaynaklanan önyargı ve yanlış anlamların etkisinden korumak için öğrencileri çeşitli fikirlerle tanıştırılması gerektiği kanısına varılmıştır. Medya okuryazarlığı ile ilgili olarak çalışan Afrika Çocuklar ve Yayıncılık Kuruluşu (Children and Broadcasting Foundation for Africa), çocukların yayıncılıkla ilgili gereksinimleri ve haklarıyla ilgilenen, medya endüstrilerinin daha çok çocukları gözetten projelere destek vermesi gerektiğini savunmaktadır (Binark ve Bek, 2010: 64).

Dünya genelinde çalışan bir kurum olan UNESCO medya okuryazarlığı ile ilgili çalışmalar yapmaktadır. UNESCO 1982 yılından itibaren medya ve bilgi okuryazarlığı konularında dünya çapında bilinçlendirme kampanyaları yürütmektedir. Bu amaçla "Eğitimde Bilişim Teknolojileri UNESCO Enstitüsü" öğretmen eğitimi, eğitim kurumlarını donatmak ve bilgi ve medya okuryazarlığını kolaylaştıracak kullanışlı bir ders kitabı hazırladı. Bu ders kitabı, medya ve bilgi okuryazarlığını geliştirmek ve sınıfta medya eğitimini almak için öğrencileri teşvik etmek amacıyla, öğretmenlere yardımcı kaynak olarak yayımlandı.<sup>24</sup> UNESCO'nun çalışmaları kitapla sınırlı değildir, kendi bünyesindeki araştırmacılarının yaptıkları gözlemlerin sonucunda elde ettikleri

---

<sup>24</sup> iite.unesco.org (Erişim tarihi: 25.12.2014)

verilerden makaleler, konferanslar, yeni müfredatlar ve faaliyet raporları hazırlamaktadırlar. Dünyanın neredeyse bütün ülkelerinde katılımcısı ve gözlemcisi olan UNESCO medya kültürü ve medya okuryazarlığı ile ilgili son gelişmeleri takip edebilmektedir. Böylelikle ihtiyaçları belirleyerek, yeni araç ve gereçlerin geliştirilmesine katkı sağlamaktadır. Müfredat geliştirme ve öğretmen yetiştirme programlarının iyileştirilmesi için medya okuryazarlığı ve yeni medya okuryazarlığı için kavramsal bir çerçeve oluşturur.

#### **4.2. Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Eğitimine Yönelik Süreç ve Çalışmalar Nelerdir?**

Medya okuryazarlığının Türkiye’deki gelişimi 1990’ların sonu 2000’li yılların başlarında tartışılmaya başlanmıştır. İlk olarak RTÜK medya okuryazarlığı tartışmalarını gündemine taşımıştır. Medya araçlarının giderek çeşitlenmesi, iletişim kanallarının niceliksel artışının nitelikli içerik sorununu beraberinde getirmesi, medya sektörünün yapısı ve işleyiş süreçlerinin karmaşıklaşması ve medya tüketiminin giderek artması medya okuryazarlığı eğitimin en önemli dayanaklarından biridir. Türkiye’deki bireylerin medya okuryazarı olmasının gerekliliği, bireylerin medyayı nasıl tükettikleri ile ilgili istatistiklerde ortaya çıkmaktadır.

2013 yılında Türkiye Ulusal İstatistik Kurumu’nun (TUIK) yaptığı medya kullanım oranları incelemesinde, bilgisayar kullanımının 6-15 yaş grubu arasında ortalama 8 yaşından itibaren başladığı görülmüştür. Yine bu yaş grubunda internet kullanımı 9 yaşında başlamaktadır. Çocukların %24, 4’ünün kendine ilişkin bilgisayara sahip iken, %13, 1’i cep telefonuna ve %2, 9’u oyun konsoluna sahiptir. 2013 yılında çocukların %45, 6’sının hemen hemen her gün internet kullanmıştır. TUIK araştırmalarında 06-15 yaş grubundaki her 10 çocuktan 9’unun her gün televizyon izlediği ve bu izleme saatinin 4 saat olduğu ortaya çıkmıştır. Türkiye’de kitap okuma oranları Milli Eğitim Bakanlığı’nun

verilerinde %4,5 olarak açıklanmıştır ki, Türkiye'nin az okuyan çok izleyen bir toplum olduğunun göstergesidir. Bireyler karmaşık medya mesajları içinden, kurgu ile gerçeklik arasındaki farkı algılamaları zorlaşmaktadır. Türkiye'de çocukların medya ile girdikleri ilişkilere incelendiğinde, toplumun medya okuryazarı olmasının önemi ortaya çıkmaktadır.<sup>25</sup>

Türkiye'de medya okuryazarlığı kavramı tartışmaları, dünyada görülen tartışmalara göre daha yenidir. Medya okuryazarlığı alanında ilk adım olarak RTÜK'ün, çocuk ve gençleri televizyon programları arasında bilinçli tercihler yapmaları konusunda teşvik eden ve ailelere kitle iletişim araçlarının içerikleri konusunda bilgilendiren 2000 yılında başlattığı "Televizyon Yayınlarında Koruyucu Sembol Sistemi" çalışması görülebilir. Bu proje Avrupa Birliği'ne aday ülkelerin MATRA Projeleri bünyesinde hayata geçirilmiştir. Bu çalışma, izleyicinin, ama özellikle çocuk izleyicilerin ekrana yansıyan akıllı işaretlerle uyarılmaları, program izleme konusunda yönlendirilmelerini amaçlamaktadır (Güngör, 2013: 363).

2003 yılında toplanan İletişim Şurası'nda medya okuryazarlığı konusu gündeme getirilmiş ve Şura bünyesinde çalışan Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Komisyonu'nun katkısıyla "Toplumsal ve bireysel eğitim ve kültüre katkı sağlayacak, ruh sağlığını zedelemeyecek bir yaklaşımla ve özellikle çocukların zararlı yayınlardan korunması için AB'ye uyum çalışmalarının başlatılması ve ilk ve orta öğretim ders programlarına çocuklar ve gençlerin bilinçlendirilmesini sağlayacak medya okuryazarlığı derslerinin eklenmesi" önerilmiş ve bu öneri Şura'nın sonuç bildirgesinde de yer almıştır (Avşar, 2014).

---

<sup>25</sup> www.tuik.gov.tr(Erişim tarihi: 26.10.2014)

Medya okuryazarlığı eğitiminin ilköğretim okullarında ders olarak verilmeye başlanması önerisi 2004 yılında Şiddeti Önleme Platformu'nda tarafından gerçekleştirilmiştir. Şiddeti Önleme Platformu'nun medya okuryazarlığı eğitiminin önemini vurgulaması tesadüf değildir. Kitle iletişim araçları şiddetin yayılmasında önemli role sahiptirler. Bourdieu (2000) televizyonda şiddetin her zaman prim yaptığını söylemiştir. Şiddet ögesi sadece televizyonda değil artık medyanın tüm alanlarında karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'de medya tüketim oranları daha önce belirtildiği üzere, yoğun medya kullanımı karşısında birey mutlaka medyanın dolaşıma soktuğu şiddet unsurlarına maruz kalmaktadır. 2006 yılında Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu (Unicef) tarafından yapılan araştırmada 3 televizyon programından 2'sinde şiddet unsurlarına rastlanmıştır. Bir çocuk yılda 10.000'den fazla şiddet sahnesi ile karşılaşılıyor (Ker Dinçer ve Yılmazkol, 2009: 202). Günümüzde televizyonun yanına diğer medya elemanlarını da katarsak bu rakam çok daha yukarılara çıkıyor. Medyanın davranışları şekillendirme öncü rol üstlendiği medya çağında, medya okuryazarı olmanın gerekliliği ortadadır. Çünkü çocuklar bugün izleyecekler, yarın da izledikleri davranışları kendilerine rol model olarak uygulayacaklardır.

Şiddeti Önleme Platformu'nun konuya dikkat çekmesinden sonra aynı yıl içinde (2004) RTÜK ve MEB görüşmeleri ile medya okuryazarlığı çalışmaları hızlandırmıştır. 2006 yılında ülke çapında belirlenen pilot okullarda (Erzurum, İstanbul, Ankara, Adana, İzmir) medya okuryazarlığı seçmeli ders olarak okutulmaya başlanmıştır. Bu kapsamda öğrenciler için bir öğretim kitabı ve öğretmenler için bir öğretmen kılavuzu hazırlanmıştır.

Medya Okuryazarlığı Öğretmen kılavuzunda (2006) medya okuryazarlığı hakkında bilgiler verilmiş ve dersin amaç ve kapsamı belirtilmiştir. Ders kapsamında çocukların bilgi, beceri ve değerlerinin gelişmesi, gözlem yapma ve çevresine eleştirel bakmayı öğrenmesi, ruhsal, ahlaki, sosyal ve kültürel



yönlerden gelişmesi hedeflenmiştir. Ayrıca öğrencilerin gözlem, araştırma, eleştirel ve yaratıcı düşünme, etkili iletişim, problem çözme, bilgi teknolojilerini kullanma gibi becerileri kazanmaları amaçlanmıştır. Ayrıca çocukların ilköğretimden başlayarak medya karşısında bilinçlendirilmelerinin, görsel, işitsel ve yazılı medya karşısında eleştirel birer okuyucu olmalarının gerekliliği vurgulanmıştır. Medya okuryazarlığı dersi ile birlikte öğrenci medya karşısında pasif bir alıcı olmaktan çıkarak medyayı okuyabilecek ve medya dilini çözebilecektir ( MEB-TTK ve RTÜK, 2006: 6-7).

2005 yılında Marmara Üniversitesi tarafından "I. Medya Okuryazarlığı" konferansı düzenlenmiş, konferansa yurtiçinden ve yurtdışından, bildiri ve aktif dinleyici olarak pek çok akademisyen, medya çalışanı, medya ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri, öğrenciler ve halk katılmıştır. Bu konferansta birçok başlık tartışılmaya açılmış, katılımcılar medya hakkında bilgilendirilmiş ve medya okuryazarı olmanın önemi vurgulanmıştır. "Bilinçli kamuoyu" için "kaliteli medya" ve bunun için "kaliteli iletişim eğitimi" nin gerekliliği anlatılmıştır ( Türkoğlu ve Şimşek, 2007: 9).

RTÜK, 2006 yılında Ankara'da "Medya Okuryazarlığı" Paneli düzenlemiştir. Sonraki yıl (2007) RTÜK ve MEB'in işbirliği sonucu hayata geçirilen "Medya Okuryazarlığı Projesi" kapsamında İstanbul'da, Özel Okullar Birliğine üye ilköğretim okullarında medya okuryazarlığı dersini okutacak öğretmenlere yönelik tanıtım toplantısı yapılmıştır. Yine 2006 yılında RTÜK "İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları Kamuoyu Araştırması" başlığı altında yaptığı incelemede, öğrencilerin günde üç saate yakın televizyon izlediklerini göstermiştir. Bu araştırmada öğrencilerin internet kullanma ve radyo dinleme alışkanlıkları ile ilgili önemli çıkarımlar elde edilmiş ve medya okuryazarlığı dersinin gerekliliği kanıtlanmıştır.

2006 yılında Ankara'da Uluslararası Medya Okuryazarlığı Paneli adıyla başka bir toplantı düzenlenerek akademisyenlerin ve yabancı ülkelerde görev yapan yetkililerin görüşleri ve deneyimleri paylaşılmıştır. "Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Öğretmen Kılavuzu" hazırlanmıştır. Böylelikle etkinlik merkezli, bilgi ve beceriyi dengeleyen, öğrencinin kendi yaşantısını ve bireysel farklılıklarını dikkate alan, çevresiyle etkileşimine olanak sağlayan yeni bir anlayış yaşama geçirilmeye çalışılmıştır.

"İlköğretim Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı" 2006 yılında MEB-TTK'da görüşülerek kabul edilmiştir.. RTÜK Başkanı Dr. A. Zahid Akman ile Üst Kurul Üyesi Taha Yücel, 11 Mayıs 2007 tarihinde, MEB ve RTÜK'ün işbirliğiyle, medya okuryazarlığı dersi pilot uygulaması gerçekleştirilen, Bakırköy Şehit Pilot Muzaffer Erdönmez İlköğretim Okuluna giderek, 7. sınıfların medya okuryazarlığı dersine katılmışlardır.

11 Eylül 2007 tarihinde İstanbul'da, RTÜK ve MEB'in işbirliği sonucu hayata geçirilen "Medya Okuryazarlığı Projesi" kapsamında Özel Okullar Birliğine üye ilköğretim okullarında medya okuryazarlığı dersini okutacak öğretmenlere yönelik tanıtım toplantısı, yapılmıştır. 1 Mart 2008 tarihinde, RTÜK tarafından düzenlenen "Medya Okuryazarlığı İl Milli Eğitim Müdürleri Bilgilendirme Toplantısı", Kocaeli'nde gerçekleştirilmiştir. "Çocuk Gerçeği ve Medya Okuryazarlığı Dersinin Önemi" konulu uluslararası panel 07 - 08 Ekim 2008 tarihlerinde yine İstanbul'da yapılmıştır.<sup>26</sup> 26 Temmuz 2008 tarihinde Van'da, Medya Okuryazarlığı Dersi İl Milli Eğitim Müdürleri Bilgilendirme Toplantısı gerçekleştirilmiştir. "Çocuk Gerçeği ve Medya Okuryazarlığı Dersinin Önemi" konulu uluslararası panel 07 - 08 Ekim 2008 tarihlerinde İstanbul'da

---

<sup>26</sup> www.medyaokuryazarligi.org.tr (Erişim tarihi: 21.01.2015)

yapıldı. Bunların dışında RTÜK yaptığı çalışmalarla çeşitli ödüllere layık görülmüş ve toplumu medya okuryazarlığına teşvik etmek için çeşitli ödüller de vermiştir.

RTÜK, kitle iletişim araçları arasında günümüzde internete rağmen en büyük kullanım alanına sahip olan televizyonlarda 2012 yılında medya okuryazarlığının önemini anlatmak ve dersin seçilmesini sağlamak için kamu spotları hazırlamış ve yayınlamıştır. 30 Haziran – 1 Temmuz 2012 tarihlerinde toplanan ve Medya Okuryazarlığı Dersi Çalışma Grubu ile Yaşam Boyu Medya Okuryazarlığı Çalışma Grubu olmak üzere 2 bölüm halinde çalışan Medya Okuryazarlığı Çalıştayı, hazırlanan çalışma grubu raporlarının sonucunda şu konularda tavsiyelerde bulunmuşlardır:

- Medya okuryazarlığı dersinin, uygulama ağırlıklı olarak (medya analizi ve üretimi) planlanıp yürütülmesi,
- Yaşam boyu öğrenme kapsamında medya okuryazarlığı eğitiminin, öğrenci öğretmen aile üçgeninde ele alınması,
- Konuyla ilgili paydaşların (kamu kuruluşları, STK'lar, medya kuruluşları, sendikalar vb.) ve öğretmenlerin, katılımcı bir anlayışla sürece dâhil edilmesi gerektiği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Bu temel prensipler ışığında yürütülecek uygulamalarda aşağıdaki öneriler belirlenmiştir:

- Okul öncesinden itibaren bütün eğitim kademelerinde (ilkokul, ortaokul ve lise) ilgili derslerin öğretim programlarıyla ilişkilendirilerek verilmelidir.

- Ortaokul düzeyinde bu dersin bağımsız bir seçmeli ders olarak yerini alması ağırlıklı olarak önerilmiştir. Bu derste ölçme değerlendirme alternatif yöntemlerle (portfolyo düzenlenmesi vs.) yapılmalıdır.

- Seçmeli dersin veliler tarafından değerlendirilebilmesi için yeterli bilgilendirme yapılmalı ve bu seçimin elektronik ortamdan yapılabilmesi için gerekli teknik altyapı oluşturulmalıdır. Ancak bu düzeyde zorunlu olmasını destekleyen fikirler de vardır.

- Lise düzeyinde “medya okuryazarlığı ve uygulamaları” veya başka adlar altında aynı temada bir ders, seçmeli olarak sunulmalıdır.

