T.C
RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

TÜRKİYE'DE VE AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE MEDYA OKURYAZARLIĞI

UZMANLIK TEZİ

Çağrı ALAGÖZLÜ

ANKARA
OCAK 2012

T.C
RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

TÜRKİYE'DE VE AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE MEDYA OKURYAZARLIĞI

UZMANLIK TEZİ

Çağrı ALAGÖZLÜ

DANIŞMAN
Ayşen BAYRI
Üst Kurul Uzmanı

ANKARA
OCAK 2012

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanlığı'na

Bu çalışma, Tez Değerlendirme Komisyonu tarafından oy birliği/oy çokluğu ile Uzmanlık Tezi olarak kabul edilmiştir.

	Adı Soyadı	İmza
Başkan	: Prof. Dr. Davut Dursun	
Üye	: Arslan Narin	
Üye	: Ayşen Bayrı	

ONAY

…./…./20….

Üst Kurul Başkanı

TEZ TESLİM TUTUNAĞI VE DOĞRULUK BEYANI

Radyo ve Televizyon Üst Kurulunda görev yapan uzman yardımcısı olarak, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Uzman Yardımcılığı Giriş ve Yeterlilik Sınavları ile Uzmanlığa Atanma, Yetiştirilme, Görev, Yetki ve Çalışma Usul Esasları Hakkında Yönetmeliğin 19'uncu maddesinin 4'üncü fıkrasına istinaden çıkartılan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Tez Hazırlama Yönergesi'ne uygun olarak hazırlamış olduğum uzmanlık tezi ilişikte sunulmuştur.

Bu uzmanlık tezindeki bütün bilgileri akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplayıp sunduğumu; ayrıca, bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı ve kaynağını gösterdiğimi beyan ederim.

Bilgilerinizi ve gereğini arz ederim.
05/01/2012

Çağrı ALAGÖZLÜ
Üst Kurul Uzman Yardımcısı

Uzmanlık Tezinin Adı:
Türkiye'de ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Medya Okuryazarlığı

Tezi Telim Alan
Daire Başkanı :
Tarih :
Adı-Soyadı-İmzası:

Sevgili eşim Melike ve
canım kızım Ece'ye

İÇİNDEKİLER

TEZ TESLİM TUTANAĞI VE DOĞRULUK BEYANI iii
İTHAF iv
İÇİNDEKİLER v
KISALTMALAR ix
ŞEKİLLER LİSTESİ x
TABLOLAR LİSTESİ xi
GİRİŞ 1

BİRİNCİ BÖLÜM
MEDYA OKURYAZARLIĞI KAVRAMI, YAKLAŞIMLARI, MODELLERİ VE İLKELERİ

1.1. MEDYA OKURYAZARLIĞI KAVRAMI 5
1.2. MEDYA OKURYAZARLIĞI YAKLAŞIMLARI 6
1.2.1. Korumacı Yaklaşım 7
1.2.2. Eleştirel Yaklaşım 7
1.3. MEDYA OKURYAZARLIĞI MODELLERİ 8
1.3.1. Rick Shepherd'ın Mükemmel Medya Okuryazarlığı Müfredat Modeli (The Perfect Media Literacy Curriculum Model) 8
1.3.2. James W. Potter'ın Bilişsel Medya Okuryazarlığı Modeli (The Cognitive Media Literacy Model) 10
1.4. MEDYA OKURYAZARLIĞI İLKELERİ 13
1.4.1. Patrica Aufderheide'ye Göre Medya Okuryazarlığının Genel İlkeleri 14
1.4.2. Len Masterman'a Göre Medya Eğitiminin On Sekiz İlkesi 15

İKİNCİ BÖLÜM
TÜRKİYE'DE MEDYA OKURYAZARLIĞI

2.1. RTÜK VE MİLLİ EĞİTİM BAKANLIĞI İŞBİRLİĞİ İLE MEDYA OKURYAZARLIĞI ALANINDA YAPILAN ÇALIŞMALAR 20

2.1.1. Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Öğretmen Kılavuzu'nun Hazırlanması 20
2.1.2. Öğretim Kurumlarında Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Okutulmasına Dair İşbirliği Protokolü 21
2.1.3. 2006–2007 Eğitim ve Öğretim Yılında Medya Okuryazarlığı Dersinin Okutulması 22
2.1.4. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Paneli 22
2.1.5. Medya Okuryazarlığı Dersinin Ülkeyi Kapsayacak Şekilde Okutulmaya Başlaması 23
2.1.6. Medya Okuryazarlığı Dersinin Yıllara Göre Ulaştığı Öğrenci Sayısı 24
2.2. MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİNİN YAZILI MATERYALLERİ 27
2.2.1. İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı 27
2.2.2. İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu 29
2.3. I. ULUSLARARASI MEDYA OKURYAZARLIĞI KONFERANSI 37
2.4. RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU TARAFINDAN MEDYA OKURYAZARLIĞINA YÖNELİK YAPILAN ÇALIŞMALAR 39
2.4.1. Koruyucu Sembol Sistemi 40
2.4.1.1. Koruyucu Sembollerin Oluşturulma Evresi 41
2.4.1.2. Koruyucu Sembollerin Özellikleri 41
2.4.1.3. Koruyucu Sembollerin Kullanımı 42
2.4.1.4. Koruyucu Sembollerin Fonksiyonu 43
2.4.2. Medya Okuryazarlığı Resmi İnternet Sitesi 43
2.4.3. RTÜK Çocuk Resmi İnternet Sitesi 45
2.4.4. İyi Uykular Çocuklar Projesi 46

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE MEDYA OKURYAZARLIĞI

3.1. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE MEDYA OKURYAZARLIĞI ALANINDA FAALİYET GÖSTEREN TEŞKİLATLAR 50
3.1.1. Uluslararası Çocuk, Genç ve Medya Merkezi (The International Clearinghouse on Children, Youth and Media) 50

3.1.2. Avrupa Medya Okuryazarlığı Sözleşmesi (The European Charter for Media Literacy) 51
3.1.3. Medya İlişkili Proje (The Media Relate Project) 51
3.1.4. Avrupa Çocuk Filmleri Derneği (European Children's Film Association) ... 52
3.1.5. Uluslararası Çocuk Bağlantı Ağı (Childnet International) 52
3.1.5.1. Hepsini Bil (Know It All) 53
3.1.5.2. Jenny'nin Hikâyesi (Jenny's Story) 53
3.1.5.3. Yeni Mobil Servisleri (New Mobile Services) 53
3.1.5.4. Müzik ve İnternet (Music & The Internet) 54
3.1.6. Avrupa Çevrimiçi Çocuklar (EU Kids Online) 54
3.2. FİNLANDİYA 54
3.2.1. Finlandiya'da Medya Okuryazarlığı 55
3.2.2. Finlandiya'da Medya Okuryazarlığı Alanında Faaliyet Gösteren Teşkilatlar 58
3.2.2.1. Kanguru (Kenguru) 58
3.2.2.2. Öğretmen TV (Opettaja TV) 59
3.2.2.3. Duyu Projesi (Tunne Project) 59
3.2.2.4. Medya Pusulası (Media Compass) 60
3.2.2.5. Medya Otobüsü (Media Bus) 61
3.3. FRANSA 61
3.3.1. Fransa'da Medya Okuryazarlığı 62
3.3.2. Fransa'da Medya Okuryazarlığı Alanında Faaliyet Gösteren Teşkilatlar 64
3.3.2.1. Öğretim ve Medya Bilgileri Arasında Bağlantı Merkezi (Centre de Liaison de l'Enseignement et des Medias d'lnformation) 64
3.3.2.2. İnternet Kullanımı Temsilciler Kurulu (Délégation Aux Usages de L'internet) 65
3.3.2.3. Çocuk, Medya ve İnternet Derneği (Collectif Interassociatif Enfance et Media) 65
3.3.2.4. Görsel-İşitsel Yüksek Kurulu (Conseil Supérieur de L'Audiovisuel) 66
3.3.2.5. Ekran, Medya ve Biz (Les Ecrans, Les Médias et Nous) 66
3.3.2.6. Fransız Görsel-İşitsel Sektörü (Les Pieds dans le Paysage Audiovisuel Français) 67

3.4. İNGİLTERE 68
3.4.1. İngiltere'de Medya Okuryazarlığı 68
3.4.2. İngiltere'de Medya Okuryazarlığı Alanında Faaliyet Gösteren Teşkilatlar.. 70
3.4.2.1. İletişim Ofisi (The Office of Communications) 71
3.4.2.2. İngiltere Eğitim Bakanlığı (Department for Education) 72
3.4.2.3. İngilizce ve Medya Merkezi (English and Media Center) 73
3.4.2.4. Medya Eğitim Birliği (Media Education Association) 73
3.4.2.5. Akıllı Medya (Media Smart) 74
3.4.2.6. İngiliz Film Enstitüsü (British Film Institute) 75
3.4.2.7. Film Sokağı (Film Street) 75
3.4.2.8. İngiliz Yayıncılık Kuruluşu (British Broadcasting Corporation) 76
3.4.2.9. Londra Çocuk Film Festivali (London Children's Film Festival) 76
3.4.2.10. Kanal 4 (Channel 4) 77
3.4.2.11. Sinema Kulübü (Cineclub) 77
3.4.2.12. Thinkuknow 77
3.4.2.13. Dijital Birleşme (Digital Unite) 79
3.5. MACARİSTAN 79
3.5.1. Macaristan'da Medya Okuryazarlığı 80
3.5.2. Macaristan'da Medya Okuryazarlığı Alanında Faaliyet Gösteren Teşkilatlar 81
3.5.2.1. Macaristan Eğitim ve Kültür Bakanlığı (Közoktatási és Müvelödési Minisztérium) 81
3.6. SLOVENYA 82
3.6.1. Slovenya'da Medya Okuryazarlığı 82
3.6.2. Slovenya'da Medya Okuryazarlığı Alanında Faaliyet Gösteren Teşkilatlar 84
3.6.2.1. Slovenya Eğitim ve Spor Bakanlığı (Ministrstvo za Solstvo in Sport) .. 84
3.6.2.2. Medya İzle (Media Watch) 85
SONUÇ VE ÖNERİLER 86
KAYNAKÇA 91
ÖZET 107
ABSTRACT 108
ÖZGEÇMİŞ 109

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
a.g.e.	: Adı geçen eser
a.g.m.	: Adı geçen makale
APTE	: Les Ecrans, Les Médias et Nous (Ekran, Medya ve Biz)
BBC	: British Broadcasting Corporation (İngiliz Yayıncılık Kuruluşu)
BFI	: British Film Institute (İngiliz Film Enstitüsü)
CLEMI	: Centre de Liaison de l'Enseignement et des Medias d'lnformation (Öğretim ve Medya Bilgileri Arasında Bağlantı Merkezi)
Çev.	: Çeviren
Ed.	: Editör
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
OFCOM	: The Office of Communications (İngiltere İletişim Ofisi)
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
s.	: sayfa
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
Vol.	: Volume (Cilt)

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1. Rick Shepherd'ın Mükemmel Medya Okuryazarlığı Müfredatı Modeli 9

Şekil 2. W. James Potter'in Bilişsel Medya Okuryazarlığı Modeli 11

Şekil 3. Koruyucu Semboller 42

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1. 2007-2008 Eğitim ve Öğretim Yılı Medya Okuryazarlığı Dersini Seçen Öğrencilerin Dağılımı 24

Tablo 2. 2008-2009 Eğitim ve Öğretim Yılı Medya Okuryazarlığı Dersini Seçen Öğrencilerin Dağılımı 25

Tablo 3. 2009-2010 Eğitim ve Öğretim Yılı Medya Okuryazarlığı Dersini Seçen Öğrencilerin Dağılımı 25

Tablo 4. 2010-2011 Eğitim ve Öğretim Yılı Medya Okuryazarlığı Dersini Seçen Öğrencilerin Dağılımı 26

Tablo 5. 2011-2012 Eğitim ve Öğretim Yılı Medya Okuryazarlığı Dersini Seçen Öğrencilerin Dağılımı 26

GİRİŞ

İnsanoğlu, dünyada var olduğu ilk günden itibaren iletişim kurmaya başlamıştır. Böylece insanoğlu iletişim kurarak bilgisini, duygusunu ve düşüncesini çevresindekilere aktarmıştır. Bu amaca hizmet etmek için kullanılan metotlar zaman ilerledikçe geliştirilmiştir. İlk başta işaretlerle ve belirli seslerle iletişim kuran insanoğlu, zaman ilerledikçe konuşmaya ve üyesi olduğu topluluğa ya da topluma özgü olan dili kullanmaya başlamıştır. Bunu takiben insanoğlu duvarlara çizilen resimlerle, killere, tahtalara ve taşlara yazılan yazılarla, iletişim kurma serüvenini bir adım öteye taşımıştır. Bu yazılar daha sonra papirüs ve deri gibi maddelere, ardından da kâğıt gibi kullanımı daha kolay olan materyallere yazılmıştır.

Yazının bir iletişim aracı olarak insanlar tarafından benimsenmesinin ardından yazılı eserlerin daha kolay çoğaltılmasına yönelik ilk adımlar 6. yüzyılda Çin'de atılmıştır. Bundan yaklaşık 9 yüzyıl sonra yani 15. yüzyılda, işlevsel anlamda günümüzdekine benzeyen ilk matbaa Avrupa'da faaliyete geçmiştir. Bu gelişmenin ardından insanoğlunun hayatına, basılı kitaplara ek olarak 17. yüzyılda gazeteler ve dergiler girmiştir.

İletişim sadece yazıyla ve basılı eserlerle gerçekleştirilmekle kalmamış, iletişim araçlarına telgraf, telsiz, telefon, radyo, televizyon, internet ve cep telefonu gibi yeni araçlar eklenmiştir. Bu yeni araçlar vasıtasıyla iletişim artık çok daha kolay bir şekilde gerçekleştirilmeye başlamıştır. Özellikle iletişim çağı, bilgi çağı veya teknoloji çağı olarak adlandırılan 21. yüzyıla gelindiğinde, bilgi ve iletişim teknolojilerinde her geçen gün yeni buluşlar ve yeni gelişmeler yaşanmaya başlanmıştır.

21. yüzyılda, hızlı bir şekilde gerçekleşen teknolojik gelişmeler sayesinde gittikçe küçülen dünyada anlık gelişen olaylara ve dünya üzerindeki birçok bilgiye ulaşmak her geçen gün daha da kolay olmaya başlamıştır. Buna ek olarak, bu yeni

teknolojiler bankacılık işlemlerinden, görüntülü konuşmaya kadar pek çok alanda insanların günlük yaşamlarını kolaylaştırmaktadır. Öyle ki, insanlar bu yeni teknolojiler aracılığıyla sosyalleşebilir duruma gelmişlerdir. Artık insanlar, özellikle de internet ve cep telefonları aracılığıyla, sosyal hayatlarına yön vermeye başlamışlardır.

Söz konusu bu yeni teknolojiler aracılığıyla medya iletileri daha çabuk ve daha kolay bir şekilde aktarılmaya başlamıştır. Medya tarafından sunulan bu hizmetlerin ve unsurların doğruluğunun ve işlevselliğinin incelenmesi gerekmektedir. Medya her zaman her şeyi doğru bir biçimde aktarmamakta ya da kimi zaman insanların işine yaramayacak unsurları sunabilmektedir. Bunun yanı sıra medyanın aktardıklarının doğru algılanması, ihtiyaca göre tanımlanıp şekillendirilmesi ve yetkin bir şekilde kullanılması gerekmektedir. Günümüzdeki geleneksel eğitim sistemlerinin ve politikalarının yetersiz kaldığı bir ortamda, bu amaca ulaşabilmek için medya okuryazarlığının kullanılması ve insanların medya okuryazarı olmaları gerekmektedir. Bu durumda, medya kullanıcıları için çok önemli bir yer teşkil eden medya okuryazarlığı bu çalışmanın temel dayanağı olmuştur.

Bu tezde medyayı çözümleyebilme aracı olan medya okuryazarlığı kavramı, medya okuryazarlığının yaklaşımları, modelleri ve ilkeleri izah edilmiştir. Yapılan bu izahların ardından tezin ana kapsamını oluşturan Türkiye'deki ve Avrupa Birliği (AB) ülkelerindeki medya okuryazarlığının gelişim süreci, medya okuryazarlığının şu anki durumu ve incelenen ülkelerde medya okuryazarlığı alanında faaliyet gösteren çeşitli teşkilatlar ele alınmıştır. Tez, Türkiye ve Avrupa Birliği adı altında, bütün Avrupa'yı kapsayacak şekilde faaliyetlerini sürdüren çeşitli teşkilatların ve aralarında Fransa, Finlandiya, İngiltere, Macaristan ve Slovenya'nın bulunduğu AB ülkelerinin yukarıda bahsi geçen kriterlere göre incelenmesiyle sınırlandırılmıştır.

Söz konusu bu tezde, incelenen ülkelerin ve teşkilatların medya okuryazarlığına yönelik gerçekleştirmiş oldukları çalışmalara toplu bir şekilde ulaşılabilmesi amaçlanmıştır. Böylece, ilgililer tarafından bilgi edinme, inceleme ve kıyaslama gibi işlemlerin daha kolay bir şekilde gerçekleştirilebileceği

düşünülmektedir. Ayrıca, yapılan bu çalışmaların sonucunda, Türkiye'deki medya okuryazarlığının ve medya okuryazarlığı dersinin hali hazırdaki durumunun başta Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) olmak üzere ilgili kuruluşlar tarafından değerlendirilmesi ve gerekli görüldüğü takdirde güncellenmesine yönelik bu tezde yer alan önerilerin dikkate alınması da hedeflenmiştir.

Türkiye'de medya okuryazarlığına yönelik yapılan çalışmaların sayısında her geçen gün artış olmasına rağmen, bu çalışmalarda AB ülkelerinde medya okuryazarlığının gelişimine ve seyrine yönelik detaylı veri bulunmamaktadır. Bu tezin konusuyla bire bir bağdaşan yeterli düzeyde Türkçe kaynağa ulaşılamamasının yanı sıra, incelenen ülkelere yönelik ulaşılan kaynakların pek çoğunun da o ülkenin ana dilinde düzenlendiği tespit edilmiştir. Bu durumda yöntem olarak kaynak taramasının kullanıldığı bu tezde, büyük oranda Türkçe ve İngilizce hazırlanmış olan yazılı kaynaklardan yararlanılmıştır.

Üç bölümden oluşan bu tezin ilk bölümünde, medya okuryazarlığı kavramı izah edildikten sonra medya okuryazarlığının yaklaşımlarına değinilmiştir. Ardından, uluslararası düzeyde kabul gören medya okuryazarlığı modelleri ile medya okuryazarlığı ilkeleri açıklanmıştır.

İkinci bölümde, Türkiye'de seçmeli ders olarak okutulan Medya Okuryazarlığı dersinin, okutulma sürecine kadar geçirmiş olduğu evrelere değinilmiştir. Ardından, Medya Okuryazarlığı dersine yönelik hazırlanan materyaller incelenmiş ve dersin içeriğinin güncellenmesine yönelik çeşitli tavsiyelerde bulunulmuştur. Yine bu bölümde, Marmara Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen ve daha sonra kitaplaştırılan "I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı" konferansına değinilmiştir. Bu bölümde son olarak, RTÜK tarafından medya okuryazarlığıyla ilgili yürütülen faaliyetler açıklanmıştır.

Üçüncü bölümde ise, AB'yi kapsayacak şekilde medya okuryazarlığı alanında faaliyetlerini sürdüren ve aralarında çeşitli dernekler ile sivil toplum kuruluşlarının bulunduğu teşkilatlar incelenmiştir. Bu bölümde, medya okuryazarlığına yönelik

çalışmaların 1920'li yıllarda başladığı İngiltere ve Fransa incelenmiştir. Ayrıca eğitim alanında oldukça başarılı politikalar yürüten Finlandiya, medya eğitimi alanında son on yılda ciddi gelişmeler kaydeden Slovenya ve medya eğitimine yönelik çalışmaların tıpkı Türkiye'de olduğu gibi devlet organları tarafından gerçekleştirildiği Macaristan ele alınmıştır. Bahsi geçen bu ülkelerde, medya okuryazarlığının gelişimi ve hali hazırdaki durumu incelenmiş olup, bu ülkelerde medya okuryazarlığı alanında faaliyet gösteren kurum, kuruluş, organizasyon ve dernek gibi teşkilatlara değinilmiştir.

"Sonuç ve Öneriler" bölümünde ise, tez hakkında yapılan kısa bir değerlendirmenin ardından, Türkiye'deki medya okuryazarlığının ve Medya Okuryazarlığı dersinin daha geniş kapsamlı bir hal almasına ve dersin güncelleştirilmesine yönelik çeşitli tavsiyelerde bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

MEDYA OKURYAZARLIĞI KAVRAMI, YAKLAŞIMLARI, MODELLERİ VE İLKELERİ

1.1. MEDYA OKURYAZARLIĞI KAVRAMI

Kanadalı araştırmacı Harold Laswell'in "deri altı iğne teorisine" göre, medya mesajları sürekli bir biçimde insanlar üzerinde deri altına enjekte edilmiş bir şırınga etkisi yaratmaktadır. Buna göre, medya, izleyiciler üzerinde anlık, direkt ve güçlü bir etki yaratmaktadır.[1] Bu durumda savunmasız bireylere dönüşen medya takipçilerinin bu mesajları doğru anlamaları, süzgeçten geçirmeleri ve çözümleyip kavramaları gerekmektedir. İşte tam bu noktada bu amaca hizmet için medya okuryazarlığı kavramı devreye girmektedir.

Medya okuryazarlığı kavramı birçok kişi tarafından çok çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır. Burada, bu tanımlamalardan bazılarına değinilecektir.

W. James Potter'a göre, okuryazarlık terimi genelde yazılı medyayla ilişkilendirilirken, görsel okuryazarlık terimi de film ve televizyonla ilişkilendirilmektedir. Bilgisayar okuryazarlığı terimi ise bilgisayar ve internetle ilişkilendirilmektedir. Fakat Potter'a göre medya okuryazarlığı terimi bu terimlerin hepsini ve daha da fazlasını kapsamaktadır. Potter'a göre, medya okuryazarlığı, "medyaya maruz kalma ve karşılaşılan mesajların anlamının yorumlanmasıdır."[2]

Andrew Hart'a göre, medya okuryazarlığı medya mesajlarının nasıl bir işlevselliğe sahip olduğunun, bu mesajların kişisel deneyimlerden ve birbirlerinden

[1] Yasemin İnceoğlu, "Medyayı Doğru Anlamak", *Medya Okuryazarlığı*, (Ed.) Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek, Kalemus Yayınları, İstanbul, 2007, s. 22.
[2] W. James Potter, *Media Literacy*, Sage Publications, California, 2005, s. 23, 28.

nasıl ayrıldıklarının ve medya mesajlarının ana unsurlarının öğrenilip kullanılmasıdır.[3]

Elizabeth Thoman'a göre, medya okuryazarlığı her gün televizyon, radyo, bilgisayar, gazete, dergi ve reklamlar aracılığıyla alınan yüzlerce ve hatta binlerce sözlü ve görsel sembolleri yorumlama ve bunlardan kişisel anlamlar çıkarabilme becerisidir.[4]

Bu tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere medya okuryazarlığı, günlük hayatımızın vazgeçilmez bir parçası olan medya tarafından sunulan sayısız mesajın alıcılar tarafından algılanabilinmesidir. Burada algılamadan kasıt, medya tarafından sunulanların içeriğinin analiz edilmesidir. Böylece medya mesajlarına maruz kalanlar, bu mesajların kendileri için bir anlam taşıyıp taşımadığını ve mesajlarda iletilmek istenen unsurları belirleyebilmektedirler.

1.2. MEDYA OKURYAZARLIĞI YAKLAŞIMLARI

Yukarıda örnek olarak verilen medya okuryazarlığı tanımlamalarından da anlaşılacağı üzere, bu alanda çalışmalarda bulunan uzman kişilerin büyük bir kısmının medya okuryazarlığında, bireyi medyanın olumsuz etkilerinden korumayı amaçlayan korumacı yaklaşımdan ziyade, bireyi medyanın sundukları karşısında aktifleştirmeyi ve kontrolün medyadan bireye geçmesini amaçlayan eleştirel yaklaşımı ön plana çıkardıkları görülmektedir. Aşağıda, medya okuryazarlığında yer alan korumacı yaklaşım ile eleştirel yaklaşım ele alınacaktır.

[3] Andrew Hart, *Understanding The Media: A Partical Guide*, Routledge, London, 1991, s. 9.
[4] Elizabeth Thoman'ın Medya Okuryazarlığı Tanımı: http://www.medialit.org/reading_room/pdf/CMLskillsandstrat.pdf (11.06.2010)

1.2.1. Korumacı Yaklaşım

Korumacı yaklaşımda, bireylerin medyanın vermiş olduğu mesajlara karşı savunmasız olduğu ve bu mesajları algılayıp yorumlayamayacakları öne sürülmektedir. Bu durumda bireyler pasifleştirilmekte ve onlara hangi medya içeriklerini takip edip etmemeleri konusunda başkalarının yol göstermesi gerekmektedir. Ayrıca, yol göstermenin yanı sıra medyayı takip eden bu bireyler adına başkalarının karar vermesi de gerekebilmektedir. Hobbs'a göre, sadece medyanın olumsuz etkilerini göstererek öğrencileri bu olumsuz etkilerden korumayı amaçlayan bir yöntemle işlenen ders, öğrenciler üzerinde gereken etkiyi oluşturamamaktadır.[5] Ayrıca bu yöntem ile işlenen dersin sadece öğretici odaklı ve not kaygısı barındıran bir ders olacağı ve bu yüzden öğrencilere eleştirel bir bakış açısı kazandırmayacağı düşünülmektedir.

1.2.2. Eleştirel Yaklaşım

Korumacı yaklaşıma göre bireylere, neyin iyi ve neyin kötü olduğu başkaları tarafından bildirilmektedir. Eleştirel medya okuryazarlığı yaklaşımında ise bireyler neyin iyi neyin kötü olduğuna kendileri karar vermektedirler. Bireyler medyanın sunduklarını, medya eğitimi sayesinde geliştirdikleri medya becerilerini kullanarak gözlemleyip eleştirebilmektedirler. Böylece bu süreçte aktifleşen bireyler kendi tecrübelerine dayanarak aldıkları mesajları çözümleyip istedikleri gibi yorumlayabilmektedirler. Ayrıca aktif katılımcı olan bireyler, gerekli gördükleri durumlarda rahatsız oldukları yayınlarla ilgili sorunları medya kuruluşlarına ve ilgili mercilere bildirmede daha etkin rol oynamaktadırlar.

[5] Renee Hobbs, "Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma", (Çev. Melike Türkan Bağlı), *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 2004, Cilt:37, Sayı:1, s. 126.

1.3. MEDYA OKURYAZARLIĞI MODELLERİ

Medya okuryazarlığının işleyişi hakkında bilgiler veren çeşitli modeller mevcuttur. Bu modeller aracılığıyla, bireyler medya iletileri karşısında ne şekilde davranmaları gerektiğini belirleyebilmektedirler. Böylece, medya mesajlarına maruz kalan bireyler bu mesajları kendi kişisel özelliklerine göre değerlendirip, yorumlayabileceklerdir. Bu kısımda, bu modellerden iki tanesi incelenecektir. Bunlardan ilki, medya okuryazarlığına eğitimsel bir açıdan bakan ve medya eğitiminin sınıf içinde ne şekilde verilmesine ilişkin bilgiler sunan Rick Shepherd'ın "Medya Okuryazarlığı Müfredat Modeli" iken ikincisi, medya okuryazarlığına daha geniş bir bakış açısı ile bakan ve medya okuryazarlığı modelini çeşitli önermelerle destekleyen James W. Potter'ın "Bilişsel Medya Okuryazarlığı Modeli"dir.

