

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI**

**ASYA VE OKYANUSYA ÜLKELERİNDE MEDYA**  
**OKURYAZARLIĞI EĞİTİMİ: TÜRKİYE VE YENİ ZELANDA**  
**KARŞILAŞTIRMASI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Yavuz Selim SÖYLEMEZ**

**KOCAELİ 2012**

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI**

**ASYA VE OKYANUSYA ÜLKELERİNDE MEDYA**  
**OKURYAZARLIĞI EĞİTİMİ: TÜRKİYE VE YENİ ZELANDA**  
**KARŞILAŞTIRMASI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Yavuz Selim SÖYLEMEZ**

**Doç. Dr. Nurdan ÖNCEL TAŞKIRAN**

**KOCAELİ 2012**

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI**

**ASYA VE OKYANUSYA ÜLKELERİNDE MEDYA OKURYAZARLIĞI**  
**EĞİTİMİ: TÜRKİYE VE YENİ ZELANDA KARŞILAŞTIRMASI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

Tezi Hazırlayan: Yavuz Selim SÖYLEMEZ

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: .....29.12.2012/23

Jüri Başkanı: Doç. Dr. Nurdan ÖNCEL TAŞKIRAN

(İmza)

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Nigar PÖSTEKİ

(İmza)

Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Belgin TANRIVERDİ

(İmza)

KOCAELİ 2012

## İçindekiler

ÖNSÖZ .....	v
ÖZET .....	vi
ABSTRACT.....	vii
KISALTMALAR LİSTESİ .....	viii
TABLolar LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	x

## GİRİŞ

Araştırmanın Amacı.....	3
Araştırmanın Önemi.....	3
Problem .....	4
Sınırlılıklar.....	5
Yöntem .....	6
Tanımlar.....	6
Araştırmada Karşılaşılan Problemler.....	7
<b>BİRİNCİ BÖLÜM: MEDYA KAVRAMI, MEDYA OKURYAZARLIĞININ GEREKLİLİĞİ VE MEDYA EĞİTİMİ .....</b>	<b>8</b>
1.1. Medya Kavramı.....	8
1.1.1. Medya: Kurgu ve Gerçeklik.....	9
1.1.2. Medya ve Toplum.....	10
1.2. Medyanın İşlevleri.....	12
1.2.1. Yeni nesil meddahlar: Medya.....	12
1.3 Medya Okuryazarlığının Gerekliliği.....	14
1.3.1. Okuryazarlık Kavramı: Tanımlar.....	14
1.3.2. Medya Okuryazarlığı Kavramı Ve Tanımlar.....	17
1.3.3. Medyaya Eleştirel Bakış.....	19
1.4. Medya Eğitimi.....	24
1.4.1. Dersler.....	25
1.4.2. Öğretmenler.....	27
<b>İKİNCİ BÖLÜM: MEDYA OKURYAZARLIĞINA GENEL BAKIŞ: DÜNYA VE AVRUPA BİRLİĞİ (1920-2014).....</b>	<b>28</b>
2.1. UNESCO ve Medya Okuryazarlığı Çalışmaları.....	28
2.2. Avrupa Birliği ve Medya Okuryazarlığı Çalışmaları.....	33

<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: TÜRKİYE’DE MEDYA OKURYAZARLIĞI.....</b>	<b>40</b>
<b>3.1. Türkiye’de Medya Alt Yapıları.....</b>	<b>40</b>
<b>3.1.1. Türkiye’de Medya Okuryazarlığının Temel Sorunları.....</b>	<b>41</b>
<b>3.1.1.1. Okulda Öğrenci Eğitimi.....</b>	<b>43</b>
<b>3.1.1.2. Öğretmen Eğitimi.....</b>	<b>43</b>
<b>3.1.1.3. Yetişkin Eğitimi.....</b>	<b>43</b>
<b>3.2. Medya Okuryazarlığı Kapsamında Türkiye’de Medya Tüketimi: İstatistik Veriler.....</b>	<b>44</b>
<b>3.2.1. Yazılı Medya İstatistikleri, Gazete-Dergi.....</b>	<b>44</b>
<b>3.2.2. Bilişim Teknolojileri İstatistikleri – İnternet.....</b>	<b>46</b>
<b>3.2.3. Medya Ürünlerinin En Çok Tüketildiği Yer: Televizyon.....</b>	<b>48</b>
<b>3.2.4. Çocuk ve Medya.....</b>	<b>49</b>
<b>3.3. Türkiye’de Kurumsal Medya Okuryazarlığı Çalışmaları.....</b>	<b>51</b>
<b>3.3.1. RTÜK.....</b>	<b>52</b>
<b>3.3.1.1. 2003 - İletişim Şurası.....</b>	<b>53</b>
<b>3.3.1.2. 2006 - Uluslararası Medya Okuryazarlığı Paneli.....</b>	<b>53</b>
<b>3.3.1.3. 2007 - İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı.....</b>	<b>54</b>
<b>3.3.1.4. 2009 - RTÜK ve Dekanlıklar Ortak Protokolü.....</b>	<b>54</b>
<b>3.3.1.5. RTÜK’ün Medyada Yaptığı Çalışmalar.....</b>	<b>55</b>
<b>3.3.1.5.1. Televizyon.....</b>	<b>55</b>
<b>3.3.1.5.1.1. Akıllı İşaretler.....</b>	<b>55</b>
<b>3.3.1.5.1.2. Medya Okuryazarlığı Tanıtım Filmi.....</b>	<b>57</b>
<b>3.3.1.5.1.3. İyi Uykular Çocuklar Projesi.....</b>	<b>58</b>
<b>3.3.1.5.2. İnternet.....</b>	<b>59</b>
<b>3.3.1.5.2.1. Medya Okuryazarlığı Web Sitesi.....</b>	<b>59</b>
<b>3.3.1.5.2.2. RTÜK Çocuk Web Sayfası.....</b>	<b>59</b>
<b>3.3.1.6. Ankara Medya Okuryazarlığı Çalıştayı - 2012 Temmuz.....</b>	<b>59</b>
<b>3.3.2. Milli Eğitim Bakanlığı (MEB).....</b>	<b>61</b>
<b>3.3.2.1. 2006 - Medya Okuryazarlığı Dersi Taslak Öğretim Programı ve Öğretmen Kılavuzu.....</b>	<b>62</b>
<b>3.3.3. Üniversiteler ve Akademisyenler.....</b>	<b>62</b>
<b>3.3.3.1. 2005 - Marmara Üniversitesi İletişim I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı.....</b>	<b>63</b>
<b>3.3.4. Sivil Toplum Kuruluşları.....</b>	<b>64</b>
<b>3.3.4.1. 2004 - Türkiye’de Şiddeti Önleme Medya Ve Şiddet Alt Çalışma Raporu.....</b>	<b>64</b>
<b>3.3.5. Basında ve internette medya okuryazarlığı.....</b>	<b>67</b>
<b>DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: ASYA VE UZAKDOĞU ÜLKELERİNDE MEDYA OKURYAZARLIĞI.....</b>	<b>68</b>
<b>4.1. Kıta Asya’ında Medya Okuryazarlığı Çalışmaları.....</b>	<b>68</b>

4.1.1.	Rusya.....	68
4.1.2.	Ukrayna.....	69
4.1.3.	Çin.....	68
4.1.4.	Hindistan.....	69
4.1.5.	Nepal.....	71
4.1.6.	Bhutan.....	71
4.2.	Uzak Doğu'da Medya Okuryazarlığı Çalışmaları.....	72
4.2.1.	Japonya.....	72
4.2.2.	Güney Kore.....	72
4.2.3.	Endonezya.....	73
4.2.4.	Malezya.....	75
4.3.	Okyanusya'da Medya Okuryazarlığı Çalışmaları.....	75
4.3.1.	Avustralya.....	75
4.3.2.	Yeni Zelanda.....	76

## **BEŞİNCİ BÖLÜM: YENİ ZELANDA'DA MEDYA OKURYAZARLIĞI ÇALIŞMALARI.....78**

5.1.	Yeni Zelanda'da Medya Okuryazarlığı Çalışmalarına Genel Bakış.....	78
5.2.	Yeni Zelanda'da Medya Okuryazarlığının Gelişimi.....	79
5.3.	Yeni Zelanda'da Medya Yapısı.....	82
5.3.1	Televizyon.....	82
5.3.2.	Radyo.....	83
5.3.3.	Gazeteler.....	83
5.3.4.	Dergiler.....	83
5.3.5.	İnternet.....	84
5.3.6.	Reklam.....	84
5.3.7.	Sosyal Medya.....	84
5.4.	Yeni Zelanda'da Medya Okuryazarlığı Politikaları.....	84
5.4.1	Devlet Politikası.....	85
5.4.2.	Medya Okuryazarlığı Çalışmalarında Özel Girişimler.....	86
5.4.2.1.	Ulusal Medya Eğiticileri Derneği (NAME-National Association of Media Educators New Zealand).....	87
5.4.2.2.	Mediascape.....	87
5.4.2.3.	Evde Bilgisayar Projesi (Computers in Home CIH).....	88
5.4.2.3.1	Evde Bilgisayar Projesi: Tuhoe Project.....	89
5.4.2.4.	SeniorNet (Yaşlılar İnterneti).....	90
5.4.2.5.	NetSafe.....	90
5.5	Medya Okuryazarlığı Eğitimi.....	91
5.5.1.	Medya Okuryazarlığında Öğretmen Eğitimi.....	91
5.5.1.1.	Öğretmenlerin medya okuryazarlığı değerlendirmeleri.....	93
5.5.1.1.1.	Katılımcıların Medya Eğitimi Verdikleri Yıl.....	93
5.5.1.1.2.	Katılımcıların Medya Eğitimi Verdikleri Sınıflar....	93
5.5.1.1.3.	Medya Dersleri Müfredatı Üzerine Katılımcı Fikirleri.....	94
5.5.2.	Medya okuryazarlığında Öğrenci Eğitimi.....	95

5.5.3. Medya Okuryazarlığı Müfredatı.....	96
5.5.4. Hedefler .....	97
5.6. Yeni Zelanda ve Türkiye Medya Okuryazarlığı Profili.....	99
SONUÇ ve DEĞERLENDİRME.....	102
ÖNERİLER.....	105
KAYNAKÇA.....	109
EKLER.....	119
ÖZGEÇMİŞ.....	131

## ÖNSÖZ

Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'nün yüksek lisans çalışma programının gereği olarak hazırlanan bu çalışmada, Türkiye'de ve Asya ülkelerinde "Medya Okuryazarlığı" alanındaki çalışmalar, uygulamalar ortaya konulmuş ve Yeni Zelanda örneğinde çalışmalar ve uygulamalar derinlemesine incelenmiştir. Çalışmada üzerinde durulan noktalardan biri bu alanda Asya'da veya Türkiye'de yapılan çalışmaların öğretmen, öğrenci ve müfredat gibi konuların ayrıntılı incelenmesidir. Özellikle Türkiye bölümünde Medya Okuryazarlığının çok genç bir alan olması, tüm uygulama ve etkinlikleri kronolojik olarak yer verebilme fırsatını sağlamıştır ve böylece, medya okuryazarlığının gelişiminin ilgili araştırmacılar tarafından kolay takip edilebilir kullanımda olması hedeflenmiştir.

İkinci nokta ise Okyanusya'da bulunan Batı'ya en uzak güney uç noktalarından biri olan Yeni Zelanda'nın bu alanda, gerek eğitiminde gerek uygulamalarında önde gelen ülkelerden birisi olmasından dolayı incelemeye değer bir konu evreni oluşturmasıdır. Yeni Zelanda Amerika, Kanada ve AB ülkeleri gibi medya okuryazarlığı alanında oldukça duyarlı çalışmalar, uygulamalar yapmaktadır. Yeni Zelanda gelişmiş ekonomisi ve medya dünyasıyla dünyanın dikkatini çekmektedir. Medyada meydana gelen gelişmeler paralelinde medya okuryazarlığı alanında onu önde gelen ülkelerden biri haline getiren sistemin, uygulamaların ve çalışmaların derinine inilerek incelenmesiyle elde edilen ve dilimizde eksik olan yabancı kaynakların bu alana önemli bir katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Türkiye, Asya ülkeleri ve Yeni Zelanda'nın detaylı incelenmesinden sonra Türkiye ve Yeni Zelanda arasında medya okuryazarlığı alanındaki uygulama ve çalışmaların bir karşılaştırması yapılarak aradaki farklılıklara önerilerle birlikte sonuç ve değerlendirme kısmında yer verilmiştir. Alanın Türkiye'de yeni olması ve Asya ülkeleriyle ilgili bir medya okuryazarlığı çalışması bulunmaması ve kaynakların neredeyse tamamının yabancı dilde olması çalışma sürecinde karşılaşılan en büyük zorluk olmuştur. Kaynak zorluklarıyla ortaya çıkarılan bu çalışmayı ilk kez hazırlamış olmanın mutluluğunu yaşıyor, araştırmacıların ve ilgilenenlerin dikkatini bu bölgelere de çekmeyi ümit ediyoruz.

Bu araştırmanın her aşamasında yardımlarını ve yol göstericiliğini esirgemeyen tez danışmanım Doç. Dr. Nurdan Öncel Taşkiran'a ve maddi manevi destekleri ile her zaman yanımda olan aileme sonsuz teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Yavuz Selim Söylemez



## ÖZET

### ASYA VE OKYANUSYA ÜLKELERİNDE MEDYA OKURYAZARLIĞI EĞİTİMİ: TÜRKİYE VE YENİ ZELANDA KARŞILAŞTIRMASI

Yavuz Selim Söylemez

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2012

Danışman: Doç. Dr. Nurdan ÖNCEL TAŞKIRAN

Hızla ilerleyen ve değişen teknolojiyle küreselleşme etkisindeki medya, toplumsal yaşantının her alanında önemli bir güç olarak yer almakta olan bireylerin davranışlarının ve değer yargılarının oluşumunda önemli bir role sahip olmuştur. Bu sebeple artık medya iletilerini anlama, seçme ve değerlendirme konusu bütün dünyada toplumlara verilmesi gereken önemli eğitimler arasında ele alınmaktadır.

Bu çalışmada öncelikle medya okuryazarlığı kavramı bütün bileşenleriyle ele alınmış ve buna bağlı olarak tarihsel gelişimi, kuramları, problemleri aktarılmıştır. Daha sonra dünyada UNESCO ve AB çalışmaları olmak üzere medya okuryazarlığı alanındaki çalışmalara kısaca değinilmiştir; fakat genel olarak başta Yeni Zelanda ve Türkiye olmak üzere Asya ve Okyanusya ülkelerinde yapılan medya okuryazarlığı çalışmaları ele alınmıştır.

Çalışmanın Türkiye bölümünde bu alanda yapılan akademik, sivil ve devlet çalışmaları incelenmiştir. Türkiye’de medya okuryazarlığı kavramının yeni olması nedeniyle akademik dünyada büyük ihtiyaç duyulan, dünyadaki medya okuryazarlığı etkinlikleri bilgisine yer veren bu çalışmanın araştırmacılara ışık tutması hedeflenmiştir. Daha sonra hakkında konu malzemesiyle ilgili bilgi bulunabilen Asya ülkeleri ele alınarak medya okuryazarlığı alanında ne düzeyde eğitim verdikleri, öğretmen eğitim sisteminin nasıl olduğu ile sivil ve devlet girişimlerinin bilgileri aktarılmıştır.

Çalışmanın son bölümünde Okyanusya’nın hem ekonomik hem de teknolojik olarak en gelişmiş ülkelerinden ve medya okuryazarlığı alanındaki çalışmaları ve uygulamalarıyla önde gelen bir ülke olan Yeni Zelanda’nın medya okuryazarlığı eğitimi, uygulama ve etkinlikleri ele alınarak Türkiye deki medya okuryazarlığı ile bir karşılaştırması yapılmıştır. Alanla ilgili az sayıda bulunan kaynak, yöntem ve konu sınırlılığını kendiliğinden belirlemiş, temel olarak Yeni Zelanda odaklı bir tarama, inceleme çalışması ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Eğitimi, Yeni Zelanda, RTÜK, MEB

## **ABSTRACT**

### **MEDIA LITERACY EDUCATION IN ASIA AND OCEANIA: COMPARISON OF TURKEY AND NEW ZEALAND**

Yavuz Selim Söylemez

Kocaeli University, Communication Faculty, 2012

Adviser: Assoc. Prof. Dr. Nurdan ÖNCEL TAŞKIRAN

Under the influence of rapidly changing technology and globalization, media ranks as a significant power in every area of social life and has had an important role in the formation of attitudes and value judgments of individuals. For this reason, the training of how to understand, select and evaluate media messages is considered very important for all communities all over the world.

In this study, first, all components of the concept of media literacy and its historical development, theories and problems are considered and investigated. Then some worldwide, such as UNESCO and EU, researches and activities in the field of media literacy has been investigated; but mainly Turkish media literacy practices and activities of Asian and Oceanian countries, majorly New Zealand has been studied and investigated.

In the part of Turkey, studies and applications prepared by various academic, civil and governmental organs have been discussed. Being very new in Turkey and considering media literacy education and the need of the academic interests, this study aims to be one of important sources for the researchers on the way. Media literacy education practices and activities such as education level, teacher education system with civil and public approaches in Asian countries have been investigated as much as the information accessible.

In the last part, New Zealand media literacy education, practices and activities, being one of the most technologically and economically advanced countries in Oceania, has been extensively examined and compared with Turkish media literacy.

**Keywords: Media Literacy Education in Turkey, New Zealand, RTUK, MEB**

## Kısaltmalar Listesi

- AMLA - The Alliance for a Media Literate America - Medya Okuryazarı Amerika Birliği
- ATOM - Australian Teachers of Media – Avustralyalı Medya Eğitimcileri
- BBC - *British Broadcasting Corporation* – *İngiliz Yayın Kurumu*
- BFI - British Film Institute – İngiliz Film Enstitüsü
- BSA - Broadcasting Standards Authority – Yayıncılık Ölçütleri Müdürlüğü
- CASE - Canadian Association for Screen Education – Kanada Ekran (TV) Eğitimi Derneği
- CIHP - Computers in Home - Evde Bilgisayar Projesi
- CML - Center of Media Literacy – Medya Okuryazarlığı Merkezi
- DGEAC - Education and Culture Directorate -General – Eğitim ve Kültür Genel Müdürlüğü
- DGINFSO - Information Society and Media Directorate-General – Bilgi Toplumu ve Medya Genel Müdürlüğü
- ECML - European Centre for Media Literacy – Avrupa Medya Okuryazarlığı Merkezi
- EMLR - European Media Literacy Online Review - Avrupa Medya Okuryazarlığı Çevrimiçi Dergisi
- GSCE - The General Certificate of Secondary Education – İkinci Kademe (Orta Öğretim) Eğitim Sertifikası
- ICT - Information and Communication Technology – Bilgi ve İletişim Teknolojileri
- ITO - Industry Training Organisations – Sanayi Eğitim Kuruluşları
- İLAD - İletişim Araştırmaları Derneği
- NAME - The National Association of Media Educators –Medya Eğitimcileri Ulusal Derneği
- NCAE - *National Certificate of Educational Achievement* –*Eğitim Başarısı Ulusal Sertifikası*
- NZQA - *New Zealand Qualifications Authority* – Yeni Zelanda Yeterlilik Müdürlüğü
- TÜİK - Türkiye İstatistik Kurumu
- UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Organizasyonu

## Tablolar Listesi

Tablo 1: Gazete /Dergilerin Yayın Bölgesine Göre Sayısı, 2009-2010.....	45
Tablo 2: Bilgisayar Ve İnternet Kullanımında Temel Göstergeler.....	47
Tablo 3: Medya Okuryazarlığı Dersi Seçilme Oranları 6. Sınıf Tablosu.....	61
Tablo 4: Medya Okuryazarlığı Dersi Seçilme Oranları 7. Sınıf Tablosu.....	61
Tablo 5: Medya Okuryazarlığı Dersi Seçilme Oranları 8. Sınıf Tablosu.....	61
Tablo 6: Medya Okuryazarlığı Dersini Seçen Okul Ve Öğrenci Sayısı Tablosu.....	62
Tablo 7: Medya Dersi Eğiticilerinin Medya Eğitimi Verdikleri Yıllar.....	93
Tablo 8: Medya Dersi Eğiticilerinin Medya Eğitimi Verdikleri Sınıflar.....	93
Tablo 9: Medya Dersleri Müfredatı Üzerine Katılımcı Fikirleri.....	94
Tablo 10: Türkiye ve Yeni Zelanda'da Medya Okuryazarlığı Profili Karşılaştırması.....	101

## Şekiller Listesi

Şekil 1: Rick Shepherd’ın Mükemmel Medya Okuryazarlığı Müfredat Modeli.....	21
Şekil 2: Sherly Crow ve “Sütün Var Mı?” Reklam Fotoğrafi .....	23
Şekil 3: Türk Televizyonlarında Kullanılan Akıllı İşaretler.....	57
Şekil 4: “Medya Okuryazarlığı Tuttu” Başlıklı Gazete Haberi.....	123

## GİRİŞ

Bu bölümde yapılan araştırmaya ilişkin çalışmanın amacı, önemi, problemi, sınırlılıklar, yöntem ve çalışmada adı geçen kavramların tanımlarına yer verilmiştir.

20. yüzyıl üzerine çalışan çok sayıda tarihçi ve düşünürü göre 19. yüzyıl büyük bir dönüşüm çağı olarak yorumlanmaktadır. Sanayi devriminin kent toplumunu doğurduğu bu çağlarda, yeni bir toplumsal sınıf olan emekçi kesiminin ortaya çıktığı görülmektedir. Ayrıca bilim ve sanat alanında son derece parlak ve önemli gelişmelerin yaşandığı bu dönemde, büyük atılımlar gerçekleşmiştir (Şaylan, 2002: 18).

20. yüzyıldan 21. yüzyıla aktarılan değerler arasında eğitimle ilişkileri açısından bakıldığında en önemlileri küreselleşme, çok dilli ve çok kültürlü olma, hayat boyu eğitim, çok kanallı eğitim, koşullandırma, öğretme yerine öğrenme, ekonomi, nüfus ve demokrasi kavramlarıdır. Bu kavramlar dışında 21. yüzyılda, bilgisayar ve iletişim alanındaki gelişmeler ve küreselleşme her alanda ülkelerin birbirlerine olan etkilerini gittikçe artırmıştır. Bu gelişmeler ülkemizi de sosyal, kültürel ve ekonomik bakımdan derinden etkilemeye başlamıştır. Bu etkileşimi sağlıklı bir şekilde yürütebilmek ancak eğitimle mümkündür (Oktay, 2004: 13).

19. yüzyıl içinde başlayıp 20. yüzyılda gelişen yeni teknolojiler olarak insan yaşamına giren telefon, radyo ve televizyondan sonra masaüstü bilgisayar ve diz üstü, netbook, ipad, iphone gibi bilgisayar türevleri olan araçlarla insanların, ülkelerin ve kıtalararası iletişimin ışık hızına ilerlediği görülmektedir. Bilgisayarın sağladığı bu yoğun iletişim olanakları, dünyanın herhangi bir köşesinde meydana gelen yerel bir olayın bile bazen bütün dünyanın meselesi haline gelmesine neden olmuştur (Oktay, 2004: 14). Marshal Mc Luhan'ın küresel köy tezi gittikçe daha somut bir hal almaktadır (McLuhan, 1960'dan aktaran; RTÜK, 2007 ) Örneğin 2011 yılında Japonya'da meydana gelen tsunami felaketi ve sebep olduğu nükleer facia dünyanın gündemine iletişim araçlarıyla dakika dakika taşınmıştır.

Bununla birlikte teknoloji, hayatımızın her alanında büyük kolaylıklar sağlarken, diğer yandan da bilinçsizce kullanılmasının zararları dünyanın her yerinde etkisini göstermeye başlamıştır. Daha önceki yıllarda başlayan bilimsel gelişmeler 20. yüzyılda artarak devam etmiş, bilimsel buluşların sonucu olarak ortaya çıkan teknoloji ürünleri insan hayatını büyük ölçüde etkiler hale gelmiştir. Teknoloji aracılığı ile bilgiye ulaşmak kolaylaşırken, bilgiye ilk sahip olan ve onu kullanılabilir

hale getiren, diğerlerine göre avantajlı konuma gelmiştir (Oktay, 2004: 15). Bu noktada teknolojinin insana sunduğu bu bilgi sağanağının toplum tarafından doğru alınmasını sağlayacak “medya okuryazarlığı” çevresindeki çalışmalardır. Böylece kitlelerin kendilerine sunulan bilgiyi doğru okumak/anlamak koşuluyla yanlış yönlendirilmelerin önüne geçebilmesi mümkün olacaktır. 21.yüzyılda okuryazarlık sadece yazılı metinlerin okunması olarak değil temel bilgisayar becerilerini de kapsamaktadır. Bu becerilerin kazanılmasıyla birlikte kişi içinde bulunduğu hayatın gerektirdiği teknolojik zorunluluklara ayak uydurabilecek ve internet aracılığı ile bilgiye daha kolay ulaşacaktır. Bu şekilde bilgi toplumu olma yolunda ilerleyen uluslar yeni bir eğitim sistemiyle eleştirel bakmayı öğrenen bireyler olarak ortaya çıkacaktır. Yirminci yüzyılın ortalarında başlayan, fakat özellikle son çeyreğinde yoğunlaşan ve hâlâ devam eden paradigmatik değişimler, eğitim sistemini değiştirmeye zorlamakta ve zorlamaya da devam edecek görünmektedir. Eğitimin amacına, öğrenmenin doğasına, bilimsel bilginin değerine, okulların yapı ve işleyişine ilişkin bu değişimlerin eğitimciler tarafından anlamlandırılarak eğitimin çağdaş bir yorumunun yapılması gerekmektedir. Çünkü Bilgi Toplumu’nda egemen olan “üretim paradigması” bilgi tabanını değiştirdiği gibi eğitilmiş insanın tanımını ve öğrenmeye-öğretmeye ilişkin anlayışları da etkilemiştir. (Özden, 2005: 16).

Son yıllarda dünyada çok hızlı bir değişimin olduğu, gerçekleştirilen yeniliklerin toplumsal, siyasal ve ekonomik alanda etkisini gösterdiği gözlemlenmektedir. Örneğin bilginin toplanması, işlenmesi, aktarılması, kullanılması ve yeni bilgi üretimine yönelik her alanda bilgi ve bilişim teknolojisinde değişimler yaşanmaktadır. Ayrıca, toplumsal yaşamımızdaki genel değişikliklerle doğru orantılı olarak eğitim anlayışında da bazı değişikliklerin yapılması zorunlu hale gelmektedir. Çünkü bilgi toplumuna ulaşmadaki bu zorlu süreçte bilgi tabanlı değişim hareketleri insanların eğitimden beklentilerini de farklılaştırarak değiştirmiştir. Geleneksel eğitim anlayışının yetersiz kaldığı günümüzde eğitim politikalarında ve amaçlarında, eğitim kurumlarının yapı ve işlevlerinde, eğitim programlarının içeriklerinde köklü yenilikler ve bir dizi dönüşümleri plânlamak bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır (Arslan ve Erarslan, 2003:1).

Bilgi toplumunun yükselen değerleri arasında hızlı teknoloji dönüşümü, hızlı değişme ve gelişme, insan kaynağına ilgi, bilgiye dayalı organizasyonlar, öğrenen örgütler, bilgi insanı ve sürekli öğrenmeyi alışkanlık hâline getirmesi gereken insan

modeli yer almaktadır. İşte bu model bilgiye ulaşma yolları içinde merkez güç kaynağı olarak var olan medyanın olumsuz etkilerini ortadan kaldırmak için bilinçli bireylere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda medya okuryazarlığı eğitiminin 21. yüzyıl öğrenmeleri içerisinde yer aldığı ve bilgi toplumuna bilinçli bireyler kazandırmada atılacak en önemli adımın medya okuryazarlığı eğitimi olduğu söylenebilir (Apak, 2010: 4).

### **Araştırmanın Amacı**

Bu çalışmanın amacı, alanyazın tarama yöntemiyle elde edilen veriler ışığında önce medya okuryazarlığı kavramını ele almak ve Türkiye, Asya ve Okyanusya ülkelerinde uygulanmakta olan medya okuryazarlığı programlarını inceleyerek alanda önemli bir yere sahip olan Yeni Zelanda'nın yaptığı çalışmaları Türkiye ile karşılaştırmaktır. Böylece Yeni Zelanda'nın Türkiye'ye örnek oluşturabilecek uygulamaları olup olmadığının belirlenmesi hedeflenmektedir.

Çalışmada Türkiye'de medya okuryazarlığı eğitimini tarihsel süreçleri içinde incelerken konu nesnesi Asya ve Okyanusya ülkeleri edinilebilen bilgiler çerçevesinde ele alınmış, detaylı inceleme evreni Türkiye ve Yeni Zelanda olarak plânlanmıştır.

Araştırmamız, Okyanusya'daki Yeni Zelanda örneği ile medya okuryazarlığının batı medeniyetinin aksine doğunun en güney köşesinde bulunan bir ülkede nasıl ilerlediği, bunu hangi yöntem ve uygulamalarla başardığı, batıya ait bir düşüncenin batıya çok uzak bir doğu ülkesinde nasıl uygulandığının bir araştırmasını hedeflemiştir. Bu şekilde Türkiye'nin bu alanda örnek alınabileceği uygulamalara dikkat çekilecektir.

### **Araştırmanın Önemi**

“Medya okuryazarı” medyada yeniden kurgulanan iletileri ayırt edebilmek ve algılayabilmek, onunla ilgili yorumlarda bulunabilmek için ayrı bir beceri, altyapı bilgisi ve eğitsel organizasyon gerektiren bir eğitim sürecinin sonucu medya yetkini sıfatını hak eden kişiyi betimleyen bir terim olarak tanımlanabilir (Taşkiran, 2007: 7). Bu tanımdan da anlaşıldığı üzere medya okuryazarlığı sadece medyayı öğrenmeyi değil onu yorumlamayı öğreten eğitsel bir süreçtir.

Medya okuryazarlığının amacı günlük yaşantımızda farklı şekillerde karşılaştığımız medya mesajlarına karşı farkındalığın artırılmasıdır. Medya



okuryazarlığı eğitimi vatandaşlara, medyanın inançlarını ve algılarını, popüler kültürü şekillendirişini ve kişisel seçimleri üzerindeki etkisini nasıl süzgeçten geçirdiğini fark etmelerine yardımcı olmalıdır. Toplum önce medya kullanım farkındalığına erişerek medya tarafından kullanılan değil medyayı kullanan olmalıdır. Eleştirel bir bakış açısı kazandırılarak kendisine sunulan dünyanın arkasındaki gerçekleri görebilmelidir. Bütün bu yetenekleri kazanabilmesi ve medya okuryazarı olabilmesi için eğitimsel bir organizasyon gerekmektedir.

Çalışmada medya okuryazarlığının ne olduğu değişik kaynaklarla açıklanırken dünyada, Asya'da, Türkiye'de ve Yeni Zelanda'da bu alanda yapılan çalışmalar sistematik bir düzen içerisinde ele alınmış ve ülkemizin medya okuryazarlığı alanındaki durum saptaması ortaya konulmuştur. Böylece bu alanda üzerinde fazla çalışma yapılmamış ülkelerle de ilgili kaynak eksikliğinin bir nebze kapatılması amacı güdülmüştür.

### **Problem**

Sanayileşme ve şehirleşme ile birlikte çeşitlenen ve daha karmaşık hale gelen eğitim, medyanın teknolojiyle ve küreselleşme sonucu artan gücü ile daha da karmaşık hale gelmektedir. Günlük hayatın önemli bir parçası haline gelen medya, eğitim sürecine dâhil olmakta, bireyin sosyalleşmesine etkisi günden güne artmaktadır (Erdoğan, 1998: 847). Artık medya ve eğitim araçlarının, sosyalleşme ve öğrenme süreçlerine, toplumun iletişim kültürüne olan etkileri konu edilmektedir (Vollbrecht, 2004'ten aktaran Apak, 2010 s.6). Küreselleşme ve teknolojik gelişmelerle birlikte dünyadaki bilgi dağılımının artmasına Türkiye'de de kayıtsız kalınmamıştır. İnternet kullanımında Avrupa'da 6. olan Türkiye'de bu kadar yoğun bilgi akışı karşısında başta gençler olmak üzere toplumun bu konudaki farkındalığı artırılmalıdır. Bu açıdan medya okuryazarlığı, gittikçe farkındalık yaratılması gereken bir konuma yükselmiştir. Bu doğrultuda medyanın birçok alana olduğu gibi eğitim ve öğretime de etkisi yadsınmaz. Özellikle çocuklar ve gençler üzerinde çok etkili olan medya, toplumun bilinçli bir şekilde kullanabilmesi için denetlenmesi gereken bir olgu haline gelmiştir. Medya okuryazarlığı bu anlamda yapılacak denetlemeyi insan odaklı bir şekilde yapabilecek temel kavramlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Medya ve eğitim arasındaki ilişkiyi olumlu yönde düzenleyebilmek için çocukların medyayı doğru okuma yeteneği kazanmaları ve kendi medya mesajlarını üretebilmeleri bilgi toplumu adına çok anlamlıdır.

Günümüzde çocukların medya ile olan ilişkileri tartışılmakta ve bunların pedagojik olarak desteklenmesi yönüne doğru gidilmektedir (Vollbrecht, 2004: 308-309; Apak, 2010: 6). Bu doğrultuda medya okuryazarlığı, çocuğa eleştirel düşünme becerisi kazandırabilen, medya metinlerini anlamasını ve yorumlamasını sağlayabilen önemli bir etken olmaktadır. Bu nedenle okullarda “medya aşinalığını” sağlayıcı bilgiler verilmelidir (Erdoğan, 1998: 874). Bu aşinalığı kazandırabilecek yegane ders medya okuryazarlığı dersi olarak karşımız çıkmaktadır.

Medyanın okullardaki yeri bağlamında medya-eğitim ilişkisi toplumu ciddi şekilde etkileyen bir konu olup medyanın kontrolü ve dengeli davranışları toplum üzerinde etkindir. Kontrolün amacı kanun, genel ahlâk, etik ve ortak değerler çerçevesinde kalmak isteği ve gayretidir. Bu doğrultuda medya çalışanlarına “pedagojik formasyon” kazandırılması çok önemlidir. Gani’nin de belirttiği gibi medyaya kayıtsız kalınmaması birey ve toplum için önemli olup bu konudaki çalışmalar desteklenmelidir (Gani, 1996’dan aktaran Apak, 2010: 6). Bu çalışmalar okul, aile ve medya çerçevesinde gerçekleştirilerek eğitimin geçerliliği sağlanmalıdır.

Araştırmanın temel problemi, TV, gazete, internet ve sosyal medya kullanımında dünyada ve Avrupa’da ilk sıralarda yer alan ülkemizde medya okuryazarlığı konusunda Avrupa ve diğer dünya ülkeleri arasında yaklaşık 80 yıllık bir aranın olması ve bu alandaki çalışma ve uygulamalara dair gerekli alt yapının yeterince sağlanıp sağlanmadığının sorgulanmasıdır. Yeterince alt yapı çalışması olmadan başlatılan bu uygulamalar da sonuçta hedeflenen konularda yeterli eğitimin sağlanmadığı bir sonucu getirecektir. Öğrencilere ve öğretmenlere yapılan anketlerden, kayıt dışı görüşmelerden anlaşılacağı gibi ilköğretim programlarının istenilen bir sınıfında (6-7-8), sadece bir kez alınmak üzere iki saat seçmeli olarak okutulmaya başlanılan medya okuryazarlığı dersi temelde birçok eksiklik taşımaktadır. Bu noktadan hareketle bu çalışmada alan yazın taranarak ortaya konan ölçütler doğrultusunda Türkiye’deki ve Okyanusya ülkelerinden Yeni Zelanda’daki medya okuryazarlığı eğitimi programlarının uygulama alanları ve müfredat programları detaylı olarak araştırılacaktır.

### **Sınırlılıklar**

Bu çalışmada, çalışma evreni olarak Türkiye, erişilebilen bilgiler kapsamında Asya ülkeleri ve Yeni Zelanda sınır olarak belirlenmiştir. Avrupa ülkeleri, Amerika

ve Kanada konuya ilişkin bilgiye erişim olanaklarının kolay ve bilgi yeterliliği bakımından zengin oluşları dolayısıyla konu kapsamı dışında tutulmuştur. Türkiye’de medya okuryazarlığı çalışmaları ise çalışma bitimine kadar olan tarihsel süreçte ele alınarak detaylandırılmıştır. Araştırma alanı Asya kıtası ülkeleri ve erişimi mümkün olan bilimsel, özel veya kamu araştırmaları, resmi site bilgileri temel alınarak detaylı Yeni Zelanda örneği ile sınırlandırılmıştır.

### **Yöntem**

Bu çalışmada betimleme modeline uygun olarak alan yazın tarama yöntemi kullanılmış ve öğrenci, öğretmen, müfredat gibi çeşitli yönlerden iki ülke karşılaştırılmıştır. Önce medya okuryazarlığı kavramı ele alınmıştır. Daha sonra medya okuryazarlığının başlangıcından itibaren tarihsel gelişimi UNESCO ve AB’nin çalışmaları doğrultusunda dünya ölçeğinde incelenmiştir. Türkiye’de yapılan çalışmalar da kronolojik olarak sıralanmıştır. Son olarak Yeni Zelanda çalışmaları, uygulama ve etkinlikleri betimleyici modelle ortaya konmuştur. AB raporlarında değinildiği gibi (Buckingham ve Domaille; 2001) Yeni Zelanda’nın medya okuryazarlığı alanında oldukça gelişmişliği örnek seçilmesinde en büyük etkidir.

Çalışmada medya okuryazarlığı alanında çevrimiçi kaynak sağlayan internet sitelerinden, değişik medya okuryazarlığı merkezlerinin yayınladığı raporlardan, medya okuryazarlığı konusunda çalışması yapılan ülke profillerinden, resmi makamların, üniversitelerin ve kuruluşların çalışmalarından, Yeni Zelanda hükümetlerinin ve üniversitelerinin konuyla ilgili makale ve dokümanlardan yararlanılmıştır.

### **Tanımlar**

Bu çalışmada kullanılan kavramların işlevsel tanımları şöyledir:

**Medya (Media):** Modern iletişim medyasının tümünü içerir: televizyon, sinema, video, radyo, fotoğrafçılık, reklamcılık, gazete ve dergiler, kaydedilmiş müzik, bilgisayar oyunları ve internet örnek olarak sayılabilir (Frau-Meigs, 2006: 1).

**İletişim (Communication):** İnsanlar arasındaki her türlü bilgi, duygu ve düşünce alış-verişi, bilginin ortaklaşa kullanılmasıdır (Işık, 2000: 31).

**Medya Eğitimi (Media Education):** Medya eğitimi okul dışındaki günlük yaşamımızda karşılaştığımız medya üzerine odaklanır – seyredip eğlendiğimiz TV programları, okuduğumuz dergiler, seyrettiğimiz filimler ve dinlediğimiz müzik örnek olarak sayılabilir (Frau-Meigs, 2006: 2).

Medya Okuryazarlığı (Media Literacy): Yazılı ve yazılı olmayan farklı formatlardaki (televizyon, video, sinema, reklamlar, internet vs.) iletilere erişim, onları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (İnceoğlu, 2007: 4).

Görsel- İşitsel Medya (Audio-visual Media): Göze ve kulağa aynı anda hitap eden, sesin eşlik ettiği birbiriyle ilişkili görüntüler dizisinin uygun bir malzeme üzerinde kaydedilmiş halidir. Örneğin; hareketli görüntüler, sesli slayt sunumları, radyo ve televizyon yayınları, fotoğraf ve grafikler, video oyunları, CD ROM ve multimedya vb. (İnceoğlu, 2007: 490).

Bilgi Okuryazarlığı (Information Literacy): Bilginin varlığından haberdar olmaktan başlayarak, kimliğini, nerede, nasıl, hangi formatta üretildiğini; ona nasıl erişileceğini; asıl önemlisi, onun nasıl kullanılacağını bilmeyi kapsar (Yurdadoğ, 2008: 22).

Sayısal Okuryazarlık (Digital Literacy): İnternetin sadece bilgi arama/edinme konusunda değil, alış-verişten, oy kullanmaya kadar bireylerin tüm eylemlerinde de kullanılabilmesi anlamını taşır (Yurdadoğ, 2008: 22).

Bilgisayar Okuryazarlığı (Computer Literacy): Bilgisayarı kullanma yeteneğidir. Bununla birlikte, bilgisayar okuryazarlığı çeşitli amaçlara ulaşmada bilgisayar ve programları denetleme yeteneği, çeşitli bilgisayar uygulamalarını kullanma yeteneği, bilgisayarın birey ve toplum üzerindeki ekonomik, psikolojik ve toplumsal etkilerini anlama yeteneği, bilgisayarı bilgiyi elde etmede, iletişim kurmada ve sorun çözümede kullanma yeteneği olarak da tanımlamak mümkündür (Akkoyunlu, 2007: 39).

### **Araştırmada Karşılaşılan Problemler**

Araştırma yapılırken karşılaşılan en büyük zorluklardan birincisi Türkçe olarak gerek dünyada yapılan çalışmaların gerekse Asya ve özelde de Yeni Zelanda'yı içeren bilgilerin Türkçe çevirilerinin bulunmayışıdır. Bu nedenle ulaşılan bütün yabancı kaynaklı bilgiler İngilizceden Türkçeye çevrilmiştir. Diğer önemli zorluk ise İngilizce de bazı ülkelerin medya okuryazarlığı alanındaki çalışmalarına ulaşamamasıdır. Buna en önemli örnek olarak Türki Cumhuriyetleridir. Bu ülkelerde medya okuryazarlığı alanında herhangi bir çalışma olduğu konusunda bilgi edinilememiştir. Bu ülkelerdeki üniversitelerin iletişim fakültelerine yazılan e-postalara da herhangi bir cevap alınamamıştır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### MEDYA KAVRAMI, MEDYA OKURYAZARLIĞININ GEREKLİLİĞİ VE MEDYA EĞİTİMİ

Medya 19. yüzyıldan itibaren toplumların hayatlarını, devletlerin siyasetlerini etkileyen bir konuma yükselmiştir. Medya toplumu etkilediği gibi aynı zamanda ondan etkilenmektedir. Medya toplumun eğlenme, haber alma, vakit geçirme, kamuoyu oluşturma ve iletişim gibi birçok ihtiyacına cevap vermektedir. Bu kadar yoğun bir şekilde toplumla etkileşim halinde bulunan bir alanın eğitim boyutunun ihmal edilmesi düşünülemez. Bu amaçla başta Kanada ve İngiltere gibi batılı ülkeler olmak üzere değişik ülkeler tüketicilerin medya konusunda eğitilmeleri ve etkin medya okuryazarları olabilmeleri için çeşitli çalışmalar yapmaktadırlar. Anlatılanlardan hareketle medya kavramı, medyanın işlevleri ve medya okuryazarlığının gerekliliği konularını incelemekte yarar vardır.

#### 1.1. Medya Kavramı

Medya (Media) Latince ortam, araç anlamına gelen “medium” sözcüğünün çoğul biçimidir. Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre medya iletişim ortamı, iletişim araçları anlamına gelmektedir.<sup>1</sup> Yaygın kullanımıyla medyayı kitle iletişim araçları (gazete, dergi, radyo, televizyon ve internet) olarak tanımlamak mümkündür.

İletişim bilimleri alanında izleyicinin medya metinleri ile yaşadığı olası sorunlar 1920’lerden beri hem ana akım iletişim paradigmasında hem de Frankfurt Okulu’na temellenerek gelişen eleştirel iletişim paradigmasında tartışılmıştır. Mutlu’ya göre ana akım iletişim paradigması, "toplumsal bilimci, işlevselci, nicel ölçümler ve sınanabilir hipotezlere öncelik veren bir paradigmanın yönlendirdiği kitle iletişim çalışmalarını betimleyen şemsiye terimdir" (Mutlu, 2004: 22). Ana akım iletişim paradigması içinde, önce "güçlü etkiler" (1920–1940), daha sonra "sınırlı etkiler" (1940–1970) ve nihayetinde de "yeniden güçlü etkiler" (1970’ten günümüze) dönemi adı altında medya metinlerinin izleyiciler üzerinde etkisi anlaşılmaya çalışılmıştır (Jensen, 2002: 139).

---

<sup>1</sup>[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.4fa229de4056b9.67718162](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.4fa229de4056b9.67718162) (Erişim Tarihi: 25.04.2012)

20. yüzyıl pek çok sosyal bilimci tarafından iletişim çağı olarak adlandırılmaktadır. Bunda kitle iletişim araçlarının pek çoğunun bu yüzyılda doğması ve olağanüstü yaygınlık kazanması önemli bir etkidir. Özellikle 80'li yıllarla birlikte kitle iletişim araçlarının en keskin sıçramalarını gerçekleştirdiği görülmektedir. Bu yıllar aynı zamanda kitle iletişim araçlarının da birbirleriyle yakınlığı, tekelleşerek aynı sahiplerin yörüngesinde işlediği ve şimdiye kadar olmadığı kadar bütünleştiği yıllar olmuştur. Tam da böyle bir ortamda, medya kavramı yavaş yavaş kitle iletişim araçları kavramının yerini almış ve gündelik dilde sıklıkla kullanılır olmuştur. Medya kelimesi ile tüm iletişim araçları ve ortamı kast edilmektedir. Çünkü bu ortam ve araçlar birbirini bütünlemekte ve adeta ayrılmaz bir görünüm sergilemektedir.

Taşkıran'ın da üzerinde durduğu gibi iletişim en az iki kişi arasında, simgelerin aktarımı ile gerçekleşen bir etkileşimdir (Taşkıran, 2007: 16). Medyanın önem kazanmasıyla artık iki kişi arasındaki iletişimden yani kitle iletişiminden söz etmek gerekir (Taşkıran, 2007: 16). Bu noktada kitle kavramını da açmak gerekmektedir. Erdoğan ve Alemdar'a göre kitle denildiğinde günümüzde sayısı belli olmayan insan çokluğu anlatılmak istenir. Kitle iletişiminde bu sayısı bilinmeyen izleyici, okuyucu ve kullanıcı anlamındadır. Kültür bazında ise, kültürü tüketenler, üretim için ihtiyacı üretenlerdir (Erdoğan ve Alemdar 2005'ten aktaran Taşkıran 2007: 16). Görüleceği üzere kitle, iletişim eyleminin hem hedefi hem üreticisidir.

İletişim araçlarının gelişmesi ve haberleşmedeki imkânlar sayesinde artık dünyanın her yerine anında ulaşmak, orada yaşanan bir gelişmeden anında haberdar olmak mümkündür. Özellikle internetin hayatımızda geniş bir yer kaplamasıyla yakınlar uzak, uzaklar da çok yakın hale gelmiştir. Kanadalı İletişim Bilimci Marshall McLuhan'ın yıllar önceki öngörüsü olan dünyanın küresel bir köye dönüşmesi günümüzde medya sayesinde canlı tecrübe edilir hale gelmiştir (RTÜK, 2007).

### **1.1.1 Medya: Kurgu ve Gerçeklik**

Medyanın sunduğu şeyler, gerçekliğin birebir bir yansıması değildir. Medyada gördüklerimiz ya da duyduklarımız, gerçekliğin sadece bir temsilidir. Medya, olayları aktaran bir aracı konumundadır ve bu aktarım sürecinde gerçeklik, medyanın üretimini etkileyen çeşitli faktörler nedeniyle değişikliğe uğrar, yeniden kurgulanır. Bu nedenle medya mesajları, gerçekliğin mesajı üretenin tercihleriyle

yeniden düzenlenmesi sonucu ortaya çıkan temsilleridir. “Temsil etme” Stuart Hall’un belirttiği gibi, “etkin bir seçme ve sunma, yapılandırma ve biçimlendirme işini ima ettiğinden” (Hall, 2005: 84), medya mesajları yapay oluşumlardır (Çetinkaya, 2008: 58). Bu noktadan hareketle medya beş temel anlayış üzerine inşa edildiği görülmektedir.