- Medya okuryazarlığıyla ilgili program içerikleri sürekli yenilenmelidir. İhtiyaçların tespiti için kapsamlı bilimsel ihtiyaç analizleri yürütülmelidir.

- Temel medya okuryazarlığı becerilerini esas alarak tematik yaklaşım başta olmak üzere farklı yaklaşımlardan da faydalanılması (siber zorbalık, şiddet, çevreye duyarlılık, bilinçli tüketim, evrensel değerlerin desteklenmesi – cinsiyetçilik, ırkçılık, ayrımcılık vb.) gerekmektedir.

- İçerik oluşturulurken öğrencilerin kullandıkları medya ortamlarının ağırlıkları göz önüne alınmalıdır.

- Medya okuryazarlığı dersinin öğretim materyalleri hem yazılı hem de kitle iletişim araçları ortamlarında düzenlenmelidir. Bu materyaller, belli bir platformda öğretmenlerin, ailelerin ve öğrencilerin hizmetine sürekli güncellenerek sunulmalı, FATİH Projesi kapsamında ve Z-kitap ortamlarında yerini almalıdır. Öğretmenler, bu kaynaklardan hem kullanıcı, hem üretici olarak faydalanmalıdır.

- Her yıl farklı bir temada olmak üzere ulusal ve yerel paydaşlar da sürece dâhil edilerek okullarda medya okuryazarlığı haftası düzenlenmelidir. Bu hafta

kapsamında eğitim setleri hazırlanıp ortaya çıkan ürünler, okul ortamında paylaşılmalıdır.

- Medya okuryazarlığı dersi, alanında yetkin öğretmenler tarafından verilmelidir. Ancak öğretmenler çeşitli kaynaklardan gelebilmelidir. İletişim fakültesi mezunu öğretmenler olabileceği gibi, sosyal bilgiler, Türkçe alanlarından gelen öğretmenler de olabilir. İletişim fakültesi mezunlarının pedagojik formasyon almaları sağlanmalıdır. Türkçe, sosyal bilgiler gibi diğer disiplinlerden gelen öğretmenlerin ise iletişim fakültelerinde tezli ya da tezsiz yüksek lisans yaparak yetkinliklerin sağlanması teşvik edilmelidir.

- Hâlihazırda bu dersi veren öğretmenlerin mesleki gelişmelerinin sağlanması için mesleki hizmet içi eğitimler düzenlenmelidir. Bu eğitimler, iletişim ve eğitim fakültelerinden alanlarında uzman akademisyenler tarafından yürütülmelidir.<sup>27</sup>

Bu çalıştayın kurumsallaştırılarak sürekliliğinin sağlanması ve sekreteryasının RTÜK tarafından yürütülmesi önerilmiştir.<sup>28</sup>

Yaşam Boyu Medya Okuryazarlığı Çalışma grubunda;

- Medya ve medya okuryazarlığı kavramı tanıtılması,
- Sivil toplum kuruluşlarının katılımının sağlanması ve artırılması,
- Kurumlar arasında ortak çalışma, organizasyon ve görev tanımının yapılması,
- Aktif yurttaşlığın sağlanması,
- Bilinçli izleyici ile ilgili çalışmaların yapılması,
- Üniversitelerin katılımının sağlanması,

---

<sup>27</sup> <http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/cal9.html> (19.01.2015)

<sup>28</sup> [www.medyaokuryazarligi.org.tr](http://www.medyaokuryazarligi.org.tr) (Erişim tarihi: 21.01.2015)

- Ailenin bilinçlendirilmesi için çalışmalar yapılması,
- Ruh ve beden sağlığına ilişkin olumsuz etkilere yönelik çalışmalar yapılması,
- Dini ve ahlaki değerlerin çarpıtılmasının önlenmesine yönelik çalışmaların yapılması,
- İnsan hakları ihlallerine ilişkin çalışmalar yapılması tavsiye edilmiştir.<sup>29</sup>

İstanbul Şehir Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi Yrd. Doç. Dr. Aslı Telli Aydemir ve Uluslararası İlişkiler Ofisi Sorumlusu Yasemin Kilit Aklar'ın Koordinatörlüğünü yaptığı "Yetişkinlere Yönelik Yeni Medya Okuryazarlığı ve Demokratik Güçlendirme Çalıştayı", 10-17 Eylül 2012 tarihleri arasında gerçekleştirildi. Avrupa Birliği Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi Başkanlığı'nın Grundtvig Programı kapsamında düzenlenen çalıştayda, Avrupa'nın çeşitli ülkelerinden ve Türkiye'den katılımcılar, yeni medya diline aşinalık kazanarak deneyimlerini ses, imge ve metin yoluyla dijital formatta nasıl ifade edebileceklerini öğrendiler.<sup>30</sup>

Nurdan Öncel Taşkiran (2012), Avrupa'da ki medya okuryazarlığı profillerinin incelendiği kitabında Türkiye'deki medya okuryazarlığı profilini hakkında bazı çıkarımlarda bulunmuştur; öğretim programlarında yaşam boyu öğrenmede medya okuryazarlığına pek fazla önem verilmediğinin, öğretici kaynakların yetersiz olduğu, medya okuryazarlığı ile ilgili bir merkezin bulunmadığı, medya okuryazarlığının arada sırada gündeme taşındığının ve bu tartışmaların düzensiz ve gelişigüzel tartışıldığının altını çizmiştir.

---

<sup>29</sup> www.medyaokuryazarligi.org.tr (Erişim tarihi: 21.01.2015)

<sup>30</sup> www.sehir.edu.tr (Erişim tarihi: 14.10.2014)

2013 ve 2014 yıllarında içerikleri değiştirilerek “Bilinçli birey, bilinçli toplum için medya okuryazarlığı dersini seçin” başlığı ile birçok kamu spotu dolaşıma sokulmuştur. RTÜK tarafından yapılan araştırmalar medya okuryazarlığı dersinin verimli yürütülemediği sonucu ortaya koyması üzerine 2013 yılında öğretim programı ve ders kitabını yenilmek üzere çalışma başlatılmıştır. Bu çalışmanın sonucunda öncelikle öğretim programı yenilenmiş ve 11.12.2013 tarihinde “Ortaokul ve İmam Hatip Ortaokulu Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı” adıyla MEB-TTK tarafından kabul edilmiştir. 2014-2015 eğitim ve öğretim yılından itibaren uygulamaya konulacak olan öğretim programı için ders kitabı kullanılmaması, bunu yerine öğretim materyali kullanılması kararı alınmıştır (Altun, 2014: 6).

Yine RTÜK ve MEB ortak çalışması sonrasında medya okuryazarlığı öğretim materyali yenilenmiştir. İçeriklerinin geliştirilip, genişletildiği öğretim materyali 2014-2015 eğitim ve öğretim döneminde okutulmaya başlanmıştır. Nezih Orhon öncülüğünde çalışan bir grup “Azı karar, çoğu zarar” diyerek materyalin tanıtım toplantısını 2014 yılının eylül ayında MEB Bakanı Prof. Dr. Nabi Avcı’nın katılımıyla gerçekleştirmiştir. Medya üretimi çerçevesince öğrencilerce üretilen medya iletilerinin “medya okuryazarlığı şenliği, medya okuryazarlığı günü, medya okuryazarlığı fuarı” gibi isimlerle dönem/yılsonunda sergilenmesi, onların bu konudaki katılımlarını güdüleyerek daha nitelikli ve özverili üretim yapmalarını amaçlanmıştır. Öğretim materyalinin hazırlanmasına ve çevrimiçi ortamda öğretmen eğitiminin gerçekleştirilmesine yönelik çalışmalar devam etmektedir.

Türkiye’de medya okuryazarlığının önemi dikkat çekmek amacıyla; Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi öğretim üyesi Nezih Orhon öncülüğünde I. Ulusal Medya Okuryazarlığı Kampı gerçekleştirildi. Bu kampta seçilen okullardan İletişim Bilimleri Fakültesine davet edilen ilköğretim öğrencileri ile

birlikte medya okuryazarlığı çalışmaları yapıldı. Öğrenciler konunun uzmanları akademisyenler ile birlikte fotoğraftan videoya, haber içeriklerinden sosyal medya işlevlerine kadar birçok konuda uygulamalı çalışmalar yaptılar. Her akademisyen kendi alanıyla ilgili medya okumanın nasıl yapılacağı ile ilgili temel bilgileri aktardılar. Fotoğrafın işlevleri ve medya da kullanımı, haber metinlerinin analizi ve metinlerin altında yatan gizil anlamlar, sosyal medyanın etkili kullanımı gibi medya ile ilgili çözümlenmeler yapılabilecek işlevsel çalışmalar yapılmıştır.

Türkiye’de medya okuryazarlığının kapsamı RTÜK ve MEB’in yaptığı çalışmalarla sınırlı kalmadan çeşitli alternatif ve muhalif cephelerde başlatılan girişimler tarafından da desteklenmiştir. Örneğin 2007 yılında Halkevlerinin düzenlediği Halkın Hakları Forumu’nda gerçekleştirilen “Halkın İletişim Hakkı” atölyesinde medya okuryazarlığı hakkı da tartışılmıştır. Bu bildiriye “medya içeriğini denetleyen, medya okuryazarlığını destekleyen oluşumları, halkın bilgi edinme hakkını geliştiren alternatif medya deneyimlerini, iletişim alanına dair sözü ve talebi olan her kesimi bir araya getiren oluşumların desteklenmesi gerektiği ve aynı zamanda iletişim fakültelerinin medya üretim süreçlerinde çalışanlarla işbirliği içinde olması gerektiği vurgulanmıştır. 2006 yılında Uluslararası Bağımsız Medya Forumu’nun düzenlediği forumda “Başka Bir İletişim Mümkün mü?” sorusuna yanıt aranmıştır. Bu forumda Ragıp Duran Türkiye’de “medya metinlerini tüketenlerde/kullananlarda medya okuryazarlığı bilincinin gelişmemiş” olduğuna dikkat çekerek, medya okuryazarlığı eğitiminin eksikliğine vurgu yapmıştır (Binark ve Bek, 2010: 105).

Bilgi ve teknoloji çağı olan 21. yüzyıla ulaşıncaya değin, gelişmiş ülkeler sadece belirli grupların değil; toplumu oluşturan bütün bireylerin okuryazar olmalarını, bilgiye erişmelerini, kullanmalarını ve değerlendirmelerini kapsayan beceriler edinmelerini hedeflemektedirler (Önal, 2010: 102). Dünya



sürekli değişim ve dönüşüm halindedir. Medya okuryazarlığının yaşam boyu eğitimi gerektiren bir olgu olduğuna değinildi. Değişen dünya ile birlikte medya okuryazarlığı eğitimin sürekli güncellenmesi ve geliştirilmesi gereklidir. Türkiye’de yeni çalışılmaya başlanan bu konuda yapılanlar, yapılacak olanlar için öncü çalışmalardır. RTÜK’ün, MEB’in ve diğer platformların yaptığı çalışmalar yaşam boyu eğitimin ve medya okuryazarlığının önemi belirtmesi ve bu olguların önünü açması açısından önemli ve kayda değerdir.

RTÜK yasal düzenlemelerin uygulamalarla desteklenmesinin; kamu yönetiminin, sektör temsilcilerinin, sivil toplum kuruluşlarının ve bireylerin işbirliği içinde çalışmalarıyla mümkün olabileceği, toplumsal duyarlılığın geliştirilmesi için de öncelikle eğitim olanaklarının artırılması gerektiği inancındadır. Bugünün dünyasında, bireyin sürekli artan medya mesajları karşısında neye maruz kaldığını bilmesi için de medya okuryazarlığı becerisi edinmesi en önemli önlemler arasında görülmektedir (Avşar, 2014).

Türkiye’de medya okuryazarlığı dersi 2000’li yıllarından başlarından itibaren tartışılmaya ve geliştirilmeye çalışılmaktadır. 2007-2008 eğitim-öğretim döneminde seçmeli ders olarak müfredatta yerini almıştır ve içeriklerindeki eksiklikler giderilerek ilerlemeye ve işlenmeye devam etmektedir. Giderek çeşitlenen medya araçları karşısında bireylerin “bilinçli okuryazarlar” olmasını sağlamak oldukça önemlidir. Medya okuryazarlığı eğitimi ile bireyler merak ettikleri bilgilere güvenilir kaynaklardan erişebilme imkânı bulabileceklerdir. Bireyin, medya da neyin olumlu olduğunun neyin olumsuz olduğunun fark ettirilmesi ve medyada ki olumsuzluklara karşı nasıl bir tavır sergileyeceğini anlaması ancak medya okuryazarlığı eğitimi ile mümkündür.

#### **4.3. Dünya’da ve Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Eğitim Programlarının ve Materyallerinin Benzerlik ve Farklılıkları ile Özellikleri Nelerdir?**

Dünya da ve Türkiye’de medya okuryazarlığı alanında yapılan çalışmalar genel olarak incelendiğinde; dünyada yapılan medya okuryazarlığı çalışmalarının genel olarak çocuk eğitime yönlendiğini ve eleştirel düşünce sistemini inşa etmek üzerine odaklandığı görülmektedir. Dünyada çocuklarla ilgili yapılan medya okuryazarlığı çalışmalarında aynı zamanda çocukların medya üretim sürecine katılımını teşvik edecek çalışmalar yapılmaktadır. Özellikle AB’de medya okuryazarlığı daimi çalışma konuları arasında yerini almıştır. Kavram olarak medya okuryazarlığının incelendiği kaynaklar 2009 yılından öncesindeki çalışmalarda görülmektedir. Bu yıldan sonra ağırlıklı olarak medya okuryazarlığı üzerinde yapılan geçmiş çalışmaların incelenmesi ve yeni çalışmaların geliştirilmesi üzerine inceleme yapılmıştır. AB komisyonu medya okuryazarlığı konusunda politika üretilmesini, tanımının genişletilmesini ve yasal düzenlemelerde yer almasını da kararlaştırmıştır. 2012 yılından sonra dünyada medya okuryazarlığı çalışmaları, medya okuryazarlığı ölçümünün önemine eğilmiştir. Medya okuryazarlığı ile ilgili internet siteleri de bu sürece katkıda bulunmaktadır. 2012 yılından itibaren dünyada artık medya okuryazarlığı ölçümünün yapılabilmesi ise bu meselenin geçmişinin eskilere dayanmasından ve temel düzeydeki medya okuryazarlığı aşamalarının geçilmesinden kaynaklanmaktadır. Çocukların üreterek medya okuryazarlığı süreçlerine dâhil olabilmeleri için çeşitli medya üretim faaliyetleri yapılmaktadır.

Medya okuryazarlığı kavramı Dünya’da sadece medya okumayı öğretmek anlayışından sıyrılarak, medya endüstrisi hakkında bireyleri bilinçlendirerek medyanın ticari doğası ile ilgili bilgi sahibi yapmayı amaçlamaktadır. Medya eğitiminde ‘ticari iletişim’, ‘görsel- işitsel eserler’, ‘sponsorluk’ ve ‘tele-alışveriş’ ‘sayısal yapım ve yaratım’ gibi konularda

bilgilendirerek bireylerin hem medya okuryazarı olmalarına katkı sağlanmakta hem de finansal anlamda kazanç elde edebilecekleri yöntemler öğretilmektedir. Dünyada medya okuryazarlığının önemli bir mesele olduğunu her yıl veya üç yılda bir yayınlanan medya kullanım raporları ve kitaplar kanıtlar niteliktedir. Medya okuryazarlığı dersinin birey ve toplum üzerindeki bilgilendirici ve yönlendirici etkilerinin farkına varan birçok ülke, yaşam boyu öğrenme için gerekli olan donanım ve yeteneğe sahip olmayı kolaylaştıran bu dersin eğitimine giderek daha çok önem vermektedir (Görmez, 2015: 70).

Dünya'da medya sektörü ile medya eğitimcileri işbirliği halinde çalışmaktadırlar. Böylelikle bireyler işin profesyonelleri tarafından üretilen içerikler hakkında daha detaylı bilgiler elde ederek medya okuryazarı olma sürecine öğrenerek katılmak ve üretim yeteneklerini geliştirmektedirler. Ayrıca böylelikle görsel ve işitsel mirasın korunması ve vatandaşlar arasında diyalogun gelişeceği düşünülmektedir. Dünya'da medya okuryazarlığı konusunda ebeveyn eğitimlerine yönelik çeşitli materyaller ve programlar geliştirilmiştir. Geliştirilen bu materyaller tam anlamıyla etkili ve yeterli olup-olmadığı araştırılmaya başlanmamıştır.