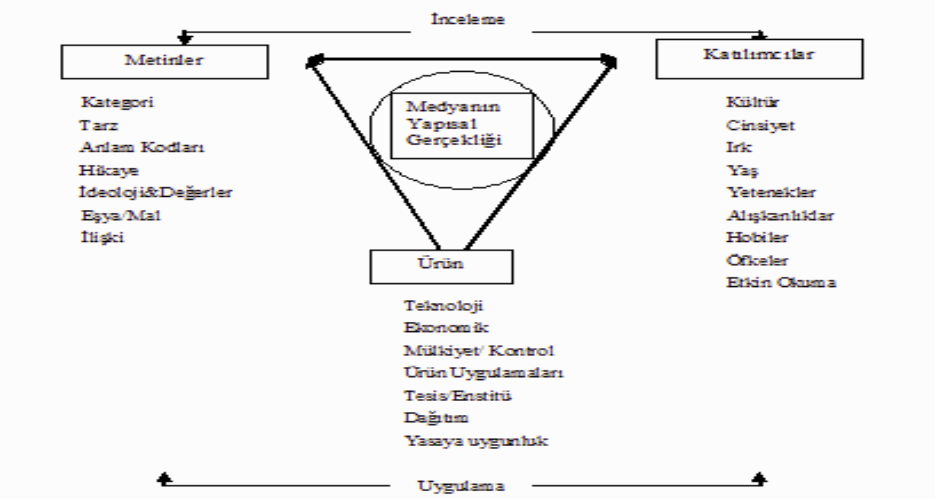
1.3.1. Rick Shepherd'ın Mükemmel Medya Okuryazarlığı Müfredat Modeli (The Perfect Media Literacy Curriculum Model)

Mükemmel Medya Okuryazarlığı Müfredat Modeli'nde esas olan, medya eğitiminde öğretmenlerin rolüdür. Öğretmenlerin takip edebileceği ve öğrencilerine aktarabileceği bir taslağın var olması, öğretmenlerin bu eğitimler sırasında elini kolaylaştırmaktadır. Shepherd'a göre; öğretmenler için "öğretilebilir bir an" var olduğunda, öğretilecek hususta eleştirel söyleme yol açabilecek bir durumun da var olması gerekmektedir.[6] Burada öğretilebilir bir andan kasıt, derste medya eğitiminin gerçekleştirilebileceği bir ortamın söz konusu olmasıdır. Yani dersin akışı esnasında işlenen konunun medya eğitimiyle ilişkilendirilebilmesidir. Eleştirel bir söyleme yol açabilecek durum ise, medya eğitimiyle ilişkilendirilen ders konusunun medya okuryazarlığı bakımından kritik edilebilmesi anlamına gelmektedir.

Eleştirel bir söyleme yol açan durumun oluşmasından sonra öğrencilerin çözümleme yapmalarına yardımcı olacak üç temel işlem kullanılmaktadır. Bunlardan

[6] Medya Okuryazarlığı Müfredat Modeli: http://www.media-awareness.ca/english/resources/educational/teaching_backgrounders/media_literacy/perfect_curriculum_intro.cfm (16.06.2010)

ilki, herhangi bir medya aracı tarafından oluşturulan bir metnin incelenmesidir. Bu metin bir kitaba, bir televizyon programına veya bir şarkı sözüne ait olabilmektedir. Burada esas olan bu metnin ne tür bir metin olduğunun ve diğer metinlerden ne gibi farklılıklarının olduğunun tespit edilmesidir. Örneğin, öğrenciler incelenen metinde verilmek istenen mesajlarını ve bu mesajların ne şekilde, kimler tarafından verildiğini incelemektedirler. İkinci işlemde ise, öğrencilere medya izleyicilerinin kimlerden ibaret olduğu hakkında çözümlemeler yaptırılmaktadır. Bu çözümlemelerde izleyiciler yaş, cinsiyet, kültürel değerler ve alışkanlıklar gibi çeşitli kıstaslara göre değerlendirilmektedir. Yapılan bu çözümlemeler esnasında öğrencilerin bu gruba dahil olup olmadıkları konusunda görüş belirtmeleri beklenmektedir. Son işlemde ise, yapımcılık yani bir medya metni veya görseli oluşturmanın aşamaları incelenmektedir. Burada bu yapım aşamasında kullanılan yöntemlerle bu yapım aşamasına etki eden unsurlar irdelenmektedir. Bu çözümlemeler esnasında yapılan eleştiriler aracılığıyla, medya okuryazarlığı kavramı daha belirgin bir şekilde açıklanmaktadır. Ayrıca bu çözümlemelerde öğrencilerin aktif rol almaları sayesinde öğrencilerde daha kalıcı etkiler oluşmaktadır.[7] Söz konusu durum aşağıda şu şekilde göstrilmiştir:[8]



Şekil 1: Rick Shepherd'ın Mükemmel Medya Okuryazarlığı Müfredatı Modeli

[7] Medya Okuryazarlığı Müfredat Modeli'nin Uygulanışı: http://www.media-awareness.ca/english/resources/educational/teaching_backgrounders/media_literacy/perfect_curriculum_1.cfm (17.06.2010)

[8] Özlem Apak, *Türkiye, Finlandiya ve İrlanda İlköğretim Programlarının Medya Okuryazarlığı Eğitimi Açısından İncelenmesi*, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli, 2008, s. 28.

1.3.2. James W. Potter'ın Bilişsel Medya Okuryazarlığı Modeli (The Cognitive Media Literacy Model)

Bireylerin medya okuryazarı olabilmeleri için medya ve medyanın sundukları hakkında bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Medya okuryazarlığı için tek başına yeterli olmayan bu bilginin bireyler tarafından kişisel deneyimlerine, yetenek ve becerilerine göre yorumlanması gerekmektedir. Böylece medyanın sunduğu ham bilgi bireyler tarafından kendi değerleri doğrultusunda anlamlaştırılacaktır. Bu kısımda, bu sürecin nasıl ve ne şekilde gerçekleştiğini açıklayan Bilişsel Medya Okuryazarlığı Modeli ve bu modelin daha net bir şekilde anlaşılmasını sağlayan altı önerme şu şekildedir: [9]

> **"1- Sorumluluk Önermesi:** Medya okuryazarlığını geliştirmek için öncelikli sorumluluk, bireyin kendisiyle ilgili olan sorumluluğudur. Devlet kurumları, iş dünyası, medya ve aile gibi kurumlar bireye kendi sorumluluğunun farkında olması konusunda yardımcı olabilmektedirler. Buna ek olarak, medya okuryazarlığında anlamlı bir değişimin olması için bireylerin, medya okuryazarlığının geliştirilmesinin önemli olduğuna inanması gerekmektedir.
>
> **2- Etki Önermesi:** Medya okuryazarlığıyla ilgili her önerinin temelinde, bireylerin medya tarafından nasıl etkilendiğine dair bir öneri olmak zorundadır. Sadece olumsuz etkilerden kaçınmayı temel alan bir önerme yalnızca tepkiseldir. Bu tarz bir önerme bireylere sadece neyi yapıp yapmamalarını söylemekte olup, bireylerin medya okuryazarlığı konusunda tam anlamıyla aktif olmalarını engellemektedir.
>
> Medyanın bireyler üzerinde nasıl bir etki bıraktığı bilinmez ise, bireylere günlük yaşantılarında medyanın olumsuz etkilerinden kaçınmaları için stratejiler önermenin de ciddi bir anlam taşımayacağı açıktır. Aynı zamanda bu konuda resmi düzenlemeler önerebilmek için medyanın bu olumsuz etkilerinin net olarak bilinmesi gerekmektedir.
>
> **3- Yorumlama Önermesi:** İnsan aklı, duygular oluşturma, varsayımlarda bulunma, hayal etme ve kısa yollar oluşturma bakımından herhangi bir bilgisayardan daha karmaşıktır. Bu nedenle şu gibi soruların cevaplanması gerekmektedir: Neden bireyler belirli medya mesajlarına yoğunlaşırken diğerlerini görmezden gelmektedirler? Bireyler medya mesajlarından kendi anlamlarını nasıl çıkarmaktadırlar? Bu tarz sorular aracılığıyla insanların medya mesajlarını neye dayanarak farklı şekilde yorumladıkları belirlenebilmektedir.
>
> **4- Paylaşılan Anlamın Önemi Önermesi:** Bireylerin bütün kurguları yorumlayabilmesi zordur. Bunun yerine bireyler diğer bireyleri anlayabilmek ve onlarla iletişim kurabilmek için yaygın sembolleri kullanmaya ihtiyaç duymaktadırlar. Belirli bir kavram için farklı kelimeler kullanıldığı takdirde anlamın paylaşılması oldukça güç olacaktır. Potter'a göre eşleşmiş anlam olarak adlandırılan,

[9] W. James Potter, *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach*, Sage Publications, 2004, California, s. 65-68.

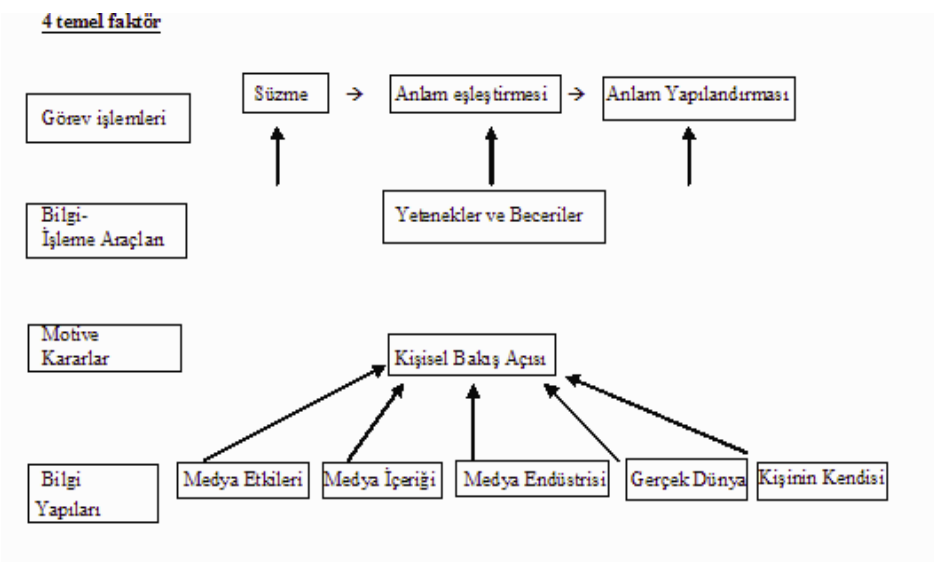
"bir kavram ile tasarlanan sembol arasında belirli bir bağlantının var olmasını" gerektiren durum medya okuryazarlığı modelinin önemli bir parçasıdır.

5- Güç Önermesi: Bilgi güçtür. Bireylerin beş alanda bilgi çeşitliliğine ihtiyacı vardır. Bunlar; medya içerikleri, medya endüstrileri, medya etkileri, gerçek dünya ve kişinin kendisidir. Bu beş alandaki bilgiler sayesinde bireyler bilgi arama, bu bilgiyle çalışma ve bu bilgiden kendi hedeflerine hizmet için faydalı olanları belirleme konusunda daha iyi karar verebilmektedirler.

Çeşitlilik arz eden bilgi, bireylere keşfetme ve bilgilendirme aşamasında daha çok seçenek sağlamaktadır. Bireyler her bir süreçteki seçeneklerinden emin olurlarsa daha iyi kararlar verebileceklerdir. Ayrıca, bireyler gerçek dünya ile medya tarafından üretilen dünya arasındaki farkı daha iyi algılayabileceklerdir. Bilgi, bireylerin medya dünyasında daha rahat hareket etmelerine yardımcı olacak haritalar sağlamaktadır.

6- Hedef Önermesi: Kontrolü medyadan bireylere doğru kaydırmak, medya okuryazarlığının hedefidir. Bireyler medya alışkanlıklarını önemsemediklerinde kontrol medyaya geçmektedir. Medya okuryazarlığının daha fazla geliştirilmesiyle bireyler kontrolü ellerine almaya başlamaktadırlar. Böylece bireyler seçeneklerin daha fazla farkına varmakta ve bilinçli olarak bu seçenekler arasından kişisel hedeflerine daha uygun olanı seçmektedirler."

Bu önermeler doğrultusunda gelişen Bilişsel Medya Okuryazarlığı Modeli aşağıdaki gibidir:[10]



Şekil 2: W. James Potter'in Bilişsel Medya Okuryazarlığı Modeli

Bilginin daha bilinçli bir şekilde ele alındığı bu modelde dört temel faktör bulunmaktadır.[11] İlk faktör bilgi yapılarıdır. Bilgi yapılarını medya etkileri, medya

[10] Ö. Apak, 2008, s. 26.
[11] W. J. Potter, 2005, s. 33-39.

içeriği, medya endüstrileri, gerçek dünya ve kişinin kendisi oluşturmaktadır. Bireyler bu beş alanda ne kadar çok farkındalığa ve bilgiye sahip iseler, bilgiyi arama ve bu bilgiyi kullanma konusunda o kadar çok başarılı olmaktadırlar. Düşük bir seviyede medya okuryazarı olan birey bir şeyin sadece ne olduğunu bilmekte iken, gerçek medya okuryazarı olan birey bir şeyin ne olduğunun yanı sıra o şeyin neden ve nasıl olduğunu da bilmektedir. Bir alanda yeterli düzeyde tecrübeye ve bilgi birikimine sahip olan birey o alanda kendisine aktarılanları daha tecrübesiz ve daha az bilgi sahibi olan bireye göre daha kolay ve net bir şekilde anlamaktadır. Bu şekilde birey, kendisine aktarılanları daha kolay bir şekilde sınıflandırıp, yorumlayabilmektedir.

İkinci faktörde bilgiler aracılığıyla kişisel bakış açısı oluşmakta ve bunlara dayanılarak kararlar alınmaktadır. Burada esas amaç, kişisel bakış açısını etkin bir şekilde kullanarak elde edilen bilgilerle kararlar almaktır. Birey kendi amacından ne kadar emin olursa, bilgiyi arama ve bu bilgiye yönelik karar alma konusunda o kadar başarılı olmaktadır. Daha fazla medya okuryazarı olmak demek, karar verme aşamasında kişisel bakış açısını daha etkin bir şekilde kullanabilmek demektir.

Üçüncü faktör, bireyin bilgi işleme araçları olan yetenek ve becerilerini kullanmasıdır. Yeteneklerin varlığı bireyi doğrudan medya okuryazarı yapmamakla birlikte, bu amaç doğrultusunda bir araçtır. Bireyin medya okuryazarı olabilmesi için yeteneklerine ek olarak becerilerinin de olması gerekmektedir. Örneğin; yetenek bir bireyin sembollerle oluşan kelimeleri algılayıp okuyabilmesidir. Beceri ise bireyin bu okuyabilme seviyesini daha üstlere taşıması ve okuduklarından etkin bir şekilde anlamlar çıkarabilmesidir.

Dördüncü ve son faktör ise süzme, anlam eşleştirmesi ve anlam yapılandırmasından oluşan bilgiyi işleme sürecidir. Süzme ile bireyler kendilerine sunulan mesajlardan hangilerini dikkate almaları gerektiğine veya hangilerini göz ardı etmeleri gerektiğine karar vermektedirler. Böylece, bireyler işlerine yarayan mesajları dikkate alırken, onlar için anlam ifade etmeyen mesajları görmezden gelmektedirler. Bir sonraki aşamada bireyler anlam eşleştirmesi ile temel yeteneklerini kullanarak semboller aracılığıyla verilen mesajları tanımlamaktadırlar.

Son olarak, anlam eşleştirilmesi ile tanımlanan bu mesajlara bireylerin bilgi ve becerileri doğrultusunda anlamlar yüklenmektedir. Yani verilen mesaj irdelenmektedir.

Bu dört temel faktör arasında sıkı bir ilişki vardır. Bunlardan birinde oluşan her türlü olumlu veya olumsuz durum diğer faktörleri de etkilemektedir. Bu faktörler aracılığıyla medya okuryazarı olan bir birey, verilen mesajların ötesini görebilmektedir. Böylece birey, kendisine iletilen mesajın anlamının, taşıdığı değerlerin ve bu mesaj aracılığıyla kendisine iletilmek istenilenin farkına varabilmektedir.

1.4. MEDYA OKURYAZARLIĞI İLKELERİ

Medya gerek ticari faaliyetlerini, gerekse takipçileri üzerinde oluşturmak istediği siyasal ve sosyal etkileri göz önünde bulundurarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Bunu yaparken de hem şekil hem de içerik bakımından takipçileri üzerinde etki oluşturmayı ve kendi çıkarları doğrultusunda bir izleyici kitlesine sahip olmayı amaçlamaktadır. Medya, izleyici kitlesini oluşturmak, korumak ve çoğaltmak için izleyicilerinin beklentilerini de dikkate alarak gerçeklikleri kurgulamaktadır.

Bireylerin medyanın sunduğu bu kurgulamaları anlayabilmeleri için medya okuryazarı olmaları gerekmektedir. Bu amaç doğrultusunda, yaşam boyu sürmesi gereken medya eğitiminin ciddi bir şekilde ele alınması gerekmektedir. Sürekli güncellenmesi gereken medya eğitimi sırasında, başta öğrenciler olmak üzere medya takipçilerinin aktif katılımının sağlanması önemli bir husustur. Böylece, medya eğitimi esnasında daha aktif olan bireyler, medya okuryazarı olabilme konusunda daha başarılı olmaktadırlar. Bu hedefe ulaşmak için önemli bir unsur olan medya okuryazarlığı ilkeleri, çeşitli şekillerde ve çeşitli kişiler tarafından oluşturulmuştur. Burada sırasıyla Patrica Aufderheide tarafından oluşturulan ve medyanın kendine has özeliklerini açıklayan sekiz ilke ile Len Masterman tarafından oluşturulan medya eğitimi odaklı on sekiz ilke incelecektir.

1.4.1. Patrica Aufderheide'ye Göre Medya Okuryazarlığının Genel İlkeleri

Patrica Aufderheide'ye göre, medya bireylere dünyayı olduğu gibi vermemektedir. Medya gerçekliği yorumlamakta, şekil vermekte ve temsil etmektedir. Bunun farkına varabilen sorumluluk sahibi bireyler olabilmek için medya okuryazarlığına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu amaç doğrultusunda kullanılacak olan sekiz ilke içerik bakımında şu şekildedir:[12]

"**1- Tüm Medya Kurgusaldır:** Medya esasen gerçeği yansıtmayıp, özel amaçları olan ürünler sunmaktadır. Bu ürünlerin başarısı görünürdeki doğallıklarından ve kurgu gibi görünmemelerinden kaynaklanmaktadır. Kurgu gibi görünmemelerine karşın aslında kurgudurlar ve pek çok farklı kısıtlama ve karar mekanizmaları neden böyle olduklarıyla ilgilenmemektedir.

2- Medya Gerçekliği Kurgular: Medyanın kendisi kurgusalken, ürünleri bireylerin kafasında bir gerçek kavramı oluşturmaktadır. Bireyler gözlemlerine ve deneyimlerine dayanan bir gerçeklik modeline sahiptirler. Bireyler bu modeli kullanarak doğruyu yalandan ayırt edebilme kapasitelerine sahip olduklarına inanmaktadırlar. Fakat bireylerin gerçeklik modellerinin çoğu, medyanın sunduklarına veya örnek aldıkları ebeveyn ya da öğretmen gibi diğer insanlardan gördüklerine dayanmaktadır. Böylece kişisel yaşanmış deneyimle medya dünyasının arasına bir çizgi çekmek, göründüğü kadar kolay olmamaktadır. Aslında medya her gün bireylerin gerçeklik algısını yapılandırmaktadır.

3- İzleyiciler Medyanın Anlamını Tartışır: Medya mesaj taşımasına rağmen, mesajlar herkes tarafından aynı anlamda algılanmamaktadır. Bireyler farklı deneyimlerinden, sosyo-ekonomik statülerinden, kültürel geçmişlerinden, cinsiyetlerinden, başlarına gelen olaylardan veya başkasının başından geçen olaylardan ötürü medya mesajlarından farklı anlamlar çıkarmaktadırlar.

4- Medyanın Ticari Faaliyetleri Vardır: Birçok medya ürünü bir iştir ve kâr etmek zorundadır. Bu yüzden medyayı çözümlerken şu sorular sorulmalıdır: Bunun için kim ödeme yapmıştır? Bu işi destekleyen ekonomik yapı nedir? Yapımcı, yazar veya yönetmen konu seçip çekime başladığında mali baskı, seçimlerini nasıl etkilemiştir?

Medya bireylere değil kitlelere hitap etmektedir. Gençler, kadınlar, erkekler, belirli bir görüşe sahip bireyler bu kitlelere örnek teşkil etmektedirler. Kitlelerin değeri o kitle için medya tarafından harcanan para ile doğru orantılıdır.

Medyanın ticari faaliyetleri bir başka yönden sahiplikle ilintilidir. Bir şirket, kitle iletişim alanında üretim, dağıtım ve basım gibi birden farklı alanda faaliyetini sürdürüyorsa, o şirket, üretileni, dağıtılanı ve izlenileni denetim altında tutmak gibi güçlü bir beceriye sahip demektir.

5- Medya İdeoloji ve Değerli Mesajları İçerir: Medya okuryazarı olan bir birey, medya metinlerinin her zaman değer taşıdığının ve ideolojik mesajlar barındırdığının farkındadır. Medya okuryazarı olan bir birey bir şeyin taraflı

[12] Medya Okuryazarlığının Genel İlkeleri: http://newsreel.org/articles/aufderhe.htm (21.06.2010)

olduğundan şikâyet etmeyip önyargıyı, varsayımı ve değerleri araştırır. Sonuçta bütün hepsi insan yapımıdır. Herkes dünyayı kendi değerleri ve varsayımlarına göre yorumlamaktadır.

6- Medyanın Toplumsal ve Politik Söylemleri Vardır: Gerçekliği kurgulayan medya, ekonomik koşullar altında mesajları şekillendirmektedir. Ayrıca medya, mesajlarda yer alan değerleri güçlü bir şekilde aktarmaktadır. Medyanın toplum hayatında ve toplumun mensubu olan bireylerin hayatlarında önemli sosyal ve politik etkileri vardır.

7- Medyada Biçim ve İçerik Yakından İlişkilidir: Her medya kuruluşunun kendine has özellikleri mevcuttur. Bireyler önemli bir olayı gazetede okuyarak, televizyonda izleyerek, radyoda dinleyerek çok farklı deneyimlere sahip olabilmektedirler. Medya okuryazarı olan bir birey medyanın sunduklarını biçim ve içerik bakımından sorgulayabilmek için şunları sormalıdır: Medya kuruluşu içeriği nasıl şekillendirmiştir? Medya kuruluşu iletilerini sunarken kapasitesini ne ölçüde kullanmıştır?

8- Her Medya Kuruluşunun Kendine Has Estetik Bir Biçimi Vardır: Medyanın ilettiklerinin nasıl incelenip değerlendirileceği medyanın sadece bilgi aktaran bir araç olmadığının bilinmesiyle ilişkilidir. Medya, bireylere bilgi sunarken estetik kaygıları da bünyesinde barındırmaktadır. Yazıda beceriyle kullanılmış deyimler, güçlü alıntılar, sağlam yapılandırılmış bir tartışma, medya takipçilerinin dikkatlerini çekmektedir. Bireyler medyanın nasıl yapılandığını anladıklarında medyanın estetik değerlerini yargılayabilir duruma gelebilmektedirler."

1.4.2. Len Masterman'a Göre Medya Eğitiminin On Sekiz İlkesi

Len Masterman'a göre; eğitimciler medyanın nasıl çalıştığını, nasıl anlam yapıları oluşturduğunu ve günlük hayatta nasıl bir işlev üstlendiğini sadece okulda değil okul sonrası dönemde de kullanılabilecek bir şekilde öğrencilere aktarmalıdırlar. Bu amaca ulaşmak için Masterman tarafından oluşturulan on sekiz ilke şu şekildedir:[13]

"1- Medya eğitimi ciddi ve önemli bir risk alanıdır.

2- Medya aracılık yapmaktadır. Medya gerçeği yansıtmayıp yeniden temsil etmektedir. Medya, semboller ve işaretler sistemidir. Bu prensipler olmadan medya eğitimi olmaz, tüm akışı sağlayan medyadır.

3- Medya eğitimi yaşam boyu devam eden bir süreçtir. Bu yüzden öğrenci motivasyonunun yüksek olması gerekmektedir.

4- Medya eğitimi sadece eleştirel zekâyı geliştirmeyi değil, eleştirel özerkliği de teşvik etmeyi hedeflemektedir.

5- Medya eğitimi soruşturmacıdır. Bir türe özgü kültürel değerleri zorla kabul ettirmeye uğraşmamaktadır.

6- Medya eğitimi güncel ve fırsatçıdır. Medya eğitimi içerik bakımından her zaman güncellenmelidir.

[13] Nurdan Öncel Taşkıran, *Medya Okuryazarlığına Giriş*, Beta Basım Yayın A.Ş., Ankara, 2007, s. 100-102.

7- Medya eğitiminde içerik amaç için bir araçtır.

8- Medya eğitimi alternatif araçları barındırmaktadır.

9- Medya eğitiminin etkinliği sadece iki kıstasa göre değerlendirilmektedir. İlki, öğrencilerin eleştirel düşünmelerini yeni durumlara uygulayabilme yetenekleri iken ikincisi, öğrencilerin sergilediği sorumluluk derecesidir.

10- Medya eğitiminde değerlendirme öğrencinin öz değerlendirimidir.

11- Medya eğitimi, karşılıklı konuşmayla yürütülmektedir.

12- Medya eğitimi, öğretmen-öğrenci ilişkisini karşılıklı konuşma yoluyla değiştirmeye çabalamaktadır.

13- Medya eğitimi, öğrencileri kendi öğrenmeleri üzerinde kontrol ve sorumluluk sahibi olmaları, ortak bir müfredat planlamasına katılmaları, öğrenimleriyle ilgili daha uzun vadeli bakış açıları kazanmaları yolunda cesaretlendirmektedir. Kısaca yeni bir konu alanı olan medya eğitimi yeni çalışma yöntemleriyle de ilgilidir.

14- Medya eğitimi, işbirlikçi öğrenmeyi kapsamaktadır. Grup odaklıdır. Öğrenmenin bireysel yolla değil, grup içi paylaşımlarla daha verimli olduğunu kabul etmektedir.

15- Medya eğitimi, hem uygulamalı eleştiriden hem de eleştirel uygulamadan oluşmaktadır.

16- Medya eğitimi, bütünsel bir süreçtir. İdeal olan, ebeveyn, medya alanında çalışmalarda bulunan akademisyenler ve öğretmenler arasındaki ilişki oluşturmaktır.

17- Medya eğitimi, sürekli değişim ilkesine bağımlıdır. Devamlı değişen gerçeklikle birlikte gelişmelidir.

18- Medya eğitiminin konusu olan unsurlar medya araçları tarafından iletilen mesajlarda gizlidir.”

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE MEDYA OKURYAZARLIĞI

31 Aralık 2010 tarihi itibarıyla Türkiye nüfusu 73.722.988'dir.[14] Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2010 yılına ait verilerine göre erkeklerin yaklaşık olarak % 98'i, kadınların yaklaşık olarak % 90'ı okuma yazma bilmektedir.[15]

RTÜK tarafından 2009 yılında ikincisi gerçekleştirilen "Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması"na göre, Türkiye'de evlerinde 1 adet televizyona sahip olanların oranı % 54,6 iken evlerinde 2 adet televizyona sahip olanların oranı % 36,4 ve evlerinde 3 adet ve üzeri televizyona sahip olanların oranı % 9 olarak tespit edilmiştir.[16]

Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması–2'ye göre, 15 ve 15 yaş üstü kişilerin hafta içi günlük televizyon izleme sürelerine ait olan oranlar şu şekildedir: 1 saatten az televizyon izleyenlerin oranı % 5.9, 1–2 saat arası televizyon izleyenlerin oranı % 17.2, 2–3 saat arası televizyon izleyenlerin oranı % 20.5, 3–4 saat arası televizyon izleyenlerin oranı % 16.4, 4–5 saat arası televizyon izleyenlerin oranı % 13.7 iken 10 saat ve üzeri televizyon izleyenlerin oranı % 4.5'dir. Yine aynı araştırmaya göre, 15 ve 15 yaş üstü kişilerin hafta sonu günlük televizyon izleme sürelerine ait olan oranlar şöyledir: 1 saatten az televizyon izleyenlerin oranı % 7.5, 1–2 saat arası televizyon izleyenlerin oranı % 15.6, 2–3 saat arası televizyon izleyenlerin oranı % 15.2, 3–4 saat arası televizyon izleyenlerin oranı % 15.7, 4–5 saat arası televizyon izleyenlerin oranı % 12.7 ve 10 saat ve üzeri televizyon izleyenlerin oranı % 5.9'dur.[17]

[14] TÜİK, *Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni*, Sayı: 19, Ankara, 2011, s. 1.
[15] TÜİK, *İstatistiklerle Türkiye*, Ankara, 2011, s.14.
[16] RTÜK, *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması–2*, Ankara, 2009, s. 8.
[17] a.g.e., s. 41, 54.