- Medya ürünleri kurgulanır.
- Medya mesajlarında kendi kuralları olan bir üst dil kullanılır.
- Farklı insanlar aynı mesajı farklı algılayabilirler.
- Medya, bakış açıları ve toplumsal değerlerle ilintilidir.
- Medya mesajları güç ya da kâr elde etmek için kullanılır.<sup>2</sup>

Medyaya hâkim olan bu anlayış ve kendisiyle beraber tüketici algısına yeni bir boyut getirir. İzleyici kendisine sunulan medya mesajlarını tüketirken bireyin kendisine sorması gereken beş temel soru ortaya çıkmaktadır.

- Bu mesaj kimin eseri?
- Dikkatim neyle nasıl çekiliyor?
- Diğer insanlar bu mesajı benden farklı nasıl algırlar?
- Bu mesajda ne tür hayat tarzı, değerler, bakış açıları bulunur?
- Bu mesaj ne için gönderildi? (Malik, 2008: 2).

### **1.1.2. Medya ve Toplum**

Medya ve toplum birbirinden ayrılamaz derecede bütünleşiktir. Bu sebeple her iki taraf da birbirini etkilemektedir. Toplumun hâkim kurumlarını kontrol edenlerin mesajın içeriğini ve değerlerini yayma konusunda orantısız bir etkiye sahip oldukları görülür. Dolayısıyla toplumun anlama kabiliyeti ve kavrama gücü, sosyal, entelektüel, ekonomik ve politik düşünceleri medya gücünden etkilenmektedir.<sup>3</sup>

Görüleceği üzere toplum medya mesajlarından doğrudan etkilenmektedir. Bu sebeple medya hâkimiyetini elinde bulunduran güç odaklarının toplumu istedikleri gibi yönlendirme tehlikesi her zaman bulunmaktadır.

---

<sup>2</sup> <http://www.kqed.org/education/digitalmedia/key-concepts.jsp>

<sup>3</sup> British Columbia Association for Media Education (BCAME).

[http://www.mediaawareness.ca/english/resources/educational/media\\_education/professional\\_associations/bc\\_prof\\_associations.cfm](http://www.mediaawareness.ca/english/resources/educational/media_education/professional_associations/bc_prof_associations.cfm) (Erişim Tarihi: 28.03.2012)

Len Masterman “Medya’yı Öğretmek” (Teaching the Media) isimli kitabında medya ve insan bağlamında çalışırken medyanın insan temelinde toplum üzerinde ne denli etkin olabileceğini maddeler halinde şöyle sıralar (Masterman, 1985: 2-13) :

*Medya doyumunu: Televizyon medyada doyumunu sağlayan tek araç değildir. Buna pop müzik, radyolar, gazeteler, dergiler, bilgisayar ve bilgisayar oyunlarını da ekleyecek olursak kitle iletişimi konusunda üzerimize gönderilen mesajların bir günlüğü geçmişte yaşamış yaşitlarımızın bir ayda aldığı mesajdan daha fazladır (Masterman, 1985: 2)*

*Medya etkisi: Medya bize “kitle psikolojisi” aşılır (Masterman, 1985: 3). Bize herhangi bir deterjanı ya da arabayı almaktan ziyade sadece almayı salık verir. Örneğin bir kanalda farklı şirketler tarafından üretilen iki benzer ürünün reklamlarının ardi ardına gösterilmesinden de anlaşılmaktadır ki televizyon kanalı için hangisini aldığımızın önemi yoktur. Vurgulanan şey sadece ürünlerden herhangi birini satın almanızdır.*

*Üretim ve bilgi yönetimi: Birçok hükümet ve işyerinin halkla ilişkiler birimi vardır (Masterman, 1985: 7). Bunların amacı kendileri hakkındaki “iyi şeyleri” halka ulaştırmaktır. Bunların birçoğu başarılı olur. Çünkü bize haber olarak sunulan birçok mesaj bu kurumların halkla ilişkiler bölümlerinde pişirilmiş ve servis edilmiştir.*

*Medya eğitimi ve demokrasi: Siyasi önderler medyanın gücünü keşfetmişlerdir (Masterman, 1985: 10). Medya sayesinde çok dürüst olmasalar da öyleymiş gibi ortaya çıkabilmektedirler. Türkiye’nin yakın siyasi tarihinde bu konuya en uygun örnek Cem Uzan’dır. 2002 genel seçimlerinde sahip olduğu medya gücünü kullanarak büyük bir propaganda kampanyası neticesinde seçimlerden % 7 civarında oy alabilmiştir.*

*Görsel iletişimin ve bilginin artan önemi: Yüzyıllar boyunca tüm toplumlar okuma ve yazma olgularına büyük önem atfetmiş ve okuryazarlara saygı duymuştur (Masterman, 1985: 12). Fakat bugünün dünyasında görsellik yazılı basından daha önemli bir hale gelmiştir.*

*Gelecek için eğitim: Yukarıda verilen bilgiler ışığında bakılacak olursa yarının dünyası artan bir seviyede kitle iletişim araçlarıyla yönetilecektir. Gelecek nesillerin kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkilerini öğrenmeye ve anlamaya ihtiyaçları vardır (Masterman, 1985: 12).*



*Bilgi gizliliği: Dünya ekonomisi hızlı bir bilgi ekonomisine dönüşmektedir. Bilgi sayesinde bir ürün alınabilir veya satılabilir. Bu durum yanında bazı olumsuzluklarda getirmektedir. Bu tehlike yeni “bilgi zengini sınıfı” ya da “bilgi fakiri sınıfı” ayrışmasıdır. Bilgi fakiri insanların yaşam kalitesi bilgi varlıklarının azlıklarıyla veya çokluklarıyla doğru orantılıdır (Masterman, 1985: 13).*

Öğretmenler öğrencilerin toplum hayatına hazırlanmasına yardım eder. Burada yardım etmenin altı çizilmelidir çünkü öğretmenler bu konuda yalnız değillerdir. Ebeveynler, diğer öğrenciler, toplumsal gruplar, ailenin diğer bireyleri, dini kurumlar ve medya öğrencilerin hayatlarında çok önemli yer tutarlar. Bu öğreticiler uyum içinde öğrenciye iletişim kurmayı, eleştirmeyi, hesap yapmayı, üretmeyi, ilgilenmeyi ve paylaşmayı öğretir. Bu geçmişte olduğu gibi günümüzde de yazılı basın ve güzel sanatlar tarafından desteklenmektedir. Fakat dünya değişmekte ve artık medya günümüzde çok daha önemli rol oynamaktadır. Öğrenciler artık daha fazla bilgi, yetenek, iletişim kabiliyeti, eleştirme, üretme gibi yukarıda daha öncede saymış olduğumuz olgulara ihtiyaç duyarlar.

## **1.2. Medyanın işlevleri**

Medya bireylerin en önemli haber alma aracıdır. Bireyler çevrelerinde ve dünyada neler olduğunu medya aracılığıyla öğrenirler. Medya aynı zamanda kamuoyu oluşturma işlevi de görür.

### **1.2.1 Yeni Nesil Meddahlar: Medya**

Dünya medya ile evlere getirilir. Medyadan savaşları, barışları, çevreyi, yeni bilimsel keşifleri öğreniriz. İnsanlar bir anlamda dünyada meydana gelen fiziksel, sosyal, ekonomik ve politik olayları öğrenmek için medyaya bağlıdır (Berger, 2004: 134). Bir başka deyişle bizim insanlar ve olaylar hakkında birinci elden edindiğimiz bilgilerin kaynağı medyadır. Ayrıca toplum medyadan eğlence için de yararlanır. TV ve filmler çağımızın meddahlarıdır denilebilir. Tüm bu hikâyelerle bazen kim olduğumuz, neye inandığımız ve ne olmak istediğimiz şekillenir.

RTÜK’ün Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabına göre medyanın toplumsal yaşamda oldukça önemli işlevleri bulunmaktadır. Gelişen teknoloji sosyal yaşamda medyanın etkinliğini arttırmakta ve insanların daha da fazla medyaya bağlanmasına neden olmaktadır. Bunlar;

*Haber ve Bilgi Verme: Medyanın en önemli işlevlerinden biri haber ve bilgi sunmasıdır. Modadan, sağlığa, siyasetten ekonomiye pek çok alana ilişkin bilgi kitle medya aracılığı ile geniş halk kesimlerine ulaşmaktadır. Sadece ulusal düzeyde değil, uluslar ötesi pek çok bilgi ve haber medyalar yoluyla bizlere ulaşmakta, depolanmakta, işlenmekte ve dağıtılmaktadır.*

*Toplumsallaştırma: Medya bireye içinde yaşadığı toplumla bütünleşme olanağı sağlayacak, toplumsal birleşmeyi ve kamusal yaşama etkin bir biçimde katılma için zorunlu olan bilinçlenmeyi kolaylaştıracak ortak bir bilgi ve düşünce formu oluşturmaktadır. Özellikle kamusal yayıncılığı benimseyen medya kuruluşları, toplumsal yapının gelişmesine ve bireylerin bu yapı içinde sosyalleşmelerine olanak sağlamaktadırlar.*

*Eğitim: Medyayla düşüncenin gelişmesine, kişiliğin oluşmasına, yaşamın bütün aşamalarında yetenek ve becerilerin elde edilmesine yardımcı olacak bilgiler iletilir. Özellikle gelişme çağındaki çocukların algı ve bilinç düzeyini yükselterek, onların eğitimlerinde yardımcı bir rol oynar.*

*Eğlendirme: Medyanın en önemli işlevlerinden biri de insanları eğlendirerek, onların rahatlamasını ve daha mutlu olmalarını sağlamaktır. Gündelik hayatın rutin işleyişi içinde yorulan sıkılan insanlar, ciddi haberlerden çok, eğlendirici haber ya da programlarla “vakit geçirmeyi” yeğlemektedirler ve en önemli eğlence kaynağı da şüphe yok ki medyadır. Özellikle televizyon günümüzde yaygın kullanımını da göz önünde bulundurursak, tam anlamıyla bir eğlence merkezi olduğunu ileri sürmek sanırız yanlış olmamaktadır.*

*Kültürel Değerlerin Korunması: Medyanın bir diğer önemli işlevi de kültürel değerlerin korunmasıdır. Medya doğru kullanıldığı takdirde geçmiş mirasın savunucusu ve kültürün geliştiricisi olarak rol oynayabilir. Toplumların belleği olarak işlev görebilen medya, estetik ve kültürel değerlerin yaşatılmasında da öncü rol oynayarak tarihsel ve sanatsal bir görev yüklenmektedir. İnsanlar resim, edebiyat, müzik, şiir, vs. gibi pek çok sanatsal faaliyeti, medya aracılığı ile öğrenirler ve yine medya aracılığıyla katılırlar.*

*Denetim/Eleştiri ve Kamuoyu Oluşturma: Medya kamusal bir görev ifa eder. Bu bağlamda özellikle de hükümeti, siyasi partileri, kamu kuruluşlarını, şirketleri, vs. kamu adına denetleme ve eleştirme yetkisini elinde bulundurur. Bu özelliği medyaya 4. güç olma vasfını vermiştir. Denetim ve eleştiri medyanın sorumluluğudur. Medya bu görevini yerine getirmese, görevini eksik yapmış olur.*

*Tanıtım: Medya devletlerin, şirketlerin, kurum, kuruluş hatta bireylerin en önemli tanıtım aracıdır. Tanıtım iletişim demektir, iletişim de günümüzde yaygın olarak medya aracılığıyla gerçekleştiği için medyanın tanıtımdaki rolü inkâr edilemez. Günümüz ekonomisi pazarlama üzerine kuruludur. Pazarlamanın en önemli aracı da medyadır (RTÜK, 2007).*

### **1.3 Medya Okuryazarlığının Gerekliliği**

Medya okuryazarlığı alanında yapılan çalışmaların amacı toplumun medya karşısında savunmasız kalmasını engellemeye yöneliktir. Toplum diziler, filmler, haberler ve reklamlar gibi medya ürünlerinin etkisi altında kalmaktadır. Bireylerin bu etkiler altındayken sağlıklı kararlar alabilmesi oldukça zorlaşır. Bu nedenle medya okuryazarlığı konusu 19. yüzyılın başından itibaren değişik ülkelerin gündemine girmiştir. Başta Avrupa Birliği ülkeleri olmak üzere hükümetler, toplumu medyaya karşı bilinçlendirmek için medya okuryazarlığı eğitiminin toplum için gerekliliğine inanmaktadırlar. İlk olarak 23 ve 24 Mart 2000 tarihindeki Lizbon Avrupa Konseyi'nde "daha üst düzeyde bir medya okuryazarlığının AB'nin daha kapsayıcı bir toplum olmasına ve özellikle de daha rekabetçi bir bilgi ekonomisi konusunda hedeflerine ulaşmasına önemli derecede katkı sağlayabileceği" Devlet ve Hükümet başkanlarınca kararlaştırılmıştır (EU, 2009).

#### **1.3.1. Okuryazarlık Kavramı: Tanımlar**

Bilginin kalıcı olmasına duyulan gereklilikle, paylaşılabilir ortak dilin yazılı hale gelmesi sağlanmıştır. Önceleri taşlara, zamanla kil tabletlere, deri, papirüs, kumaş, kâğıt, gazete, kitap, elektrik dalgaları, elektronik ortamlar, sayısal ortamlar vb. işlenebilir ve taşınabilir materyallere kaydedilen şifrelerin dili aslında hep çözülmek içindir (Türkoğlu, 2006: 276). Şifrelerin çözülmesi beraberinde bu eylemin de bir isminin olmasını beraberinde getirmiştir ki bu da okuryazarlıktır.

Okuryazarlığın geleneksel tanımı, yazılı basının medya olarak ortaya çıktığı ilk andan itibaren, söz konusu çıktının mesajlarını çözmeye, anlama ve onunla iletişim kurabilme olarak anlaşılmıştır. En genel ve geleneksel ifade ile okuma-yazma, alfabe aracılığıyla yazılı metinlerin okunması ve yazılması olarak tanımlanmaktadır (Longman, 2003). Bu tanımdan anlaşılacağı üzere okumanın gerçekleşebilmesi için yazılı bir metnin bulunması ve bu metnin görsel ya da fiziksel yolla girdiye dönüşmesi gerekmektedir (Alderson, 2000). Dolayısıyla Kurudayıoğlu'nun belirttiği gibi geleneksel olarak okuma-yazmadan bahsettiğimizde, harflerin üzerine yazılı olduğu bir materyale (metin), bu materyal üzerine harfleri işleyecek (yazar) ve bu harfleri çözümlenecek birine (okur) ihtiyaç vardır. Genel olarak okuma-yazma eylemini okur, metin ve yazar üçgeni içerisinde gerçekleşen bir süreç olarak algılamak mümkündür. Teknolojik gelişmelerin baş döndürücü hızda yaşandığı yeni bin yılda okur-yazar tanımı konusunda bir açılım yaşandığını belirten Gunther Kress (2003), yeniçağda Anglo-Sakson geleneğinin kavramsal bir ürünü olan “okuryazarlık” teriminin alan yazını işgal ettiğinden bahsetmektedir. Genel anlamda okuryazarlık “toplum tarafından anlam verilen iletişimsel simgelerin etkili bir biçimde kullanılabilirliği yeteneği” olarak tanımlanmaktadır (Kellner 2001; Kress 2003). Tüzel'e göre bu tanımda vurgulanan “toplum tarafından anlam verilen iletişimsel simge olma” özelliği, ileride değinileceği üzere okuryazarlığı motorize eden, yenileyen ve çağın ihtiyaçlarına cevap verir hale getiren özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Zira toplumun beklentileri ve değerleri her çağda farklı bir özellik göstermekte; çağın özelliklerine göre toplumsal kabul ve anlamlar değişmektedir. Dolayısıyla okuryazarlık bu manada çağın gerektirdiği bir beceri olarak kavramlaşmaktadır (Kurudayıoğlu ve Tüzel, 2010: 2).

Bahsedildiği gibi okuryazarlık artık çağın gerektirdiği bir beceri olmanın yanında farklı okuryazarlıklara da evrilmektedir. Bunların başında medyayı okuyup anlamaya yarayan okuryazarlık gelmektedir. Kitle iletişim araçları eliyle yaygın olarak dolaşıma giren görüntü, ses ve yazıların da içinde bulunduğu kodlama ve kod çözümlene süreçleri, hem uygulayıcılar hem de alıcılar için yeni donanımlar gerektirmektedir. Medyanın (kitle iletişim araçları) toplumsallaşma ile olan bağlantısı, medyanın kamusal eğitim içinde kullanılmasını getirmiş, medya ve eğitim ilişkisi çeşitli boyutlarda ele alınmıştır. “Medya Okuryazarlığı” ise, “medya ve eğitim” ilişkisiyle bağlantılı olmakla birlikte, ondan daha geniş bir kavramdır

(Türkoğlu, 2006: 277). Elektronik medya gün geçtikçe bu alanda yerini sağlamlaştırmaktadır. Bugünün dünyasında okuryazar olmak sadece yazıları okuyabilmek demek değildir. Baran'a göre okuryazar olmak;

- *Medyanın bütün yönlerini çözmek, anlamak, değerlendirebilmektir, Medya okuryazarlığı, yalnızca beceri kazanmaya değil, "eleştirel ve demokratik yurttaşlık" çerçevesinde günümüz toplumlarının yeni bir açığına vurgu yapmaktadır. Böylece, yalnızca pratik işlevsel ve araçsal bir gereksinimi değil, eleştirel aklın bir kez daha gerekliliğini gündeme getirmektedir. Toplumsal iletişimde medyadan olabildiğince gerçekçi bir yarar sağlamaya yönelik olarak geliştirilen "medya okuryazarlığı"; iletilere erişme, çözümlenme, değerlendirme ve iletileri iletişimde kullanabilme kapasitesini ifade etmek için kullanılan bir kavramdır,*
- *Okumak, değerlendirmek, yeni metinler ortaya çıkarmak, sesleri ve görüntüleri tahlil edebilmektir. Okuryazarlık, dijital okuryazarlık ve medya okuryazarlığı aslında yabancı olmadığı köklere dayanır; sözlü kültürden yazılı kültüre, tabiatın izlerine bakarak geleceğin okunmasından bilgi arkeolojisine, görsel verileri kaydeden antropolojiden, gündelik yaşamın metnini keşfetmeye çalışan kültür çalışmalarına, katılımcı sözlü tarih çalışmalarından katılımcı sanat çalışmalarına, vb. şifreleri anlama serüvenimiz devam etmektedir (Baran, 2004'ten aktaran Türkoğlu, 2006: 277).*

Diğer bir deyişle bireylerin medya okuryazarlığı kadar resim okuryazarlığı, sayısal okuryazarlık ve teknolojik okuryazarlıkları da geliştirilmelidir. Medya okuryazarlığı belli bir seviyeden sonra kişinin kendisine yakıştırabileceği bir özelliktir. Merkezi Kanada'da bulunan Medya Okuryazarlığı Derneği yöneticisi Neil Andersen'e göre medya eğitimi ise ömür boyu devam edecek bir süreçtir. Konuyu geleneksel okuryazarlık ile medya okuryazarlığı arasındaki yakın ilişkiye değinen Stuart Ewen yardımıyla açmak gerekir. Ewen'e göre toplumun, kendi yaşamlarıyla ilgili bilgiye ve uygun araçlarla kamusal müzakereye etkin olarak katılım gücüne sahip yurttaşlardan oluşması için, tarihsel olarak okuryazarlık ve demokrasi birbirinden ayrılmaz kavramlardır (Ewen, 2001'den aktaran Baran, 2004: 50). Bu iki kavramın tarih boyunca birbirini beslediği görülmektedir. Okuryazarlığı genel

anlamda aslında eğitim olduğu için en eğitimli ülkelerin en demokratik ülkeler olduğu görülmektedir.

‘Okuma’ ve ‘yazma’ becerilerinin her ikisine birden sahip olmayı ifade eden ‘okuryazarlık’ kavramı, teknolojik gelişmeler bağlamında ‘beceri’ tabanlı bir karaktere bürünmüş durumdadır. Özellikle ‘bilgi okuryazarlığı’, ‘kültür okuryazarlığı’, ‘bilim okuryazarlığı’, ‘kütüphane okuryazarlığı’, ‘internet okuryazarlığı’ ve ‘ağ okuryazarlığı’ kavramları belirli becerilere dayanan süreçler olarak anlaşılmaktadır. Öyle ki, Tallin Üniversitesi’nden İletişim Bilimleri bölümünden Sirje Virkus’a göre medya okuryazarlığı kavramının ele alınışına bakıldığında, Avrupa genelinde bir terminoloji karmaşası yaşanmaktadır. ‘Enformasyon okuryazarlığı’ (information literacy), ‘sayısal okuryazarlık’ (digital literacy), ‘bilgisayar okuryazarlığı’ (computer literacy), ‘enformasyon teknolojisi okuryazarlığı’ (information technology literacy), ‘elektronik okuryazarlık’ (electronic literacy), ‘elektronik enformasyon okuryazarlığı’ (electronic information literacy) gibi farklı becerilere göndermelerde bulunan kavramların medya okuryazarlığı yerine sık sık kullanıldığı görülmektedir (Pekman, 2006).

### **1.3.2. Medya Okuryazarlığı Kavramı ve Tanımlar**

Medya okuryazarlığı, bize her gün medya tarafından sunulan bilgilendirici, eğlendirici mesajları analiz etme ve süzme yeteneğidir. Medya okuryazarlığının tek bir tanımının olmadığı görülür. Özellikle 1990’lı yıllarla beraber tartışılır hale gelen medya okuryazarlığı kavramının eleştirel bir çözümleme sürecine gönderme yapması dışında üzerinde anlaşılacak bir tanıma yoktur. Burada değişik iletişim bilimcisi yazarların tanımlarına yer verilecektir. AB tanımlamasıyla “medya okuryazarlığı, eski ve yeni tüm medyada kolayca iletişim sağlayabilmenin yanı sıra gündelik hayatımızda bizi sarmalayan güçlü görüntü, söz ve seslere erişme, onları çözümleme ve değerlendirme yeteneğidir” (Avrupa Bilgi Toplumu, 2006). Tekrar okuryazarlığa değinilecek olursa Hepkon ve Aydın’a göre genel olarak okuryazarlık, yazılı sembollerini etkin ve yeterli bir şekilde anlama ve kullanma yeteneği olarak tanımlanır (Hepkon ve Aydın, 2006: 46). Baran’a göre yazılı olmayan medyanın gelişimi ile iletişimin her tür çeşidini etkin ve yeterli bir biçimde anlamak ve kullanmak yeteneği olarak genişletilen okuryazarlık kavramı, kitle iletişimi ile beraber medya okuryazarlığı olarak ele alınır (Baran 2004’ten aktaran Hepkon ve Aydın, 2006: 46).

Medya okuryazarlığı kavramının genel kabul gören bir tanımı olmaması farklı yaklaşımların ürünüdür. Bu yaklaşım çeşitliliğinin en önemli nedenlerinden biri akademisyenlerden, eğitmen ve eylemcilere geniş bir kesimin tartışmaya dâhil olmasıdır. Konuyla ilgili bu yaklaşım çeşitliliğini sınıflandırırken daha çok ABD merkezli olan ve medya okuryazarlığını bir eğitim sorunu olarak gören yaklaşım ve medya okuryazarlığını politik ve ideolojik bir tercih olarak gören yaklaşım şeklinde ikili bir ayrım yapmak mümkündür (Hepkon ve Aydın, 2006: 46). Yine Taşkiran'a göre "medya okuryazarı" medyada yeniden kurgulanan iletileri ayırt edebilmek ve algılayabilmek, onunla ilgili yorumlarda bulunabilmek için ayrı bir beceri, altyapı bilgisi ve eğitsel organizasyon gerektiren bir eğitim sürecinin sonucu medya yetkisi sıfatını hak eden kişiyi betimleyen bir terim olarak tanımlanabilir (Taşkiran, 2007: 7). Bu yetenek kişiye müzikten sinemaya; internetten diğer alanlara kadar eleştirel düşünme ve inceleme yeteneği kazandırır. Medya okuryazarlığı aynı zamanda neyin gerçek neyin sahte olduğunu buldurmaya yarayan uygun soruları sormaktır. Medya ürünlerinin arkasında ne olduğunu sorgulamak içsel bir durumdur ve motifler, para, değerler ve sahiplik gibi olguların içeriği nasıl etkilediği göz ardı edilmemesi gereken çok önemli bir gerçektir.

Medya eğitimi medya dünyasına sorgulayıcı bir yaklaşımı teşvik eder. Söz konusu mesaj kime yöneliktir? Zeki ve akıllı olmayan, kültür eksikliği olan kitleler medyadan ne almaktadırlar? (Işık, 2008: 16) Kim bu mesajın izleyicilere ulaşmasını istemektedir ve bunun amacı nedir? Olaylar kimin bakış açısından anlatılmaktadır? Bütün bu mesaj bombardımanı altında kimlerin sesi duyuluyor ve kimlerin sesi kaybolmaktadır. Bu mesaj bireylerin dikkatini çekmek için nasıl bir strateji izlemektedir? Birbiriyle etkileşimli, küreselleşerek küçük bir köy haline gelmiş olan dünyamızda medya okuryazarlığı doğru cevapları almaktan ziyade bunlar gibi doğru soruları sormak üzerine kuruludur.

Los Angeles merkezli Medya Okuryazarlığı Merkezi (Media Literacy Center) kurucusu ve başkanı Elizabeth Thoman medya okuryazarlığının üç adım halinde ilerletilmesi gerektiğini anlatır. Ona göre ilk adım kişinin medya tüketiminin farkına vararak televizyonla, filmlerle, bilgisayar oyunlarıyla ve çeşitli medya araçlarıyla geçirilen zamanı verimli kullanmak olarak alınabilir. İkinci adım kişinin eleştirel bakış açısı kazanma yeteneğinin geliştirilmesidir. Sahnede olan şeyi çözümleme ve sorgulama ve bunun oluşturulurken nelerin içine alınıp nelerin dışarıda bırakıldığını

görebilmektir. Eleştirel bakış açısıyla sorgulama dersleri bunun için oldukça iyi bir yöntemdir ya da etkileşimli grup faaliyetleri de en az yeni medya dili oluşturmak kadar önemlidir. Üçüncüsü sahnenin arkasını görmektir. Bize sunulan bu medya ürünlerini kim hangi amaçla sunmaktadır. Toplum bundan ne kazanır ne kaybeder? Bu kazanç-kayba kim karar verir. Sosyal, politik ve ekonomik analizlerin bu adımı bize medyanın toplum üzerinde ne anlam ifade ettiğini görmemiz açısından önemlidir ve küresel anlamda tüketimi nasıl yönlendirdiğini ortaya çıkarır. Bu sorgulama bazen medya tarafından engellenmeye çalışılabilmektedir; fakat bunun yanında halk tutumunu etkilemektedir ve halktan destek görebilmektedir (Thoman, 1990'dan aktaran Malik, 2008: 8). Çağdaş toplumda medya okuryazarlığı eğitimi medya tarafından destekleniyor görünmesine rağmen medya okuryazarlığı prensiplerinin ve pratiklerinin eksikliğini tişörtlerden internete, televizyonlardan reklam panolarına kadar her yerde görmekteyiz. Bu mesajlar olaylara eleştirel gözle bakmayan insanların zihinlerinde yer etmektedir.

### **1.3.3. Medyaya Eleştirel Bakış**

Medya okuryazarlığı aynı zamanda kitle iletişim araçlarına bilgi ışığında eleştirel bir bakıştır. Bu teknik inceleme, medya ürünlerinin oluşumunda ürüne müdahale eden teknolojileri ve kurumları incelemek olduğu gibi aynı zamanda medya mesajlarını analiz etme ve hedef kitlenin bu mesajlarda oynadığı rolü tespit etme girişimidir (Shepherd, 1993). Medya toplumu etkilediği gibi toplum da medyayı etkilemektedir.

Medya okuryazarlığı kavramının eleştirel medya okuryazarlığı kavramına evrilmesini tartışmadan önce medya sektörünün nasıl işlediği ve metin üretim pratiklerinin neler olduğu gibi sorulara cevap verilmelidir. Medya metinlerinin her şeyden önce meta değeri vardır, yani bu metinsel üretimler pazarda alınıp satılırlar. Medya metinleri kapitalist pazar ekonomisi sisteminde sermaye sahiplerinin artı değeri çoğaltmalarına ve kendi var oluşlarını, meşruiyetlerini yeniden üretmelerine, dolayısıyla toplumda bağımlı sınıfların verili doğallaştırılmış temsil pratikleri ile başat sınıfların başat anlatılarına rıza göstermelerine hizmet eder. Farklı aidiyet tasarımlarına sahip izleryici kitleler ve tüketiciler bu metinleri çeşitli şekillerde anlamlandırıp yorumlayabilirler. Ancak, medya metinlerinden anlamın üretilmesi sürecinde tüketicinin etkinliği söz konusu olsa da, bu medya metinlerinin



kurumsallaşmış pazar ilişkileri içerisinde üretildiği gerçeğini ortadan kaldırmaz. Üstelik medya sektörü, medya baronları olarak adlandırılan az sayıdaki sermaye sahibinin elinde tekelleşmekte, bu tekelleşme yapısı dikey, yatay ve çapraz tekelleşme şeklinde ortaya çıkmaktadır (Binark ve Berk, 2007: 39). Tekelleşme herhangi bir iş sektörünün tek bir girişimci tarafından yürütülmesi olarak açıklanabilir ve yine Yıldırım'a göre medya tekelleri, uluslararası iletişim tekelleriyle bütünleşme sürecindedirler (Yıldırım, 2003'ten aktaran Taşkiran, 2007: 49).

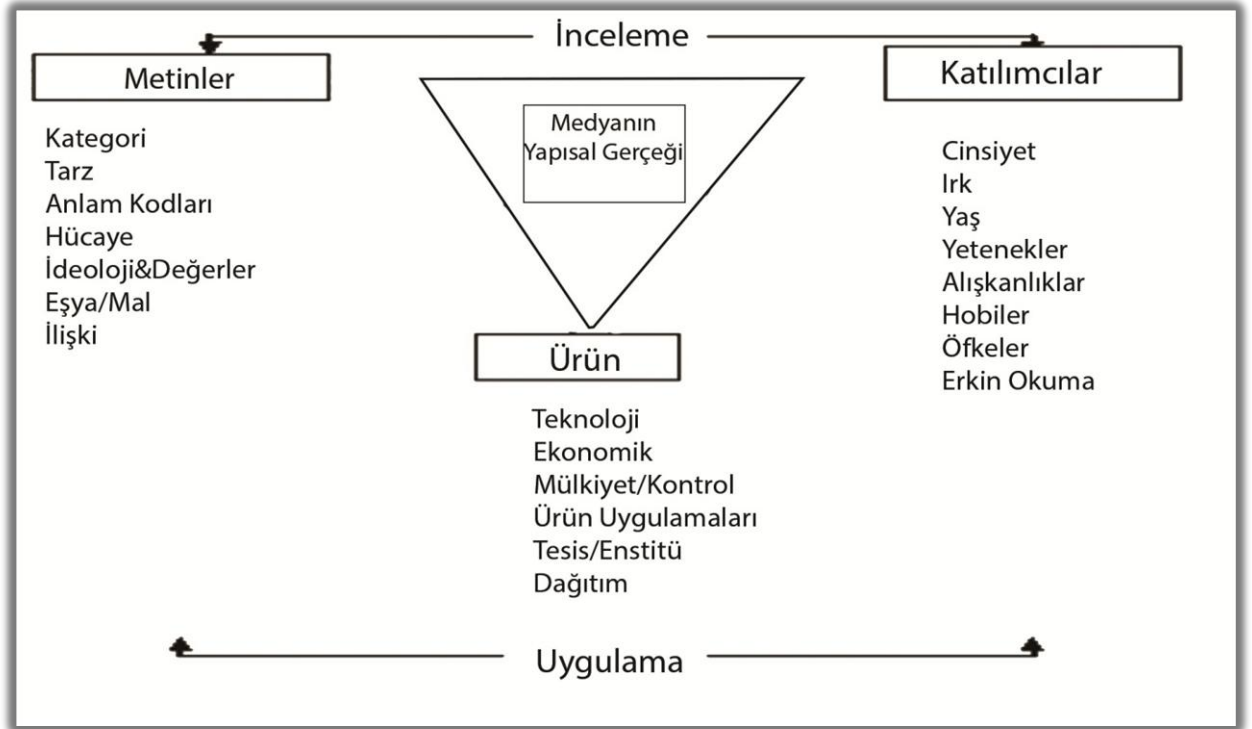
Taşkıran'a göre kartelleşme, tüzel kişilikleri farklı, ekonomik ve mali yönden birbirinden bağımsız olan, fakat aynı sektörde mal ve hizmet üreten anlaşarak ve sözleşerek kendi aralarında rekabeti tamamen ortadan kaldırmaları ve piyasaya hâkim olmalarını ifade eder. İki ya da daha fazla firma arasında gerçekleşebilecek olan anlaşmanın konusu çok geniş olabilir. Firmalar ortak fiyat politikası uygulamak, üretim miktarını sınırlamak, pazarı paylaşmak vs.konuları üzerinde anlaşabilirler (Taşkiran 2007: 49). Dolayısıyla bu çeşit birleşimler ve anlaşmalar sonucu arz edilen ürün tek bir elden çıkacağı için üreticiler ürün üzerinde her türlü tasarrufu yapabilmektedirler.

Medya sektörü meta üretiminin olduğu bir hizmet üretimi alanı ise, bu sektörde çalışanlarda belli meslek pratikleri çerçevesinde hareket eden medya profesyonelleridir. Medya profesyonellerinin çalışma pratiklerini belirleyen dinamiklerin başında sermaye sahibinin çıkarları, kurumun politikası ve hâkim temsil pratikleri ile değer yargılarının yeniden üretimi gelir. Medya profesyonelleri, başat ve doğal kabul edilen bu temsil pratikleri içinde çalışırlar. Bu tarzda üretimin gerçekleştiği medyaya bu nedenle ana akım ya da ana damar medya denilir (Binark ve Berk, 2007: 41). Örneğin, Türkiye'deki kadınların namusunun korunması ve namus nedeni ile "töre"ye kurban edilmesi ana akım medyada sıkça yer alır. Bunun sebebi olarak son yıllarda artan toplumsal projelerin de etkisiyle bu olayların haber yapılmasında cinsiyet rejiminin pek sorgulanmaması gösterilebilir.

Öğretmenler medya eleştirisi eğitimi sırasında ciddi bir yapı kurmak zorundadır. Medya alanının geniş ve açık uçlu olduğu göz önüne alınacak olursa -ki bu yayılım geleneksel medya araçları olan gazetelerden dergilere, televizyondan filmlere, moda akımından oyuncaklara kadar uzanır- öğreticinin karşı karşıya kaldığı durum daha iyi görülebilir (Baldini, 2000: 101). Bu alanda fark oluşturmak isteyen kişi, konuyla bağlantılı alanlara ve karmaşık tartışma konularını karşılayacak açık bir

çerçeve ve sınır belirlemek durumundadır. İlköğretim öğretmenleri için bu ihtiyaç orta veya lise öğretmenlerinden daha fazladır; çünkü bu dönem çocuklarında her şey çocukların hoşuna gidip gitmemesiyle doğrudan ilgilidir (Cavalier, 2004). Örneğin Simpson ailesinin, ya da revaçtaki herhangi bir çizgi filmin etkisinde olan çocuklara tam da bu anlarda bu ürünlerle ilgi kurarak öğretilen şey onlarda kalıcı bir etki ortaya çıkaracaktır. Bu çeşit yapısal çalışmalar son birkaç yıldır medya eğitiminin dünya çapında önem kazanmasıyla daha fazla geliştirilmiştir ve bunlar bir gerçeği ortaya çıkarmıştır: Yapısal olarak belirli bir çerçeveden ziyade herhangi bir çerçeve sahibi olmak. Burada bir örnek çalışma çerçevesinin incelenmesi faydalı olacaktır. Bu çerçeve Kuzey York'ta "Medya Okuryazarlığı Müfredat Programı" temelli olup İskoçya Film Konseyi'nden Eddie Deck tarafından çizilmiştir (Shepherd, 1992).

Bu modelin merkez noktası bütün iletişim, söylev olgularını yeniden anlamlandırılmasıdır. Bu yapı, medyayı yeniden tanımlarken öğrencilerin sorularına cevap verilmesi anlamında onları doğru yönlendirebilir. Bu üç geniş alan metin izleyici ve üründür. Söz konusu şekil aşağıda şu şekilde gösterilmiştir.



Şekiller Listesi 1: Rick Shepherd'ın Mükemmel Medya Okuryazarlığı Müfredat Modeli<sup>4</sup>

<sup>4</sup>Özlem Apak, *Türkiye, Finlandiya ve İrlanda İlköğretim Programlarının Medya Okuryazarlığı Eğitimi Açısından İncelenmesi*, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli, 2008: 28.

İnsanlar çoğu zaman “metin” derken bununla yazılı kelimeleri kast ederler. Medya okuryazarlığında ise bu tamamen farklı anlamlara gelir. Örneğin üzerinde çalışmak isteyeceğimiz bir metin, TV programı, kitap, poster, revaçta bir şarkı veya son moda akımı olabilir. Öğrencilerle bunun ne çeşit bir metin olduğunu ve diğer metinlerden hangi yönleriyle ayrıldığı sorgulanabilir. Medya okuryazarlığında “metin” demek duyulan ve görülen her şeydir. Bunlar yazılı ve sözlü kelimeler olduğu gibi resimler, grafikler, hareketli görüntüler, sesler de olabilir. Bazen bu “metin” için “hikâye” ya da “açık metin” de denilmektedir. Çoğu kişi için ise medya metni aynıdır.

“Alt metin” bir çeşit medya tanımıdır. Bazen bu “gizli metin” olarak da adlandırılır. Bu bizim zihnimize yarattığımız anlamdır. Medya üreticileri (genellikle de reklamcılar) sıklıkla kişilerin kendi hayat tecrübelerine, bilgilerine, fikirlerine, tutum ve değerlerine dayalı anlamlar çıkarabilecekleri alt metinleri kullanırlar. Bu yüzden medya alt metni kişilerin duyup gördüklerine bağlı olarak farklı anlamlara gelebilir. Alt metin okuması için örnek bir çalışma yapılması faydalı olacaktır.

Örnek:

Sherly Crow ve “Sütün var mı?” reklamına bakalım.

Görünen medya mesajının “metni”:

- Sherly Crow arkasında açık bir kapının, lambanın ve bir yatağın bulunduğu odada bir elinde gitar kutusu diğer elinde ise süt bardağı tutarken görülmektedir.
- Buradaki slogan “got milk?” (sütün var mı?) ve “rock hard” (hızlı salla)dır.
- Kısa paragraf: “Kitleleri ayakta tutabilmek için vücudumu sütle formda tutmalıyım. Araştırmalar göstermiştir ki sütün içerisindeki mineraller kilo kaybetmede önemli rol oynarlar. Eğer sen de formda kalmak veya kilo kaybetmek istiyorsan 24 saatte bir 24 gram az yağlı ya da yağsız sütü günlük öğününe ekle. Daha fazlası için [2424milk.com](http://2424milk.com) adresini takip et. Bu seni daha iyi hissettirecek bir değişiklik olacaktır.
- Diğer slogan: “Süt. Senin diyetin. Kilo ver. 24 saatte 24 gram.”
- Sherly Crow’un “Wildflower” albümü.



Şekil 2: Sherly Crow ve “Sütün Var Mı?” Reklam Fotoğrafi <sup>5</sup>

<sup>5</sup><http://www.flickr.com/photos/50576036@N00/3203441820/lightbox/> (Erişim tarihi: 03.03.2012)

Şimdi de muhtemel alt metinlere bakalım:

- Sherly Crow süt içer.
- Sheryl Crow ancak süt içerse iyi performans sergileyebilir.
- Sherly Crow albümünü satmak istiyor.
- Süt konserleri mükemmel hale getirir.
- Eğer süt içersen kilo kaybedersin.
- Güzel insanlar süt içer.
- Eğer süt içersen sen de güzel ve ünlü olursun.
- Sheryl Crow ucuz otellerde kalır.
- Rock yıldızları yırtık pantolonlar sever.

Medya metinlerini alan kişi - bir filmi izlemek ya da tiyatroya gitmek olabilir- bu kitlenin bir parçasıdır. Çocuklar için metnin anlaşılması önemlidir. Metinler genelde yeni hedef kitle ortaya çıkarmak için de kullanılabilir. Ürün medya metni olan her şeydir. Teknoloji, mülkiyet ve ekonomi ürünün ortaya çıkış sürecinde etkilidir. Öğrenciler sıklıkla ayrıntılarla ve ürünün hileleriyle şaşırtılırlar. Öğretmenin odaklanması gereken şey ürünün diğer değişik yönleriyle ve diğer iki geniş alanla arasındaki ilişkilere dir. Örneğin hikâyenin içeriğiyle ticari kaygı arasındaki ilişki nasıldır? Mülkiyet değerleri nasıldır? Teknoloji bizim ne göreceğimize nasıl karar verir? Medya ürünlerinin maliyeti nedir?

Cavalier bir medya ürünü tartışıldığı zaman ürünün metin- izleyici / dinleyici – ürün yönleri birlikte ele alınması gerektiğini savunur. Öğretici bunlar üzerinde çalışma yaptığı zaman görecektir ki bu üçü birbiriyle sarmalanmıştır (Cavalier, 2004).

#### **1.4. Medya Eğitimi**

Kanada'da medya üzerine konferanslar ve dersler veren Chris Worsnop medya eğitimcilerinin medya eğitimi, medya dersleri ve medya okuryazarlığı terimlerini neredeyse birbirinin yerine kullanmakta olduklarını söylemektedir (Worsnop, 1994). Ona göre ise medya eğitimi en geniş kapsamlı tanıma sahip olanıdır ve medya temelli ders verilen sınıflarda ders İngilizce, tarih coğrafya hatta fen bile olsa kullanılabilir. Bu dersler arasında bazılarının medya ile oldukça içli dışlı oldukları görülecektir. Öğrenciler neredeyse bütün dersler için gerekli olabilecek bazı anahtar kavramlar öğrenirler. Medya eğitiminin anahtar kavramları şöyle sıralanabilir:

Amaç: Medya mesajları ve ürünleri insanları bilgilendirmek, eğlendirmek, siyasi ve ticari konularda kazanım elde etmek ve eğitmek gibi amaçlarla oluşturulur.

Değerler: Medya mesajlarıyla açık ve kapalı değerler iletilir.

Temsil: Medya mesajları gerçek dünya ve hayal dünyasının ürünleridir.

Kodlar ve Karakteristik: Her yöntem mesajlarını iletirken ve anlatırken kendine özgü kodunu kullanır.

Ürün: Medyayı daha iyi anlayabilen insanlar tarafından daha iyi medya mesajları üretilebilir.

Yorum: İzleyici ve dinleyici kendi tecrübesi, bilgisi ve değerleri penceresinden bu mesajları yorumlar ve ona göre duygusal cevaplar verir.

Medyanın İzleyici ve Dinleyici Üzerindeki Etkisi: İnsanların tutumları, davranışları ve değerleri medyadan etkilenebilir.

İzleyici ve Dinleyicinin Medya Üzerindeki Etkisi: Medya kurumları ve üretilen mesajlar da toplumdan etkilenebilir.<sup>6</sup>

#### **1.4.1. Dersler**

Medya dersi tanımı okullarda öğretmenler tarafından organize edilmiş özel dersler söz konusu olduğunda da kullanılabilir. Medya etkinliği medya eğitiminin ve medya derslerinin beklenen sonucudur. Medya hakkındaki bilgilerimiz arttıkça medya okuryazarlığımız/yetkinliğimiz de artar. Yine Chris Worsnop'a göre Medya okuryazarlığı deneyimleme, tercüme etme, çözümlenme ve yeni medya ürünleri üretme yeteneğidir (Worsnop, 1994'ten aktaran Malik, 2008: 9).

Medya okuryazarlığı dersleri; iletişime giriş (iletişim, iletişimin süreci ve öğeleri, iletişim türleri), kitle iletişimi (kitle iletişimi, kitle iletişim araçları, iletişim ve kitle iletişim arasındaki ilişki), medya (medya, medyanın başlıca işlevleri, medyanın ekonomik boyutu, medya ve etik, medya okuryazarlığı kavramı, amacı ve önemi), televizyon (etkili bir kitle iletişim aracı olarak televizyon, Türkiye'de televizyon yayıncılığı, televizyon program türleri), aile, çocuk ve televizyon (televizyon izleme alışkanlıkları, televizyonun olumsuz etkileri, televizyon program analizleri, uyarıcı simgeler), radyo (bir kitle iletişim aracı olarak radyo, radyonun olumsuz etkileri, radyo program türleri, radyo program analizleri), gazete ve dergi

---

<sup>6</sup> British Columbia Association for Media Education (BCAME).  
[http://www.mediaawareness.ca/english/resources/educational/media\\_education/professional\\_associations/bc\\_prof\\_associations.cfm](http://www.mediaawareness.ca/english/resources/educational/media_education/professional_associations/bc_prof_associations.cfm) (Erişim Tarihi: 28.03.2012)

(gazete ile ilgili temel kavramlar, gazetede haber ve fotoğrafın önemi ve karşılaştırılması, gazete hazırlama uygulaması, dergi türleri ve işlevleri), internet (internetin özellikleri ve işlevleri, internet kullanımında dikkat edilmesi gereken hususlar) konu başlıklarından oluşmalıdır.<sup>7</sup>

British Columbia Medya Okuryazarlığı Derneği (BCAME; British Columbia Association for Media Literacy) başkanı Dan Blake'nin kuruluşun resmi internet sitesinde belirttiğine göre de medya okuryazarlığının toplumlar tarafından önemsenmesinin beş önemli nedeni vardır. Bunlar;

- 1) Medyanın hayatın bütün alanlarını etkilediği bir çağdayız.
- 2) Medya okuryazarlığı eleştirel düşünmeyi gerektirir
- 3) Medya okuryazarı olmak eğitilmiş bir insan olmak demektir.
- 4) Medya okuryazarlığı medya temelli sisteme etkin katılımı sağlar.
- 5) Medya iletişimi bize iletişim teknolojilerini anlamamıza yardım eder.<sup>8</sup>

Berger'e göre medya okuryazarlığı birçok bilginin birbirine geçmiş bir halde yoğun olarak öğrencilere sunulduğu bir eğitim değildir. Gerçek medya okuryazarlığı faaliyeti eleştirel düşünme yeteneğini, estetiği, mesajların gerçek değerini anlamayı, medya araçlarının siyasi ve sosyal anlamlarını kolaylıkla bütünleştirerek anlamayı amaç edinir (Berger, 2004: 134). Medya eğitiminde coğrafya, küresel eğitim, bilim ve dil gibi birçok faaliyet alanıyla bütünleşik çalışılır. Medya eğitiminin bu geniş alanını düşündüğümüz zaman medya kullanım tekniklerinden, çeşitli medya olgularının taşıdığı gizli anlamları çözmeyi, medya ve medya etkisi üzerine eleştirel düşünmeye kadar medyanın tek bir yaklaşımla anlaşılacak ve çözümlenemeyecek kadar geniş bir alana sahip olduğu ortaya çıkmaktadır.

Medya okuryazarlığı her ne kadar önce yazılı basın, görsel basın çizgisini takip etmişse de artık zaman hızla değişerek toplumun karşısına internet ve sayısal yayıncılık gibi yeni olgular çıkarmıştır. Bu sebeple özellikle gelişen teknolojiyle birlikte sayısal araçların ve yayınların gelişmesi medya okuryazarlığı derslerinin kendini durmaksızın yenilemesini ve çağa ayak uydurmasını gerektirmektedir.