Türkiye'deki medya okuryazarlığı çalışmaları incelendiğinde, çalışmaların medya okuryazarlığı eğitimine ve eğitim sistemi içinde medya okuryazarlığının hangi şekillerde verilmesi gerektiğine odaklanmıştır. Eğitim alanında değişiklik yapılmasını öneren çalışma konuları arasında çocuğun medya hakkında bilinçlendirilmesi, öğretmen eğitimlerinin gerekliliği, yükseköğretim seviyesindeki bireylerin medya okuryazarlık düzeylerinin araştırılması ve medya okuryazarlığı eğitiminin müfredatlara girmesi için örnek programların geliştirilmesi de vardır.

Türkiye'de kavram olarak medya okuryazarlığı incelemeleri de hala varlığını korumaktadır. Araştırmaların birçoğu medya okuryazarlığı kavramının

amaçlarını ve önemini vurgulamak için yapılmaktadır. Medya okuryazarlığı Türkiye’de 2000’li yılların başlarından itibaren tartışılmaya başlandığı için yapılan çalışmalar dünyada yapılanların gerisinde kaldığı gözlenmiştir. Dünyada konu ile ilgili birçok internet sitesi mevcutken Türkiye’de RTÜK’ün kurduğu [medyaokuryazarligi.org](http://medyaokuryazarligi.org), [guvenlicocuk.org](http://guvenlicocuk.org), Çocuk ve Medya hareketinin kurduğu [cocukvemediyahareketi.org](http://cocukvemediyahareketi.org) ve Alternatif Bilişim Derneği’nin yayınladığı [www.yenimedya.org.tr](http://www.yenimedya.org.tr) web sitelerinden başka medya okuryazarlığı hakkında bilinçlendirecek web sitesine rastlanmamıştır.

Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimi tam bir müfredat dâhilinde olmadığı için çocukların uygulamalı öğrenmesi için de etkinlikler yapılamamaktadır. Konu ile ilgili Türkiye genelinde yapılan bir araştırma ve faaliyet raporu da görülmemektedir. Ebeveyn eğitimlerine yönelik materyal ya da program düzenlemesine rastlanmamıştır.

#### **4.4. Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Materyallerinin Geliştirilmesi Sürecinde Üretilmiş Materyallerin Özellikleri Nelerdir?**

Türkiye’de medya okuryazarı bireyler yetişmesi amacıyla ortaya çıkan eğitim materyalleri RTÜK ve MEB-TTK’nın ortak çalışmalarıyla üretilmiştir. Bu amaç doğrultusunda;

Medya okuryazarlığı el kitabı,

Medya okuryazarlığı öğretmen kılavuz kitabı,

Medya Okuryazarlığı Öğretim Programı (2006-2013 Eğitim Öğretim Yılı),

Medya Okuryazarlığı Öğretim Programı (2014-2015 Eğitim Öğretim Yılı),

Ortaokul ve İmam Hatip Ortaokulu Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali

eğitsel araçlar hazırlanmıştır.

İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı farklı üniversitelerden bir araya gelen akademisyenler tarafından oluşturulmuştur. Ders kapsamı doğrultusunda Öğretmen El Kitabı'nda sekiz ünite yer almaktadır. Bu ders materyalinin ünitelerinde; kitle iletişimi, medyayı tanıma, televizyonun etkileri, televizyon yayıncılığının yapısı, televizyonun aile içindeki konumu, televizyon programlarının aile içindeki konumu, radyo hakkında bilgilenme, gazete ve dergi hakkında bilgilenme, interneti kullanmayı öğretme, internetten korunma yolları ve internette dikkat edilmesi gereken noktalarla ilgili konular işlenmiştir.

Medya okuryazarlığı dersinin eğitim-öğretim hayatında ilk defa seçmeli ders olarak verilmeye başlandığında öğrenciler için ayrı bir ders materyali hazırlanmamıştır. Bu durum RTÜK ve MEB-TTK tarafından öğrencilerin belli bir kaynağa bağlı olmadan, ezbere eğitime yönlendirilmesinin önüne geçilmesi amaçlanarak bilinçli olarak uygulanmıştır.

2006 yılında uygulamaya konulan medya okuryazarlığı dersinin işlenişinde kullanılan ilk materyalin işleniş özelliklerini incelediğimizde, materyalde genel olarak iletişimi öğretme ve iletişim kanalları hakkında bilgilendirmeye ağırlık veren bir anlayışın etken olduğu gözlenmiştir. Bu materyalde üniteler öğrenme alanları üzerine yoğunlaşmış, bilgi verme işlevi ön planda tutulmuştur. Öğretme-öğrenme sürecinde gerçekleştirilecek etkinliklerin öğretmen tarafından belirlenmesi istenmektedir. Bu durumda öğretmenin medya okuryazarlığı eğitimine özel ilgisi olmasını gerektirmektedir. Böylelikle sınıf içi etkinliklerinde her ders farklı bir etkinlik üretilebilmelidir.

Materyal medya hakkında öğretirken uygulayıcı çalışmalar yapılmasına olanak vermektedir fakat bu uygulamaların örnek çalışmalarının yetersiz olduğu gözlenmiştir. Materyalin çalışma kâğıtları kısımları öğrenciye sadece konuyu pekiştirmesine yardımcı olacak çalışmalar olduğu tespit edilmiştir. Öğrencinin

konu başlığında öğrendiği bilgileri, bilgi düzeyinde ne kadar öğrendiğini anlaşılr. Öğrenci öğrendikleri bilgileri yeni ve farklı durumlarda nasıl uygulayacağını öğrenmeye yönelik uygulamalar olmadığı gözlenmiştir.

Materyaldeki her bir ünitenin ilk bölümlerinde öğrencilere sorulan soruların öğrenciyi öğretecek kavrama hazırladığı böylece öğrencinin konuyla ilgili öğrenim sürecinden önce kendi ön bilgilerini değerlendirebileceği düşünülmektedir. Materyalde yapılan uygulamalar iletişim ve bilgi teknolojilerinin kullanımını desteklese de uygulama çalışmalarının yetersiz olması konuların ezberci yaklaşımda olduğunu düşündürmektedir. Öğrenme sürecinde somut örneklerin verildiği gözlenmiştir fakat örneklerin ayrıntılı bir şekilde ele alındığı düşünülmemektedir.

Öğrenme sürecinde kavramların öğrenilmesine ağırlık verildiği gözlenmiştir. Kavramların öğrenilmesi bir ders için önemli bir etkinliktir, bu durum medya okuryazarlığı eğitimi için de geçerlidir. Medya okuryazarlığında okulda verilen herhangi bir dersten farklı olarak kavramların ezberlenmesi değil kavramların günlük hayatla ilişkilendirilmesine fırsat vermelidir. Bu nedenle önemli olan kavramların ezberlenmesi değildir. Materyal kavramları sorduğu çeşitli sorularla uygulama yapmaya teşvik etmektedir fakat materyalde örnekleri yer almayan kavramların öğrencilerde yerleşmesi düşünülen kazanımlarda zorlanacağı düşünülmektedir.

Materyalin işlenmeye başladığı dönemdeki iletişim teknolojilerindeki gelişmeler göz önüne alındığında dönemde internet hakkında bilgilendirme yapılmaktadır. Genel hatları ile internet teknolojilerini kullanmayı öğretmektedir. İnternet teknolojisinin faydasının ve zararlarının sorgulanması öğrencinin medya hakkında sahip olduğu bilgilerin yeni bir mecrada kullanmalarına olanak vermektedir.

Öğretmen kılavuz kitabının öğrenciye kazandırması beklenen davranışlar, gözlem, araştırma, eleştirel düşünme, problem çözme, iletişim, bilgi teknolojilerini kullanma, sosyal ve kültürel katılım, Türkçeyi doğru ve etkili kullanma başlıkları altında toplanabilir. Öğrencinin elde etmesi beklenen temel değerler ise, etik kurallara bağlılık, farklılıklara saygı duyma, sorumluluk, dürüstlük, dayanışma, paylaşım, yardımlaşma, eşitlik, aile içi iletişimin önemini anlamadır. Materyalde öğretmeni merkeze alan bir yapıda olsa da iletişimin tek yönlü öğretmenden öğrenciye doğru olmadığı gözlenmiştir.

Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimi için üretilen ilk materyal olması sebebiyle dönemi içinde amaca uygun ve kapsamlı bir şekilde hazırlandığı söylenebilir. Dersin işleniş biçiminin medya okuryazarlığı ilkelerine hizmet edip etmediğinin tespit edilmesi ise öğretmenin gerekli araç ve gereçlere erişim imkânına bağlıdır. Aynı zamanda seçmeli olarak verilen bu dersin öneminin öğrenciler ve veliler tarafından desteklenmesi de önemlidir.

#### **4.5. Türkiye’de 2014 Yılında Yenilenen Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyalinin Temel Bileşenleri ve Özellikleri Nelerdir?**

Araştırmanın bu bölümünde 2014 yılında basılan Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali (2014)’nin üniteleri ayrı ayrı incelenecektir.

##### **4.5.1. Eğlencem medya**

Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyalinin ilk ünitesi bir ders kitabının amaçlarına uygun olarak çalışılacak konu ile ilgili bilgilendirme ile başlamaktadır. “*Medyanın Hayatımızdaki Yeri*” konu başlığı ile medyanın bireyin hayatındaki yerinin tanıtılması, öğrencinin işlenecek konuya ilgisini uyandırmaya yöneliktir. Konu başlığının içeriğinde günlük hayattan örnekler ile yapılan hikâyelendirme, öğrencinin kendi hayatı ile konuyu ilişkilendirmesinde faydalı olduğu tespit edilmiştir. Medya tarihini anlatması geçmiş ile şimdiki

zaman arasındaki ayırımı ve gelişimi göstermesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Fotoğraf 1. Medya Tarihi

MEDYANIN DEĞİŞİMİ							
700'ü Yıllar	800'ü Yıllar	1600'ü Yıllar	1800'ü Yıllar	1900'ün Başı	1900'ün Ortası	1900'ün Sonu	2000'ü Yıllar
							
İlk gazete Çin'de çıkarılmıştır. Gazetesinin adı "Başkent Haberleri" anlamına gelen "Ching Pao" (Cu Pao) idi. Ülkemizde ise ilk Türkçe gazete olan "Takvim-i Vekayi" 1831 yılında basıldı.	Diamond Sutra (Daymıt Sutra) dünyanın bilinen en eski kalıp baskı kitabıdır. M.S. 868 yılında Çin'de basılmıştır ve günümüzde İngiltere Ulusal Kütüphanesi'nde bulunmaktadır.	Bilinen en eski dergi ise 1663 yılında Almanya'da yayınlanan "EMU" (Öğretici Hattalık Tanrımaları) adlı dergidir.	Teknolojinin yaygınlaşması, medyanın gelişimi. Fotoğrafın, telefonun, sinemanın, ilk reklam ajansının ortaya çıkışı.	İlk uzun metrajlı film, sesli ve beraberinde radyo istasyonlarının çıkışı.	İlk televizyon yayınları ve devamında renkli televizyonun ABD'de pazara çıkışı. Reklamcılığın gelişimi.	Bilgisayarın çıkışı, internet ve taşınabilir bilgisayarların çıkışı. Video ve DVD'lerin piyasaya girişi. Bilgisayar oyunlarının, kablo ve uydu TV'lerin gelişimi.	Gazete satışları ve gazete reklamlarında düşüş. Etkileşimli medyanın ve özellikle internet'in gelişimi. İnternet gazetelerinin yaygınlaşmaya başlaması. Dijital film ve yapımların çıkışı. Akıllı telefon ve tablet uygulamalarının yaygınlaşmaya başlaması.

**Kaynak:** Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali (2014) : 14-15.

Bir olgunun başlangıçtaki nedenleri ve neyi amaçladığı ile sonuçları, öğrenciyi o olgunun gelecekte nereye varabileceğini kestirmeye hazırlar.

İletişimden, iletişimin öneminden, iletişim tarihinden bahsedilmesi konuyu daha derinlemesine kavramak adına önemlidir. Medya okuryazarı olma yolunda ilerleyen birey ilk önce iletişimin ne olduğunu bilmelidir. İnsanların duygu, düşünce ve bilgilerini iletişim sayesinde birbirine aktardığını ve bu aktarımı yaparken bireysel yetilerini kullandığını öğrenmelidir. Öğretim materyalinde iletişim kavramının açıklanması ve iletişimin öneminin anlatılmasının medyanın tarihi konusuna eklenmesi faydalı olacağı öngörülmüştür. "Medya kullanıcısı mı, medya tüketicisi mi?" konu başlığı ile öğrenci, medya ile nasıl sarmalandığını ve medyada kullanılan dilin özel olarak üretildiğinin farkına varmasında yardımcı olabileceği varsayılmaktadır.

Materyalin ilk ünitesinde sayfa 17 ve 18'de "Medya Diyeti" konu başlığı öğrenci için gerekli bir konu fakat konuya erken girilmesi açısından daha ileri bir ünite de yer alması gerektiği düşünülmüştür. Medya okuryazarlığı konusunu tam anlamıyla kavrayamayan, medyanın yararlarını ve zararlarını bilmeyen bir birey bu uygulamayı neden yaptığını tam anlamıyla kavrayamayacaktır. Bu



konunun ilk ünite de anlatılması öğrencide medyanın sakınılması gereken bir mecra olduğu hissi uyandırabilir. “*Medya Diyeti*” konu başlığı altında yer alan medyayı ihtiyaçlar dışında ve gerekenden fazla kullanıldığı nasıl anlaşılır sorusunun cevapları arasında yer alan 6. şıkta

- “*Şiddet içerikli medyayı tüketme sonucunda saldırgan ve sert davranışlar gösteriyorsak (...)*”, ifadesi bireyin kendini analiz etmesine yardımcı bir ifade olarak değerlendirilebilir.

Medyada şiddet bir araç olarak kullanılmaktadır ve içeriğinde şiddet olmayan bir haber neredeyse haber değeri taşımaz duruma gelmiştir. Şiddet konusu ile ilgili yapılan araştırmalarda bu olaylara en çok televizyonlarda yer verildiği sonucunu ortaya çıkarmıştır. Durumun önemine daha fazla dikkat çekmek için şiddet konusu ayrı bir başlık altında ele alınabilirdi fakat konuya farkındalık uyandırması açısından önemli olarak görülmüştür. Ayrıca hemen bu konunun ardından medyanın kullandığı şiddet örneklerinin öğrenciye tanıtılması konuyu derinlikli öğrenmesinde faydalı görülmüştür. Öğrenci şiddet konusun ne olduğunu ve medyada nasıl sunulduğunu öğrendikten sonra medyanın kendisindeki etkisini fark etmesi kazanımı tam anlamıyla öğrenebileceği öngörülmüştür.

Sayfa 19’da “*Eğlence İçerikli Medya*” kısmında diziler, müzik ve müzik programları, yarışmalar, gençlik programları, çizgi filmler, spor programları, müzik siteleri, sohbet alanları gibi örnekler verilmiştir. Bu kısımda video oyunları eklenmesi kitabın muhatabı çocukların video oyunlarının da bir medya olduğunu bilmesi açısından önemlidir.

Alkol ve Madde Bağımlıları Tedavi Merkezi (Amatem, 2008) yaptığı bir araştırmada çoğunlukla 12-18 yaş grubu çocuklarının video oyunlarına düşkün

olduklarını tespit etmiştir. Materyalin eğitim alan öğrenci kitlesi ile yaş olarak uygundur.