RTÜK tarafından 2006 yılında "İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları" isimli bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen bu araştırmada örneklem olarak 7–14 yaş arası çocuklar seçilmiştir. Söz konusu bu araştırmaya göre, 7–14 yaş arası çocukların hafta içi günlük televizyon izleme sürelerinin oranları şu şekildedir: 1 saatten az televizyon izleyenlerin oranı % 6.9, 1–2 saat arası televizyon izleyenlerin oranı % 19.5, 2–3 saat arası televizyon izleyenlerin oranı % 27.4, 3–4 saat arası televizyon izleyenlerin oranı % 10.8 iken 5 saat ve üzeri televizyon izleyenlerin oranı % 15.5'dir. Yine aynı araştırmaya göre, 7–14 yaş arası çocukların hafta sonu günlük televizyon izleme sürelerine ait olan oranlar şöyledir: 1 saatten az televizyon izleyenlerin oranı % 3.6, 1–2 saat arası televizyon izleyenlerin oranı % 10.9, 2–3 saat arası televizyon izleyenlerin oranı % 20.8, 3–4 saat arası televizyon izleyenlerin oranı % 16 iken 5 saat ve üzeri televizyon izleyenlerin oranı % 28.4'dür.[18]

RTÜK tarafından 2009 yılında ikincisi gerçekleştirilen Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması'na göre, 15 ve 15 yaş üstü kişilerin hafta içi günlük radyo dinleme sürelerinin oranları şöyledir: 1 saatten az radyo dinleyenlerin oranı % 26.2, 1–2 saat arası radyo dinleyenlerin oranı % 27.1, 2–3 saat arası radyo dinleyenlerin oranı % 14.9, 3-4 saat arası radyo dinleyenlerin oranı % 7.7, 4–5 saat arası radyo dinleyenlerin oranı % 6.4 iken 10 saat ve üzeri radyo dinleyenlerin oranı % 7.2'dir. Yine aynı araştırmaya göre, 15 ve 15 yaş üstü kişilerin hafta sonu günlük radyo dinleme sürelerine ait olan oranlar şu şekildedir: 1 saatten az radyo dinleyenlerin oranı % 28.5, 1–2 saat arası radyo dinleyenlerin oranı % 27.3, 2–3 saat arası radyo dinleyenlerin oranı % 13.5, 3–4 saat arası radyo dinleyenlerin oranı % 7.9, 4–5 saat arası radyo dinleyenlerin oranı % 6.7 iken 10 saat ve üzeri radyo dinleyenlerin oranı % 6.5'dir.[19]

TÜİK'in 2010 yılı Nisan ayında gerçekleştirmiş olduğu "Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması"na göre, hanelerin % 41.6'sı internet erişim imkanına sahiptir. Bu oran bir yıl önce yapılan araştırmaya göre % 11.6'lık bir artışı

[18] RTÜK, *İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları*, Ankara, 2006, s. 5, 41.
[19] RTÜK, *Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması–2*, Ankara, 2009, s. 29, 33.

ifade etmektedir.[20] 2010 yılı Ocak ve Mart ayları arasında 16–74 yaş aralığındaki kişilerle gerçekleştirilen araştırmaya göre, her gün bilgisayar kullananların oranı % 60.8, haftada en az bir kez bilgisayar kullananların oranı % 28.3 iken ayda en az bir kez bilgisayar kullananların oranı % 2.1'dir.[21]

Yukarıda sahiplik oranları ve kullanım sıklıkları hakkında bilgiler verilen televizyon, radyo ve internet gibi kitle iletişim araçları bilgi edinmek, boş zamanı değerlendirmek ve eğlenmek gibi çeşitli amaçlar için kullanılmaktadır. Örneğin, RTÜK tarafından 2006 yılında gerçekleştirilen "İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları" başlıklı araştırmaya göre; çocuklar boş zamanlarında yapmaktan en çok hoşlandıkları ikinci aktivite olarak televizyon izlemeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir.[22] Türkiye'de çocukların % 82'si ne kadar süre televizyon izleyeceğini ve hangi programları izleyeceğini kendileri belirlemektedir. Çocukların yılda yaklaşık olarak 900 saatini okulda, 1500 saatini televizyon izleyerek geçirdiği göz önünde bulundurulduğunda, televizyonun hayatlarında ne kadar önemli bir yere sahip olduğu anlaşılmaktadır.[23] Başta televizyon olmak üzere, radyo, yazılı basın, bilgisayar, internet, oyun konsolları ve cep telefonlarının çocuklar tarafından sıklıkla kullanıldığının göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Çocukların günlük hayatlarında etkin bir şekilde rol alan bu kitle iletişim araçlarının ihtiva ettiği olumsuz ve zararlı içeriklere karşı korunması gerekmektedir. Çocukları korumak amacıyla bu kitle iletişim araçlarının kullanımına belirli sınırlamaların getirilmesinin yeterli olmayacağı düşünülmektedir. Sınırlamalar ve yasaklar koymanın yerine bu araçlar tarafından sunulanların bunları kullananlar tarafından en iyi şekilde anlaşılması ve yorumlanması gerekmektedir. Böylece, çocuklar ve gençler bu sunulanlardan kendileri için uygun olanları belirleyip kullanabilecek ve kendileri için olumsuz öğeler barındıranlardan uzak durabileceklerdir. Bunun yanı sıra çocuklar ve gençler bu sayede neyin gerçek neyin kurgu olduğunu da ayırt edebileceklerdir. Bunun bilincinde olan RTÜK ve Milli Eğitim Bakanlığı'nın (MEB) öncülüğünde, bu amaca hizmet etmesi için Medya

[20] TÜİK, *Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni*, Sayı: 148, Ankara, 2010, s. 1.
[21] Türkiye İstatistik Kurumu 2010 yılı Türkiye Bilgisayar ve İnternet Kullanım Alanları ve Sıklıkları: http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=6308&tb_id=8 (20.08.2010)
[22] *İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları*, 2006, s. 25.
[23] RTÜK, *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu*, Ankara, 2006, s. 7.

Okuryazarlığı dersinin ilköğretimin ikinci kademesinde verilmesine ilişkin resmi çalışmalar 2004 yılında başlamıştır.

2.1. RTÜK VE MİLLİ EĞİTİM BAKANLIĞI İŞBİRLİĞİ İLE MEDYA OKURYAZARLIĞI ALANINDA YAPILAN ÇALIŞMALAR

Radyo, televizyon ve internetin başını çektiği kitle iletişim araçlarının çocuklar üzerinde olumsuz etkilere neden olabileceği, gerek uzmanların gerekse eğitimcilerin hem fikir olduğu bir husustur. Çocuklarda giderek artan şiddet eğilimli davranışların, televizyon yayınlarında ve internette yer alan şiddet içerikli unsurlardan kaynaklandığına dair görüşlerin ortaya konulması üzerine, RTÜK 2004 yılında Devlet Bakanlığı bünyesinde kurulmuş olan ve Türkiye'nin önde gelen kamu kurumlarının, sivil toplum örgütlerinin ve üniversitelerinin temsil edildiği Şiddeti Önleme Platformu'nda, ilk kez ilköğretim okullarında Medya Okuryazarlığı derslerinin okutulmasına dair bir öneride bulunmuştur.[24] Kabul gören bu öneri sonrasında, RTÜK, 22 Eylül 2004 tarihli ve 2004/70 no'lu toplantıda alınan 19 sayılı karar gereğince MEB ile konuya ilişkin resmi temasa geçmiştir.[25]

2.1.1. Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Öğretmen Kılavuzu'nun Hazırlanması

Bir sonraki aşamada, RTÜK Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı tarafından "Medya Okuryazarlığı Projesi" isimli bir çalışma raporu hazırlanmıştır. Söz konusu bu raporda, medya okuryazarlığının tanımının yapılmasının ardından medya okuryazarlığının önemine değinilmiştir. Raporda medya okuryazarlığı alanında dünyada gerçekleşen gelişmeler açıklanmıştır. Ardından bu tezde de faaliyetlerine değinilecek olan medya okuryazarlığı alanında çalışmalarını sürdüren

[24] RTÜK, Medya Okuryazarlığı Tarihçesi: http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/tarihce.html (21.08.2010)
[25] Gülden Treske, "Medya Okuryazarlığı: Neden Gerekli", *Medya Okuryazarlığı*, (Ed.) Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek, Kalemus Yayınları, İstanbul, 2007, s. 39.

Öğretim ve Medya Bilgileri Arasında Bağlantı Merkezi (Centre de Liaison de l'Enseignement et des Medias d'lnformation: CLEMI) ve İngiliz Film Enstitüsü (British Film Institute: BFI) gibi teşkilatlara ve bunların medya okuryazarlığına yönelik gerçekleştirmiş oldukları faaliyetlere değinilmiştir. Raporda son olarak, Türkiye'de okutulması planlanan Medya Okuryazarlığı dersinin müfredatına yer verilmiştir.

RTÜK Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı tarafından hazırlanan bu çalışma raporunun ardından Medya Okuryazarlığı dersi ile ilgili nihai çalışmaları gerçekleştirmek üzere aralarında RTÜK'ten, Ankara Üniversitesi'nden, Selçuk Üniversitesi'nden ve Gazi Üniversitesi'nden gelen katılımcıların oluşturduğu bir komisyon oluşturulmuştur. Komisyon medya okuryazarlığı hakkındaki çalışmaları incelemiş ve değerlendirmiştir. Bunun akabinde, komisyon tarafından Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Öğretmen Kılavuzu hazırlanmıştır.[26]

2.1.2. Öğretim Kurumlarında Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Okutulmasına Dair İşbirliği Protokolü

RTÜK ile MEB Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı arasında 22 Ağustos 2006 tarihinde Öğretim Kurumlarında "Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Okutulmasına Dair İşbirliği Protokolü" imzalanmıştır. Bu protokolde her iki kurumun yükleneceği görev ve sorumluluklar belirlenmiştir. Hemen akabinde, MEB Talim ve Terbiye Kurulu 31 Ağustos 2006 tarihinde, "İlköğretim Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı"nı kabul etmiştir.[27]

[26] RTÜK, Medya Okuryazarlığı Tarihçesi: http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/tarihce.html (22.08.2010)
[27] Selin Çetinkaya, *Bilinçli Medya Kullanıcıları Yaratma Sürecinde Medya Okuryazarlığının Önemi*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2008, s. 75.

2.1.3. 2006–2007 Eğitim ve Öğretim Yılında Medya Okuryazarlığı Dersinin Okutulması

MEB Talim ve Terbiye Kurulu, 2006–2007 Eğitim ve Öğretim yılında Medya Okuryazarlığı dersinin okutulacağı 5 pilot okulu belirlemiştir. Medya Okuryazarlığı dersinin 2006–2007 Eğitim ve Öğretim yılında okutulduğu pilot okullar şunlardır: Adana ili Seyhan ilçesi Dumlupınar İlköğretim Okulu, Ankara ili Çankaya ilçesi Ahmet Vefik Paşa İlköğretim Okulu, Erzurum ili Merkez Barbaros Hayrettin Paşa İlköğretim Okulu, İstanbul ili Bakırköy ilçesi Şehit Pilot Muzaffer Erdönmez İlköğretim Okulu ve İzmir ili Karşıyaka ilçesi 80. Yıl Metaş İlköğretim Okulu.[28]

Medya Okuryazarlığı dersi, 2006–2007 Eğitim ve Öğretim yılında yukarıda adı geçen pilot okullardaki 7. sınıf öğrencilerine seçmeli ders olarak okutulmuştur. Bu dersi veren sosyal bilgiler öğretmenleri için 7–10 Eylül 2006 tarihleri arasında Ankara'da "Eğitici Eğitimi Programı" düzenlenmiştir. Gerçekleştirilen bu pilot uygulama süresince öğrencilerin ders ile ilgili hazırlamış oldukları çalışmalar değerlendirilmiş, öğrencilere ders hakkında anketler uygulanmıştır. Ebeveynlerden, öğrencilerin derste öğrendiklerini evde uygulamalarını teşvik etmeleri istenmiştir. Ayrıca bu pilot okullar gerek RTÜK, gerekse MEB Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı uzmanları tarafından ziyaret edilmiştir.[29]

2.1.4. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Paneli

RTÜK tarafından Medya Okuryazarlığı dersinin 5 pilot okulda okutulmaya başlandığı 2006 yılında Ankara'da "Uluslararası Medya Okuryazarlığı" konulu bir panel düzenlenmiştir. 24 Kasım 2006 günü düzenlenen panelde yer alan ilk oturumun konusu "Medya Okuryazarlığı: Temel Aktör Olarak Medyanın Rolü" iken, ikinci oturumun konusu "Medya Okuryazarlığı: Nasıl Bir Medya Okuryazarlığı Eğitimi?" olmuştur. Söz konusu bu oturumlarda, RTÜK üyeleri ve çalışanları, akademisyenler, MEB çalışanları ve medya okuryazarlığı alanında İngiltere'de

[28] RTÜK, Medya Okuryazarlığı Projesi Nedir?: http://www.rtukcocuk.org.tr/ (23.08.2010)
[29] S. Çetinkaya, 2008, s. 76.

faaliyetlerini sürdüren İletişim Ofisi (The Office of Communications: OFCOM) ile yine medya okuryazarlığı alanında Fransa'da faaliyetlerini sürdüren CLEMI'nin birer temsilcisi konuşma yapmışlardır. Panelde çocukların günde 3 saatlerini televizyon karşısında geçirdikleri belirtilmiştir. Televizyon karşısında en zayıf halka olarak tanımlanan çocukların bu zaman zarfı boyunca her türlü mesaja açık oldukları dile getirilmiştir. Panelde çocukların bilinçli bir medya kullanıcısı olabilmelerini amaçlayan Medya Okuryazarlığı dersinin önemi vurgulanmış ve bu dersin 2007-2008 Eğitim ve Öğretim yılında tüm yurtta yaygınlaştırılmasının hedeflendiği belirtilmiştir. Ayrıca panelde bu dersin çocukların yanı sıra ebeveynlere de faydalı olabileceği vurgulanmıştır.[30]

2.1.5. Medya Okuryazarlığı Dersinin Ülkeyi Kapsayacak Şekilde Okutululması

Adı geçen bu pilot okullarda okutulan derse öğrenciler yoğun ilgi göstermişlerdir. Ayrıca dersi alan öğrencilerin bu dersten memnun oldukları ve bu ders sayesinde televizyon yayınlarını daha seçici ve bilinçli olarak izlemeye başladıkları tespit edilmiştir.[31] Bu sebeplerden dolayı Medya Okuryazarlığı dersinin başarıya ulaştığı düşünülmüş ve RTÜK tarafından 24 Kasım 2006 günü gerçekleştirilen "Medya Okuryazarlığı" konulu panelde de öngörüldüğü gibi ders MEB tarafından 2007–2008 Eğitim ve Öğretim yılında seçmeli ders olarak tüm Türkiye'yi kapsayacak şekilde müfredattaki yerini almıştır. MEB Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı bu dersin sosyal bilgiler öğretmenleri ile MEB bünyesinde görev yapan iletişim fakültelerinden veya basın yayın yüksek okullarından mezun olan sınıf öğretmenleri tarafından verilmesini uygun bulmuştur. Bu amaçla 103 kişiden oluşan bir öğretmen grubu 25–28 Haziran 2007 tarihleri arasında "Eğitici Eğitimi Programı" çerçevesinde hizmet içi eğitme tabi tutulmuştur.[32]

---

[30] RTÜK, Uluslararası Medya Okuryazarlığı Paneli: http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=ff50855b-76e0-4d7b-81f6-9589a833abf9 (26.10.2011)
[31] Kemal İnal, *Medya Okuryazarlığı El Kitabı*, Ütopya Yayınları, Ankara, 2009, s. 165.
[32] S. Çetinkaya, 2008, s. 77.

2007–2008 Eğitim ve Öğretim Yılı'nda öğrencilerin bu dersi seçmelerini teşvik etmek amacıyla öğrencilere ve velilere yönelik bir tanıtım filmi hazırlanmıştır. Buna ek olarak http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/ adıyla yayın yapan resmi internet sitesinde da medya okuryazarlığıyla ilgili çeşitli materyaller yayınlanmış ve yayınlanmaya devam etmektedir.

2.1.6. Medya Okuryazarlığı Dersinin Yıllara Göre Ulaştığı Öğrenci Sayısı

İlk olarak seçmeli ders statüsünde 2006–2007 Eğitim ve Öğretim Yılı'nda pilot uygulama için seçilen 5 ilköğretim okulunda okutulan medya okuryazarlığı dersi, okutulduğu bu yılda 780 öğrenciye ulaşmıştır.

İlköğretim okullarının 6, 7 ve 8. sınıflarının herhangi birinde bir kez ve seçmeli olarak okutulmakta olan Medya Okuryazarlığı dersinin ülke geneline yaygınlaştırıldığı ilk yıl olan 2007–2008 Eğitim ve Öğretim Yılı'nda 424.655 öğrenci tarafından seçilmiş olması da konunun toplum tarafından ihtiyaç olarak görüldüğünün en önemli göstergesi olmuştur. Bu rakam toplam öğrenci sayısının % 11.45'lik bir kısmına tekabül etmektedir. Bu durumu gösteren tablo aşağıdadır:

Tablo 1:2007-2008 Eğitim ve Öğretim Yılı Medya Okuryazarlığı Dersini Seçen Öğrencilerin Dağılımı

2007-2008 EĞİTİM VE ÖĞRETİM YILI MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİNİ SEÇEN ÖĞRENCİLERİN DAĞILIMI			
SINIF	TOPLAM ÖĞRENCİ SAYISI	MEDYA OKUR YAZARLIĞI DERSİNİ SEÇEN ÖĞRENCİ SAYISI	ORANI %
6.SINIF	1.274.288	167.230	13,12
7.SINIF	1.224.447	176.975	14,45
8.SINIF	1.209.527	80.450	6,65
TOPLAM	**3.708.262**	**424.655**	**11,45**

Kaynak: RTÜK İnsan Kaynakları ve Eğitim Dairesi Başkanlığı

2008-2009 Eğitim ve Öğretim yılında Medya Okuryazarlığı dersini seçen öğrencilerin oranı % 26.77'ye ulaşmıştır. Yaklaşık her üç öğrenciden biri tarafından seçilen Medya Okuryazarlığı dersi, 1.010.514 öğrenci tarafından seçilmiştir. Bu durumu gösteren tablo şu şekildedir:

Tablo 2:2008-2009 Eğitim ve Öğretim Yılı Medya Okuryazarlığı Dersini Seçen Öğrencilerin Dağılımı

2008-2009 EĞİTİM VE ÖĞRETİM YILI MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİNİ SEÇEN ÖĞRENCİLERİN DAĞILIMI			
SINIF	TOPLAM ÖĞRENCİ SAYISI	MEDYA OKUR YAZARLIĞI DERSİNİ SEÇEN ÖĞRENCİ SAYISI	ORANI %
6.SINIF	1.327.715	345.794	26.04
7.SINIF	1.244.305	270.415	21.73
8.SINIF	1.203.093	394.305	32.77
TOPLAM	**3.775.113**	**1.010.514**	**26.77**

Kaynak: RTÜK İnsan Kaynakları ve Eğitim Dairesi Başkanlığı

2009-2010 Eğitim ve Öğretim yılında Medya Okuryazarlığı dersini seçen öğrenci sayısı 838.915 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye genelinde ilköğretim düzeyinde % 22.15'lik seçilme oranı bir önceki yıla göre % 5'lik bir azalışı temsil etmektedir. Bu durumu açıklayan tablo şu şekildedir:

Tablo 3:2009-2010 Eğitim ve Öğretim Yılı Medya Okuryazarlığı Dersini Seçen Öğrencilerin Dağılımı

2009-2010 EĞİTİM VE ÖĞRETİM YILI MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİNİ SEÇEN ÖĞRENCİLERİN DAĞILIMI			
SINIF	TOPLAM ÖĞRENCİ SAYISI	MEDYA OKUR YAZARLIĞI DERSİNİ SEÇEN ÖĞRENCİ SAYISI	ORANI %
6.SINIF	1.326.743	320.953	24.19
7.SINIF	1.261.646	195.177	15.47
8.SINIF	1.199.093	322.785	26.92
TOPLAM	**3.787.482**	**838.915**	**22.15**

Kaynak: RTÜK İnsan Kaynakları ve Eğitim Dairesi Başkanlığı

2010-2011 Eğitim ve Öğretim yılında Medya Okuryazarlığı dersini seçen öğrenci sayısı 407.976 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye genelinde ilköğretim

düzeyinde % 10.80'lik seçilme oranı, bir önceki yıla göre önemli bir azalışa işaret etmektedir. Bu durumu gösteren tablo şu şekildedir:

Tablo 4:2010-2011 Eğitim ve Öğretim Yılı Medya Okuryazarlığı Dersini Seçen Öğrencilerin Dağılımı

2010-2011 EĞİTİM VE ÖĞRETİM YILI MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİNİ SEÇEN ÖĞRENCİLERİN DAĞILIMI			
SINIF	TOPLAM ÖĞRENCİ SAYISI	MEDYA OKUR YAZARLIĞI DERSİNİ SEÇEN ÖĞRENCİ SAYISI	ORANI %
6.SINIF	1.399.897	132.945	9.50
7.SINIF	1.336.027	70.035	5.24
8.SINIF	1.272.412	204.996	16.11
TOPLAM	**3.775.113**	**407.976**	**10.80**

Kaynak: RTÜK İnsan Kaynakları ve Eğitim Dairesi Başkanlığı

2011-2012 Eğitim ve Öğretim yılında Medya Okuryazarlığı dersini seçen öğrenci sayısı 553.791, oranı ise % 14.04 olarak gerçekleşmiştir. Buna göre, medya okuryazarlığını seçen öğrencilerin oranında bir önceki yıla göre yaklaşık olarak % 4'lük bir artış gerçekleşmiştir. Bu durumu açıklayan tablo şu şekildedir:

Tablo 5:2011-2012 Eğitim ve Öğretim Yılı Medya Okuryazarlığı Dersini Seçen Öğrencilerin Dağılımı

2011-2012 EĞİTİM VE ÖĞRETİM YILI MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİNİ SEÇEN ÖĞRENCİLERİN DAĞILIMI			
SINIF	TOPLAM ÖĞRENCİ SAYISI	MEDYA OKUR YAZARLIĞI DERSİNİ SEÇEN ÖĞRENCİ SAYISI	ORANI %
6.SINIF	1.307.275	254.888	19.50
7.SINIF	1.283.316	116.074	9.04
8.SINIF	1.352.509	182.829	13.52
TOPLAM	**3.943.100**	**553.791**	**14.04**

Kaynak: RTÜK İnsan Kaynakları ve Eğitim Dairesi Başkanlığı

İlköğretim okullarının 6–7 ve 8. sınıflarında seçmeli ders statüsünde okutulan Medya Okuryazarlığı dersini bu 5 yıllık zaman zarfında seçen toplam öğrenci sayısı 3.235.851'dir. Ülkenin tamamını kapsayacak şekilde okutulan ders, okutulduğu ikinci yılda neredeyse % 15'lik bir artış göstermiş ve yaklaşık olarak her üç

öğrenciden biri tarafından seçilmiştir. Fakat dersin okutulduğu üçüncü yılda seçilme oranında yaklaşık olarak % 5'lik bir azalma gerçekleşmiştir. Dersin öğrencilere ulaştığı dördüncü yılda ise, ders seçimindeki azalma oranı yaklaşık olarak % 10'dur. Medya Okuryazarlığı dersinin seçilme oranı beşinci yılında bir önceki yıla göre yaklaşık olarak % 5 artmıştır. Dersin seçilme oranlarındaki bu dalgalanmaya sebep olarak seçmeli dersi belirleme yetkisinin okul yöneticilerinin inisiyatifinde olması gösterilebilir. Ayrıca, Medya Okuryazarlığı dersinin kendine ait alanında yetişmiş uzman bir öğretmen kadrosuna sahip olmamasının da ders seçimine etki ettiği düşünülmektedir.

2.2. MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİNİN YAZILI MATERYALLERİ

Türkiye'de sadece seçmeli ders aracılığıyla gerçekleştirilen medya eğitimi için RTÜK ve MEB Talim ve Terbiye Kurulu tarafından çeşitli yazılı kaynaklar hazırlanmıştır. Öğretmenlerin Medya Okuryazarlığı dersinde kullanmaları için İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı ile İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu hazırlanmıştır. Öğretmenlerin kullanımı için kitaplar hazırlanmasına rağmen, öğrencilerin doğrudan kullanımına yönelik bir ders kitabı hazırlanmamıştır. Buna gerekçe olarak bu dersin klasik derslerden farklı olmasının istenmesi, öğrencilerin ezberden uzak tutulmak istenmesi, çocukların özgürce düşünmelerinin ve kendilerini ifade edebilmelerinin amaçlanması gösterilebilmektedir.[33]

2.2.1. İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı

"İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı", Prof. Dr. Naci Bostancı'nın danışmanlığında çeşitli akademisyenlerden oluşan bir yayın kurulu tarafından hazırlanmıştır. Söz konusu bu kitap, Medya Okuryazarlığı dersini verecek

[33] Tuğba Hasdemir Asrak, "Medya Okuryazarlığı ve İnsan Hakları: Türkiye Örneği", *Ders Kitaplarında İnsan Hakları II*, Tarih Vakfı Yayınları, (Ed.) Gürel Tüzün, İstanbul, 2009, s. 320.

öğretmenler için önemli bir kaynak niteliğindedir. İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı aracılığıyla öğretmenlerin bilgi düzeylerinin arttırılması hedeflenmiştir. İki ana bölümden oluşan kitabın ilk bölümünde, sekiz ünite yer almaktadır. Kitabın ikinci bölümde ise, öğretmenlerin derse yönelik bilgilerine katkı yapmayı hedefleyen serbest yazılar yer almaktadır.

İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı'nda yer alan sekiz ünite, Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu'nda yer alan ünitelerle benzerlik göstermektedir. El Kitabında yer alan bu üniteler aracılığıyla Medya Okuryazarlığı dersinde işlenecek olan üniteler hakkında öğretmenlere daha detaylı bilgi verilmesi hedeflenmiştir. Öğretmenlere dersi işleyişleri sırasında önemli bir rehber niteliğinde olan bu sekiz ünitenin içeriği kısaca şu şekildedir: Birinci ünite olan "İletişime Giriş"te; iletişim kavramının tanımı yapıldıktan sonra iletişim süreci ve öğeleri açıklanmıştır. Ardından iletişim türleri açıklanmış ve iletişim ile kitle iletişim ilişkisi irdelenmiştir.[34] "Medya Kavramı ve Medyanın İşlevleri" başlıklı ikinci ünitede önce medya kavramı izah edilmiş, daha sonra haber ve bilgi verme, toplumsallaştırma, eğitim, eğlendirme, kültürel değerleri koruma, denetim ve kamuoyu oluşturma gibi medyanın başlıca işlevleri açıklanmıştır. Bu ünitede son olarak da medyanın ekonomik boyutuna değinilmiştir.[35] Üçüncü ünite olan "Medya Okuryazarlığı ve Türkiye'deki Uygulama Alanları"nda medya okuryazarlığı kavramı açıklandıktan sonra, dünyada medya okuryazarlığına yönelik gerçekleştirilen çalışmalara kısaca değinilmiştir. Ardından, Türkiye'de çocukların televizyon izleme alışkanlıklarına yönelik çeşitli veriler sunulmuştur. Bu ünitede son olarak Medya Okuryazarlığı dersinin oluşturulma aşamaları ve dersin içeriği hakkında bilgiler verilmiştir.[36]

Dördüncü ünite olan "Aile, Çocuk ve Televizyon" başlıklı ünitede; teknolojik gelişmelerin aile yaşantısı üzerindeki etkilerine değinilmiş ve en önemli etkilerden birini oluşturan televizyonun gelişim süreci hakkında bilgi verilmiştir. Televizyon izleme alışkanlıkları izah edildikten sonra şiddet, cinsellik, bilinçsiz tüketim, kültürel

[34] RTÜK, *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı*, 2007, Ankara, s. 6-24.
[35] a.g.e., s. 25-33.
[36] a.g.e., s. 34-44.

yozlaşma ile madde bağımlılığı ve kötü alışkanlıklar gibi televizyonun olumsuz etkileri açıklanmıştır. Daha sonra televizyon yayınlarında yer alan çizgi filmler, reklamlar, sinema filmleri ve haberler analiz edilmiştir. Bu ünitenin son kısmında ise, koruyucu semboller hakkında bilgi verilmiştir.[37] "Televizyon" başlıklı beşinci ünitede, etkili bir iletişim aracı olan televizyonun işlevleri hakkında bilgi verilmiştir. Bunlara ek olarak, Türkiye'de televizyon yayıncılığının gelişimi anlatılmıştır. Bu ünitede son olarak televizyon yayınlarındaki program türlerine değinilmiştir.[38] Radyonun ele alındığı "Radyo" başlıklı altıncı ünitede, radyonun gelişiminin açıklanmasının ardından radyonun işlevlerine değinilmiştir. Radyonun olumsuz etkileri açıklandıktan sonra radyoda yer alan program türleri açıklanmıştır.[39] "Gazete ve Dergi" başlıklı yedinci ünitede, gazete ve derginin tanımlanmasından sonra, bunların gelişim süreçlerine değinilmiştir. Dergi türleri hakkında yapılan bilgilendirmenin ardından gazetelere ve dergilere ilişkin temel kavramlar izah edilmiştir.[40] İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı'nda yer alan son ünitenin başlığı "İnternet"dir. Bu ünitede, internetin gelişim süreci açıklandıktan sonra internet kullanımında dikkat edilmesi gereken hususlar belirtilmiştir. Bilgiye erişim, sohbet, haber okuma, elektronik posta, oyun, tanıtım ve uzaktan eğitim gibi internet kullanımının çeşitli işlevlerine değinilmiştir.[41]

2.2.2. İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu

İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu, Medya Okuryazarlığı dersinin işlenmesi sırasında kullanılan en önemli kaynaktır. Bu bölümde, dersin öğretmenler tarafından ne şekilde işleneceği konusunda bilgi veren bu kitap aracılığıyla dersin işlenişi hakkında bilgiler verilecek ve dersin güncellenmesine yönelik çeşitli tavsiyelerde bulunulacaktır. Bu kitap, RTÜK ve MEB Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı'nda görevli uzmanlar ve öğretmenlerin

[37] a.g.e., s. 45-60.
[38] a.g.e., s. 61-77.
[39] a.g.e., s. 78-88.
[40] a.g.e., s. 89-98.
[41] a.g.e., s. 99-108.

yanı sıra bir grup akademisyen tarafından hazırlanmıştır. Hazırlanan bu kitapta, televizyon karşısında en hassas grup olan çocukların bu ders aracılığıyla ekranda sunulanlardan neyin kurgu neyin gerçek olduğunu ayırt edebilecekleri belirtilmiştir. Ayrıca, medya kuruluşlarının ticari kaygılara sahip olduğunun ve yaptıkları taraflı yayınlar aracılığıyla takipçilerini yönlendirmeye çalıştığının, bu dersi alan çocuklarca öğrenileceği belirtilmiştir.[42]

İnşacı yaklaşım ile hazırlanan bu programda, öğretmen, öğrenciye doğrudan bilgiyi aktaran, bilgi ve öğrenme sürecini yöneten ve denetleyen kişi konumundan sıyrılıp, öğrencinin neyi, nasıl düşündüğünü fark etmesi konusunda bir rehber konumundadır.[43] Öğretmenin rehberliğinde, öğrenciler yeni beceriler ve değerler kazanacaklardır.

İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu'na göre, Medya Okuryazarlığı dersini başarıyla tamamlayan öğrenciler, bilinçli bir medya okuryazarı olacaklardır. Bilinçli bir medya okuryazarından kasıt, medyaya yönelik eleştirel bir bakışı açısı kazanmaktır. Bu sayede öğrenciler, medyaya farklı bir bakış açısı ile bakabilecek ve yaşadığı çevreye duyarlı, ülkesinin problemlerini bilen bireyler haline dönüşeceklerdir. Böylece öğrenciler, toplumsal hayatta daha aktifleşecekler, kamu ve özel yayıncılığın olumlu noktalara taşınmasında daha duyarlı davranacaklardır.[44]

Medya Okuryazarlığı dersi ile öğrencilerin gerek medya takibi sırasında, gerekse günlük yaşantılarında daha bilinçli ve aktif olmaları hedeflenmiştir. Böylece bilinçleşen ve aktifleşen öğrenciler, çevrelerine daha duyarlı olacaklar ve toplumsal değerlerin korunması ve geliştirilmesi konusunda daha hassas ve etkin olacaklardır. Bunları sağlamak amacıyla Medya Okuryazarlığı dersi vasıtasıyla öğrencilere aralarında gözlem, araştırma, eleştirel ve yaratıcı düşünme, problem çözme, iletişim, bilgi teknolojilerini kullanma, girişimcilik, sosyal ve kültürel katılım ile Türkçeyi

[42] *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu*, 2006, s. 6.
[43] K. Oya Paker, "Çocuk Temsilleri ve Medya Okuryazarlığı Eğitimi", *Çocuk ve Medya*, (Ed.) Selda İçin Akçalı, Nobel Yayın, Ankara, 2009, s. 150.
[44] *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu*, 2006, s. 7-8.

doğru, güzel ve etkili kullanma becerilerinin kazandırılması hedeflenmiştir. Ders aracılığıyla öğrencilere bahsedilen becerilerin yanı sıra, çeşitli değerlerin kazandırılması da amaçlanmıştır. Öğrencilere kazandırılmak istenen değerler şunlardır: dürüstlük, sorumluluk, özel yaşamın gizliliğine saygı, farkındalığa saygı duyma, estetik duyarlılık, etik kurallara bağlılık, kültürel mirası yaşatmaya duyarlılık, aile içi iletişime önem verme, bilinçli tüketim, toplumsal hayata aktif katılım, bilimsellik, eşitlik, yardımlaşma, paylaşma ve dayanışma. [45] Öğrencilere kazandırılmak istenen beceriler ve değerler derste işlenen ünitenin içeriği ile doğrudan ilişkilidir.

Medya Okuryazarlığı dersi sekiz üniteden oluşmaktadır. Ders, yıl içerisinde 36 ders saati boyunca verilecek şekilde tasarlanmış olup, dersin ünite süreleri şu şekilde belirlenmiştir: İlk ünite olan "İletişme Giriş" 2 ders saati, ikinci ünite olan "Kitle İletişimi" 2 ders saati, "Medya" başlıklı üçüncü ünite 3 ders saati, dördüncü ünite olan "Televizyon" 4 ders saati, "Aile, Çocuk ve Televizyon" başlıklı beşinci ünite 9 ders saati, altıncı ünite olan "Radyo" 3 ders saati, "Gazete ve Dergi" başlıklı yedinci ünite 3 ders saati ve son ünite olan "İnternet (Sanal Dünya)" 6 ders saati boyunca ele alınmaktadır.[46] Buna göre derste üzerinde en çok durulan üniteler, televizyonun hedef kitlesi olarak toplumun temelini oluşturan aile ile ailenin bir parçası olan çocuğa odaklanan "Aile, Çocuk ve Televizyon" başlıklı beşinci ünite, medyanın ve medya okuryazarlığının ele alındığı "Medya" başlıklı üçüncü ünite ve internetin kullanımı ve etkileri hakkında bilgi veren "İnternet (Sanal Dünya)" başlıklı son ünitedir.

İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu'nda söz konusu bu üniteler işlenirken öğretmenlerin kullanması için çeşitli etkinlikler hazırlanmıştır. Öğretmenlere örnek teşkil etmesi için hazırlanan bu etkinlikler dersi veren öğretmenler tarafından kullanılmaktadır. Bu etkinlikler dışında öğretmenlerin kişisel gayretleri ve ilgileri sonucu derste kullanmaları amacıyla yeni etkinlikler oluşturabilecekleri ifade edilmesine karşın, bunun ders veren öğretmenler tarafından nadiren gerçekleştirilebileceği düşünülmektedir. Bunun sebepleri arasında, Medya

[45] a.g.e., 2007, s. 8-9.
[46] a.g.e., 2007, s. 10.

Okuryazarlığı dersinin doğrudan öğretmeni olmaması nedeniyle dersi veren öğretmenlerin ders yükünün fazla olması ve konuya tam manasıyla hakim olmamaları gösterilebilir. Ayrıca, Türkiye'de öğretmenlerin Medya Okuryazarlığı dersinde kullanmaları için etkinlik oluşturulmasına yönelik çalışma gerçekleştiren veya yön gösteren hiçbir teşkilat ve bu amaca yönelik yapılmış olan hiçbir çalışma bulunmadığı da unutulmamalıdır.

Derste işlenen ilk ünite olan "İletişime Giriş"te öğrenciler öncelikle iletişimi tanımakta, daha sonra öğelerini öğrenmektedirler. Ardından öğrencilerden iletişim türlerini sınıflandırmaları beklenmektedir.[47] Bu ünitede öğretmen konuyla ilgili örnek olayları kullanarak çocukların derse aktif katılımını sağlamaktadır. Ayrıca, örnek olayların öğrenciler tarafından canlandırılması, derste işlenen konunun daha kolay bir şekilde öğrenilmesini sağlamaktadır. İkinci ünite olan "Kitle İletişimi"nde, öğrenciler kitle iletişimin tanımakta ve kitle iletişim araçlarını sınıflandırmaktadırlar. Bunlara ek olarak, öğrencilerin iletişim ve kitle iletişimi arasındaki ilişkiyi fark etmeleri sağlanmaktadır.[48] Öğretmen, kitapta yer alan resimler aracılığıyla öğrencileri kitle iletişimini ve araçlarını konusunda bilgilendirmektedir. Ayrıca öğretmen, örnek olaylar aracıcığıyla iletişim türlerinin öğrenilmesini sağlamaktadır.

"Medya" başlıklı üçüncü ünitede ilk olarak öğrenciler, medyayı tanıyarak işlevlerini sınıflandırmaktadırlar. Ardından öğrenciler, medyanın toplumsal, kültürel ve ekonomik etkileri hakkında bilgilendirilmektedirler. Daha sonra, medya yayınlarında etik kurallara uyulmasının önemi öğrencilere kavratılmaktadır. Ünitenin işlendiği son haftada, medya okuryazarlığı kavramı tanıtılmakta, medya mesajlarının algılamasının ve çözümlenmesinin önemi de anlatılmaktadır.[49] Bu ünite işlenirken öğretmen tarafından öğrencilere dersi daha iyi kavrayabilmeleri için çalışma kâğıtları dağıtılmaktadır. Medyada yer alan reklamlar öğrenciler tarafından incelenmekte ve öğrencilerin bulguları sınıf içinde çeşitli sorular sorularak ele alınmaktadır. Ayrıca, öğrencilerden medyanın yayınlarında etik kurallara bağlı kalmasının önemini algılayabilmeleri için televizyon, radyo, gazete ve dergi yayınlarını takip etmeleri ve

[47] a.g.e., 2007, s. 32.
[48] a.g.e., 2007, s. 33.
[49] a.g.e., 2007, s. 34.

buldukları sonuçları değerlendirmeleri istenmektedir. Medyada ki kavramların öğrenilmesi için kitapta yer alan bulmacalar çözülmektedir. Bu ünitede reklamları konu alan uygulamada, yazılı basında ve televizyonda yer alan reklamların ticari boyutuna yer verilmesine karşın, radyoda ve internette yer alan reklamlara yer verilmemektedir. Radyo, internet hatta cep telefonları aracılığıyla bireylere ulaşan reklamların da bu ünitede yer almasının uygun olacağı düşünülmektedir. Üçüncü ünitede medya okuryazarlığının sadece kavramsal boyutuna değinilmektedir. Burada medya okuryazarlığının gelişim süreci ve diğer ülkelerde ne şekilde uygulandığı hakkında bilgi verilmesinin bu kavramsal tanımlamayı destekler nitelikte olacağı düşünülmektedir.

"Televizyon" başlıklı dördüncü ünitede, televizyonun birey ve toplumu yönlendirmede etkili bir kitle iletişim aracı olduğu öğrenciler tarafından analiz edilmektedir. Öğrenciler, Türkiye'deki televizyon yayıncılığını mülkiyet yapısına göre sınıflandırarak bunların özelliklerini ve yayın politikalarını belirleyen unsurları öğrenmektedirler. Öğrencilerden televizyon program türlerini, amaçları, işlevleri ve özellikleri bakımından ayırt etmeleri beklenmektedir.[50] Derste uygulanan etkinlikler aracılığıyla televizyona yönelik yapılan bilgi kutusu, zaman öldürücü ve aptal kutusu gibi nitelendirmeler açıklanmaktadır. Son olarak, grup çalışması yapılarak televizyona ilişkin program türleri incelenmektedir. Öğrencilerin bu ünite kapsamında en azından yerel bir televizyon kanalını ziyaret etmeleri televizyonculuğun işleyişinin daha kolay bir şekilde öğrenilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Televizyonun ele alındığı bu ünitede tıpkı İngiltere'de olduğu gibi televizyonda yayınlanan programların ve filmlerin yapım aşamalarının ele alınmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Buna ek olarak, Finlandiya'da öğrencilerin bilgisayar programları aracılığıyla kendi kısa filmlerini ve animasyonlarını oluşturmaları sağlanmaktadır. Buna benzer bir uygulamanın bu ünitede yer almasının önemli olduğu düşünmektedir. Böylece, öğrencilerin program ve film yapımcılığındaki süreci daha iyi kavramaları sağlanabilecektir.

[50] a.g.e., 2007, s. 35.

Beşinci ünite olan "Aile, Çocuk ve Televizyon"da, televizyon izleme alışkanlıkları ve bunların sonuçları anket uygulaması aracılığıyla öğrenciler tarafından yorumlanmaktadır. Anket uygulaması sayesinde, öğrenciler televizyon yayınlarında yer alan sorunlu alanları belirleyerek bunların doğuracağı olumsuzluklardan korunma konusunda önerilerde bulunmaktadırlar. Öğrenciler, televizyon program türlerini içerik, gerçeklik, kurgusallık, tüketimi hedefleme, yanlış bilgilendirme açısından irdeleyip değerlendirmektedirler. Öğrencilerin koruyucu sembolleri tanımaları ve dikkate almaları beklenmektedir. Aralarında bir çizgi filmin, haberin, sinema filminin ve reklamın olduğu programlar birer ders saati boyunca incelenmektedir.[51] Dersin başında kısa bir şekilde gösterilen bu programlar bilgilendirme, gerçeklik, kurgusallık, barındırdığı olumsuz öğeler ve işlevleri bakımından değerlendirilmektedir. Bu ünitede ele alınacak olan film örneğinin tıpkı İngiltere'de olduğu gibi daha detaylı bir şekilde ele alınmasının öğrencilerin problem çözme, araştırma, eleştirel ve yaratıcı düşünme ile gözlem becerilerinin arttırılması yönünden faydalı olacağı düşünülmektedir. Alice Harikalar Diyarı'nda isimli film bu uygulamaya örnek olarak gösterilebilir. Burada film öğrencilere izletilmeden önce filmin dayanağı olan yazılı eser derste okunmakta ve bu eser üzerinden filmin nasıl bir film olacağı ve filmde hangi karakterlere yer verileceği hakkında öğrencilerin görüşleri alınmaktadır. Film öğrenciler tarafından izlenirken durdurulmakta ve filmin gidişatı hakkında öğrencilerin yorum yapmaları beklenmektedir. Film bittiğinde film ve filmde yer alan karakterler analiz edilmektedir. Derste öğrencilerden filmin yapımı aşamasında kullanılan teknikler ve yöntemler hakkında yorum yapmaları istenmektedir.[52] Yine bu ünitede televizyon haberciliğinin detaylı bir şekilde ele alınması gerektiği düşünülmektedir. İngiltere'de Kanal 4 tarafından televizyon haberciliğinin incelenmesine yönelik hazırlanmış olan ve dört üniteden oluşan programın böyle bir uygulamaya örnek olabileceği düşünülmektedir. Bunlara benzer uygulamaların televizyonda yayınlanan herhangi bir program içinde gerçekleştirilebileceği düşünülmektedir.

[51] a.g.e., 2007, s. 36.
[52] İngiltere'de Film Eğitimi: http://www.filmeducation.org/resources/film_library/getfilm.php?film=1998 (06.04.2010)

"Radyo" başlıklı altıncı ünite aracılığıyla öğrencilerden radyonun işlevini ve olumlu niteliklerini örneklerle açıklamaları beklenmektedir. Öğrenciler, radyo yayınlarında yer alan sorunlu alanlara örnekler vererek bunların doğuracağı olumsuzluklardan korunma konusunda önerilerde bulunmaktadırlar.[53] Bu konular ele alınırken konuların daha iyi anlaşılması ve öğrencilerin de derste aktif şekilde rol almaları için ders soru cevap üzerinden gitmektedir. Bu ünitede, öğrenciler tarafından radyo yayıncılığı yapan bir kanalın ziyaret edilmesinin, dersin içeriğinin daha etkili bir şekilde öğrenilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Gazete ve derginin ele alındığı "Gazete ve Dergi" başlıklı yedinci ünitede, öğrencilere gazete ile ilgili temel kavramlar tanıtılmaktadır. Öğrencilerden gazetelerdeki haber ve fotoğraf ilişkisini analiz etmeleri beklenmektedir. Ayrıca öğrenciler içerik ve yayın periyoduna göre dergi türlerini sınıflandırmaktadırlar.[54] Derste, öğrenciler yazılı basında yer alan terimleri, çözdükleri bulmaca ve sınıfa getirdikleri gazete ve dergilerin incelenmesi aracılığıyla öğrenmektedirler. Bunlara ek olarak, öğrencilerden bir gazeten içeriği hakkında bilgi edinmeleri amacıyla derste bir gazete hazırlamaları beklenmektedir. Hazırlanan bu örnek gazete, başka gazetelerden kesilen içeriklerle hazırlanmaktadır. Oysa Türkiye'de de tıpkı Fransa'da olduğu gibi okullarda periyodik aralıklarla yayınlanan okul gazetelerinin hazırlanması ve yayınlanması gerekmektedir. Fransa'da bu gazetelerin hazırlanmasındaki tüm aşamalarda öğrenciler görev almaktadır. Böylece, yazar, editör ve muhabir olan öğrenciler ve bu görevlerin getirdiği sorumlulukları yaşayarak bu görevleri daha verimli ve daha kalıcı bir şekilde öğrenmektedirler. Fransa'daki bu okul gazetelerinde, okulda ve okulun bulunduğu çevrede gerçekleşen olaylar hakkında haberler yer verebileceği gibi, öğrencileri bilgilendirecek çeşitli yazılara da yer verilmektedir. Yine Fransa'da CLEMI'nin öncülüğünde gerçekleşen "fax" isimli proje vasıtasıyla, okullarda hazırlanan gazeteler başka okullardaki gazetelerle değiş tokuş edilmektedir. Böylece, okul gazetelerinin hazırlanmasında görev alan öğrenciler diğer okullarda hazırlanan gazeteleri incelemekte ve kendi hazırladıkları gazetelerle kıyaslamaktadırlar. Buna benzer bir projenin Türkiye'de de hayata geçirilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

[53] *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu*, 2006, s. 37.
[54] a.g.e., 2007, s. 38.

"İnternet (Sanal Dünya)" başlıklı 8. Ünite aracılığıyla, öğrenciler, internetin özelliklerini tanıyarak iletişime getirdiği yenilikleri keşfetmektedirler. İnternette bilgiye erişme, haber okuma, sohbet, elektronik posta, uzaktan eğitim gibi etkinlikler öğrenciler tarafından uygulamalı olarak gerçekleştirilmektedir. Ders içi yapılan etkinliklerde internetin hangi amaçlarla ve ne şekilde kullanıldığı hakkında bilgiler veren uygulamalar gerçekleştirilmektedir. İnternetin olumlu ya da olumsuz özellikleri soru cevap yöntemiyle incelenmektedir. Öğrencilerin internet kullanımında nelere dikkat etmeleri hakkında bilgi veren bir sözleşme imzalatılmaktadır.[55] Böylece, öğrencilerin internet kullanımı konusunda daha dikkatli ve hassas davranacakları düşünülmektedir. Bu üniteye, internette müzik dinleme, video izleme, oyun oynama ve facebook, twitter gibi sosyal paylaşım sitelerinin nasıl kullanılması gerektiğine dair bilgiler veren yeni konuların eklenmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca, çocuklara güvenli internet kullanımı hakkında bilgiler veren Jenny'in Hikâyesi'ne benzer bir uygulamaya bu ünitede yer verilmesinin öğrencilerin internet kullanırken daha dikkatli davranmalarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Sonuç olarak, Medya Okuryazarlığı dersinin en önemli yazılı kaynağı olan ve dersi veren öğretmenlere dersin işlenişi hakkında bilgiler sunan İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu'nda yer alan ünitelerin yukarıda öneriler doğrultusunda güncellenmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Güncellenen Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu aracılığıyla teorik bilgilerin sunulması yerine, öğrencilerin derslerde daha aktif olmalarını sağlayacak uygulamaların arttırılması öngörülmektedir. Böylece medyanın işleyişi içinde yer alacak olan öğrenciler, bu işleyişi ve sonuçları hakkında daha kolay ve daha kalıcı bir şekilde bilgi sahibi olabileceklerdir.

[55] a.g.e., 2007, s. 39.

2.3. I. ULUSLARARASI MEDYA OKURYAZARLIĞI KONFERANSI

Türkiye'de medya okuryazarlığı alanında gerçekleştirilmiş olan önemli faaliyetlerden birisi de Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından 23–25 Mayıs 2005 tarihleri arasında gerçekleştirilen I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı'dır. Daha sonra kitaplaştırılıp Türkiye'de medya okuryazarlığı alanında önemli bir yazılı kaynak haline gelen bu konferansın kitabında 27 adet bildiri yer almaktadır.

Konferansın amacı şu şekilde açıklanmıştır: Bilgi edinmenin ve edinilen bilgiyi kullanmanın temel yurttaşlık hakkı olduğuna değinilmiş ve bu hakkın gerçekleştirilebilmesi için kitle iletişim araçlarının vazgeçilmez kaynaklar olduğu vurgulanmıştır. Yazılı ve görsel tüm kaynakların oluşturduğu iletilerle donatılmış bir dünyada yaşamak için yeni iletişim becerilerinin gerekliliğine değinilmiştir. Gazeteler, dergiler, radyo, televizyon, sinema ve internet hızla gelişen teknolojilerden yararlanırken yurttaşların da yeni bir kavram olan medya okuryazarlığı ile tanışması gerektiği vurgulanmıştır. Bu amaçla, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde her yıl mayıs ayında düzenlenen iletişimciler haftasında akademik konferans ve bir dizi etkinlikle medya okuryazarlığı konusunun ele alınacağı belirtilmiştir.[56] Konferansta yer alan ve medya okuryazarlığına yönelik önemli öneriler sunan bazı bildiriler şunlardır:

Hıfzı Topuz "Medya Eğitimi: Medya Çözümlemesi" başlıklı bildirisinde, medya eğitiminin dünya üzerinde yer alan çeşitli ülkelerdeki durumu değerlendirilmiştir. Ardından Türkiye'nin medya eğitimi alanındaki eksikliğine değinilmiş ve bunun giderilmesi için MEB'in medya örgütleriyle birlikte hareket etmesinin gerekliliği vurgulanmıştır. Medya eğitiminin bütün iletişim ve eğitim fakültelerinde yer alması gerektiğine değinilmiş ve bu eğitimi uygulayacak kişilerin yetişmesi için çeşitli eğitim organizasyonlarının gerçekleştirilmesi gerektiği

[56] Nurçay Türkoğlu, "Konferans Çağrısından Kitaba: Medya Okuryazarlığı", *Medya Okuryazarlığı*, (Ed.) Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek, Kalemus Yayınları, İstanbul, 2007, s. 9.

savunulmuştur. Bunlara ek olarak, medya eğitiminin üniversitelerde öğrencilere tez konusu olarak da verilmesi gerektiği belirtmiştir.[57]

Yasemin İnceoğlu'nun "Medyayı Doğru Okumak" isimli bildirisinde, medyanın sunduğu dünyanın gerçeğin kendisi olmadığına ve medya mesajlarının doğru bir şekilde algılanabilmesi için Medya Okuryazarlığı dersinin müfredata girmesi gerektiğine değinilmiştir. İnceoğlu'na göre, medya okuryazarlığı disiplinler arası bir yaklaşım haline getirilmelidir. Bunun için öğretmenler dahil tüm eğitimcilerin medya okuryazarlığı için lobicilik yapmaları gerekmektedir. Ayrıca, eğitim fakültelerinde bu konuda uzman öğretmenler yetiştirebilecek kadrolar oluşturulması gerektiği savunulmuştur. Bunlara ek olarak medya okuryazarlığıyla ilgili büyük kuruluşların desteğiyle çeşitli paneller ve konferanslar düzenlenmesinin yerinde olacağı belirtilmiştir.[58]

Bahire Efe Özad'ın "Medya Okuryazarlığı ve Yetişkinlerin Öğrenmesi" başlıklı sunumunda, 21. yüzyılda bilgi patlaması yaşanıldığına ve esas olanın bilginin eleştirel bir biçimde ele alınıp özümsenmesi olduğuna dikkat çekilmiştir. Çeşitli işlevlerine değinilen medyanın yetişkinler üzerinde de etkilere sahip olduğu vurgulanmıştır. Bu yüzden izleyicilerin eleştirel bir tutum içinde olmaları beklenmekte ve bu amaca ulaşabilmek için, medya eğitimine ayrı bir önem verilmesi gerektiğine değinilmiştir.[59]

2005 yılında gerçekleştirilen I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı'nda yer alan bu üç bildiriye göre, Türkiye'de medya okuryazarlığı geliştirilmeli, medya eğitimi MEB aracılığıyla okullarda verilmelidir. Ayrıca, medya okuryazarlığı alanında üniversitelerde bu alana yönelik araştırmalar yapılmalı ve üniversitelerde medya okuryazarlığı konusunda uzman kişilerin yetiştirilmesini için

[57] Hıfzı Topuz, "Medya Eğitimi: Medya Çözümlemesi", *Medya Okuryazarlığı*, (Ed.) Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek, Kalemus Yayınları, İstanbul, 2007, s. 15-20.
[58] Yasemin İnceoğlu, "Medyayı Doğru Okumak", *Medya Okuryazarlığı*, (Ed.) Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek, Kalemus Yayınları, İstanbul, 2007, s. 21-26.
[59] Bahire Efe Özad, "Medya Okuryazarlığı ve Yetişkinlerin Öğrenmesi", *Medya Okuryazarlığı*, (Ed.) Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek, Kalemus Yayınları, İstanbul, 2007, s. 94-103.

eğitim programları düzenlenmelidir. Son olarak, medya okuryazarlığı konusunda yapılan bu çalışmalar sadece öğrencileri değil, yetişkinleri de kapsamalıdır.

2.4. RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU TARAFINDAN MEDYA OKURYAZARLIĞINA YÖNELİK YAPILAN ÇALIŞMALAR

03 Mart 2011 günü Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkındaki Kanun'un 37. maddesinin (r) bendine göre, "medya okuryazarlığının toplumun tüm kesimlerini içerecek şekilde yaygınlaştırılması amacıyla, başta Milli Eğitim Bakanlığı olmak üzere diğer kamu kurumları ile işbirliği yapma" görev ve sorumluluğu RTÜK'e verilmiştir. [60]

Bu sorumluluğun bilincinde olan RTÜK tarafından medya okuryazarlığını destekleyen çeşitli çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Amacı, çocukları ve gençleri cinsellik, şiddet, kötü alışkanlıklar, madde bağımlılığı ve kötü dil kullanımı gibi olumsuz öğeleri bünyesinde barındıran yayınlara karşı korumak olan Koruyucu Sembol Sistemi bu çalışmalardan biridir. Diğer bir çalışma ise medya okuryazarlığı için hazırlanmış olan ve medya okuryazarlığına yönelik yazılı materyalleri ve bu alana yönelik yapılmış olan araştırmaları kullanıcıların hizmetine sunan http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/ isimli internet sitesidir. Çocuklara yönelik hazırlanmış olan http://www.rtukcocuk.org.tr/ adlı internet sitesinde çocuklar için faydalı bilgiler yer almaktadır. Ayrıca, bu internet sitesi aracılığıyla çocukların güvenli bir şekilde internette vakit geçirmeleri amaçlanmıştır. 7 Ekim 2010 tarihinde uygulamaya konulan "İyi Uykular Çocuklar Projesi" çocukların erken yatmasını sağlayarak onların geç saatlerdeki televizyon yayınlarının olası zararlı etkilerinden korunmasını amaçlamaktadır. Aşağıda, bahsi geçen bu çalışmalar açıklanacaktır.

[60] *6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun*, RTÜK, Ankara, 2011, s. 36.

2.4.1. Koruyucu Sembol Sistemi

RTÜK tarafından 23 Nisan 2006 tarihinde hizmete sokulan Akıllı İşaretler uygulaması 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkındaki Kanun'un 03.03.2011 tarihinde Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmesiyle resmiyet kazanmıştır. Söz konusu bu uygulama Kanunun altıncı bölümünde yer alan Özel Medya Hizmet Sağlayıcı Kuruluşlar başlığı adı altında bulunan 24. maddede düzenlenmiştir. Bu maddenin ilk fıkrası şu şekildedir: "Medya hizmet sağlayıcılar, koruyucu sembol sistemi kullanarak, izleyicileri program hizmetlerinin içeriği hakkında sesli veya yazılı olarak bilgilendirir."[61]

Bu uygulamanın ana amacı çocukları ve gençleri cinsellik, şiddet, kötü alışkanlıklar, madde bağımlılığı ve kötü dil kullanımı gibi olumsuz örnek oluşturabilecek davranışları bünyesinde barındıran yayınlara karşı korumaktır.[62] Bu tarz olumsuz öğeler içeren yayınlar çocuklar ve gençler üzerinde şu gibi olumsuz etkileri oluşturmaktadır:[63] Şiddet içerikli yayınları takip eden çocuklar ve gençler zamanla şiddeti kanıksamakta ve bu tarz yayınlara karşı duyarsızlaşmaktadırlar. Ayrıca, çocukların ve gençlerin daha fazla saldırganlaşmasına sebep olan şiddet içerikli yayınlar, onlarda düşmanlık duygusunun artmasına da neden olmaktadır. Korkutucu öğeler barındıran yayınlar, çocukların ve gençlerin dünyanın tehlikeli bir yer olduğunu düşünmelerine sebep olmaktadır. Buna ek olarak, korkudan etkilenen bir çocuğun daha kolay bir şekilde incinebilmesi de mümkün olmaktadır. Cinsellik içeren yayınlar çocukların ve gençlerin cinsellik hakkında yanlış bilgilendirilmelerine yol açabilmektedir. Ayrıca, cinsellik barındıran yayınlarda bulunan davranışlar çocukların utanmalarına ve huzursuz olmalarına neden olmaktadır. Çocuklar ve gençler tarafından rol modeli olarak görünen bir karakterin yapmış olduğu her türlü olumsuz davranışın bu karakteri rol modeli olarak benimseyenler tarafından taklit edilme ihtimali bulunmaktadır. Bu tarz olumsuz

---

[61] a.g.e., s. 23.
[62] RTÜK, Akman'a Hollanda'dan Akıllı İşaretler Plaketi: http://www.rtukisaretler.gov.tr/RTUK/index.jsp (24.08.2010)
[63] RTÜK, Ferhunde Öktem, Melike Sayıl ve Sevilay Çelenk Özen, "Akıllı İşaretler Sınıflandırma Sistemi", *Kodlayıcı Uygulama Rehberi*, Ankara, 2006, s. 6-7.