---

<sup>7</sup> [http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/rtukten\\_velilere\\_cagri\\_10\\_eylul.pdf](http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/rtukten_velilere_cagri_10_eylul.pdf) (Erişim tarihi: 11.03.2012)

<sup>8</sup> [http://www.media-awareness.ca/english/resources/educational/media\\_education/](http://www.media-awareness.ca/english/resources/educational/media_education/) (Erişim Tarihi: 03.05.2012)

### 1.4.2. Öğretmenler

Medya okuryazarlığında öğretmenler çok önemli bir yer tutmaktadır. Öncelikle bu alanda eğitim almış kişilerin ve dersi verecek öğretmenlerin medyanın çözümlemesini yaparak görüş bildirebilmesi için medyaya yakın olması gerekmektedir. Dünyada bu alanda eğitimcilerin yetiştirilmesi için genellikle üniversiteler bu alana yönelik bölümler açtığı gibi iletişim fakülteleri öğrencilerinin bu alanda istihdam edilmesi yoluna gitmektedirler. Ayrıca eğitim fakülteleri çeşitli uzmanlarla ve kuruluşlarla işbirliğine giderek bu alandaki eksikliği kapatmaktadırlar. Ülkemizde bu alanla doğrudan ilgili bir fakülte bulunmamaktadır. Genellikle sosyal bilgiler öğretmenliği bölümlerinde eğitim görmüş öğrenci ve öğretmenlere medya okuryazarlığı alanında verilen bir aylık kısa eğitimle bu dersin işlenmesi yoluna gidilmektedir. Bu sebeple ülkemizde hâlâ bu dersi iletişim fakülteleri öğrencilerinin vermesi yönünde güncel bir tartışma devam etmektedir. Bu tartışma özellikle medya gibi güncel bir alanın bu alanda eğitim almış kişilerce verilmesi hedeflenen amaca bir adım daha yaklaştıran bir basamak olarak görülmektedir.



## İKİNCİ BÖLÜM

### MEDYA OKURYAZARLIĞINA GENEL BAKIŞ: DÜNYA VE AVRUPA BİRLİĞİ (1920-2014)

Eğitimin temel amaçlarından biri de demokratik bir toplum için sorumlu vatandaşlar yetiştirmektir. Sorumlu vatandaşlık ise oy kullanmaktan çok daha fazlasını, bilinçli kararlar verebilmeyi ifade eder. Medya okuryazarlığı modern toplumun karşı karşıya kaldığı karmaşık sorunların anlaşılması için gerekli olan eleştirel düşünme becerilerini geliştirir. Bu anlamda medya okuryazarlığının ilk çıktığı andan günümüze kadar geçirdiği serüvenin ele alınmasında fayda vardır.

Taşkıran'a göre medya okuryazarlığı ilk olarak İngiltere, Avustralya, Güney Afrika, Kanada ve Amerika'da gelişmiş ve Hollanda, İtalya, Yunanistan, Avusturya, İsviçre gibi ülkeler tarafından da artan bir ilgiyle izlenmiştir. Medya okuryazarlığı aslında medyanın kötü etkisi altında kalmış insanları korumak için eğitsel bir araç olarak kurulmuştur (Taşkıran, 2007: 92). Dünyada medya okuryazarlığı çalışmalarının genel olarak Avrupa ve Amerika temelli olduğu görülür. Bunun yanında Avrupa'da medya okuryazarlığı bağlamında medya eğitiminin bölgelere göre değiştiği önemli bir gerçektir.

Medya eğitimi, 1920'li yıllarda Avrupa ve Amerika Birleşik Devletlerinde kitle iletişim araçlarının bir eğitim materyali olarak kullanılabilmesiyle düşüncesi ile ortaya atılmış, 1930'lu yıllarda medyanın yönlendirmeci doğasına karşı, medya karşıtı bir eğitim haline dönüşmüştür (Toker, 2010; İnceoğlu, 2007).

1920'li yıllarda İngiltere'de de medya okuryazarlığı seferberliği başlatılmış ve medyanın kötü etkisi altında kalmış insanları korumak için medya okuryazarlığı eğitsel bir araç olarak kurulmuştur. Bu aşılama paradigmayı ilk kullanan ülke 1930'larda Büyük Britanya'dır. Bu değişiklik insanları popüler kültürün zarar vereninin önde gideni olduğuna inandırmaya çalışmaktan çok, popüler kültür dâhilinde çalışmayı önemseyen bir değişikliktir ve popüler sanat paradigması olarak bilinir (Taşkıran, 2007: 91). Çalışmanın bu bölümünden itibaren dünyada medya okuryazarlığı alanında yapılan çalışmalar UNESCO ve Avrupa Birliği başlıkları altında incelenecektir.

#### 2.1. UNESCO ve Medya Okuryazarlığı Çalışmaları

Medya okuryazarlığı ile öğrencilerin üslubu anlamdan, görüntüyü konudan, politikayı kişilikten ve abartılı anlatımı da gerçekten ayırt etme becerisini

kazandıklarına daha önce değinilmişti. Bu gerçeği fark eden UNESCO 1980’li yıllarda şu cümlelerle tüm dünya uluslarının konuya ilgisini çekmeye çalışmıştır:

*“Medyanın kuşku götürmez gücüne karşı çıkmaktan ya da desteklemekten çok, yerleşmiş bir gerçek olarak tüm dünyada önemli etkilere sahip olduğu ve yaygınlaştığını kabul etmeli ve de günümüz dünya kültürünün bir parçası olarak önemini anlamamız gerekmektedir. Ne iletişim ve medyanın gelişme sürecindeki rolü ne de medyanın vatandaşların topluma etkin katılımının araçları olarak işlevi küçümsenemez. Politik ve eğitim sistemlerinin vatandaşların iletişim olgusuna yönelik eleştirel bir anlayış geliştirmeleri konusundaki yükümlülüklerinin farkına varmaları gerekmektedir.” (UNESCO, 1982’den aktaran, Altun 2009: 2).*

UNESCO 1970’lerin sonlarına doğru medyanın artan toplumsal hâkimiyetini ve medya okuryazarlığı çabalarının önemini dikkate almıştır.

1982 yılında Almanya’da yapılan “Grunwald Medya Eğitimi Bildirisi” UNESCO’nun medya eğitimi konusunda yaptığı en önemli vurgu olmuştur (Binark ve Berk, 2007). Bu bildiri UNESCO’nun medya okuryazarlığı konusunda yaptığı en önemli vurgulamalardan biri olmakla beraber medya okuryazarlığı alanyazınında öne çıkan dokümanlardan biridir. UNESCO medyanın toplum üzerinde gittikçe artan etkisi ve insanların medya karşısında geçirdikleri sürenin de giderek artması gibi sebeplerden ötürü böyle bir bildiri hazırlama ihtiyacı hissetmiştir. Politika ve eğitim alanındaki karar vericilere vatandaşların iletişim olgusuna yönelik eleştirel bir anlayış geliştirmeleri konusundaki yükümlülüklerini hatırlatan UNESCO, bu konuda eğitim sistemlerinin hiçbir şey yapmadığını ifade etmiştir. Gençleri güçlü görüntüler, sözcükler ve seslerin dünyasında yaşamaya hazırlama konusunda okul ve aileye önemli sorumluluklar yüklemiştir. Dinleyiciler, izleyiciler ve okuyucular arasında eleştirel farkındalığın daha fazla geliştirilmesi konusunda ebeveynlerin, öğretmenlerin, medya çalışanlarının ve karar mercilerinin daha fazla rol oynayabilecekleri gerçeğini kabul ettiklerinde medya eğitiminin çok daha etkili olacağını belirtmiştir. UNESCO bu bildiride medya okuryazarlığı eğitimi konusunda yapılacakları da şöyle özetler:

*Grunwald Medya Eğitimi Bildirgesi, 22 Ocak 1982, Almanya*

- *Medya kullanıcıları arasında eleştirelliğin gelişmesini sağlayacak bilgi, beceri ve tutumları geliştirmek amacıyla, okul öncesinden üniversite düzeyine ve yetişkin eğitime kadar, etraflı eğitim programlarını başlatmak ve desteklemek. İdeal olarak bu programlar medya ürünlerinin ve analizini, yaratıcı ifade araçları olarak medyanın kullanılmasını, medya kanallarının etkili kullanımını ve katılımı içerir.*

- *Bilgilerini ve medyaya dair kavrayışlarını artırmak için öğreticilere yönelik eğitim programları düzenlemek; uygun öğretim yöntemleriyle onları donatmak.*

- *Medya eğitimi yararına, psikoloji, sosyoloji ve iletişim bilimleri alanlarında araştırma ve geliştirme etkinliklerini özendirme.*

- *UNESCO tarafından da öngörülen ve kararlaştırılan medya eğitiminde uluslararası işbirliğini özendirmeyi hedefleyen eylemleri desteklemek ve güçlendirmek (Binark ve Berk, 2007: 44).*

1990 yılında UNESCO Fransa'da (Toulouse) "Medya Eğitiminde Yeni Yönelimler" isimli bir konferans düzenlemiştir. Bu konferansta medya okuryazarlığı kavramı ve medyaya ilişkin anlayışımızın nasıl bir değişim geçirdiği ele alınmıştır. "Medya eğitimi", "medya çalışmaları" ve "medya okuryazarlığı" kavramlarının doğru terimler olup olmadığı konusunda önemli tartışmalar yapılmıştır. Sonuçta topluma tam anlamıyla katılmak için bilginin okunması ve işleminden geçirilmesi yeteneği ile zihinsel birliği olması sebebiyle bu tartışmanın galibi medya okuryazarlığı kavramı olmuştur (Altun, 2009: 4). Bununla birlikte "medya eğitimi" kavramının da alanda öncü olan İngiltere, Avustralya gibi ülkelerde kararlı bir şekilde kullanılageldiği de vurgulanmıştır. Kavramsal tartışma medya okuryazarlığının hem toplumdaki kitle iletişim sistemlerinin yapısı, ekonomisi ve işlevine ilişkin bilgiyi hem de kitle iletişim araçlarının estetik ve ideolojik içeriğini okumayı sağlayacak analitik becerileri içeren bir kavram olduğunun ifade edilmesiyle sonuçlandırılmıştır. Ancak UNESCO bünyesinde yapılan çalışmaların büyük bir kısmında "medya eğitimi" kavramının kullanılmaya devam ettiği görülmektedir. Konferansta medyaya ilişkin anlayışımızın nasıl bir değişim geçirdiği de ele alınmıştır. Geçtiğimiz elli yılda modern toplum dilbilimsel bir okuryazarlık çağından elektronik okuryazarlık çağına geçti. Toplumda kitle iletişim araçlarının

nasıl çalıştığı ile ilgili anlayışımız ve insanların medya mesajları ile nasıl etkileşime girdiği, bu mesajları nasıl bir işleme tabi tuttuklarıyla ilgili anlayışımız oldukça gelişmiştir:

- *İzleyici 1950 ve 60'larda bir "tabula rasa" (kitle iletişim araçlarının güçlü mesajlarının yazabildiği boş bir levha) olarak görülmekteydi. Bu yüzden eğitimsel gündem "çocuklarımızı ve kültürel değerlerimizin devamlılığını medyanın en kötü aşırılıklarından korumayı" aşulamaktaydı. Araçlar ayırt etme ("iyi" medya ya da "kötü" medya) ve iyi olanın estetik takdiriydi.*
- *70 ve 80'lerde bu alan estetik sorulardan ideolojik sorulara kaydı. Medya kimin çıkarına ve nasıl çalışır? Nasıl organize olurlar? Nasıl anlam üretirler? Gerçeği nasıl sunmaktadırlar? Bu kimin gerçeğidir? Temel amaç bir yetenek olarak inceden inceye geliştirilen estetik karardan çok eleştirel olarak bilinçli bir anlayışın geliştirilmesi oldu.*
- *90'larda da medya izleyicisinin bir anlam üreticisi olduğu anlaşılmuştur. Bizler her gün karşıya karşıya kaldığımız birçok medya mesajını sürekli anlamaya çalışıyoruz. Mesaj metni ve medya olayının içeriği ile izleyicinin geçmişi, geçmiş deneyimleri ve değer sistemi vb. arasında sürekli bir etkileşim vardır. Şimdi eğitimsel amaç kitle iletişim araçlarının mesajlarını işlemekten geçirmesi için izleyicinin yetkilendirilmesi ve hem kişisel olarak hem de toplumsal olarak konuyla ilgili anlamı üretmesidir (Thoman, 1990). Böylece medyaya bakışımızdaki değişimin medya okuryazarlığı eğitimini de derinden etkilediği ve sonuçta medya okuryazarlığı eğitimi anlayışımızın korumacı yaklaşımdan yetkilendirici bir yaklaşıma doğru gelişim seyrettiği ortaya konulmuştur (Altun, 2009: 5).*

1999 yılında UNESCO tarafından Avusturya'nın Viyana şehrinde "Medya ve Sayısal Çağ İçin Eğitim" adında bir konferans düzenlenmiştir. Bu konferansta medya eğitimi kavramının bugüne kadar yapılmış en kapsamlı açılımının ortaya konulduğu görülmektedir. Bu açılım daha sonra 2002 yılında İspanya'da yapılan seminerde de benimsenmiştir ve UNESCO'nun kavramsal olarak medya eğitimine bakışını oluşturmuştur. Yine Altun'un aktardığına göre medya eğitimi;

- *Tüm iletişim medyasıyla ilgilenir ve herhangi bir teknoloji çeşidi ile iletilen hem yazılmış kelime, grafik, ses, fotoğraf hem de hareketli resmi içerir.*
- *İnsanların toplumlarında kullanılan iletişim medyasına ve bunların çalışma biçimlerine ilişkin bir anlayışa sahip olmalarını ve başkalarıyla iletişime geçmek için bu medyayı kullanma konusunda beceriler kazanmalarını sağlar.*
- *İnsanların şu davranışları kazanmalarına yardımcı olur. Birey böylece:*
  - *Medya metinlerini analiz eder, eleştirel olarak hatalarını bulur ve medya metinleri yapabilir.*
  - *Medya metinlerinin kaynağını, bu metinlerin politik, toplumsal, ticari ve kültürel kazançlarını ve bağlamlarını saptar.*
  - *Medyanın sunduğu mesajları ve değerleri yorumlar.*
  - *Kendi mesajlarını ve hikâyelerini iletmek için plânladıkları izleyiciye ulaşmanın en uygun yolu olan medyayı seçerler;*
  - *Hem yayın almak hem de yayın yapmak için medyaya sahip olur ya da erişimi ister.*

Medya eğitimi ifade özgürlüğü ve bilgi edinme hakkı için ve demokrasiyi inşa etme ve güçlendirme aracı olarak dünyadaki her ülkede her vatandaşa yetki vermenin bir parçasıdır. Altun'a göre farklı ülkelerde medya eğitiminin doğası ve gelişimi ile ilgili farklı uygulamalar görülmekle birlikte medya eğitimi gerek öğretim programları ile gerekse gayri resmi uygulamalarla ya da yaşam boyu öğrenme çerçevesinde ele alınabilir (Altun, 2009: 5).

- *Medya eğitimi tüm medya araçlarında insanlara zengin ve farklı kültürel deneyimler sağlayan çok çeşitli metinleri (yazılı, hareketsiz görüntü, sesli ve hareketli görüntü) ele alır.*
- *Medya eğitimi, yeni teknolojileri toplumlarına tanıtmaya çalışan ülkelerde vatandaşların medyanın kültürlerini ve geleneklerini anlatma ya da bilerek yanlış anlatma potansiyellerinin farkına varmalarına yardımcı olur.*

- *Elektronik ve dijital teknolojilere ulaşmanın sınırlı olduğu ya da bu imkânın hiç olmadığı durumlarda, medya eğitimi bu durumda medya metinlerinin elde edilebilir olmasına bağlı olabilir.*
- *Medya eğitimi her toplumda tüm vatandaşlara yetki vermeyi amaçlamalıdır ve özellikle toplumsal ve ekonomik olarak geri kalmış olan insanların özel ihtiyaçları temin edilmelidir.*
- *Medya eğitimi toplumsal ve politik çatışmalar, savaş, doğal afet, çevre felaketi vb. durumlarda eleştirel bir rol de oynayabilir ve bunlardan sorumlu da olmalıdır.*

Ayrıca konferansta medya eğitimi konusunda atılması gereken adımlarla ilgili çeşitli tavsiye kararları alınmıştır (Altun, 2009: 5).

## **2.2. Avrupa Birliği ve Medya Okuryazarlığı**

Pekman'a göre AB'nin birlik kimliğiyle medya okuryazarlığı kavramına yaklaşımına bakıldığında durum oldukça nettir. Bu yaklaşım çerçevesinde öne çıkan kavramlar sayısal okuryazarlık ve medya okuryazarlığı olarak belirginleşir. Sayısal okuryazarlık, AB'nin enformasyon ve iletişim teknolojisi politikası içinde yer almaktadır. Ayrıca Avrupa vatandaşlarının sayısal teknoloji temelli bir yaşama ve çalışma dünyasına uyum sağlamasını, büyükten küçüğe herkesin bu teknolojiyi kullanabilmesini ve bu teknolojiden yararlanabilmesini kastetmektedir (Pekman, 2006).

Öte yandan, Avrupa Birliği kurumsal bakışı içinde medya okuryazarlığını, sadece sayısal teknolojiyi veya bilgisayar ve interneti kapsayan ve bunları kullanabilme becerisiyle sınırlandırılmış bir yaklaşım olarak görmeyiz. Medya okuryazarlığı, BİT (Bilgi ve İletişim Teknolojisi) politikasıyla ilişkili ama görsel-işitsel politikayla da bağlantılı olarak hem geleneksel medyayı, hem de yeni medyayı konu alan ve kendini "kullanım becerisi"yle sınırlamayan, eleştirel bakışa da sahip bir yaklaşımı içerir. Yazılı, işitsel ve görsel medyayı bireylerin iletişim kurmak için kullanabilmeleri, buradan kendi mesajlarını oluşturup iletebilmeleri ve başkalarının mesajlarına erişebilmeleri anlamında bir "beceri"nin edinilmesi, kazandırılması medya okuryazarlığının bir yönüdür. Fakat medya okuryazarlığı kavramı, medyadan bize yönelen, gündelik hayatımızda maruz kaldığımız büyük "bilgi" akışıyla baş edebilme becerisinin edinilmesi ile de ilgilenir.

2000 yılında Avrupa Birliği Lizbon’da bir medya okuryazarlığı zirvesi düzenlemiştir. Binark’ın aktardığına göre Avrupa Birliği üye devletleri arasında özellikle İngiltere, İrlanda ve İskandinav ülkelerinde medya okuryazarlığı uzun zamandır tartişılan ve çeşitli uygulamaları görülen bir konu olmasına karşın, AB kurumsal düzlemine medya okuryazarlığı kavramının girmesi ancak 2000 yılı sonrasına denk gelir. 2000 yılı Mart ayında yapılan Lizbon zirvesi Avrupa Birliği’nin yeni bilgi ve iletişim teknolojisine dayalı bilgi toplumu ve bilgi ekonomisinin şekillendirdiği geleceğin Avrupa’sını, bir başka deyişle e-Avrupa’yı yaratma konusundaki stratejilerin belirlendiği ve kararların alındığı zirvedir. Zirvenin sonuç bildirgesinde vurgulanan noktalar şöyle açıklanmıştır.

*“Avrupa Modeli Enformasyon Toplumu”nun tanımlanması önerilmiştir. Bu tanımlama “yüksek düzeyde toplumsal içerme/kapsayıcılık (“dijital olarak okuryazar Avrupa”) ile Avrupa’nın kültürel ve dilsel çoğulluğunun korunmasında temellenir. Lizbon kararları doğrultusunda “insana yatırım” ilkesi benimsenmiştir. Bu da yaşam boyu öğrenimin desteklenmesi anlamına gelmektedir. Bu nedenle Avrupa Birliği tarafından, eğitime genel bütçede ayrılan payın artmasına önem verilir. Çünkü temel ilke insana yatırım ise, yeni insan kaynakları becerilerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Bunlar ise, enformasyon teknolojilerini kullanma becerileri, yabancı diller, tekno-kültür bilgisi, girişimcilik ve sosyal becerilerdir. Avrupa Birliği’nde enformasyon toplumu politikası bu şekilde öğrenme, toplumsal içerme/kapsama, topluluk kalkınması ve demokratik katılım üzerine temellenmiştir.” (Binark, 2005’ten aktaran, Türkoğlu, 2006: 18).*

Lizbon zirvesinden sonra AB’de enformasyon toplumu uygulamasına yönelik olarak hazırlanan eylem plânında, 2002 yılına kadar telekomünikasyon pazarının tamamen liberalleştirilmesi hedeflenmiştir. İnternet kullanım maliyetinin düşürülmesi, 2001 yılına dek tüm okullarda internet erişiminin sağlanması ve tüm öğretmenlerin internet kullanım bilgi ve becerisi ile donatılması, 2003 yılına kadar temel kamu hizmetlerinde internet erişiminin sağlanması ve e-devlete geçiş yolunda

gerekli altyapının hazırlanması gibi hedefler konulmuştur (Pekman, 2006: 19). Bugün bu hedeflerin hemen hepsi gerçekleştirilmiştir.

2001 yılında Buckingham ve Domaille tarafından dünya üzerinde medya eğitiminin durumunu tespit etmek amacıyla “Youth Media Education Survey” adlı çalışma yapılmıştır (Buckingham ve Domaille, 2001).

2002 yılında Avrupa Konseyi’nin Sevilla’da gerçekleşen toplantısında ise, “e-Avrupa 2005: Herkes İçin Bilgi Toplumu Eylem Plânı” kabul edilmiştir. Bu eylem plânının “modern kamusal çevrimiçi hizmetler”, “e-hükümet” (e-government), “e-öğrenme” (e-learning), “e-sağlık” (e-health) ve “e-ticaret” (e-business) gibi alt başlıkları vardır” (Başaran, 2005: 77). Bu başlıklardan e-egitim, diğerleri gibi 2000 yılından itibaren hazırlıklarına girilmiş bir program olarak 25 yaş altı eğitim çağındaki nüfusun BİT temelli bir eğitim sistemine dâhil edilmesi, bu eğitim sürecinin meyvelerinin hızla ekonomik ve sosyal yaşamda toplanmasını amaçlamaktadır (Commission of the EU, 2000). Sayısal okuryazarlık konusu da hem e-egitim plânı içinde, hem de e-Avrupa projesinin ya da enformasyon toplumu politikasının genelinde sıklıkla vurgu yapılan bir başlık olarak böylelikle gündeme gelmiştir. Medya okuryazarlığı ise medyanın tümünü kapsamak üzere bu politikanın başlıca uygulayıcısı olan AB Bakanlığı olarak nitelendirebileceğimiz komisyonun, Bilgi Toplumu ve Medya Genel Müdürlüğünün ve onun başındaki Komisyoner Viviane Reding’in çalışma başlıkları altına alınmıştır. Bu bağlamda Avrupa Birliği destekli birçok medya okuryazarlığı projeleri hazırlanmıştır.

2003 yılında medya okuryazarlığı alanında Avrupa Birliğine kırk beş proje başvurmuştur ve bunlardan on altısının desteklenmesine karar verilmiştir. Proje çağrısında medyada temsilin çözümlenmesi; medya okuryazarlığı ile ilgili içeriğin üretilmesi ve dağıtımı; toplumsal yaşama katılımı artırmak için medyayı kullanmanın özendirilmesi; bu konuda ağ kurma etkinlikleri girişimlerinin artırılması; medya endüstrisi ve eğitim arasındaki kopukluğun azaltılması gibi maddeler yer almıştır. Bu projelerin sonunda hedeflenenler ise şöyle sıralanabilir:

- Medya okuryazarlığı konusunda ders malzemeleri, teknikler, içerik geliştirmek,
- Uzmanlarla seminerler düzenlemek,
- Video görüntüleri hazırlamak,



- Eleştirel medya okuryazarlığını uygulamaya geçirmek, bu konuda ilkeler geliştirmek,
- Daha az olanaklara sahip olanlara yeni iletişim teknolojilerini öğretmek,
- Gençler, etnik azınlıklar ve medya profesyonelleri arasında bağ kurarak gençlerin kendi programlarını üretmelerini sağlamak, kültürler arası diyaloga katkıda bulunmak,
- Özellikle yurttaşların etkin katılımıyla ilgili örnekleri dolaşıma sokmak.

Bunlardan, ECML (Avrupa Medya Okuryazarlığı Merkezi- European Center for Media Literacy) içerikte çok ciddi oranda medya okuryazarlığı ile ilgili malzemeyi bir araya getirmiştir. Bunların tüm içeriğine internetten erişilebilmektedir. ECML, ayrıca European Media Literacy Online Review (Avrupa Medya Okuryazarlığı Çevrimiçi Dergisi) adlı bir haber mektubu yayınlamaya, medya okuryazarlığı konusundaki haber, makale, örgütlenmeler konusunda eğitimcilere, politikacılara, ailelere ve konuyla ilgililere bilgi vermektedir (Binark ve Berk, 2007: 70). Görüleceği üzere ECML toplumun hemen her kesimini bu eğitimle ilgili bilgilendirmek istemektedir. Çünkü medya okuryazarlığının sadece eğitimciler ve öğrenciler arasında gerçekleşen bir ders olmadığı artık bilinmektedir.

2004 yılında Avrupa’da “Daha Güvenli İnternet” (The Safer Internet Plus) isimli bir çalışma başlatılır. Daha güvenli internet programı güvenli internet araçları ile ebeveynlere, öğretmenlere ve çocuklara yetki vermeyi amaçlamaktadır.

2005 yılında Avrupa parlamentosu ve konseyi hazırlamış oldukları film mirası konulu tavsiye kararında medya okuryazarlığının desteklenmesi ve yaygınlaştırılmasını özellikle vurgulamışlardır. Medya okuryazarlığı eğitimle ilgili programlarda da ele alınan konulardan birisidir. 15-25 yaş gençliğine yönelik YOUTH programı, gençler arasında medyanın ve iletişim teknolojilerinin kullanımını geliştirmeye yönelik projeleri destekler. MİNERVA programı okullara medya eğitimi projeleri kapsamında kaynak sağlar. Ayrıca 2005 yılında Varşova’da gerçekleştirilen 3. Avrupa Hükümet ve Devlet Başkanları Zirvesinde kabul edilen eylem plânında çocukları zararlı medya içeriğinden koruma konusunda medya okuryazarlığı becerilerinin artırılması maddesi yer alır. Yine 2005 yılında Kiev’de gerçekleştirilen 7. Avrupa Balkanlar Konferansı’nda çocukların zararlı içeriğe karşı

korunması ve medya okuryazarlığının geliştirilmesine atıf yapılır (Binark ve Berk, 2007: 70).

2006 yılından itibaren Avrupa Birliği Komisyonu yapılan çağrılar karşısında harekete geçerek, medyanın, Bilgi ve Teknoloji endüstrilerinin ve e-öğrenme girişimlerinin desteklediği medya okuryazarlığı projelerinin sonuçlarına dayanarak Avrupa Birliği görsel-işitsel politikaları ve Lizbon stratejisi çerçevesinde medya okuryazarlığı üzerinde çalışmaya başlamıştır. Komisyon ise Avrupa Komisyonu için tavsiyeler verebilecek “Medya Okuryazarlığı Uzman Grubu” oluşturmakla işe başlamıştır. 2006 yılının sonunda bir “Halka Danışma” çalışması yapılmıştır (Zacchetti, 2011: 41). Alınan sonuçlar, katılımcıların çeşitliliği ve düzeyleri göz önüne alındığında oldukça başarılı bulunmuştur. Soruların sorulduğu kişiler medya organizasyonları ve endüstri çalışanları, resmi ve gayri resmi eğitim kurumları çalışanları, içerik sağlayıcı ve üreticileri, araştırma ve kültürel kurumlar personelini, vatandaşları ve düzenleyicileri de içermektedir. Çalışma Avrupa’da medya okuryazarlığının farklı şekillerde ve seviyelerde eğitimdeki farklılıklarını ortaya koymuştur. Bu araştırma ayrıca göstermiştir ki medya okuryazarlığının sınırlarını çizmek için belli ölçütler geliştirilmelidir. İyi tecrübeler medya okuryazarlığının bütün yönleriyle anlaşılması için yeterli değildir.

2007 yılının sonunda Avrupa Birliği Komisyonu tarafından Avrupa işitsel ve görsel eğitim politikasına bir büyük ek daha yapılarak medya okuryazarlığı ve iletişim olguları benimsenmiştir. Bu işitsel-görsel medya servisi – bu kuruluş bütün üye devletler içinde medya okuryazarlığının seviyelerini komisyon için araştırmakla sorumlu tutulmuştur- ile MEDYA 2007 programına bağlantılandırılmıştır (Zacchetti, 2011: 42). MEDYA 2007 (MEDIA 2007) program kararı medya okuryazarlığı ve film eğitimi girişimlerinin önemine dikkat çekmiş ve özellikle okullarla işbirliği içerisinde genç izleyicilere yönelik festivaller düzenlenmiştir.

Altun’un aktardığına göre 2008 yılını bu komisyon “Avrupa Kültürlerarası Diyalog Yılı” olarak belirlenmiş ve Avrupa kurumlarından kültürlerarası bir diyalogu ilgili medya okuryazarlığı etkinlikleri ile ilişkilendirmelerini istemiştir. Komisyon üye devletlere şu çağrıda bulunmuştur:

- *Görsel-işitsel ve elektronik iletişim düzenlemesinden sorumlu otoriteleri yukarıda tanımlanan çeşitli medya okuryazarlığı düzeylerini geliştirmede daha fazla rol almaya ve işbirliği yapmaya teşvik edin;*

- *Medya okuryazarlığının farklı yönlerini ve boyutlarını düzenli olarak inceleyin ve bunları sistematik araştırmalarla destekleyin;*
- *Davranış kodlarını ve buna göre eş düzenleyici yapıları ulusal düzeyde tüm paydaşlarla birlikte geliştirin ve uygulayın ve öz düzenleme girişimlerini destekleyin (EU, 2007'den aktaran Altun, 2009: 9).*

2009 yılında, komisyon tarafından AB üyesi ülkeler ile gelişmekte olan medya endüstrilerinin medya okuryazarlığı üzerindeki rolünü vurgulayan bir tavsiye bildirisi yayınlanmıştır. Ayrıca zorunlu eğitim müfredatında medya okuryazarlığının etkileri üzerine bir açık tartışma yapılması tavsiye edilmiştir (Zacchetti, 2011: 42).

2010 yılında, komisyonun medya okuryazarlığı üzerine çalışmaları üzerindeki temel sorumluluğu DGINFSO'dan (Bilgi Toplumu ve Medya Genel Müdürlüğü-Information Society and Media Directorate-General) DGEAC'ye (Eğitim ve Kültür Genel Müdürlüğü-Education and Culture Directorates-General) geçmiştir. Bu değişikliğin gelecek beş yıl için, medya okuryazarlığı, kültür ve eğitim gibi konularda daha kapsamlı bir politika ve stratejinin oluşması hedeflenmektedir. Buna ek olarak, Avrupa 2020 stratejisinin ve Avrupa Dijital Gündeminin küresel siyasal bağlam içinde akıllı, sürdürülebilir ve kapsayıcı büyüme sağlayabilmesi için bulunduğumuz sayısal çağın amacı vatandaşları güçlendirmek olmalıdır. Arka plân bilgisi, okuma yazma ve beceri eksikliği, medya ve bilgi toplumu tarafından sunulan yeni fırsatlara erişim için bir engel olmamalıdır. Bu bağlamda, medya okuryazarlığına yönlendiren medya eğitimi ile okullardaki eğitsel medya eğitim kullanımı arasındaki ayrımı vurgulamak önemlidir. İkincisi medya okuryazarlığı ile ilgilidir ama bu yeterli bir tanım değildir. Aslında, medya eğitimi ve okuryazarlık eğitiminde medya kullanımının başarılı olabilmesi için bir ön şarttır (Zacchetti, 2011: 42).

2011 yılında komisyonun bütün üye ülkelerdeki medya okuryazarlığı düzeylerini ele alan bir rapor sunması düşünülmüştür. Gelecek iki yıl içinde Avrupa Komisyonu okulda medya (ve film) okuryazarlığının rolü üzerine bir tartışma ortamının oluşmasını teşvik edecektir. Tüm üye ülkelerin Eğitim Bakanlıkları temsilcilerinden oluşan yeni bir uzman grubu buluşacak ve zorunlu eğitim müfredatında medya okuryazarlığı eğitiminin önemini tartışacaklardır. Buna ek olarak mevcut Avrupa okul eğitiminde film okuryazarlığı uygulamalarını incelemeyi amaçlayan bir çalışma yapılacaktır (Zacchetti, 2011: 42).

2014 yılından itibaren komisyon gelecekteki MEDIA Programı içine medya ve film okuryazarlığı konusunu da yerleştirmenin yolunu arayacaktır. 20 yıl boyunca MEDIA Programı Avrupa sinema endüstrisinin ve Avrupa görsel-işitsel eserler, dağıtım, özendirme ve gelişimini destekleyen programlar üzerinde çalışmıştır. Şimdi uzun soluklu Avrupa filmleri izleyicilerini oluşturabilmek için özellikle genç izleyicileri hedefleyen daha ileri düzey bakış açıları geliştirmenin zamanıdır. Wim Wenders'in de belirttiği gibi bir seyirci çok az bir tarihsel bilgiyle bile Avrupa sinemasının zenginliğini görecektir ve onun tadına varacaktır. Medya okuryazarı vatandaşlar ve izleyiciler görmek istediğinizi seçmek için gerekli araçları kullanırken aynı zamanda bu onların özgürlüğünü ve merakını daha yüksek bir derecede tutacaktır (Zacchetti, 2011: 42). Aynı zamanda, çocukların çok erken yaşta, Avrupa filmlerini izlemesi için daha fazla fırsatları olmalıdır. İyi film okuryazarlığı öncüleri Avrupa'da bulunmaktadır. Ancak bunlar çocukların yararlanabilmeleri açısından çok maliyetlidir ve kapsamı da sınırlıdır. Film ve medya okuryazarlığı için bir Avrupa ağının oluşturulması, bu sorunların ele alınması ve yeni bir sinerjinin geliştirilmesi için maliyetleri düşürerek ulaşılabilirliği artırmak gerekmektedir. (Zacchetti, 2011: 42).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TÜRKİYE'DE MEDYA OKURYAZARLIĞI

Medya okuryazarlığının, Türkiye gibi medyanın halkın düşünce dünyasında çok etkin olan bir ülkeye 2000'li yıllarda gelmiş olması geç bir tarih olarak değerlendirilmelidir. Medya okuryazarlığı çalışmalarının ve eğitiminin 2000'li yıllardan itibaren başta MEB olmak üzere RTÜK ve akademisyenlerin de katkılarıyla okul müfredatlarında yer alması, öğretmenlerin eğitimi ve müfredat içeriği, komisyonların oluşturulması gibi çalışmalar yapılmaktadır.

#### 3.1. Türkiye'de Medya Alt Yapıları

20. yüzyılla birlikte ortaya çıkan bilim ve teknolojideki hızlı gelişme, bütün alanlarda olduğu gibi iletişim alanını da etkilemiş ve bilim adamları tarafından içinde bulunduğumuz yüzyıl “bilgi, bilişim çağı” olarak adlandırılmıştır.

İletişim kanalları kitle iletişim araçlarının gelişimi doğrultusunda çeşitlenmiştir. Bu bir yandan içerik doldurma sorununu beraberinde getirmiş, diğer yandan bu “bilgi” ve “enformasyon” bolluğunda “doğru bilgi”ye ulaşabilme sorununu ortaya çıkarmıştır. Enformasyon, bir amaç veya ilgiye ait verilerin bu amaç doğrultusunda düzenlenmesidir (Davenport ve Prusak, 2001: 24). Bilgi ise deneyim, değerler, enformasyon ve uzman görüşlerine yeni bir çerçeve sağlamak için deneyim ve enformasyonun bütünleştirilmesi, anlamlı bir hale getirilmesi sürecidir (Brakensiek, 2002'den aktaran Durna ve Demirel, 2008: 8).

Özellikle Türkiye gibi doğu ve batı arasında kalmışlık psikolojisine sahip ve medyadan çok çabuk etkilenebilen bir ülke için yukarıda söz edilen doğru bilgiye ulaşma sorunsalının çözülmesi önem arz etmektedir. Türkiye'de medyanın belirli tekeller tarafından yönlendirilmesi ve medyada bir çeşit baronluğun hâkim olması söz konusudur. Medya, yıllardan beri çeşitli tekelleşme yöntemleriyle belli kesimlerin elinde bulunmaktadır. Türkiye'deki duruma bakıldığında, medya sahiplerinin sektörün hemen her alanında faaliyet gösterdiği görülmektedir. Televizyon sahibi olan medya patronlarının aynı zamanda radyo sahibi olması, gazete ve dergilerinin bulunması, ayrıca dağıtım şirketlerinin de olması dikkat çekmektedir. Aynı medya sahiplerinin, bununla da yetinmeyip program üreten/dağıtan şirketler kurmaları, reklam pazarlama işine soyunmaları da medyada

yoğunlaşmayı artırmaktadır. Bunların yanı sıra, medya sahiplerinin medya sektörü dışında da finans başta olmak üzere stratejik alanlarda yatırım yaptıkları da bilinmektedir.<sup>9</sup>

Burada tekelleşme konusunu açıklamakta yarar vardır. *İşin tek elden, tek girişimci tarafından yürütülmesi, kontrol altında tutulmasına “tekelleşme” denir. Taşkıran’a göre, dikey tekelleşmede bir yayın organı üretimin bütün aşamalarıyla bir gruba aittir. Grup izleyiciye sunduğu ürünün (gazete, dergi, radyo, televizyon) hammaddesinden pazarlanmasına, haber toplamadan baskı ve dağıtımına kadar tüm aşamalarını kendi bünyesinde toplar. Böylece maliyet ve fiyat düşüşü sağlayarak, diğer gruplara karşı rekabet gücü üstünlük kazanır. Doğan medya grubunun sahibi olduğu birçok yayın organını -Hürriyet, Milliyet- bu sınıflandırmaya katabiliriz. Yatay tekelleşme, aynı türden medya işletmelerinin mülkiyetinin az sayıda elde toplanmasıdır. Bir grup, birden fazla gazete, radyo ve televizyon kanalına sahiptir. Doğan medya grubunun elinde bulunan birden fazla televizyonu –CNN, Kanal D- buna örnek gösterilebilir. Çapraz tekelleşmede farklı türden medya işletmeleri (gazete, dergi kitap televizyon, sinema, internet, ajans) aynı grubun mülkiyetinde toplanır. Yine aynı grubun POAŞ, Yaysat, Doğan Music Company gibi birçok farklı alandaki şirketleri buna örnek verilebilir. Ultra çapraz tekelleşmede ise grubun medya dışında akla gelebilecek her sektörde yatırımları vardır. Medya işletmeleri kârı azamileştirmek uğruna, öteki gruplara ve gerektiğinde siyasi yapıya karşı hem kılıç hem kalkan işlevini yerine getirir. Bugün Türk medyasının başlıca tekelleri Doğan Holding (Ayдын Doğan), Park Holding (Turgay Ciner) dir (Taşkıran, 2007: 48).*

İletişim kanallarındaki sayısal artışın, aynı şekilde niteliğe yansımaması söz konusu problemin derinleşmesine sebep olmaktadır. Elektronik medyanın teknolojidenden aldığı destekle kullanıma sunduğu kanalların çeşitliliği, çocuklardan yetişkinlere kadar bütün kesimleri kendine çeken bir cazibe merkezi oluşturmaktadır. Bu yoğun enformasyon altında özellikle çocuklar, sunulan malzemeyi seçme şansı olmadan ve bilinçsizce doğrudan almakta ve o oranda da etkilenmektedirler. Söz konusu gruplar medyada hâkim oldukları için toplumun bilgi alma yolunda çeşitliliği kaybetme tehlikesi yaşadığı söylenebilir. Her ne kadar son yıllarda gelişen internet

---

<sup>9</sup> [http://www.tasam.org/tr-TR/Icerik/646/medyada\\_tekellesmenin\\_sakincalari](http://www.tasam.org/tr-TR/Icerik/646/medyada_tekellesmenin_sakincalari) (Erişim Tarihi:31.10.2012)

bu etkinin kırılmasında önemli rol oynasa da Türkiye medya okuryazarlığı konusunda hızlı bir ivme kazanmaya yardımcı olacak farkındalık yaratma sürecine girmiş bulunmaktadır. Toplum, özellikle de gençler gittikçe tekelleşen bilgi dünyasında kendisine sunulan bilgilerin güvenilirliğini tartışabilmek için etkili birer medya okuryazarı olarak yetiştirme yolunda ilerlemektedirler.

### **3.1.1. Türkiye’de Medya okuryazarlığının Temel sorunları**

Türkiye’de medya okuryazarlığının temel sorunlarının başında altyapı eksiklikleri gelmektedir. Bir diğer deyişle, alana olan ilginin çok yeni olması sebebiyle bilgi ve deneyim eksikliği yaşanmaktadır. Hangi yaşta, kime, ne öğretileceği, kimin öğreteceği, beklentiler, araçlar, kaynaklar, görsellik, medya malzemeleri, müfredat, ideoloji, kavramlar, sınıfa göre müfredat düzenlenmesi, dersin seçmeli mi yoksa zorunlu mu olması gibi çok fazla konuyu kapsayan bilgi ve bu geniş çerçevedeki deneyim eksiklikleri gibi problemlerin konuya olan yaklaşımları büyük ölçüde yavaşlatan en büyük etkenler olduğu söylenebilir. Medya okuryazarlığı ile ilgili sivil veya akademik tüm çalışmaların ve yine AB’nin çeşitli çalışmalarının dünyanın ortak dili haline gelmiş bulunan İngilizce olarak yayınlanması bu alanda çalışan araştırmacıların dile çok iyi hâkim olmaları gerekliliği de sorunlardan biridir. Ayrıca Türkiye’de medya tüketimi yazılı, basılı, görsel ve işitsel medyanın dışında internet (sosyal medya) ve akıllı telefonlardaki içeriğin tüketimi de belli sorunları beraberinde getirmektedir. Böylece sorunlar alanlara bölündüğünde medya okuryazarlığı alanında ortaya üç temel sorun çıkmaktadır:

1. Medya okuryazarlığı eğitiminde öğrenci öğretimi: Müfredat hazırlanması, temel kavramlar, içerik, zorunlu-seçmeli problemi, alt yapı eksiklikleri, kimin hazırlaması gerektiği ve bütün bunlara karar verecek olan merciinin neresi olması gerektiği bu konunun alt başlıkları sayılabilir.
2. Medya okuryazarlığı eğitiminde öğretmen eğitimi: Bu eğitimi verecek öğretmenlerin hangi alandan olmaları ve nerede, nasıl ve hangi sürede eğitilmeleri gibi problemler öğretmen eğitiminin önemli sorunsallarıdır.
3. Medya okuryazarlığı eğitiminde ebeveyn eğitimi: Medya okuryazarlığı kapsamında ebeveyn eğitimi de önem arz etmektedir. Yetişkin eğitimi kapsamında yapılması gerekenler, STK’ların bu konudaki destekleri, medya

okuryazarlığını teşvik edici özel veya kamu kurum ve kuruluşlarının çalışmaları, hedefler, konular ve mecralar, kurslar ve son olarak da eğitimciler üzerinde önemle durulması gerekli konuları teşkil etmektedir.

### **3.1.1.1. Okulda Öğrenci Eğitimi**

Medya okuryazarlığı dersi 2006-2007 öğretim yılından beri orta öğretimlerin 6-7-8. sınıflarından birinde seçmeli olarak 2 saat okutulmaktadır. Bu dersin seçmeli olması, öğretmenlerin bu konuda eğitim almamış olmamaları, uygulama eksiklikleri bu eğitimin önündeki en önemli engellerdendir. Bu yüzden öğretmenlerin MEB'in düzenlediği kitabı ve müfredatı uygulamakta zorlandıkları düşünülebilir. Yapılan araştırmalarda ve anketlerde bu ders saatinde diğer derslerin işlendiğinin anlaşılması başka sorunları da beraberinde getirmektedir. Medya okuryazarlığı eğitimi eleştirel pedagojik eğitimin bir parçasıdır. Binark ve Bek'e göre 'aktarmacı' ve 'korumacı' eğitime karşılık olarak geliştirilen eleştirel pedagoji belli kalıpların dışında düşünmeyi; bilgiye ulaşmada ve olguları açıklarken sosyo-kültürel, politik, tarihsel, ekonomik bağlamları göz önünde bulundurarak yorumlamayı temel almaktadır (Binark ve Bek, 2007).

### **3.1.1.2. Öğretmen Eğitimi**

Türkiye'de medya okuryazarlığı dersleri kısa bir eğitim seminerlerinden geçen sosyal bilgiler öğretmenleri tarafından, MEB onaylı Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen Kılavuz Kitabı'ndaki programa göre işlenmektedir. Dersin belli bir kitabı olmamasına rağmen, piyasada Medya Okuryazarlığı ile ilgili MEB'in programına uygun ünitelere bölünmüş bireysel yazılmış kitaplar da bulunmaktadır; ancak medya okuryazarlığı dersi öğretmenlerinin kitap kullanmadığı görülmektedir (Toker, 2010: 122-125). Konunun eğitimini almış İletişim Fakültesi mezunu kişilerin bu alanda istihdam edilmesi için gerekli altyapının bulunmayışı ayrıca nitelikli eğitici kavramını tartışmaya açmaktadır.

### **3.1.1.3. Yetişkin Eğitimi**

Türkiye'de yetişkinlerin medya okuryazarlığı konusunu tam olarak bilmemeleri ve anlayamamaları bu konuda çocuklara herhangi bir rehberlik



yapamamalarını da beraberinde getiren ayrı bir sorun alanını oluşturmaktadır. Aslında bu durum medya okuryazarlığının Türkiye gündemine yeni girmiş olduğu varsayılacak olursa anlaşılabilir bir noktadır. 1 Temmuz 2012 yılında yapılan ve RTÜK başta olmak üzere birçok kesimden akademisyen ve uzmanın katıldığı “Medya ve Çocuk” çalıştayında bu sorun ele alınmış ve bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda medya okuryazarlığının ebeveynleri de kapsamı gerektiği sonuç bildirgesinde yer almıştır.<sup>10</sup>

### **3.2. Medya Okuryazarlığı Kapsamında Türkiye’de Medya Tüketimi: İstatistik Veriler**

Türkiye medya tüketimi oldukça hızlı büyüyen bir ülkedir; onlarca TV kanalı, gazete ve radyo istasyonu her gün yenileri eklenerek büyümektedir. Dolayısıyla bu kadar geniş bir medya ağı karşısında toplumun eğitimsiz bırakılmayacağı gerçeği ortaya çıkmaktadır. Bu bölümde Türkiye’deki medya tüketim oranları incelenecektir.

#### **3.2.1. Yazılı Medya İstatistikleri, Gazete-Dergi**

Yazılı iletişim ortamı araştırması ülkemizde ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde yayımlanan gazetelerin ve dergilerin genel yapısını kurumsal ve içerik yönünden değerlendirmek, sunulan hizmetin niteliği, süresi, sıklığı ile ilgili bilgileri derlemek ve karşılaştırmak amacıyla Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2005 yılından beri yürütülmektedir.