Materyalin geneli incelendiğinde video oyunları ile ilgili medya bilgilendirilmesine rastlanmamıştır. Konunun önemi, reklam veren şirketlerin bazı bilgisayar oyunları ile birleşmesinden ve farklı markaların tanıtım ve satış stratejileri için video oyunlarını kullanmasındandır. Video oyunlarını için her medya ürünüde olduğu gibi sadece zararlı olduğu söylenemez. Oyunların belli bir yere kadar, çocuğun gelişiminde içgüdüsel başarıma ve ilerleme, gelişme ihtiyacını giderdiği, sayısal oyunların el-göz koordinasyonunu, problem çözme ve çoklu görev yetisini kuvvetlendirdiği bulunmuştur (Tüzün H. ve Bayırtepe E. 2007). Bir medya ürünü olarak video oyunlarının incelenmesine ve farkındalık oluşturulması adına, materyalde yer verilmesinin önemli olduğu öngörülmüştür.

Materyalin 20. sayfasında "Akıllı İşaretler (Koruyucu Sembol Sistemi)" tanıtılmaktadır.

Fotoğraf 2. Akıllı İşaretler



**Kaynak:** Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali (2014) : 20

Açıklayıcı ve uygulayıcı bir bilgilendirmenin yapılması medya okuryazarlığının analiz ve uygulama ilkelerine uygunluğu açısından önemlidir. RTÜK tarafından televizyon ekranlarında çocukları korumaya yönelik kullanılan akıllı işaretler ebeveynlerin uyarılmasına yöneliktir. Materyalde, medya içeriği hakkında bilgilendirmeye ve korumaya yönelik hazırlanan akıllı işaretlerin, öğrenciye tanıtılması, öğrenciye farkındalık kazandırmaya yönelik olduğu tespit edilmiştir.

“Medyada İçerik ve Biçim” konu başlığında medyada çıkan bir haberin içerik çözümlemesi yapılmasını sağlayan sorular, bir örnekle birlikte verilmiştir. Bir medya ürününü analiz edebilmek ve tanımak için yapılan uygulama bireye medyayı sorgulama yeteneği kazandırabilir. Bu konu başlığı altında medya içeriklerinin farklı ve çeşitli olması ile ilgili yapılan uygulama sonrasında ele

alınan başlıklarda öğrencinin izlediği çeşitli medya ürünleri ile ilgili analiz yapılması istenmektedir.

*-İzlediğiniz filmin, okuduğunuz haber içeriğinin, takip ettiğiniz internet sitesinin veya gazete başlığının “bakış açısı” nedir? Sizce kimin bakış açısını yansıtmaktadır?*

*-Takip ettiğiniz medyada ön yargılar görüyor musunuz? Belli konulara karşı var olan ön yargıları güçlendiren mi, yoksa karşı çıkan bir yaklaşım mı var?*

*-“Kadın evinde otursun”, “erkek üstündür”, “şu ülke düşmandır”, “bu topluluk kötüdür”, “aptal sarışın” gibi ‘kalıplaşmış cinsiyet rollerini’ pekiştiren karşısındaki insanlar için ‘nefret hissi’ uyandırmaya çalışan, bir insan topluluğunu diğerine göre üstün sayan ve benzeri kalıplaşmış yönlendirmeleri tespit edebiliyor musunuz?*

Yukarıdaki sorular toplumlarda var olan yerleşik kalıpların var çözümlenmesine yönelik sorular olduğu düşünülmektedir. Bu boyutuyla da bu konu başlığı altında ele alınan yukarıdaki kavramlar medyadaki toplumsal cinsiyet, etnisite ve ötekileştirme kavramları hakkında öğrenciyi düşünmeye ve araştırmaya sevk etmektedir. Soruların içeriklerindeki her bir kalıp yargı önemli ve yerleşik tartışılması gereken kalıp yargılardır. Öğrenci bu sayede medyanın bazı önyargı ve yargıları izleyicisine kimi zaman bilinçli kimi zaman bilinçsizce sunduğunun farkına varabilir. Medyadan gelen mesajların olumlu ya da olumsuz olduğunu ayırt edebileceği ve sorgulatabileceği tespit edilmiştir. Yukarıda ki kavramlarla ilgili güncel örneklerle açıklama yapılması, öğrencinin medya da bundan sonra karşılaştığı herhangi bir kalıp yargıya eleştirel bakmasına ve medya ürününün altında ki gizlenmiş mesajı tespit edebilmesi bakımından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu ünite ve materyalin sözlük kısmında öğrencinin karşısına çıkan bakış açısı, ön yargı, kalıplaşmış cinsiyet

rolleri ve hedef kitle gibi kavramların açıklamalarına derinlikli yer verilebileceği öngörülmüştür.

Birinci ünitenin sonunda yapılan gazete hazırlama, davetiye tasarımı ve radyo programı hazırlanması uygulamaları medya okuryazarlığının ilkelerinden biri olan üretim ilkesi için önemli uygulamalardır. Ders kitaplarında pekiştirme amaçlı değerlendirme bölümleri yer alır. Ünitenin sonundaki “*Kendimi Değerlendiriyorum*” bölümünü giriş ünitesinin pekiştirilmesine katkı sağlamakta ve medya okuryazarlığının bir gereği olan uygulama ve üretim ilkelerini karşılamaktadır. Öğrenci bu ünite ile birlikte medya ürünlerini bilinçli bir şekilde mi yoksa üzerinde çok düşünmeden alışkanlık olarak mı kullandığını sorgulayabilir.

*Tablo 2. Birinci Ünite Kazanımları*

<b>Bilgi Düzeyinde Ünitenin Kazandırdıkları</b>
Medyanın ne olduğunu öğrenme, Medya tarihi hakkında bilgilendirme, Medya diyetinin önemi, Medyanın kullandığı dili anlama, Medyanın bir eğlence aracı olarak işlevini anlatma, Koruyucu sembol sistemi, Medyanın ticari ve ideolojik bir aygıt olduğu, Medyadaki içeriğin ne olduğu ve nasıl şekillendiği,
<b>Beceri Düzeyinde Ünitenin Kazandırdıkları</b>
Medyanın birey hayatındaki yerin sorgulanması, Medyanın birey hayatına katkılarının araştırılması, Aile bireyleri ile birlikte bir röportaj uygulaması yapılması, Medyadaki içeriğin nasıl oluşturulduğu hakkında uygulama yapılması, Medya mesajlarının ne gibi kalıpyargıları barındırdığını sorgulatmaktadır, Farklılıklara saygı duyma, Senaryo yazımı,

Haber yapma becerisi kazandırma, Radyo programı hazırlama becerisi kazandırma, Dayanışma, paylaşım, yardımlaşma, eşitlik.
<b>Davranışsal Düzeyde Ünitelerin Kazandırdıkları</b>
Haber yapma tekniğini öğretmekle doğru haber yapmanın savunucusu olma, İletişim teknolojilerini kullanarak medya ürünü ortaya çıkarmaya teşvik etme, Medya izleme formu ile birlikte bilinçli medya kullanıcısı haline gelme, Medyanın yaptığı ayrımcılığın farkına varıp eşitliğin savunucusu olma.

#### 4.5.2. Medyaya soru soruyorum

*“Bilgiye Erişim”* konu başlığı altında internetten doğru bilgiye ulaşmak için verilen stratejiler ve izlenecek yollar, bilginin güvenilirliğini sorgulatması, öğrencisinin her karşılaştığı bilgiyi doğru kabul etmeden, bilgiye şüpheyle yaklaşarak araştırma yaparak bilgiyi içselleştirmesini ve öğrencide davranışsal değişikliğe yol açtığı düşünülmektedir. Bilgiye erişimin nasıl sağlanacağını ve doğru bilgiye ulaşmak için neler yapılacağını adım adım anlatan görseller ve bilgiler, öğrencinin konuyu kavramasını ve uygulama yapmasını kolaylaştırdığı düşünülmektedir.

Sayfa 44’de ki *“Hayat Kurtaran/ Karartan Medya”* konu başlığı altındaki *“Sizce önemli olan halkın bilinçlenmesi mi, yoksa medya kuruluşlarının gelirlerini arttırması mı? Tartışınız.”* sorusu öğrencinin medyanın bir bilgilendirme aracı olmasının yanında aynı zamanda bir ticari kurum olduğunun ve etkinliklerinin ekonomik kaygılar taşıdığı farkında olması açısından ve izlediği medyayı tüketmeden önce sorgulatması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

*“Medya ve Kararlarımız”* konu başlığı altında verilen bilgiler ve örnekler medyanın bireyin kararlarını nasıl etkilediğini sunabilme ve tartışabilme açısından önemlidir. Bu konu başlığının altında verilen örnek haberler

öğrencinin konuyu deneyimlemesine olanak sağladığı düşünülmektedir. Ancak, konunun içselleştirilmesini ve medyanın birey ve toplum üzerinde etkili olduğunu anlamasını sağlamak için öğrencinin gözlem ve deneyimlerinin sorgulanması gerektiği düşünülmektedir.

*“Medya Büyük Kalabalıkları Nasıl Etkileyebiliyor?”* konu başlığında medya tarihinin en önemli olaylarından biri ile ilgili öğrenciye bilgilendirme yapılması, medyanın gücünün anlaşılmasında katkı sağlamaya yönelik olduğu tespit edilmiştir. Konu başlığının sonundaki sorular öğrencinin medyanın kendi hayatındaki yeri ile ilgili sorgulamayı pekiştirmeye yönelik olduğu tespit edilmiştir.

*“Gündem ile Gelen Kamuoyu”* konu başlığı altında öğrencinin gündem konusunun önemini kavraması üzerine bölümün ikinci kısmında bir açıklamaya başvurulmuş ancak kamuoyunun önemini kavraması için herhangi bir açıklama yapılmadığı tespit edilmiştir. Kamuoyu kavramı bütün bir toplumu doğrudan ilgilendiren görüştür. İçinde yaşadığı toplumda, toplumun diğer bireylerinin kararının öğrenci tarafından kendisini de etkilediğini bilmelidir. Konu kitabın arka sayfasında ki sözlük kısmında bir tanım halinde verilmiştir ancak kamuoyunun önemine dikkat çekmek amacıyla başlık içinde kamuoyunun önemi ve etkisi ile ilgili bilgilendirme yapılması gerektiği ön görülmüştür.

Sayfa 53'te *“Medyanın gündem ve kamuoyu oluşturma gücü farklı amaçlar için kullanılabilir mi? Medyanın bu gücü iyi amaçlar için nasıl kullanılabilir?”* sorusunda ki 'iyi amaçlar' kısmının soruda kullanılması medyanın gücünü sadece kötü amaçlar için kullandığı gibi bir anlam ortaya çıkardığı düşünülmektedir. Medyanın içinde yaşayan ve neredeyse medyanın içine doğan bireylere, medyayı kötülemek değil medyayı kullanmayı öğretmek gereklidir. Medya okuryazarlığının amacı bilinçli medya tüketicileri yetiştirmektir bu nedenle öğrencilere konular anlatılırken yargısal çıkarımlarda bulunarak yönlendirme

yapılamaması gerektiği düşünölmektedir. Öğrencinin öğrendiği bilgileri kendi değer yargıları ile algılaması ve değerlendirmesi bir medya okuryazarı birey olması açısından önemli görölmektedir.

Bu sayfada alt kısımda yer alan sıra sizde bölümünde öğrencinin konuyu pekiştirmesine ve medya ürünlerini sorgulamasına olanak veren,

*-Aynı tarihli üç farklı gazeteyi, haber, web sitesini veya ana haber bültenini inceleyiniz.*

*-Her bir medya kuruluşunun gündemini diğerlerindeki gündem ile karşılaştırınız.*

*-Size göre gerçek gündem ya da en önemli gündem konusu hangisidir? Kararınızı veriniz ve sınıftaki tartışma da bu kararınızı savununuz.*

sorularına ek olarak “medyanın yarattığı gündemin sizin hayatınızda ki etkisi ve önemi nedir? Bu gündemle neden ilgileniyorsunuz? sorusu sorulması ilgili konuyu pekiştirmek açısından önemli görölmüştür. Böylelikle öğrenci, medyanın yarattığı gündemin kendisine etkisini ve hayatındaki önemini sorgulayabileceği düşünölmüştür. Ölçme ve değerlendirmeye ilişkin bu kısma eklenecek yeni sorular ile öğrencinin medya ile kendi hayatını ilişkilendirme becerilerinin kazandırılmasında, derinlikli öğrenmeye katkı sağlayabileceği ön görölmüştür.

Medyanın Kurgusu konu başlığı altında verilen haber örnekleri medyadaki yanıltıcı haberlere örnek vermektedir. Verilen örneklerin kurgulanmış bir haber örneklerini tam anlamıyla karşılamadığı düşünölmektedir. Kurgulanmış haberlere örnek olarak, bir haberin farklı medya üreticileri tarafından nasıl oluşturulduğu ve haberlerde ne şekilde yer aldığı açıklanabilirdi. Böylelikle öğrenci, medya, mesajlarını gerçeklik dışı birçok kurgulanmış görüntüyü, bireyler üzerinde oluşturmak istedikleri etkiyi



artırmak için verebileceğini kavrayabileceği düşünülmektedir. Konu başlığı sonundaki sıra sizde bölümünde sorulan sorular medya okuryazarlığının “uygulama” ilkesini karşılandığını ve öğrencinin konuyu içselleştirmesine yardımcı olduğu tespit edilmiştir.

Aynı ünite de medya tüketimi ile ilgili bilgilendirme yapılması medya ile içli dışlı yaşayan öğrencide farkındalık uyandırması açısından önemlidir.

### Fotoğraf 3. Farklı Gazetelerin Manşet Sayfaları



**Kaynak:** Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali (2014) : 56.

İkinci ünitenin 58.sayfasında “Hırsız Polise Teşekkür Etti” haberinin üst kısmında yer alan ;

-Sizce haberlerde, programlarda ve genel anlamda medyada ne çeşit ön yargılar ve kalıp yargılar yer almaktadır? sorusunda “ön yargı” kavramının tartışılmasının sağlanması medyanın kimi yargı ve önyargı kalıplarını kullandığına ilişkin farkındalık uyandırdığı ve eleştirel düşünüşe katkı sağladığı görülmektedir. Önyargı konusunun önemi medyanın bireyin kararlarını etkilediği bir çağda daha derinden hissedilir. Materyalin bu bölümüne kadar anlatılan bütün

konularını destekleyen, içselleştirilmesine ve konuların pekiştirilmesine katkı sağlayan uygulama soruları olduğu görülmektedir.

Aynı sayfada öğrenciye sorgulatılan “Amerikalı, Afrikalı, Asyalı, Kızılderili, yönetici, çalışan kadın, müzisyen, barış, çevre, sağlık...” gibi kavramların, “*Medyada İçerik ve Biçim*” konusunun pekiştirilmesine ve içselleştirilmesine katkı sağladığı düşünülmüştür. Ayrıca sayfada yer alan fotoğraf;

*Fotoğraf 4. Farklı Etnik Kökene Sahip İnsanlar*



**Kaynak:** Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali (2014) : 60.

herkesin eşit olduğuna vurgu yapan ve konunun kalıcı olmasını görselle destekleyen bir uygulama olduğu tespit edilmiştir.

“*Anlamlandırmak: Anlam Bizde*” konu başlığı altında iki farklı insanın aynı hikâyeden ne şekilde etkilendiğinin anlatılması konuya olan ilgiyi çekmeye ve ünitenin devamında işlenen konuların pekiştirilmesine yöneliktir. Konu başlığı devamında yer verilen ayakkabı çizme uygulaması, kek tarifi örneği, karikatür analizi ve “okullarda kola yasak” uygulamaları medya okuryazarlığının üretim

ilkesini karşıladığı gibi her insanın farklı tercih ve beğenilere sahip olabileceğinin, bir olayın farklı kişiler için ne anlam ifade edeceğini farkına vardırması açısından derinlikli uygulama çalışmalarıdır. Ayrıca konu başlığını da tamamlayıcı nitelikte uygulamalardır. Öğrencinin karşılaştığı durumları medya ile ilişkilendirebilmesine ve medya okuryazarı olma becerisinin geliştirebilmesine yönelik uygulamalar olduğu tespit edilmiştir.