öğeleri bünyesinde barındıran yayınlar çocukların ve gençlerin kimlik oluşumuna olumsuz yönde etki edebilmektedir.

2.4.1.1. Koruyucu Sembollerin Oluşturulma Evresi

Koruyucu Semboller, televizyon yayınlarının çocuklar ve gençler üzerindeki olumsuz etkileri düşünülerek toplumun ihtiyaçları doğrultusunda RTÜK tarafından oluşturulmuştur. Bu proje, RTÜK bünyesinde oluşturulan bir komisyon tarafından yürütülmüştür. Bu komisyonda, uzmanlar ile üniversitelerin psikoloji ve iletişim fakülteleri ile tıp fakültelerinin ergen ve ruh sağlığı bölümlerinden öğretim üyeleri yer almıştır. Bu komisyon, yayınlarda kullanılacak olan sembollerin özelliklerini hem içerik, hem de yaş kıstaslarına göre sınıflandırmıştır. Bu projede Hollanda Hükümeti tarafından Avrupa Birliği üyelik kriterlerinin yerine getirilmesinde aday ülkelere yardımcı olmak amacıyla oluşturulan MATRA-Katılım Öncesi Projeler Programı çerçevesinde bir fon kullanılmıştır.[64]

2.4.1.2. Koruyucu Sembollerin Özellikleri

Koruyucu Semboller, yaş grubuna göre dört, içerik grubuna göre üç sembolden oluşmaktadır. Buna göre koruyucu semboller yaş grubuna göre şu şekilde tasnif edilmiştir: Bütün izleyicilerin izleyebileceği genel izleyici, 7 yaş ve üzeri izleyicilerin izleyebileceği 7+, 13 yaş ve üzeri izleyicilerin izleyebileceği 13+ ve 18 yaş ve üzeri izleyicilerin izleyebileceği 18+ sembolleri kullanılmaktadır. İçerik olarak ise şiddet ve/veya korku içeren yayınlar için bir sembol, cinsellik içeren yayınlar için bir sembol ve son olarak da olumsuz örnek oluşturabilecek yayınlar için başka bir sembol kullanılmaktadır. Söz konusu bu semboller aşağıdaki gibidir:[65]

---

[64] RTÜK, *Televizyon Yayınlarında Şiddet Konulu İlköğretim Öğrencileri Arası Kompozisyon Yarışmasında Ödüle Layık Görülen Eserler*, Ankara, 2006, s. 202.
[65] Koruyucu Semboller: http://www.rtuk.org.tr/images/AkilliIsaretlerUygulamaEsasveIlkeleri.pdf (19.12.2011)

İşaret	Anlamı
	Genel izleyici kitlesi
	7 yaş ve üzeri için uygun
	13 yaş ve üzeri için uygun
	18 yaş ve üzeri için uygun
	Cinsellik içerir
	Şiddet ya da korku içerir
	Olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar içerir

Şekil 3: Koruyucu Semboller

2.4.1.3. Koruyucu Sembollerin Kullanımı

Bir program için belirlenen yaş sembolünün yanında bir veya birden fazla içerik sembolü kullanılabilmektedir. 7+ sembolü kullanılması gereken programlar günün her saatinde yayınlanabilmektedir. 13+ sembolü kullanılması gereken programların 21:30–05:00 saatleri arasında yayınlanması gerekirken, 18+ sembolü kullanılması gereken programların 24:00–05:00 saatleri arasında yayınlanması gerekmektedir. Programın jeneriği başlamadan önce, sistem tarafından o program için verilen sembollerin tümü, içerdiği anlamlarla birlikte, yazılı olarak okunabilecek şekilde, en az 5 saniye boyunca tam ekran olarak yayınlanmalıdır. Program jeneriğinden sonra ve program içindeki her kesintinin ardından, kullanılması gereken koruyucu semboller en az 15 saniye boyunca ekranın üst köşesinde yer almalıdır.

Programda 13+ veya 18+ sembollerin kullanılması gerekliyse, bu sembollerin tüm program boyunca ekranın üst köşesinde yayınlaması öngörülmektedir.[66]

Koruyucu Sembollerin yayınlanacak olan programa göre oluşturulması, medya hizmet sağlayıcıların görevlendirdiği ve sistem hakkında önceden eğitilmiş sertifika sahibi kodlayıcılar tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu kişiler, yayınlanması düşünülen programı izledikten sonra kendilerine verilen şifreyle RTÜK'ün oluşturmuş olduğu http://www.rtukisaretler.gov.tr/RTUK/index.jsp bağlantılı resmi internet sitesine giriş yapmaktadırlar. Bunun akabinde bu sistemde yer alan RTÜK Kodlama Formuna ulaşarak formda yer alan soruları cevaplamaktadırlar. Verilen cevapların ardından bu uygulamaya tabi tutulan programda gerek içerik, gerekse yaş bakımından hangi sembollerin kullanılması gerektiğini sistem otomatik olarak belirlemektedir. Bu belirlemenin ardından medya hizmet sağlayıcının söz konusu programa uygun olan koruyucu sembolleri kullanması beklenmektedir.[67]

2.4.1.4. Koruyucu Sembollerin Fonksiyonu

Koruyucu semboller vasıtasıyla bir programın hangi saatte yayınlanmasının daha uygun olacağına karar verilebilmektedir. Ayrıca, bu semboller aracılığıyla yayınlanan bir programın hangi izleyici kitlesine hitap ettiği de anlaşılmaktadır. Böylece ebeveynler yayınlan bir programın çocukları için uygun olup olmadığını kolaylıkla denetleyebilmektedirler.

2.4.2. Medya Okuryazarlığı Resmi İnternet Sitesi

Medya okuryazarlığına ilişkin Türkiye'de faaliyet gösteren en önemli internet sitesi http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/'dir. Bu internet sitesinde gerek medya

[66] Akıllı İşaretler Uygulama Esas ve İlkeleri: http://www.rtuk.org.tr/images/AkilliIsaretlerUygulamaEsasveIlkeleri.pdf (19.12.2011)
[67] Akıllı İşaretler Resmi İnternet Sitesi: http://www.rtukisaretler.gov.tr/RTUK/index.jsp (08.11.2010)

okuryazarlığı gerekse Medya Okuryazarlığı dersi hakkında çeşitli materyaller ve bilgiler yer almaktadır. Bunların arasında medya okuryazarlığı hakkında bilgilendirici yazılar, çeşitli araştırmalar ve medya okuryazarlığına yönelik gerçekleştirilen yayınlar yer almaktadır. Ayrıca internet sitesinde ebeveynlere, medya çalışanlarına, öğrencilere ve öğretmenlere yönelik ayrı ayrı düzenlenmiş bölümler de bulunmaktadır.

İnternet sitesi şu şekilde tasarlanmıştır: Bu sitede, RTÜK Başkanı ile Milli Eğitim Bakanı'nın medya okuryazarlığına ilişkin mesajları yayınlanmaktadır. Sayfanın üst tarafında yer alan bölümde çeşitli başlıklar ve bu başlıkların altında da alt başlıklar yer almaktadır. Buradaki ilk ana başlık "Medya Okuryazarlığı" başlığıdır. Bu başlığın altında medya okuryazarlığı tarihçesi hakkında bilgi verilmektedir. Buna ek olarak, medya okuryazarlığının gerekliliğini açıklayan bir alt başlık da yer almaktadır. İkinci ana başlık ise "Araştırmalar"dır. Bu başlığın altında RTÜK tarafından gerçekleştirilen çeşitli kamuoyu araştırmalarına yer verilmiştir. "Yayınlar" isimli üçüncü ana başlığın altında ise medya okuryazarlığı ve medya hakkında düzenlenmiş olan yayınlara yer verilmektedir. "Çocuk Eğitimi" isimli dördüncü ana başlıkta ise, çocuk yetiştirmede dikkat edilmesi gereken hususlar ele alınmakta ve ebeveynlere çeşitli tavsiyelerde bulunulmaktadır. "Çocuk Hakları" isimli beşinci ana başlıkta çocuklara yönelik düzenlenmiş olan mevzuatlara yer verilmektedir. Diğer ana başlıklar ise çeşitli fotoğraf ve videoların yer aldığı "Görsel Galeri", "Görüş ve Öneriler" ile "İletişim"dir.

Medya okuryazarlığının internet sitesinin sol bölümünde yer alan sütunda dört adet ana başlık bulunmaktadır. Yetişkinler, öğretmenler, öğrenciler ve medya çalışanları için hazırlanan bu dört ana başlıkta medya okuryazarlığıyla ilgili çeşitli materyaller bulunmaktadır. İnternet sitesinde sunulan bu materyallerin bir kısmı istenildiği takdirde ilgilileri tarafından bilgisayarlarına indirilebilmektedir. Yetişkinlere yönelik hazırlanan ana başlıkta yukarıda bahsi geçen çocuk eğitimi başlıklı bölüm yer almaktadır. Buna ek olarak, Unesco tarafından ebeveynlere yönelik hazırlanan el kitabı da bu bölümde yayınlanmaktadır. Ayrıca bu bölümde

internet güvenliğini sağlamayı amaçlayan bir bilgisayar programı da ebeveynlerin hizmetine sunulmaktadır.

Öğretmenlere yönelik hazırlanan ana başlıkta, Medya Okuryazarlığı dersinin yazılı materyalleri yer almaktadır. Ayrıca, öğretmenlerin derste kullanımına yönelik projelerin ve etkinliklerin paylaşıldığı bir bölüm de yer almaktadır. Öğrenciler için hazırlanan ana başlıkta ise, Unesco tarafından öğrenciler için hazırlanan el kitabının yanı sıra öğrencilere faydalı olacağı düşünülen çeşitli internet bağlantıları yer almaktadır. Ayrıca, RTÜK tarafından hazırlanan Geleneksel Çocuk Oyunları ile Avrupa Konseyi tarafından hazırlanan Vahşi Orman Ağacı isimli oyun yer almaktadır. Medya çalışanları için hazırlanan bölümde Unesco'nun medya çalışanlarına yönelik hazırlamış olduğu el kitabı yayınlanmaktır. Ayrıca bu kısımda, medya çalışanlarının çocuklarla ilgili konularda ne şekilde davranmaları gerektiğini anlatan bir metin de yer almaktadır. Bunlara ek olarak, 3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun ile I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı'da bu kısımda medya çalışanlarıyla paylaşılmaktadır.

İnternet sitesinin alt kısmında ise "Medya Okuryazarlığı Tanıtım Filmi", "10 Soruda Medya Okuryazarlığı", "Akıllı İşaretler, Çocuk ve Televizyon", RTÜK Çocuk Sitesi'ne bağlantı ile "Etkinlikler ve Duyurular" yer almaktadır.

2.4.3. RTÜK Çocuk Resmi İnternet Sitesi

RTÜK tarafından çocuklara yönelik hazırlanan RTÜK Çocuk isimli bir internet sitesi mevcuttur. (http://www.rtukcocuk.org.tr/) Bu site aracılığıyla çocukların internette güvenli bir şekilde vakit geçirebilecekleri düşünülmektedir. Ayrıca, bu internet sitesi aracılığıyla çocukların bilgilendirilmesi de amaçlanmıştır. "RTÜK nedir?", "Akıllı işaretler" ve "Ne izleyelim" başlıklı bölümler söz konusu bilgilendirici unsurları bünyesinde barındırmaktadır.

Bir çocuk odası formatında hazırlanan internet sitesinde odadaki her eşya ayrı bir bölümü temsil etmektedir. Bu başlıklardan öne çıkanlar şunlardır: Koruyucu sembolleri temsil eden posterde bu sembollerin tanımı ve bu sembollere ait olan tanıtım filmi yer almaktadır. Çeşitli notların asılı olduğu panoda ise çocuk hakları hakkında yazılı materyaller, resim galerisi ile haber ve etkinlik duyuruları yer almaktadır. Kitaplıkta ise, "Genel Kültür", "Sözlükler" "Kitap Tanıtımı" ile "RTÜK Nedir?" başlıkları yer almaktadır. Oyuncak sepeti şeklinde tasvir edilmiş olan bölümde internetten oynanabilen çocuklara yönelik çeşitli oyunlar mevcuttur. Bir kitap şeklinde temsil edilmiş olan "TV Okuru" başlıklı bölümünde çocukların televizyon programlarıyla ilgili eleştiriler gerçekleştirmesi beklenmektedir. Televizyonda dikkat edilmesi gerekenleri izah eden "Ne İzleyelim" başlıklı bölüm bir televizyon kumandası şeklindedir. Televizyon şeklinde tasvir edilmiş olan "Arkadaşım TV" başlıklı bölümde çocukların televizyonla ilgili duygu ve düşüncelerini ve televizyonun olumlu veya olumsuz etkilerini belirtmeleri beklenmektedir. Oyuncak bir tahta atla temsil edilen "Eskiden TV" bölümünde eskiden yayınlanan televizyon programlarına ait çeşitli videolar bulunmaktadır. İstenildiği takdirde bu videoları bilgisayara indirmek mümkündür. "Özgün Öyküler" başlıklı bölümde ise, çocuklar tarafından gönderilen çeşitli öyküler yer almaktadır. Ayrıca bu bölümü ziyaret eden çocuklar bu tarz öyküler yazmaları konusunda teşvik edilmektedir. Buna ek olarak çocuklar tarafından yazılacak olan öykülerin bu bölümde yayınlanabileceğine dair bir bildirim bulunmaktadır.

2.4.4. İyi Uykular Çocuklar Projesi

RTÜK ve Televizyon Yayıncıları Derneği tarafından hazırlanan bu proje, çocukların erken yatmasını sağlayarak onların geç saatlerdeki televizyon yayınlarının olası zararlı etkilerinden korunmasını amaçlamaktadır. Ayrıca proje, bu konuda ebeveynleri daha duyarlı olmaya teşvik etmeyi de hedeflemektedir. Bu proje kapsamında akşam 21.30'dan sonra yayınlanması öngörülen üç farklı çizgi animasyon aracılığıyla çocuklara "İyi Uykular Çocuklar", "Haydi Çocuklar Uykuya" ve "Bugünlük Televizyon Yeter, Bütün Çocuklara İyi Geceler" mesajları

verilmektedir. Bu çizgi animasyonlara ek olarak, hazırlanan spot filmler aracılığıyla hem ebeveynlere hem de çocuklara uykunun önemi anlatılmaktadır.[68]

Bu projenin amacına ulaşabilmesi için ebeveynlerin proje kapsamında sunulan çizgi animasyonları ve spot filmleri dikkate almaları gerekmektedir. Ayrıca medya hizmet sağlayıcıların, bu çizgi animasyonlar ile spot filmleri düzenli bir şekilde ve uygun zamanlarda yayınlamaları, projenin amacına ulaşması açısından önemlidir.

[68] İyi Uykular Çocuklar Projesi: http://www.rtuk.gov.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=f1c09246-2671-48da-a664-f3f41de8821d (05.10.2011)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE MEDYA OKURYAZARLIĞI

Avrupa Birliği, üye ülkeler arasında ortak ekonomik, siyasi ve kültürel hedefleri hayata geçirmeye çalışan uluslararası bir yapılanma olarak öne çıkmaktadır. Birliğin, bu ortak düzenleme ve uygulamaları doğrultusunda medya okuryazarlığı da önemli bir yere sahiptir. Medya okuryazarlığı AB'de ortak bir Avrupa vatandaşlığı oluşturma amacına hizmet edecek araçlardan birisi olarak görülmektedir. Ayrıca, medya okuryazarlığı aracılığıyla yeni medya teknolojilerinin ortaya çıkardığı sorunların da çözülebileceği öngörülmektedir. Bu bağlamda, medya okuryazarlığının yaşam boyu öğrenmenin bir parçası olması gerektiği savunulmaktadır. Bunun için tüm AB üye ülkelerini kapsayacak ortak bir medya okuryazarlığı programının geliştirilmesi hedeflenmektedir.[69] Bu hedefe ek olarak medya okuryazarlığının üye ülkelerdeki yetişkinleri de kapsayacak şekilde düzenlenmesinin gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca medya okuryazarlığının çocuklara ve gençlere daha kolay ve daha etkili bir şekilde ulaşabilmesi için medya eğitiminin üye ülkelerin müfredatlarında zorunlu eğitim kategorisinde yer alması gerektiği savunulmaktadır.[70]

AB bünyesinde yer alan Avrupa Komisyonu, medya okuryazarlığıyla ilgili yukarıdaki açıklamaları destekler nitelikte çeşitli faaliyetler yürütmektedir. Avrupa'da yer alan medya okuryazarlığı çalışmalarının daha ileri seviyelere taşınabilmesi adına Komisyon tarafından Medya Okuryazarlığı Uzman Grubu (The Media Literacy Expert Group) adı altında bir grup oluşturmuştur. Bunun yanı sıra gerek Avrupa'da, gerekse dünyanın çeşitli ülkelerinde medya okuryazarlığının durumunu inceleyebilmek için yine Komisyon tarafından konusunun uzmanlarınca oluşturulan Medya Okuryazarlığı Hakkında Danışma (Media Literacy Consultation)

[69] Adnan Altun, "Tavsiye Kararları Çerçevesinde Avrupa Birliği'nin Medya Okuryazarlığı Eğitimi Vizyonu", *Yüzüncü Yıl Eğitim Fakültesi Dergis*i, Sayı:1 Cilt 8, 2011, s. 83-84.
[70] RTÜK, Medya Eğitimi Avrupa'da Zorunlu Olacak: http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/documents/moyzorunluolacak.pdf (22.10.2011)

faaliyetlerini sürdürmektedir. Komisyon ayrıca, günlük hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelen internete ayrı bir önem vermektedir. Komisyon tarafından internetin nasıl ve ne şekilde kullanılmasının yanı sıra, internette güvenliğin nasıl sağlanabilineceğine dair bilgiler sunan ve aralarında Güvenli İnternet Programı (Safer Internet Programme), Güvenlik İnternet Günü (Safer Internet Day) ve Güvenli İnternet Merkezleri'nin (Safer Internet Centers) bulunduğu çeşitli çalışmalar gerçekleştirilmektedir.[71]

Medya okuryazarlığı, Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi'nde yer almaktadır. Yönergeye göre; medya okuryazarlığı becerisine sahip olan bireylerin medyanın sunduklarını anlayabilecekleri ve sunulanlar arasından bilinçli seçimler yapabilecekleri öngörülmüştür. Böylece bireyler kendilerini ve ailelerini saldırgan ve zararlı unsurlardan daha iyi koruyabileceklerdir. Bu yüzden medya okuryazarlığının gelişiminin desteklenmesi gerekmektedir. Bu amaç doğrultusunda öğretmen ve öğrencilerin sürekli eğitilmesi, başta internet olmak üzere tüm kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik çeşitli eğitimlerin verilmesi gerektiği düşünülmüştür. Ayrıca, AB Komisyonu medya okuryazarlığı, son teknolojik gelişmeler ve medya sektörünün rekabet gücü doğrultusunda 19 Aralık 2011 tarihinden itibaren her 3 yılda bir Yönergeyi görsel-işitsel medya hizmetleri alanındaki gelişmelere uyarlamak için ilave önerilerde bulunacaktır.[72]

Bu bölümde, öncelikle tüm Avrupa'yı kapsayacak şekilde medya okuryazarlığı alanında faaliyetlerini sürdüren çeşitli teşkilatlara ve bunların medya okuryazarlığına yönelik gerçekleştirmiş oldukları çalışmalara değinilecektir. Daha sonra, aralarında medya okuryazarlığı alanında köklü bir geçmişe sahip olan ve medya okuryazarlığına yönelik pek çok teşkilatın faaliyet gösterdiği Fransa ve İngiltere, eğitim alanında oldukça başarılı politikalara sahip olan ve uluslararası düzeyde kabul gören eğitim seviyesinin belirlenmesine yönelik sınavlarda oldukça başarılı sonuçlar elde eden Finlandiya, medya eğitiminin tıpkı Türkiye'de olduğu

[71] Avrupa Komisyonu, Medya Okuryazarlığı Faaliyetleri: http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/index_en.htm (10.10.2010)
[72] AB Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:EN:PDF (11.10.2010)

gibi sadece devlet eliyle yürütüldüğü Macaristan ve medya eğitimi alanında son on yılda ciddi atılımlar gerçekleştiren Slovenya'nın bulunduğu AB ülkelerindeki medya okuryazarlığının gelişimi ve hali hazırdaki durumu incelenecektir. İncelenen bu ülkelerde medya okuryazarlığı alanında faaliyet gösteren kurum, kuruluş, organizasyon ve dernek gibi teşkilatların bu alana yönelik gerçekleştirdikleri faaliyetlere değinilecektir.

3.1. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE MEDYA OKURYAZARLIĞI ALANINDA FAALİYET GÖSTEREN TEŞKİLATLAR

Tüm AB üye ülkelerini kapsayacak şekilde medya okuryazarlığına yönelik çeşitli faaliyetlerde bulunan teşkilatlar mevcuttur. Ağırlıklı olarak çocukları ve gençleri medya okuryazarlığı konusunda bilgilendirmek ve onların medya okuryazarlığını geliştirmek için faaliyetlerini sürdüren bu teşkilatlar, bu amaca hizmet etmek için özellikle sinema, televizyon ve internet alanlarında faaliyetlerini sürdürmektedirler. Ayrıca, bu teşkilatlar gerek ebeveynlere gerekse eğitimcilere yönelik çeşitli bilgilendirici ve eğitici materyaller de sunmaktadırlar. Bu teşkilatlardan öne çıkanları şunlardır:

3.1.1. Uluslararası Çocuk, Genç ve Medya Merkezi (The International Clearinghouse on Children, Youth and Media)

Uluslararası Çocuk, Genç ve Medya Merkezi'nin amacı, çocukların ve gençlerin medya okuryazarlığı bilgisini ve medya yetkinliğini artırmaktır. Bunlara ek olarak, çocukların ve gençlerin medya konusunda daha fazla araştırma yapmaya teşvik edilmesi hedeflenmiştir.[73] Bunun için, merkez tarafından hazırlanan ve

[73] Uluslararası Çocuk, Genç ve Medya Merkezi: http://www.nordicom.gu.se/clearinghouse.php?portal=about (14.10.2010)

ağırlıklı olarak medya ile çocukların ve gençlerin ilişkisi hakkında hazırlanmış olan kitaplar internet sitesinde satılmaktadır.[74]

Uluslararası Çocuk, Genç ve Medya Merkezi tarafından Dünyada Çocuklar, Gençler ve Medya Hakkındaki Haberler (News on Children, Youth and Media in the World) isimli bir dergi yayınlanmaktadır. Bu dergide yer alan tüm yazılara internetten ulaşılabilmektedir.[75]

3.1.2. Avrupa Medya Okuryazarlığı Sözleşmesi (The European Charter for Media Literacy)

Avrupa Medya Okuryazarlığı Sözleşmesi, medya okuryazarlığıyla ilgili olan ve belirli prensipleri bünyesinde barındıran bir sözleşmenin kabul edilmesiyle üye olunan bir teşkilattır. İnternet sitesinde medya okuryazarlığıyla ilgili çeşitli bilgilerin bulunduğu bir veri tabanı mevcuttur. Ayrıca, internet sitesinde medya okuryazarlığı alanında faaliyet gösteren çeşitli kurum, kuruluş ve organizasyonların internet adresleri de yayınlanmaktadır.[76]

3.1.3. Medya İlişkili Proje (The Media Relate Project)

Bu proje, medyada yer alan sevgi ve cinsellik içerikli unsurlar hakkında bilgiler veren kaynaklar barındırmaktadır. Bu kaynaklar genelde 11–14 ve 12–15 yaş arası çocuklara göre düzenlenmiştir.[77] Bunlara ek olarak, öğretmenlerin kullanımına sunulan materyaller de mevcuttur.[78] Örneğin, medyadaki cinsellik unsurları hakkında öğretmenler için "Media Relate: Teaching Resources About The Media, Sex and Relationships for KS3" isimli bir kılavuz kitap hazırlanmıştır. Bu kitapta dört ünite

[74] Uluslararası Çocuk, Genç ve Medya Merkezi, Materyalleri: http://www.nordicom.gu.se/clearinghouse.php?portal=publ (14.10.2010)
[75] Dünyada Çocuklar, Gençler ve Medya Hakkındaki Haberler Dergisi: http://www.nordicom.gu.se/cl/publ/letter.php (14.10.2010)
[76] Avrupa Medya Okuryazarlığı Sözleşmesi: http://www.euromedialiteracy.eu/index.php (13.10.2010)
[77] Medya İlişkili Proje: http://www.mediarelate.org/ (14.10.2010)
[78] Medya İlişkili Proje, Materyaller: http://www.mediarelate.org/linkteach.htm (16.10.2010)

bulunmaktadır.[79] İlk ünite, cinsellik unsurları içeren medya görsellerinin araştırılması hakkındadır. İkinci ünitede cinsellik unsurları içeren magazin mesajları irdelenmektedir. Cinsellik içeren film ve diziler üçüncü ünitede ele alınmaktadır. Son ünite olan dördüncü ünite ise, reklam yayınlarındaki cinsellikle ilgili unsurlar hakkındadır.