Yazılı iletişim ortamı araştırmasına ilişkin anket sonuçlarını içeren bu bölümde 2010 yılı sonuçları yer almaktadır. Buna göre;

- *Ülkemizdeki gazetelerin % 90’ı yerel yayın yapmaktadır.*
- *2010 yılında gazete ve dergilerin sayısı 2009 yılına göre % 6,4 artmıştır. 2010 yılında 6,459 farklı gazete ve dergi yayımlanmıştır. Bu yayınların % 57’sini dergiler oluşturmaktadır.*
- *Ülkemizde 2010 yılında yayımlanan gazetelerin % 90’ı yerel, % 3,3’ü bölgesel ve % 6,7’si ise ulusal yayın yapmaktadır. Dergilerin ise % 35,8’i yerel, % 7,2’si bölgesel iken, % 57’si ulusal yayın yapmaktadır.*

---

<sup>10</sup> <http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/cal9.html> (Erişim Tarihi: 26.07.2012)

Yayın türü	Yıllar	Toplam	%	Yerel	%	Bölgesel	%	Ulusal	%
Toplam	2009	6 073	100	3 652	60,1	351	5,8	2 070	34,1
	2010	6 459	100	3 817	59,1	357	5,5	2 285	35,4
Gazete	2009	2 604	100	2 368	90,9	73	2,8	163	6,3
	2010	2 780	100	2 501	90,0	92	3,3	187	6,7
Dergi	2009	3 469	100	1 284	37,0	278	8,0	1 907	55,0
	2010	3 679	100	1 316	35,8	265	7,2	2 098	57,0

Tablo 1: Gazete /dergilerin yayın bölgesine göre sayısı, 2009-2010 <sup>11</sup>

- Genel olarak bakıldığında ise gazete ve dergilerin % 59,1'i yerel, % 5,5'i bölgesel ve % 35,4'ü ise ulusal yayın yapmaktadır.
- Yıllık toplam baskının % 94,6'sını gazeteler oluşturmaktadır.
- 2010 yılında gazete ve dergilerin baskı sayısı 2009 yılına göre % 13,4 artmıştır. 2010 yılında ülkemizde yayımlanan gazete ve dergilerin yıllık toplam baskı 2.571.694.304 olup, bunun % 94,6'sını gazeteler oluşturmaktadır. Yıllık toplam baskının % 16,6'sı yerel, % 3,4'ü bölgesel, % 80'i ise ulusal gazete ve dergilerdir.
- Gazetelerin yıllık toplam baskının % 90,1'ini günlük gazeteler oluşturmaktadır. Dergilerin ise yıllık toplam baskının % 47,4'ü aylık, % 19'u ise haftalıktır.
- Gazetelerin % 14,4'ü günlük, % 31'i haftalık olarak yayımlanmakta ve % 86,2'si siyasi/haber/güncel içerikli yayın yapmakta, % 8,8'i ise ek vermektedir. Dergilerin ise % 23,2'si aylık, % 22,6'sı üç aylık olarak yayımlanmakta ve % 21'i sektörel/mesleki içerikli yayın yapmakta, % 9,5'i ise ek vermektedir.<sup>12</sup>

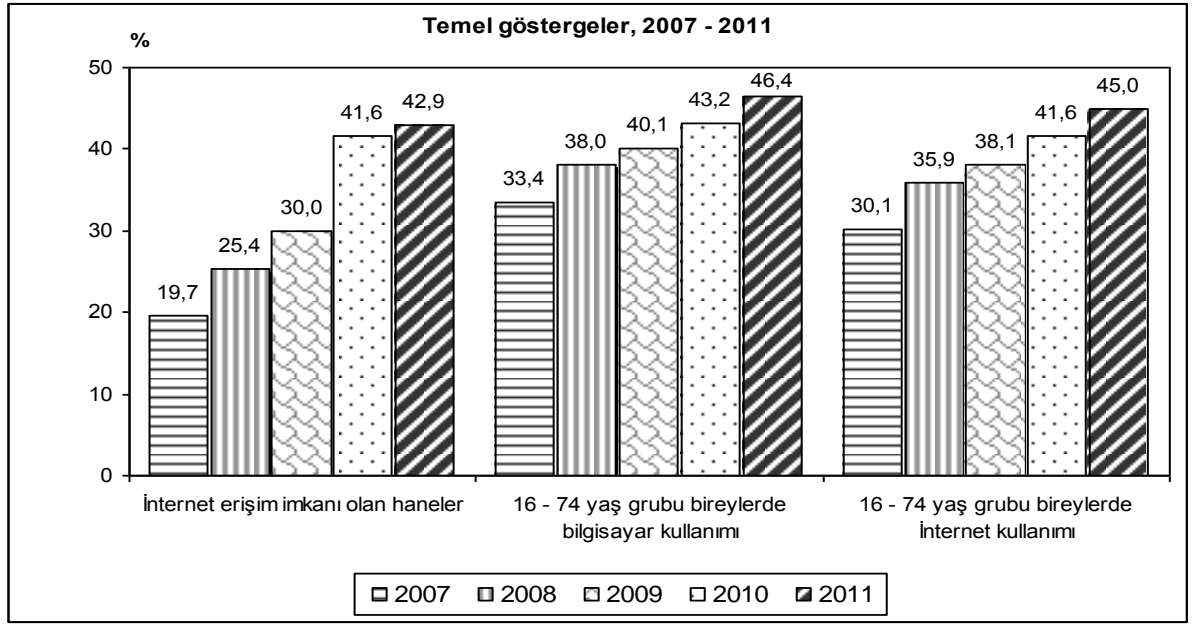
<sup>11</sup>[http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb\\_id=15&ust\\_id=5](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=15&ust_id=5) (Erişim Tarihi: 09.03.2012)

<sup>12</sup>[http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb\\_id=15&ust\\_id=5](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=15&ust_id=5) (Erişim Tarihi: 09.03.2012)

### 3.2.2. Bilişim Teknolojileri İstatistikleri – İnternet

Avrupa Birliği yönetmeliklerine uygun olarak gerçekleştirilen Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçları Türkiye’de, kent ve kır ayrımında verilmekte iken, ilk defa TÜİK’in 2011 yılı haber bülteni ile İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) 1. Düzey (12 Bölge) ayrıntısında da verilmektedir.

- *İnternete erişim imkânı olan hane oranı %42,9’a yükselmiştir. 2011 yılı Nisan ayında gerçekleştirilen Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre Türkiye genelinde hanelerin %42,9’u internet erişim imkânına sahiptir. Bu oran 2010 yılının aynı ayında %41,6 idi.*
- *İnternet erişim imkânı olan hane oranı kentsel yerlerde %51,0 iken, kırsal yerlerde %22,7’dir. İBBS Düzey-1’e göre %56,9 ile TR1-İstanbul, %56,7 ile TR4-Doğu Marmara, %49,2 ile TR7-Orta Anadolu, %48,0 ile TR5-Batı Anadolu ve %43,4 ile TR2-Batı Marmara bölgelerinde internet erişim imkânı olan hane oranı Türkiye ortalamasının üzerindedir.*
- *Hanelerin %39,3’ü geniş bant bağlantı ile internet erişim imkânına sahiptir. 2011 yılı Nisan ayında hanelerin %39,3’ünde geniş bant internet (ADSL, kablolu ve kablosuz sabit bağlantılar ile 3G bağlantı) erişim imkânı bulunmaktadır. ADSL %34,5 ile tüm haneler, %80,2 ile internet kullanılan haneler arasında internet erişim imkânı sağlarken, 3G bağlantı tüm hanelerin %5,3’ünde, internet kullanılan hanelerin ise %12,2’sinde internet erişim imkânı sağlamaktadır. Geniş bant bağlantı ile internet erişim imkânı kentsel yerlerdeki hanelerde %47,5 iken, kırsal yerlerde %18,6’dır. İBBS Düzey-1’e göre geniş bant bağlantı ile internet erişim imkânının en yüksek olduğu bölge %56,1 ile TR1-İstanbul, en düşük olduğu bölge ise %20,0 ile TRC-Güneydoğu Anadolu bölgesidir.*



Tablo 2: Bilgisayar ve İnternet Kullanımında Temel Göstergeler <sup>13</sup>

- *Bilgisayar ve internet kullanımı artmaya devam etmektedir. 16- 74 yaş grubundaki bireylerde bilgisayar ve internet kullanım oranları sırasıyla %46,4 ve %45,0'dır. Bu oranlar 2010 yılında sırasıyla %43,2 ve %41,6 idi.*
- *Bilgisayar ve internet kullanımında kadın-erkek ve kent-kır arasındaki sayısal uçurum devam etmektedir. Bilgisayar ve internet kullanım oranları 16- 74 yaş grubundaki erkeklerde %56,1 ve %54,9 iken, kadınlarda %36,9 ve %35,3'tür. Bilgisayar ve internet kullanım oranlarının en yüksek olduğu yaş grubu 16- 24 yaş grubudur. Bu oranlar tüm yaş gruplarında erkeklerde daha yüksektir. Bilgisayar ve internet kullanımı kentsel yerlerde %54,7 ve %53,2, kırsal yerlerde ise %26,9 ve %25,7'dir. İBBS Düzey-1'e göre bilgisayar ve internet kullanımının en yüksek olduğu bölge %57,2 ve %56,5 ile TR1-İstanbul bölgesidir. Bunu %53,3 bilgisayar ve %51,7 internet kullanım oranı ile TR4-Doğu Marmara bölgesi takip etmektedir.*
- *İnternet kullanan bireylerin %89,5'i interneti düzenli kullanmaktadır. 16- 74 yaş grubundaki tüm bireylerin %36,2'si interneti düzenli olarak hemen hemen her gün veya haftada en az bir defa kullanmaktadır. 16- 74*

<sup>13</sup>[http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb\\_id=15&ust\\_id=5](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=15&ust_id=5) (Erişim Tarihi: 09.03.2012)

*yaş grubunda internet kullanan bireylerin düzenli internet kullanım oranı ise %89,5 olup, bu oran kentsel yerlerde %90,7, kırsal yerlerde %83,7 ve İBBS Düzey-1'e göre TR1-İstanbul bölgesinde %92,8'dir.*

- *İnternet kafelere ilgi azalmaktadır. 2011 yılı ilk üç ayında (Ocak-Mart 2011) 16- 74 yaş grubu internet kullanan bireylerin interneti en fazla kullandığı yer %67,6 evdir. Bunu %33,0 ile işyeri, %18,7 ile internet kafe, %16,8 ile arkadaş, akraba vb. evleri, %7,2 ile eğitim alınan yerler, %3,2 ile kablosuz bağlantının yapılabildiği yerler takip etmektedir. Bir önceki yıl aynı dönemde internet kullanan bireylerin %20,0'ı interneti internet kafelerde kullanmıştır.*
- *İnternet en çok çevrimiçi haber, gazete ya da dergi okuma ve haber indirme için kullanılmaktadır. 2011 yılı ilk üç ayında (Ocak-Mart 2011) internet kullanan bireyler interneti en çok %72,7 ile çevrimiçi haber, gazete ya da dergi okuma, haber indirme için kullanırken, bunu %54,1 ile sağlık ile ilgili bilgi arama takip etmektedir. Web siteleri aracılığıyla (Blog siteleri, facebook, twitter) toplumsal ve siyasal konular ile ilgili görüşleri okuma veya paylaşma (%50,8) ve mal ve hizmetler hakkında bilgi aramak da (%46,6) kullanım amaçları arasında yer almaktadır.*

### **3.2.3. Medya Ürünlerinin En Çok Tüketildiği Mecra: Televizyon**

“Medya Okuryazarlığı” dersi 2006-2007 eğitim yılından itibaren Türkiye’de beş ilde beş okulda pilot uygulama kapsamında okutulmaya başlanmıştır. RTÜK Üst Kurul uzmanlarından Dr. Muhittin Bilge'nin verdiği bilgilere göre 6- 17 yaş arasındaki nüfus arasında TV izleme oranı günde 3-4 saattir ve aynı yaş aralığının %82'si TV izleme süresini ve izleyeceği programı kendi seçmektedir. Medya okuryazarlığı eğitiminin amaçlarından birini de “medyanın sunduklarına müdahale edebilecek bir anlayışa kavuşmak” olarak belirten Bilge, ikinci kısma yani “etkin yurttaş” a işaret etmektedir (RTÜK, 2006).

Türkiye'deki uygulamalar şimdilik, “etkin kullanıcı” dan ziyade “medyadan korunma” eğiliminin daha ağır basması yönünde gelişmiştir. Oysa demokratik hayata katılım için gerekli olan “haber alma” araçları olarak elimizde giderek çeşitlenen medya organlarından başka pek bir şey yoktur. Dolayısıyla, medyayı korkulması ve

korunulması gereken bir şey olarak görmekten ziyade işleyiş mekanizmalarını anlamaya çalışmak gerekmektedir

RTÜK'ün medya okuryazarlığı sitesinde de belirtildiği gibi kitle iletişim araçlarının kolay ulaşılabilirliği, bireyden topluma kadar her alanda etkili olabilen çeşitli yayınların evimizin içine kadar gelerek, sadece yetişkinlerin değil, çocukların da etkiye açık birer alıcı durumuna düşmelerine neden olmaktadır. Bugün tartışmasız en etkili kitle iletişim aracı olan televizyonun, kişilerin sosyal yaşamlarının neredeyse “olmazsa olmaz” ı hâline geldiği de çok açıktır. Ülkemizde 90'lı yıllardan bu yana özel televizyon yayıncılığına geçiş ve televizyon programlarındaki görece çeşitlilik, ülkemiz insanının ekrana daha bağımlı hâle gelmesine yol açmıştır.<sup>14</sup>

TÜİK'in verilerine göre 2011 yılı adrese dayalı nüfus kayıt sistemine göre ülkemizin nüfusu 74.724.269 kişidir ve bu nüfusun yarısından fazlası 29,7 yaşından küçüktür.<sup>15</sup> Bu genç nüfusun zaman harcadığı en büyük faaliyet televizyon izlemektir. Yine RTÜK'ün resmi medya okuryazarlığı sitesinde belirtildiği gibi yapılan bilimsel araştırmalarda, Türkiye'deki televizyon izlenme oranının günde ortalama 4-5 saat olduğu görülmektedir. Bir kişi yılın %19'unu televizyon izleyerek geçirmektedir. Kişinin yılın %33'ünü uyuyarak, %33'ünü çalışarak, %14'ünü de bu etkinliklerin dışında kalan etkinliklerle geçirdiği göz önüne alındığında bu oranın oldukça büyük olduğu ortaya çıkmaktadır.

Çeşitli uluslararası araştırma ve istatistiklerde, çocuklar da dâhil olmak üzere televizyon izlemenin, büyük bir zaman değerlendirme ya da başka bir deyişle zamanı tüketme olgusu olarak gözüktüğüne dikkat çekilmektedir. Bir boş zaman etkinliği olarak görülen televizyon izleme süreleri, yapılan uluslararası istatistiklerde ortalama olarak günlük 2-4 saat olarak tespit edilmiştir. Bu da tüm hayati aktivitelerden arta kalan zamanın televizyon karşısında tüketilmesi anlamına gelmektedir.<sup>16</sup>

### **3.2.4. Çocuk ve Medya**

Çocukların televizyon karşısında etkiye en açık, en hassas grubu oluşturduğu bir gerçektir. Çocuklar için, televizyon mesajlarına bu kadar açık olmanın diğer büyük bir tehlikesi de gerçeklik ile kurguyu ayırt edecek bir yaşta ve donanımda

<sup>14</sup><http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/neden.html> (Erişim tarihi 04.05.2012)

<sup>15</sup>[http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb\\_id=39&ust\\_id=11&tk\\_id=10736](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=39&ust_id=11&tk_id=10736) (Erişim tarihi: 12.04.2012)

<sup>16</sup><http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/neden.html> (Erişim tarihi 07.05.2012)

olmadıklarından dolayı, gördükleri her şeyi gerçeklik olarak algılayıp olabilirliğine inanmalarındır. Çocuk zihinsel süreçlerindeki özelliklerinden dolayı izlediklerini yetişkinler gibi algılayamamakta ve yetişkinlerden farklı bir biçimde etkilenmektedir. Çocuklar kurmaca ve gerçek arasındaki farkı çoğu kez yetişkinler kadar kolay bir biçimde algılayamamaktadırlar. Birçok açıdan çocuklar televizyon karşısında yetişkinlere oranla daha korunmasız durumdadırlar (Çaplı, 1996: 12).

İngiltere’de yapılan bir çalışmada 3 yaşından başlayarak çocukluk çağı boyunca ortalama 2- 3 saat televizyon izleyen çocukların sınıfta bulunma sürelerinden daha fazla televizyon karşısında zaman geçirdiklerini ortaya koymuştur (Gunter, 1990).

Milli Eğitim Bakanlığı araştırma verilerine göre düzenli olarak 2– 2,5 yaşında televizyon izlemeye başladıklarını ifade edilmiştir. Çocuklar için bunun ne kadar vahim bir durum olduğu da ortadadır. Yapılan bazı araştırmalar ülkemizde çocukların televizyon izleme konusunda oldukça özgür olduklarını ortaya koymaktadır. 6– 17 yaşları arasındaki çocuk ve gençler günde ortalama 3– 4 saat televizyon izlemektedirler. Yine aynı yaş grubundaki çocuk ve gençlerin okul dışındaki birinci etkinliği televizyon izlemektir. Benzer şekilde ülkemiz genelinde Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından 6.614 kişi üzerinde yapılan bir araştırmada çocukların ortalama günde 3.42 saat televizyon izledikleri belirlenmiştir (Özdiker, 2000). Yine Milli Eğitim Bakanlığı araştırma verilerine göre çocukların, yılın yaklaşık olarak 900 saatini okulda, 1500 saatini ise ekran karşısında geçirdiği düşünüldüğünde durumun ciddiyeti daha da anlaşılacaktır. Ülkemizdeki çocukların % 82’si televizyon izleme, istediği programı seçme ve istediği kadar ekran başında kalma kararlarını kendilerinin verdiğini söylemektedirler. Başka bir ifade ile söylersek televizyonun yoğun etkisinin en hassas alıcısı durumundaki çocukların %82’lik gibi büyük bir kısmı bu etkinliği, zamanını ve süresini kendileri tayin etmektedirler (MEB, 2006). Bu sebeple çocukların bilinçlenmesi için öncelikle ebeveynin bilinçlendirilmesi gerektiği açıktır.

Çocuklar şiddeti sorunların çözümünde etkin, cesaret gerektiren, sosyal kabulü sağlayan ve ödüllendirilen bir davranış şekli olarak TV programlarında izledikleri için kendileri de aynı şekilde davranışı sergiledikleri bildirilmiştir (American Academy of Pediatrics, 1995).

Televizyonda şiddet çoğunlukla “gizli” ve “kibar” biçimde karşımıza çıkmakta ve ayırımına varmadan çocuklar üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır. Televizyondaki şiddetin çocukları, şiddeti taklit etme, şiddete karşı duyarsızlaşma, şiddet duygularını uyandırma ve şiddet duygularını bastırmada azalma şeklinde etkilediği öne sürülmüştür (Gunter, 1990). Çocuklar medya şiddetine sadece televizyonda maruz kalmamaktadırlar. Çağımız çocuklarının televizyon kadar konsol ve bilgisayar oyunlarında da şiddete maruz kaldığı görülmektedir. Özellikle erkek çocukların bu oyunlarla gruplar halinde oynamaları ve bu oyunlar aracılığıyla şiddete maruz kaldıkları bilinmektedir.

Bilgisayar ve internet günümüz dünyasında çocuk ve gençlerin artık odalarına kadar girmiştir. Bu sebeple çocuk ve gençlerin bilgisayar ve interneti ne amaçla olursa olsun kullanma süreleri de artmaktadır. Bu durum onların yaşam biçimlerinde olumlu ve ya olumsuz bir takım değişiklikler meydana getirmektedir. Bilgisayar oyunları (özellikle şiddet içerenler) açısından baktığımızda çocuk ve gençler üzerinde bilgisayar ve internetin fiziksel, psikolojik, sosyal ve kültürel bakımdan olumsuz davranış değişikliklerine yol açtığı yönünde görüşler giderek artmaktadır. Bu sebeple çocuk ve gençlerin bilgisayar oyunu oynama ve şiddet içeren bilgisayar oyunlarına yönelme nedenlerinin tespit edilmesinde her araştırma ayrı bir öneme sahiptir (Kıran, 2011).

### **3.3. Türkiye’de Kurumsal Medya Okuryazarlığı Çalışmaları**

Yapılan araştırmalar ve bunlar üzerinde yapılan değerlendirmeler görsel, işitsel ve yazılı medya karşısında savunmasız bir alıcı durumunda bulunan izleyicilerin, ilköğretimden başlayarak medya karşısında bilinçlendirilmelerinin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Böylelikle birey medya karşısında edilgen bir alıcı olmak yerine, medyayı okuyabilecek, medyanın dilini çözebilecek bilinç düzeyine ulaşarak iletişim olgusunda etkin bir birey olarak yer alabilecektir.

RTÜK’ün İlköğretim Medya okuryazarlığı El Kitabı’nda değinildiği gibi Batı’da son 30 yıldır ilkokullar için medya okuryazarlığı dersinin zorunlu olup olmaması gerektiği tartışılmaktadır. Bu ülkelerin bazılarında tıpkı matematik, fen bilgisi ya da dil bilgisi gibi medya okuryazarlığı dersi de diğer dersler arasında yerini almıştır. Ancak Kanada’da olduğu gibi bazı ülkelerde ise medya okuryazarlığına



ilişkin konular başka derslerin (sanat, edebiyat, vatandaşlık bilgisi vb.) içerisinde verilmektedir. Medya okuryazarlığı dersinde, televizyon karşısında en hassas ve etkiye en açık grubu oluşturan çocukların ekranda izlediklerini, “gerçeklik” ve “kurgu” bakımından ayırt etme becerisini kazanmaları beklenmektedir. Medyanın olayları ve olguları nasıl ve neden belli yönleriyle yansıttığı çocuklara anlatılacak ve insanımız ilköğretim çağından başlayarak medyaya eleştirel bakabilen, bilinçli alıcılar olarak yetiştirilecektir (RTÜK, 2006).

Medya okuryazarlığı Türkiye’de daha çok RTÜK ve MEB aracılığıyla yürütülmeye çalışılmaktadır. Türkiye’de medya okuryazarlığı alanında yapılan çalışmaların başlıklarını kısaca şöyle verebiliriz. Bunlar; Türkiye’de RTÜK’ün medya okuryazarlığı alanında yaptığı araştırmalar, Şiddeti Önleme Platformu’nun Medya ve Şiddet Alt Çalışma Grubu’nun yaptığı toplantıların sonuç raporu (2004), Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından gerçekleştirilen I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı (2005), MEB’in hazırlamış olduğu Medya okuryazarlığı Dersi Taslak Öğretim Programı ve Öğretmen Kılavuzu (2006) ve İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı (2007) (Altun, 2009: 9). Bu anlatılanlardan hareketle başta RTÜK ve MEB olmak üzere medya okuryazarlığı alanında yapılan kurumsal çalışmalara değinilecektir.

### 3.4.3.1. RTÜK

Türkiye’deki tarihsel süreci içinde incelemek gereklidir. Medya okuryazarlığı konusunu 20–21 Şubat 2003 tarihlerinde düzenlenen İletişim Şurasında dile getiren ve konuya Şûranın sonuç bildirgesinde yer veren Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Türkiye’de medya okuryazarlığına yönelik bir ilginin ortaya çıkmasında ve yaygınlaşmasında en büyük paya sahiptir.

Radyo ve televizyon yayınları ile ilgili olarak kamuoyunda doğan tepki, beğeni ve hassasiyetleri sürekli olarak izlemek ve gerekli yönlendirmelerde bulunmak amacıyla kamuoyu araştırmaları yapmak ve yaptırmak Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun kanunla belirlenmiş görevlerinden biridir (RTÜK, 2006). Altun’un aktardığına göre yapılan ve yaptırılan çalışmalardan bazıları şunlardır:

- *Radyo ve TV’de Türkçe Kullanımı*

- *İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları Araştırması - 2006*
- *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması - 2006*
- *Televizyon Haberleri İzleme Eğilimleri Araştırması - 2007*
- *Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması - 2007*
- *Kadınların Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması – 2007*
- *Almanya’da Yaşayan Türklerin Televizyon İzleme Eğilimleri Kamuoyu Araştırması - 2007*
- *RTÜK Özürlülerin Televizyon İzleme/Dinleme Eğilimleri Araştırması- 2007*

Yapılan tüm bu çalışmalar medyanın toplum üzerindeki etkisini göstermekle kalmamakta, bir medya okuryazarlığı yaklaşımı olan “medya farkındalığı” ile ilgili olarak toplumda medyaya yönelik bir bilinç ve duyarlılık oluşmasına da katkı sağlamaktadır (Altun, 2009: 3). RTÜK tarafından ayrıca televizyonlarda yapılan programların içeriği hakkında toplumun bilgilendirilmesi için akıllı işaretler ve yine çocukları bilinçlendirmek için bir web sayfası hazırlanmıştır. RTÜK’ün yapmış olduğu bazı çalışmalara da değinmekte fayda vardır.

### **3.3.1.1. 2003 - İletişim Şûrası**

Medya okuryazarlığı konusunu 20–21 Şubat 2003 tarihlerinde düzenlenen “İletişim Şûrası”nda dile getiren ve konuya şûranın sonuç bildirgesinde yer veren Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, bu çalışmasıyla ilk defa Türkiye’de medya okuryazarlığına yönelik bir ilginin ortaya çıkmasında ve yaygınlaşmasında en büyük paya sahiptir.

### **3.3.1.2. 2006 - Uluslararası Medya Okuryazarlığı Paneli**

RTÜK tarafından 24 Kasım 2006 tarihinde Ankara’da “Uluslararası Medya Okuryazarlığı Paneli” düzenlenerek akademisyenlerin ve yabancı ülkelerde görev yapan yetkililerin görüşleri ve deneyimleri paylaşılmıştır (RTÜK, 2006’dan aktaran Altun, 2009: 11).

### **3.3.1.3. 2007 - İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı**

Öğretmen El Kitabı medya okuryazarlığı eğitimini verecek öğretmenlere gerekli donanımı sağlamak için hazırlanmıştır. İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu'nu temel alan çalışma iki açıdan önemlidir. Öncelikle öğretmenlerin bu konuda sağlıklı bir şekilde bilgilenmelerine yardım edecektir. Bu konuda bilgi düzeyi artan öğretmenler medyaya eleştirel bakabilen bir neslin yetişmesinin önemini fark edebileceklerdir. Bu çalışma, öğretim kılavuzuna göre daha ayrıntılı bilgiler içermektedir. Öğretmenlerin konuyu değişik boyutlarıyla ele alabilecek bilgi düzeyine ulaşmalarında yararlı olduğu görülmüştür. Çalışma, bu konudaki sorumluluğun yalnızca öğretmenlere ait olmadığını da göstermektedir. Radyo Televizyon Üst Kurulu bu konudaki ihtiyacın giderilmesi yolunda ebeveynler için de bir kılavuz hazırlama gereği duymuştur. Öğrencilerin yaşamlarının önemli bir bölümünde medya mesajlarına maruz kaldıkları ortamlarda geçirmeleri onların medya karşısında etkin bireyler olmalarını sağlayacak herkese önemli sorumluluklar yüklemektedir (RTÜK, 2007: 3).

Uygulayıcı öğretmenlere aşağıdaki konularda eğitim verilmesi öngörülmüştür (RTÜK, 2007: 3) :

İletişime Giriş, Medya Kavramı ve Medyanın İşlevleri, Medya Okuryazarlığı ve Türkiye'deki Uygulama Alanları, Aile, Çocuk ve Televizyon, Televizyon, Radyo, Gazete ve Dergi, İnternet

### **3.3.1.4. 2009 - RTÜK Ve Dekanlıklar Ortak Protokolü**

RTÜK 2009 yılında İletişim Fakülteleri Dekanlar Kurulu (İLDEK) ile üniversiteler ve akademisyenler tarafından iletişim sektörü ile ilgili yapılan bilimsel araştırma ve çalışmaların RTÜK tarafından yayınlanması konusunda bir protokol yapmıştır. Bu protokole göre RTÜK İletişim Fakülteleri bünyesinde gerçekleştirilen bilimsel araştırma ve çalışmaların yayımlanması yoluyla, İletişim Kitapları Serisi (İLKİS) oluşturulmasına katkıda bulunacaktır. Yine bu bağlamda izleyicileri, araştırmacıları ve yayıncıları medya alanındaki gelişmeler, sorunlar ve yenilikler konusunda bilgilendirmek amacıyla başlatılacak olan yayım faaliyetini sürdürmek üzere "İLKİS Yayım Komisyonu" oluşturulmuştur. İLKİS Yayım Komisyonu RTÜK'ten üç ve İLDEK'ten üç olmak üzere altı üyeden oluşturulmuştur. RTÜK

temsilcilerini RTÜK Başkanlığı, İLDEK temsilcilerini ise, İLDEK Yürütme Kurulu belirler. Yayım Komisyonu, yayım ilke ve esaslarını belirler. Bu kapsamda yayımlanacak olan eserlerin tespitini yaparak RTÜK Başkanlığına sunar. Eserlerin basımı, sayısı ve diğer hususlarla ilgili konularda RTÜK Başkanlığı yetkilidir. İletişim fakültesi dekanlıkları yayımlanmasını istedikleri çalışmalarını İLKİS Yayım Komisyonu'na gönderirler. Komisyon, yayım ilke ve esaslarına uygun olan çalışmalarını belirleyip RTÜK Başkanlığına bildirir. Yayım Komisyonu tarafından belirlenerek RTÜK başkanlığı tarafından basılan eserlerin basım giderleri RTÜK başkanlığı tarafından karşılanır. Eserlerle ilgili telif ücreti veya herhangi bir ad altında hiçbir ücret ödenmez. İLKİS Yayım Komisyonu, RTÜK başkanlığının talep etmesi halinde sipariş usulü ile araştırma, derleme, çeviri yaptırabilir ve yayımlatabilir.<sup>17</sup>

### **3.3.1.5. RTÜK’ün Medyada Yaptığı Çalışmalar**

RTÜK medya okuryazarlığıyla ilgili olarak toplantıların ve panellerin yanında ayrıca bu amaçla yazılı ve görsel basında ve sanal medyada konuyla ilgili birçok farklı çalışma yapmaktadır. Bu çalışmalar televizyon ve internet çalışmaları olarak ayrılabilir.

#### **3.3.1.5.1. Televizyon**

Televizyon medya tüketicilerinin ve özellikle de bu tüketiciler içinde çok büyük bir orana sahip olan çocukların en çok tükettiği medya aracıdır. Bu sebeple RTÜK özellikle televizyon konusunda küçükleri koruma, ebeveynleri, eğitimcileri ve araştırmacıları bilinçlendirme amacıyla çeşitli çalışmalar yapmıştır. Bu çalışmalar “Akıllı İşaretler, Medya Okuryazarlığı Tanıtım Filmi, İyi Uykular Çocuklar Projesi” olarak sıralanabilir.

##### **3.3.1.5.1.1. Akıllı İşaretler**

RTÜK’ün medya okuryazarlığı konusunda yapmış olduğu çalışmaların önemli bölümünü medyanın etkilerine karşı toplumu koruma ve eğitime konusunda yapılanlar oluşturmaktadır. Bu çalışmalardan biri Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’nun 2000 yılında başlattığı simge sistemi çalışmalarını sonuçlandırarak uygulamaya koyduğu “Akıllı İşaretler”dir. Altun’a göre ebeveynleri program içeriği

<sup>17</sup> [http://ifop.kocaeli.edu.tr/RTUK\\_Protokol.pdf](http://ifop.kocaeli.edu.tr/RTUK_Protokol.pdf) (Erişim Tarihi: 26.07.2012 )

hakkında bilgilendirerek, çocuk ve gençlerin yayınlardaki zararlı içerikten korunmasında inisiyatif almaya yönlendirici sistem, kontrolü ve sorumluluğu izleyici ile paylaşmaya da bir başlangıç olarak görülebilir (Altun, 2009: 3). Bu işaretler ebeveynlere programların niteliği hakkında bilgi vermektedir.

RTÜK'e göre "Akıllı İşaretler", televizyon yayınlarının içeriğiyle ilgili bilgilendirici bir sınıflandırma sistemidir. Bu sistem, televizyon yayıncılarının, anne babaların ve genelde toplumun, çocukları ve gençleri televizyon yayınlarının olası zararlı etkilerinden koruma sorumluluğunu yerine getirmelerinde onlara yardımcı olmak üzere tasarlanmıştır.<sup>18</sup> Akıllı İşaretler Sınıflandırma Sistemi önemli bir talebi karşılamaktadır. Toplumun farklı kesimlerinin temsil edildiği geniş çaplı bir araştırma sonucu anne babaların %80'e yakınının televizyon programlarının içeriği konusunda bilgilenecek ve uyarılmak istediklerini ortaya koymuştur. Bu talep sistemin en önemli gerekçesini oluşturmaktadır.<sup>19</sup>

RTÜK'ün Medya Okuryazarlığı resmi sitesinde "Akıllı İşaretler Sistemi"nin konuyla ilgili bağımsız uzmanlar tarafından geliştirilmiş karma bir sistem olduğu dile getirilir. Yine RTÜK'ün kendi internet sayfasından verdiği bilgilere göre bu sistem, iki konuda bilgi vermektedir. Buna göre öncelikle programın olası zararlı içeriği tartışılmıştır; daha sonra programın hangi yaş grubuna uygun olduğu ele alınmıştır:

*1) Programın olası zararlı içeriği: Zararlı etkileri olabilecek içerik alanları; şiddet ve korku, cinsellik ve örnek oluşturabilecek olumsuz davranışlar (ayrımcılık, alkol ve sigaranın aşırı kullanımı, madde kullanımı, yasa dışı davranışlar ile kaba konuşma /küfür) olarak belirlenmiştir.*

*2) Programın hangi yaş grubuna uygun olduğu: Programlardan etkilenme düzeylerine göre yaş grupları, genel izleyici, +7 yaş, +13 yaş ve +18 yaş olmak üzere dört grupta ele alınmıştır.*<sup>20</sup>

Bir programın hangi türde zararlı içerik taşıdığı ve hangi yaş grubunun izlemesinin uygun olduğunu belirleyebilmek için bir soru formu geliştirilmiştir. Soru formuna "Örnek Kodlama Formu" başlığı altında ulaşılabilir. Bu form, sınıflama sistemine dahil tüm programlar için yayıncı kuruluşların görevlendirdiği ve sistem

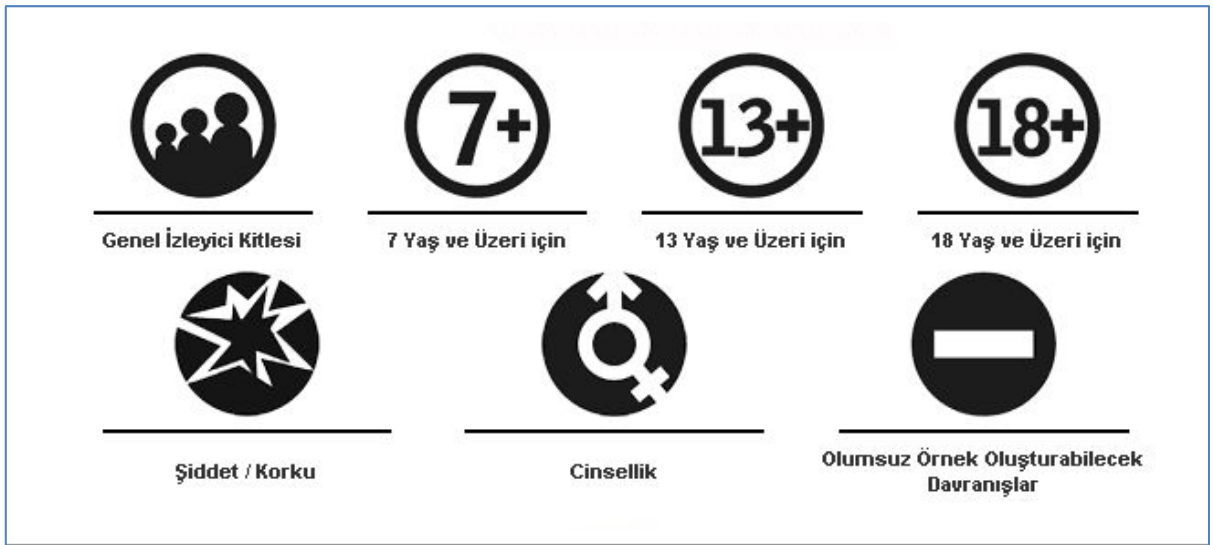
<sup>18</sup> <http://www.rtukisaretler.gov.tr/RTUK/akilli.jsp> (Erişim Tarihi: 25.04.2012)

<sup>19</sup> <http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/isaretler.html>(Erişim Tarihi: 25.04.2012)

<sup>20</sup> <http://www.rtukisaretler.gov.tr/RTUK/akilli.jsp> (Erişim Tarihi: 25.04.2012).

hakkında önceden eğitilmiş sertifika sahibi kodlayıcılar tarafından elektronik ortamda doldurulmaktadır. Form üzerinde işaretlenen yanıtlara göre sonuç otomatik olarak saptanmış olur. Bir programın ne tür bir zararlı içerik taşıdığını ve hangi yaş grubu için önerildiğini belirtmek için semboller kullanılır.<sup>21</sup>

Programın televizyonda yayını esnasında ve yazılı/görsel-işitsel medyada söz konusu programların duyurularıyla veya ilânıyla birlikte bu sembolleri görmek mümkündür. Ayrıca bu web sayfasında ‘arama’ başlığı altında da ilgili programla birlikte aldığı sembol ve ne anlama geldiği bildirilmektedir.<sup>22</sup>



Şekil 3: Türk Televizyonlarında Kullanılan Akıllı İşaretler<sup>23</sup>

### 3.3.1.5.1.2. Medya Okuryazarlığı Tanıtım Filmi

RTÜK seçmeli medya okuryazarlığı dersinin daha fazla öğrenci tarafından seçilmesi için öğrenci ve velileri hedef alan “Medya Okuryazarlığı Tanıtım Filmi” hazırlamıştır (Bkz. Ek-Video 1). Bu tanıtım filmi pek çok kanalda gösterilmektedir (RTÜK, 2006’dan aktaran Altun, 2009: 11).

<sup>21</sup> <http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/isaretler.html> (Erişim Tarihi: 25.04.2012)

<sup>22</sup> <http://www.rtukcocuk.org.tr/> (Erişim Tarihi: 25.04.2012)

<sup>23</sup> <http://www.rtukisaretler.gov.tr/RTUK/> (Erişim Tarihi: 25.04.2012).

### 3.3.1.5.1.3. İyi Uykular Çocuklar Projesi

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ile Televizyon Yayıncıları Derneğinin işbirliği sonucunda hazırlanan “İyi Uykular Çocuklar Projesi”, okul öncesi ve ilköğretim çağı çocuklarına akşamları erken yatma alışkanlığının kazandırılmasını, anne ve babaların çocukların erken yatırılması konusunda duyarlılıklarının ve etkinliklerinin artırılmasını ve çocukların geç saatlerdeki televizyon yayınlarının olası zararlı etkilerinden korunmasını amaçlamaktadır. Bu proje kapsamında üretilen görüntüde Hacettepe Üniversitesi Çocuk ve Ergen Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı öğretim üyesi Ferhunde Öktem’in erken uyumanın önemi hakkında konuştuğu görülmektedir (Bkz. Ek-Video 2).

Proje, akşamları saat 21.30’dan itibaren çocukların uyku saatinin geldiğini hatırlatan canlandırmaların (çizgi canlandırma), tüm ulusal televizyon kanallarında yayınlanmasını kapsamaktadır. Canlandırmalar, yayın kuruluşlarına kullanım kolaylığı sağlamak amacıyla, bant reklâm formunda hazırlanmış ve ses kullanılmamıştır. Böylece yayın kuruluşlarının program akışlarını bozmadan canlandırmaları kullanarak çocuklara ve ebeveynlere televizyon izleme saatinin bittiğini anımsatma işlevi yüklenmiştir.

Akıllı İşaretler Sembol Sisteminin logosu olan Tele karakterinin oynadığı, birbirinden farklı üç canlandırmada, çocuklara, “İyi Uykular Çocuklar”, “Haydi Çocuklar Uykuya” ve “Bugünlük Televizyon Yeter, Bütün Çocuklara İyi Geceler” mesajları verilmektedir.

İyi Uykular Çocuklar Projesi, yasaklama ve yaptırım uygulama yerine sorumluluk ve duyarlılık geliştirmeyi amaçlamakta, düzenleyici otorite ile sivil toplum işbirliğine, yayıncı sorumluluğuna ve ebeveyn duyarlılığına dayanmaktadır. Ebeveynlerin ekrandaki hatırlatmayı dikkate almaları ve çocuklarını erken yatırmaları, projenin başarıya ulaşmasının en önemli koşulu olarak görülmekte, uygulamayla, ekran karşısındaki izleyicinin etkinliğinin daha da artırılması beklenmektedir.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> [http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik\\_id=f1c09246-2671-48da-a664-f3f41de8821d](http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=f1c09246-2671-48da-a664-f3f41de8821d) (Erişim Tarihi: 27.07.2012)

### **3.3.1.5.2. İnternet**

21. yüzyıl iletişim ve internet çağı olarak adlandırılmaktadır. Bu nedenle gelişen internet olanaklarıyla birlikte toplumun önemli bir kısmı için internet hayatın vazgeçilmezleri arasına çoktan girmiştir. Bu nedenle RTÜK yine başta çocuklar olmak üzere bütün bireylerin internet konusunda bilinçlenmesini hedeflemekte ve bu amaca uygun çeşitli çalışmalar yapmaktadır.

#### **3.3.1.5.2.1. Medya Okuryazarlığı Web Sitesi**

*www.medyaokuryazarligi.org.tr* sitesinde yetişkinlere, öğretmenlere, öğrencilere ve medya çalışanlarına yönelik medya okuryazarlığı ile ilgili çeşitli bilgiler verilmektedir (RTÜK, 2006'dan aktaran Altun, 2009: 11).

#### **3.3.1.5.2.2. RTÜK Çocuk Web Sayfası**

Medya okuryazarlığı konusunda RTÜK tarafından yapılan en önemli çalışmalardan biri de RTÜK Çocuk Web Sayfasıdır. *www.rtukcocuk.org.tr* Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun Misak-ı Milli İlköğretim Okulu, İhsan Doğramacı Vakfı Özel Bilkent İlköğretim Okulu ve Türkiye Emlak Bankası İlköğretim Okulu'nun işbirliğiyle öğrenciler tarafından hazırlanan RTÜK Çocuk Web Sayfası, çocuklarda medya okuryazarlığını geliştirmeyi amaçlamaktadır. RTÜK, Akıllı İşaretler, Çocuk Hakları, Ne İzleyelim, TV Okuru gibi çeşitli başlıklarla medya okuryazarlığını geliştirmeyi amaçlayan bu web sayfasında çocuklar tarafından yapılan medya okuryazarlığı çalışmalarına da yer vermiştir (Altun 2009: 11).

#### **3.3.1.6. Ankara Medya Okuryazarlığı Çalıştayı - 2012 Temmuz**

31 Haziran - 1 Temmuz 2012 tarihleri arasında Ankara'da Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Fatma Şahin, RTÜK başkanı Davut Dursun ve diğer RTÜK üyelerinin katıldığı bir medya okuryazarlığı çalıştayı gerçekleştirilmiştir. Ülkemizde oldukça hızlı bir şekilde yaygınlaşan internet, sosyal ağlar ve yeni medya alanlarındaki gelişmeler dikkate alınarak mevcut uygulamalar gözden geçirilmiş ve çalıştay sürecinde medya okuryazarlığı dersi, medya aracılığıyla öğrenmek yerine, medya hakkında öğrenme bağlamında ele alınmıştır. Hedef kitlenin bu derslere etkin katılımı ve yaratıcılık yeteneklerinin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Çalıştayı sonuç



bildirgesinde medya okuryazarlığı dersinin, uygulama ağırlıklı olarak (medya çözümlenmeleri ve üretimi) plânlanıp yürütülmesi, yaşam boyu öğrenme kapsamında medya okuryazarlığı eğitiminin öğrenci, öğretmen, aile üçgeninde ele alınması ve konuyla ilgili paydaşların (kamu kuruluşları, STK'lar, medya kuruluşları, sendikalar vb.) ve öğretmenlerin, katılımcı bir anlayışla medya okuryazarlığı sürecine dâhil edilmesi öngörülmektedir. Ayrıca sonuç bildirgesinde medya okuryazarlığının geliştirilmesi için özetle şu öneriler dile getirilmiştir.

- *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*
- *Lise düzeyinde “medya okuryazarlığı ve uygulamaları” veya başka adlar altında aynı temada bir ders, seçmeli olarak sunulmalıdır.*
- *Medya okuryazarlığıyla ilgili program içerikleri sürekli yenilenmelidir.*
- *Medya okuryazarlığı dersinin öğretim materyalleri hem yazılı hem de kitle iletişim araçları ortamlarında düzenlenmelidir.*
- *Her yıl farklı bir temada olmak üzere ulusal ve yerel paydaşlar da sürece dâhil edilerek okullarda medya okuryazarlığı haftası düzenlenmelidir.*
- *Medya okuryazarlığı dersi, alanında yetkin öğretmenler tarafından verilmelidir. Ancak öğretmenler çeşitli kaynaklardan yararlanabilmelidir.*
- *Hâlihazırda bu dersi veren öğretmenlerin mesleki gelişmelerinin sağlanması için mesleki hizmet içi eğitimler düzenlenmelidir.*

Bu çalıştayın kurumsallaştırılarak sürekliliğinin sağlanması ve sekretaryasının Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından yürütülmesi önerilmiştir.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> <http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/cal9.html> (Erişim Tarihi: 26.07.2012)

### 3.3.2. Milli Eğitim Bakanlığı (MEB)

Daha öncede değinildiği gibi Türkiye’de medya okuryazarlığı çalışmalarının en önemli iki aktörü RTÜK ve MEB’dir. MEB medya okuryazarlığının okullarda seçmeli ders olarak okutulmasını sağlamıştır. Bunun yanında bu dersi verecek öğretmenlerin yetiştirilmesi ve bu programın geliştirilmesi için çeşitli faaliyetler yapmaya devam etmektedir. Aşağıda medya okuryazarlığı dersini seçen öğrencilerin yıllara göre oranları verilmiştir <sup>26</sup>:

Yıllar	Bütün seçmeli dersler	Medya okuryazarlığı
2007-2008	1277767	166398
2008-2009	1334335	349140
2009-2010	1386419	338171
2010-2011	1400525	132945

Tablo 3: Medya Okuryazarlığı Dersi Seçilme Oranları 6. Sınıf Tablosu

Yıllar	Bütün seçmeli dersler	Medya okuryazarlığı
2007-2008	1229524	175997
2008-2009	1244440	271712
2009-2010	1297287	202356
2010-2011	1336788	70035

Tablo 4: Medya Okuryazarlığı Dersi Seçilme Oranları 7. Sınıf Tablosu

Yıllar	Bütün seçmeli dersler	Medya okuryazarlığı
2007-2008	1212640	79019
2008-2009	1205922	401496
2009-2010	1223439	332121
2010-2011	1273349	204996

Tablo 5: Medya Okuryazarlığı Dersi Seçilme Oranları 8. Sınıf Tablosu

<sup>26</sup> [www.medyaokuryazarligi.org.tr/documents/mehmetgrbz.doc](http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/documents/mehmetgrbz.doc)

Yıllar	İl sayısı	Medya okuryazarlığını seçen okul sayısı	Toplam öğrenci sayısı	Medya okuryazarlığı dersini seçen öğrenci sayısı	Seçim oranı
2007-2008	81	3573	3719931	421414	%11,32
2008-2009	81	7294	3784697	1022348	%27
2009-2010	81	7104	3907145	872648	%22,33
2010-2011	81	4358	4010662	407976	%10,17

Tablo 6: Medya Okuryazarlığı Dersini Seçen Okul ve Öğrenci Sayısı Tablosu

### 3.3.2.1. 2006 - Medya okuryazarlığı Dersi Taslak Öğretim Programı ve Öğretmen Kılavuzu

Bu bölümde T.C. Millî Eğitim Bakanlığı ile Radyo ve Televizyon Talim ve Terbiye Kurulu Üst Kurulu'nun 2006 yılında hazırlamış olduğu "Medya okuryazarlığı Dersi Taslak Öğretim Programı ve Öğretmen Kılavuzu" kitabına değinilecektir. Bilgi, insanlık tarihinin her döneminde önemli olmakla beraber, iletişim olanaklarının küçülttüğü dünyamızda en önemli etken durumuna gelmiştir. Çağımızda tartışılmaz üstünlük "bilgiyi üreten" ve "bilgiyi kullananlar"ındır. Bilginin kazanılmasında, kullanılmasında ve donanımlı insan gücünün yetiştirilmesinde de en önemli görev eğitim sistemine düşmektedir. Kalkınma plânları ve millî eğitim şûralarında sıklıkla öğretim programlarının, öğrencilerin bilgiye ulaşma yollarını öğrenmelerine, sorun çözme ve karar verme becerilerini geliştirmelerine olanak sağlayacak şekilde yeniden düzenlenmesine ihtiyaç olduğu dile getirilmektedir. Tüm bu ihtiyaçlar doğrultusunda dünyada yaşanan gelişmelere paralel olarak öğretim programlarında yeni yaklaşımlar dikkat çeker duruma gelmiştir. Bu nedenle Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı bilginin taşıdığı değeri ve bireyin var olan deneyimlerini dikkate alan bir yaklaşımla hazırlanmıştır (MEB, 2006). 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.