“Gerçeğin Peşinde” konu başlığı altında Sayfa 70’de verilen yanıltıcı haber ve gerçek haber ayrımının öğretilmesi öğrenciye konu ile ilgili farkındalık uyandırmaktadır. Bu iki haberin ortaya çıkardığı gerçek şudur ki, gazetecilik mesleği iyi araştırma yapmayı gerektirir. Bu kısma bir gazetecinin sorumluluklarının neler olduğu maddeler halinde anlatılması, öğrenci başka bir yerde buna benzer bir haber gördüğünde gazetecinin hangi etik ilkeli ihlal ettiğinin farkına varır ve o habere inanmadan sorgulayabilmesi açısından önemli olduğu ön görülmüştür. Uygulama için bu haberlerin veya o an gündemde olan bir haber örneği üzerinden, haberin aslının üretilmesi için eylemde bulunulması medya okuryazarlığının “eylem” ilkesinin uygulanmasına olanak sağlayabileceği ön görülmüştür.

Bu ünitenin 71.sayfasında sıra sizde bölümünde sorulan

*Seçtiğiniz bir medya kuruluşunun varsa;*

*-“Yayın ilkeleri”*

*-“Gizlilik Bildirimi” veya*

*-“Gizlilik Şartları”nı araştırınız ve aşağıdaki sorudan yararlanarak değerlendiriniz:*

*“Medya kuruluşları doğru bilgi vermeye ne kadar özen gösteriyor?” soruları, medya hakkında bir kere daha düşünmeye ve medya etiği hakkında öğrencide farkındalık uyandırmaya yönelik çalışmalar olduğu görülmüştür. Bu konu*

içinde daha açık bir şekilde medya etiği konusunun daha derinlikli işlenmesi gerektiği öngörülmüştür. Medyada yapılan etik ihlaller demokratik bir toplumda bütün vatandaşların farkında olması gereken önemli bir konudur. Bu açıdan yukarıdaki sorular demokratik bireyler yetiştirmeyi ve medya sisteminin değişmesi için savunuculuk yapmasını amaçlayan medya okuryazarlığı dersi için önemli olduğu düşünülmektedir.

“*Kanıt Peşinde*” konu başlığı bir önceki “*Gerçeğin Peşinde*” konu başlığını desteklediği düşünülmektedir. Öğrencinin doğru olmayan haberleri nasıl ayırt edebileceği başlıklar halinde bilgilendirilerek anlatılmaktadır. Böylelikle medyayı doğru kullanarak, güvenilir bilgilere ulaşması sağlanmaya çalışıldığı tespit edilmiştir.

“*Gerçek ve Görüşü Ayırt*” etme konusu sayfa 71’de öğrenciye sorulan yayın ilkeleri ve medyanın gerçekleri ne kadar yansıttığı sorularının pekiştirilmesine katkı sağladığı düşünülmüştür. Bu konu başlığının ardından gelen sıra sizde bölümünde yapılan uygulama çalışması öğrencinin konuyu içselleştirmesinde rol oynadığı söylenebilir.

“*Önyargıyı Fark Etme*” konu başlığı materyalin daha önceki bölümlerinde giriş niteliğinde değinilen “önyargı” konusunun derinlikli öğrenilmesine katkı sağladığı düşünülmektedir. Bu bölümde öğrenci “önyargı” hakkında bilgilendirilerek, daha önce yaptığı uygulamayla ilişki kurabilmesi sağlandığı tespit edilmiştir. Bu konu başlığı çeşitli görsellerle desteklenerek, öğrencinin medyada karşılaştığı buna benzer örnekleri sorgulamasını yapmasını ve medya ürünlerine eleştirel yaklaşmasını desteklediği düşünülmüştür. Diğer taraftan konu başlığı içinde bir fotoğraf okuması yaptırılarak, fotoğrafın da bir medya olarak okunabileceği ve kurgulanabileceği anlatılmak istendiği tespit edilmiştir.

Fotoğraf 5. Edirne Kalesi Fotomontaj ve Gerçek Fotoğraf



**Kaynak:** Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali (2014) : 60.

Önyargı konusunun hemen ardından gelen sıra sizde uygulamasında, aynı kişinin farklı fotoğrafları kullanılarak yapılması istenen uygulama çalışması “önyargı” konusunun pekiştirilmesine katkı sağladığı düşünülmektedir. Uygulamada ayrıca aynı kişinin farklı fotoğrafları ile birlikte bir metin yazılmasının istenmesi, fotoğraf okuma tekniğini öğrenmeye yardımcı bir uygulama olduğu tespit edilmiştir.

Fotoğraf 6. Farklı Yüz İfadeleri Fotoğrafları



**Kaynak:** Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali (2014) : 78.

“Farklı Pencereleden Bakmak” konu başlığı buraya kadar kazanımı sağlanmaya çalışılan konuların uygulamaya yönelik pekiştirilmesini desteklediği ve medya okuryazarlığının uygulama ilkesiyle örtüştüğü tespit edilmiştir. Öğrenci böylelikle konuyu içselleştirebilir ve medya da çıkan her habere karşı sorgulayıcı yaklaşarak davranışsal değişiklikte bulunabilir.

Yine aynı şekilde aynı ünite de sayfa 80’de verilen haberlerde konunun tekrarının yapılması öğrencinin konuyu pekiştirmesine katkı sağladığı tespit edilmiştir.

Fotoğraf 7. Gazete Haberi

## OKUL YOLU HER ZAMAN DÜZ GİTMİYOR

Yukarıtaşlı'da 40 öğrenci okula gitmek için beş kilometre yürüyor, dağları aşiyor, dereleri geçiyor. Çocuklara, yabani hayvanların saldırılarına karşı korumak için silahlı bir kişi eşlik ediyor

Yukarıtaşlı köyü meydanında buluşan 40 öğrencinin okul maratonu başlıyor. Bazı öğrenciler eşeklere binmiş, çoğuysa yaya olarak yola çıkıyor. Öğrencilerin tehlike dolu yolculuğuna "her ihtimale karşın" bir güvenlik görevlisi eşlik ediyor. Kayalıkları, dereleri aşan öğrenciler yaklaşık 45 dakika sonra beş

kilometre uzaktaki Aşağıtaşlı köyü'ndeki okula ulaşıyor.

Yaklaşık 400 kişinin yaşadığı Yukarıtaşlı köyü'ndeki ilköğretimin 6,7 ve 8'inci sınıflarda okuyan taşımaları eğitimle Ceylanpınar ilçe merkezine götürülüyor. Alt sınıflarda okuyan yaklaşık 40 öğrenci, taşımaları eğitim kapsamında dışında tutularak, Aşağıtaşlı köyü'ndeki okulda eğitim görüyor. Her gün kayalıklarla dolu yolda yürüten öğrenciler, yuvarlanma tehlikesi geçiriyor, saldırgan köpekler köylünün tüfeğiyle havaya ateş edilerek uzaklaş-



tırılıyor. Yolda bellerine kadar ulaşan Cırcıp Deresi'nden ayakkabılarını çıkarıp, akıntılı ve buz gibi suda titreyerek geçiyorlar. Küçük olanlar kendilerine nezaret eden köylünün kucagında karşıya ulaşabiliyor. Yol yaklaşık 45 dakika sürüyor. Çoğu zaman derse geç kalan öğrencilerin dönüş yolculuğunda da aynı sıkıntılar yaşanıyor.

Fotoğraf 8. Gazete Haberi



## "ÖĞRENCİLERE DERE EZİYETİ"NE YALANLAMA

Şanlıurfa Valiliği ve Ceylanpınar Kaymakamlığı, önceki gün servis edilen ve "Okula gitmek için ilköğretim öğrencilerinin dereden geçmek zorunda olduğu" yönündeki haberi yalanladı.

Valilikten yapılan açıklamada, Şanlıurfa Millî Eğitim Müdürlüğü'nün, haberle ilgili Ceylanpınar'a bağlı Yukarı Taşlıdere köyü ve Aşağı Taşlıdere mezrasında araştırma yaptığı, Aşağı Taşlıdere mezrasındaki tek derslikli okulda 56 öğrencinin bulunduğu, 2 öğretmenin görev yaptığı ve köyler arasındaki mesafenin yaklaşık 750 metre civarında olduğu kaydedildi. Açıklamada, "Söz konusu derenin köyün batısında olduğu ve geçiş güzergâhında olmadığı, öğrencilerin stabilize yolu kullanarak okula gidip geldiği tespit edilmiştir" denildi.

Ceylanpınar Kaymakamı Ş. A. da, "Köylü çocukları bu senaryoda dereden geçiren ve hayatlarını tehlikeye atan kişi hakkında gereken işlem yapılacaktır" dedi. Ş.A., özetle şu bilgileri verdi:

Köyler arasında dere yok!

"Aşağı Taşlıdere köyünde tek derslikli bir okul bulunuyor. Bu köye yaklaşık 750 metre mesafedeki Yukarı Taşlıdere köyünden 29 öğrenci her gün bu okula geliyor. Diğerleri taşımaları eğitim kapsamında Muratlı İlköğretim Okulu'na gönderiliyor. Ancak iki köyün ortasından geçen bir dere yok" dedi.

Köy Muhtarı İ. D. de iki köy arasında dere bulunmadığını belirterek, bazı köylülerin okul yaptırılması için böyle bir yola başvurmuş olabileceğini iddia etti.

Kaynak: Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali (2014) : 80.

Sayfa 81’de sıra sizde bölümünde yapılması istenen uygulama, medyanın sorumluluğunun farkında olunmasının önemini pekiştirmesi açısından önemli olduğu tespit edilmiştir. Birkaç konu başlığı öncesinde medya sorumluluğu ile ilgili yapılan araştırmanın uygulamasının yapılması medya okuryazarlığının üretim ve uygulama ilkesiyle örtüştüğü tespit edilmiştir.

“*Medya Okuryazarının Gözlüğü*” konu başlığı altında verilen 3 farklı nükleer santral haberinin sorgulanması, öğrencinin medya okuryazarlığının ‘analiz etme’ ilkesini içselleştirilmesini ve eleştirel düşünmeye bağlı olarak çıkarımlarda bulunabilmesine imkân sağlamaktadır. Bu konunun devamında gelen ‘Bilgi Kirliliği’ konusu bir üst konu başlığını destekler niteliktedir. Medyanın gerçekliklerini gözler önüne seren öğretim materyali, öğrencinin medya ile iç içe yaşadığı dünyada, medyayı doğru ve etkili kullanmayı da öğrettiği tespit edilmiştir. Medyadan korkan değil, medya ile birlikte yaşayabilen bireylerin yetişmesine destek verdiği söylenebilir. Materyalde daha önceki bölümlerde örneklerine rastladığımız medya hakkında bilgilendirme ve yol gösterme işlevi taşıyan başlıkların bir diğerine bu üniteye “*6 Adımda Bilgi Diyeti*” konusu ile görülmektedir. Bu ünite ile birlikte öğrenciler medyayı farklı açılardan okuyarak yaşadığı çevreye ve ülkesine duyarlı, medyada gördüklerini aklın süzgecinden geçirecek bilinç kazanabileceği düşünülmektedir. Aynı üniteye yer alan Bilgi diyeti çizelgesi uygulaması, internet ve bilgisayar bağımlılığının belirtilerinin anlatılması, öğrencinin kendini fark etmesine katkı sağladığı düşünülmektedir.

Ünitenin son uygulama kısmında bütün okulla ilgili bir gazete çıkarılması, ilk ünitenin sonunda ki bir gazete haberi yapma uygulamasını destekleyici ve eyleme geçirici bir uygulama olduğu tespit edilmiştir. Bu uygulama medya okuryazarlığının ‘eylem’ ilkesinin ortaya çıkarılmasını desteklediği



düşünülmektedir. Öğrenci bu uygulama çalışması ile toplumsal yaşama da aktif ve yapıcı bir şekilde katılmayı öğrenebilir.

Ünitenin sonunda kendimi değerlendiriyorum bölümünün tüm üniteyi pekiştirmeye yönelik olduğu düşünülmektedir. “Medya Diyeti” konusunun bu ünite içinde işlenmesi ile konunun amacının anlaşılacağı ve pekiştirilebileceği ön görülmüştür. Bu ünite de yer alan “Medyasız 24 saat” uygulaması ile birlikte elde edilen bilgiler kazanıma dönüştürülmesi açısından önemli olduğunu düşünülmektedir. Ünite sonunda ki sorular öğrencinin bilinçli bir medya okuryazarı olmasını desteklediği tespit edilmiştir.

Tablo 3. İkinci Ünite Kazanımları

<b>Bilgi Düzeyinde Ünitenin Kazandırdıkları</b>
Bilgiye erişim, Doğru bilgiye tespit etme, Medyanın temel görevlerinin neler olduğunu ifade etme, Medyanın bireyin ve toplumun kararlarını nasıl etkilediğini anlama, Gündemin ne olduğu ve medyanın gündemi nasıl oluşturduğu hakkında öğrenme, Medyanın etkileme gücünü öğrenme, Medya kuruluşlarının farklı farklı ideolojilere sahip olduğu hakkında bilgilendirilmesi, Medyanın kurgulanmış bir yapıya sahip olduğunu öğrenme, Medyada temsil nedir, medya kimleri temsil eder hakkında öğrenme, Her bir bireyin farklı beğeni, bakış açısı ve geçmişe sahip olduğu hakkında bilgilendirilmesi, Önyargının ne olduğunu öğrenme ve medyanın önyargıyı nasıl oluşturduğu hakkında bilgilenme,
<b>Beceri Düzeyinde Ünitenin Kazandırdıkları</b>
Bilgiye erişimde iletişim ortamına girişi uygulama çalışması ile gösterme, Doğru bilgiye ulaşmada hangi yolları kullanacağı gösterme, Medyanın bireyin hayatını ne şekilde etkilediğinin sorgulanması, Medyanın toplumu nasıl etkilediği hakkında sorgulama ve tartışma yapması, Medyanın etkileme gücünün sorgulanması, Gerçek gündem hakkında sorgulama, Medyanın kurgusu hakkında yapılan uygulama çalışması ile medya hakkında sorgulama, Medyanın sahip olduğu ayrımcılık ve ötekileştirmelerin sorgulanması,

Bireylerin farklı tercihlere sahip olunabileceği hakkında sorgulama ve uygulama çalışmalarının yapılması, Medyanın temel görevlerini araştırma ve sorgulama, Reklamlar hakkında sorgulama, Önyargı hakkında sorgulama, Görsel okuryazarlık becerisi kazanma, Haber yapma becerisini elde etme. Haber okuryazarlığı becerisini geliştirme, Bilgi okuryazarlığı becerisini geliştirme,
<b>Davranışsal Düzeyde Ünitenin Kazandırdıkları</b>
Doğru bilginin savunucusu haline gelme, Medyanın temel görevlerini yerine getirmenin savunucusu olmak. Eleştirel düşünmeye katkı sağlamak amacıyla sorgulamaya teşvik etme. Gazete uygulama çalışması ile güvenilir haber alma ve verme bilincine erişme.

#### 4.5.3. Önce bir düşüneyim

“Gördüklerim Ne Anlatıyor?” konu başlığı kısmına medyada mesajların nasıl gizlendiği ile ilgili bilgiler verilmesi medya hakkında bilgilendirmeye katkı sağlayabileceği öngörülmüştür. Bu konunun eklenmesi ise konu başlığının amacına uygun olarak anlatılmak istenen asıl amacın fark edilebilmesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Medya ürünleri içindeki gizli mesajları fark etmek öğrencinin mesajların altındaki amacı anlamasını ve medya ürünlerinin yaşantıları ve davranışları üzerindeki etkilerini değerlendirebilmesini sağlayabilir. Her türden medya mesajının nasıl okunacağını öğrenen, medya mesajlarının içindeki gizlenmiş mesajların farkına varan öğrenci bir mesajı kabul ya da reddedeceğine karar verebilir. Öğrencilerin medyayla sarmalanmış çevreleri ile baş edebilmesi için medyadaki gizlenmiş mesajların farkında olması oldukça önemlidir.

Konu başlığı altında bir hamburger firmasının görseli ile hamburgerin kendisi arasındaki fark gösterilmektedir.

Fotoğraf 9: Hamburger Görselleri



**Kaynak:** Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali (2014) : 106.

Görseller öğrencinin gerçek ile kurgu arasındaki farkı ayırabilmesini ve medyaya yönelik eleştirel bakış açısını kazanmasını sağladığı düşünülmektedir. Sıra sizde bölümünde yapılan uygulama çalışması ile öğrenci iletişim becerisi, bilgi teknolojilerini kullanma ve araştırma becerisi kazanımlarını elde ettiği düşünülmektedir.