3.1.4. Avrupa Çocuk Filmleri Derneği (European Children's Film Association)

Avrupa Çocuk Filmleri Derneği, çocuklara ve gençlere yönelik hazırlanan filmlerin hem içerik hem de görsellik bakımından daha kaliteli bir şekilde hazırlanmasını teşvik etmektedir. Derneğin, 23 farklı ülkeden 60'dan fazla üyesi vardır. Üyeleri arasında medya alanında faaliyetlerde bulunan yapım şirketleri ve organizasyonların yanı sıra ulusal ve uluslararası film festivalleri de bulunmaktadır.[80] Derneğin çocuklara yönelik dört projesi vardır. Bu projeler şunlardır: Çocuklar için film yapımcılığı, çocuk film festivalleri, çocuk film dağıtımı ve medya eğitimi.[81] Medya eğitimi başlıklı projenin internet sitesinde medya okuryazarlığı, çocukların medyadaki rolü ve çocukların medya için önemi hakkında yazılar yer almaktadır.[82]

3.1.5. Uluslararası Çocuk Bağlantı Ağı (Childnet International)

Uluslararası Çocuk Bağlantı Ağı, interneti çocuklar için daha güvenli bir yer haline getirmeyi kendine amaç edinmiştir.[83] Bu ağın internete yönelik ödüller kazanmış çeşitli projeleri mevcuttur.[84] Bu projelerden bazıları şunlardır:

---

[79] Jenny Grahame, Sara Bragg ve Kate Oliver, *Media Relate: Teaching Resources About The Media, Sex and Relationships for KS3*, English and Media Center, London, 2005, s. 3.
[80] Avrupa Çocuk Filmleri Derneği Üye Listesi: http://www.ecfaweb.org/members.htm (17.10.2010)
[81] Avrupa Çocuk Filmleri Derneği, Çocuk Projeleri: http://www.ecfaweb.org/projects.htm (17.10.2010)
[82] Avrupa Çocuk Filmleri Derneği, Medya Eğitimi Projesi: http://www.ecfaweb.org/projects/education/index.htm (17.10.2010)
[83] Uluslararası Çocuk Bağlantı Ağı: http://www.childnet-int.org/about/ (19.10.2010)
[84] Uluslararası Çocuk Bağlantı Ağı, Projeler: http://www.childnet-int.org/projects/ (19.10.2010)

3.1.5.1. Hepsini Bil (Know It All)

Hepsini Bil, internet sitesi aracılığıyla çocuklara, gençlere, ebeveynlere ve öğretmenlere güvenli internet kullanımı hakkında bilgi vermeyi amaçlamaktadır. Bu amaca hizmet etmek için internet sitesinde yukarıda bahsi geçen her bir sınıflandırma için ayrı çalışmalar hazırlanmıştır.[85] Örneğin, ebeveynler için hazırlanan bölümde Sumih Bose isimli bir televizyon sunucusu tarafından sunulan, çocukların internet kullanımıyla ilgili çeşitli bilgiler içeren, sekiz klip yer almaktadır. Bu kliplere ek olarak bilgisayar ve internet alanında kullanılan terimlerin yer aldığı bir sözlük bulunmaktadır.[86]

3.1.5.2. Jenny'nin Hikâyesi (Jenny's Story)

Jenny'nin Hikâyesi, gerçek hayattan esinlenerek hazırlanan bir filmdir. Jenny, internette tanımadığı kişilerle sohbet etmekte ve gerçekleştirmiş olduğu bu sohbetler sırasında şahsi bilgilerini karşısındakilerle paylaşmaktadır. Filmde, Jenny'in şahsi bilgilerini paylaştıktan sonra yaşadığı sorunlar ele alınmaktadır. Filmin resmi internet sitesinde filmin çekim aşamaları, basın bildirisi ve film ile ilişkilendirilmiş ders materyallerine ulaşmak mümkündür.[87]

3.1.5.3. Yeni Mobil Servisleri (New Mobile Services)

Yeni Mobil Servisleri'nin internet sitesinde her geçen gün yaygınlaşan cep telefonlarının çocuklar tarafından nasıl kullanılması gerektiği hakkında bilgiler verilmektedir. Ayrıca çocukların cep telefonu kullanımı konusunda ebeveynlere düşen görevler izah etmektedir.[88]

---

[85] Hepsini Bil: http://www.childnet-int.org/kia/about/ (19.10.2010)
[86] Hepsini Bil, Ebeveynler Bölümü: http://www.childnet-int.org/kia/parents/CD/default.aspx?id=Pres1 (19.10.2010)
[87] Jenny'nin Hikâyesi: http://www.childnet-int.org/jenny/index.html (19.10.2010)
[88] Yeni Mobil Servisleri: http://www.childnet-int.org/mobiles/default.aspx (19.10.2010)

3.1.5.4. Müzik ve İnternet (Music & The Internet)

Müzik ve İnternet, ebeveynlere ve öğretmenlere yönelik hazırlanan bir kılavuzdur. Bu kılavuzda gençlerin internetin olduğu her yerde müzik dinleyebilecekleri ve internet aracılığıyla müzik indirebilecekleri vurgulanmıştır. Kılavuzda, ebeveynlere ve öğretmenlere bu konu hakkında açıklayıcı bilgiler verilmektedir.[89]

3.1.6. Avrupa Çevrimiçi Çocuklar (EU Kids Online)

2006 yılında başlayan bir araştırma projesidir. Bu projenin amacı çocukların internet ve yeni kitle iletişim araçlarını güvenli bir şekilde kullanabilmelerini sağlamaktır. Projenin ilk evresi 2009 yılında tamamlanmış olup, bu ilk evrenin bitiminde 21 AB üyesi ülkenin internet kullanımıyla ilgili verilerin sunulduğu bir rapor hazırlanmıştır. Türkiye'nin de yer aldığı programın ikinci evresinde 20'den fazla Avrupa ülkesinde internet kullanan 9–16 yaş arası çocuklar ve bunların ebeveynleriyle yüz yüze görüşmelerin gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır.[90]

3.2. FİNLANDİYA

2011 yılı itibariyle nüfusu 5.375.276 kişiden oluşan Finlandiya'da[91] 15 yaş ve üzeri insanların % 99'u okuma yazma bilmektedirler. Yine 2006 yılına ait olan verilere göre Finlandiya'daki evlerin % 97'sinde en az bir adet televizyon bulunmaktadır. Ülkede hafta içi günlük 1 saatten az televizyon izleme oranı % 26, 1–3 saat arası televizyon izleme oranı % 60 ve 3 saatten fazla televizyon izleme oranı % 14'dür. Ayrıca yine hafta içi günlük 1 saatten az radyo dinleme oranı % 60, 1–3

[89] Müzik ve İnternet: http://www.childnet-int.org/music/index.html (19.10.2010)
[90] Avrupa Çevrimiçi Çocuklar: http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EUKidsII%20(2009-11)/home.aspx (21.10.2010)
[91] Finlandiya'nın Nüfusu: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&language=en&pcode=tps00001&tableSelection=1&footnotes=yes&labeling=labels&plugin=1 (10.11.2011)

saat arası radyo dinleme oranı % 21 ve 3 saatten fazla radyo dinleme oranı % 19'dur.[92] Finlandiya'da nüfusun yaklaşık olarak % 85'i internet kullanmaktadır.[93] Bu veriler ışığında, Finlandiya'da kitle iletişim araçlarının kullanımının yaygın olduğu görülmektedir. Özellikle, internet kullanım oranının dikkat çekici boyutlarda yüksek olduğu ülkede, bu kitle iletişim araçlarının etkili ve verimli bir şekilde kullanılmasının öğrenilmesi ve bu araçların sunduğu zararlı içeriklerden korunulması açısından medya okuryazarlığı büyük önem taşımaktadır. Ülkede Fince dersinin içinde yer alan medya okuryazarlığına yönelik ilk çalışmalar 1950'li yıllarda gerçekleştirilmiştir.

3.2.1. Finlandiya'da Medya Okuryazarlığı

Finlandiya'da medya eğitimiyle ilgili ilk çalışmalar 1954 yılında Helge Miettunen tarafından gerçekleştirilmiştir. Miettunen göre görsel-işitsel eğitimin görevi, insanların sanat ve eğlence arasındaki farkı ayırt edebilecek bir beceriye sahip olmalarını sağlamaktadır. 1950'lerde Finlandiya'da kitle iletişim araçlarının eğitim aracı olarak sınıflarda kullanımına başlanmıştır. Birçok yerleşim yerinde görsel-işitsel merkezler kurulmuştur. Bu merkezlerde eğitici öğeler barındıran filmler gösterilmiştir. Bu eğitici filmlere ek olarak bu merkezlerde, görsel-işitsel yayıncılıkta kullanılan araç gereçler sergilenmiş ve bu araç gereçlerin nasıl çalıştığına dair bilgiler ziyaretçilere sunulmuştur.[94]

1956'da resmi olarak kurulan Finlandiya Televizyonu (Finnish Television) yayın hayatına başladığında Mannerheim Çocuk Sağlığı Kuruluşu'na (Mannerheim League for Child Welfare) medya eğitimiyle ilgili çalışma yapıp yapmayacağı sorulmuştur. Söz konusu kuruluş çocuklara yönelik televizyon programlarının ve

[92] European Commission, Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe Country Profile Finland, s. 15. http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/studies/country/finland.pdf (02.08.2010)
[93] Finlandiya'da İnternet Kullanım Oranı: http://www.internetworldstats.com/stats4.htm (10.11.2011)
[94] Reijo Kupiainen, Sara Sintonen ve Juha Suoranta, *Decades of Finnish Media Education*, Publications of the Finnish Association on Media Education, Tampere, 2008, s. 6.

filmlerinin içerik bakımından incelenmesi ve çocuklar için eğitim programlarının hazırlanması amacıyla bir merkez kurmuştur.[95]

1964 yılında Finlandiya Gazeteciler Cemiyeti (Finnish Newspapers Association) tarafından öğretmenler için gazetecilik hakkında eğitim semineri düzenlenmiştir. Minkkinen'in 1969 yılındaki eğitim müfredatında medya eğitimin yer almasına dair söylemleri kabul görmüş ve bunun üzerine 1972 yılında hazırlanan müfredatta bu yönde değişiklikler yapılmıştır.[96]

Finlandiya'da televizyon yayıncılığında ilk müzik kanalı, 1980'de yayın hayatına başlamıştır. Ayrıca, teknolojinin gelişmesi ve teknolojik cihazların ucuzlaması sayesinde film yapım maliyetleri düşmüştür. Artık gençler arasında eğlence amaçlı film yapımı yaygınlaşmaya başlamış olup, tıpkı müzik kanalları gibi gençlerin üzerinde doğrudan etki yaratabilecek unsurlar da bu sebeplerden dolayı artmaya başlamıştır. Bu etkileri olumlu bir yöne çekebilmek için çeşitli organizasyonlar düzenlenmeye başlamıştır. Örneğin, 1980'lerde Film ve Televizyon Eğitim Merkezi (Center for Film and Television Education) tarafından 20 yaş altı gençler için film festivali organize edilmiştir.[97]

1990'larda ise kitle iletişim araçları eğitimi izleyicinin aktif rol almasına odaklanmıştır. Okullarda film yapımı ve film gösterimi yaygınlaşmıştır. Artık film medya eğitiminde hem bir konu hem de bir araç konumundadır. 1996 yılına gelindiğinde ise, okullarda film eğitimi için okul sinemaları kurulmaya başlanmıştır. Ülkede bulunan tüm sinemacılar ve sinema dağıtım firmaları bu aktiviteye katılmayı taahhüt etmişlerdir. Burada amaç en azından yılda bir kez olmak kaydıyla öğrencilerin sinema salonlarını ziyaret etmeleridir. Bu ziyaretin ardından öğrenciler ve öğretmenleri sınıfta bu deneyimlerini tartışmanın yanı sıra, görülen filmin metinsel çözümlemesini gerçekleştirmektedirler.[98]

---

[95] a.g.e., s. 7.
[96] a.g.e., s. 9.
[97] a.g.e., s. 13.
[98] Anniina Lundvall, *Finnish Media Education Policies*, Finnish Society on Media Education, Lisalmi, 2009, s. 16.

2004 yılında hazırlanan müfredatta medya eğitimi terimi yerini medya okuryazarlığı terimine bırakmıştır. Söz konusu bu müfredatta, modern bilgi toplumunun birer üyesi olacak öğrencilerin yetiştirilmesi hedeflenmiş ve bu hedefe ulaşmak için de bilgisayarın ve internetin kullanımının sağlanması ve yaygınlaştırılması amaçlanmıştır.[99]

Günümüzde Fince dersinin içinde yer alan medya okuryazarlığı eğitiminde 1. ve 2. sınıfların okuma ve yazma becerilerinin geliştirmesinin yanı sıra, iletişim becerilerinin de geliştirilmesine yönelik uygulamalar mevcuttur. Burada öğrencilerden beklenen, kendi yaşlarına yönelik hazırlanan programları takip edebilmeleridir. 3, 4 ve 5. sınıflarda öğrencilere medya hakkında temel bilgiler verilmektedir. Bu grupta yer alan öğrencilerden neyin kurgusal, neyin gerçek olduğunu ayırt edebilmeleri beklenmektedir. Ayrıca öğrencilerden kitle iletişim araçlarını, amacına uygun bir şekilde kullanmaları beklenmektedir.[100]

6. sınıftan 9. sınıfa kadar olan öğrencilere medya aracılığıyla iletilen metinleri uygun bir şekilde okuyabilmeleri öğretilmektedir. Öğrenciler, öğretmenleri tarafından bu metinleri okumaları ve değerlendirmeleri için cesaretlendirilmektedirler. Burada öğrencilerden medyanın gücü hakkında bilgi sahibi olmaları beklenmektedir.[101]

Medya okuryazarlığına yönelik derslerin verimli ve faydalı bir şekilde geçmesi için öğretmenlerin de kişisel çabası ve gayreti önem arz etmektedir. Öğretmenlerin çeşitli sınıf içi ve sınıf dışı faaliyetler aracılığıyla çocukları motive etmeleri de gerekmektedir. Öğretmenlerin bu konuda eğitilmesi ve geliştirilmesi için üniversiteler tarafından çeşitli destekleyici kurslar ve programlar geliştirilmektedir. Örneğin, Finlandiya Eğitim Bakanlığı (Ministry of Education) ve Lapland Üniversitesi (University of Lapland) tarafından gerçekleştirilen ve medya okuryazarlığı alanında öğretmenleri eğiten bir kurs düzenlenmektedir. Ayrıca Tampere Üniversitesi'nde (University of Tampere) yer alan Basın ve Kitle İletişim

[99] Reijo Kupiainen, Sara Sintonen ve Juha Suoranta, 2008, s. 16
[100] a.g.e., s. 17.
[101] a.g.e., s. 17.

Bölümü'nde (Department of Journalism and Mass Communication) medya eğitimi üzerine araştırmalar yapılmaktadır.[102]

3.2.2. Finlandiya'da Medya Okuryazarlığı Alanında Faaliyet Gösteren Teşkilatlar

Finlandiya'da medya eğitimi okullarda ilköğretim seviyesinde verilmektedir. Fince dersinin içine yerleştirilmiş olan medya eğitimi birinci sınıfta başlamakta ve dokuzuncu sınıfa kadar devam etmektedir. Eğitim alanında başarılı politikalar yürüten Finlandiya, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development) tarafından gerçekleştirilen ve tüm dünyada saygın bir konuma sahip olan "Uluslararası Öğrenci Başarısını Belirleme Programı"nda (Program for International Student Assessment: PISA) dünyanın önde gelen ülkeleri arasında gösterilmektedir.[103] Ülkede medya eğitimi Fince dersi içinde verilmekle birlikte, bu eğitimi destekleyecek pek çok faaliyet ve proje gerçekleştirilmektedir. Bu faaliyetler ve projeler aracılığıyla medya eğitiminin toplumun tüm kesimine ulaştırılması hedeflenmektedir. Finlandiya'da medya eğitimi alanında kamu kurumları ve özel sektör tarafından desteklenen ve yürütülen faaliyetler aşağıda açıklanacaktır.

3.2.2.1. Kanguru (Kenguru)

Finlandiya'da ilk ve orta dereceli okul öğretmenlerine yönelik hazırlanan Kanguru isimli internet sitesi Finlandiya Ulusal Eğitim Komitesi (Finnish National Board of Education) tarafından desteklenmektedir. Bu internet sitesinde dört adet ana başlık yer almaktadır. Bu başlıklar bilgi iletişim teknolojileri, öğrenme ve öğretme,

[102] a.g.e., s. 18.
[103] Finlandiya'nın Uluslararası Öğrenci Başarısını Belirleme Programı'ndaki Konumu: http://www.meb.gov.tr/duyurular/duyurular/pisa/pisaraporu.htm (06.10.2011)

istihbarat becerileri ve medya eğitimidir.[104] Medya eğitimi başlıklı bölümde güvenli internet kullanımına yönelik bilgiler sunulmaktadır.[105]

3.2.2.2. Öğretmen TV (Opettaja TV)

Öğretmen TV'de, öğretmenlerin mesleki gelişimine katkıda bulunmak ve ders içi etkinliklerde kullanılmak amacıyla internet sitesinde videolar yayınlanmaktadır. Medya okuryazarlığıyla ilgili yayınlanan videolar arasında film yapımcılığı, fotoğrafçılık, televizyon ve radyo yayınları hakkında bilgiler veren videolar yer almaktadır. Bu videolara ek olarak, öğrenciler tarafından sınıf içi etkinliklerde hazırlanmış olan çeşitli animasyon ve kısa filmler örnek oluşturması amacıyla internet sitesinde yayınlanmaktadır.[106]

3.2.2.3. Duyu Projesi (Tunne Project)

Duyu projesi, sadece çocukların ve gençlerin değil tüm Finli ebeveynlerin başta internet olmak üzere tüm iletişim teknolojilerini güvenli ve bilinçli bir şekilde kullanabilmelerini amaçlamaktadır. Bu projede esas hedef kitle 11–16 yaş arası çocuklar ve bu çocuklar aracılığıyla ebeveynler ve öğretmenlerdir. Avrupa Komisyonu Güvenli İnternet Programı (Safer Internet Programme of the European Commission), Finlandiya Ulaştırma ve İletişim Bakanlığı (Ministry of Transport and Communications Finland) ve Nokia'nın büyük ölçüde mali desteği ile hazırlanan proje, 2006 yılında başlamış ve 2007 yılında sona ermiştir.[107]

Projenin bitiminde projeyle ilgili düzenlenen rapora göre, Nisan 2006 ve Ekim 2007 tarihleri arasında 695 yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiş olup, proje kapsamında 24110 öğrenciye, 1430 öğretmene ve 5180 ebeveyne ulaşılmıştır.

[104] Kanguru: http://www2.edu.fi/kenguru/fi/ (11.08.2010)
[105] Kanguru, Medya Eğitimi: http://www2.edu.fi/kenguru/fi/ (11.08.2010)
[106] Öğretmen TV: http://opettajatv.yle.fi/inenglish (13.08.2010)
[107] *Internet Safety for Youth: Tunne Final Report*, Mannerheim League for Child Welfare, Miktor, 2007, s. 4.

Öğrencilere toplamda 309 ders verilirken, 260 aile gecesi düzenlenmiş, 50 öğretmen eğitici seminer organize edilmiştir.[108]

Proje kapsamında verilen eğitimlerin ana başlıkları; güvenli ve sorumlu bir şekilde internet kullanımı, internet ortamında mahremiyet, internette yer alan bilgilere karşı eleştirel yaklaşım kazanmak ve popüler olan internet sitelerinde yer alan gizli tehlikelerdir. Bunlara ek olarak, ebeveynlerin çocuklarıyla internet kullanımı hakkında ne şekilde konuşabileceklerine dair öneriler sunan diyaloglar da yer almaktadır.[109]

3.2.2.4. Medya Pusulası (Media Compass)

Medya Pusulası, Finlandiya'da kamu yayıncılığı alanında faaliyetlerini sürdüren Finlandiya Yayıncılık Kuruluşu (Yleisradio) bünyesinde görev yapmaktadır. Medya pusulasının internet sitesinde medya eğitimi hakkında çeşitli veriler yer almaktadır.[110] İnternet sitesinde 0–3 yaş arası çocuklar, 4–6 yaş arası çocuklar, 7 yaş ve 7 yaş üzeri çocuklar, ebeveynler, yetişkinler ve öğretmenleri için ayrı ana bölümler yer almaktadır.[111] Bu bölümlerden 7 yaş ve 7 yaş üzeri çocuklar için hazırlanan bölümde, bu yaş kategorisi için medya ve medya okuryazarlığı kavramları açıklanmakta ve medya iktidar ilişkisi hakkında bilgiler verilmektedir. Bunlara ek olarak internet sitesinde dijital fotoğraf çekimi, internet sitesi hazırlama, animasyon ve bilgisayar oyunları hakkında da eğitici bilgiler veren yazılar yer almaktadır.[112] Ebeveynler için hazırlanan bölümde ise, reklamlar, bilgisayar oyunları ve internet hakkında bilgiler verilmektedir. Reklamlarla ilgili olan kısımda reklam

[108] a.g.e., s. 7.
[109] a.g.e., s. 5.
[110] European Commission, Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe Country Profile Finland, s. 11. http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/studies/country/finland.pdf (14.08.2010)
[111] Medya Pusulası: http://mediakompassi.yle.fi (15.08.2010)
[112] Medya Pusulası, 7 Yaş ve 7 Yaş Üzeri Çocuklar Bölümü: http://mediakompassi.yle.fi/7-luokkalaiset (15.08.2010)

çocuk ilişkisi hakkında bilgi verilirken, internetle ilgili olan kısımda internetin çocuklar için her zaman güvenilir bir alan olmadığı vurgulanmaktadır.[113]

3.2.2.5. Medya Otobüsü (Media Bus)

Medya Otobüsü isimli proje aracılığıyla medya okuryazarlığı eğitiminin Finlandiya'nın uzak bölgelerine daha kaliteli bir şekilde ulaştırılması hedeflenmektedir. Buradaki amaç medya otobüsünü okullarına davet eden öğrenci ve öğretmenlere uzmanlar tarafından medya okuryazarlığı hakkında bilgiler vermektir. Ücretsiz olan bu uygulamada on iki paket medya eğitim programı bulunmaktadır. Medya okuryazarlığı hakkında bilgi almak isteyenler tarafından seçilen bu paket eğitimlerde öne çıkan başlıca başlıklar şunlardır: Animasyon, belgesel, sinema, ses ve ışık kullanımı, oyun dünyası, gazetecilik, programcılık ve fotoğrafçılık. 2006 yılına ait olan verilere göre medya otobüsü 30'dan farklı yerde 52 okulu ziyaret etmiş ve yaklaşık olarak 3500 öğrenci ile 100'e yakın öğretmene hizmet vermiştir.[114]

3.3. FRANSA

2011 yılı verilerine göre Fransa'nın nüfusu 65.075.373'dir.[115] 2004 yılına ait olan verilere göre 15 yaş ve üzeri kişilerin okuma yazma bilme oranı % 99'dur. 2006 yılındaki verilere göre ise, ülkedeki evlerin % 96'sında en az bir televizyon bulunmaktadır. Ülkede hafta içi günlük ortalama 1 saatten az televizyon izleme oranı % 21, 1–3 saat arası televizyon izleme oranı % 56 ve 3 saatten fazla televizyon izleme oranı % 23'tür. Yine 2006 yılına ait olan verilere göre ülkede hafta içi günlük ortalama 1 saatten az radyo dinleme oranı % 58, 1–3 saat arası radyo dinleme oranı

[113] Medya Pusulası, Ebeveynler Bölümü: http://mediakompassi.yle.fi/vanhemmat (15.08.2010)
[114] European Commission, Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe Country Profile Finland, s. 11. http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/studies/country/finland.pdf (15.08.2010)
[115] Fransa'nın Nüfusu: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&language=en&pcode=tps00001&tableSelection=1&footnotes=yes&labeling=labels&plugin=1 (10.11.2011)

% 25 ve 3 saatten fazla radyo dinleme oranı % 17'dir. [116] Fransa'da toplam nüfusun yaklaşık olarak % 70'i internet kullanmaktadır.[117] Bu verilere göre, Fransa'da etkin bir şekilde kullanıldığı tespit edilen kitle iletişim araçları tarafından iletilenlerin olası zararlı içeriklerden başta çocuklar ve gençler olmak üzere tüm medya takipçilerinin korunması gerekmektedir. Ayrıca, kitle iletişim araçlarının en iyi ne şekilde kullanılabileceğinin de öğrenilmesi gerekmektedir. Bu amaç doğrultusunda önem kazanan ve Fransa'da köklü bir geçmişe sahip olan medya okuryazarlığı müfredatta çeşitli derslerin içinde yer almaktadır.

3.3.1. Fransa'da Medya Okuryazarlığı

Medya eğitimi alanında köklü bir geçmişe sahip olan Fransa'da 1920'li yıllarda Paris'te sinema kulüpleri kurulmaya başlamıştır. Hemen akabinde 1922 yılında film eğitimi üzerine bir konferans düzenlenmiştir. Bu konferansta sinema eğitiminde üniversitelerdeki akademisyenlerin aktif bir şekilde rol alması gerektiği vurgulanmıştır. 1936 yılına gelindiğinde ise Sinema ve Gençlik (Cine-Jeunes) hareketi başlatılmıştır. Hareketin amacı, çocukları bir araya getirip filmler üzerinde tartışmalarını sağlamaktır. Böylece çocukların eleştirel düşünmelerinin sağlanması, sanatsal ve yaratıcılık becerilerinin geliştirilmesi hedeflenmiştir. II. Dünya Savaşı'nın ardından Fransa Sinema Kulüpleri Federasyonu (Federation Francaise des Cineclubs) kurulmuştur. 1952'de medya eğitimiyle ilgili öğretmenlerin bilgilendirilmesine ve eğitilmesine başlanmıştır. 1953 yılında radyo ve televizyon yayıncılığındaki gelişmeler nedeniyle Fransa Görsel-İşitsel Eğitim Birliği (Association Enseignement Audio Visuel de France) yeniden yapılandırılmıştır.[118]

1960'larda ise öğretmenler, öğrencilerine medya eğitimi hakkında daha çok bilgi vermeleri hususunda teşvik edilmeye başlanmıştır. Medya eğitimi 1960'ların ortalarında müfredatta yer bulmuştur. 1975 yılında Film Kültür Geliştirme Eğitim

[116] European Commission, Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe Country Profile France, s. 4. http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/country/france.pdf (19.07.2010)
[117] Fransa'da İnternet Kullanım Oranı: http://www.internetworldstats.com/stats4.htm (10.11.2011)
[118] Alexander Federov, *On Media Education*, ICOS UNESCO IFAP, Moscow, 2008, s. 21.

Enstitüsü (L'Institute de Formation Aux Activites de la Culture Cinematographique) kurulmuştur. Enstitü, medya eğitiminin tüm üniversitelerde yaygın bir şekilde yer almasını amaçlamaktadır. 1976'da ise medya eğitimi orta öğretimler için hazırlanan ulusal müfredatın bir parçası olmuştur. 1980'lerde ise medya eğitimine olan ilgi daha çok artmıştır. Örneğin; 1983 yılında Aktif Genç Televizyon İzleyicisi (Le Téléspectateur Actif) isimli proje aracılığıyla televizyon ve etkileri hakkında pek çok çocuk, genç ve ebeveyn bilgilendirilmiştir.[119]

Nisan 2005'de müfredatta yapılan düzenlemeyle medya eğitimi, zorunlu eğitimin bir parçası olmuştur. Bu yasayla, teknolojinin merkezi bir rol oynadığı özgür bir toplumda yaşamak için, özellikle teknolojik sistemin nasıl işlediğinin, teknoloji konusunda kuralların nasıl uygulandığının ve teknolojik yeniliklerin çevreyi nasıl etkilediğinin öğrenciler tarafından öğrenilmesi amaçlanmıştır.[120] Medya eğitimi, Fransızca, Dünyanın Keşfi, Sanatsal Uygulamalar ve Sanat Tarihi, Yurttaşlık ve Ahlak Bilgisi ile Tarih gibi derslerin içerisine yerleştirilmiştir. Örneğin, Dünyanın Keşfi dersinde fotoğraflar ve haritalar gibi konular işlenirken öğrencilerin bilgisayar ve internet konusunda bilgi ve beceri kazanmaları hedeflenmektedir. Sanatsal Uygulamalar ve Sanat Tarihi dersinde, film, fotoğraf, tasarım, dijital fotoğrafçılık ve bilgisayar grafikleri gibi konular işlenmekte ve bu konularla ilişkili olan kitle iletişim araçlarının öğrenciler tarafından etkin bir şekilde kullanılması beklenmektedir. Yurttaşlık ve Ahlak Bilgisi dersinde, öğrenciler internet kullanımına bağlı riskler konusunda bilgilendirilmektedir. Tarih dersinde bilimsel devrimler ve gelişmeler ile tüketim toplumu konularında bilgi verilmektedir.[121]

[119] a.g.e., s. 24.
[120] European Commission, Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe Country Profile France, s. 4. http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/country/france.pdf (19.07.2010)
[121] Fransa Medya Eğitimi Programı: http://www.clemi.org/fichier/plug_download/26454/download_fichier_fr_education.aux.medias.dans.les.programmes.septembre.2011.pdf (05.11.2011)

3.3.2. Fransa'da Medya Okuryazarlığı Alanında Faaliyet Gösteren Teşkilatlar

Fransa'da medya eğitimine yönelik ilk çalışmaların 1920'lerde başlamıştır. Medya eğitimi müfredatta aralarında Fransızca, Dünyanın Keşfi, Sanatsal Uygulamalar ve Sanat Tarihi, Yurttaşlık ve Ahlak Bilgisi ile Tarih derslerinin olduğu birçok ders ile ilişkilendirilmiştir. Ülkede medya eğitimini desteklemeye yönelik pek çok faaliyet gerçekleştirilmektedir. Fransa'da yazılı basın, televizyon, radyo ve internet alanında yoğunlaşan medya eğitimine yönelik çalışmalar gerek kamu kuruluşları, gerekse özel kuruluşlarla sivil toplum örgütleri tarafından yürütülmektedir. Medya okuryazarlığı alanında yürütülen başlıca faaliyetler ve bu faaliyetleri gerçekleştirenlere aşağıda değinilecektir.