### 3.3.3. Üniversiteler ve Akademisyenler

Medya okuryazarlığı bütün batılı ülkelerde akademisyenlerin, sivil toplum örgütleri ve üniversite destekli özel kuruluşların her yaşa ve seviyeye hitap eden etkinlikleri, yarışma ve eğitim programlarıyla gelişmektedir. Türkiye'de bu konuda

yapılan çalışmalar kamu denetimindeki ilgili kurum ve kuruluşlarla akademisyen araştırmalarıyla, iletişim fakültesindeki lisans yüksek lisans ve doktora dersleri bünyesinde ele alınmaktadır. Özel sektörün veya sivil toplum kuruluşlarının gerçekleştirdiği etkinliklere pek rastlanmamaktadır.

### **3.3.3.1. 2005 - Marmara Üniversitesi İletişim I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı**

“Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi olarak, toplumumuzdaki kitle iletişim/medya ortamının iyileştirilmesine katkıda bulunmak amacıyla, Türkiye’de “medya okuryazarlığı” konferans dizisini ulusal düzeyde başlatmak istiyoruz.”<sup>27</sup>

Marmara üniversitesi yukarıdaki çağrıyla birlikte 23–25 Mayıs 2005’te Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi “İletişimciler Haftası” içinde “Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı” düzenlemiştir. Bu konferansa çağrılı konuşmacıların yanı sıra yurt içi ve yurt dışından, bildiriyle ve etkin dinleyici olarak pek çok akademisyen, medya çalışanı, medya ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri, öğrenciler ve halk katılarak medya okuryazarlığının önemi hakkında konuşmalar yapmışlardır. Türkoğlu’nun aktardığına göre konferansı düzenleyenler amaçlarını şöyle ifade etmişlerdir: *“Bilgi edinme ve edinilen bilgiyi kullanma hakkı, temel yurttaşlık hakkıdır. Kitle iletişim araçları, bu hakkın gerçekleştirilmesi için vazgeçilmez kaynaklardır. Yazılı ve görsel tüm kaynakların oluşturduğu iletilerle donatılmış bir dünyada yaşamak için yeni iletişim becerilerine gerek vardır. Gazeteler, dergiler, radyo, televizyon, sinema ve internet, hızla gelişen teknolojiden yararlanırken, yurttaşların da yeni bir kavram olan “medya okuryazarlığı” ile tanışması gerekmektedir. Bu amaçla, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde her yıl mayıs ayında düzenlenen “İletişimciler Haftası”nda bu yıl akademik konferans ve bir dizi etkinlikle “medya okuryazarlığı” konusunu ele alacağız. Önümüzdeki yıllarda geniş katılımlı olarak ulusal ve uluslararası boyutlara taşımak istediğimiz konferansımıza katkılarınızı bekliyoruz.”* (Türkoğlu, 2006: 9).

2005 yılından sonra İstanbul şehir Üniversitesi 5- 6 Ekim 2012’de “Bilgi Okuryazarlığı Konferansı” düzenleyerek çalışmaları uluslararası alanda oldukça ilgi gören ve Rhode Island Üniversitesi Harrington İletişim Ve Medya Okulu’nun kurucusu ve dekanı olan Prof. Dr. Renee Hobbs’un konuşmacı olarak katıldığı ve

<sup>27</sup><http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/kaynaklar/konferans1.pdf> (Erişim Tarihi: 25.04.2012)

çalıştaylarla desteklediği iki günlük bir etkinlik programı gerçekleştirmiştir. Bu konferansta Renee Hobbs, sayısal ve medya okuryazarlığı eğitimindeki küresel gelişimlere ve gelecekte ihtiyaç duyulan dönüşümlere dikkat çekmiştir.

### **3.3.4. Sivil Toplum Kuruluşları**

Türkiye’de sivil toplum kuruluşlarının medya okuryazarlığı konusunda etkin olduğu söylenemez. Çünkü bu çalışmalar genellikle daha önce de belirtildiği gibi devlet eliyle gerçekleştirilmektedir. Henüz bu konuda sivil teşebbüs diyebileceğimiz bir oluşum ve girişim yoktur.

#### **3.3.4.1. 2004 - Türkiye’de Şiddeti Önleme; Medya Ve Şiddet Alt Çalışma Raporu**

Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü bünyesinde yapılan bu çalışmada şiddet içerikli araştırmaların sonuçları bir rapor haline getirilip ilgili makama sunulmaktadır. Bu raporda önce şiddet tanımlanmış, sonra şiddetin çeşitlerine değinilmiş ve son olarak da medya üzerinden bu konuyla ilgili neler yapılabilir sorusuna cevap aranmıştır. Bu raporda şiddet genel olarak bir bireyin diğer birey üzerinde uyguladığı fiziksel, sözel, duygusal ve cinsel saldırı olarak tanımlanmaktadır (Belkin, 1980’den aktaran, Şiddeti Önleme Platformu Medya ve Şiddet Çalışma Grubu Raporu 2004) Şiddetin çeşitleri “güçlü konumda olandan” “güçsüze” yönelik olan “fiziksel şiddet” ve psikolojik temellere dayanan “duygusal şiddet”tir. Bunun günümüzde en bilinen adı “Mobbing”dir. Bir diğer şiddet türü de cinsel şiddettir. Araştırmalar, özellikle kadına ve çocuklara yönelik olan bu tür şiddetin cinsel kimlik sorunlardan ve erkek otoritesine ilişkin çatışmalardan kaynaklandığını göstermektedir (Stark vd, 1988’den aktaran, Şiddeti Önleme Platformu Medya ve Şiddet Çalışma Grubu Raporu, 2004).

Bütün bu anlatılanlardan hareketle Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü’nün resmi sitesinden alınan ve Şiddeti Önleme Platformu, Medya ve Şiddet Çalışma Grubu’nun hazırladığı öneriler üç farklı kategoride değerlendirilmiştir.

#### *a) Eğitime Yönelik Öneriler*

*- Medya yöneticileri ve senaristler gibi medya çalışanlarının şiddete ilişkin duyarlılıklarını arttırıcı seminerler düzenlenmesi;*

- Medya karşısında bilinçli izleyiciler oluşturulması izleyiciye medya okuryazarlığı eğitimi verilmesi;
- Eğitim programlarına şiddetin önlenmesine yönelik duyarlılık artırıcı etkinlikler konulması ve medya okuryazarlığının geliştirilmesi, aile-okul işbirliğinin daha etkin bir şekilde gerçekleştirilmesi;
- Şiddet ve medya okuryazarlığı hakkında kamu kurumları ile sivil toplum örgütlerine yönelik eğitimlerin düzenlenmesi;
- Şiddete uğramış kişilere bu alandaki haklarını kullanmaları konusunda bilgilendirici ve bilinci artırıcı programların yapılması;
- Çocukları televizyonun olumsuz etkisinden korumak amacıyla ailelerin televizyonu çocuklarla birlikte izlemesi, yorumlaması, seçici olması;
- Öğrenciler arasında kısa filmler, spotlar ve sloganlar üretilmesi ve konularının şiddet ile ilişkili olmasının teşvik edilmesi;

*b) İlgili Araştırmalara Yönelik Öneriler*

- Çeşitli alanlarda şiddetin yer alma biçimi ve etkileri konusunda bilgi ve veri eksikliğini tamamlamak üzere alan araştırmalarının yapılması; iletişim, psikoloji, psikiyatri, sosyoloji, eğitim bilimleri ve diğer ilgili bilim dallarındaki öğretim üyelerinin katkısının sağlanması.
- Şiddete karşı oluşturulacak bir kampanya çerçevesinde üniversitelerin ilgili bölümlerinin bitirme ödevleri, öğrenci ürünleri ve yüksek lisans ve doktora tezlerinin konularının şiddet ile ilişkili olmasının sağlanması;

*c) Medyaya ilişkin düzenlemelere yönelik öneriler*

- Ulusal kanallarda, toplumun önde gelen simalarının yer aldığı ve şiddet karşıtı içerikli spotların yayınlanması;
- Görsel ve yazılı basın kuruluşlarının şiddet konusunda özdenetim anlayışına yönelmesi için kampanyalar başlatılması;
- TRT tarafından hazırlanacak şiddet karşıtı haberler içeren programlar yoluyla kamuoyunun duyarlılığının artırılması;
- Şiddet içeren programlar için aileleri uyarıcı/bilgilendirici koruyucu simge sisteminin uygulamaya konulması;

- TRT Televizyon Dairesi Başkanlığı tarafından halkın telefonla katılacağı türden haftalık veya aylık interaktif programlar ve spot filmler hazırlanıp yayınlanması;
- Medyada, ailelerin şiddete karşı tutumlar geliştirmesini ve bu yönde değerler kazanmalarını sağlayacak programların hazırlanması;
- Ortaöğretim çağı çocuklarına yönelik yarışmalara, belgesellere, filmlere veya öğretici oyunlara medyada yer verilerek çocukların şiddet içeren yayınlara yönelmesinin engellenmeye çalışılması;
- Çocukların okuyabileceği günlük/haftalık gazete ve dergilerde çocuklara yönelik köşeler ya da sayfalar hazırlanması;
- Çocukların hazırladığı eğitici ve olumlu mesajlar içeren materyallere yazılı ve görsel basında yer verilmesi;
- Yayından kaldırılan programlar yerine şiddete karşı duyarlılığı artırıcı, kaliteli ve olumlu mesajlar veren eğitici programların oluşturulması;
- Televizyon kanallarında yayınlanan dini içerikli sohbetlerde şiddete karşı bilinci artıracak konuşmalara yer verilmesinin sağlanması;
- Şiddet içerikli yayınlara uygulanan müeyyidelerin yaptırım gücünün artırılması ve uygulanabilmesi;
- Şiddete karşı mücadele edecek kuruluşların teşvik edilmesi;
- Medya sektörünün kurumsallaşmasına katkı sağlayacak frekans tahsisi ihalesinin yapılması;
- İletişimde Etik Kurulunun oluşturulması, Basın Meslek İlkelerine uyulması ve bunun denetlenmesi için gerekli tedbirlerin alınması;

*Bu önerilerinden sonra komisyon tarafından yapılan bazı faaliyetler şunlardır:*

- Öneriler doğrultusunda TRT Haber Merkezi Sabah haber kuşakları, Sağlık Olsun vb. haber programlarına konuk olarak davet edilecek uzmanların, bilim adamları ve ilgili siyasilerin yaklaşımıyla konunun sürekli olarak gündemde tutulmasını hedefleyen bir plân yapmış ve uygulamaya da başlamıştır;
- TRT Televizyon Dairesi Başkanlığı önümüzdeki yayın döneminde duyarlılığı artırıcı interaktif programlar hazırlayacaktır;

- İlk ve orta öğretim ders programlarına medya okuryazarlığı dersi konulmasına ve ulusal televizyon kuruluşlarının temsilcilerine ayrımcılığa ve şiddete karşı duyarlılığın arttırılmasına yönelik eğitim verilmesine ilişkin öneriler RTÜK'ün 22.09.2004 tarihli toplantısında gündeme getirilmiş ve oy birliğiyle kabul edilmiştir;
- RTÜK tarafından ulusal TV kanallarının denetim görevlilerinin yayınlardaki şiddet içerikli mesajlara karşı duyarlılıklarını arttırmaya yönelik olarak İstanbul'da bir eğitim toplantısı düzenlemiştir;
- Ayrıca RTÜK medya okuryazarlığı dersinin ders programlarına eklenmesi için MEB ile resmi temaslara başlamıştır.<sup>28</sup>

### **3.3.5. Basında ve internette medya okuryazarlığı**

2000'li yıllardan itibaren RTÜK ve MEB'in medya okuryazarlığı alanında yapmış olduğu faaliyetler basında da yer almaya başlamıştır. Gerek yazılı basındaki gazete haberlerinde ve köşe yazılarında gerekse internet medyasında medya okuryazarlığının önemi üzerine birçok haber, köşe yazısı, röportaj ve anket gibi çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Medya bu konuda bir farkındalık oluşturacak her çalışmaya destek vermektedir. (Bu konuyla ilgili gazete ve internette çıkan haber, fotoğraf ve köşe yazıları için bkz. Ek-1 ve Ek-2).

---

<sup>28</sup><http://www.athgm.gov.tr> (Erişim Tarihi: 25.04.2012)



## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### ASYA VE UZAKDOĞU ÜLKELERİNDE MEDYA OKURYAZARLIĞI

Medya okuryazarlığı dünyada uzun zamandan beri ABD, Kanada, İngiltere gibi başta batılı devletler olmak üzere birçok ülkenin gündemindedir. Medya okuryazarlığı çalışmalarının batı ülkeleri üzerinden tanımlanmasına ve yapılan bütün çalışmaların UNESCO ve AB tarafından batının sorunları ve yöntemleriyle hazırlandığı bilinmektedir. Alanda Okyanusya ülkelerinden Yeni Zelanda'nın yapmış olduğu uygulama ve araştırmaların batı ülkelerinde ve ABD'de inceleme alanı oluşturması bu ülkenin çalışmaya değer bir dizin olduğu yönündedir. Genel çerçevede Asya ülkeleri ve detayda Yeni Zelanda incelenerek medya okuryazarlığı eğitimi ve müfredatla ilgili geniş bir araştırma evreni ele alınmıştır.

#### 4.1. Kıta Asya'sında Medya Okuryazarlığı Çalışmaları

Asya kıtası denilince Ortadoğu'dan Okyanusya'ya kadar olan bir alanı içerse de akla ilk gelen coğrafya Kıta Asya'sıdır. Asya kıtasında medya okuryazarlığı çeşitli ülkelerin gündemine girmiş olmasına rağmen yapılan araştırmalardan elde edilen bilgilere göre Yeni Zelanda hariç birçok Asya ülkesinin bu konuda oldukça geri kaldığı görülmektedir. Bu bölümde bu kıtada medya okuryazarlığı alanında çalışma yapan ülkeler incelenmiştir. Bu ülkeler Rusya, Ukrayna, Çin, Hindistan, Nepal, Bhutan, Avustralya, Japonya, Güney Kore, Endonezya ve Malezya'dır.

##### 4.1.1. Rusya

Binark ve Berk'in aktardığına göre Rus okullarında medya eğitimi zorunlu değildir. Ancak başka derslerin (örneğin tarih, edebiyat, sanat gibi) içinde işlenmektedir. Zorunlu olmamasına rağmen 7- 17 yaş arasındakiler için bir izlence tasarlanmıştır. Bununla birlikte medya eğitiminin merkezi bir amacı yoktur; bazı öğretmenler kurama, bazıları uygulamaya, bazıları ise estetik değerlere odaklanır (Binark ve Berk, 2007: 85). Birleştirici faktör ise Rus medya öğretmenlerinin öğrencilerin medya metinleri hakkındaki eleştirel düşüncelerini geliştirme aracı olarak medya eğitimiyle ilgilenmeleridir.

#### 4.1.2. Ukrayna

Kiev'deki Towson Üniversitesi 2006 yılında “Eski Komünist Ülkelerdeki Üniversitelerde Medya Okuryazarlığı” isimli bir seminer düzenlemiştir. Bu programın amacı eski Sovyet ülkeleri ve Doğu Avrupa ülkelerinde üniversitelerdeki öğrencilere disiplinler arası medya okuryazarlığını tanıttırmasıdır.<sup>29</sup>

2008 yılında Internetnews Network kuruluşu U-Media programının altında medya okuryazarlığı tartışmasını başlatan ilk kurum olmuştur. Internetnews Network Ukrayna'da on yedi seneden beri yerel medyayı güçlendirmek için çalışmaktadır. 2008-2011 yılları arasında U-Media organizasyonu bağımsız medyayı destekleyen çalışmalar yapmıştır. 2009'dan sonra U-Media Ukraynalılar için medya okuryazarlığı eğitimleri başlatmıştır (Negreyeva ve Prasad, 2012: 35).

#### 4.1.3. Çin

Eğitim Bakanlığı 2002 yılında hazırladığı “Medya Okuryazarlığı Eğitimi Poliçesi Beyaz Sayfa” programıyla medya okuryazarlığının bakanlık için gittikçe önemi artan bir alan haline geldiğini ortaya koymuştur. Bu amaçla birçok öğretmen eğitime alınmış ve halka medyanın bireyler üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerinin vurgulandığı birçok etkinlik gerçekleştirilmiştir.

2008 yılında ilk ve orta dereceli okulların eğitim müfredatında sosyal öğrenim yeteneği olarak yer alan medya okuryazarlığı dersi resmi olarak 2011 yılında temel medya okuryazarlığı dersi olarak okul kitaplarında yer alması hedeflenmiştir.

Geçen yıllar içinde medya okuryazarlığı eğitimi 9 yıllık zorunlu eğitimin bir parçası olarak plânlanmıştır. Öğretmen eğitimi ve müfredat buna göre şekillendirilmiştir.

2008 yılında eğitim bakanlığı “İlk Ve Orta Dereceli Okullarda Medya Okuryazarlığını Geliştirme Programı” adı altında bazı hazırlıklar yapılmasını öngörmüştür. Bunlar:

- 1- *Öğretim materyalleri araştırma ve geliştirme çalışması: Bu çalışmaya düşünürler, medya çalışanları, ilk ve orta dereceli okullarda görev yapan*

---

<sup>29</sup> <http://www.armyouthinfo.com/media-literacy-seminar-in-ukraine/> (Erişim Tarihi: 24.07.2012)

*öğretmenler davet edilerek 9 yıllık zorunlu eğitimde kullanılacak medya okuryazarlığı dersi materyalleri üzerine çalışma yapılmıştır.*

- 2- *Öğretmen eğitimi: Bu eğitimde öğretmenlere medya okuryazarlığına giriş, yurttaşlık eğitimi, metin çevirisi, medyaya erişim gibi eğitimler verilmiştir.*
- 3- *Okul ziyaretleri ders turları: Üniversite hocaları, özel sektör çalışanları ve uzmanlar liselerde ücretsiz dersler vermişlerdir. Bu derslere öğretmenler ve veliler davet edilmiştir.*
- 4- *Çeşitli faaliyetler ve yarışmalar: Okullarda, basılı medyada, elektronik medyada konuyla ilgili çeşitli yarışmalar düzenlenecektir.*
- 5- *Medya okuryazarlığı platformu sitesi: Medya okuryazarlığı dersinin içeriğinin paylaşılacağı bir internet sitesi kurulacaktır.<sup>30</sup>*

#### **4.1.4. Hindistan**

“Ulusal Eğitim ve Araştırma Konseyi Tavsiye Raporu” Hindistan’ın gelişen medyası ve toplum üzerindeki etkisi bu raporun hazırlanmasına öncülük etmiştir. Bu raporda kitle iletişiminin, TV, radyo ve internet gibi iletişim araçlarının etkisine değinilmiştir.

Ulusal Eğitim ve Araştırma Konseyi’ne bağlı Eğitim ve teknoloji enstitüsü radyo, TV, uydu ve siber medyanın eğitimin her aşamasında ele alınması gerektiğine dair çalışma yürütmektedir. Eğitim ve teknoloji enstitüsü öğrencilerin kendi medya ürünlerini geliştirebilmeleri için fırsatlar yaratmaktadır. Hindistan’da gerçekleştirilen bazı medya okuryazarlığı faaliyetleri şunlardır:

Gandhi Medya Okuryazarlığı Programı: Çocuklar için Gandhi Smriti ve Darshan Samiti tarafından 2003 yılında Mahatma Gandhi’nin 1903 yılında Güney Afrika’da kurmuş olduğu ve hâlâ yayını sürdüren “Hint Düşüncesi” yılı etkinlikleri çerçevesinde kurulmuştur. Bu programa Delhi, Chandigarh, Solan ve Belgaum’dan katılımlar olmuştur. Gandhi medya okuryazarlığı programı velilere, öğretmenlere ve öğrencilere daha eleştirel olmayı, medya okuryazarlığının faydalarını, kurguyla gerçeği birbirinden ayırt edebilmeyi ve medya mesajları üzerine düşünebilmelerini öğretmeyi hedeflemiştir.

---

<sup>30</sup> <http://english.moe.gov.tw/ct.asp?xItem=10938&ctNode=502&mp=1> (Erişim Tarihi: 24.07.2012)

Balvani Gençliğinin Sesi: Lalitpur'un 10 köyünden seçilen yaşları 8- 14 arası 30 çocuğa UNICEF tarafından desteklenen bir sivil toplum kuruluşu olan Saarthi Vakfı tarafından "çocuk muhabirlik" eğitimi verilmiştir.

UNODC-Quest Medya Okuryazarlığı Programı: Birleşmiş milletler suçla ve uyuşturucuyla mücadele ofisi Quest okullarının katılımıyla 50 öğretmenle beraber medya okuryazarlığı atölyesi gerçekleştirmiştir.

KFI Okulları Medya Okuryazarlığı Atölyesi: Bu atölye çalışmasında medya ve medyanın çocuklar, yetişkinler üzerindeki etkileri üzerine eğitim verilmiştir (Yadav, 2007: 3).

#### **4.1.5. Nepal**

Nepal'de medya okuryazarlığı konusunda herhangi bir hükümet çalışması olmadığı gibi bu eğitim okul müfredatlarında da yer almamaktadır. Medya okuryazarlığı sivil toplum kuruluşları tarafından sürdürülmektedir. Örneğin Dünya Hristiyanları İletişim Vakfı tarafından 2005 yılında Doğu Morang ve Batı Rupandehi bölgelerinde kadınlar için bir medya okuryazarlığı çalışma atölyesi yapılmıştır. Bu atölyede kadınlara medya farkındalığı ve medya takipçiliği gibi konularda eğitimler verilmiştir. Çalışmanın amacı kadınlara kendi hayatlarında değişiklik yapabilme potansiyellerinin olduğunu ve kendi medya ürünlerini üretebilecekleri fikrini aşılmasıdır.<sup>31</sup>

#### **4.1.6. Bhutan**

Bhutan nüfusunun % 50'den fazlası 25 yaşın altındadır ve bu genç nüfus reklâmlar, video oyunları, moda kanalları, eğlence programları ve şiddet görüntülerine yoğun oranda maruz kalmaktadırlar. Bu nedenle 2009 yılında eğitim bakanlığına bağlı olan Bhutan Müfredat Araştırma ve Geliştirme Bölümü ilk ve ortaokullar için medya okuryazarlığı projesi geliştirilmesine karar vermiştir. Medya okuryazarlığı projesi öncelikle pilot çalışma olarak Khasadrapchu, Phuentsholing, Trashigang, Mongar ve Yebilaptsa bölgelerindeki okullarda başlatılmıştır.<sup>32</sup>

<sup>31</sup> <http://asia.waccglobal.org/lang-en/news/63-campaign-on-media-literacy-for-women-asmita-womens-publishing-house-kathmandu-nepal.html> (Erişim Tarihi: 27.07.2012)

<sup>32</sup> <http://www.bhutanobserver.bt/separating-grain-chaff/> (Erişim Tarihi: 27.07.2012)

İnternette medya okuryazarlığı ile ilgili birçok kaynak bulunmasına rağmen Bilgi ve İletişim Bakanlığı okulların yararlanabileceği ayrı bir müfredat hazırlamıştır.<sup>33</sup>

## **4.2. Uzak Doğu’da Medya Okuryazarlığı Çalışmaları**

### **4.2.1. Japonya**

Japonya medya okuryazarlığı terimi ile ilk kez 1990’ların ilk yarısında tanışmıştır. Medya okuryazarlığının Japonya’da çok eski olmaması dolayısıyla metod ve yöntem sıkıntısı yaşanmaktadır. Kanada’daki Ontario eyaletinin milli eğitim bakanlığı tarafından hazırlanan “Media Literacy: Understanding Mass Media” kitabı 1992 yılında Japonca’ya çevrilmiştir. Bu çeviri kitabın ardından Japonya’da medya okuryazarlığına olan ilginin arttığı görülmektedir. 1999 yılında Japonya İletişim Bakanlığı tarafından basında Medya Okuryazarlığı Araştırma Komisyonu’nun kurulmasını sağlayarak eğitim ve medya araştırmaları alanlarında okullarla, bölgesel eğitim birimleriyle, sivil toplum örgütleriyle ve yayıncılarla işbirliğine gidilmiş ve 2000 yılında medya okuryazarlığının genel çerçevesini ortaya koyan bir çalışma hazırlanmıştır (Sakamoro ve Suzuki, 2010: 67).

Kasaoka Medya Okuryazarlığı Eğitimi Okul Müfredatı Geliştirme Komitesi ve CATV işbirliği içerisinde 2005 yılında yeni bir medya okuryazarlığı projesi geliştirmiştir. Bu proje üç aşamadan ve 110 saatlik bir ders izlencesinden oluşur. 30 saatten oluşan birinci aşamada çocuklar TV programlarının analizini yaparak medyanın genel karakteristik yapısını anlarlar. 60 saatlik ikinci aşamada çocukların kendi video çekimleriyle kendi medya ürünlerini üretmeleri istenecektir. 20 saatlik son aşamada ise öğrencilerin ürettikleri bu medyanın yayınlanması ve bunlar üzerine çalışmalar yapılması yer alacaktır (Sakamoro ve Suzuki, 2010: 67). Bu çalışmalarla çocukların medya üretim sürecini anlamaları hedeflenmektedir.

### **4.2.2. Güney Kore**

Güney Kore resmi olarak müfredatında medya eğitimi dersi buldurulmamasına rağmen medya üzerine özel bir eğitim çerçevesi hazırlamayı düşünmektedir. Son yirmi yılda medya okuryazarlığı eğitimi daha çok anadil

<sup>33</sup> [http://www.doim.gov.bt/?page\\_id=775](http://www.doim.gov.bt/?page_id=775)(Erişim Tarihi: 27.07.2012)

öğrenimi sırasında verilmektedir. Bu eğitimin amacı öğrencilerin medyadan gelen politik, şiddet ve cinsellik içeren mesajlar karşısında eleştirel bakmalarını sağlamaktır. 2000’li yılların başından itibaren internetin yayılmasıyla birlikte medya eğitimi okullarda seçmeli ders olarak verilmeye başlamıştır (Park ve Biddix, 2008: 3).

Kore hükümeti gelişen sayısal medyaya karşı farkındalık oluşturmak için çalışmalar yapmaktadır. Milli eğitim bakanlığı “Ubiquitous Dream Hall” 2005 internet sitesiyle gençlere sayısal medyanın gelişmesiyle değişen eğitim şekilleri hakkında bilgi vermektedir. Park ve Biddix’in aktardığına göre ulusal gençlik komisyonu da “Düzenli Takip Projesiyle” Koreli gençler arasında popüler olan internet sitelerini izlemeye başlamıştır. Bu komisyon ayrıca bilgi ve iletişim alanında dijital medya eğitimi veren öğretmenlere çeşitli faaliyetler içeren bir program hazırlamıştır. 2002 yılından sonra hükümet okullardaki rehber öğretmenlere eğitim kitapçığı dağıtmıştır ve danışmanları zararlı medya içeriklerinin etkilerine karşı eğitime almıştır. 2004 yılında Ulusal Gençlik Komisyonu “siber-etik imleyicisi” programı geliştirerek dijital medyanın yan etkilerine maruz kalan kişilerle ilgilenmiştir (Park ve Biddix, 2008: 3).

Hükümetin yanı sıra özel kurumlar ve kamu kuruluşları da özellikle sayısal medya eğitimi üzerine çalışmalar yapmaktadırlar. Örneğin Güney Kore Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı olarak çalışan Kore Basın Vakfı birçok medya eğitimi programı düzenler ve uzman gazetecilerle işbirliği yaparak gençlerin kendi medya eğitimlerini gerçekleştirmelerine destek verir. Ayrıca sayısal medya üreticileri, basın kuruluşları, akademik dernekler ve medya sağlayıcıları gibi diğer sivil toplum örgütleri de özel kurs ve eğitimlerle medya ve sayısal okuryazarlığı alanında çalışmalar yapmaktadırlar. (Park ve Biddix, 2008: 3).

#### **4.2.3. Endonezya**

Endonezya’da medya okuryazarlığı çalışmaları 1990 yılında Çocuk Haklarını Koruma Vakfı’nın “Çocuklar ve TV Üzerine Asya-Pasifik” atölye çalışmasıyla başlamıştır. Bu çalışmada medya okuryazarlığının çocuklar ve ebeveynler için öneminin altı çizilmiştir. Endonezya’da medya okuryazarlığı hareketi 1990-2000 ve 2000-2010 tarihleri arasında olmak üzere iki aşamalı gelişmiştir.

2002 yılından sonra çeşitli kuruluşlar toplumu medya okuryazarlığı konusunda bilinçlendirmek amacıyla çalışmalar yapmışlardır. 2011 yılında çeşitli bölgelerden farklı grupların katıldığı bir medya okuryazarlığı konferansı gerçekleştirilmiştir.<sup>34</sup>

Medya okuryazarlığı konusunda çalışma yapanları altı grupta toplamak mümkündür:

Birinci grup: Society Care Media(Toplumu Umursayan Medya), Rumah Sinema, Bandung School of Communication Studies (BaSCom- Bandung İletişim Bilimleri Okulu), The Habibie Center, Lembaga Studi Pers & Informasi (LeSPI-Pers & Bilgi Eğitimi Enstitüsü), Yayasan Jurnal Perempuan (YJP-Kadın Basını Vakfı) gibi sivil toplum örgütleri ve vakıflardır.

İkinci grup: Batı Java'daki Lentera Insan Child Development and Education Center (CDEC-Lentera Insan Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Merkezi), Rumah Belajar Semi Palar (Semi Palar House of Study- Semi Palar Eğitim Evi), Early Childhood Care & Development Resource Center (ECCD-RC- Erken Çocukluk Bakım ve Gelişim Kaynak Merkezi) gibi okullardır. Bu okulların medya okuryazarlığı programları genelde düzenleyicilikten çok katılımcılık şeklinde gerçekleşir. Doğu Java'nın Malang bölgesi öğretmenleri medya okuryazarlığının faydalarını gördükten sonra iştirakçi olmaya başlamışlardır.

Üçüncü grup: University Indonesia, Universitas Islam Bandung, Universitas Diponegoro, Universitas Padjajaran, Universitas Paramadina gibi üniversitelerden oluşur. Bazı üniversiteler medya okuryazarlığı programlarına doğrudan katılmamakla birlikte iletişim fakültelerinde bu derslere yer vermektedirler.

Dördüncü grup: Medya okuryazarlığı çalışmalarını bireysel olarak yürüten kişilerdir.

Beşinci grup: Bilgi ve iletişim bakanlığı, basın konseyi, Endonezya yayın konseyi, UNICEF, UNESCO, gibi resmi kuruluşlardır. Bu kuruluşlar sivil toplum kurumlarını medya okuryazarlığı etkinlikleri konusunda desteklerler.

Altıncı grup: Birçok kurumun işbirliği sonucu ortaya çıkan gruplardır. Bu gruplar bünyesinde okulları, hükümet kurumlarını, UNICEF'i, üniversiteleri ve bireyleri kapsar.

---

<sup>34</sup> <http://www.thejakartapost.com/news/2011/03/28/media-literacy-indonesia.html> (Erişim Tarihi: 25.07.2012)

Medya okuryazarlığının Endonezya’da gelişmesinin önündeki en büyük engel hükümetin konuya karşı ilgisiz tutumudur (Hendriyani ve Guntarto, 2011: 12).

#### **4.2.4. Malezya**

Her ülke gibi Malezya’nın da büyüyen bir ülke olarak bilgi ve iletişim teknolojileri açısından kendini geliştirmesi hedeflenmiştir. Malezyalı liderler tarafından bilgi ve iletişim alanlarında gelişmiş olmanın küresel güç olmak, diğer ülkelerle rekabet edebilmek ve üretkenlik için çok önemli bir gerçek olduğu bilincindedirler. Bu yüzden yatırım kararı almada ve küresel rekabette bu kadar önemli bir yere sahip olan bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki gelişmişlik konusu Malezya için hayati bir noktadır (Abdullah vd. 2009: 3). Kitle iletişim araçlarının hızlı gelişiyor olmasına rağmen medya okuryazarlığının bu hızın gerisinde kaldığı görülmektedir. Medya okuryazarlığı eğitimini yeterince almamış olan Malezyalıların kitle iletişim araçlarından gelen bu yoğun bilgi akışına karşı savunmasız kaldıkları görülmektedir. Malezya’da medya okuryazarlığı konusunda az da olsa özel girişimler ön plâna çıkmaktadır (Abdullah vd. 2009: 3). Bu girişimler 2007 yılında yapılan ve Malezyalı kadınların medya okuryazarlığı seviyelerinin ölçümü, öğretmenler arasında medya okuryazarlığı derslerine bakış araştırması ve Sains Malaysia Üniversitesi’nin “Gençler ve Yeni Medya Sosyal Kullanımlar, Sosyal Şekillenme ve Sosyal Sonuçlar” araştırması gibi çalışmalardır (Abdullah vd. 2009: 3).

### **4.3. Okyanusya’da Medya Okuryazarlığı Çalışmaları**

Asya kıtasına en uzak ülkelerin buldukları alan Okyanusya Bölgesidir. Bu coğrafyadaki ülkeler Avustralya kıtasıyla birlikte Okyanusya olarak bilinirler ve bu çalışmada Okyanusya kategorisinde değerlendirilmiştir. Okyanusya ülkelerinden Avustralya ve Yeni Zelanda medya okuryazarlığı alanında oldukça ileri düzeyde başarılı uygulamalara ve araştırmalara sahip olmaları bakımından dikkate değerdir.

#### **4.3.1. Avustralya**

Park ve Biddix’e göre Avustralya’da medya eğitimi dil eğitim müfredatının önemli bir parçasıdır. Avustralyalı okullar sayısal medya ve yeni öğrenim yöntemleri açısından oldukça gelişmiştir. Medya eğitimi eyaletler arasında farklılık gösterse de bu konunun önemi herkes tarafından paylaşılmaktadır. Medya okuryazarlığı eğitimi



okullar kadar çeşitli gençlik grupları ve endüstri çevreleriyle işbirliği içerisinde yürütülür. Bütün bu kurum ve kuruluşlarda en önemli nokta deneyimli medya okuryazarlığı eğitmenlerinin eğitim vermesidir (Park ve Biddix, 2008: 3). Avustralya’da medya okuryazarlığı bütün eyaletlerin birinci ve ikinci kademe okulların müfredatlarında yer alır. Medya okuryazarlığı ilkokulda genel sanat programlarında, İngilizce derslerinde ve okuma-yazma eğitimleri gibi yetenek dersleriyle beraber verilir.

*Batı Avustralya eyaleti 1974 yılında ikinci kademe okul müfredatlarında medya okuryazarlığına tam anlamıyla ilk yer veren ülkedir. Her ne kadar bu program bugünkü anlamıyla bir eğitim veremediği için beklentileri karşılamaktan uzak olsa da “Medya dersleri” oldukça ilgi çekmiştir. Batı Avustralya Eğitim ve Öğretim Bakanlığının internet sitesinden anlaşılacağı üzere medya okuryazarlığı hâlâ oldukça dikkat çekicidir ve eğitmenler farklı kaynaklara ulaşabilmektedir.*

*Queensland eyaleti oldukça gelişmiş bir medya okuryazarlığı müfredatına sahiptir. Müfredatın içeriği Queensland Eğitim Bakanlığı tarafından desteklenmekte ve geliştirilmektedir.*

*Victoria eyaleti 1980’lerden beri medya konusunu ders olarak müfredatında bulundurmaktadır ve bu dersler 12. sınıfa kadar alınır. Aynı şekilde Güney Avustralya da bu müfredatı takip etmektedir.*

*Yukarıda da bahsedildiği gibi resmi kurumlar dışında birçok kurum ve kuruluş konuya ilgi göstermektedir. Avustralya Medya Öğretmenleri Birliği, Metro Magazine ve Avustralya Ekran Eğitimi dergileri ile eğitime destek olmaktadır. Enhance TV ve Ekran Hakları Ordusu öğretmenlere gerekli filmleri sağlamaktadırlar.*

*Genç Avustralya Medyası, Avustralyalı Çocuklar Televizyon Vakfı, NetaAlert (Avustralya güvenli internet birimi) gibi birçok kuruluşta medya okuryazarlığının geliştirilmesine katkıda bulunmaktadır. (Penman ve Turnbull, 2007: 36).*

#### **4.3.2. Yeni Zelanda**

Yeni Zelanda’da medya okuryazarlığı hem devlet eliyle hem de özel kurum ve kuruluşlar tarafından sürekli gündemde tutulmaktadır. Yeni Zelanda, Kanada ve Avustralya ile birlikte medya okuryazarlığı konusunda en avantajlı ülkelerden biridir. Medya eğitim programı bu ülkelerde ayrı bir ders olarak alındığı gibi anadil eğitimi

sırasında da verilmektedir. Bu ülkelerde medya endüstrileri ile sivil toplum örgütleri arasında oldukça önemli çalışmalar yapılmaktadır. Birçok vakıf ve kuruluş kendi gazetelerini basmaktadır ve kendi internet sitelerine sahiptir. İçişleri bakanlığı internet sitesinde bireyler ve organizasyonlar için internet güvenliği hakkında eğitici bilgiler barındırmaktadır. The CyberKids isimli site öğretmen ve velilere internet okuryazarlığı bağlamında destek olurken Ekonomi Bakanlığı ise medya ve iletişim teknolojilerinin ekonomik yönüne destek olmaktadır.

Şubat 2006'da doğrudan medya okuryazarlığı üzerine çalışan www.mediascape.ac.nz isimli bir internet sitesi kurulmuştur. Zanker'e göre Mediascape isimli bu site Yeni Zelanda'daki medya hakkında araştırmaları ve bilgileri paylaşmaktadır (Zanker, 2006).

Computers in Homes (Evde Bilgisayar) kampanyasıyla Yeni Zelanda'nın Aotearoa bölgesinde bilgisayarsız evin kalmaması hedeflenmektedir. Bu şekilde toplumun internet bilgi ve iletişim teknolojilerine kolayca ulaşabilmesi hedeflenmektedir. Bu projeye bilgisayar alamayan ailelere bilgisayar dağıtılmıştır.

- *Bu projeye birlikte öğrencilerin özgüvenleri artırılarak medya okuryazarlığı seviyeleri yükseltilmiştir.*
- *Bu projeye birlikte okulla her hafta düzenli olarak e-posta üzerinden haberleşen veliler okulla daha içli dışlı olmaya başlamıştır.*
- *Sadece medya okuryazarlığı değil okuryazarlık programıyla da okuma yazması olmayan işsiz velilere de ulaşılmıştır.*
- *Pasifik okyanusundaki birçok aileyle bu şekilde iletişim kurulmuştur ve onların da projeye katılımları sağlanmıştır (Weatherall ve Ramsay 2006: 14, 17).*

Netsafe projesiyle yetişkinlere internetin zararlı etkilerinden nasıl korunmaları gerektiği anlatılmıştır. Netsafe, ayrıca gençlere de Bebo ve Myspace gibi sosyal paylaşım sitelerinde karşılaşılabilecekleri olumsuzluklara karşı çalışmalar yapmıştır (BSA, 2007: 37)

## BEŞİNCİ BÖLÜM

### YENİ ZELANDA'DA MEDYA OKURYAZARLIĞI ÇALIŞMALARI

#### 5.1. Yeni Zelanda'da Medya Okuryazarlığı Çalışmalarına Genel Bakış

Asya'nın güney doğusunda yer alan, Avustralya'nın kuzey batı komşusu olan Yeni Zelanda, Asya ve Avustralya hariç bütün kıtalara çok uzak olmasına rağmen Güney Kore, Japonya ve Çin gibi ülkelerle ticaret, turizm ve göç gibi birçok konuda yaptığı işbirliği neticesinde Asya-Pasifik bölgesinde gittikçe önem kazanan bir ülke konumuna gelmiştir (Lealand, 2009: 1). Ülke, coğrafyasının verdiği dezavantajları iklimi, bitki örtüsü gibi birçok farklı yönüyle avantaja çevirmiştir.

Yeni Zelanda'nın dış dünya ile yaptığı önemli çalışmalardan birisi de medya okuryazarlığının gelişmesi ve medya eğitiminin okul müfredatlarında yer alması için yaptığı çalışmalardır. Medya okuryazarlığı alanında hızlı gelişme kaydeden ülkelerin genellikle batılı ülkeler olmakla birlikte Doğu'da bir ülke olan Yeni Zelanda'nın da medya okuryazarlığı alanında dünyada gösterilen çabaların öncülerinden olması dikkate değerdir. 1900'lü yılların başından itibaren medya okuryazarlığı Amerika'da gündeme gelmiş ve yine aynı yıllarda İngiltere tarafından çok önemli çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. UNESCO ve AB 1960'lı yıllardan itibaren bu konunun dünya ve Avrupa gündemlerine girebilmesi için çeşitli toplantılar, araştırmalar yapmış ve bildirimler yayınlamıştır. Avrupa komisyonuna göre Yeni Zelanda Avustralya ve Kanada'yla birlikte medya okuryazarlığı alanındaki en avantajlı ülkelerden biridir.<sup>35</sup> Yine UNESCO'nun 2001 yılı raporuna göre medya okuryazarlığı ve eğitimi çalışmaları Yeni Zelanda'da özellikle ikinci kademe okullarda önemli yer edinmiştir (Domaille ve Buckingham, 2001: 36). Bu rapora göre medya eğitimi değişik formlarda ayrı bir ders olarak okutulduğu gibi ana dil derslerinin bir parçası olarak da okutulmaktadır. Bu ülkelerde eğitimcilerin medya endüstrisi ve düzenleyicileriyle dikkat çekici bir işbirliği yaptıkları görülür ayrıca birçok vakıf yayınladıkları gazetelerle ve internet siteleriyle bu konuya destek vermektedir (NBSA, 2007: 20). Lealand'a göre Yeni Zelanda'nın medya okuryazarlığı çalışmaları John Pungete'nin<sup>36</sup> Center for Media Literacy vakfının

<sup>35</sup> [http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/global/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/global/index_en.htm) (Erişim Tarihi: 14.08.2012)

<sup>36</sup> Pungete Kanadalı Medya Eğitim Kuruluşları Derneği (CAMEO) ve Toronto Cizvit İletişim Projesi Direktörü başkanı. [http://www.regiscollege.ca/faculty/john\\_pungete](http://www.regiscollege.ca/faculty/john_pungete) (Erişim Tarihi: 25.9.2012)

internet sitesinde ortaya koyduğu “Başarılı Bir Medya Eğitimi İçin Ölçütler” raporuna göre değerlendirilecek olursa oldukça başarılıdır (Lealand, 2009: 1). Yeni Zelanda bu alanda çalışmalar yapan birçok ülke tarafında da ilgiyle takip edilmektedir.

Yeni Zelanda'nın bu alandaki başarısının en büyük özelliği medya eğitimi ve okuryazarlığı konusunun ulusal bir bilinç içerisinde az ya da çok bütün ülke çapında geliştirilmiş olmasıdır. Bu, medya eğitimi ve medya okuryazarlığı söz konusu olduğunda oldukça nadir rastlanılan bir durumdur çünkü diğer ülkelerle karşılaştırıldığında örneğin ABD'de New Mexico, Kanada'da Ontario ve Avustralya'da Queensland gibi bölgelerde daha çok bölgesel ve eyalet çapında çalışmaların yapıldığı görülmüştür. Yeni Zelanda gibi ulusal çapta çalışma yapan ülkeler çok azdır. Benzer şekilde İngiltere'de ülke çapında 2006 yılında 57.000 öğrenci Film ve Media Dersleri olarak GSCE sertifikası edinmişlerdir (Lealand, 2009: 2). Her iki örnekte de olduğu gibi medya derslerinin varlığı konuya ilgili bir çerçevenin var olmasıyla doğrudan ilgilidir.

Lealand'a göre böyle bir çerçeve genellikle ulusal bir müfredat yapısını ya da farklı eğitim düzenlemelerini gerektirir. Medya dersleri 2000 yılından itibaren Ulusal Eğitim Projesi kavramında değerlendirilmiş ve böylece medya dersleri Yeni Zelanda eğitim sistemi içerisinde geniş bir yer bulmuştur (Lealand, 2009: 2). İdeal olarak böyle bir eğitim çerçevesi ülkedeki bütün öğrencilerin bu eğitimden eşit düzeyde yararlanabilmesini gerektirir.

## **5.2. Yeni Zelanda'da Medya Okuryazarlığının Gelişimi**

1975 yılında Auckland Üniversitesinde film derslerinin verilmesiyle başlayan ve bu eğitimin İngilizce dersleri aracılığıyla okulların müfredatlarına sokulmasıyla devam eden medya okuryazarlığı çalışmaları Yeni Zelanda'da gerçek anlamda bir taban hareketi olarak kabul edilmektedir. Resmi eğitimde medya içeriklerinin bulunmasına yönelik ilk cesaret verici çalışmalar Yeni Zelanda okullarında ve üniversitelerinde çalışan yüksek isteklendirmeli küçük bir öğretmen grubundan gelmiştir (Lealand, 2009: 2). 70'lerin sonunda ve 80'ler boyunca üniversiteler medya eğitimi konusunda büyük ilerlemeler kaydetmişlerdir.

Lealand'ın aktardığına göre 1980'lerde Medya Eğitimi, Kültürel Çalışmalar, Film ve Televizyon Dersleri gibi dersler çeşitli yükseköğretim kurumlarında

verilmeye başlamıştır. Bu akademik girişimler ders için müfredat geliştirilmesi çalışmalarını teşvik ettiği gibi diğer medya ve film çalışmalarına da ilgiyi artırmaya çalışmıştır. 1983 yılında ismi daha sonra Ulusal Medya Eğitimcileri Derneği olarak değişecek olan Film ve Televizyon Eğitimcileri Derneği kurulmuştur (Lealand, 2009: 2). Horrocks'a göre medya çalışmaları yapan öğretmenlerin birbirleriyle tavsiye ve kaynaklarını paylaşmaları için kurulan bu dernek daha sonra daha güçlü lobi ve çeşitli geliştirme programları yapabilmek amacıyla 2008 yılından itibaren NAME ismiyle çalışmalarını sürdürmektedir (Aktaran Lealand, 2009: 2). Bu şekilde Yeni Zelandalı öğretmenler bu alanda karşılaştıkları sorunları hızlı bir şekilde danışabilecekleri bir kuruma sahip olmuşlardır.

Yeni Zelanda'da medya okuryazarlığı ilk defa 1983-84 yıllarında ikinci kademe okullarda ders dışı kurs olarak okutulmaya başlanmıştır. Bu yıllarda verilen kurs eğitimi altı bölümden oluşmaktaydı ve bu altı bölümü bitirenlere bir sertifika verilmekteydi. Ulusal bir müfredatın olmaması ve herhangi bir sınav sistemine dâhil olmaması sebebiyle bu dersler “Yeni Zelanda Yeterlilik Kurumu” onayıyla yerel öğreticiler tarafından verilmekteydi. Medya dersleri adı altında başlatılan bu eğitimin odağında öncelikli olarak film eğitimi varken daha sonra gazetecilik de ayrı bir konu başlığı olarak ilgi çekmeye başlamıştır (Horrocks ve Hoben, 2005: 5). Gazete, TV ve radyonun yanı sıra internet de daha sonra bu sisteme dâhil dılmıştır.

1983 yılında yayımlanan *English Curriculum: Statement of Aims, Forms 3-5* isimli İngilizce müfredat çalışmasında izleme, görme ve şekillendirme gibi görsel dil çalışmaları üç önemli başlık olarak ele alınmıştır. Öğretmenler böylece fotoğraf ve basılı reklam gibi sabit imaj çalışmaları ile televizyon ve film gibi hareketli imaj çalışmalarını İngilizce dersleri içerisinde Medya Çalışmaları adı altında işleyebilme imkânına kavuşmuşlardır (Lealand, 2009: 2). Böylece medya eğitiminin bağımsız olarak verilmesine dair ilk adımlar atılmaya başlanmıştır.