“Bir Fotoğrafın Anlattıkları” konu başlığı bir medya elemanı olarak fotoğrafın incelenmesini ve fotoğraf okuryazarı olma konusunda farkındalık oluşturulmasına katkı düşünülmektedir. Aynı konu başlığı altında 109’uncu sayfada sorulan; “İncelediğiniz fotoğrafta mı yoksa Gazap Üzümleri’nde yer alan yandaki betimleme mi göçmen işçilerin dramı daha etkili olarak yansıtılmaktadır?” sorusunda kitap ve fotoğrafın karşılaştırılması yapılmaktadır. Soruda;

-İncelediğiniz fotoğrafta mı yoksa Gazap Üzümleri’nde yer alan yandaki betimleme mi göçmen işçilerin dramı daha etkili olarak yansıtılmaktadır? Tartışınız. sorusu farklı medyaların farklı biçimlerde okunması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Medya okuryazarı birey her iki ürünü de ayrı ayrı analiz

etme becerisine sahip olmalıdır. Bu ünitenin farklı mecraların rollerini öğretmek için tartışma ürettiği tespit edilmiştir.

Sayfa 110'daki editör uygulaması ve sayfa 113 'deki yeşil perde ile ilgili uygulama çalışması öğrenciye medyanın kurgusunu öğretmeye yönelik etkili bir çalışma olduğu düşünülmektedir. Medyanın kullandığı dili bilmek, bireyin duygularını etkileyen işitsel ve görsel dili tanımaya ve medya da yapılan hilelere karşı temkinli yaklaşmasını sağlayacaktır. Aynı zamanda konunun internette yapılacak bir araştırma ile birlikte bir rapor haline getirilmesinin istenmesi, materyalin önceki bölümlerinde işlenen konuların pekiştirilmesine olanak sağladığı tespit edilmiştir. Bu uygulama, medya okuryazarlığı ile ilgili çok yönlü bir çalışmadır. Öğrenci medyanın kurgusunu ortaya çıkarır ve medya ürünlerine eleştirel bir mesafe oluşturarak sorgulama yetisini güçlendirir.

Reklam ve toplum ilişkisine materyalde değinilmiş fakat konu ile ilgili herhangi bir uygulama çalışmasına rastlanmamıştır. Konu reklamın gücünün fark ettirilmesi açısından önemlidir. Konunun iyi anlaşılabilmesi için aynı reklam ürününün farklı ülkelerde ne şekilde yayınlandığı bir araştırma sorusu olarak öğrencilere verilebileceği ve reklamların ikna etmedeki öneminin pekiştirilebileceği öngörülmüştür. Böyle bir uygulamanın materyal içinde işlenmesi öğrencinin, medya kültürünü okumasında ve tanımada kolaylık sağlaması açısından önemlidir. Bu konunun ardından gelen "Reklamlardaki Gerçeklik" konu başlığı ise bir ikna etme tekniklerinin pekiştirilmesini sağlamaktadır. Öğrenci reklamların insanları bilinçsiz tüketime yönlendirdiğini kavrayabilir. Ünite içindeki bu üç konu başlığı sayesinde öğrenci toplumda neredeyse bütün alanlara yayılan reklamcılığın bilincine varır ve reklamcılıkta kullanılan teknikleri analiz edebilir. Bu bölümde dersin işlenmesi kısmında hazırlanmış bazı etkinliklerin tekrar gözden geçirilmesi gerektiği öngörülmüştür.

Sayfa 119'daki

*Fotoğraf 10. Kediler ve Köpeğin Fotoğrafı*



**Kaynak:** Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali (2014) : 119.

dalmaçyalı köpek ile kedilerin bir arada gösterildiği fotoğrafın yan çerçevesinde sorulan; “Sizce kediler mi köpeğe katlanıyor yoksa köpek mi kedilere sahiplik ediyor?” sorusunda ‘katlanmak’ sözcüğü yönlendirici bir kelime olduğu düşünülmektedir. Soru sorulurken hem öğrencinin algısını yönlendirmemek için hem de eleştirel düşüncesine katkı sağlamak için belli bir yöne çeken kelime kullanımından kaçınılmalıdır. Aynı zamanda kurgulama yapılmış görsel üzerinden bir çalışma yapılmasının amacı bireyi medya okuryazarı yetkinliğine ulaştıracak çalışmalardan olmadığı düşünülebilir. Çalışmanın amacı kurgulama tekniği hakkında bilgilendirmek ise önceki bölümlerde örnek çalışma ile gösterilen köpek balığı ve helikopter ikilisi şeklinde öğretilbileceği ön görülmüştür. Bu çalışmanın amacına uygun olarak ikna etme tekniğinin fotoğraf ile birlikte nasıl kullanıldığını göstermek olabileceği düşünülmektedir.

Bu ünite içinde sayfa 120’de Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun başlığı altında medyanın sergilediği olumsuz

davranışlar sonrasında var olan yaptırımların anlatılması, bireyin medyada karşılaştığı olumsuzluklar sonrasında eyleme geçmesi için yol gösterici nitelikte olduğu tespit edilmiştir.

Sayfa 122’de ki uygulama çalışmasında reklamlarda kullanılan birkaç tekniğin örnekleri verilerek öğrenciden konu hakkındaki düşüncelerini açıklaması istenmektedir.

### Fotoğraf 11. Çeşitli Reklam Afişleri

Oylarlarda yer alan bireylerin kişisel duygu ve düşünceleri ile mi yoksa grup kararı ile mi hareket ettiklerini düşünüyorsunuz? Neden?

Reklamlarda ünlülerin rol alması konusunu nasıl değerlendiriyorsunuz?  
Reklamlarda mizah kullanımı konusunda ne düşünüyorsunuz?  
Reklamlarda sıkça kullanılan geçmişe özlüm konusu sizce ikna edici bir teknik midir? Neden?



Eski reklamlarla yeni reklamları ürün, dil, görsel kullanımı ve işlevsellik açısından karşılaştırınız. Sizce zaman içinde toplumların ikna olma / etme biçimlerinde değişiklikler oluyor mu? Neden?



Gelecekteki reklamlarda ikna olgusunun nasıl değişebileceğini düşünüyorsunuz? Reklamlarda sık sık yetişkinlerin 'çocuksulaştırıldığı' çocukların ise 'yetişkinleştirildiği' gözlemlenmekte. Bu durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Kaynak: Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali (2014) : 122.

Uygulamada önemli bölümlerden biri de reklamlarda ünlü kullanımudur. İkna etme tekniklerinden biri olmasına değinilmesi olumlu bir uygulama olduğunu düşündürmektedir. Medyada ünlü kullanımının ünlü kullanımının öneminin öğrenciye keşfettirilmesine yöneliktir. Bu uygulamaya ek olarak öğrencinin bir ünlünün uzun süreli reklam kampanyalarında kullanımının marka tutumuna ve satışlara olumlu etkileri olduğunu hakkında bilgilendirilmesi gerektiği öngörülmüştür. Bilgilendirmenin ardından yapılacak uygulama çalışması ile birlikte medyada karşılaştığı örneklerle ilişki kurma becerisinin pekiştirilebileceği öngörülmüştür.

“*Medyada Karakter Yaratmak*” konu başlığı medyanın kurgusunun ne olduğunu öğretme ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. Materyalin konuyu işleme kısmında yer alan örnekler ve etkinlikler, kurgu kavramını “Bir Milyara Rüya Satan Adam” hikâyesi, çizgi karakterlerin örneklendirilmesi, medyada sıkça karşılaşılan reklamlarla desteklenerek açıklanmıştır. Ünitenin bu kısmında çeşitli medya ürünlerindeki kurgu karakterlerle ilgili sorgulama yapmayı sağlayan, açık ve gizli mesajları tespit etme yeteneğini geliştiren almaktadır. Kitabın 127. sayfasında bir Türk filminden örnekleme ile sinema filmlerindeki karakterlerin kurgu olduğu öğrenciye öğretilmeye çalışılmaktadır. Ancak materyalin filmlerdeki karakterlerin kurgu olduğunu öğretme yöntemi yeterli olmadığı düşünülmektedir. Medya okuryazarlığının bir parçası olan film okuryazarlığı konusu hakkında farkındalık oluşturmak için konu materyalin bu kısmına eklenebileceği öngörülmüştür.

“*Beni İkna Et*” konu başlığı reklamlardaki ikna tekniklerini ve nedenlerini anlatarak sorgulatmaktadır. Konunun başındaki sorular ile öğrenci reklam medyasının amaçlarını düşünmeye, reklam medyasının ticari kaygılarını anlamaya ve reklamlardaki olumlu ve olumsuz yönleri keşfetmeye yönlendirildiği düşünülmektedir.

“Gözlerimi Kim Kiraladı?” konusu ile birlikte öğrenci medyanın ticari doğasının reklamcılıkla sağlandığını, medya ekonomisinin ön planda olduğunu, hedef kitle konumundaki izleyicilerin programlara ilgilerini arttırmak için neler yapıldığını anlama ve sorgulama becerisi kazandırmaya yönelik olduğu tespit edilmiştir. Konu başlığının altında yer alan sıra sizde uygulama çalışması, medya okuryazarlığının analiz, değerlendirme ve üretim aşamalarının yapıldığını göstermektedir. Aynı zamanda öğrenciler, reklamcıların kullandıkları tekniklerle kendilerini nasıl etkilediklerini keşfedebilir.

Üçüncü ünite sonunda bir reklam üretimi uygulama çalışması yapılması öğrencinin hem yaratıcılığını tetikleyen hem de konuya farkındalığını arttıran bir çalışmadır. Bu uygulama sayesinde ticari medyanın güdülerini nasıl harekete geçirdiğini fark edebileceği ve medyadaki mesajların toplumda ne gibi etkilere yol açtığını analiz edebileceği düşünülmektedir. Aynı zamanda içinde bir senaryo üretim çalışması yapılması medya okuryazarlığının üretim ilkesinin uygulandığını göstermektedir. Ünite sonundaki kendimi değerlendiriyorum bölümü bütün ünitenin pekiştirilmesine ve içselleştirilmesine yönelik uygulama çalışmaları olduğu tespit edilmiştir.

*Tablo 4. Üçüncü Ünite Kazanımları*

<b>Bilgi Düzeyinde Ünitenin Kazandırdıkları</b>
Fotoğrafın nasıl okunacağı hakkında bilgilenme, Medyanın kullandığı teknikleri ve bireyleri etkileme yöntemlerini öğrenme, Reklamları ve reklamların ikna etme yöntemlerini öğrenme, Medyanın düzenlemesi ve denetlenmesi ile ilgili kanunları öğrenme, Medyanın kurgusunu öğrenme, Medyanın ticari bir doğaya sahip olduğunu öğrenme, Medya etiği hakkında bilgilenme,
<b>Beceri Düzeyinde Ünitenin Kazandırdıkları</b>



Reklam okuryazarlığı becerisi kazanma, Görsel okuryazarlık ve fotoğraf okuryazarlığı becerisi kazanma, İkna etme becerisini kazanma, Medyadaki karakterleri sorgulama ve gerçeklikle ilişkilendirerek sorgulama becerisi kazandırma,
<b>Davranışsal Düzeyde Ünitelerin Kazandırdıkları</b>
Görselleri ve fotoğrafları sorgulama, Medyanın düzenlemesi ve denetlenmesinin savunucu olma, Eleştirel düşünmeye katkı sağlamak amacıyla sorgulamaya teşvik etme. İkna etme uygulama çalışması ile analiz ve değerlendirme yapma bilincine erişme,

#### 4.5.4. Benim medyam

“Sosyal Medyam” konu başlığı altında anlatılan internet ve iletişim teknolojileri ilgili bilgilendirme öğrencide konu hakkında farkındalık uyandırmaya yönelik olduğu tespit edilmiştir. Ancak materyalin en başına döndüğümüzde ‘iletişim’ ile ilgili bir bilgilendirme yapılmaması, bu bölümdeki bazı terimlerle ilk defa karşılaşılması konuya geç kalındığını düşündürmektedir. Çünkü öğrencinin bu üniteye gelene kadar ‘pasif alıcı, geleneksel medya, tek yönlü iletişim’ gibi kavramlar hakkında bilgi sahibi olması, konuyu pekiştirmesi için faydalı olabileceği öngörülmüştür.

“Sosyal Medya ve Katılım Hakkı” konu başlığı altında anlatılan çocuk haklarının ve katılımın önemi öğrencinin kendi haklarını bilmesi ve farkında olması sağladığı düşünülmektedir. Öğrencinin kendi haklarının ihlali durumunda eyleme geçmesinde yol gösterici niteliktedir. Sosyal medya ile ilgili blog uygulaması ise medya okuryazarlığının üretim ilkesinin ortaya çıktığını göstermektedir.

*“Sosyal Medyanın Gücü”* konu başlığında verilen *“Charlie Parmağını Isırdı”* videosunun sosyal medyada uyandırdığı ilgi ve videodan sonra kardeşlerin yakaladığı başarı örneklerinin anlatılması, öğrenciyi sosyal medya hakkında yaratıcı düşünmeye sevk edeceği düşünülmektedir. Bu konu başlığına ek olarak internet iletişim teknolojisinin en büyük güçlerinden biri olan ‘yurttaş gazeteciliğinin’ anlatılması katılımcılığın başka bir boyutunu anlatabileceği öngörülmüştür. Medya okuryazarlığı içinde demokrasi olgusunu barındıran bir kavramdır. Yurttaş gazeteciliği içinde bulunduğu koşullar ve toplumsal gelişmelerle doğru orantılıdır. Yurttaş gazeteciliği anlayışı, sorunlara çözüm arayan pratiklerin demokrasi tezleriyle bağlantısının kurulduğu bir deneyim olarak görülmektedir. Medyanın okuyucu/izleyici kaybetmesine ilişkin ekonomik sorunlarla başa çıkma çabasında geliştirilen bir pratik olarak yurttaş gazeteciliği, söz konusu sorunların çözümünün demokrasinin geliştirilmesiyle bağlantısını kurmaya çalışır (Uzun, 2012: 634). Medya okuryazarı olma yolunda ki bir bireyin yurttaş gazeteciliğinin bilincinde olması gerektiği düşünülmektedir.

*“Ne Kadar Özgürlük, O Kadar Sorumluluk”* konu başlığı altında yapılması istenen dijital hikâye oluşturma uygulaması medya okuryazarlığının eylem ilkesinin ortaya çıktığı görülmektedir. Konu başlığı altında dijital hikâye oluşturma öneminin anlatılması öğrencilerin konunun öneminin farkına varmasında fayda sağlamaktadır. Toplumsal katılım, topluluk oluşturma, toplumsal bilinç yaratma gibi amaçlarla kullanılan dijital hikâye anlatımı öğrenciyi, kendi deneyimlerini, kendi sesleri ve kendi seçtikleri görsellerle dolaşıma sokabileceklerinin yollarını öğretmektedir. Bu uygulama aynı zamanda yeni iletişim teknolojilerinin kullanım alanları hakkında öğrenciyi bilgi sahibi yaparak, medyayı doğru ve etkili kullanmayı da öğretir. Dijital hikâye anlatımı, öğrencilerin kişisel anlatılarının dolaşıma girmesini sağlarken onların dijital

okuryazarlık düzeylerinin geliştirilmesi ve dijital okuryazarlığın farklı kesimlerde yaygınlaştırılması için de bir öğrenme ortamı sağladığı düşünülmektedir.

Bu ünite de sosyal medya ile ilgili sorumlukların anlatılması, internetteki risklerin farkındalığının sağlanması, güvenli internet kullanımı için bilgilendirmeler yapılması, bireyin kendine tercihlerini belirlemede önemli adımlardır. Yine bu ünite deki “*Afiş Tasarımı*” uygulama çalışması ile üretim ve katılımcılık bilinci geliştirilmektedir. Uygulamadan önce bir afişin nasıl hazırlanacağı ile ilgili yapılan bilgilendirme, öğrencide bir afişin medya olarak okunması gerektiği bilincini uyandırdığı düşünülmektedir. Uygulama çalışması, konunun pekiştirilmesine ve içselleştirilmesine katkı sağladığı düşünülmektedir.