3.3.2.1. Öğretim ve Medya Bilgileri Arasında Bağlantı Merkezi (Centre de Liaison de l'Enseignement et des Medias d'lnformation)

CLEMI, Ulusal Eğitim Bakanlığı'na bağlı olarak 1983 yılından beri hizmet vermektedir. Medya eğitiminden sorumlu bir merkez olarak da adlandırılabilen CLEMI'nin amacı öğrencileri medya konusunda bilinçli birer vatandaş haline getirmektir. CLEMI, öğretmenlere, eğitim alanları veya düzeyleri ne olursa olsun destek ve öneri almak isteyenler ile medya eğitmi alanında kendilerini geliştirmek isteyen herkese hizmet vermektedir. CLEMI her yıl ortalama 15.000 öğretmene medya okuryazarlığı hakkında eğitim vermektedir. Bu eğitimlerde, öğretmenlerin yeni medya sistemlerini daha iyi tanımaları, bu medya sistemlerinin ilettikleri mesajları daha kolay anlamaları ve analiz etmeleri hedeflenmektedir.[122]

1976'dan beri CLEMI tarafından düzenlenen Okullarda Basın ve Medya Haftası (La semaine de la presse et des médias dans les) sadece yazılı basını değil görsel ve işitsel medyayı da kapsamaktadır. Bu hafta aracılığıyla öğretmenler ve

[122] CLEMI: http://www.clemi.org/fr/anglais/ (22.07.2010)

öğrenciler kitle iletişim araçları hakkında bilgilendirilmektedir. Bu çerçevede 2004 yılında yaklaşık 4 milyon öğrenci ve 330 bin öğretmen bilgilendirilmiştir.[123]

CLEMI tarafından 1995 yılında "Fax" isimli bir proje hayata geçirilmiştir. Söz konusu proje aracılığıyla çocukların, okullarına başka okullardan gönderilen okul gazetelerini incelemeleri hedeflenmiştir.[124]

CLEMI'nin internet sitesinde, derslerde kullanılmak amacıyla yazılı ve görsel pek çok materyalin yanı sıra medya alanıyla ilişkili bir sözlük de yer almaktadır.[125] Ayrıca, derslerde etkinlik olarak kullanılabilecek radyo, internet radyosu ve okul gazetesi gibi örnek projelerinin de bulunduğu bir veri tabanı mevcuttur.[126]

3.3.2.2. İnternet Kullanımı Temsilciler Kurulu (Délégation Aux Usages de L'internet)

İnternet Kullanımı Temsilciler Kurulu, 2003 yılında kurulmuş olup, Fransız vatandaşlarının interneti verimli bir şekilde kullanabilmelerini hedeflemektedir. Bu amaçla güvenli internet kullanımının ve diz üstü bilgisayar gibi internetin kolay bir şekilde kullanılmasını sağlayan araçların yaygınlaştırılması hedeflenmiştir.[127]

3.3.2.3. Çocuk, Medya ve İnternet Derneği (Collectif Interassociatif Enfance et Media)

Çocuk, Medya ve İnternet Derneği 2002 yılında kurulmuştur. Bu dernek, çocukların ve gençlerin internette çıkarlarını korumayı ve onları internet kullanımına teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Derneğin internet sitesinde eğitimciler, ebeveynler,

[123] CLEMI, Okullarda Basın ve Medya Haftası: http://www.clemi.org/fr/anglais/ (22.07.2010)
[124] A. Federov, 2008, s. 28.
[125] CLEMI, Medya Okuryazarlığı Materyalleri: http://www.clemi.org/fr/ressources_pour_la_classe/ (22.07.2010)
[126] CLEMI, Projeler: http://www.clemi.org/fr/productions-des-eleves/ (22.07.2010)
[127] İnternet Kullanımı Temsilciler Kurulu: http://www.delegation.internet.gouv.fr/mission/index.htm (23.07.2010)

çocuklar ve gençler için medyayla ilgili çeşitli makaleler yayınlanmaktadır. Örneğin, internet sitesinde 12-18 yaş arasındaki gençlerin radyo kullanımının aileleri tarafından değerlendirilmesi hakkında bir makale yer almaktadır. Buna ek olarak, bebeklerin sağlıkları, gelişimleri ve eğitimleri için tehlikeli bir unsur olan televizyonun bu doğrultuda ele alındığı bir makale de bulunmaktadır.[128]

3.3.2.4. Görsel-İşitsel Yüksek Kurulu (Conseil Supérieur de L'Audiovisuel)

Görsel-İşitsel Yüksek Kurulu, 1989 yılında görsel-işitsel alandaki düzenlemeleri gerçekleştirmek amacıyla kurulmuştur. Kuruluşun çocukların korunmasına dair özel bir çabası mevcuttur. Bu amaca yönelik özel bir internet sitesi hazırlanmıştır.[129] Bu internet sitesinden çocukların televizyonun olumsuz etkilerinden korunmasına yönelik çeşitli materyaller indirilebilmektedir. Ayrıca, bu internet sitesinde çocuklar ve televizyon ilişkisine değinen dört klip mevcuttur. Örneğin; bu kliplerden "Arthur nerede?" isimli klip aracılığıyla ebeveynlerin çocuklarının internette kimlerle karşılaşabileceğine dair bilgi edinmesi amaçlanmıştır.[130]

3.3.2.5. Ekran, Medya ve Biz (Les Ecrans, Les Médias et Nous)

Ekran, Medya ve Biz, 1986 yılından beri faaliyetlerini sürdürmektedir. Medya hakkında insanları, özellikle gençleri ve çocukları düşünmeye sevk etmeyi amaçlayan organizasyon bu amaç doğrultusunda eğitimcileri, öğretmenleri ve ebeveynleri bir araya getirmektedir. İnternet sitesinde her yaş grubundan ve her

[128] Çocuk Medya ve İnternet Derneği: http://www.collectifciem.org/spip.php?rubrique1 (24.07.2010)
[129] Görsel-İşitsel Yüksek Kurulu, Çocukların Korunması: http://www.csa.fr/protection_mineurs_TV/ (24.07.2010)
[130] Arthur Nerede?: http://www.travail-solidarite.gouv.fr/actualite-presse,42/breves,409/ou-est-arthur-un-film-pour-alerter,8546.html (24.07.2010)

kesimden insanlara ve/veya gruplara yönelik çeşitli bilgilendirici veriler sunulmaktadır.[131]

Medya okuryazarlığı başlığı altında sunulan bölümde Fransa'da, medya okuryazarlığı alanında faaliyet gösteren ve birçoğuna yukarıda değinilen kurum, kuruluş ve organizasyonların resmi internet siteleri yer almaktadır.[132] Ayrıca internet sitesinde medya okuryazarlığı dersinde kullanılabilecek bir etkinlik tanıtılmaktadır. Bu etkinlikte, bir grup öğrenci tarafından çekilen kısa film sınıfta yer alan bütün öğrenciler tarafından izlenmektedir. Film izleyen öğrenciler, film çeken arkadaşlarının bu film aracılığıyla iletmek istedikleri mesajı anlamaya çalışmaktadırlar. Söz konusu bu kısa filmle verilmek istenilen mesaj veriliş şekli, içeriği ve amaçları doğrultusunda sınıfta ele alınmaktadır.[133]

3.3.2.6. Fransız Görsel-İşitsel Sektörü (Les Pieds dans le Paysage Audiovisuel Français)

Fransız Görsel-İşitsel Sektörü, 1988 yılında televizyon yayıncılığının bilgilendirme, eğitme ve eğlendirme gibi fonksiyonlarının ticari kaygılar yüzünden değişmeye başlamasına bir tepki oluşturmak amacıyla kurulmuştur.[134] Fransız Görsel-İşitsel Sektörü tarafından "La semaine sans 100 telés" isimli etkinlik desteklenmektedir. Bu etkinlik aracılığıyla, etkinliğe katılanların televizyon ve televizyon benzeri her türlü 100 aracı bir hafta süreyle kullanmamaları beklenmektedir. Bu hafta boyunca düzenlenen çeşitli seminer ve konferanslar ile televizyonun insan hayatı üzerindeki etkileri tartışılmaktadır. Ayrıca etkinlikler

[131] APTE: http://www.apte.asso.fr/sp/ (26.07.2010)
[132] APTE, Fransa'da Medya Okuryazarlığı Alanında Faaliyet Gösteren Organizasyonlar: http://www.apte.asso.fr/sp/une-selection-de-sites-web,33.html (26.07.2010)
[133] APTE, Medya Okuryazarlığı Etkinlikleri: http://www.apte.asso.fr/sp/un-exemple-d-activite-devinette.html (26.07.2010)
[134] Fransız Görsel-İşitsel Sektörü: http://www.piedsdanslepaf.org/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=38 (26.07.2010)

çerçevesinde "Botoù Koad TV" isimli proje aracılığıyla amatör film yapımcılığı da teşvik edilmektedir.[135]

3.4. İNGİLTERE

2011 yılına ait olan verilere göre İngiltere'nin nüfusu 62.435.709'dir.[136] 2004 verilerine göre ise 15 yaş ve üzeri insanların % 99'u okuma yazma bilmektedir. 2006 yılına ait olan verilere göre ise İngiltere'de evlerin % 98'inde en az bir adet televizyon bulunmaktadır. Hafta içi günlük 1 saatten az televizyon izleme oranı % 12, 1–3 saat arası televizyon izleme oranı % 48 iken 3 saatten fazla televizyon izleme oranı % 40'dır. Ayrıca yine hafta içi günlük 1 saatten az radyo dinleme oranı % 55, 1–3 saat arası radyo dinleme oranı % 20 iken, 3 saatten fazla radyo dinleme oranı % 25'dir.[137] İngiltere'de toplam nüfusunun yaklaşık olarak % 82'si internet kullanmaktadır.[138] Bu bilgilere göre, İngiltere'de internetin kullanım oranın yüksektir. Bunun yanında aralarında radyo ve televizyonun da bulunduğu kitle iletişim araçlarının da yaygın bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Bu doğrultuda ülkede, kitle iletişim araçlarının nasıl kullanılması ve bu araçlar vasıtasıyla ortaya çıkabilecek olumsuzluklardan ne şekilde korunulması açısından önem kazanan medya okuryazarlığı, müfredatta İngilizce ve Vatandaşlık derslerinin içinde yer almaktadır.

3.4.1. İngiltere'de Medya Okuryazarlığı

Tıpkı Fransa'da olduğu gibi İngiltere'de de medya okuryazarlığına yönelik ilk çalışmalar 1920'lerde başlamıştır. Bu yıllarda medya eğitiminin konusu filmdir. 1933

[135] Botoù Koad Projesi: http://www.saintnazaire.net/2649-prenez-la-camera-avec-botou-koad-tv.html (28.07.2010)
[136] İngiltere'nin Nüfusu: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&language=en&pcode=tps00001&tableSelection=1&footnotes=yes&labeling=labels&plugin=1 (10.11.2011)
[137] European Commission, Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe Country Profile United Kingdom, s. 27-28. http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/country/uk.pdf (02.04.2010)
[138] İngiltere'de İnternet Kullanım Oranı: http://www.internetworldstats.com/stats4.htm (10.11.2011)

yılında aşağıda faaliyetlerine değinilecek olan BFI devlet eliyle kurulmuştur. BFI, bu yıllarda medya okuryazarlığına yönelik çeşitli araştırmalar yapmış ve bu alana yönelik basılı eserler hazırlamıştır. 1950'li yıllarda İngiltere'de ekran eğitimi yani televizyon izlenmesine yönelik düzenlenmiş olan eğitim önem kazanmaya başlamıştır. Televizyonun daha da yaygınlaşmasıyla 1960'larda ekran eğitiminin rolü artmıştır. Bu yıllarda medya eğitiminin amacı, çocukların ve gençlerin televizyon ve sinemanın içeriğini anlayabilmelerini sağlamaktır. Ayrıca medya eğitimi ile çocukların ve gençlerin kendilerini sadece sözcüklerle değil film gibi çeşitli görsel öğelerle de ifade edebilmeleri hedeflenmiştir.[139]

1970'lerde ve 1980'lerde medya eğitiminde videonun ve televizyonun yükselişine paralel olarak yeni düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. BFI tarafından gerçekleştirilen çalışmalar sayesinde, 1988–1989 Eğitim ve Öğretim yılında yapılan bir düzenleme ile medya eğitimi İngilizce dersinin içinde yer alacak şekilde düzenlenmiştir. Bu eğitim, İngiliz eğitim siteminde yer alan ve 11–14 yaş arası öğrencileri kapsayan "Anahtar Evre 3" ile 14–16 yaş arası öğrencileri kapsayan "Anahtar Evre 4"te konumlandırılmıştır.[140]

1996 yılında Southampton Üniversitesi'nde (Southhampton University) Medya Eğitim Merkezi (Media Education Center) açılmıştır. Bu merkez, medya eğitimi alanında ulusal ve uluslararası çeşitli araştırmalarda bulunmayı hedeflemiştir. Bu amaç doğrultusunda konferansların düzenlenmesinin yanı sıra, basılı materyaller de hazırlanmıştır. 1998 yılında ise BFI'da Film Eğitimi Çalışma Grubu (Film Education Working Group) kurulmuştur. Bu grup öğretmenlere yönelik film eğitimiyle ilgili çeşitli programlar ve materyaller geliştirmiştir.[141]

[139] Alexander Federov, "Media Education Around The World: Brief History", *Acta Didactica Napocensia*, Sayı:1, 2008, s. 57-58.
[140] a.g.m., s. 61.
[141] a.g.m., s. 63.

Şu anki müfredata göre, İngiltere'de medya eğitimi, öğrencilere İngilizce dersi ile Vatandaşlık dersinin içinde verilmektedir.[142] İngilizce dersinin içinde yer alan medya eğitiminde "Anahtar Evre 3"te yer alan öğrencilerin medya kavramını ve hareketli medya metinleri olarak tabir edilen görsel medya içeriklerini öğrenmeleri beklenmektedir.[143] Yine İngilizce dersi içinde yer alan ve "Anahtar Evre 4"te yer alan öğrencileri kapsayan müfredata göre, öğrenciler eleştirel düşüncede medyanın etkilerini öğrenmektedirler. Ayrıca, öğrencilerden, medyanın sunduğu sözlü, yazılı ve görsel eserleri analiz etmeleri beklenmektedir.[144]

"Anahtar Evre 3"te öğrencilere verilen Vatandaşlık dersinin içinde yer alan medya okuryazarlığı konuları arasında ifade özgürlüğünde medyanın rolü ile kamuoyu oluşturmada medyanın etkileri yer almaktadır.[145] "Anahtar Evre 4"teki Vatandaşlık dersinde seçim, baskı ve kamuoyu oluşturma ile denetleme işlevleri aracılığıyla medyanın demokratikleşme sürecine ne tür etkiler yaptığı incelenmektedir.[146]

3.4.2. İngiltere'de Medya Okuryazarlığı Alanında Faaliyet Gösteren Teşkilatlar

Köklü bir medya okuryazarlığı geçmişine sahip olan İngiltere'de medya okuryazarlığı, Anahtar Evre 3 ile Anahtar Evre 4'te yer alan İngilizce dersi ve Vatandaşlık dersi ile bütünleştirilmiştir. Ülkede medya okuryazarlığı alanında medya okuryazarlığının geliştirilmesinden kanunen sorumlu olan OFCOM'un yanı sıra çeşitli kurum, kuruluş, dernek ve organizasyonlar faaliyetlerini sürdürmektedirler. Bu teşkilatlar medya okuryazarlığı konusunda oldukça geniş bir alanda hizmet

[142] European Commission, Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe Country Profile United Kingdom, s. 26. http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/country/uk.pdf (02.04.2010)
[143] English Programme of Study for Key Stage 3: http://curriculum.qcda.gov.uk/key-stages-3-and-4/subjects/key-stage-3/english/index.aspx (10.10.2011)
[144] English Programme of Study for Key Stage 4: http://curriculum.qcda.gov.uk/key-stages-3-and-4/subjects/key-stage-4/english/index.aspx (10.10.2011)
[145] Citizenship Programme of Study for Key Stage 3 and Attainment Target: http://curriculum.qcda.gov.uk/uploads/QCA-07-3329-pCitizenship3_tcm8-396.pdf (10.10.2011)
[146] Citizenship Programme of Study for Key Stage 4: http://curriculum.qcda.gov.uk/uploads/QCA-07-3330-pCitizenship4_tcm8-397.pdf (10.10.2011)

vermektedirler. Bu teşkilatlar aracılığıyla öne çıkan medya okuryazarlığı alanları arasında radyo, sinema, film yapımcılığı, internet, televizyon ve reklamcılıktır. Bu teşkilatlar tarafından sunulan bilgiler ve materyaller ile medya okuryazarlığına yönelik gerçekleştirilen faaliyetler sadece öğrencileri kapsayacak şekilde düzenlenmemektedir. Burada başta öğretmenler ve ebeveynler olmak üzere, tüm yetişkinlere yönelik bilgiler ve materyaller sunulmaktadır. Bunlara ek olarak yetişkinler için medya okuryazarlığına yönelik çeşitli faaliyetler de gerçekleştirilmektedir. Bu amaca hizmet eden ve İngiltere'de medya okuryazarlığı faaliyetlerini sürdüren başlıca teşkilatlara aşağıda değinilecektir.

3.4.2.1. İletişim Ofisi (The Office of Communications)

İngiltere'de medya okuryazarlığı kavramı, OFCOM sayesinde resmi bir boyut kazanmaktadır. 1991 yılında Bağımsız Televizyon Komisyonu (Indipendent Television Commission) medya alanında düzenleyici bir kuruluş olarak kurulmuştur.[147] 2003 yılına gelindiğinde bu kuruluşun görev kapsamı genişletilmiş olup televizyon ve radyo yayıncılığı sektörü ile sabit ve mobil telefon sektöründe, düzenleyici resmi bir kuruluş olan OFCOM'a dönüştürülmüştür.[148] OFCOM'a göre medya okuryazarlığı çeşitli içeriklere erişebilme, bu içerikleri anlama ve iletişimi gerçekleştirebilme becerisidir.[149] OFCOM, 2003 yılında çıkan İletişim Kanunu'nun on birinci bölümüne göre medya okuryazarlığının geliştirilmesinden kanunen sorumludur.[150]

OFCOM, bu amacına ulaşmak için çeşitli çalışmalar yapmaktadır.[151] Örneğin, medya okuryazarlığı ile ilgili kamuoyu araştırmaları yapmakta ve bu araştırmaları raporlaştırarak yayınlamaktadır. Bu raporlarda medya okuryazarlığı ile ilişkili olan

[147] Süheyla Öksüz, *Küreselleşmede Nasıl Bir Medya Düzeni*, Piramit Yayınevi, Ankara, 2003, s. 20.
[148] OFCOM, Görev Tanımı: http://www.ofcom.org.uk/what-is-ofcom (02.04.2010)
[149] OFCOM, Medya Okuryazarlığı Tanımı: http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/of_med_lit/whatis/ (02.04.2010)
[150] İletişim Kanunu'na Göre OFCOM'un Sorumlulukları: http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2003/ukpga_20030021_en_1 (02.04.2010)
[151] OFCOM, Medya Okuryazarlığı Faaliyetleri: http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/medlitpub/ (02.04.2010)

temel unsurlardan bazıları çocuklar, yetişkinler, yaşlılar ve azınlıklardır. Ayrıca, OFCOM, medya okuryazarlığı alanında gerek kendisi gerekse diğer kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan faaliyetler ve çalışmalar hakkında bilgiler veren bültenler yayınlamaktadır. OFCOM bünyesinde yer alan Parlamentoyla İlişkili Medya Okuryazarlığı Grubu (Associate Parliamentary Media Literacy Group) ise, medya okuryazarlığı hakkında düzenli olarak bir araya gelen ve bu konu ile ilgili çeşitli çalışmalar yürüten parlamenterlerden ve çeşitli şirket ortaklarından oluşan bir gruptur.[152]

Bunlara ek olarak OFCOM tarafından, OFCOM Uluslararası Medya Okuryazarlığı Araştırma Forumu (OFCOM International Media Literacy Research Forum) kurulmuştur. Bu foruma çeşitli ülkelerden akademisyenler, bürokratlar ve yayıncı temsilcileri katılmaktadır. Katılımcılar bu forum tarafından gerçekleştirilen konferanslar aracılığıyla medya okuryazarlığı hakkında fikir alışverişinde bulunmaktadırlar.[153] Ayrıca, OFCOM'un internet sitesinde medya okuryazarlığı hakkında çalışmalar yürüten diğer kurum ve kuruluşlara, bunların ürettikleri bazı materyallere ulaşılabilen bir sanal kütüphane bölümü de yer almaktadır.[154]

3.4.2.2. İngiltere Eğitim Bakanlığı (Department for Education)

Medya okuryazarlığı ile ilgili olan diğer bir resmi kurum ise İngiltere Eğitim Bakanlığı'dır. Bakanlığın amacı, çocukların ve gençlerin daha güzel bir dünyada yetişmesini sağlamak, onları mutlu ve sağlıklı kılmak, onları korumak ve onlara en iyi seviyede eğitim vermektir. Söz konusu, çocukların ve gençlerin eğitimi olunca, müfredatta yer alan medya okuryazarlığı ile ilgili başlıklar, bu bakanlığı medya okuryazarlığı ile ilişkilendirmektedir. Müfredatta medyanın toplumdaki önemi,

[152] Parlamentoyla İlişkili Medya Okuryazarlığı Grubu: http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/apmlg/ (02.04.2010)
[153] OFCOM Uluslararası Medya Okuryazarlığı Araştırma Forumu: http://www.imlrf.org/events (02.04.2010)
[154] OFCOM, Sanal Kütüphane: http://www.imlrf.org/library (02.04.2010)

medyanın farkında olabilme, görsel ve işitsel medyayı anlama gibi çeşitli konular yer almaktadır.[155]

3.4.2.3. İngilizce ve Medya Merkezi (English and Media Center)

İngilizce ve Medya Merkezi, kâr amacı taşımayan bir kuruluştur. Kuruluşun amacı edebiyat, dil ve medya bakımından İngilizce öğretimi için tüm öğretmen ve öğrencilere gerekli yazılı materyallerin sağlanmasıdır. Ayrıca öğretmenlerin kişisel gelişimlerine profesyonelce destek verilmektedir.[156] Bunun için kuruluş çeşitli yayınlar hazırlamakta ve kurslar düzenlemektedir. Bu kurslara öğretmenlerin sınıf içinde nasıl davranmaları gerektiğine dair çeşitli stratejileri barındıran kurslar ile yeni öğretim tekniklerinin uygulamalı olarak gösterildiği kurslar örnek olarak gösterilebilir. Ayrıca, medya ve yeni medya ile film sektörüne dair eğitimlerin verildiği kurslar da düzenlenmektedir. Bu kurslar arasında Anahtar Evre 3 ile Anahtar Evre 4'teki medya eğitimini kapsayan programlar da yer almaktadır. [157] Bu yayın ve kursların bir kısmı ücrete tabi olmasına karşın, kuruluşun internet sitesinden pek çok yazılı yayının ücretsiz olarak kullanılabilmesi ve indirilmesi mümkündür. Abonelik usulü takipçilerine ücret karşılığı üç ayda bir hem internette hem de basılı olarak ulaşan Medya Magazin (Media Magazine) isimli dergide medya eğitimi ve medya okuryazarlığı hakkında çeşitli yazılar yayınlanmaktadır.[158]

3.4.2.4. Medya Eğitim Birliği (Media Education Association)

Medya Eğitim Birliği, medya eğitimi veren öğretmenlere ve medya eğitimi ile ilgilenen kişilere destek ve hizmet vermek amacıyla kurulmuş olup, medya okuryazarlığını tanıtmayı ve geliştirmeyi kendisine görev edinmiştir. İnternet sitesinde gerek medya eğitimi gerekse medya okuryazarlığıyla ilgili pek çok başlığın

[155] İngiltere Eğitim Bakanlığı: http://www.dcsf.gov.uk/ (03.04.2010)
[156] İngilizce ve Medya Merkezi: http://www.englishandmedia.co.uk/index.html (03.04.2010)
[157] İngilizce ve Medya Merkezi, Kurslar: http://www.englishandmedia.co.uk/courses/summer2010.pdf (03.04.2010)
[158] Medya Magazin Dergisi: http://www.englishandmedia.co.uk/mm/index.html (03.04.2010)

yer aldığı forum kısmı kullanıcıların hizmetine sunulmuştur. Birlik, 2006'dan bu yana yayınladığı on sekiz haber bültenini internet sitesinde kullanıcılarına ücretsiz olarak sunmaktadır. Bu bültenlerde birliğin gerçekleştirmiş olduğu faaliyetlerin yanı sıra medya ve medya eğitimi hakkında pek çok bilgiye ulaşılabilmektedir.[159] 2010 yılında Medya Eğitim Birliği tarafından medya okuryazarlığı ile ilgili bir konferans düzenlenmiştir.[160]

3.4.2.5. Akıllı Medya (Media Smart)

İngiltere'de medya okuryazarlığına destek veren ticari kuruluşlardan en önemlilerinden birisi Akıllı Medya'dır. Kuruluşun internet sitesinde dijital reklamcılık hakkında çeşitli eğitim materyalleri kullanıcıların hizmetine sunulmaktadır. Burada çocuklar, ebeveynler ve öğretmenlere yönelik üç adet ana kategori yer almaktadır.[161] Çocuklara yönelik olan bölümde çocuklara reklamcılığın amacının ürün ve/veya hizmetlerin satılmasından ya da kiralanmasından ibaret olduğunu öğretmeye çalışan çeşitli oyunlar, sınavlar ve çocuklara uygun indirilebilen resimler bulunmaktadır.[162] Ebeveynlere yönelik bölümde medya sözlüğü, medya okuryazarlığı ve sizin çocuğunuz başlıklı bölümler yer almaktadır.[163] Öğretmenler için hazırlanan bölümde ise, medya okuryazarlığı ve medya okuryazarlığının müfredattaki yeri hakkında bilgiler sunulmaktadır. Ayrıca, derslerde kullanılmak üzere çoğu reklamcılık ilgili olan çeşitli materyaller de internet sitesinde yer almaktadır.[164]

[159] Medya Eğitim Birliği: http://www.mediaedassociation.org.uk/ (03.04.2010)
[160] Medya Eğitim Birliği, Medya Okuryazarlığı Konferansı: http://mlc2010.org.uk/ (03.04.2010)
[161] Akıllı Medya: http://www.mediasmart.org.uk/ (06.04.2010)
[162] Akıllı Medya, Çocuk Bölümü: http://www.mediasmart.org.uk/kids.php (06.04.2010)
[163] Akıllı Medya, Ebeveyn Bölümü: http://www.mediasmart.org.uk/parents.php (06.04.2010)
[164] Akıllı Medya, Öğretmen Bölümü: http://www.mediasmart.org.uk/teachers.php (06.04.2010)

3.4.2.6. İngiliz Film Enstitüsü (British Film Institute)

İngiliz televizyon yayıncılığı ve sinemacılığının temel taşlarından birini oluşturan BFI, medya okuryazarlığının da önemli destekçilerinden birisidir.[165] Kuruluş tarafından medya okuryazarlığıyla ilgili başta öğretmenler olmak üzere medya eğitimiyle ilgilenen herkese uygun olan çeşitli kurslar ve konferanslar düzenlenmektedir. Bu kurslar ve konferanslar aracılığıyla medya eğitimiyle ilgilenenlerin bilgilendirilmesi ve eğitilmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca, bu kurslara ve konferanslara katılanlara medya eğitiminde kullanmaları için çeşitli materyaller de sunulmaktadır. Finansal olarak BFI tarafından desteklenen ‘‘MediaEd’’ adlı internet sitesinde çocuklar, gençler ve yetişkinler için film, film yapımcılığı, ders içi etkinliklerde filmin kullanımı ve medya okuryazarlığının başta İngiltere olmak üzere Avrupa'daki konumu hakkında çeşitli bilgiler verilmektedir.[166] BFI bünyesinde yer alan ‘‘Screenonline’’na ait internet sitesi İngiliz film ve televizyon yayıncılığı tarihi hakkında bir rehber konumundadır.[167]

3.4.2.7. Film Sokağı (Film Street)

Aralarında İngiltere Kültür, Medya ve Spor Bakanlığı (Department for Culture, Media and Sport) ile BFI'nın olduğu medya okuryazarlığı alanında faaliyet gösteren önemli teşkilatlar tarafından desteklenen Film Sokağı gençleri hem okulda hem de okul dışında film yapımcılığı hakkında bilgilendirmeyi, cesaretlendirmeyi ve desteklemeyi amaçlamaktadır.[168] Film Sokağı'nın internet sitesinde film yapımcılığı hakkında çeşitli bilgiler sunulmaktadır. Bu bilgilere ek olarak, gençleri eğitmek üzere film yapımı ve film yapım aşamaları hakkında bilgiler veren çeşitli atölye çalışmaları

[165] İngiliz Film Enstitüsü: http://www.bfi.org.uk/ (06.04.2010)
[166] Media Ed: http://www.mediaed.org.uk/ (06.04.2010)
[167] Screenonline: http://www.screenonline.org.uk/ (06.04.2010)
[168] Film Sokağı: http://www.filmstreet.co.uk/pages/about/ (08.10.2011)

da internet sitesinde yayınlanmaktadır.[169] Ayrıca, Film Sokağı tarafından film çekmek isteyen gençlere teknik desteğin yanı sıra mali destek de verilmektedir.[170]

3.4.2.8. İngiliz Yayıncılık Kuruluşu (British Broadcasting Corporation)

İngiltere'de kamu yayıncılığı yapan BBC'nin medya okuryazarlığına ilişkin bir internet sitesi mevcuttur. Burada televizyon, radyo, bilgisayar ve cep telefonlarının günlük yaşamda nasıl kullanılması gerektiği anlatılmaktadır. Kullanımının kavranmasından sonra bu aygıtlardan elde edilecek olan verilerin ve hizmetlerin kullanıcılar tarafından en iyi ve en verimli şekilde anlaşılması hedeflenmektedir. Son aşamada ise kullanıcıların kendileri için en uygun kitle iletişim araçlarını yetkin bir şekilde kullanabilmeleri hedeflenmektedir.[171]

BBC'nin 5 yaş altı çocuklara yönelik "BBC Cbeebies" isimli bir çocuk kanalı mevcuttur. Bu kanal, bu yaş grubundaki çocuklara yönelik eğitim ve eğlence amacı taşıyan resmi bir internet sitesine de sahiptir. Burada çocukların izlemeleri, dinlemeleri, oynamaları ve okumaları için çeşitli bölümler bulunmaktadır.[172]

3.4.2.9. Londra Çocuk Film Festivali (London Children's Film Festival)

Londra Çocuk Film Festivali, her yıl düzenlenmekte olup, festival boyunca gösterilen filmlerin çeşitli aktiviteler aracılığıyla çocuklar tarafından izlenmesi, anlaşılması ve yorumlanabilmesi amaçlanmaktadır. Festival boyunca çeşitli çalışma grupları, seminerler ve eğitimler düzenlenmektedir. Festival sonunda çocukların görev aldığı bir jüri festivalin en iyi filmini belirlemektedir.[173]

---

[169] Film Sokağı, Atölye Çalışmaları: http://www.filmstreet.co.uk/pages/workshops/ (08.10.2011)
[170] Film Sokağı, Gençlerin Desteklenmesi: http://www.filmstreet.co.uk/pages/about/funding.php (08.10.2011)
[171] BBC, Medya Okuryazarlığı: http://www.bbc.co.uk/medialiteracy/ (10.04.2010)
[172] BBC, 5 Yaş Altı Çocuklar Bölümü: http://www.bbc.co.uk/cbeebies/ (10.04.2010)
[173] Londra Çocuk Film Festivali: http://www.londonchildrenfilm.org.uk/ (10.04.2010)