1990'ların sonuna kadar yazılı basın eğitim standartları belirlenmiş ayrı bir ders olarak verilmeye devam etmiştir. Bu eğitim standartlarını belirleyen Endüstri Eğitim Kuruluşları (Industry Training Organisations-ITOs) basılı yayın eğitiminin daha önce olduğu gibi İngilizce eğitimcileri yerine yetkin gazeteciler tarafından verilmesini kararlaştırmıştır. Bunun sonucunda okullarda verilen gazetecilik eğitimi yeterli gazeteci-eğitimcinin bulunmaması nedeniyle çok ciddi bir şekilde düşmüştür (Horrocks ve Hoben, 2005: 5). 1995 yılında NAME Medya Dersleri için bir taslak

müfredat programı hazırlamıştır fakat eğitim bakanlığı bu çalışmaya yeterince ilgi göstermemiştir. Başta sanat tarihi ve sosyal bilimler öğretmenleri olmak üzere 90'lı yıllarda öğretmenler arasında medya derslerine karşı önemli bir farkındalık oluşmuştur. Bu amaçla kurulan “Ulusal Medya Eğitimcileri Vakfı” (National Association of Media Educators – NAME) tarafından Medya Dersleri için bir müfredat çalışması yapılması önerilmiştir. Daha öncede bahsedildiği gibi NAME'nin birçok girişimi olmasına rağmen Eğitim Bakanlığı bu konuda yeterli desteği vermemiştir. Eğitim sektöründe medya eğitiminin artmakta olan önemine karşın bakanlığın konuya önem vermemesi öğretmenler arasında huzursuzluğa neden olmuştur.

2000'li yıllarda medya eğitiminin Film dersleri ve Medya Dersleri olarak ayrıldığı görülür. Sonunda Ulusal Eğitim ve Başarı Sertifikaları Enstitüsü'nün (*National Certificate of Educational Achievement -NCAE*) çalışmaları sonucu bakanlık tarafından çalışmalar başlatılmıştır. Başarı ve yeterlilik standartları 2. kademe okullar için 2003 yılında, 3. kademe okullar<sup>37</sup> için ise 2004 yılında belirlenmiş ve uygulamaya koyulmuştur. Bakanlık 1. kademe okulların medya eğitimini İngilizce derslerinde yeterince aldıklarını öne sürerek herhangi bir standart belirlememiştir (Horrocks ve Hoben, 2005: 5). 2006 yılında önemli sayıda öğrenci Yeni Zelanda okullarında medya derslerini almıştır. Aynı yıl içinde Medya Çalışmaları Başarı Standartları ikinci kademede 26.641 öğrenci, üçüncü kademede 16.350 öğrenci ders almış bu öğrencilerden 303 tanesine Medya Dersleri Bursu verilmiştir. Yeni Zelandalı medya öğretmenleri bu öğrencilere gerekli materyalleri sağlama, yenileme ve temel düzeyde geliştirmede destek oldukları gibi diğer Yeni Zelanda okullarında yapılan medya dersleri çalışmalarını takip ederek bunlardan faydalanabilmelerini de sağlarlar (Lealand, 2009: 2).

---

<sup>37</sup> Yeni Zelanda eğitim sisteminde 5-13 yaş arası öğrencileri “Primary School” denilen ilköğretim okullarına devam etmektedirler. 13 yaşında itibaren ise “Secondary School” denilen ortaöğretim okullarına devam etmektedirler. 16 yaşından itibaren ise “Tertiary School” ve “Polytechnics School” denilen ve zorunlu olmayan okullara devam etmektedirler. www.minedu.govt.nz (Erişim Tarihi: 13.08.2012)

### 5.3. Yeni Zelanda'da Medya Yapısı

Kitle iletişim araçları 19. yüzyıldan başlayarak içinde bulunduğumuz 21. yüzyıla değin toplumların hayatlarının merkezinde yer almaya devam etmektedir. Gelişen medya olanakları bireylerin haber alma ve eğlenme alışkanlıklarını değiştirdiği gibi düşünce dünyalarında da ciddi kırılmalara sebep olabilmektedir. Dolayısıyla yeni fikirler veya projeler üretilirken bunlar az ya da çok medya etkisi taşımaktadırlar. Yeni Zelanda da medyanın bu gücüne karşı toplumun bilinçlenmesini sağlamak amacıyla başta medya okuryazarlığı eğitimi olmak üzere önemli çalışmalar yapmaktadır. Bu çalışmalara geçmeden önce Yeni Zelanda'daki medya yapısına kısaca göz atmakta fayda bulunmaktadır.

#### 5.3.1 Televizyon

**Şifresiz Kanallar:** Yeni Zelanda altı şifresiz kanala sahiptir. Bunlardan *TV One* ile *Crown Media Company*'nin sahip olduğu *TV2* en büyük iki televizyon şirkettir. Bu televizyonlar genel izleyici kitlesinin % 65'ine ulaşmaktadırlar. Diğerleri *TV3* ve Kanadalı *CanWest Küresel İletişim* şirketinin sahibi olduğu ve % 30'luk kısmına halkın hissedar bulunduğu *C4* televizyon kanalı, *Prime Networks Australia* ve *Channel 9 Australia* şirketlerinin ortak olduğu *Prime TV* ve son olarak devlet destekli *MTS TV*'dir (*Maori Television Service*). Bu kanalın izleyici kitlesi genelde Maori halkıdır (Lealand, 2005). Ülkede özellikle İngiliz ve Amerikan kanalları başta olmak üzere batılı televizyonlar takip edilmektedir.

**Ücretli Kanallar:** *Sky Network* Televizyonu ülkenin en büyük ücretli kanalıdır. Karasal yayın, uydu yayını, radyo kanalları gibi geniş bir yelpazede hizmet vermektedir. %78.3'üne *Independent News Limited (INL)* şirketi, % 8.39'una ise *Commonwealth Bank of Australia* sahiptir. Yeni Zelanda'da 600.000'den fazla kayıtlı müşterisi vardır. Bu oran bütün ücretli TV tüketicilerinin % 85'idir (Lealand, 2005).

**Bölgesel Kanallar:** Birçok bölgesel kanal bulunmaktadır. Bunlar; *Christchurch (NowTV, CTV)*, *Invercargill (Mercury TV)*, *Nelson (Mainland TV)*, *Channel 9 (Dunedin)*.

**Kablolu Kanallar:** *Triangle TV (Auckland)*; *BigTV (Hamilton)*

### 5.3.2. Radyo

Yeni Zelanda radyo yayınları bakımından oldukça zengindir. Ülkede 212 adet radyo istasyonu vardır. Bunlardan 49'u Auckland'da bulunmaktadır (Lealand, 2005). Newyork'ta 43, Londra'da 36 istasyon bulunduğu göz önüne alınırsa radyo medyasının ne kadar güçlü olduğu görülebilir.

Ticari Radyolar. The Radio Network şirketi 53 radyo istasyonuna sahiptir. İrlandalı Tony O'Reilly sahip olduğu Independent News and Media şirketine bağlı olarak çalışırlar. *RadioWorks/Radio Pacific/More FM* bu radyolardan bazılarıdır (Lealand, 2005).

Ticari Olmayan Radyolar: *Radio New Zealand, National Radio, Concert FM*. Bu radyolar kamu yayıncılığı çerçevesinde faaliyet gösterirler.

Toplumsal Radyolar: *Kiwi Radio*. Bu radyo istasyonu 1977'de kurulmuş olup korsan yayıncılık (pirate radio) türü yayıncılık yapmaktadır.

### 5.3.3. Gazeteler

Ülkede 26 farklı günlük gazete yayınlanmaktadır. *New Zealand Herald* bu gazetelerin içinde en büyüğüdür. *Waikato Times* en geniş bölgesel gazetedir. İki büyük gazete medya grubu bulunmaktadır. Bunlardan birincisi Fairfax'tır. Haftalık ve günlük gazetelerin % 62,9'una sahip olan Avustralya sermayeli bu şirket *Dominion Post, The Press, Waikato Times, Sunday Star Times, Sunday News* gibi gazetelere de sahiptir. Diğer medya grubu APN News & Media'dır. Haftalık ve günlük gazetelerin % 28,5'ine sahip olan İrlandalı Tony O'Reilly sahip olduğu Independent News and Media şirketine bağlı bu medya grubu *New Zealand Herald* gazetesinin yanında dokuz bölgesel gazeteye de sahiptir (Lealand, 2005). Gazetelerin % 8,6'sı bağımsız kişilere aittir. Bu gazeteler *Otago Daily Times, National Business Review*'dir.

### 5.3.4. Dergiler

Ülkede yerli yabancı 4700 farklı dergi bulunmaktadır. Bunlardan 700'ü Yeni Zelanda'da basılmakta ve yayınlanmaktadır. En önemlileri: *NZ Woman's Weekly, TV Guide, AA Directions, Woman's Day, Skywatch*. Bazı önemli yabancı basım dergiler de vardır. En önemlileri *Metro, North & South, Listener, New Zealand Women's Weekly*'dir (Lealand, 2005). Yine dünyada popüler olan birçok dergi de ilgiyle takip edilmektedir.



### 5.3.5. İnternet

Yeni Zelanda kişi başı internet tüketimiyle dünyada Finlandiya, ABD, Norveç ve İzlanda'dan sonra 5. sırada .yer almaktadır. Yeni Zelandalıların % 71,6'sı en az bir bilgisayara, % 95'i cep telefonuna ve bilgisayar sahiplerinin % 64.5'i internete sahiptir. Yeni Zelanda okullarının yüzde %96-99'u internet bağlantısına sahiptir (BSA, 2007).

Üç büyük iletişim sağlayıcısı şunlardır: *Telecom, TelstraClear ve Vodafone*

### 5.3.6. Reklâm

2004 yılında ülkede reklâm ve tanıtıma ayrılan para 2 milyar dolar olmuştur. Bu tüm zamanların en yüksek rakamıdır ve bir önceki yıla göre % 11 artmıştır. Bu paranın 643 milyon doları (%31) TV reklamları için, 790 milyon doları (% 38) gazete reklamları için, 15 milyon doları ise internet reklamları için ayrılmıştır. Yeni Zelanda'da 150 yerli ve yabancı reklâm şirketi bulunmaktadır (Lealand, 2005). Reklâmcılık sektörü dünyayla paralel olarak çok hızlı büyümektedir.

### 5.3.7. Sosyal Medya

Sosyal medya olarak da nitelenen Facebook ve Twitter gibi sosyal paylaşım siteleri klâsik medya anlayışına ciddi bir soluk getirmiştir. Bu tür paylaşım sitelerinde artık her hangi bir haber sansür ve sınır tanımaksızın yayılabilmekte ve anında tüm dünyanın haberi olabilmektedir. 4.5 milyon nüfusa sahip olan bu ülkede 2.2 milyon Facebook kullanıcısı bulunmaktadır.<sup>38</sup> Yine son yılların yükselen değeri Twitter kullanıcıları Yeni Zelanda'da da gittikçe artmaktadır. Nielsen raporuna göre Yeni Zelandalıların % 27'si Twitter'i ziyaret etmiş % 11'i hesap açmıştır.<sup>39</sup>

## 5.4. Yeni Zelanda'da Medya Okuryazarlığı Politikaları

Yeni Zelanda'da medya okuryazarlığı geçmişi oldukça eskiye dayanmaktadır. Bu çalışmalar devlet eliyle yapıldığı gibi sivil toplum kuruluşları tarafından da gerçekleştirilmektedir. Bu bölümde çalışmalar hem devler hem sivil toplum kuruluşları yönünden ele alınacaktır.

<sup>38</sup> <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/new-zealand> (Erişim Tarihi: 06.09.2012)

<sup>39</sup> <http://syengage.com/the-state-of-social-media-in-new-zealand-stats/#.UEhaoo0aP3U> (Erişim Tarihi: 06.09.2012)

### 5.4.1 Devlet Politikası

Yeni Zelanda’da medya eğitiminin gelişmesinde iki devlet kurumu önemli rol oynamaktadır. Bunlar Eğitim Bakanlığı ve Yeni Zelanda Yeterlilik Kurumu’dur (New Zealand Qualifications Authority - NZQA). NZQA medya eğitiminin geliştirilmesi ve gerekli materyallerin temin edilmesini sağladığı kadar Birim Standartları Yönetimi ve Başarı Standartları’ndan da sorumludur (Lealand, 2009: 4). Bakanlık ise okullar da medya eğitiminin düzenli bir şekilde işlenmesinden sorumludur.

Bu iki kurumun katılımıyla medya eğitimi 12. ve 13. sınıflarda zorunlu eğitim haline gelmiştir. Medya eğitimi “Görsel Dil Çalışmaları” başlığı altında İngilizce eğitim müfredatının önemli bir bölümünde yer alır. Kasım 2007’de bakanlık Yeni Zelanda okulları için yeni bir eğitim müfredatı çerçevesi çizmiştir. Bu çalışma Öğretim Yöntemleri, Değerler, Anahtar Yeterlilikler, Öğrenim Alanı ve Prensipler alanlarında yenilikler getirmiştir. McCrone’nin aktardığına göre 2009’da eğitim ve öğretimde kullanılmaya başlanan bu müfredat “bilgi ekonomisi ve internet çağı” içeriğine göre hazırlanmıştır (McCrone, 2008). Medya dersleri bu yeni müfredata dâhil edilerek sosyal bilimler eğitimleri içinde yer almaktadırlar.

Yeni müfredatın özel uygulamaları üzerinde halen çalışılmaya ihtiyacı vardır. Medya eğitimcileri bu müfredatta yer alan medya eğitimleri dersleri üzerinde çalışarak içeriğinin belirlenmesine katkıda bulunmuşlardır.

Kaynak kitapların temin edilmesinde bakanlık ve NZQA çok ciddi çaba göstererek basılı ve çevrimiçi materyallerin öğretim ve değerlendirme için “Te Kete Ipurangi/The Online Learning” isimli bir site hazırlamıştır. ([www.tki.org.nz/r/media\\_studies/](http://www.tki.org.nz/r/media_studies/)) Bu site içeriğini şöyle açıklamaktadır:

*“Bu site güncel medya konularının ve gelişmelerinin öğretmenlerin kendi aralarında paylaşabilmeleri ve aynı zamanda çeşitli eğitim materyal kaynaklarından faydalanabilmeleri için tasarlanmıştır. Yeni Zelanda medya öğretmenleri burada Beacon Okullarına<sup>40</sup> ve diğer çeşitli kaynaklara erişim sağlayabilirler ve kendi aralarında e-posta alışverişi yapabilirler”*

<sup>40</sup> Beacon Okulları Yeni Zelanda’da medya derslerini programlarında bulunduran ve medya öğretmenlerinin, danışmanlarının desteklediği özel yeteneklere sahip çocukların gittiği okullardır.

Yeni Zelanda’da devlet Eğitim Bakanlığı ile medya dersleri ve okuryazarlığı alanında konuya destek verirken İçişleri Bakanlığı da internetteki zararlı içeriklerle mücadele ederek güvenli internet hizmeti sağlamaktadır. Bakanlığın sitesinde bireylere, ailelere ve kurumlara güvenli internet kullanımına yardımcı olacak bilgiler ve çeşitli internet kullanım anlaşmaları bulunmaktadır. Ayrıca velilere çocuklarının internet kullanımını denetim altında tutabilmeleri için tavsiyeler vererek çocuklarla açık iletişim kurmayı teşvik etmektedir. Velileri, internet sağlayıcıları ve güvenli internet kullanımı konusunda yönlendirir.

Başka bir site de “Cyberkids”dir. Bu site ebeveynlere ve öğretmenlere internet güvenliği hakkında çocukların eğitiminde yardımcı olmak için tasarlanmıştır. Ekonomi ve Kalkınma Bakanlığı ekonomik olarak medya ve iletişim teknolojilerinin rekabet, yatırım ve düzenleme gibi yönlerine destek vermektedir. Burada önem verilen bir diğer şey mekanik olarak geniş bant erişimi ve alımı, kırsal alanlara internetin ulaştırılması ve işitme engelli insanlara hizmet sağlamak gibi internet sorunlarının çözülmesi çalışmalarıdır. Devletin 2005 yılında hazırladığı “Sayısal Gengüdümlü Plânı”na göre bu çalışmalara bütçe ayrılmaktadır (NBSA, 2007: 63). Bu plân çerçevesinde Yeni Zelandalıların bilgi ve iletişim alanında eğitilerek birer sayısal okuryazar olmaları hedeflenmektedir.

Ayrıca Yeni Zelanda Yayın Ölçütleri Kurumu (New Zealand’s Broadcasting Standards Authority-BSA) medya eğitimi ve okuryazarlığı konusunda oldukça etkin bir şekilde çalışmaktadır. 2007 yılında BSA “Yeni Zelanda’da Medya Okuryazarlığı Bilgisi: Yetişkinlerle İlgili Mevcut Bilgilerin Karşılaştırılması” isimli bir rapor yayınlamıştır. Bunun yanında BSA medya okuryazarlığı alanında iki farklı rapor daha yayınlamıştır. Bunlar 2008 yılındaki “Görülen ve İşitilen: Çocukların Medya Alışkanlığı, Etki ve Cevapları” ve 2001-2006 yılları arasında çocuklar arasında medya kullanım alışkanlıklarının değerlendiren “Görülen Şiddet: Görsel ve İşitsel Eğlencedeki Şiddet İçeriklerinin Yetişkinlerde Algısı” raporlarıdır (ACMA, 2009).

#### **5.4.2. Medya Okuryazarlığı Çalışmalarında Özel Girişimler**

Kamunun yanı sıra özel girişimlerce de desteklenen medya okuryazarlığı çalışmaları aşağıdaki dernek ve kuruluşların çeşitli etkinlikleriyle geniş çapta destek bulmaktadır.

#### **5.4.2.1. Medya Eğiticileri Ulusal Derneği (NAME-National Association of Media Educators, New Zealand)**

Medya Eğiticileri Ulusal Derneği olarak bilinen NAME Yeni Zelanda'daki medya eğitimcilerini destekleyen ve geniş çapta ulusal faaliyetler düzenleyen önemli bir kuruluştur. Kurulmuş olduğu 1983 yılından beri bu alanda çalışmalar yapan öğretmen ve eğitimcilerin sesi olmuştur.

Öğretmenlerin bağlı bulunduğu NAME bir taban hareketi olarak öğretmenler için yine öğretmenler tarafından yönetilen bir kuruluş olmaya devam etmektedir. Bu kuruluş, üyelerinin gönüllü bağışlarıyla, üye aidatlarıyla ve mali destekleyicilik anlaşmalarıyla gelir sağlanmasının yanında Eğitim Bakanlığının ve medya eğitimi destekleyen diğer birçok kurum ve kuruluşun da desteğini almaktadır. Lealand'ın aktardığına göre NAME, politikacıların ve medya eğitimcilerinin ortak bir çalışma çatısı altında buldukları en büyük organizasyondur (Lealand, 2009: 2). Bu kuruluş, bağımsız çalışmalar yapmanın yanı sıra konuyla ilgilenen öğretmenlerin ihtiyaç duydukları materyallerin sağlanmasına ve gelişmelerin takip edilebilmesine yardımcı olur.

NAME organizasyonu Avustralya Medya Öğretmenleri Derneği (ATOM-Australian Teachers of Media- Avustralyalı Medya Eğitimcileri) ile yakın ilişkiler içindedir. Önemli sayıda Yeni Zelandalı medya eğitimcisi Avustralya'daki yıllık ATOM toplantılarına katıldığı gibi Avustralyalı öğretmenler de Yeni Zelanda'da çalışmalar yapmaktadırlar. Lealand'ın aktardığına göre ilk ATOM toplantısı 1999 yılında Auckland'da yapılmıştır ve izleyen yıllarda iki yılda bir olmak üzere Yeni Zelanda'nın değişik şehirlerinde yapılmaktadır (Lealand 2009: 8). Bu konferanslar Eğitim Bakanlığı tarafından desteklenen Öğretmen Eğitimi Kursları Komitesi tarafından düzenlenmektedir. Ayrıca devlet televizyon ve yayın kurulu da bu konferanslara mali destek sağlamaktadırlar.

NAME yıl içinde çıkardığı "Script" isimli dergiyle medya eğitimcilerine düzenli takip edebilecekleri bir kaynak oluşturmaktadır.

#### **5.4.2.2. Mediascape**

Mediascape Yeni Zelanda'da [www.mediascape.ac.nz](http://www.mediascape.ac.nz) adıyla medya okuryazarlığına katkıda bulunmak amacıyla 2006 yılında kurulmuş bir internet

sitesidir. Bu internet sitesi Yeni Zelanda Yayın Standartları Kurumu (BSA), Reklam Standartları Kurumu (ASA), Aile Komisyonu ve Christchurch Politeknik Enstitüsü tarafından desteklenmekte ve Yeni Zelanda Yayın Yüksekokulu medya çalışanları tarafından yönetilmektedir. Zanker'e göre Mediascape bilgi paylaşımı ve medya araştırmaları üzerinde durmaktadır (Zanker, 2006:2). Bu site medya okuryazarlığını, medya araştırmalarını geliştirmenin yanında öğrencilerin, velilerin, öğretmenlerin, araştırmacıların ve diğer Yeni Zelandalıların medyanın nasıl yönetildiği ve etkileri üzerindeki görüşlerini paylaşabilmelerini hedeflemektedir (BSA Faaliyet Raporu, 2006: 63). Bu çalışma ile beraber medya kullanıcıları bilinçli kararlar alabilmektedir ve yeni fırsatlar oluşturarak Yeni Zelanda'da bilgi ve fikir alışverişi sağlamaktadır.

Zanker, sitenin diğer amaçlarını şöyle sıralar:

- Site, Yeni Zelanda'da bulunan ve herhangi bir bağla birbirine bağlı olmayan medya ve tanıtım çevreleri arasında bir bağ kurmayı hedefler.
- Bu anlamda çok geniş bir yelpazede ailelerin, öğrencilerin, gençlerin, politikacıların, araştırmacıların ve medya endüstrisi çalışanlarının bu siteyi aile, tüzükler, yerel medya sorunları medya kuruluşları ve diğer araştırmalarda kullanması beklenmektedir (Zanker, 2006:6).

Bu site Yeni Zelanda'da bu kadar geniş çapta çalışma yapması açısından bir ilktir.

#### **5.4.2.3. Evde Bilgisayar Projesi (Computers in Home CIH)**

Evde Bilgisayar projesi "20/20 Güvenli İletişim" kampanyası çerçevesinde hayata geçirilen ve Yeni Zelanda'da bilgisayarsız ve internetsiz ev kalmamasını hedefleyen bir projedir. Bu projeye birlikte gelir düzeyi düşük ailelerin eğitim, bilgi ve iletişim teknolojisi yönünden desteklenmesi hedeflenmektedir. Bu proje sadece kişisel gelişim için değildir. Bu projeye okullardaki gelir ve eğitim seviyesi düşük ailelerin internet, e-mail ve günlük hayatlarında kullanabilecekleri temel internet becerilerinin artırılarak okulda ve işte performanslarının artırılması düşünülmektedir. Veli eğitimleri okullarda verilecektir (20/20 Güvenli İletişim, 2000, 2002).

Evde Bilgisayar Projesi 1997 yılında Cannons Creek okulundaki gelir düzeyi düşük 25 aileye bilgisayar dağıtımıyla başlamıştır. Daha sonraki yıllarda bilgisayar dağıtımı artarak devam etmiştir. Bilgisayarın yanında internet, bilgisayar eğitimi ve destek sistemleri de sağlanmıştır (Weatherall ve Ramsay, 2006: 13).

Yeni İletişim Teknolojileri ve Aile Yaşamı raporunda bu projenin faydaları şöyle sıralanmıştır:

*1- Okulların web sitelerini yönetmek, güncellemek ve okula yeni yazılımlar kazandırmak gibi görevler verilen öğrencilerin medya okuryazarlıklarının yanında kendilerine olan güvenleri de artmıştır.*

*2- Birçok veli okulla ilk defa düzenli iletişime geçmiştir çünkü okullar artık düzenli olarak velilere e-mail göndermektedir. Ayrıca okullarda veliler için bilgisayar eğitimi çalışmaları yapılmaktadır.*

*3- Bu projeye birlikte okuryazarlık çalışmaları da başlatılmıştır çünkü birçok veli okuma sorunu yaşamaktadır ve işsizdir. Bu projede eğitimci konuşmacılar katılımcılara okuryazarlık eğitiminin yanında işsizlere de etkili özgeçmiş yazmayı öğretmişlerdir.*

*4- Denizaşırı ailelerle geliştirilen etkili iletişim sonucu Pasifik okyanusunda bulunan birçok ailenin projeye katılması sağlanmıştır. İşe öncelikle kimliklerini yitirme tehlikesiyle karşı karşıya kalan mültecilerle başlanmıştır. Bu projeye aileler e-mail, çevrimiçi sohbet, ucuz telefon görüşmesi, video konferansı, aile fotolarını internete yükleme ve internetten indirme gibi faaliyetlerde bulunabilmektedirler (BSA Faaliyet Raporu, 2006: 64).*

#### **5.4.2.3.1 Evde Bilgisayar Projesi: Tuhoe Project**

Daha önce belirtildiği gibi, Evde Bilgisayar Projesi, Tuhoe Eğitim Kurumları ile birlikte “Tuhoe Eğitim Kurumları Projesi- İletişimde İlk 6-12 Aylar Raporu, Cluster 1 & 2” ismiyle yayınlanmıştır. Bu projeye elde edilen sonuçlara göre yetişkinlerin internette en çok yaptıkları faaliyetler şunlardır:

- E-posta atma
- Web gezintisi
- İş için bilgi araştırma
- Müzik dinleme

- Sohbet etme  
Çocukların faaliyetleri ise;
- Oyunlar,
- Çizimler,
- Şarkı sözleri arama olarak sıralanabilir.  
Ergen gençler daha çok;
- Anlık sohbet
- Ödev projeleri
- Hobiler, spor ve müzik araştırmaları yapmışlardır (BSA Faaliyet Raporu, 2006: 64).

#### **5.4.2.4. SeniorNet (Yaşlılar İnterneti)**

Yaşlıların internet kullanımı Telecom'un desteğiyle 1992 yılında Yeni Zelanda'da kurulan iletişim eğitimi temelli bir kuruluş olan SeniorNet tarafından desteklenmektedir ve 102 ayrı grupta bu çalışmalar devam etmektedir (SeniorNet, 2007). Telecom, SeniorNet gruplarına finansal destek, telefon hatları, SeniorNet kulüplerine bağlanabilecekleri ücretsiz internet sağlayarak yaşlı insanların internet kullanabilmelerine ve bilgi ve iletişim teknolojileri hakkında daha çok şey öğrenebilmelerine olanak sağlar.

SeniorNet son zamanlarda ücretsiz kullanıma sahip olan ve emekli ya da emekliliğe yakın insanların faydalanabileceği ürünlerin bulunduğu "GrownUps" isimli bir internet sitesi de kurmuştur. "GrownUps" yöneticisi Richard Poole göre bu siteyi ziyaret binlerce insanın çoğu 55 yaş üstüdür ve internet kullanmaya oldukça heveslidir (GrownUps Media Release, 2006). "GrownUps" içinde yaşlı insanların yapabilecekleri işlerin bulunduğu bir bölüme, egzersiz ve ilaç vakitlerini hatırlatan bir çizelgeye ve Yeni Zelanda'nın hava durumunu sunan "Met Service"ye erişebilme imkânına sahiptir (BSA Faaliyet Raporu, 2006: 64).

#### **5.4.2.5. NetSafe**

Netsafe, yetişkinlerin güvenli internete nasıl erişebileceklerine dair bilgiler sunmaktadır. Örneğin, site yetişkinleri sohbet ederken ve internette gezinirken karşılaşabilecekleri görsel ve işitsel tehlikelere karşı bilgilendirir. Kullanıcılar bu sitede internetten tanıştıkları insanlarla nasıl iletişim kuracaklarına ve nelere dikkat

etmeleri gerektiğine dair bilgiler bulabilirler. Ayrıca bilgisayar güvenliği, mahremiyet ve iş hayatında internet gibi bölümler de içermektedir. Başka bir bölümde internette nasıl alışveriş yapılacağına dair bilgilerin bulunduğu ve Tüketici İşleri Bakanlığı tarafından hazırlanan raporlar bulunmaktadır (BSA Faaliyet Raporu, 2006: 64).

Netsafe ayrıca benzer şekilde genç internet kullanıcılarının “Bebo” ve “Myspace” gibi sosyal paylaşım sitelerinde nelere dikkat etmeleri gerektiğini gösteren bilgiler içermektedir. Bu bilgiler kullanıcıların bloglarda kişisel bilgileri verirken ve fotoğraf paylaşıırken dikkat etmeleri gereken noktaları vurgular. Ayrıca internette yapılan sanal taciz ve hakaretler karşısında kişilerin nasıl hareket edeceklerine dair bilgiler bulunur. Site çocuklara ve gençlere internette karşılaşabilecekleri cinsel tacizlere karşı eğitim verir. Bu eğitimde bu tür durumlarda kişilerin tacizcileri nasıl tanıyacakları ve karşılaştıklarında neler yapmaları gerektiği öğretilir. Kişilerin böyle durumlarda Netsafe ile irtibat kurmaları istenmektedir (BSA Faaliyet Raporu, 2006: 64).

Netsafe ayrıca mesajla taciz ihbar hattı kurmuştur ve ilk yılda yaklaşık 750 ihbar almıştır. Bu ihbarlar % 45 i yetişkinlerden %55’i çocuklardan gelmiştir. Kasım 2006’da, NetSafe, İnternet Güvenliği Grubu, Yeni Zelanda Polisi, Telekom ve Vodafone ile mesaj ve telefon tacizlerine önlem almak için karşı birleşmiştir. Bu çerçevede Netsafe, okullar için eğitim paketleri hazırlamış ve okullara internet güvenliği danışmanları göndermiştir (BSA Faaliyet Raporu, 2006: 64).

## **5.5 Medya Okuryazarlığı Eğitimi**

### **5.5.1. Medya Okuryazarlığında Öğretmen Eğitimi**

Kuzey Palmerston’daki Massey Üniversitesi’nin ve Auckland Üniversitesi’nin Eğitim Fakültelerinde yapılan bazı çalışmalar dışında Yeni Zelanda üniversitelerinin Eğitim Fakültelerinde medya okuryazarlığı derslerini okullarda verecek donanımlı eğitimciler yetiştirilmesi adına çok fazla çalışma yapılamamıştır. Bu ihmalin önde gelen sebebi üniversitelerde yeterli nitelikte personelin bulunmaması ve uzun zamandır basılı ve yazılı eğitim üzerinde mesai harcanmasıdır. Üniversiteler bu sorunu diğer üniversitelerle işbirliğine giderek çözmeye çalışsa da



yeterince başarılı olunduğu söylenemez (Lealand, 2009: 5). Dolayısıyla bu alanda yetişmiş eğitimci oranı çok da yüksek değildir.

Medya dersleri eğitimcilerinin çoğu üniversitelerin Sosyal Bilimler ve Sanat Fakültelerindeki Medya Bilimleri bölümlerinde eğitim almıştır. Genellikle öğrenciler bu bölümü bitirdikten sonra medya dersleri öğretmenliği için bir yıl daha formasyon almak için eğitimlerine devam etmektedirler. Lealand'ın aktardığına göre medya dersleri eğitimcileri eğitim bakanlığının ve NZQA'nın beraber düzenlemiş olduğu hizmet içi eğitimlere alındıkları gibi NAME'nin organize ettiği atölye çalışmalarıyla ve konferanslarla da kendilerini geliştirme olanağı bulabilmektedirler (Lealand, 2009: 5). Bu tür çalışmalarla alanda yetişmiş eğitimcileri artırmak hedeflenmektedir.

Birçok Eğitim Fakültesinin bu eğitimi ihmal etmesine rağmen Auckland Üniversitesi Eğitim Fakültesi medya dersleri ve öğretmen eğitiminde önde gelmektedir. Daha da önemlisi medya dersleri alanında son üç yılı kapsayan çok sistemli bir çalışma ortaya koyarak Auckland temelli tam gün eğitim programı başlatmıştır. Örneğin Deborah Thompson isimli oldukça tecrübeli medya eğitmeni zamanının çoğunu Auckland ve North Island arasında bu eğitimi verebilmek için harcamaktadır. Onun bu çalışmadaki rolü kaynak geliştirmek, uzak topluluklara çevrimiçi medya dersleri vermek, Beacon Okullarıyla işbirliği içerisinde bölgesel toplantılar yapmak ve bilgi paylaşımını sağlamaktır (Lealand, 2009: 6).

Yeni Zelanda okulları Kanada'da olduğu gibi bölgesel eğitim sistemine değil daha merkezi bir eğitim sistemine sahiptir. NAME her ne kadar Auckland merkezli bir kuruluş olsa da Waikato'da, Palmerston'da, Wellington'da ve Christchurch'te bu organizasyona bağlı medya öğretmenleri grupları bulunmaktadır. Bu bölgelerdeki öğretmenler Auckland'da hizmet içi eğitim programlarına katıldıkları gibi bölgesel organizasyonlarla da bir araya gelmektedirler. Beacon okullarının katılımıyla Auckland, Waikato, Hawkes Bay, Wellington ve South Island'da bölgesel toplantılar yapılmaktadır (Lealand, 2009: 6). Bu toplantılarda tecrübeli öğretmenler ve deneyimli liderler etrafında eğitim programlarının geliştirilmesi, öğrenci ve öğretmen başarısının artırılması ve yeni başlamış az tecrübeli öğretmenlere faydalı olmak amaçlanmaktadır. Ayrıca öğretmenler medya eğitiminin geliştirilmesinden sorumlu olan Eğitim Bakanlığı ve NZQA bünyesinde bulunan medya eğitimi uzmanlarıyla özel çalışmalar yapabilmektedirler.

### 5.5.1.1. Öğretmenlerin medya okuryazarlığı değerlendirmeleri

Medya dersleri öğretmenlerinin ulusal bir müfredat üzerine fikirlerini almak amacıyla NAME tarafından Upper North Island bölgesi öğretmenleriyle Massey Üniversitesinin Albany kampüsünde 2004 yılında bir toplantı düzenlenmiştir. Konuya hâkim insanların hepsiyle bir arada böyle bir çalışma yapılması çalışmanın ve anketin sağlıklı olmasında önemli bir etkidir ( Smith, 2004). Çalışmadan çıkan sonuçlar özetle şunlardır:

#### 5.5.1.1.1. Katılımcıların Medya Eğitimi Verdikleri Yıl

Medya Eğitimi Verilen Yıl	Katılımcı Sayısı	Katılımcı Oranı
0-5	18	60%
6-10	5	16.7%
11-15	1	3.3%
16-20	6	20%
<b>Toplam</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Tablo 7: Medya dersi eğitimcilerinin Medya eğitimi verdikleri yıllar

Katılımcıların çoğunluğu (% 60) beş ya da daha az bir süre medya eğitimi vermiştir. Bunlarında % 26,7'si bir veya daha az süre medya eğitimi vermiştir. En tecrübeli eğitimcilerin oranı % 20'dir ( Smith, 2004).

#### 5.5.1.1.2. Katılımcıların Medya Eğitimi Verdikleri Sınıflar

Sınıf	Medya dersleri veren katılımcıların sayısı	Medya dersleri veren katılımcıların oranı
9. Sınıf	1	3.3%
10. Sınıf	8	27.7%
11. Sınıf	1	3.3%
12. Sınıf	27	90%
13. Sınıf	26	86.7%

Tablo 8: Medya dersi eğitimcilerinin medya eğitimi verdikleri sınıflar

Katılımcıların çoğu medya derslerini 12. ve 13. sınıflarda vermektedirler. Katılımcıların yaklaşık dörtte biri 10.sınıflara, sadece 2 katılımcı 9. ve 10. Sınıflara ders vermektedir ( Smith, 2004).

#### 5.5.1.1.3. Medya Dersleri Müfredatı Üzerine Katılımcı Fikirleri

	Katılımcı sayısı	Katılımcı oranı
<b>Ulusal Müfredatın Geliştirilmesini Savunanlar</b>	19	63.4%
<b>Ulusal Müfredata Karşı Çıkanlar</b>	3	10%
<b>Kararsızlar</b>	7	23.3%
<b>Oy Vermeyenler</b>	1	3.3%
<b>Toplam</b>	30	100%

Tablo 9: Medya Dersleri Müfredatı Üzerine Katılımcı Fikirleri

Katılımcıların çoğu (63,4%) bir medya eğitimi müfredatı geliştirilmesinden yana fikir beyan ederken yaklaşık dörtte biri (23,3%) kararsız ve % 10'u ise karşıdır ( Smith, 2004).

Müfredat geliştirilmesi taraftarı olan öğretmenler bu eğitimin bu sayede bir konum kazanacağını ifade etmişlerdir. Sosyal bilimler başlığı altında kaldığı sürece medya dersleri İngilizce eğitiminin bir parçası olarak devam edecektir ( Smith, 2004). Fakat ayrı bir konuma sahip olması bu eğitimin gelişmesine fayda sağlayacaktır.

Öğretmenlere göre müfredat geliştirilmesi için bir diğer önemli sebep müfredatın öğretmenlere bir yapı ve rehberlik sağlamasıdır. Özellikle yeni başlayan öğretmenler bu müfredattan oldukça faydalanacaklardır. Aynı zamanda müfredatın varlığı ülke çapında belli bir standartın oluşmasını sağlayacaktır.

Katılımcılar diğer önemli sebepleri şöyle sıralanmışlardır.

- Müfredat olursa bakanlık daha çok destek verecektir.
- Müfredatla medya derslerinin ülke çapında değerlendirmesi yapılabilecektir.
- Müfredat ile birlikte eğitimin anahtar kavramları daha iyi anlaşılacaktır.
- Müfredat bu eğitimin yaygınlaşmasını sağlayacaktır.

- Kaynakların geliştirilmesi ve çoğaltılması kolaylaşacak ve öğrenciler daha iyi eğitim alabileceklerdir.

Müfredatı karşı olan öğretmenler ise geliştirilecek olan ulusal müfredatın öğretmenlerin alandaki özgürlüklerini kısıtlayacağını ve hiç durmadan değişen medya dünyasında yeniliklerin gerisine düşülebileceği tehlikesini ortaya çıkaracağını öne sürmektedirler ( Smith, 2004). Onlara göre medya dinamik ve değişkendir. Bu yüzden medya dersleri esnekliğe sahip olmalıdır ve değişimlere hızlı cevap verebilmelidir. Bu da eğitim konu ve sistemlerinin her yıl güncellenmesini gerektirir.

### **5.5.2. Medya Okuryazarlığında Öğrenci Eğitimi**

Medya derslerinde ilerledikçe öğrencilerin bu dersleri kavrayışlarında ve uygulama düşüncelerinde derinleşmeleri beklenmektedir. Bu eğitimle birlikte öğrencilerin odağı başkalarının ve kendilerinin medya kullanımını gözlemeden medyanın toplum içerisindeki yerini sorgulamaya doğru kayar ve öğrenciler medya metinlerini geniş bir şekilde inceleme imkânına kavuşurlar. Metinlerin arkasına gizlenmiş örtük anlamları çıkartabilirler. Bu eğitimle birlikte öğrencilerin artık öğretmenlerden bağımsız hareket ederek medya ürünlerine daha eleştirel yaklaşabilmeleri hedeflenmektedir.

Medya okuryazarlığının gelişimine bağlı olarak derslerin değerlendirme ve içerik gibi yönleri de gelişir. Bu anlamda göstergeler öğretmenlerin öğrencilerin medya eğitimindeki başarılarını ve yeterliliklerini belirledikleri davranış ve kabiliyet örnekleridir. Öğretmenler eğer isterlerse farklı kıstaslar belirleyebilmektedirler. Yine ders içerikleri öğrencilerin öğrenim hedefleriyle doğru orantılı ilerleyen ve tavsiyelere açık eğitim içerikleridir. Öğretmenler bölgesel şartlara, toplumsal yapıya ve öğrenci ilgisine ve ihtiyaçlarına göre bu içerikleri değiştirebilirler. Nitelik değerlendirmesi bu derslerin önemli bir kısmını oluşturur. Yeni Zelanda müfredatında medya eğitimi ile ilgili olan başarı standartları gün geçtikçe geliştirilmektedir. Plânladıkları bu değerlendirme çalışması üç kategoride ele alınacaktır. Birinci kategoriye 2011 yılında, ikinci kategoriye 2012 yılında, üçüncü kategoriye ise 2013 yılında geçilmesi düşünülmektedir.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> <http://seniorsecondary.tki.org.nz/Social-sciences/Media-studies/Learning-objectives> (Erişim Tarihi:06.09.2012)

### 5.5.3. Medya Okuryazarlığı Müfredatı

Resmi müfredatın olmamasından dolayı, hazırlanan medya dersleri çalışmaları genellikle Britanya medya dersleri üzerine temellendirilmiştir. Alıntılanan bu çalışmalarda geçen kurum, tanıtım, anlatım, izleyici, ideoloji ve tür gibi kavramlar Yeni Zelandalı öğretmenlerin çok da yabancı olmadığı şeylerdir. Birçok öğretmen müfredatla ilgili kaynakları İngiltere’de medya eğitimi müfredatının şekillenmesinde önemli rol oynayan BFI’den (British Film Institute - Britanya Film Enstitüsü) sağlamıştır. BFI oldukça gelişmiş bir medya eğitimi çerçevesine sahiptir ve kaynakları oldukça yüksek standartlar içermektedir. Buna rağmen Yeni Zelanda medya eğitimi müfredatı geliştirilirken Yeni Zelanda eğitim geleneklerine bağlı kalınmıştır.

Medya dersleri Auckland Üniversitesinde olduğu gibi daha çok medya ürünleri üretim süreci ve endüstri üzerine yoğunlaşmaktadır. Britanya modeli uygulanıyor olmasına rağmen Auckland yaklaşımı çok teorik değildir. Bu eğitim modeli Yeni Zelanda eğitim modeline uyarlanarak ülkenin gelişmekte olan enerjik medya yapısıyla paralel hale getirilmeye çalışılmıştır (Hart, 1992). Ayrıca bu program problem çözümünde bir seviyeden diğerine geçerken İngiltere’de verilen medya eğitimini çerçeve olarak almaktadır.

Medya okuryazarlığı eğitiminin okullarda yeni olmasından kaynaklanan sorunlar İngilizce eğitiminin ilk başlarda yaşadığı sorunlara oldukça benzemektedir. Bugün medya eğitimi alanında başarılı şeyler birçoğu resmi olarak bu konuda eğitim almamış olan gayretli eğitimcilerin eseridir. Her ne kadar bu eğitimciler bireysel gayretleriyle çeşitli çalışmalar yapmış olsalar da Yeni Zelanda için artık resmi bir müfredat oluşturulması zamanı geldiği düşünülmektedir. Sandra Smith tarafından 2004 yılında yapılan ve otuz medya öğretmenin katıldığı bir atölye çalışmasına göre öğretmenlerin büyük kısmı bir müfredat geliştirilmesi yönünde fikir beyan etmişlerdir (Smith, 2005). Buna göre müfredat programı konunun bir statü kazandırması ve kaynakça geliştirmeyi güçlendirmesi hedeflenmektedir. Bazı öğretmenler ise böyle bir müfredatın ders içeriği hazırlamayı kısıtlayacağını ve medya gibi değişken bir alanın sabitlenmesinin uygun olmayacağını ifade etmişlerdir.

Yeni Zelanda’da müfredat programı geliştirilmesine dair ihtiyaç değişik kesimlerce vurgulanmış olsa da henüz resmi olarak bu hayat geçirilmemiştir. Eğitim

bakanlığının ve NZQA'nın resmi olarak yayınladığı başarı standartları, ünite standartları, örnek ve soru kitapçıklarının yanında Yeni Zelandalı öğretmenler Yeni Zelanda temelli geniş bir yelpazede eğitim materyalleri hazırlamaktadırlar. Bir çok öğretmen hâlâ Britanya ve Avustralya eğitim materyallerini kullanmaktadır. Bunların başında Stewart, Lavelle ve Kowaltzke'nin 2001 yılında hazırladıkları "*Media and Meaning: An Introduction*" çalışması ile yine Stewart and Kowaltzke'nin 2008 yılında hazırladıkları "*Media, New Ways and Meaning*" çalışmaları gelmektedir. Fakat Yeni Zelanda'da bu konuda yapılan birçok çalışma bulunmaktadır. Bunlar: Geoff Lealand ve Helen Martin'in 2001 yılında yaptıkları "*It's all done with mirrors: about television*", Roger Horrocks ve Nick Perry'nin "*Television in New Zealand Programming the Nation*", Goode ve Zuberi'nin 2004 yılında yaptıkları "*Media Studies in New Zealand*", Terry Jones ve Deborah Thompson'nun 2007 yılında yaptıkları "*Year 12 Media Studies Study Guide NCEA Level 2*" ve son olarak yine Thompson'un 2007 yılında yaptığı "*Sandra Chesterman Media Studies Year 13 NCEA Level 3*" çalışmalarıdır (Lealand: 2009. 17). Ayrıca Yeni Zelanda yapımı "Lord of The Rings" ve "King Kong" filmlerinden sonra gittikçe artan bir seviyede film endüstrisi temalı kitaplar çıkmaya başlamıştır. NAME yılda 3-4 defa çıkardığı "Script" isimli dergiyle değişik eğitim materyalleri sağlamaya devam etmektedir. Yine NAME 2005 yılında Yeni Zelanda film komisyonu ile birlikte "*Short Reels: Ten New Zealand Short Films*" isimli Yeni Zelanda'da çekilen kısa filmleri içeren bir DVD çıkarmıştır.

#### **5.5.4. Hedefler**

Yeni Zelanda eğitim sisteminde kendine oldukça iyi yer edinmiş olan medya okuryazarlığı çalışmalarının kuşkusuz önemli hedefleri vardır. Bireylerin medya karşısında bilinçlenmesi ana hedef olmakla birlikte, Yeni Zelanda eğitim sisteminin medya okuryazarlığından bazı özel beklentileri de vardır. Yeni Zelanda eğitim müfredatına açık erişim sağlanabilen [www.tki.org.nz/](http://www.tki.org.nz/) sitesinde medya okuryazarlığı öğrenci eğitimi çıktıları hakkında şu bilgiler yer almaktadır:

- *İlk olarak toplum ve medya bağlamında öğrencilerin medya dersleri aracılığıyla medyanın toplumla olan ilişkisini anlayabilmeleri ve toplumsal içeriklerin nasıl oluşturulduğunu kavrayabilmeleri hedeflenmektedir. Bu kısım sosyal içerikler tarihsel, ekonomik, sosyal, kültürel ve politik bakış gibi*

konulardan oluşur. Öğrencilerin ayrıca medya ile olan ilişkilerinde eleştirel, etkin, bilgili ve sorumlu bir vatandaş olarak hareket etmeleri hedeflenmektedir.