Sosyal medyada çıkan her haberin doğru olmadığı ise “*Duyarlıyım*” konu başlığında vurgulanmıştır. Haberin doğrusuna ulaşılması ve bir medya ürününü tüketmeden önce sorgulanması gerektiğinin altı yeniden çizilmiştir. Materyalin bu ünitesinde öğrencinin internet iletişim teknolojileri ile ilgili dikkatli olması gereken noktaların ve bu teknolojilerin yararları ve faydaları ile ilgili bilgilendirildiği gözlenmiştir.

“*Sosyal Medyam*” ünitesinin son kısmında “*Medyada Dil Farkındalığı*” konusunun işlenmesi, sosyal medya ile birlikte ortaya çıkan dilde ki yozlaşma sorununa dikkat çekmektedir. Dil konusunda bireysel ve toplumsal bilincin oluşturulması, dilin korunması için bölüm sonundaki uygulama çalışmaları da eyleme geçme bilincini oluşturmaktadır.

Kitabın sonundaki “*Kendimi Değerlendiriyorum*” bölümü bütün materyalle ilgili uygulamaları içermektedir. Bu uygulamalar öğrencinin konularla ilgili analiz ve değerlendirme yapmasına olanak veren, mevcut bilgilerini ve eleştiri becerisini kullanmasını sağlayan sorulardır.

Tablo 5. Dördüncü Ünite Kazanımları

<b>Bilgi Düzeyinde Ünitenin Kazandırdıkları</b>
Sosyal medya hakkında öğrenme, Katılım hakkı ve çocuk hakları hakkında duyarlılığı tespit etme, Güven internet kullanımı hakkında bilgilenme, Sorumlu ve duyarlı vatandaşlık hakkında öğrenme, Dijital hikâyenin önemini tespit etme,
<b>Beceri Düzeyinde Ünitenin Kazandırdıkları</b>
Yaratıcı düşünme becerisi geliştirme, Dijital hikâye oluşturma becerisini uygulama çalışması ile birlikte geliştirme, Eleştirel düşünme becerisini geliştirme, Sosyal medyayı kullanma becerisini geliştirme, Doğru bilgiye erişim becerisini geliştirme, Yeni iletişim teknolojilerinin faydalarından yararlanabilme, zararlarından korunabilme becerisinin geliştirilmesi. Yeni medyada dolaşıma giren haberlere karşı duyarlılık becerisi geliştirme. Afiş tasarım uygulaması ile reklam okuryazarlığı becerisine katkı sağlama, Tüketici hakkını arama becerisi kazandırma, Bireysel ve toplumsal olarak medyada doğru dil kullanım becerisini sağlama, Yeni medya okuryazarlığı becerisini geliştirme,
<b>Davranışsal Düzeyde Ünitenin Kazandırdıkları</b>
Katılım hakkını savunma, Yaratıcı düşünme teşvik etme, Eleştirel düşünmeye katkı sağlamak amacıyla yeni medyayı sorgulamaya teşvik etme, Doğru haberin savunucusu olma, Medyada çıkan asılsız ve yalan haberleri bir tüketici olarak hukuka başvurma, Dil kurallarının farkına varılması ve doğru dil kullanımının savunucusu olması.

## 5. Sonuç ve Öneriler

Medya okuryazarlığı dersi dünyada uzun zamandır tartışılan, Türkiye’de ise 2000’li yılların başından itibaren tartışılmaya başlanan bir konudur. 2006 yılında okullarda seçmeli ders olarak öğretim programına dâhil edilmiştir. Medya, günden güne ilerleyen ve kendini yenileyen bir mecradır. Bu çalışma, medya okuryazarı olmanın önemine dikkat çekmek ve 2014 yılında öğretim programına dâhil edilen öğretim materyalinin medya okuryazarlığı gelişim sürecine katkılarının analiz edilmesine dayanmaktadır.

Bu amaç doğrultusunda, medya okuryazarlığının önemine dikkat çekmek için dünyada ve Türkiye’de yayınlanan ve yapılan çalışmalar alan yazın tarama yöntemiyle incelenmiştir. Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali (2014)’nin içerik analizi ise Osman Eroğlu’nun önerdiği tekil tarama yöntemi kullanılarak yapılan doküman incelemesine dayanmaktadır.

Öğrenciler materyal ile birlikte medya ürünlerini hakkında bilgi sahibi olur ve karşılaştıkları medya mesajlarını tüketmeden önce sorgulama yaparak bilinçli bir şekilde medya ürünlerini tüketmelerine yardımcı olmaktadır. Genel olarak materyalin yenilikçi bir bakış açısına sahip olduğu söylenebilir. Materyal öğretme-öğrenme sürecini geliştirmeye yönelik fotoğraflar, belgeler, görsel ve yazılı malzemelerle zenginleştirilmiştir.

Materyal medya analizi, eleştirel düşünme becerilerinin gelişimine katkı sağlamaktadır. Medya okuryazarlığı için çok önemli olan bilgi, analiz, yorumlama, uygulama, sentez, değerlendirme ve eyleme geçme basamaklarını içermektedir. Materyalin gözlem, anlama ve değer biçme yetilerini güçlendirdiği ve sorgulamayı sağlattığı gözlenmiştir. Bunu ünitelerin soru-cevap bölümlerinde dikkat çektiği toplumsal cinsiyet, eşitlik ve özgürlük konuları hakkında sorular sorarak yapmaktadır. Öğrencilerin dikkatlerini nereye yönelteceklerini, mesajı

nasıl yorumlayacaklarını ve bilgiyi doğru bir şekilde nasıl kullanacakları hakkında bilgilendirmektedir.

Materyalin öğrenci merkezli, bilgi ve beceriyi dengeli bir şekilde uygulayan, öğrencilerin kendi yaşantıları ve bireysel farklılıklarını dikkate alan ve bu farklılığı öğreten bir anlayışa sahip olduğu düşünülmektedir. Öğrenci merkezli, geleneksel yöntemlerden farklı olarak, öğrencinin ailesi ve çevresi ile etkileşimine olanak sağlayarak sosyalleşmesine katkı sağladığı düşünülmektedir.

Medyanın görüş açısının tanınmasına, medya mesajlarının toplumlara göre nasıl şekillendiği ve toplumları nasıl etkilediği hakkında öğrencide farkındalık uyandırmayı materyalin genel yapısı içerisinde yansıttığı gözlenmiştir. Toplumsal adaletin ve demokrasinin gelişmesine katkı sağlamak ve öğrencinin eyleme geçmesine olanak sağlamak amacıyla yaptığı bilgilendirme ve uygulamalar olduğu gözlenmiştir.

Materyalde medya okuryazarlığı dersine uygun olarak, araştırma sürecine dayalı olan, analitik yetenekleri ve yaratıcı iletişim yeteneklerini geliştirmek için çeşitli uygulamalara sahip olduğu gözlenmiştir. Böylelikle öğrencinin araştırma, sorgulama, problem çözme ve karar verme süreçlerinde uygulamalı çalışarak öğrenme sürecine aktif katılımı sağlanmaya çalışılmıştır.

Materyal öğrencinin sınıfta arkadaşlarıyla tartışarak, görüşlerini açıklayarak, sorgulayarak ve başka arkadaşlarıyla paylaşımlarda bulunarak öğrenme sürecine etkin olarak katılmasını sağlamaktadır. Materyal tek yönlü bilgi sunmanın ötesinde öğrencilerin gözlem ve araştırma yapmalarına olanak sağlamaktadır. Medyanın olumlu etkilerinden yarar sağlamaya olumsuz etkilerini de en aza indirmeye çalışmaktadır. Materyalde yapılan uygulama çalışmalarının üretilen belirli bir medya ürününün altında yatan gerçek mesajları

fark ettirmeye yönelik olduğu tespit edilmiştir. Öğrencinin önyargı, kurgu, yanlış bilgi ve yanıltıcı haberleri fark etmesine ve medya ürünlerini tüketirken sorgulamasına olanak verir. Aynı zamanda öğrencinin kendi mesajlarını üretmesine ve dağıtmasına yardımcı olduğu tespit edilmiştir. Materyal işleyişine aileyi de dâhil ederek konu hakkında ailelerin bilinçlenmesine ve öğrencinin ailesiyle etkileşimde bulunmasına olanak vermektedir. Bu uygulamalar öğrencinin okulda almış olduğunu eğitime aileyi de katarak toplumun geneline yayılmasını sağlayan bir önerme içermektedir.

Materyal öğrencinin kendi hakları konusunda farkında olmaya ve medya sahiplerinin sorumluluklarının farkına vardırarak, öğrenciyi eleştirel olmaya ve karşılaştıkları sorunları çözmesi için başvuru yollarını öğretmede yardımcı olduğu düşünülmektedir. Öğrencide, medya uygulamalarının ve işlevlerindeki sorumluluklarının farkındalık yarattığı söylenebilir.

Materyal öğrencinin çevresiyle etkileşime girmesine, bu etkileşim sonucunda çeşitli zihinsel aktiviteler yapmasına ve geçirdiği yaşantılardan anlamlar çıkarmasına yardımcı olmaktadır. Materyalin kavramları öğretme biçimi soruların içine yerleştirmiş veya hikâyelerle örneklendirerek anlatılmıştır. Bu öğretim biçiminin öğrencide daha ilgi uyandırıcı, eğlenceli ve akılda kalıcı olduğu düşünülmektedir. Çünkü öğrenci kendi deneyimlerini derse yansıttığı ölçüde derse olan ilgisi canlı kalır ve öğrencinin sahip olduğu bilgilerin değerini anlamalarına yardımcı olduğu söylenebilir.

Materyal Türkiye’de öğrencilerin medya okuryazarı olmasının önünü açan temel ders kitabıdır. Gelişen iletişim teknolojileri ile birlikte bireyler neredeyse her an bir medya ürünü ile karşı karşıya kalmaktadır. Medya okuryazarlığı dersi ile öğrenci maruz kaldığı medya mesajlarını analiz etmeyi, sorgulamayı ve değerlendirmeyi öğrenir. Materyalin değindi konular giriş niteliği taşıdığı

düşünülmektedir. İşlenen konular uzun vadede daha derinlikli işlenerek içselleştirilmesi sağlanabilir.

Çocukların iyi bir medya okuryazarı olması ise iyi bir medya eğitimi ile gerçekleşir. Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali (2014) ise medya eğitimi konusunda temel kitap olması nedeniyle bu çalışma boyunca bulunan eksiklerin giderilmesi ile birlikte, materyalin derslerde işlenmesi sayesinde öğrenciler temel medya okuryazarlığı eğitimlerini tamamlayabilirler.

Öğrenci merkezli hazırlanan öğretim materyalinin öğrencilerin derse katılımında etkin bir rol oynadığı görülse de dersin uygulamasında sorunlar yaşanabilir. Medya okuryazarlığı dersi resmi müfredatta zorunlu ders olmadığı için alanında uzman öğretmenler tarafından verilmemektedir. Bu durumda medya okuryazarlığı eğitimini verecek öğretmenlerin konu hakkında önceden eğitilmeli ve gerekli bilgilerle donatılmalıdır.

Medya eğitimi, medya profesyonelleri ile işbirliği yapılarak, resmi ve resmi olmayan eğitim modelleri uygulanarak, görsel, işitsel ve teknolojik yenilikler takip edilerek yapılmalıdır. Konu üzerine öğretim materyallerinin olması, bu materyallerin ulaşılabilirliği nicelik ve niteliği medya okuryazarlığını geliştirme politikalarına katkı sağlar. Bu eğitim esnasında aile bilinçlendirme kampanyaları, öğretmen eğitimlerinin güncellenmesi çalışmaları yapılmalıdır. Ailelerin bilinçlendirilmesi ve öğretmen eğitimlerinde etkin bir politika izlenmesi toplumdaki medya okuryazarı olma becerilerini geliştirebilir. Ailelerin eğitimdeki rolleri çocuklarda ve genç bireylerde medya becerilerinin gelişiminde vazgeçilemez bir unsurdur. Bu nedenle aileler medya okuryazarı becerilerinin geliştirilmesi için stratejilerde bulunmalıdır. Medya okuryazarlığı ile ilgili yeniden kamuyu bilgilendirme çalışmaları yapılmalıdır. Böylelikle çocukların ve gençlerin medya okuryazarı olma becerilerinin artışına katkı sağlamalıdır.



Ders kitabındaki uygulamaların yapılabilmesi, teknolojik yeniliklerin takip edilebilmesi, üretimin bir profesyonel gibi uygulanması için okullarda medya okuryazarlığı laboratuvarları kurulabilir ve bu laboratuvarlar sürekli yenilenebilir. Yurttaşların bilgi edinim hakkını ve ifade özgürlüğün kullanabilmesinin, kamusal alana aktif bir şekilde katılabilmesinin, demokrasinin doğru işleminin ve kültürler arası diyalogun gelişmesinin yolu medya okuryazarı bir toplumdur. Bir toplumun medya okuryazarlığı düzeyinin gelişimi ise bu kavramın savunucusu kurulların ve kurumların artmasını gerektirir. Bu kurumlar ve kurulların yoğunluğu ise nicelik ve nitelik olarak doğru bilgiye ulaşmada, iletişimsel becerilerin gelişiminde, eleştirel ve yaratıcı düşünüş becerilerinin gelişiminde, bireyin bağımsız karar alabilme yetisini ediniminde ve problemlerin çözümünde etkili bir rol oynadığı düşünülmektedir. Medya okuryazarlığının gelişimi için ülkelerde medya okuryazarlığı kürsüleri kurulmalıdır. Medya okuryazarlığı konusunda ulaşılabilir kaynakların çoğaltılması, erişimi ve kalıcılığı sağlanmalıdır.

Çocukların medyaya karşı tutumlarının değişmesi ve eleştirel bakış açılarını kazanmaları için, medya eğitimleri medya profesyonelleri ile işbirliği yapılarak verilmelidir. Böylelikle birey medya ürünlerinin nasıl üretildiği hakkında kanı sahibi olur ve kendi değerlendirmesini yaparak tutum değişikliği geliştirebilir. Bu yöntem medya eğitiminin de gereklerindedir.

Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimi korumacı yaklaşımdan çok fazla ayrılamamıştır. Ülkenin medya eğitimindeki ilerlemesi göz önüne alındığında bu durum normaldir. Medya eğitimini geçmişinin çok uzun yıllara dayanmadığı yapılarda korumacı yaklaşıma rastlanmaktadır. Korumacı yaklaşımdan uzaklaşarak, bireylerin eleştirel medya okuryazarı olmasının yolu ise medya okuryazarlığı dersinin resmi izlencede zorunlu ders olarak verilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Aynı zamanda medya okuryazarlığı ile ilgili ders

kitapları, çalıştaylar, kongreler ve okullarda üretim çalışmaları sıkça düzenlenmelidir.

Toplumların kültürel mirasları içinde buldukları çağlar ilerledikçe değişmektedir. 21. yüzyıldan itibaren toplumlara kalacak en önemli miras görsel ve iletişimsel öğelerdir. Medya eğitimi görsel ve iletişimsel kültürel mirasın korunmasını sağlayabilir. Aynı zamanda uluslararası işbirliği ile ağlara katılım, farklı deneyimlerin değiş tokuşu medya okuryazarlığını deneyimin artmasına katkı sağlamaktadır. Bu nedenle her bireyin medya okuryazarı olabilmesi sağlanmalıdır.

Medya okuryazarlığı doğrudan ve aktif olarak teknolojik yeniliklerle bağlantılı bir eğitimi gerektirir. Teknolojik yenilikler sürekli ilerlemekte ve yayılmaktadır. Bu durumda bireylerin, yeniliklerden ve değişimlerden haberdar olması gerekmektedir. Medya eğitiminin de bir gerekliliği olarak ve eğitimin kalitesinin artması için okulların teknolojik olarak sürekli yenilenmesi sağlanmalıdır.

Teknolojik yenilikler toplumlarda çeşitli anlayışları da değiştirmektedir. Bireyin hayatına giren sosyal medya ile birlikte kamusal alanın durumu da değişmiş bulunmaktadır. Demokrasinin bir gereği olarak bireyin bu yeni kamusal alanda nasıl davranacağını ve bu kamusal alanı aktif bir şekilde nasıl kullanacağını bilmesi gerekmektedir. Bireylerin katılımcı ve eleştirel düşünen yurttaşlar olmaları, toplumların güçlenmesi ve farkındalığı yüksek toplumlar oluşması için, medya eğitimleri teknolojik yeniliklerle donatılmalıdır. Her türlü becerinin kazandırılması gibi eğitimi de zorunlu müfredat içinde geliştirilmesi gereken anahtar bir kavramdır.

Medya okuryazarlığı eğitiminin sürekli yenilenmesi için Türkiye’de yıllık medya faaliyet raporları alınmalı, izleyici araştırmaları yapılmalıdır. Medyanın

toplumu nasıl ve ne derece etkilediği izlemeleri yapılması, sürekli değişen medya ortamında medya eğitiminin güncellenmesi için bir gerekliliktir. Medya okuryazarlığı kavramı medya eğitimlerinin sonucundaki değişim ile ortaya çıkmaktadır.

Medya okuryazarlığı eğitimi Türkiye’de 2000’li yıllarda tartışılmaya başlanan bir konu olması sebebiyle ve medya eğitimi ile ilgili üretilen kaynakların kısıtlı olması sebebiyle, bu araştırma medya eğitimi için hazırlanacak olan yeni öğretim materyallerine ışık tutabilir. Bu bağlamda, bu araştırma ve bu araştırmada kullanılan tekil tarama yöntemi yeni öğretim materyallerine ve okullarda verilecek medya okuryazarlığı üzerine yapılacak çalışmalara veri sağlayabilir.

## Kaynakça

- Algan, E. (2007). Medya okuryazarlığına alanına politik bir bakış: medya okuryazarlığı hareketi. ( Ed: N. Türkoğlu ve M. Cinman Şimşek). İstanbul: Kalemus, ss. 68-78.
- Altun, A. ( 2009). Eğitim bilimleri açısından seçmeli medya okuryazarlığı dersi programına eleştirel bir yaklaşım. *Kefad*, 10(3), 98-109.
- Altun, A. (2014). Medya okuryazarlığı eğitimine yönelik Türkçe yayınlar: bir bibliyografya denemesi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, sayı: 9, 5-15.
- Akbaba, F. (2012). Ülke profili: Avusturya ( Ed: N. Taşkiran Öncel).Kocaeli: Umuttepe Yayınları, ss. 89-115.
- Altunay, D. (2012). Ülke profili: İspanya ( Ed: N. Taşkiran Öncel).Kocaeli: Umuttepe Yayınları, ss. 271-309.
- Approaches- existing and possible- to media literacy (2015). Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe. European Commission.
- Arslantepe, M. (2012). Sinema okuryazarlığı. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Avşar, Z. (2014). Medya okuryazarlığı. *İletişim ve Diplomasi Dergisi*, sayı: 2. <http://www.iletisimvediplomasi.com/medya-okuryazarligi-prof-dr-zakir-avsar/> (Erişim Tarihi: 16.03.2015)
- Binark, M. ve Bek, M. ( 2010). Eleştirel medya okuryazarlığı: kuramsal yaklaşımlar ve uygulamalar (2. baskı) . İstanbul: Kalkedon.
- Bourdieu, P. (2000). Televizyon üzerine. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

- Celot, P. ( 2010). Study on assesment criteria for media litearcy levels. Brussels: Eavi.
- Çakmak, E. ( 2013). Çocuk hakları ve medya okuryazarlığı eğitimi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(23), 209-224.
- Çetinkaya, S. (2008). Bilinçli medya kullanıcıları yaratma sürecinde medya okuryazarlığının önemi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- De Abreu, S. B. (2007). Teaching media literacy : a how-to-do-it manual and CD-ROM. New York : Neal-Schuman.
- Demiray, U. (2012). Ülke profili: macaristan ( Ed: N. Taşkiran Öncel).Kocaeli: Umuttepe Yayınları, ss. 309-343.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (1990). İletişim ve toplum. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Eroğlu, O. (2006). İzleme Çalışmaları. Tezsiz Yüksek Lisans Programı. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Freire, P. ( 1991). Ezilenlerin pedagojisi. ( Çev: D. Hattatoğlu ve E. Özbek). İstanbul: Ayrıntı.
- Gigli, S. (2004) Children, youth and media around the World: an overview of trends and issues. *4th World Summit on Media for Children and Adolescents*.<http://www.esocialsciences.org/Download/repecDownload.aspx?fname=Document11112006530.6000482.pdf&fcategory=Articles&Aid=689&fref=repec>. (Erişim tarihi: 22.02.2015)
- Giroux, H. A. ve Apple, M. ( 2009). *Eleştirel pedagoji söyleşileri* (9. baskı). (Çev: E.Ç. Babaoğlu). İstanbul: Kalkedon.

- Görmez, E. ( 2015). Medya okuryazarlığı dersini almamış ortaokul öğrencilerinin medya okuma düzeyleri üzerine bir durum çalışması. *Ijode*, 1(1), 67-85.
- Güngör, N. ( 2013). İletişim: kuramlar ve yaklaşımlar. ( 2. baskı) . Ankara: Siyasal.
- Gül, A.A. ( 2013). Avrupa birliğinde medya okuryazarlığı: düzenleme ve çalışmalarda gözlemlenen eğilimler. [http://www.ajite.org/?menu=pages&p=details\\_of\\_article&id=63](http://www.ajite.org/?menu=pages&p=details_of_article&id=63)(Erişim tarihi: 12. 11. 2014).
- Gürcan, A. , Özhan, S. ve Uslu, R. ( 2008). Dijital oyunlar ve çocuklar üzerindeki etkisi.(06.02.2015).[http://ailetoplum.aile.gov.tr/data/5429366a369dc32358ee2a92/dijital\\_oyunlar\\_ve\\_cocuklar\\_uzerindeki\\_etkileri\\_rapor.pdf](http://ailetoplum.aile.gov.tr/data/5429366a369dc32358ee2a92/dijital_oyunlar_ve_cocuklar_uzerindeki_etkileri_rapor.pdf).
- Gül Akkor, A. (2012). Ülke profili: portekiz ( Ed: N. Taşkıran Öncel).Kocaeli: Umuttepe Yayınları, ss. 365-397.
- Hasdemir, T. (2012). Gelenekselden yeni medya okuryazarlığına: Türkiye örneğinde bir değerlendirme. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 23-40.
- Hobbs, R. ( 2010). Digital and media literacy: a plan for action. Washington: The Aspen Institute.
- Hobbs, R. (1998). Medya okuryazarlığı hareketinde yedi büyük tartışma. (çev: M. T. Bağlı) *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(1), 122-140.
- <http://atomawards.org/about> (Erişim tarihi: 13.12.2014)
- <http://www.nordicom.gu.se/en> (Erişim tarihi: 16.03.2015)

<http://www.rtuk.org.tr/> (Erişim tarihi: 19.12.2014)

[iite.unesco.org](http://iite.unesco.org) (Erişim tarihi: 25.12.2014)

İnal, K. (2009). Medya Okuryazarlığı El Kitabı. Ankara: Ütopya Yayınevi.

İnceoğlu, Y. (2007). Medya okuryazarlığı: neden gerekli ( Ed: N. Türkoğlu ve M. Cinman Şimşek). İstanbul: Kalemus, ss. 21-27.

İnceoğlu Giritli, Y. (2012). Ülke profili: Slovenya ( Ed: N. Taşkıran Öncel).Kocaeli: Umuttepe Yayınları, ss. 397-414.

İstifçi, İ (2012). Ülke profili: Finlandiya ( Ed: N. Taşkıran Öncel).Kocaeli: Umuttepe Yayınları, ss. 177-201.

Jols, T. ve Thoman, E. (2008). 21. Yüzyıl okuryazarlığı: medya okuryazarlığına genel bir bakış ve sınıf içi etkinlikler ( Çev: C. Elma ve A. Kesten). Ankara: Ekinoks.

Jolls, T. ve Wilson, C. (2014). The core concept: fundamental to media literacy yesterday, today and tomorrow. *Journal of Media Literacy Education*, 6 (2), 68-78.

Ker Dinçer, M. ve Yılmazkol, Ö. (2009). Televizyon: çocuklara gerçek hayatı őiddetle öğreten çağdaş masal anlatıcı. (Ed: Selda İçin Akçalı) Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Kılıç, A. ve Seven, S. (2003). Konu Alanı Ders Kitabı İncelemesi. Ankara: Pegem A Yayıncılık.

Kurbanooğlu, S. (2010). Bilgi okuryazarlığı: kavramsal bir analiz. *Türk Kütüphaneciliği Dergisi*, 24 (4), 723-747.

Kurudayıoğlu, M. ve Tüzel, S. (2010). 21. Yüzyıl okuryazarlık türleri, değişen metin algısı ve Türkçe eğitimi. *Tübar*, 28, 283-298.

- Kurt, A.A. ve Kürüm, D. (2010). Medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme arasındaki ilişki: kavramsal bir bakış. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(2), 30-34.
- Lewis, J. ve Jhally, S. (1998). The struggle over media literacy. *Journal of Communication*, 48 (1), 109-120.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *LSE Research Online*, 1(7), 3-17. <http://eprints.lse.ac.uk/> (Erişim: 06.12.2014)
- Ly-Fall, F. (2014). The interaction between framing an media literacy. *Global Citizenship in a Digital World*. İsveç: Gothenburg Üniversitesi, ss. 45-57.
- Kellner, D. ve Share, J. (2005). Toward ciritcal media literacy: core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: studies in the cultural politics of education*, 26(3), 369-386.
- Marshall, M. (2005). *Yaradanımız medya*. (Çev: Ü. Oskay). İstanbul: Merkez Kitapçılık Yayıncılık.
- MEB, Talim ve Terbiye Kurulu ve RTÜK, (2006), *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu*. Ankara.
- [medialiteracyproject.org](http://medialiteracyproject.org) ( Erişim tarihi: 25.03.2015)
- Mora, N. ( 2011). *Medya çalışmaları, medya pedagojisi ve küresel iletişim*. Ankara: Nobel.
- Tanrıverdi, B. ve Apak, Ö. (2010). Türkiye, Finlandiya ve İrlanda ilköğretim programlarının medya okuryazarlığı eğitimi açısından karşılaştırılması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 10(2), 1153-1213.



- Topuz, H. (2006). Medya eğitimi: medya çözümlemesi. <http://www.siyasaliletisim.org/dr-bahadr-kaleaas/dr-hfz-topuz/213-medya-eitimi-medya-coezuemlemesi.html/> (Erişim tarihi: 25.02.2015)
- Treske, G. (2007). Avrupa birliğinde medya okuryazarlığı ( Ed: N. Türkoğlu ve M. Cinman Şimşek). İstanbul: Kalemus, ss.27-40.
- Türkoğlu, N. (2007). Türkiye’de medyanın dönüşümü ve medya okuryazarlığı zemini (Ed: N. Türkoğlu ve M. Cinman Şimşek). İstanbul: Kalemus, ss.276-284.
- Odabaşı, F. (tarih yok). Toplumsal Etkiler ve Teknoloji Okuryazarlığı. 12.05.2015 tarihinde Anadolu Üniversitesi: <http://home.anadolu.edu.tr/~fodabasi/doc/ty2.swf> adresinden alındı.
- Orhon, E.N. ( 2014). Ekran kuşağını anlamak ve ekran kuşağı çerçevesinde medya okuryazarlığını tekrar okumak. (Ed: G. Uğurlu) İstanbul: Alan yazınk.
- Orhon, E.N. ( 2009). Media education in Turkey: toward a multi-stakeholder framework. *Comunicar*, 16 (32), 211-224.
- Öncü, T. (1989). Torrance yaratıcı düşünme testleri ile wartegg biedma kişilik testi aracılığıyla 7-11 yaş çocuklarının yaratıcılığı ve kişilik yapıları arasındaki ilişki. Basılmamış Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Özgenç, İ. (2012). (MEB) 9.sınıf matematik ders kitabının öğrenci gelişimini değerlendirmesi açısından incelenmesi. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Pekman, C. ( 2007). Avrupa birliği çevre politikalarında katılım hakkı: aarhus sözleşmesi ( Ed: N. Türkoğlu ve M. Cinman Şimşek). İstanbul: Kalemus, ss.40-49.

- Potter, J. (2008). Media literacy. (4th edition). London: Sage.
- RTÜK, (2007). İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi El Kitabı. <http://www.rtuk.org> (Erişim tarihi: 08.10.2014).
- Şahin, M. (2012). Medya okuryazarlığı dersi alan ve almayan ilköğretim okulu öğrencilerin medya tüketim alışkanlıkları farklılaşması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Şeylan, S. (2008). Medya okuryazarlığı ders uygulamalarında dünya üzerinde görülen aksaklıklar. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi.
- Taşkıran Öncel, N. (2007). Medya Okuryazarlığına Giriş. İstanbul: Beta Yayınları.
- Taşkıran Öncel, N. (2012). Ülke profili: Fransa ( Ed: N. Taşkıran Öncel). Kocaeli: Umuttepe Yayınları, ss. 201-241.
- Taşkıran Öncel, N. ve Varlı M. (2012). Avrupa profili ( Ed: N. Taşkıran Öncel).Kocaeli: Umuttepe Yayınları, ss. 9-59.
- Tanrıverdi, B. (2012). Ülke profili: Almanya ( Ed: N. Taşkıran Öncel).Kocaeli: Umuttepe Yayınları, ss. 59-89.
- Tekinalp, Ş. (2012). Ülke profili: İrlanda (Ed: N. Taşkıran Öncel).Kocaeli: Umuttepe Yayınları, ss.241-271.
- Varlı, M (2012). Ülke profili: Birleşik Krallık ( Ed: N. Taşkıran Öncel).Kocaeli: Umuttepe Yayınları, ss. 115-177.
- Taşkıran Öncel, N. ve Varlı, M. (2012). Türkiye profili ( Ed: N. Taşkıran Öncel). Kocaeli: Umuttepe Yayınları, ss.415.
- Tüzel, S. ( 2010). Görsel okuryazarlık. *Tübar*, 17, 691-705.

Tüzün, H. ve Bayırtepe, E. (2007). Oyun tabanlı öğrenme ortamlarının öğrencilerin bilgisayar dersindeki başarıları ve öz-yeterlik algıları üzerine etkileri. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 33, 41-54.

Uysal, M. (2006). Medya ve şiddet. Toplumsal Bir Sorun Olarak Şiddet Sempozyumunda sunulmuş bildiri, Ankara.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2004). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zettl, H. (1998). Contextual media aesthetics as the basis for media literacy. *Journal of Communication*, p. 81-95.

Silverblatt, A. (1998). Media literacy : keys to interpreting media messages.( 3rd edition). Praeger: Westport. 1

[www.atomawards.org](http://www.atomawards.org) (Erişim tarihi: 03.12.2014)

[www.clemi.org](http://www.clemi.org) (Erişim tarihi: 12.01.2015)

[www.europe.eu.int/com](http://www.europe.eu.int/com) (Erişim tarihi: 15.12.2014)

[www.dfse.gov.uk](http://www.dfse.gov.uk) (Erişim tarihi: 20.02.2015)

[www.media-awarereness.ca](http://www.media-awarereness.ca). (Erişim tarihi: 19.02.2015)

[www.medyaokuryazarligi.org.tr](http://www.medyaokuryazarligi.org.tr) (Erişim tarihi: 21.01.2015)

[www.namle.net](http://www.namle.net) (Erişim tarihi: 19.01.2015)

[www.oph.fi](http://www.oph.fi) (Erişim tarihi: 21.03.2015)

[www.ofcom.org.uk](http://www.ofcom.org.uk) (Erişim tarihi: 11.09.2014)

[www.sehir.edu.tr](http://www.sehir.edu.tr) (Erişim tarihi: 14.10.2014)

[www.yenimedya.org.tr](http://www.yenimedya.org.tr) (Erişim tarihi: 04.03.2015)

80.251.40.59/education.ankara.edu.tr/aksoy/eay/eay/.../ymetin.doc (Erişim tarihi:  
21.10.2014)