- Öğrencilerin medya metinlerini anlamlandırabilmeleri amaçlanmaktadır. Öğrenciler medya dersleri aracılığıyla medya metinlerine ve diline alışkanlık kazanırlar. Medya derslerinin içerik analizi, medya terminolojisinin uygun kullanımı gibi derslerle öğrenciler metinlerdeki örtük anlamları anlayabilirler. Öğrencilerin metin gruplarına, metin yapılarına bakarak yakın okuma yapabilmeleri ve bu metinlere cevap verebilmeleri hedeflenmektedir.
- Son hedef medya üretimi yapabilme yeteneği edinmeleridir. Öğrenciler aldıkları medya eğitimiyle eğlendirici ve bilgilendirici medya ürünlerini kendileri yapmayı öğrenirler. Medya teknolojisinin kullanımında yeteneklerinin gelişmesiyle birlikte iletişim kabiliyetlerinin gelişmesi hedeflenmektedir. Kendi ürünlerini oluştururken ve başka ürünlerle karşılaştırmalar yaparken kendi üretim yetenekleri de ayrıca gelişir.<sup>42</sup>

Medya dersleri öğrenim hedefleri birinci seviyede, öğrencilerin bilgi yetenek ve tecrübeleriyle medya kavramını, medya metinlerinin dilini, medyada iletişimi ve medya üretimi için teknolojiyi kavramalarını, ikinci seviyede sorgulamalarını, üçüncü seviyede değerlendirme yapabilmelerini hedeflemektedir. Bu hedefler 12. ve 13 sınıflarda ayrı olarak veya başka derslerin içinde gördükleri medya derslerinde istenen standartları tanımlayabilmek için tasarlanmıştır. NCEA başarı standartlarına göre bu seviyelerde hedeflenen kazanımlar şöyle açıklanabilir:

*Birinci seviyedeki öğrencilerin;*

- bireylerin medya ile nasıl iletişim kurduklarını anlamaları,
- seçilmiş medya öğelerini algılamaları,
- belirli konulara medyanın nasıl baktığını görmeleri,
- medya türünün karakterini tanımları,
- geniş medya geleneği içinde medya ürün kullanımı hakkında plân yapabilmeleri,

---

<sup>42</sup> <http://seniorsecondary.tki.org.nz/Social-sciences/Media-studies/Learning-objectives> (Erişim Tarihi:06.09.2012)

- *Yeni Zelanda medyasının kurallarını öğrenebilmeleri,*
- *Hedef dinleyici kitlesi için metinler hazırlayabilmeleri hedeflenmektedir.*  
*İkinci seviyedeki öğrencilerin;*
- *tüketicilerle medya arasındaki ilişkiyi anlayabilmeleri,*
- *öyküleyici medya metinlerini anlayabilmeleri,*
- *betimleyici medyayı anlayabilmeleri,*
- *medya türlerinin bakış açılarını anlayabilmeleri,*
- *medyada etik konusunu kavrayabilmeleri hedeflenmektedir.*  
*Üçüncü seviyedeki öğrencilerin;*
- *medya endüstrisinin bakış açısına hakim olmaları,*
- *medya ürünleri üzerinde farklı okumalar yapabilmeleri,*
- *Yeni Zelanda kültür ve toplumunun medyada tanıtımını yapabilmeleri,*
- *medya ile toplumun değişik kesimleri arasındaki ilişkiyi anlayabilmeleri,*
- *kısa bilgi metinleri hazırlayabilmeleri,*
- *medyadaki dikkat çekici gelişmeleri anlayabilmeleri hedeflenmektedir.*

## 5.6. Yeni Zelanda ve Türkiye Medya Okuryazarlığı Profili

Genel Bakış					
<b>TÜRKİYE ve YENİ ZELANDA MEDYA OKURYAZARLIĞI PROFİLİ</b> <b>Türkiye Değerlendirme: Doç. Dr. Nurdan Öncel Taşkıran</b> <b>Yeni Zelanda Değerlendirme: Arş. Gör Yavuz Selim Söylemez</b>					
	Hiç	Orta	İyi	Çok İyi	
Öğretim programlarında ve yaşam boyu öğrenmede Medya okuryazarlığı becerilerine önem verilmektedir.	TR			YZ	Medya becerileri gelişimi eğitim programında temel amaçtır ve sistematik bir biçimde ele alınır. Yeterli kaynak bulunmaktadır. Değerlendirme eğitim sistemi içinde ve dışında gerçekleşir.
Temel öğretmen eğitimi verilmemektedir.	TR		YZ		Medya okuryazarlığı temel ve daha sonraki öğretmen eğitimini oluşturur. Hem teknik hem de eleştirel farkındalık içerir. Ebeveynler ve öğretmenler için sistematik Medya okuryazarlığı eğitimleri mevcuttur.



Medya okuryazarlığı değerlendirme sistemi mevcut değildir.	TR			YZ	Medya okuryazarlığı sadece eğitsel amaçlı olmayıp temel yaşam becerileri arasında yer alır.
Öğretici kaynakların üretimine sınırlı ulaşım olanakları bulunmaktadır.		TR		YZ	Öğretmenler, ebeveynler ve alan uzmanlarına yönelik eğitici kaynaklar mevcuttur. İyi organize edilmiş ve düzenli olarak üretilen güncel kaynakların yer aldığı merkezler bulunmaktadır.
Medya okuryazarlığı üzerine rehberlik ve yönlendirme sistemleri bulunmamaktadır.		TR		YZ	Medya okuryazarlığında önemli yönlendirme ve rehberlik merkezleri bulunmaktadır. Yapılan girişimlerin birleştirilmesi ve eşgüdümünde etkili sistemler mevcuttur.
Medya okuryazarlığında istikrarlı kampanyalar yürütülmemektedir.		TR		YZ	Medya okuryazarlığında önemli, büyük ölçekli, geniş kapsamlı girişimler ve organizasyonlar bulunmaktadır.
Medya okuryazarlığı konusunda uzmanlaşmış bakanlıklar ya da devlet kurumları bulunmamaktadır.		TR		YZ	Kamu kurumlarının çalışma alanlarını bir araya getiren ve organize eden Medya okuryazarlığı Merkezleri bulunur.
Sivil kuruluşların Medya okuryazarlığı ile ilgisi bulunmamaktadır.	TR			YZ	Medya okuryazarlığı kapsamında farklı birimleri bir araya getiren ve aralarındaki ilişkiyi sağlayan etkin ve önemli organizasyonlar bulunmaktadır.
Medya okuryazarlığı alanında düzenleyici bir otorite (yetkili kurum) bulunmamaktadır.		TR	YZ		Medya okuryazarlığında düzenleme kurulları daimi ve sistemli olarak çalışırlar. Siyasi, kurumsal ve sivil katılımı desteklerler. Medya okuryazarlığının gelişimini değerlendirirler.
Medya kuruluşları medya okuryazarlığı programlarına ilişkin girişimleri gündeme taşır.		TR		YZ	Diğer kurum ve kuruluşlarla bağlantılı olarak medya organları tarafından düzenlenen sistemli ve düzenli medya okuryazarlığı programları bulunur.

Medya endüstrisinin ülke vatandaşlarına yönelik medya okuryazarlığı çalışmaları gelişmemiştir.		TR		YZ	Sistemli ve tutarlı çalışmalar mevcuttur. Medya okuryazarlığı ile ilgili hizmetler bulunmaktadır. Tüketici haklarını koruma ile ilgili kuruluşlarla bağlantı halindedir.
Medya okuryazarlığı üzerine oldukça gelişigüzel ve düzensiz görünüm ve kamuoyu tartışması mevcuttur.	TR		YZ		Medya okuryazarlığı ile ilgili önemli etkinlikler ve fuarlar düzenli olarak gerçekleşir. Böylelikle sivil kurumların desteği, Medya okuryazarlığına vurgu ve vatandaşların etkin katılımı sağlanır.
Vatandaşların yaratıcı üretimleri için teşvik edilmeleri söz konusu değildir.	TR	YZ			Her anlamda büyük ölçüde teşvik mevcuttur. Alanla ilgili ödüller, destekler ve bağışlar vardır. Ayrıca özellikle çocuklar ve gençlere yönelik festivaller ve fuarlar düzenlenmektedir.
Araştırmalar medya okuryazarlığı konularıyla ilgilenir		TR	YZ		Araştırma için özel kurumlar, kalıcı gözlem yerleri ve düzenli, süregelen çalışmalar bulunmaktadır. Uluslararası alanda yüksek derecede katılım söz konusudur.
Uluslararası işbirliğine/ çalışmaya katılım görülmez.		TR	YZ		Alanla ilgili uluslararası referans ve liderlik bulunmaktadır. Uluslararası bağlantıların merkezleri mevcuttur.
Ebeveynlerin katılımı yoktur.	TR		YZ		Alanla ilgili kurumlaşma ve adanmışlık iyi seviyededir. Kurumlar arasında dayanışma ve birlik vardır. Ulusal seviyede iyi bir katılım söz konusudur.
Bu konuda ticari girişimler düşük orandadır.	TR			YZ	Konu alanına özel merkezler ve girişimler bulunur.

Tablo 10: Türkiye ve Yeni Zelanda'da Medya Okuryazarlığı Profili Karşılaştırması

## SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Tüm dünyada yaklaşık yüz yıllık bir geçmişi bulunan medya okuryazarlığı çalışma ve uygulamaları Türkiye’de yaklaşık on yıl, Yeni Zelanda’da ise yaklaşık kırk yıllık bir geçmişe sahiptir. Konu evrenimiz olan Asya ülkeleri ve özellikle Yeni Zelanda ile kıyaslandığında bu kısa süre dâhilinde Türkiye’de öğretim programlarında ve yaşam boyu öğrenmede medya okuryazarlığı becerilerine yeterince önem verilmediği görülmektedir. Yeni Zelanda’da ise medya okuryazarlığı eğitimi yaşam becerileri gelişimi programında temel amaçtır ve sistematik bir biçimde ele alınır. Yeterli kaynak bulunmaktadır ve değerlendirme, eğitim sistemi içinde ve dışında gerçekleşir.

Öğretmen eğitimi konusunda her iki ülkede de özel bir program bulunmamasına rağmen Yeni Zelanda’da üniversiteler ve sivil toplum kuruluşları medya okuryazarlığı eğitimi verecek eğitimciler için konferanslar, hizmet içi eğitim seminerleri gibi çeşitli faaliyetler yapmaktadır. Bu çalışmalar hem teknik hem de eleştirel farkındalık içerir. Ebeveynler ve öğretmenler için sistematik medya okuryazarlığı eğitimleri mevcuttur. Özellikle bilgisayar ve internet konusunda “Evde Bilgisayar” ve “Seniornet” gibi projeler üretilmekte ve ebeveynlerin okullar aracılığıyla bilinçlendirilmesine çalışılmaktadır. Türkiye’de henüz bu tür girişimler mevcut değildir.

İki profil yan yana incelendiğinde medya okuryazarlığı değerlendirme sistemi henüz Türkiye’de mevcut olmadığı buna karşın Yeni Zelanda’da ilköğretimden başlayarak medya okuryazarlığının sadece eğitsel amaçlı olmayıp temel yaşam becerileri arasında yer aldığı görülmektedir.

Yeni Zelandalı öğretmenler, ebeveynler ve alan uzmanlarına yönelik eğitici kaynaklar mevcuttur. NAME ve NZQA gibi iyi organize edilmiş ve düzenli olarak üretilen güncel kaynakların yer aldığı merkezler bulunmaktadır. Türkiye’de ise RTÜK ve MEB tarafından medya okuryazarlığı konusunda öğretmen el kitabı basılmış ve hazırlamış oldukları medya okuryazarlığı internet sitesi aracılığıyla çeşitli kaynaklar üretilmiştir.

Türkiye’de medya okuryazarlığı üzerine rehberlik ve yönlendirme sistemleri genellikle RTÜK ve MEB aracılığıyla yapılmaktadır. Öğrencilerin bu dersi seçmeleri amacıyla kamu spotları hazırlanmış ve veliler de bu konuda kitle iletişim araçlarında

yayınlanan ve çok sık olmayan kamu spotlarıyla teşvik edilmiştir. Yeni Zelanda’da ise bu dersin önemi 70’li yıllardan itibaren kavranmıştır ve medya okuryazarlığında önemli yönlendirme ve rehberlik merkezleri bulunmaktadır. Yapılan girişimlerin birleştirilmesi ve eşgüdümünde etkili sistemler mevcuttur. Medya okuryazarlığında düzenleme kurulları daimi ve sistemli olarak çalışırlar. Siyasi, kurumsal ve sivil katılımı desteklerler, medya okuryazarlığının gelişimini değerlendirirler.

Yeni Zelanda’da medya okuryazarlığında gerek devlet eliyle gerekse sivil toplum kuruluşları aracılığıyla olsun önemli, büyük ölçekli, geniş kapsamlı girişimler ve organizasyonlar bulunmaktadır. Türkiye’de ise zaman zaman yapılan çalıştaylar dışında çok istikrarlı kampanyalar yürütülmemektedir.

Türkiye’de medya okuryazarlığı konusunda uzmanlaşmış bakanlıklar veya devlet kurumları bulunmamaktadır. Bu konuda sadece MEB’in bazı çalışmaları bulunmaktadır. Yeni Zelanda’da ise kamu kurumlarının çalışma alanlarını bir araya getiren ve organize eden NAME, NZQA gibi medya okuryazarlığı merkezleri bulunur.

Yeni Zelanda’da medya okuryazarlığı kapsamında farklı birimleri bir araya getiren ve aralarındaki ilişkiyi sağlayan etkin ve önemli organizasyonlar bulunmaktadır. Auckland Üniversitesi çeşitli programlar aracılığıyla sivil toplum kuruluşlarını üniversite bünyesinde bir araya getirmektedir. Türkiye’de ise sivil toplum kuruluşlarının medya okuryazarlığı ile ilgileri henüz yoktur.

Türkiye’de medya okuryazarlığının 2003 yılında ilk defa gündeme gelmesinden beri medya kuruluşları medya okuryazarlığı programlarına ilişkin girişimleri nadiren gündeme taşımaktadır. Türkiye’de medya endüstrisinde vatandaşlara yönelik medya okuryazarlığı çalışmaları gelişmemiştir (Medyada çıkan haber ve yazılar için BKZ. EK-1 ve EK-2).Yeni Zelanda’da ise diğer kurum ve kuruluşlarla bağlantılı olarak medya organları tarafından düzenlenen sistemli ve düzenli medya okuryazarlığı programları bulunur. Tüketici haklarını koruma ile ilgili kuruluşlarla bağlantı halindedir. Örneğin “Netsafe” isimli sitede internet ile ilgili her türlü problemde danışabilecekleri veya şikâyette bulunabilecekleri bir internet sitesi bulunmaktadır.

Yeni Zelanda’da medya okuryazarlığı ile ilgili önemli etkinlikler ve fuarlar düzenli olarak gerçekleşir. Örneğin Avustralyalı medya eğitimcileri derneği ATOM belirli yıllarda toplantılarını Yeni Zelandalı öğretmenlerle Yeni Zelanda’da

yapmaktadırlar. Böylelikle sivil kurumların desteği, medya okuryazarlığına vurgu ve vatandaşların etkin katılımı sağlanır. Türkiye’de ise medya okuryazarlığı üzerine oldukça kopuk ve dağınık bir görünüm mevcuttur. İşbirliği yapılan veya örnek alınan bir ülke mevcut değildir. Yabancı kökenli misafir uzmanlar konferans verip gitmekte, kalıcı bir etki için işbirliğine gidilmemektedir.

Türkiye’de vatandaşların yaratıcı üretimleri için teşvik edilmeleri söz konusu değildir. Yeni Zelanda’da da okullarda öğrencilerin medya alanında kendi üretimlerini yapabilmelerine imkân sunan dersler vardır.

Yeni Zelanda’da araştırma için özel kurumlar, kalıcı gözlem yerleri ve düzenli, süregelen çalışmalar bulunmaktadır. Uluslararası alanda yüksek derecede katılım söz konusudur. Türkiye’de yapılan araştırmalar gün geçtikçe artmaktaysa da yeterli seviyede değildir. Bu araştırmalar genellikle akademisyenler aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bu da daha çok yetişkin eğitimi ve eleştirel bakış çerçevelerinde kalmakta müfredat içeriği, görsel içerik ve öğretmen eğitimi gibi temel sorunlara pek değinilmemektedir.

Yeni Zelanda’da alanla ilgili uluslararası birçok çalışma yapıldığı gibi AB komisyonunca bu ülke medya okuryazarlığında en avantajlı ülkelerden biri olarak kabul edilmektedir (Buckingham ve Domaille, 2001). Türkiye’de ise uluslararası işbirliğine/çalışmaya katılım nadiren görülmekte, akademik alanda konuyla ilgili çalışmalar yapan az sayıda akademisyen tarafından bireysel olarak gerçekleştirilmektedir.

Türkiye’de ebeveynlerin medya okuryazarlığına sivil toplum çalışmalarına veya farkındalık uygulamalarına katılımları da söz konusu değildir. Çünkü bu alanda örgütlenmiş bir sivil toplum kuruluşu yoktur. Yeni Zelanda’da ise alanla ilgili kurumlaşma ve adanmışlık ileri seviyededir. Kurumlar arasında dayanışma ve birlik vardır. Çeşitli kurumlar medya okuryazarlığının ebeveynlere de ulaştırılması için çalışmaktadırlar. Konu alanına özel merkezler ve girişimler katkılarda bulunurlar.

## ÖNERİLER

Toker'in de belirttiği gibi Türkiye'de medya okuryazarlığı çalışmaları oldukça yenidir; ilköğretim müfredatında da medya okuryazarlığı dersi 2006 yılında RTÜK ve MEB arasındaki işbirliği sonucu başlamıştır. Söz konusu işbirliği bu alanda atılmış olumlu bir başlangıç adımı olarak değerlendirilebilir; ancak medya okuryazarlığı alanındaki gelişimde devamlılığın sağlanması için yapılması gereken pek çok şey olduğunu da eklemek gerekmektedir (Toker, 2010: 144). Türkiye'de medya okuryazarlığının gelişmesine yönelik çalışmalara katkıda bulunması için aşağıda yer alan öneriler dikkate alınabilir:

1) Medya okuryazarlığının öneminin kavranması: Türkiye'de medya okuryazarlığının geçmişinin çok yeni olması nedeniyle gerek toplumun gerekse idarecilerin konunun önemini tam olarak kavradıkları söylenemez. Öncelikle medya okuryazarlığının öneminin toplumun her kesimine anlatılması gerekmektedir. Yeni Zelanda'da medya okuryazarlığının yaşam becerileri gelişimi eğitim programında temel amaç olması bireylerin bu eğitimi almış olarak yetişmesini beraberinde getirmektedir. Türkiye gibi bir yandan gelişen bir ekonomiye ve medyaya sahip bir yandan ise oldukça genç bir nüfusu bulunan bir ülkede bu eğitimin zihinsel olarak toplum belleğine yerleştirilmesi önem kazanmaktadır.

2) Eğitimcilerin eğitimi: Bu eğitimin diğer derslerden önemli farkı öğrenildikten sonra hemen hayata geçirilebilmesi ve kişinin bu eğitimin getirilerini yine hayatın her alanında kullanarak aydın bir birey olabilmesidir. Taşkiran'a göre görev sorumluluğunun bilincinde, verimli ve etkili iletişim kurabilen, yansız ve yaratıcı ruha sahip eğitimcilerin seçimi için bir eğitim komisyonu kurulması bu eğitimcilerin özellikle iletişim okulu mezunlarından olmasına önem verilmesi gerekmektedir (Taşkiran, 2007:149). Türkiye'de bu eğitimi verecekler için özel bir program bulunmaması önemli bir eksikliklerdir. Yeni Zelanda'da da böyle bir program bulunmama ile birlikte üniversiteler ve sivil toplum kuruluşları öğretmen eğitimi konusunda konferanslar, hizmet içi eğitim seminerleri gibi çeşitli faaliyetler yapmaktadır. Türkiye'de ise bu alanda eğitim vereceklerin iletişim fakültelerinden mezun olan öğrenciler olmaları sağlanmalıdır. Üniversite hayatları boyunca medya ve medya eğitimiyle iç içe olmuş bu öğrenciler kendilerine iki senelik bir eğitimden

sonra verilecek öğretmenlik eğitim sertifikası neticesinde medya okuryazarlığı eğitimini unvanıyla okullarda değerlendirilebilirler.

3) Müfredat geliştirilmesi: Öğretmen eğitiminin tek başına yeterli olmayacağı açıktır. Konunun diğer yönünü müfredat oluşturmaktadır. RTÜK öğretmenlere yardımcı olması için 2007 yılında “İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı” çıkarmıştır. Fakat bu çalışmanın çok da yeterli olduğu söylenemez. Öğretmenlerin izleyeceği ve sürekli güncellenen bir eğitim müfredatı internet sitesi aracılığıyla hazırlanmalıdır. Ders programı kapsamında kitap vb. materyallerin hazırlanmasının bir uzmanlık alanı olarak görülmesi gerektiği düşüncesiyle ders kapsamında kullanılacak materyallerin hazırlanmasında MEB üyelerinin yanı sıra iletişim alanında uzman kişilerin de desteği alınmalıdır. Çeşitli kurumlarca yapılacak işbirliği ile öğrencilerin seviyelerine uygun ders kitapları, görsel ve işitsel malzemeler üretilebilir. Ders kapsamında gerçekleştirilecek pratik uygulamalar için gerekli araç ve gereçler saptanabilir, okullarda özellikle televizyon, bilgisayar, internet gibi olanakların bulunması sağlanabilir, öğrenciler tarafından gerçekleştirilecek etkinliklerde kullanılmak üzere yeterli bir bütçe ayrılabilir. Hazırlanan bu müfredatın öğretmenleri yeni araştırmalara teşvik eder şekilde olması çok önemlidir. 2004 yılında Yeni Zelanda’da yapılan bir öğretmen anketinde medya okuryazarlığı müfredatı hazırlanmasına karşı çıkan öğretmenlerin en büyük gerekçesi bir müfredatın öğretmenlerin yaratıcılıklarını engelleyeceği üzerine olmuştur ( Smith, 2004).

4) Değerlendirme yöntemleri: Medya okuryazarlığı dersi sadece yazınsal bir alan olmadığı için bu dersin değerlendirilme aşaması da sadece yazılı sorulara cevap vermek şeklinde olamaz. Daha öncede bahsedildiği gibi öğretmen ve öğrenciler medya araçlarının ne olduğunu öğrenmekten ziyade bu araçlara karşı nasıl hareket etmelerini öğrenecekler ve kendi medyalarını kendileri üretebilme kapasitesine erişebileceklerdir. Dolayısıyla değerlendirme aşamasında soru cevap yerine medyayı kavrayış ve medya üretimi üzerinden değerlendirme yapılması gerekmektedir.

5) Zengin kaynaklar: Yeni Zelanda eğitim sistemi medya okuryazarlığını destekleyici birçok farklı kaynağa sahiptir. Gerek devlet gerekse sivil toplum kuruluşları bu kaynakların geliştirilmesinde rol almaktadır. Türkiye’de bu çalışmalarını RTÜK ve MEB yapmaktadır. İlgili kurumlar bünyelerinde kuracakları medya okuryazarlığı birimleriyle bu konuda dünyayı takip etmeli ve bu konudaki

gelişmeleri Türkiye şartlarına uyarlayarak müfredatı yenilemelidirler. Bu yenilemeler web siteleri aracılığıyla yapılarak erişim kolaylaştırılmalıdır. Ders programı kapsamında kullanılan materyaller gözden geçirilirken UNESCO tarafından üretilen materyaller de dikkate alınabilir.

6) Rehberlik ve danışmanlık: Yukarıda bahsedilen birimlerin üstlenmesi gereken önemli bir görev de medya okuryazarlığı konusunda okullara rehberlik ve danışmanlık hizmetleri vermek olmalıdır. Çeşitli faaliyetlerle medya okuryazarlığı topluma tanıtılmalı ve teşvik edilmelidir. Sistemli bir şekilde yapılan toplantılarla bu alanda yapılabileceklerin araştırılması ve yerine getirilmesi gerekmektedir.

7) Sivil toplum kuruluşları: Medya okuryazarlığının önemli bir yönü de bu konuda sivil toplum kuruluşlarının kurulmasının teşvik edilmesidir. Yine Taşkiran'a göre sivil toplum örgütleri ile işbirliği yapılarak ve uygulama alanında çeşitli basit formlarda yarışma ödül gibi teşvik edici unsurlarla toplumun her seviyesinde medya eğitimi alanına dikkat çekme ve istek yaratma sağlanmalıdır (Taşkiran, 2007:149). Yeni Zelanda'da özellikle öğretmenler çeşitli sivil toplum kuruluşlarıyla birlikte hareket ederek bu eğitimin geliştirilmesine çalışmaktadırlar. Bu amaçla Yeni Zelanda'da bulunan NAME gibi bir çatı kuruluş kurulmalıdır.

8) Medya desteği: Medyanın bu konuyla ilgili haberleri ve gelişmeleri gündeme getirmesi ve medya kuruluşlarının gazete ve televizyon binalarında okullarla işbirliği içinde medya üretim süreçlerini öğrencilerle paylaşması teşvik edilmelidir.

9) Uluslararası toplantı ve konferanslar: Türkiye'de bu konuyla alakalı uluslararası toplantı ve konferansların yapılması gerekmektedir. Marmara Üniversitesi 2005 yılında bir konferans gerçekleştirmiştir. Bu tür konferansların artırılması ve bütün üniversitelerin katılımı teşvik edilmelidir. Bu konuda araştırma yapacakların yurt içi ve dışı çalışmalarda mali bakımdan üniversitelerce desteklenmesi gerekmektedir.

10) Ebeveyn eğitimi: Medya okuryazarlığı öğrencilerin olduğu kadar ebeveynlerin de gündemlerine girmelidir. Özellikle yetişkin ve ebeveynlerin bu olgunun önemini, alt yapısını, dayandığı ideolojik dizgeyi kavradıktan sonra, metinleri açıklayacak farkındalığı yakalayacak duruma gelmeleri ve bunu özümseyerek çevresine yaymayı görev edinmesini sağlayabilmek, ilk safhada atılabilecek en temel adımlar olarak görünmektedir (Taşkiran, 2007: 148). Ayrıca



ebeveynler için medya okuryazarlığı seminerleri ve kursları düzenlenerek bu eğitimden geçirilmeleri ve farkındalık kazanmaları sağlanmalıdır. Ebeveynlerin çalışma hayatı içinde oldukları göz önüne alınacak olursa bu eğitici faaliyetlerin dergi, gazete eki, film ve yarışmalar gibi çalışmalarla desteklenmesi gerekmektedir.

11) İlköğretim okullarında 6, 7 ve 8. Sınıflarından birinde 1 saat seçmeli olan medya okuryazarlığı dersi, zorunlu ders kategorisine alınmalıdır (Taşkiran, 2007: 148).

12) Haftalık 1 saat olan ders sayısı 2 saate çıkarılmalıdır.

14) Medyanın, bireylerin düşüncelerinin, davranışlarının ve değer yargılarının oluşumunda her geçen gün artan rolü dikkate alınarak medya okuryazarlığı dersi liselerde ve üniversitelerde de yer almalıdır.

15) Ders korumacı bir yaklaşım yerine, öğrencilerin medyanın üretim yapılması, işleyişi ve içeriği konusunda sorgulayıcı olmalarını teşvik edecek biçimde eleştirel bağlamda ele alınmalıdır.

Sonuç olarak Binark ve Bek'in de belirttiği gibi medya okuryazarlığı uygulamaları, bireylerin iktidar ilişkileri konusunda daha bilgili, "öteki"ne saygılı, duyarlı yurttaşlar olmalarına katkıda bulunmayı ve ötekileştirici değerleri, mekanizmaları dönüştürmeyi hedeflemelidir (Binark ve Bek, 2007: 209). Bu eğitimi almış olan bireylerle demokrasi ve insan haklarına saygılı, kimseyi ötelemeyen ve medyaya karşı bilinçle hareket eden bir toplum yapısı elde edilebilecektir. Bu gerçeklerden yola çıkarak medya okuryazarlığının Türkiye'ye bakan yönü ele alındığında Türkiye'de medya okuryazarlığı çalışmalarında alt yapının yeterli olmadığı, öğrenciden önce eğitici eğitiminin ve müfredat yapılandırılmalarının yetersizliği yapılan bu çalışmada ortaya konulmuştur. Yeni Zelanda'nın Türkiye'nin aksine bu alanda uyguladığı başarılı yöntemler ülkemiz adına faydalanılabilecek önemli bir örnek teşkil etmektedir.

## KAYNAKÇA

### KİTAP

- Ariff, I. ve Chuan, G. C. (2000). Multimedia Super Corridor. Kuala Lumpur: Leeds Publications
- Aufderheide, P. (1993). Report on the National Leadership Conference. Washington DC: Aspen Institute.
- Baldini M. (2000). İletişim Tarihi (Çev. Gül Batuş). İstanbul: Avcıol Yayınları.
- Balraj, S. (2001). “Media Literacy in Malaysia: Making Connections with Critical Awareness, In Kalantzis M. ve Pandian A. (Eds.) Literacy Matters: Issues for New Times”. Sydney: Common Ground Publishing.
- Baran, S.J. (2003). Introduction to The Mass Communication: Media Literacy and Culture. New York: MC Graw Hill.
- Başaran, F. (2005). “Enformasyon Hizmetlerine Erişim: Avrupa Birliği ve Türkiye” Şu kitapta: Haz. M. Gencel Bek, Kevin Deirdre vd. “Avrupa Birliği ve Türkiye’de İletişim Politikaları: Pazarın Düzenlenmesi, Erişim ve Çeşitlilik” Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Berger, A.A. (2004). Media Analysis Techniques, London: Sage Publication.
- Binark M. ve Bek M.G. (2007). Eleştirel Medya Okuryazarlığı Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar, İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Briggs A. (2004). Medyanın Toplumsal Tarihi, İstanbul: İzdüşüm Yayınları.
- Cavalier J.J. (2004). Medya ve İletişim Teknolojileri (Çev. Mete Çamdereli). İstanbul: Salyangoz Yayınları.
- Chomsky, N. (2004). Hegemony Or Survival: America’s Quest For Global Dominance. London: Penguins Book.
- Davenport, T. H. ve Prusak L. (2001). İş Dünyasında Bilgi Yönetimi (Çev. Günhan Günay). İstanbul: Rota Yayınları.
- Erdoğan, İ. (1998). Kapitalizm, Kalkınma, Postmodernizm ve İletişim. Ankara: Mavi Yayıncılık.

- Feilitzen C. V, Carlsson U. (2003). Promote Or Protect? Perspectives On Media Literacy And Media Regulations. Sweden: Nordicom Publishing.
- Frau-Meigs, D. (2006). Media Education: A Kit for Teachers, Students, Parents and Professionals. Paris: UNESCO.
- Gunter B. ve McAleer JL. (1990). Children and Television-The One Eyed Monster. London: Rodlage.
- International Law Book, (1998). Communications and Multimedia Act. Kuala Lumpur: International Law Book Services.
- Işık M. (2008). Kitle İletişim Teorilerine Giriş. Konya: Eğitim Kitapevi Yayınları.
- Işık, M. (2000). İletişimden Kitle İletişimine. Konya: Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Jensen, K. B. (2002). Media Effects A Handbook of Media and Communication Research. Londra: Routledge
- Malik S. (2008). Media Literacy And It's Importance. Islamabad: Society For Alternative Media And Research.
- Masterman, L. (1985). Teaching The Media. London: Comedia Publishing Group.
- Mutlu, E. (2004). İletişim Sözlüğü. Ankara: Bilim Ve Sanat Yayınları.
- New Zealand Broadcasting Standards Authority (2007). Media Literacy Information in New Zealand: A Comparative Assessment Of Current Data In Relation To Adults. New Zealand: Department of Communication and Journalism, Massey University.
- Oğuz, O. Oktay, A. ve Ayhan, H. (2004). 21. Yüzyılda Eğitim Ve Türk Eğitim Sistemi. İstanbul: Dem Yayıncılık.
- Potter W. J. (2005). Theory Of Media Literacy: A Cognitive Approach. London: Sage Publication.
- RTÜK (2007). T.C. Radyo Ve Televizyon Üst kurulu İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı. Ankara: RTÜK.

- Sandra S. (2004). The Views of Media Studies Teachers on The Desirability of Developing A National Media Studies Curriculum Report. New Zealand: Massey University Publishing.
- Shepherd R. (1993). Why Teach Media Literacy. Canada: Quadrant Educational Media Services.
- Şaylan, G. (2002). Postmodernizm. Ankara: İmge Kitabevi.
- Taşkıran, N. Ö. (2007). Medya Okuryazarlığına Giriş. İstanbul: Beta Yayınları.
- Topuz H. (1989), Basında Tekelleşme. İstanbul: İletişim Araştırmaları Derneği.
- Türkoğlu N. (2006). Medya Okuryazarlığı. İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Worsnop C. (1994). From Screening Images: Ideas For Media Education. Pennsylvania: Wright Communications.
- Worsnop C. (1996). Assessing Media Work: Authentic Assessment In Media Education. Pennsylvania: Wright Communications.

### **MAKALE**

- American Academy of Pediatrics, Committee on Communications. (1995). "Media Violence". Pediatrics; 96(6): 949-951
- Arslan, M. M. ve Eraslan, L. (2003). Yeni Eğitim Paradigması ve Türk Eğitim Sisteminde Dönüşüm Gerekliği. Milli Eğitim Dergisi, cilt (160): 10
- Baş, G. (2009). "Küreselleşme ve Bilgi Toplumu". E-Eğitişi, Bilim ve Sanat Dergisi. cilt (24)
- Dan, B. (1996). "Canadian association of media education". Canadian Council of Teachers of English and Language Arts English Quarterly, cilt (25): 2-3.
- Durna U. Ve Demirel Y. (2008). Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt (30): 129-156
- Çaplı B. (1996). "Çocuk ve Televizyon", Yeni Türkiye, cilt (12): 1334-37.
- Hart, A. (1992). Mis-reading English, The English and Media Magazine. cilt (26)

- Hobbs, R. (2004). “Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma”, (Çev. Melike Türkân Bağlı). Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, cilt (37): 1, 122-140
- Horrocks R. ve Hoben N. (2005). “Media Studies And English In The New Zealand Curriculum”, New Zealand Ministry of Education New Zealand Curriculum/Marautanga Project
- İnceoğlu, M, Ç. (2007). “Görsel-İşitsel Arşivcilik, Kültür Mirası Ve Film Arşivleri”, Journal of Yaşar University, cilt (3): 11
- Livingstone S. (2004). “Media Literacy And The Challenge Of New Information And Communication Technologies”. The Communication Review. cilt (7): 3-14.
- McCrone, J. (2008), ‘Tomorrow’s Schools’, Waikato Times, E6.
- Negreyeva I. ve Prasad R. (2012). “Developing Media Literacy by Teaching Citizens the Standards of Professional Journalism”, Journal of Applied Journalism and Media Studies, cilt (1): 33-53
- Park H.W. and Biddix J. P. (2008). “Digital Media Education For Korean Youth”, The International Information & Library Review cilt (40):104–111
- Sakamoro A. ve Suzuki K. (2007). “Media Literacy: A New Type Of Communication Skill”. Proceedings, cilt (9):72
- Shepherd R. (1992). "Elementary Media Education: The Perfect Curriculum" English Quarterly, Canadian Council of Teachers of English and Language Arts. cilt (25): 2-3.
- Özdiker C. (2000). Televizyonda Şiddet, Sevgisizlik Yoksulluk Ve Kemalettin Tuğcu Dizileri. RTÜK İletişim. Cilt 4(22): 36-41.

## **TEZ**

- Alagozlu, Ç. (2012). Türkiye’de ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Medya Okuryazarlığı, Uzmanlık Tezi, RTÜK, Ankara.
- Apak, Ö. (2008). Türkiye, Finlandiya ve İrlanda İlköğretim Programlarının Medya Okuryazarlığı Eğitimi Açısından İncelenmesi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli.

- Çetinkaya, S. (2008). Bilinçli Medya Kullanıcıları Yaratma Sürecinde Medya Okuryazarlığının Önemi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Toker E. M. (2010). Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Sağlanmasında Okuryazarlığın Rolü. T. C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Ankara.

## **RAPOR**

- BSA Report (2007). Media Literacy Information In New Zealand: A Comparative Assessment Of Current Data In Relation To Adults, Broadcasting Standards Authority, New Zealand
- Buckingham D. ve Domaille K. (2001), UNESCO Youth Media Education Survey 2001 Final Report, London: London University.
- Buckingham, D. (2001). Media Education: A Global Strategy for Development, A Policy Paper Prepared for UNESCO, UNESCO: Sector of Communication and Information.
- Commission Of The EU (2000). Communication from the Commission: e-Learning-Designing Tomorrow's Education. Brussels: EU
- Smith, S. (2005). "The Views of Media Studies Teachers on the Desirability of Developing a National Media Studies Curriculum", Script No:61

## **BİLDİRİ**

- Altun A. (2009). "21. Yüzyıl Vatandaşlığı İçin Gerekli Bir Beceri Olarak Medya Okuryazarlığı: UNESCO, AB ve Türkiye Örnekleri". (Ed.) Şişman A., Acun İ, vd. I. Uluslararası Avrupa Birliği, Demokrasi, Vatandaşlık Ve Vatandaşlık Eğitimi Sempozyumu. Uşak: Uşak Üniversitesi Yayınları: 19
- Hendriyani Y. and Guntarto B. (2011). "Defining Media Literacy in Indonesia". The International Association of Media Communication Research, Istanbul, Turkey.
- Pekman, C. (2006). "Avrupa Birliği'nde Medya Okuryazarlığı". I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı, İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları:16-21
- Hepkon Z, Aydın O.Ş. (2007). Medya Okuryazarlığına Politik Bir Bakış: Medya Okuryazarlığı *Hareketi*, I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferans Bildirileri, İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları: 45-54
- KIRAN Ö, (2011). Şiddet İçeren Bilgisayar Oyunlarının Ortaöğretim Gençliği Üzerindeki Etkileri, Samsun Sempozyumu

## İNTERNET

- 2020 Communications Trust. (2000). “Computers in Homes Report”  
<http://www.computersinhomes.org.nz/Computers%20in%20Homes%20progress%20report%201.pdf>. (Erişim Tarihi: 09.08.2012)
- 2020 Communications Trust. (2002). “Newtown School Computers in HomesProgress Report”.  
<http://www.computersinhomes.org.nz/Newtown-Report-2002.pdf>(Erişim Tarihi: 09.08.2012)
- Akkoyunlu, B. (2007), “Bilgisayar ve eğitimde kullanılması”. Anadolu Üniversitesi Yayınları  
<http://www.aof.anadolu.edu.tr/kitap/IOLTP/1265/unite03.pdf> 39 (Erişim Tarihi: 28.04.2012)
- Australian Communications and Media Authority, (2009). “Digital Media Literacy In Australia: Key Indicators And Research Sources”. Australia  
[www.acma.gov.au](http://www.acma.gov.au) (Erişim Tarihi: 28.04.2012)
- Bowen, W. (1996). “Citizens for media Literacy”.  
[www.media-awareness.ca/eng/med/bigpict/mlwhat.html](http://www.media-awareness.ca/eng/med/bigpict/mlwhat.html) (Erişim Tarihi: 28.04.2012)
- British Columbia Association for Media Education (BCAME).  
[http://www.mediaawareness.ca/english/resources/educational/media\\_education/professional\\_associations/bc\\_prof\\_associations.cfm](http://www.mediaawareness.ca/english/resources/educational/media_education/professional_associations/bc_prof_associations.cfm) (Erişim Tarihi: 28.04.2012)
- Buckingham, D. and Domaille, K. (2001). “Youth media education survey”  
[http://portal.unesco.org/ci/en/file\\_download.php/bda80c4d208abeb94bc3b0d3da23023Survey+Report++by+Kate+Domaille.rtf](http://portal.unesco.org/ci/en/file_download.php/bda80c4d208abeb94bc3b0d3da23023Survey+Report++by+Kate+Domaille.rtf) (Erişim Tarihi: 28.04.2012)
- Considine D. (2009). “Approaches To Media Literacy”. Telemedium, The Journal of Media Literacy, cilt (41)2  
<http://www.ced.appstate.edu/departments/ci/programs/edmedia/medialit/article3.html> (Erişim Tarihi: 28.04.2012)
- EU (2007). “Report On The Results Of The Public Consultation On Media Literacy”.  
[http://ec.europa.eu/avpolicy/media\\_literacy/docs/report\\_on\\_ml\\_2007.pdf](http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf) (Erişim Tarihi: 28.04.2012)
- EU (2007). “Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe: Executive Summary”.  
[http://ec.europa.eu/avpolicy/media\\_literacy/studies/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/studies/index_en.htm) (Erişim Tarihi: 28.04.2012)

- EU, (2000). “Communication from the Commission: e-Learning-Designing Tomorrow’s, Commission Of The European Communities”.  
<http://ec.europa.eu/education/archive/elearning/comen.pdf> (Erişim Tarihi: 28.04.2012)
- EU, (2007). “Communication From The Commission To The European Parliament, The Council, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions; A European Approach To Media Literacy In The Digital Environment. Commission Of The European Communities”  
<http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/com/en.pdf> (Erişim Tarihi: 28.04.2012)
- EU, (2007). “Report On The Results Of The Public Consultation On Media Literacy. Commission of The European Communities”  
[http://ec.europa.eu/avpolicy/media\\_literacy/docs/report\\_on\\_ml\\_2007.pdf](http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf) (Erişim Tarihi: 25.12.2009)
- Europe’s Information Society, (2006).  
[http://europa.eu.int/information\\_society/edutra/skills/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/information_society/edutra/skills/index_en.htm) (Erişim Tarihi: 17.03.2012)
- European Center for Media Literacy, “European Media Literacy On-Line Review”.  
<http://newsreel.org/articles/aufderhe.html> (Erişim Tarihi: 25.03.2012)
- Geoff L. (2005). “Media in New Zealand”. Screen & Media Studies, New Zealand: University of Waikato  
<http://www.waikato.ac.nz/film/staff/scme/lealand>
- Geoff L. (2008). “A Success Story: Media Teaching in New Zealand”. C.K. Media Education in Asia, New Zealand: Tki  
<http://media-studies.tki.org.nz/Teaching-media-studies/Teacher-space/Brain-food-for-media-teachers/A-Success-Story-Media-Teaching-in-New-Zealand>
- GrownUps Media Release. (2006) “Surfers at 60: GrownUps on The Web”.  
<http://www.scoop.co.nz/stories/CU0611/S00298.htm>(Erişim Tarihi: 09.07.2012)
- RTÜK Protokol, (2009)  
[http://ifop.kocaeli.edu.tr/RTUK\\_Protokol.pdf](http://ifop.kocaeli.edu.tr/RTUK_Protokol.pdf) (Erişim Tarihi: 25.07.2012)
- Kipping, P. (1996). “Media Literacy - An Important Strategy For Building Peace”. Canada: Peace Magazine, 23  
<http://peacemagazine.org/archive/v12n1p23.html> (Erişim Tarihi: 03.03.2012)
- Kurudayıoğlu M. ve Tüzel S. (2010), “21. Yüzyıl Okuryazarlık Türleri, Değişen Metin Algısı Ve Türkçe Eğitimi”  
[http://www.tubar.com.tr/TUBAR%20DOSYA/pdf/2010GUZ/kurudayolu\\_mehmet-tzel\\_sait\\_283-298.pdf](http://www.tubar.com.tr/TUBAR%20DOSYA/pdf/2010GUZ/kurudayolu_mehmet-tzel_sait_283-298.pdf) (Erişim Tarihi: 09.09.2012)



- Learning Objectives (2012)  
<http://seniorsecondary.tki.org.nz/Social-sciences/Media-studies/Learning-objectives>  
(Erişim Tarihi: 09.04.2012)
- Media Awareness Network.  
[http://www.mediaawareness.ca/english/resources/educational/media\\_education/](http://www.mediaawareness.ca/english/resources/educational/media_education/)  
(Erişim Tarihi: 24.04.2012)
- Media Literacy Seminar in Ukraine  
<http://www.armyouthinfo.com/media-literacy-seminar-in-ukraine/> (Erişim Tarihi: 28.04.2012)
- İlk Öğretimde Medya Okuryazarlığı Dersi  
[www.medyaoakuryazarligi.org.tr/documents/mehmetgrbz.doc](http://www.medyaoakuryazarligi.org.tr/documents/mehmetgrbz.doc) (Erişim Tarihi: 28.10.2012)
- Ministry of Education, “Plan for Promoting Media Literacy Education in Junior High and Elementary Schools”. Taiwan  
<http://english.moe.gov.tw/ct.asp?xItem=10938&ctNode=502&mp=1> (Erişim Tarihi: 20.07.2012)
- New Zealand Facebook Statistics, (2011)  
<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/new-zealand> (Erişim Tarihi: 09.04.2012)
- Penman R. and Turnbull S. (2007). “Media Literacy-Concepts, Research ve Regulatory Issues”. Australia: Australia Communications and Media Authority  
[http://www.acma.gov.au/webwr/assets/main/lib310665/media\\_literacy\\_report.pdf](http://www.acma.gov.au/webwr/assets/main/lib310665/media_literacy_report.pdf)  
(Erişim Tarihi: 09.04.2012)
- RTÜK (2006). “Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması”.  
[http://www.rtuk.gov.tr/sayfalar/DosyaIndir.aspx?icerik\\_id=5eafb205-dcac-4aac-b585-df0e17acf634](http://www.rtuk.gov.tr/sayfalar/DosyaIndir.aspx?icerik_id=5eafb205-dcac-4aac-b585-df0e17acf634) (Erişim Tarihi: 25.02.2012)
- RTÜK ,  
[www.rtukocuk.org.tr](http://www.rtukocuk.org.tr) (Erişim Tarihi: 25.02.2012)
- RTÜK, “Konferanslar, 1. Medya Okuryazarlığı Konferansı”.  
<http://www.medyaoakuryazarligi.org.tr/neden.html> (Erişim Tarihi: 25.04.2012)
- RTÜK,  
<http://www.rtukisaretler.gov.tr/RTUK/akilli.jsp> (Erişim Tarihi: 25.04.2012)
- Ruth Z. (2006), “Mediascape: Reflections on Sponsor Buy-In to A National Public Media Literacy Website for Citizen/Consumers”, Media Research Centre, The New Zealand Broadcasting School, New Zealand : CPIT  
[http://www.cbs.dk/content/download/41875/616567/file/Paper%2048\\_Ruth%20Zanker.pdf](http://www.cbs.dk/content/download/41875/616567/file/Paper%2048_Ruth%20Zanker.pdf)

- SeniorNet. (2007). “Introduction: What is SeniorNet? From GrownUps New Zealand – learning centres for older computer users”.  
<http://www.grownups.co.nz/information/seniornet/index.php>(Erişim Tarihi: 09.08.2012)
- Sheryl Crow - Got Milk (2006)  
<http://www.flickr.com/photos/50576036@N00/3203441820/lightbox/> (Erişim Tarihi: 28.04.2012)
- T.C Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Aile ve Toplum Hizmetleri Genel M¼d¼rl¼đ¼,  
[www.athgm.gov.tr](http://www.athgm.gov.tr) (Erişim Tarihi: 25.04.2012)
- The Communication and Multimedia of Content Forum of Malaysia, (2011).  
<http://www.cmcf.my/introduction> Erişim Tarihi: 09.04.2012)
- The Jakarta Post, (2011) “Media literacy in Indonesia”  
<http://www.thejakartapost.com/news/2011/03/28/media-literacy-indonesia.html>  
(Erişim Tarihi: 25.07.2012)
- The State of Social Media in New Zealand (STATS), (2010).  
<http://syengage.com/the-state-of-social-media-in-new-zealand-stats/#.UEh00p3U>  
(Erişim Tarihi: 09.04.2012)
- Thoman E. (1990). “UNESCO Convenes International Media Literacy Conference in Toulouse”. Center for Media Literacy,  
[http://www.medialit.org/reading\\_room/article126.html](http://www.medialit.org/reading_room/article126.html) (Erişim Tarihi: 09.04.2012)
- TÜİK, (2010). Yazılı Medya İstatistikleri, T.C. Türkiye İstatistik Kurumu Başkanlığı,  
[http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb\\_id=15&ust\\_id=5](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=15&ust_id=5) (Erişim Tarihi: 09.04.2012)
- Türk Dil Kurumu,  
[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.4fa229de4056b9.67718162](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.4fa229de4056b9.67718162) (Erişim Tarihi: 25.03.2012)
- Özkan A. (2007). “Medyada Tekelleşmenin Sakıncaları”  
[http://www.tasam.org/tr-TR/Icerik/646/medyada\\_tekellesmenin\\_sakincalari](http://www.tasam.org/tr-TR/Icerik/646/medyada_tekellesmenin_sakincalari) (Erişim Tarihi: 31.10.2012)
- UNESCO (1982). “Grunwald Declaration On Media Education”.  
[www.unesco.org/education/pdf/MEDIA\\_E.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF) (Erişim Tarihi: 17.03.2012)
- WACC, (2007). “Campaign on Media Literacy for Women”, Asmita Nepal: Women's Publishing House  
<http://asia.waccglobal.org/lang-en/news/63-campaign-on-media-literacy-for-women-asmita-womens-publishing-house-kathmandu-nepal.html> (Erişim Tarihi: 27.07.2012)

- Weatherall A. and Ramsay A. (2006). “New Communication Technologies and Family Life. Families Commission”. Blue Skies Report No 5/06. <http://www.nzfamilies.org.nz/download/blueskies-weatherall.pdf> (Erişim Tarihi: 25.07.2012)
- Weatherall, Ann and Ramsay, Annabel. (2006). “New Communication Technologies and Family Life”. Families Commission, Blue Skies Report No 5/06. <http://www.nzfamilies.org.nz/download/blueskies-weatherall.pdf>(Erişim Tarihi: 09.08.2012)
- Yadav, A. (2007). “*Media Literacy in School Curriculum and Teaching : Some Indian Initiatives*”, India: Communicator Publishing <http://mediainschool.blogspot.com/2012/02/media-violence-aggression-among.html>
- Yurdadoğ, B. (2008). “Dijital Toplumun Öngördüğü Bilgi Uzmanlığı”, <http://kaynak.unak.org.tr/bildiri/unak03/u03-5.pdf> (Erişim Tarihi: 09.04.2012)
- Zacchetti M. (2011). “An European Approach To Media Literacy”, EU, Education And Culture Magazine, Braga: European Commission. <http://www2.mediamanual.at/themen/kompetenz/61Zacchetti-Media-Literacy-European-approach.pdf>
- Zanker, R. (2006). “Media Literacy For Citizen/Consumers: A Web Site Case Study”. Australia: ANZCA Conference Presentation, [http://www.adelaide.edu.au/anzca2006/conf\\_proceedings/zankerrmedia\\_literacy.pdf](http://www.adelaide.edu.au/anzca2006/conf_proceedings/zankerrmedia_literacy.pdf)

**EKLER**  
**EK-1 YAZILI BASINDA ÇIKAN HABER VE KÖŞE YAZILARI**

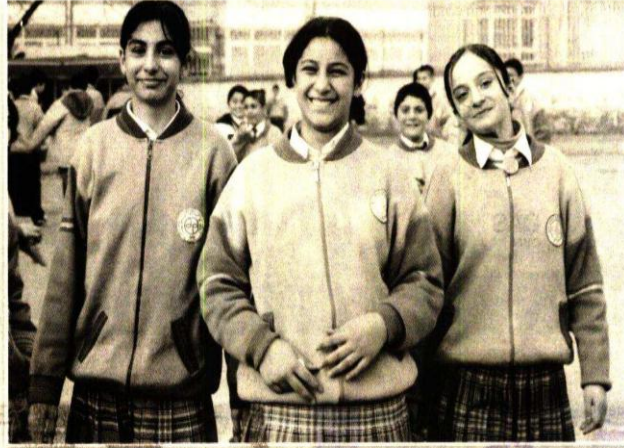
***EK-1.1. 09.11.2007 tarihinde Birgün gazetesinde çıkan “Medyayı Hem Okuyacak Hem de Yazacaklar” haber yazısı***

***“Medyayı Hem Okuyacak Hem De Yazacaklar”***

*Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) ile Milli Eğitim Bakanlığınca yürütülecek “Medya Okuryazarlığı Projesi” çerçevesinde yeni öğretim yılında Türkiye’de ilk kez ilköğretim okullarında “Seçmeli Medya Okuryazarlığı” dersi okutulacak. RTÜK`ten yapılan yazılı açıklamaya göre, “Çocuklarınız için medya okuryazarlığı dersini seçin” sloganıyla yürütülecek projede, 1 yılda 1 milyon 500 bin medya okuryazarı öğrencinin yetiştirilmesi amaçlanıyor. RTÜK ve Milli Eğitim Bakanlığı, Türkiye genelindeki ilköğretim okullarının 6, 7 ve 8. sınıflarında öğrenim gören toplam 4 milyon öğrenciden, 1 milyon 500 bininin 2007- 2008 öğretim yılı içinde medya okuryazarlığı dersi almasının sağlanmasını amaçlıyor. Açıklamada, medya okuryazarlığı dersinin geçen öğretim yılında 5 pilot ildeki 5 ilköğretim okulunda başarıyla uygulandığı da hatırlatıldı.*

# MEDYA OKURYAZARLIĞI TUTTU

RTÜK ve Milli Eğitim Bakanlığı'nın işbirliğiyle 5 pilot ilde başlatılan 'Medya okuryazarlığı' dersinin sonuçları hakkında rapor hazırlandı. Rapor, ders alan öğrencilerin artık televizyon konusunda daha bilinçli tavrı takındıklarını ortaya çıkardı



## KIZ ÖĞRENCİLERİN SAYISI ERKEK ÖĞRENCİLERİ GEÇTİ

Milli Eğitim Bakanlığı ile UNICEF'in işbirliğinde yaklaşık 3 yıl önce başlatılan "Haydi Kızlar Okula" kampanyası çerçevesinde Elazığ'da okula giden kız çocuklarının oranı yüzde 99.7'ye ulaştı. Elazığ Milli Eğitim Müdürü Nihat Büyükbaş, Elazığ'ın Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesindeki iller arasında kız çocuklarının en fazla okullaştığı il

olduğunu, Türkiye genelinde de en iyi iller arasında bulunduğunu söyledi. İlköğretimde okullaşma oranında erkek öğrencilerin sayısının 3 yıl önce kız öğrencilerden fazla olduğunu ifade eden Büyükbaş, "Bugün itibarıyla erkek öğrencilerdeki okullaşma oranında yüzde 89,9'da kaldık. Kız çocuklarının okullaşma oranında ise yüzde 99,7'ye yükseldik" dedi.

Çocukların ve gençlerin televizyonun olumsuz etkilerine karşı korunmaları amacıyla Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) ve Milli Eğitim Bakanlığı'nın işbirliğiyle 2006-2007 öğretim yılında 5 pilot ilde başlatılan 'Medya okuryazarlığı' dersinin sonuçları hakkında rapor hazırlandı.

Rapor, ders alan öğrencilerin artık televizyon konusunda daha bilinçli tavrı takındıklarını ortaya çıkardı. Ders alan öğrencilerin, boş vakitlerinde televizyon karşısında vakit öldürmedikleri, daha çok haberleri izlemeye başladıkları kaydedildi. Beş ilde 780 yedinci sınıf öğrencisine verilen medya okuryazarlığı dersi hakkında RTÜK ve MEB Talim Terbiye Kurulu görevlileri tarafından medya okuryazarlığı dersinin öğrenciler üzerindeki etkileri konusunda hazırlanan rapor, gelecek dönemler için umut verdi.

Medyanın, çocuk ve gençler arasında şiddeti yaygınlaştırmasına ilişkin tartışmaların doruk noktasına çıktığı bir dönemde, medya okuryazarlığı dersinin pozitif sonuçlar vermesi hem Milli Eğitim Bakanlığı'nı hem de RTÜK'ü sevindirdi. Dersin, birkaç yıl içinde Türkiye genelinde uygulamaya girebileceği belirtildi. Medya okuryazarlığı dersini alan öğrenciler üzerinde yaptığı araştırmada şu sonuçlara ulaşıldı:

■ **SÜREKLİ TV İZLEMİYORLAR:** Medya okuryazarlığı dersi alan öğrencilerin, televizyonda program ayırmaya başladıkları, önceden bütün televizyon programlarını rastgele izlerken, artık televizyonun zararlı yanlarını görerek, kendilerine bir şeyler kazandıracak programları izlemeye başladıkları tespit edildi.

■ **HABERE ÖZENDİRİYOR:** Okuldan sonra eve giden öğrencilerin, gündüz kuşağında özellikle ev hanımlarına ilişkin programları izlemeyi bıraktıkları ve haberlere ilgi duymaya başladıkları kaydedildi.

■ **İNTERNETİ DE ETKİLİYOR:** RTÜK'ün araştırmasında, medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin internet ortamında da daha çok haberleri takip etmeye yöneldiklerini ortaya çıkardı.

■ **ÖZEL YAŞAM HASSASİYETİ:** Ders alan öğrencilerin, "Artık haberlerde bile ünlülerin özel hayatlarını gösteriyorlar. Bundan şikayetçiyim. Haber bültenlerinde ülkemizi ilgilendiren çok az haber oluyor" şeklinde şikayette bulunmaları dikkat çekti.

■ **EĞLENCEYE KAPILMIYORLAR:** Yine ders alan öğrencilerin, "Televizyon eğlendirici ama izlemeyi bilmek gerek. Eğlence programlarına çok fazla kendimizi kapırmamalıyız" şeklinde beyanları dersin pozitif olarak ne kadar etkili olduğunu gözler önüne serdi.

■ **Düzgün KARADAŞ/ ANKARA**

Şekil 4: "Medya Okuryazarlığı Tuttu" Başlıklı Gazete Haberi<sup>43</sup>

**EK-1.2. Ali Atıf BİR'in 20.12.2007 tarihinde Bugün gazetesinde Çıkan "İki Olay, Medya Okuryazarlığı ve Anadolu Ajansı" yazısı**

**"İki Olay, Medya Okuryazarlığı ve Anadolu Ajansı"**

Fazıl Say'ın Alman *Suddeutsche Zeitung* gazetesine verdiği röportajda "Türkiye'yi terk edeceğim" dediği iddia edildi. Bu söz üzerine yazmayan çizmeyen kalmadı.

Bir hafta sonra Fazıl Say açıkladı: "Çeviri hatası, insanın terk edesi geliyor dedim, terk edeceğim demedim!"

Hiç kimse gidip de röportajın aslını okumadı mı acaba? Cumartesi günü FIFA Başkanı SEPP Bateria Devlet Bakanı Murat Başesgioğlu'na yeni futbol yasası ile ilgili olarak görüşlerini içeren bir mektup gönderdi. Aynı mektubu UEFA

<sup>43</sup>[http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/medya\\_okuryazarligi\\_tuttu.pdf](http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/medya_okuryazarligi_tuttu.pdf) (Erişim tarihi: 12.04.2012)

*Asbaşkanı Şenes Erzik'e ve TFF Başkanı Haluk Ulusoy'a da bilgi için ilettili. Spor sayfalarında mektubu anlatan haberlerin başlıkları söyle:*

*Ulusoy'a FIFA Golü  
Genel Kurul için Acele Etmeyin  
FIFA Başkanı'ndan Yasaya Onay  
Genel Kurul'a Onay  
FIFA seçimi veto etti  
FIFA'dan Yasa'ya Onay  
Sepp Blatter'den Bakan'a teşekkür  
FIFA'dan Başesgioğlu'na mektup  
Teşekkür ve tavsiye  
Blatter yeni yasa için Türkiye'ye geliyor  
FIFA yasayı beğendi*

*FIFA'dan gelen mektup bir tane olduğuna göre farklı yorumlara ne neden oldu acaba? Yoksa mektubun aslını gören, okuyan, okusa bile son paragrafına dikkat eden olmadı mı?*

*Blatter mektupta önce nazikçe teşekkür ediyor ama daha sonra yine nazikçe "Genel Kurul'da oylamaları "gizli" yapmazsanız seçim oylamasını da Genel Kurul'a bırakmazsınız yapılan Genel Kurul'u onaylamam" diyor.*

*Üstelik de mektubun sonunda öldürücü darbeyi vuruyor: "FIFA'ya bağlı 208 ülke arasında futbolu bu kadar ayrıntılı yasayla düzenleyen bir siz kaldınız, daha gidecek çok yolunuz var!"*

*Farklı yorumlara neden olan bakanlığın gelen mektubu kendi işine gelen şekilde çerçeveleyerek Anadolu Ajansı'na geçmesi, çoğu spor servisinin de Anadolu Ajansı'nın haberini sorgulamadan doğru kabul etmesi!*

*Diyeceksiniz ki AA devletin haber ajansı ona güvenmezsek neye güveneceğiz!*

*O zaman sorun bakalım haberi yapan muhabire mektubun aslını görmüş mü? Eğer mektubun aslını görüp de meslektaşlarını yanıltan o haberi yaptıysa bunun bir cezası olmalı değil mi?*

*Buradan çıkan sonuç su: Okuduğumuz her habere (devlet kaynaklı olsa bile) daha ilk günden inanmamak lazım!*

*Herhangi haberi okuduktan sonra bir süre bekleyin, olayın tüm yönleri ortaya çıksın, herkes yazsın, çizsin, kanıtlar ortaya konsun, siz bu arada olayı farklı görüşlere sahip bir iki gazeteden takip edin daha sonra da kararınızı verin. Ne dersiniz, yapabilir misiniz? Yapmanız lazım. Bakın bu iki olayda da eninde sonunda gerçek, gerçeğin peşinde koşanlar (yine gazeteler tarafından) tarafından ortaya çıkarıldı. Bu çağda yalan ya da yanlış haberin Bağdat'tan dönmesi en fazla bir hafta sürüyor. Yoksa RTÜK ilköğretime koyduğu medya okuryazarlığı dersini yediden yetmişe herkese mi verse? Medya okuryazarlığı derslerinde Anadolu Ajansı çocuklara nasıl okutuluyor ki! Umarım bu dersleri medyayı doğru okuyamayanlar vermiyordur.*

*Bir kişinin davranışlarını anlamak isteyen o kişinin inançlarını anlamaya çalışsın. (B.Tracy)<sup>44</sup>*

<sup>44</sup> [http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/moy\\_ve\\_anadolu\\_ajansi.pdf](http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/moy_ve_anadolu_ajansi.pdf) (Erişim tarihi: 12.04.2012)

**EK-1.3Sevilay Yüksel'in 13.11.2007 tarihinde Yeni Çağ gazetesinde çıkan "Neden İletişimciler değil..." yazısı**

**"Neden İletişimciler Değil..."**

Beş pilot ilde belirlenen ilköğretim okullarının 7. sınıflarına seçmeli ders olarak konulan "medya okuryazarlığı", öğrenciler için oldukça önemli bir ders. İletişim çağının yaşandığı bu dönemde okullarda böyle bir dersin seçmeli de olsa bulunması, gerçekten büyük bir gelişme. Artık çocuklar 2,5 - 3 yaşından itibaren televizyon izlemeye başlıyor. Gençler zamanlarının önemli bir kısmını televizyon karşısında geçiriyor. Yetişkinler gazete ve dergilerde okuduklarının yoğun etkisi altında kalıyor. Yani medya en küçüğünden en büyüğüne kadar hemen herkesi etkisi altına almış durumda. Özellikle okul çağındaki çocuklar, gördükleri ve izledikleri haber ve programlarda gerçekle kurguyu birbirinden ayırmakta zorlanıyorlar. Hoşlarına giden kurguları ve kişileri çabucak model alabiliyorlar. Çocuklar ve gençler medyada gördükleri kahramanları, ünlüleri kendilerine örnek alarak taklit edebiliyorlar. İşte bu yüzden medya okuryazarlığı dersi, gerçekle kurgunun farkını anlayabilmek için büyük önem taşıyor.

Bu ders iyi işlendiği takdirde çocuklar televizyon yayınları konusunda daha irdeleyici ve seçici olacakları gibi, bu ailelerine de olumlu bir şekilde yansıtacak. Medyanın gücü, medya okuryazarlığı gibi dersler sayesinde daha faydalı işlev görecek. Ancak böyle bir dersin sosyal bilgiler dersi öğretmenleri tarafından okutulacak olması, tartışmaya açık bir konu. Çünkü iletişime giriş, kitle iletişimi, medya, televizyon, aile, çocuk ve televizyon, radyo, gazete ve dergi, internet konu başlıklarından oluşacak bu dersi, sosyal bilgiler öğretmenlerinin hakkını vererek anlatacaklarını pek sanmıyorum. Üstelik derste öğrencilere eğitim ve spor içerikli gazetelerin hazırlanması gibi konularda da bilgi verileceği belirtiliyor. Hizmet içi eğitim alacak öğretmenlerin, bu konuları öğrencilere aktarırken ne kadar verimli olacaklarını tahmin etmeye gerek yok. Bu dersin, iletişim ve medya konusunda uzmanlaşmış, yıllarca bu işin eğitimini almış kişiler tarafından verilmesinin daha doğru ve sağlıklı olacağını düşünüyorum. Geçtiğimiz günlerde bu konuda bir girişimde bulunan İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Suat Gezgin, medya okuryazarlığı dersini eğitim fakültesi mezunları yerine, iletişim fakültesi mezunlarının vermesi gerektiğini ifade etmişti. Gezgin, "Konunun uzmanı olmayan öğretmenlerin, sadece bir kaç aylık hızlandırılmış bir eğitimle bu dersi anlatması ne kadar verimli olur" diyerek, iletişim fakültesi mezunlarına eğitim fakülteleri tarafından formasyon eğitimi verilerek, öğretmenlik imkânının sağlanmasını istemişti. Hocamızın bu görüş ve önerilerine tüm iletişim mezunları ve medyada bulunan profesyoneller gibi ben de katılıyorum. Çünkü böyle bir dersin iletişimciler tarafından verilecek olması, öğrencilerin yaratıcılıkları ve gelişimleri adına faydalı olacağı gibi, İletişim Fakültesi'nden mezun olan gençlerin istihdamı açısından da önemli bir adım olacak.<sup>45</sup>

<sup>45</sup> [http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/neden\\_ileti%C5%9Fimciler\\_degil.pdf](http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/neden_ileti%C5%9Fimciler_degil.pdf) (Erişim tarihi: 12.04.2012)

**EK-1.4. 23.08.2006 Tarihinde “Hürriyet” gazetesinde çıkan “Öğrencilere Medya Okuryazarlığı Dersi” haber yazısı**

### **“Öğrencilere Medya Okuryazarlığı Dersi”**

Beş pilot ilde seçilen ilköğretim okullarında, gelecek eğitim öğretim yılından itibaren seçmeli olarak medya okuryazarlığı dersi okutulacak. Medya okuryazarlığı dersine ilişkin protokol, Milli Eğitim Bakanlığı ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) arasında imzalandı. İmza töreninde konuşan Devlet Bakanı Beşir Atalay, medyanın çocuklar ve gençler üzerinde büyük etkisi olduğuna işaret ederek, "Bizim istediğimiz doğru ilişki. Gençlik, genellikle gerçeğe kurguyu ayıramaz. Kurguları model almaya baslar. Çocukların daima televizyonlarda, medyada gördüğü değişik profillerden, kahramanlardan, rollerden kendine modeller çıkardığını biliyoruz. İşte o gerçeğe kurgunun farkını bu dersler anlatacak" dedi. Medya okuryazarlığı dersi için Adana, Ankara, Erzurum, İstanbul ve İzmir pilot il olarak belirlendi. Dersin 2007-2008 öğretim yılından itibaren yaygınlaştırılarak tüm ilköğretim okullarının 7. sınıflarında seçmeli ders olarak okutulması plânlanıyor.<sup>46</sup>

**EK-1.5. 25.11.2004 tarihinde Hürriyet gazetesinde çıkan “Okullara Medya Okuryazarlığı Dersi” haberi:**

### **“Okullara Medya Okuryazarlığı” Dersi**

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), Milli Eğitim Bakanlığı ile anlaşma sağlarsa orta öğretim müfredatına eleştirel izleyici yetişmesini sağlayacak "Medya Okuryazarlığı" dersi konulacak. "Şiddeti Önleme Platformu" üyesi de olan RTÜK, platform çalışmalarını desteklemek için öncelikle yayıncıları eğitmeyi plânlıyor.

### **TV'LERE KORUYUCU SİMGE**

Televizyonlara koruyucu simge konması için de çalışmalar yürüten RTÜK, medyanın her söylediğini doğru kabul etmeyen, eleştirel izleyici yetiştirmek amacıyla Milli Eğitim Bakanlığı ile bir çalışma yürütecek. Buna göre, Üst Kurul MEB ile anlaşma sağlarsa ortaöğretim müfredatına "Medya Okuryazarlığı" dersi konacak.

### **RTÜK'TEN ŞİDDET ÖVGÜSÜNE CEZA**

Son günlerde tribün terörü olarak medyada yer alan ve bir izleyicinin yaşamını yitirmesiyle sonuçlanan olaylar öncesinde RTÜK "futbol oyun değildir, ölüm kalım meselesidir" sloganını kullanan bir yayın organını uyarılmış ve reklam yayından kaldırılmıştı.

Üst Kurul, geçmiş dönemlerde Real marka televizyon ve çamaşır makinesi reklamlarında kadına yönelik tokatlı şiddet sahnesi kullanıldığı gerekçesiyle uyarıda bulununca tokatlama bölümü de yayından kaldırıldı. Üst Kurul "Kurtlar Vadisi" filminde de yer alan şiddet sahneleri nedeniyle kanala program durdurma cezası vermişti. Öte yandan RTÜK, Irak'ta rehinelere öldürülmesi görüntülerinin hiçbir gizlenmiş kullanmadan yayınlanmasına izin vermedi, HSCB'nin bombalanması

<sup>46</sup> [http://www.medyakuryazarligi.org.tr/haberler/ogrencilere\\_moy\\_dersi.pdf](http://www.medyakuryazarligi.org.tr/haberler/ogrencilere_moy_dersi.pdf) (Erişim tarihi: 12.04.2012)



sırasında "suç örgütlerinin korkutucu ve yıldırıcı özelliklerinin yansıtılmasına" karşı çıktı (ANKA)<sup>47</sup>

**EK-1.6. 10.09.2007 tarihinde Hürriyet gazetesinde çıkan “RTÜK’ten Velilere Çağrı” haber yazısı:**

### **RTÜK’ten Velilere Çağrı**

RTÜK ile Milli Eğitim Bakanlığı’nın işbirliği sonucunda, 2007-2008 öğretim yılında Türkiye’de ilk kez seçmeli medya okuryazarlığı dersi ülke genelindeki ilköğretim okullarında okutulmaya başlanacak. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’ndan (RTÜK) edinilen bilgiye göre, RTÜK ve Milli Eğitim Bakanlığı’nın, Türkiye genelindeki ilköğretim okullarının 6, 7 ve 8’inci sınıflarında öğrenim gören toplam 4 milyon öğrenciden 1 milyon 500 bininin 2007-2008 öğretim yılı içinde medya okuryazarlığı dersi almasının hedeflendiği belirtildi.

2006-2007 öğretim yılı verilerine göre, Türkiye çapındaki bütün ilköğretim okullarının 6, 7 ve 8. sınıflarındaki toplam şube sayısının yaklaşık 120 bin olduğu belirtilirken, bu şubelerde toplam 4 milyon öğrencinin öğrenim gördüğü kaydedildi. Milli Eğitim Bakanlığı ve RTÜK’ün önümüzdeki öğretim yılında 120 bin ilköğretim okulu sınıfında öğrenim gören 1 milyon 500 bin öğrencinin medya okuryazarlığı dersini seçerek almasını hedefledikleri kaydedilirken, böylece 1 milyon 500 bin öğrencinin bir öğretim yılında medya okuryazarlığı dersi almasının sağlanmış olacağı belirtildi.

### **TELEVİZYONLARDA TANITIM FİLMİ YAYINLANACAK**

Medya okuryazarlığı dersinin mümkün olduğunca fazla öğrenci tarafından seçilmesini sağlamak amacıyla, RTÜK, okullar açılmadan televizyonlarda yayınlanmak üzere bir tanıtım filmi hazırlattı. Öğrenci velilerine hitab eden filmde, “Değerli Veliler, çocuklarınızın televizyon izlerken, internet kullanırken, gazete okurken, radyo dinlerken, seçici olmasını, gerçek ile kurguyu ayırt etmesini, kontrollü izleyici olmasını, olumsuz etkilerden korunmasını, doğru şekilde faydalanmasını, yorum yapabilmesini, eleştirel bakabilmesini istiyorsanız, şimdi bunu sağlamak sizin elinizde. Türkiye’de ilk kez RTÜK ve Milli Eğitim Bakanlığı işbirliğiyle ilköğretim okullarında seçmeli medya okuryazarlığı dersi okutulacaktır. Çocuklarınızın medyayı doğru algılaması için, medya okuryazarlığı dersini seçin” mesajlarına yer verildiği belirtildi. RTÜK ile Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulunun ortak çalışmaları sonucunda, medya okuryazarlığı dersi öğretmenlerini yetiştirecek çekirdek kadronun oluşturulduğu belirtilirken, medya okuryazarlığı dersini sosyal bilgiler öğretmenlerinin vereceği kaydedildi. Talim ve Terbiye Kurulu, iletişim fakültelerinden veya basın yayın yüksekokullarından mezun olup, şu anda Milli Eğitim sistemi içinde sınıf öğretmeni olarak görev yapan öğretmenlerin de medya okuryazarlığı derslerini okutabileceklerine karar verildiği öğrenildi.

<sup>47</sup>[http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/okullara\\_moy\\_dersi.pdf](http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/okullara_moy_dersi.pdf) (Erişim tarihi: 12.04.2012)

## BEŞ İLDE PİLOT UYGULAMA YAPILDI

*Medya okuryazarlığı dersinin geçtiğimiz öğretim yılında beş pilot ildeki beş ilköğretim okulunda başarıyla uygulandığı belirtilirken, uygulama esnasında okulların her iki dönemde MEB ve RTÜK uzmanlarınca ziyaret edildiği kaydedildi. 2006-2007 öğretim yılının sonunda Ankara'da medya okuryazarlığı dersi eğitici eğitimi semineri gerçekleştirildiği hatırlatılarak, seminere bütün illeri temsilen toplam yüz üç sosyal bilgiler öğretmeninin katıldığı belirtildi.*

## MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİ ÖZEL OKULLARDA DA OKUTULACAK

*Devlet okullarının yanı sıra medya okuryazarlığı dersinin özel okullarda da okutulacağı bildirilirken, özel okullarda görev yapan ve okullarınca önümüzdeki öğretim yılında medya okuryazarlığı dersini okutması plânlanan öğretmenlerin program hakkında bilgilenmelerinin sağlanması amacıyla 11 Eylül 2007 tarihinde İstanbul Özel Okullar Birliği Genel Merkezinde, RTÜK Başkanı, Talim ve Terbiye Kurulu Başkanı ve programı hazırlayan komisyon üyelerinin katılımıyla bir toplantı düzenleneceği belirtildi.*

## MEDYA OKURYAZARLIĞI NEDİR?

*Medya okuryazarlığı, yazılı ve yazılı olmayan, büyük çeşitlilik gösteren formatlardaki (televizyon, video, sinema, reklamlar, internet vs.) mesajlara ulaşma, bunları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak tanımlanıyor. Medya okuryazarlığı dersinin amacı ise, medya karşısında etkiye en açık, en hassas grubu oluşturan çocukların, medya kurumunun yapısını, işleyişini, kurgulanmış içeriğin bilinçli bir şekilde değerlendirilmesini ve eleştirel olarak izlemesini özetle, medya ile ilgili doğru soruları sorup doğru yanıtları bulabilmesi şeklinde ifade ediliyor.*

## MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİNİN İÇERİĞİ

*Medya okuryazarlığı dersi; iletişime giriş (iletişim, iletişimin süreci ve öğeleri, iletişim türleri), kitle iletişimi (kitle iletişimi, kitle iletişim araçları, iletişim ve kitle iletişim arasındaki ilişki), medya (medya, medyanın başlıca işlevleri, medyanın ekonomik boyutu, medya ve etik, medya okuryazarlığı kavramı, amacı ve önemi), televizyon (etkili bir kitle iletişim aracı olarak televizyon, Türkiye'de televizyon yayıncılığı, televizyon program türleri), aile, çocuk ve televizyon (televizyon izleme alışkanlıkları, televizyonun olumsuz etkileri, televizyon program analizleri, uyarıcı simgeler), radyo (bir kitle iletişim aracı olarak radyo, radyonun olumsuz etkileri, radyo program türleri, radyo program analizleri), gazete ve dergi (gazete ile ilgili temel kavramlar, gazetede haber ve fotoğrafın önemi ve karşılaştırılması, gazete hazırlama uygulaması, dergi türleri ve işlevleri), internet (internetin özellikleri ve işlevleri, internet kullanımında dikkat edilmesi gereken hususlar) konu başlıklarından oluşacak.<sup>48</sup>*

<sup>48</sup>[http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/rtuktan\\_velilere\\_cagri\\_10\\_eylul.pdf](http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/rtuktan_velilere_cagri_10_eylul.pdf) (Erişim tarihi: 11.03.2012)

**EK-1.7. Şehriban Oğhan'ın 19.12.2006 tarihinde "Hürriyet" gazetesinde çıkan "Sanal Dünya Dersi Veliye de Verilsin" haber yazısı:**

### **"Sanal Dünya Dersi Veliye de Verilsin"**

AKP'nin sosyolog milletvekili Zeynep Karahan Uslu, Milli Eğitim Bakanı Hüseyin Çelik'e internette çocuk pornosu ve istismarının önüne geçilebilmesini amaçlayan çözüm önerilerinden oluşan bir rapor sundu. Uslu, velilere "sanal dünya dersi" verilmesini önerdi. AKP İstanbul Milletvekili Zeynep Karahan Uslu, çocuk pornosu istismarının önüne geçmek için sunduğu önerilerini şöyle sıraladı:

Milli Eğitim Bakanlığı'nın pilot uygulamasını yaptığı 2007-2008 öğretim yılında, ülke geneline yaygınlaştırmayı plânladığı "Medya Okuryazarlığı" dersi müfredatında "internet-sanal dünya" başlığı eklensin. Ebeveynlerin çocuklarının internette ziyaret ettiği siteleri incelemesi önemlidir. MEB, medya okuryazarlığı eğitimlerini velilere de vermeli. MEB, öğrenci ve velilere, kişisel bilgisayarlara indirilebilecek filtre programlar dağıtsın.

### **YÜZDE 700 ARTIŞ**

Raporda mevcut durumla ilgili de ilginç tespitler yer aldı. Bu tespitler şöyle: İnternet kullanıcılarının artış hızı son beş yılda dünyada yüzde 189 iken, Türkiye'de yüzde 700. Ülkemizdeki internet kullanıcıları içinde en büyük grup 16-24 yaş aralığı, ancak çocuk kullanıcılar verilerinin ölçümü yapılmamıştır. Kendi sanal cemaat ve kültürünü yaratan internette, uluslararası verilere göre 372 milyon pornografik sayfa, 100 bin çocuk pornografisi sitesi bulunmakta ve bu rakam sürekli artmaktadır.<sup>49</sup>

## **EK-2 İNTERNET MEDYASINDA ÇIKAN HABER VE KÖŞE YAZILARI**

**EK-2.1 Mehmet Dizdar'ın 11.09.2006 tarihinde www.aktifhaber.com sitesindeki "Medya Dersi Nasıl Okutulacak?" yazısı**

### **"Medya Dersi Nasıl Okutulacak?"**

Önce iki başlık verelim.

*Bir: Sunucu Akbal Gürpınar, Türkiye'de birçok televizyon kanalının kavga, gürültü ve ahlaksız görüntülerle dolu olduğunu, bu görüntüleri sürekli seyreden insanların da bunalıma sürüklendiğini söyledi.*

*İki: Milli Eğitim Bakanlığı verilerine göre okul çağındaki çocuklar günde 3 ile 4 Saat arasındaki bir süreyi televizyon karşısında geçiriyor.*

*Yukarıdaki iki başlığı Milli Eğitim Bakanlığı'nun yeni uygulamaya koyduğu "Medya Okuryazarlığı" dersinin önemini anlatmak için verdim.*

*Konuyu bilmeyenler için birkaç detay verelim.*

*MEB Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) arasında bir protokol imzalandı. Protokolle "Medya Okuryazarlığı" dersi ilk plânda beş pilot ilde daha sonra da tüm okullarda ders olarak okutulacak. Dersin müfredatı hazırlandı. Bu konuda öğretmenlere hizmeti içi eğitim de verildi.*

<sup>49</sup>[http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/sanal\\_dunya\\_dersi\\_veliyede\\_verilsin.pdf](http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/sanal_dunya_dersi_veliyede_verilsin.pdf) (Erişim tarihi: 11.03.2012)

*Kısacası 18 Eylülde başlayacak uygulama için bugün itibariyle her şey hazır. Burada sırası gelmişken şunu da belirtelim. Derste sadece televizyon veya televizyon yayınlarının olumsuz yönleri anlatılmayacak. Hazırlanan müfredatta medya ile ilgili her türlü ayrıntı yer alıyor. Diğer yönleri de son derece olumlu gelişmeleri içeriyor. Ancak, ben olayın ekran boyutuyla ilgiliyim. Buradaki en önemli soru şu: Yeni dersle birlikte öğrenciler ekran karşısında daha az vakit harcayabilecekler mi? Başka bir deyişle dersi alan öğrenciler ekran karşısındaki olumsuz görüntülerden kendilerini alabilecekleri olgunluğa erişebilecekler mi? Bence evet... Konfüçyüs'ün meşhur "karanlığa küfretme bir mum yak" sözü de konuya bir ışık tutuyor. Bugüne kadar bu konuda sürekli eleştiri yapılıyordu. İlk defa somut bir öneri ortaya konuluyor. Ben uzun vadede olumlu sonuçlar alınacağından eminim. Bu anlamda son derece önemli bir gelişme olarak gördüğüm bu olayın önümüzdeki dönemden itibaren bütün okullarda ders olarak okutulacak olması da bir başka güzellik. Medya okuryazarlığı dersi herkese hayırlı olsun... [mehmetdizdar@aktifhaber.com](mailto:mehmetdizdar@aktifhaber.com)<sup>50</sup>*

**EK-2.2. 11.10.2001 tarihinde [www.haber7.com](http://www.haber7.com) sitesinde çıkan "Medya Okuryazarlığı Dersini Kim Verecek?" haber yazısı**

### **"Medya Okuryazarlığı Dersini Kim Verecek?"**

*Suat Gezgin iletişim mezunlarına eğitim fakülteleri tarafından biçimlenme eğitimi verilmesini önerdi. İletişim fakülteleri, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) ile Milli Eğitim Bakanlığının ortak kararı sonucu 2007-2008 eğitim-öğretim yılından itibaren ilköğretim okullarının 7. sınıflarına seçmeli ders olarak konulan medya okuryazarlığı dersini iletişim fakültesi mezunlarının vermesi gerektiği konusunu tartışıyor. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Suat Gezgin, konuyla ilgili ANKA'ya yaptığı açıklamada, medya okuryazarlığı dersi konusunun geçtiğimiz aylarda Kırgızistan Manas Üniversitesinde yapılan İletişim Fakültesi Dekanları Toplantısı'nda da görüşüldüğünü ve tüm iletişim dekanlarının medya okuryazarlığı dersini iletişim mezunlarının vermesinin gerektiği konusunda ortak karara vardığını söyledi.*

### **"İLETİŞİM MEZUNLARINA EĞİTİM FAKÜLTELERİNDEN FORMASYON HAKKI TANINMALI"**

*Dersin sosyal bilgiler öğretmenleri yerine iletişim fakültelerinde 4 yıl boyunca işin eğitimini almış profesyonellerce okutulmasının sağlıklı olacağına dikkat çeken Gezgin, bu yöndeki talebin gerçekleşmesi için rektörlük tarafından onaylanması gerektiğini kaydetti. Gezgin, "Eğitim fakültesinden mezunlara medya*

<sup>50</sup>[http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/medya\\_dersi\\_nas%C4%B11\\_okutulacak.pdf](http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/medya_dersi_nas%C4%B11_okutulacak.pdf) (Erişim tarihi: 12.04.2012)

okuryazarlığı dersi eğitici eğitimi semineri veriliyor. Fakat konunun uzmanı olmayan öğretmenlerin, sadece birkaç aylık hızlandırılmış bir eğitimle bu dersi vermesi ne kadar verimli olur" diye konuştu. İletişim fakültesi mezunlarına, eğitim fakültelerinden tezsiz yüksek lisans programlarıyla formasyon alma hakkı tanınarak mezunların bu dersi vermelerinin sağlanması gerektiğini vurgulayan Gezgin, bunun iletişim mezunlarının istihdamı açısından önemli bir adım olduğunu söyledi.

### "DERSİ, MEDYAYI TANIYANLARIN VERMESİ GEREKİR"

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Melda Ciman da, Suat Gezgin'le aynı görüşte olduğunu belirterek, dersi verecek kişilerin analiz yaparak görüş bildirebilmesi için medyaya yakın olması gerektiğini ifade etti. İletişim mezunlarına eğitim fakültelerinden formasyon verilmesiyle konunun çözülebileceğini söyleyen Ciman, "Her fakülte kendi mezununa istihdam yaratmak ister. Ama bu işi bilenlerin dersi vermesi daha uygundur. Eğitim fakültesi mezunu ancak mesajı çözümler. Oysa iletişim mezunu medyaya dair ilişkileri, bireysel ve kurumsal bağlantıları, hedef kitle arkasında yatan nedenleri ve medyaya ilişkin birçok şeyi biliyor" diye konuştu (Anka)<sup>51</sup>

**EK-2.3. Nurçay Türkoğlu'nun 08.29.2006 tarihinde "www.haberx.com" sitesinde çıkan "Medya Okuryazarlığı" Dersi İletişim Mezunlarınca Verilmeli" konulu yazısı**

### "Medya Okuryazarlığı Dersi İletişim Mezunlarınca Verilmeli"

Okuryazarlık, insanlığın büyük modernleşme projesinin önemli bir unsuru olarak yaygınlaştı. Halen dünyada temel eğitim olanaklarından yoksun milyonlarca insan var. Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nun 2003-2012 dönemini "Birleşmiş Milletler Okuryazarlık Dönemi" olarak ilan etme kararının gerekçesinde yer alan raporda, dünya üzerinde okuryazar olmayan 860 milyon kişi olduğu belirtiliyor. BM raporunda, okuryazarlığın yalnızca okuma ve yazmayı bilmekten ibaret olmadığı, dünya ile özgürce iletişim kurabilmenin geçerli ve anlamlı yollarını öğrenmek ve kullanmak olduğu vurgulanıyor (UNLD, 2005). Biz Türkiye'deki iletişim akademisyenleri de, toplumumuzdaki kitle iletişim/medya ortamının iyileştirilmesine katkıda bulunmak amacıyla, 2005 yılında geniş kapsamlı bir "medya okuryazarlığı" konferansı düzenledik. Bu konferanstaki en önemli vurgu; "bilgi edinme ve edinilen bilgiyi kullanma hakkının", temel yurttaşlık hakkı olduğudur. Kitle iletişim araçları, bu hakkın gerçekleştirilmesi için vazgeçilmez kaynaklardır. Yazılı ve görsel tüm kaynakların oluşturduğu iletilerle donatılmış bir dünyada yaşamak için yeni iletişim becerilerine gerek var. Gazeteler, dergiler, radyo, televizyon, sinema ve internet, hızla gelişen teknolojiden yararlanırken, yurttaşların da yeni bir kavram olan "medya okuryazarlığı" ile tanışması gerekiyor. Bu amaçla, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde 23-25 Mayıs 2005 günlerinde akademik konferans ve bir dizi etkinlikle "medya okuryazarlığı" konusunu ele aldık. ABD ve KKTC dâhil, 17 üniversiteden 45 akademisyen, yaklaşık 30 bildiri hazırlayıp sundu. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, RTÜK ve İLAD (İletişim Araştırmaları Derneği) kurumsal olarak destek verdiler.

<sup>51</sup>[http://www.medyakuryazarligi.org.tr/haberler/moy\\_dersini\\_kimverecek.pdf](http://www.medyakuryazarligi.org.tr/haberler/moy_dersini_kimverecek.pdf) (Erişim tarihi: 12.04.2012)

<http://www.milef.com/duyurular/medyaokuryazarbildiriozet.pdf> adresinden bildiri özetlerine erişmek mümkün. Konferansta sunulan bildirilerden oluşan "Medya Okuryazarlığı" kitabı şu anda yayın aşamasında. Önümüzdeki günlerde kitap haline gelmiş bildirilerin tam metinleri de fakülte web sayfasında yer alacak. Konferansa, çağrılı konuşmacıların yanı sıra yurtiçi ve yurtdışından, bildiri ile ve etkin dinleyici olarak pek çok akademisyen, medya çalışanı, medya ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri, öğrenciler ve halk katıldı. Dostlarımız ve öğrencilerimiz sayesinde yazılı ve görsel basında oldukça geniş bir yer aldık. Bu konferansa özel televizyon programları bile yapıldı. Üniversitelerde "medya okuryazarlığı" derslerinin programlara alınmasının yanı sıra, ilk-ortaöğretim müfredatında da bu derslerin yer alması gündeme geldi. Amacımız bir kamuoyu duyarlılığı yaratmaktı ve sanırım kısmen de olsa bunu başarabildik.

### *İktidar çekişmesi?*

Medya okuryazarlığını tartışırken unutulmaması gereken, bir etkinlik halinin olduğudur; yani sadece beceri sahibi olmak değil, bu becerilerin hayata geçirilebilmesidir. Bu kavramdaki "okuryazarlık" vurgusu, medyaya erişimin, değerlendirme ve eleştiri yapabilecek donanımına sahip olmak, iletileri yalnızca alma becerisiyle yetinmeyerek, yeni iletileri oluşturabilmek ve dile getirebilmek gibi etkin katılımı da içerir. Medya okuryazarlığı kavramını, eğitimde medyanın kullanılmasıyla ilgili olarak 20. yüzyıl başından bu yana uygulanan, kitlesel iletişim aracılığıyla liberal toplumsallaşma yaklaşımının bir devamı olarak görmek olasıdır. Medya okuryazarlığı programları, medyadaki her şeyin kurmaca olduğu, gerçekliği medyanın oluşturduğu, medyanın ticari, toplumsal ve siyasal bağlantılarının varlığı, medya iletilerinin ideolojik olduğu, medyada biçim ve içeriğin yakından ilişkili olduğu, her aracın kendine has bir estetik formu olduğu yolunda uyarılarda bulunur. Milli Eğitim Bakanlığı'nın okullarda "medya okuryazarlığı" dersinin okutulacağı yolundaki haberleri bizim için bir başlangıç olarak sevindirici. En azından konunun önemi resmi eğitim politikaları tarafından da anlaşılmuş görünüyor. Ancak, kişisel olarak, bu başlangıcın, medyayla ilişkileri pek iyimser olmayan şu andaki hükümetin, medyaya ders verme yolu gibi algılanmasından endişe ederim. Bir iktidar çekişmesi konusu olamayacak kadar hayati bir yurttaşlık meselesidir çünkü "medya okuryazarlığı". Bir de, bu dersin kimler tarafından verileceği meselesi önemlidir. Kanımca, bizim konferansta da önerdiğimiz gibi bu ders, ülkemizde sayısı sanırım 25'i geçen iletişim fakültelerinden mezun olanlar tarafından verilmelidir. Çünkü Milli Eğitime bağlı çalışan öğretmenlerimizin kendileri de medyanın gündelik hedefleridir ve medyanın okunmasının ve yazılmasının da özel bir eğitimle öğrenilmesi gerekir. Biz de işte dört yıllık iletişim fakültelerinde bu eğitimi veriyoruz. Üstelik iletişim fakülteleri mezunlarının ilk-orta öğretimde "medya okuryazarlığı" dersi vermek üzere görev almaları, iletişim mezunlarının ciddi boyutlara ulaşan iletişim diplomalı işsizliğe karşı da çok önemli bir çözüm olacağına inanıyorum. Sonuç olarak, 1970'lerde feminizmin sloganı olan "feminizm herkese lazımdır-erkekler hariç değil" sözünü medya okuryazarlığı için hatırlatmak istiyorum: Medya okuryazarlığı herkese lazımdır-medya hariç değil!

NURCAY TÜRKÖGLÜ: Prof. Dr. Marmara Üniversitesi Öğretim Üyesi, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Başkanı.<sup>52</sup>

<sup>52</sup>[http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/moy\\_dersi\\_iletisim\\_mezunlar%C4%B1na\\_verilmeli.pdf](http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/moy_dersi_iletisim_mezunlar%C4%B1na_verilmeli.pdf) (Erişim tarihi: 12.04.2012)

**EK-2.4. 11.09.2006 tarihinde www.haber7.com’da “RTÜK Çocukların Nabzını İnternette Tutacak” çıkan haber**

### **“RTÜK Çocukların Nabzını İnternette Tutacak”**

RTÜK, çocukların televizyon programlarıyla ilgili duygu ve düşüncelerini dile getirebilecekleri bir web sayfası hazırladı. Bugün yayına giren sayfa çocukların eğlenceli dünyasına da hitap ediyor. RTÜK’ten yapılan açıklamada, günde ortalama üç saat televizyon izleyen çocukların eleştirel izleyiciler olarak yetişmeleri ve programları seçerek izlemeleri için “Akıllı İşaretler ve Medya Okuryazarlığı” projelerinin hayata geçirildiği anımsatıldı. Açıklamada, çocukların televizyon programlarıyla ilgili duygu ve düşüncelerini dile getirebilecekleri bir web sayfası hazırlandığı ifade edildi. www.rtukcocuk.org.tr adresinde bugün yayına giren web sayfasında çocukların hoşlanacağı oyunlar, fıkralar, bilmecelerin, ödevlerini hazırlarken yararlanabilecekleri bilgilerin yanı sıra, çocukların televizyon programlarıyla ilgili duygu ve düşüncelerini, beğeni, öneri ve eleştirilerini yazabilecekleri “Arkadaşım Televizyon” ve “TV Okuru” bölümleri bulunuyor.

#### **RTÜK ÇOCUK WEB SAYFASINDA NELER VAR?**

Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun desteği ile Misak-ı Milli İlköğretim Okulu, İhsan Doğramacı Vakfı Özel Bilkent İlköğretim Okulu ve Emlak Bankası Bilkent İlköğretim Okulunun işbirliği sonucu, ilköğretim okulu öğrencileri tarafından hazırlanan sayfa hareketli nesnelere dolu bir oda şeklinde düzenlenmiş. Odadaki her nesneden sayfanın değişik bölümlerine ve çocukların RTÜK’e televizyon yayınlarıyla ilgili dilek ve beklentilerini yazabilecekleri bir posta kutusunun bulunduğu bir bahçeye bağlantı yapılabiliyor. Bütün bölümleri interaktif olarak hazırlanan sayfa, ziyaretçilere kolayca katılma ve mesaj gönderme imkânı sunuyor.

#### **ANA BÖLÜMLER: TV OKURU VE ARKADAŞIM TELEVİZYON**

“TV Okuru” ve “Arkadaşım Televizyon” sitenin temel bölümlerini oluşturuyor. Bu bölümlerde öğrencilerin televizyon programlarıyla ilgili duygu ve düşünceleri, görüş, öneri ve beklentileri yer alıyor. Ziyaretçiler de kendi görüşlerini bu bölümlere ekleyebiliyorlar. Sayfada ayrıca çocukların program seçebilmeleri için televizyon kanallarının günlük yayın akışlarıyla ilgili bilgiler bulunuyor.

#### **MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİ ÇALIŞMALARINA DA YER VERİLECEK**

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ile Milli Eğitim Bakanlığının işbirliği sonucunda hayata geçirilen Medya Okuryazarlığı Projesi kapsamında 2006-2007 öğretim yılında beş pilot ildeki ilköğretim okullarında okutulmaya başlanan medya okuryazarlığı dersiyle ilgili öğrenciler tarafından hazırlanan projelere ve çalışmalara da çocuk web sayfasında yer verilecek.<sup>53</sup>

<sup>53</sup>[http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/rtuk\\_cocuklar%C4%B1n\\_nabzini\\_internette\\_tutacak.pdf](http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/haberler/rtuk_cocuklar%C4%B1n_nabzini_internette_tutacak.pdf)(Erişim tarihi: 12.04.2012)

## ÖZGEÇMİŞ

09.06.1984 tarihinde Gaziantep'te doğdum. İlk ve ortaöğretimi İstanbul'da bitirdikten sonra İstanbul Üniversitesi Tiyatro Eleştirmenliği ve Dramaturgi 2009 yılında bölümünü bitirdim. Aynı yıl içinde askerlik görevimi yaptıktan sonra çeşitli dersane ve özel okullarda İngilizce ve tiyatro öğretmenliği yaptım. 2010 yılında Kocaeli Üniversitesi Radyo Televizyon ve Sinema bölümünde yüksek lisansa başladım. Halen Mustafa Kemal Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema bölümünde araştırma görevlisi olarak çalışmaktayım.