3.4.2.10. Kanal 4 (Channel 4)

İngiltere'de yayın hayatını sürdüren Kanal 4'ün, internet sitesinde televizyon haberciliğiyle ilgili öğrencilere yönelik bir kurs bulunmaktadır. Bu kursta dört adet ünite bulunmaktadır. İlk ünitede öğrencilerin televizyon haberlerini analiz etmeleri beklenirken, ikinci ünitede televizyon haberciliğinin işleyişi hakkında bilgiler verilmektedir. Üçüncü ünite ise, televizyon haberciliği ve toplumla ilgilidir. Burada televizyon haberciliğinin demokratik toplumlardaki yeri ve haberlerin hedef kitleye nasıl ulaşacağına dair bilgiler yer almaktadır. Son ünitede televizyon haberlerinin nasıl hazırlandığı anlatılmaktadır.[174]

3.4.2.11. Sinema Kulübü (Cineclub)

Sinema Kulübü'nde, gençlere profesyonel film yapımcıları ve film eğitiminde uzman olan kişiler tarafından film yapımcılığı hakkında eğitimler sunulmaktadır. Böylece gençlerin film yapımının her aşaması hakkında bilgi sahibi olmaları hedeflenmektedir. Ayrıca, gençler bu eğitimleri sonunda film yapımına teşvik edilmektedirler. Gençler arasında ödüllü film yarışmaları da düzenlenmektedir. Sinema Kulübü tarafından istenildiği takdirde okulların belirledikleri kıstaslara göre öğrenciler için özel, dönemlik veya yıllık programlar düzenlenmektedir.[175]

3.4.2.12. Thinkuknow

İngiltere'de internet ve internet kullanımıyla ilgili eğitici, öğretici ve bilgilendirici çeşitli çalışmaları bünyesinde barındıran "Thinkuknow", Çocuk İstismarı ve Çevrimiçi Koruma Merkezi (Child Exploitation and Online Protection Centre) bünyesinde yer almaktadır. ''Thinkuknow''un internet sitesinde çocukların,

[174] Kanal 4, Televizyon Haberciliği Kursu: http://www.channel4.com/learning/breakingthenews/schools/learningmaterials/default.html (12.04.2010)
[175] Sinema Kulübü: http://cineclub.org.uk/about/ (12.04.2010)

gençlerin ve ebeveynlerin interneti daha güvenli ve daha etkili bir şekilde kullanabilmelerine yönelik bilgi paylaşımları gerçekleştirilmektedir. Burada 5–7 yaş arası, 8–10 yaş arası ve 11–16 yaş arası çocuklara yönelik bölümler bulunmaktadır. Bunlara ek olarak internet sitesinde ebeveynler ve öğretmenler için de hazırlanan bölümler mevcuttur.[176]

5–7 yaş arası kullanıcılara yönelik olan bölümde, bu yaş grubuna ait olan kullanıcıların bilgilenmesi amacıyla "Lee and Kim" ve "Hector's World" isimli iki adet bilgilendirici ve eğitici oyun alanı bulunmaktadır.[177] 8–10 yaş arası gruba yönelik hazırlanan bölümde, internette nasıl eğlenilebileceği, internetin nasıl güvenli bir şekilde kullanılabileceği, yaşanan sorunlar ve olumsuzluklar karşısında bu durumun nasıl şikâyet edilebileceğine dair bilgilendirici ana başlıklar bulunmaktadır.[178] Ayrıca Siber Kafe'de (Cyber Cafe) konuşma odaları, elektronik posta adres hizmetleri, internet ve bilgisayar terimleriyle ilgili bir sözlük ile güvenli internet kullanımına yönelik bu yaş grubu için hazırlanmış bir sınav yer almaktadır.[179]

11–16 yaş arası kullanıcılar için hazırlanmış olan bölümde ise, yine internette nasıl eğlenilebileceği, internetin nasıl güvenli bir şekilde kullanılabileceği, yaşanan sorunlar karşısında bu durumun nasıl şikâyet edilebileceğine dair bilgilendirici ana başlıklar yer almaktadır. Bunlara ek olarak, cinsel istismar hakkında bir başlık bulunmaktadır. Ayrıca, kullanıcılara yönelik çeşitli film ve oyunlar da yer almaktadır.[180]

Ebeveynlere yönelik hazırlanan bölümde ise, internet güvenliğine yönelik ipuçları, güvenli internet kullanımının desteklenmesi ve güvenli internet kullanımıyla ilgili çeşitli videolar yer almaktadır.[181] Öğretmenlere yönelik hazırlanan internet

[176] Thinkuknow: http://www.thinkuknow.co.uk/ (14.04.2010)
[177] Thinkuknow, 5-7 Yaş Arası Çocuklar Bölümü: http://www.thinkuknow.co.uk/5_7/ (14.04.2010)
[178] Thinkuknow, 8-10 Yaş Arası Çocuklar Bölümü: http://www.thinkuknow.co.uk/8_10/report/ (14.04.2010)
[179] Siber Kafe: http://www.thinkuknow.co.uk/8_10/cybercafe/cafe/base.aspx (14.04.2010)
[180] Thinkuknow, 11-16 Yaş Arası Çocuklar Bölümü: http://www.thinkuknow.co.uk/11_16/ (14.04.2010)
[181] Thinkuknow, Ebeveynler Bölümü: http://www.thinkuknow.co.uk/parents/ (14.04.2010)

sitesinde ise 4-7 yaş arası, 8-10 yaş arası ve 11-16 yaş arası öğrencilere yönelik hazırlanmış olan derste kullanılabilecek çeşitli kaynaklara yer verilmiştir.[182]

3.4.2.13. Dijital Birleşme (Digital Unite)

Dijital Birleşme, 50 yaş ve üzeri insanların bilgisayar ve internet kullanabilmelerini amaçlamaktadır. Bunun için 2002'den beri her yıl Gümüş Sörf Günü (Silver Surfers' Day) adı altında yaşlıları dijital teknoloji kullanmaya teşvik etmek amacıyla ulusal çapta bir organizasyon düzenlenmektedir. Bu organizasyonda internette gezinme, bloglar oluşturma, oyun konsollarıyla oyun oynama ve dijital fotoğrafçılık gibi birçok aktivite bulunmaktadır. Ayrıca Dijital Birleşme'nin Londra'da yer alan merkezinde ücret karşılığında bilgisayar kullanımının öğretilmesine ve geliştirilmesine yönelik özel dersler de verilmektedir.[183]

3.5. MACARİSTAN

Macaristan'ın nüfusu 2011 yılı verilerine göre 9.985.722'dir.[184] 2004 yılına ait olan verilere göre 15 yaş ve üzeri kişilerin okuma yazma bilme oranı % 99'dur. 2006 yılındaki verilere göre ise Macaristan'daki evlerin % 97'sinde en az bir televizyon bulunmaktadır. Ülkede hafta içi günlük ortalama 1 saatten az televizyon izleme oranı % 27, 1–3 saat arası televizyon izleme oranı % 52 ve 3 saatten fazla televizyon izleme oranı % 21'dir. Macaristan'da hafta içi günlük ortalama 1 saatten az radyo dinleme oranı % 50, 1–3 saat arası radyo dinleme oranı % 21 ve 3 saatten fazla radyo dinleme oranı % 29'dur.[185] Macaristan'da toplam nüfusun yaklaşık

[182] Thinkuknow, Öğretmen Bölümü: http://www.thinkuknow.co.uk/teachers/ (14.04.2010)
[183] Dijital Birleşme: http://digitalunite.com/ (14.04.2010)
[184] Macaristan'ın Nüfusu:
http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/eng/xstadat/xstadat_annual/i_wdsd003b.html (03.09.2010)
[185] European Commission, Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe Country Profile Hungary, s. 13-14.
http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/country/hungary.pdf (04.09.2010).

olarak % 62'si internet kullanmaktadır.[186] Ülkede, kullanım sıklıkları hakkında bilgiler verilen bu kitle iletişim araçları tarafından sunulan iletilerin medya eğitimi alanlar tarafından en iyi şekilde algılanabilmesi önem teşkil etmektedir. Bu doğrultuda müfredatta yer alan medya eğitimi bazı derslerle bütünleştirilmiştir.

3.5.1. Macaristan'da Medya Okuryazarlığı

Macaristan'da medya okuryazarlığına yönelik gerçekleştirilen ilk düzenleme 1965 yılında yapılmıştır. Buna göre, film öğrenimi Macarca dersinin içinde yer almıştır. 1978 yılındaki müfredat düzenlemesinde ise medya okuryazarlığına yönelik yeni bir düzenleme gerçekleştirilmemiştir.[187]

Macaristan'da 1996 yılında ulusal müfredata "Kültür ve Medya Eğitimi" başlıklı yeni bir konu eklenmiştir. Bu yeni konu ilk kez 1998–99 Eğitim ve Öğretim yılında uygulamaya konulmuştur. 12–18 yaş arası öğrencilere uygulanmış olan bu programla, öğrencilerin okuma ve yazma becerilerini geliştirmelerinin yanı sıra medya aracılığıyla etraflarını saran görsel dünyayı daha kolay anlamaları amaçlanmıştır. Ayrıca, derslerde öğrencilerden medyanın etkilerini anlamalarının yanı sıra medyanın sunduğu iletiler içinden kendileri için uygun olan kısımları algılayıp kullanmaları beklenmektedir. Bu hedef doğrultusunda medya okuryazarlığı müfredattaki diğer derslerle bütünleştirilmiştir. Bu derslerin arasında Yurttaşlık, Macaristan Tarihi ve Görsel Kültür dersleri yer almaktadır.[188]

Ülkede, medya okuryazarlığı dersine ilişkin gerekli materyalleri hazırlamak ve derste işlenecek konuların detaylarını belirlemek, dersi veren öğretmenlerin sorumluluğundadır. Bu durumda söz konusu dersin amacına ulaşabilmesiyle dersi

---

[186] Macaristan'da İnternet Kullanım Oranı: http://www.internetworldstats.com/stats4.htm (10.11.2011)

[187] Imre Szijarto, "Motion Picture and Media Education in Hungary" *Media Education in 12 European Countries*, (Ed.) Andrew Hart, Daniel Süss, E-Collection of the Swiss Federal Institute of Technology Zurich, Zurich, 2002, s. 66.

[188] European Commission, Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe Country Profile Hungary, s. 13. http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/country/hungary.pdf (04.09.2010)

veren öğretmenlerin derse yönelik bireysel çabaları arasında bire bir bağlantı bulunmaktadır.[189] Ülkede ilki 1997–98 Eğitim ve Öğretim Yılı'nda 35 öğretmenin katılımıyla gerçekleştirilen ve öğretmenlerin medya eğitimi hakkında bilgilendirilmesini hedefleyen bir eğitim programı mevcuttur.[190]

3.5.2. Macaristan'da Medya Okuryazarlığı Alanında Faaliyet Gösteren Teşkilatlar

Macaristan'da medya okuryazarlığı Yurttaşlık, Macaristan Tarihi ve Görsel Kültür dersleriyle bütünleştirilmiştir. Bu dersler 12–18 yaş arası öğrenciler için düzenlenmiştir. Ülkede medya okuryazarlığı alanında yeterli çalışma yapılmamaktadır. Bunun en önemli nedeni ise, medya okuryazarlığına yönelik yapılan çalışmalarda özel sektörün rol almamasıdır. Medya alanında faaliyet gösteren medya yapımcıları ile medya alanında faaliyetlerini sürdüren otoritelerin medya okuryazarlığına yönelik faaliyetlere ortak olmadıkları gözlenmektedir.[191] Sadece devlet otoritesi tarafından desteklenen medya okuryazarlığı alanında faaliyet gösteren tek kurum Macaristan Eğitim ve Kültür Bakanlığı'dır.

3.5.2.1. Macaristan Eğitim ve Kültür Bakanlığı (Közoktatási és Müvelödési Minisztérium)

Macaristan Eğitim ve Kültür Bakanlığı, medya okuryazarlığının müfredattaki yerinden doğrudan sorumlu olan kurumdur. Öğrencilerden medyanın işlevini öğrenmeleri beklenmektedir. Bakanlığa göre okulların görevi, öğrencilere medyanın

[189] a.g.e., s. 12. (04.09.2010)
[190] Macaristan Eğitim Derneği: http://www.c3.hu/~mediaokt/angol.htm (09.09.2010)
[191] David Buckingham, Kate Domaille, *UNESCO Youth Media Education Survey 2001 Final Report*, London University, London, 2001, s. 48.

sunduklarından kendileri için uygun olanı belirleyebilme becerisini kazandırmaktır.[192]

3.6. SLOVENYA

2011 yılı verilerine göre Slovenya'nın nüfusu 2.052.496'dır. [193] Yine aynı yıla ait olan verilere göre, 15 yaş ve üzeri kişilerin okuma yazma bilme oranı % 99'dur. 2006 yılındaki verilere göre ise ülkedeki evlerin % 98'inde en az bir televizyon bulunmaktadır. Ülkede hafta içi günlük ortalama 1 saatten az televizyon izleme oranı % 39, 1–3 saat arası televizyon izleme oranı % 52 ve 3 saatten fazla televizyon izleme oranı % 9'dur. 2006 yılına ait olan verilere göre Slovenya'da hafta içi günlük ortalama 1 saatten az radyo dinleme oranı % 45, 1–3 saat arası radyo dinleme oranı % 25 ve 3 saatten fazla radyo dinleme oranı % 30'dur.[194] Slovenya nüfusunun yaklaşık olarak % 65'i internet kullanmaktadır.[195] Bu verilere göre, Slovenya'da etkin bir şekilde yararlanılan kitle iletişim araçlarının kullanımının öğrenilmesi ve olası zararlı etkilerinden korunulması için medya okuryazarlığı büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, ülkede medya okuryazarlığı Slovence dersi ile bütünleştirilmenin yanı sıra bağımsız seçmeli ders olarak da öğrencilere sunulmaktadır.

3.6.1. Slovenya'da Medya Okuryazarlığı

Orta ve Doğu Avrupa'da medya okuryazarlığına müfredatında yer veren öncü ülkelerden birisi Slovenya'dır.[196] 1990'ların sonlarında, Slovenya'da medya

[192] European Commission, Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe Country Profile Hungary, s. 6.
http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/country/hungary.pdf (09.09.2010)
[193] Slovenya'nın Nüfusu : http://www.stat.si/eng/tema_demografsko_prebivalstvo.asp (18.04.2011)
[194] European Commission, Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe Country Profile Slovenia, s. 12.
http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/country/slovenia.pdf (19.04.2010)
[195] Slovenya'da İnternet Kullanım Oranı: http://www.internetworldstats.com/stats4.htm (10.11.2011)
[196] Karmen Erjavec, Zala Volcic, "Ten Years of Media Education Course in Slovenia", *Medienimpuise*, Vol: 61, 2007, s. 14.

okuryazarlığıyla ilgili çalışmalar yapmak üzere iletişim alanında faaliyetlerini yürüten üç akademisyenin bir araya gelmesiyle Medya Eğitimi Müfredat Araştırma Grubu (Media Education Curriculum Research Group) oluşturulmuştur. Bu gruba göre medya okuryazarlığının amacı bağımsız, etkili ve sosyal sorumluklarını bilen aktif vatandaşlar yetiştirmektir.[197] Yapılan bu çalışmalar neticesinde müfredattaki yerini alan medya okuryazarlığı, bazı derslerin içine yerleştirilmenin yanı sıra, ilköğretimin ikinci kademesinde seçmeli ders olarak da sunulmaktadır.[198]

İlköğretimin ilk kademesinde medya okuryazarlığı Slovence dersi ile Vatandaşlık dersi içinde yer almaktadır. Slovence dersinde öğrencilerin medya metinleri arasındaki farkı ayırt edebilmeleri, medyada kullanılan dili analiz edebilmeleri ve medyada kullanılan terimleri öğrenmeleri beklenmektedir. Vatandaşlık dersinde öğrencilere reklamcılık, televizyon, film, yazılı basın ve internet hakkında bilgiler verilmektedir.[199]

İlköğretimin ikinci kademesinde seçmeli ders olarak sunulan medya okuryazarlığı dersi, üç yıl boyunca öğrencilere sunulmaktadır. Her yıl farklı bir başlıkla öğrencilerin karşısına çıkan bu ders ilk yıl yazılı basın, ikinci yıl radyo, üçüncü yıl ise televizyon ve internet adıyla eğitimdeki yerini almıştır.[200] Yazılı basının işlendiği ilk yılda öğrenciler, yazılı basının işleyişini öğrenmektedirler. Ayrıca, öğrencilerden medya mesajları arasında yer alan benzerlikleri ve farklılıkları ayırt edebilmeleri beklenmektedir. Radyonun ele alındığı ikinci yılda ise öğrenciler radyoculuğun tüm detaylarını öğrenmektedirler. Ayrıca, öğrenciler bu derste kendi radyo programlarını hazırlamaktadırlar. Böylece, öğrenciler programının nasıl hazırlandığını ve bir radyo programı aracılığıyla ne gibi mesajlar iletilebileceğini öğrenmektedirler. Televizyon ve internetin ele alındığı üçüncü yılda öğrenciler televizyonculuğun tüm detaylarını öğrenmektedirler. Bu derste öğrencilerden kendi televizyon programlarını hazırlamaları beklenmektedir. Bunun akabinde öğrencilere

[197] Karmen Erjavec, Zala Volcic "Media Education as a Part of Mother Tongue Teaching in Slovenian Secondary Schools" *Media Education in 12 European Countries*, (Ed.) Andrew Hart, Daniel Süss, E-Collection of the Swiss Federal Institute of Technology Zurich, Zurich, 2002, s. 111.
[198] Karmen Erjavec, "The Media and Computer Literacy Project in Europe: The Case of Slovenia", *Hrcak Portal of Scientific Journals of Croatia*, Vol:8, 2002, s. 64.
[199] K. Erjavec ve Z. Volcic, 2002, s. 112.
[200] K. Erjavec, 2002, s. 71.

internetin işlevleri, etkileri ve kullanımı hakkında bilgiler verilmektedir. Bu yılın sonunda öğrenciler medyanın içeriğini analiz edebilme becerisine ulaşmaktadırlar.[201]

3.6.2. Slovenya'da Medya Okuryazarlığı Alanında Faaliyet Gösteren Teşkilatlar

Son on yılda medya okuryazarlığı alanında ciddi çalışmalar gerçekleştiren Slovenya'da medya okuryazarlığı müfredatta ilköğretimin ilk kademesinde Slovence dersinin içine yerleştirilmiştir. İlköğretimin ikinci kademesinde ise medya okuryazarlığı dersi üç yıl boyunca seçmeli ders olarak okutulmaktadır. Slovenya'da medya okuryazarlığı müfredatta detaylı bir şekilde yer almasına karşın, ülkede medya okuryazarlığına yönelik çalışmalar gerçekleştiren kurumların, derneklerin, sivil toplum kuruluşlarının ve medya alanında faaliyet gösterenlerin sayısı yok denecek kadar azdır. Ülkede medya okuryazarlığı alanında faaliyetlerde bulunan teşkilatlar aşağıda açıklanacaktır.

3.6.2.1. Slovenya Eğitim ve Spor Bakanlığı (Ministrstvo za Solstvo in Sport)

Slovenya Eğitim ve Spor Bakanlığı, çocuklara ve gençlere uygulanan eğitim ve öğretim programlarından sorumludur. Dolayısıyla bakanlık, medya okuryazarlığı eğitimi ile bire bir ilişkilidir. Bu bağlamda öğrencilerin medyayı en iyi şekilde algılayabilmeleri gerekmektedir. Ayrıca eğitim alanında kitle iletişim araçlarının kullanımının yaygınlaştırılması, bakanlık için önem arz eden bir husustur.[202]

[201] K. Erjavec ve Z. Volcic, 2007, s. 15-17.
[202] Slovenya Eğitim ve Spor Bakanlığı: http://www.mss.gov.si/en/areas_of_work/ (22.04.2010)

3.6.2.2. Medya İzle (Media Watch)

Medya İzle, 1997 yılında hayata geçirilen bir projedir. Bu projenin amacı, Slovenya'da yer alan kitle iletişim araçları hakkında bilgiler vermektir. Bu bağlamda Slovenya hakkında ya da Slovenya'yı ilgilendiren medya alanıyla ilgili İngilizce olarak hazırlanan elektronik kitaplar ücretsiz olarak hizmete sunulmaktadır.[203]

[203] Medya İzle: http://mediawatch.mirovni-institut.si/eng/ (26.04.2010)

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu tezde, Türkiye ile aralarında medya okuryazarlığı alanında köklü bir geçmişe sahip olan ve medya okuryazarlığına yönelik pek çok teşkilatın faaliyet gösterdiği Fransa ve İngiltere, eğitim alanında oldukça başarılı politikalara sahip olan ve uluslararası düzeyde kabul gören eğitim seviyesinin belirlenmesine yönelik hazırlanmış sınavlarda oldukça başarılı sonuçlar elde eden Finlandiya, medya eğitiminin tıpkı Türkiye'de olduğu gibi sadece devlet eliyle yürütüldüğü Macaristan ve medya eğitimi alanında son on yılda ciddi atılımlar gerçekleştiren Slovenya'nın bulunduğu AB ülkelerindeki medya okuryazarlığının gelişimi ve hali hazırdaki durumu incelenmiştir. Bu çalışmada, incelenen bu ülkelerde medya okuryazarlığı alanında faaliyet gösteren kurum, kuruluş, organizasyon ve dernek gibi teşkilatlara değinilmiştir. Bunlara ek olarak tezde, tüm Avrupa'yı kapsayacak şekilde medya okuryazarlığı alanında faaliyet gösteren çeşitli teşkilatlara da yer verilmiştir.

Tezde yer verilen İngiltere, Finlandiya, Fransa, Macaristan ve Slovenya'da medya okuryazarlığı müfredatta bulunan bazı derslerle bütünleştirilmiştir. Ayrıca, Slovenya'da Medya Okuryazarlığı dersi ilköğretimin ikinci kademesinde üç yıl boyunca seçmeli ders olarak öğrencilere verilmektedir. Bu ülkelerde Medya Okuryazarlığı dersi aracılığıyla, öğrencilerin kitle iletişim araçlarını etkin ve verimli bir şekilde kullanmaları, medyanın zararlı içeriklerine karşı korunmaları, medyanın etkilerini anlamaları ve medya tüketim sırasında bilinçli davranıp, medyanın sunduklarından kendileri için uygun olan kısımları belirleyip kullanmaları hedeflenmiştir.

İngiltere, Fransa ve Finlandiya'da uygulanan medya eğitiminde öğrencilerin kitle iletişim araçlarını aktif bir şekilde kullanmalarını sağlayan uygulamalara yer verildiği tespit edilmiştir. Tezde, bahsi geçen bu ülkelerde medya okuryazarlığını destekler nitelikte tüm medyayı kapsayacak şekilde faaliyetlerde bulunan teşkilatlara yer verilmiştir. Aralarında kamu kuruluşlarının, sivil toplum kuruluşlarının,

derneklerin, şirketlerin ve yayın kuruluşlarının yer aldığı bu teşkilatlar aracılığıyla medya okuryazarlığının sadece öğrencilere değil toplumun tüm kesimlerine ulaşması da sağlanmaktadır.

Bu beş AB ülkesi ile bütün Avrupa'yı kapsayacak şekilde medya okuryazarlığı alanında faaliyetlerini sürdüren teşkilatların incelenmesi sonucunda Türkiye'deki medya okuryazarlığının ve medya okuryazarlığı dersinin geliştirilmesine yönelik şu gibi tavsiyelerde bulunulabilir:

Türkiye'de medya okuryazarlığı alanında sadece RTÜK ve MEB aktif bir şekilde rol almaktadır. Medya okuryazarlığı alanında diğer kamu kuruluşlarının, medya alanında faaliyet gösteren şirketlerin ve sivil toplum örgütlerinin de bu alana yönelik çalışmalar gerçekleştirmesi gerekmektedir. Örneğin, Türkiye'de, İngiltere'de televizyon ve radyo yayıncılığı yapan BBC gibi medya okuryazarlığı alanında faaliyet gösteren yayıncı kuruluşlara gerek vardır. BBC, medya okuryazarlığına yönelik bir internet sitesi düzenlemiş olup, bu sitede günlük yaşantımızın bir parçası olan televizyon, radyo, cep telefonu ve internetin kullanımına dair çeşitli bilgiler sunmaktadır. Bunlara ek olarak, bu internet sitesinde medya okuryazarlığına yönelik çeşitli bilgiler ve materyaller de sunulmaktadır. Türkiye'deki medya hizmet sağlayıcıların başlangıç olarak medya okuryazarlığına yönelik bu kadar detaylı bir çalışma içine giremeyecekleri düşünülse bile, bunların en azından medya okuryazarlığı hakkında basit bilgiler verebilecek seviyede bir yayın politikası izlemeleri gerekmektedir. Bu amaca ulaşabilmek için kamu yayıncılığı yapan TRT'nin bu alanda öncü olması teşvik edilmelidir.

Türkiye'de medya okuryazarlığı alanında faaliyet gösteren tek internet sitesi http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/ 'dir. Medya okuryazarlığına yönelik zengin bir içeriğe sahip olan internet sitesinde yetişkinler, öğretmenler, öğrenciler ve medya çalışanları için özel bölümler yer almaktadır. Öğretmenler için hazırlanan bölümde yer alan projelerle, etkinliklerin paylaşılmasının öngörüldüğü kısımların aktif hale getirilmesinin Medya Okuryazarlığı dersi açısından faydalı olacağı düşünülmektedir.

Böylece, dersi veren öğretmenlerin burada paylaşılacak olan kaynaklardan da yararlanmaları sağlanmış olacaktır.

Medya Okuryazarlığı dersinin okutulmaya başlanmasından bugüne kadar geçen süreçte verilen ders hakkında çeşitli değerlendirmelerin yapılması gerekmektedir. Yapılacak olan bu değerlendirmelere dersi alan öğrenciler, dersin öğretmenleri, okul idarecileri, veliler, RTÜK ve MEB'den konusunda yetkin kişiler katılmalıdır. Elde edilen veriler sonucunda dersin ne kadar başarılı olduğu irdelenmeli ve bu derse ait olan müfredatın daha da geliştirilmesine yönelik projeler hazırlanmalıdır.

Medya okuryazarlığı dersine ait olan müfredatın, tezde İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Programı ve Kılavuzu'nun ele alındığı bölümde yapılan tavsiyeler doğrultusunda güncellenmesinin gerektiği düşünülmektedir. Böylece, içerik ve etkinlikler açısında daha da zenginleşecek olan derste daha aktif olacak olan öğrenciler, medyanın işleyişi hakkında daha detaylı bilgi sahibi olabileceklerdir. Medya okuryazarlığı becerisinin medya alanıyla ilgili bilgi sahipliğiyle doğru orantılı olduğu göz önüne alındığında, öğrencilerin bu becerilerini dersin güncellenmiş haliyle bir adım daha öteye taşıyabilecekleri düşünülmektedir.

RTÜK'ün öncülüğünde Medya Okuryazarlığı dersinin seçmeli ders olarak okullarda okutulmasını teşvik etmek amacıyla okul yönetimlerine ve velilere yönelik çeşitli çalışmalar gerçekleştirilmelidir. Hazırlanmış olan tanıtıcı filmlerin sayısının arttırılması ve söz konusu bu filmlerin televizyon ve radyo kanallarında belirli periyotlarla yayınlanması teşvik edilmelidir. Ayrıca, bu dersi seçmeli olarak okutmaları yönünde okul idarecileri bilgilendirilmelidir. Okul yönetimlerine bu derste kullanılacak olan bilgisayar ve projeksiyon cihazı gibi materyalleri edinmeleri konusunda yardım edilmelidir.

İlk olarak 2006–2007 Eğitim ve Öğretim yılında 5 pilot okulda okutulmaya başlanan Medya Okuryazarlığı dersi 2007–2008 Eğitim ve Öğretim yılından sonra tüm Türkiye'yi kapsayacak şekilde seçmeli ders statüsünde müfredattaki yerini

almıştır. Günlük hayatı yakından ilgilendiren bu dersin müfredatta yer alan zorunlu dersler arasına girmesi sağlanmalıdır. Böylece sekiz yıllık zorunlu eğitim kapsamında öğrencilerin bu dersi mutlak bir surette almaları sağlanmış olacaktır. Ayrıca, dersin zorunlu bir hal alması sonucunda bu dersin bu alanda uzman olmayan Sosyal Bilgiler, Türkçe veya Beden Eğitimi derslerinin öğretmenleri tarafından değil, bu dersi vermek için MEB'in kadrosuna katacağı Medya Okuryazarlığı dersi öğretmenleri tarafından verilmesinin de yararlı olabileceği düşünülmektedir. Buna ek olarak, Medya Okuryazarlığı dersini veren öğretmenlerin tıpkı Finlandiya, İngiltere ve Fransa'da olduğu gibi belirli aralıklarla düzenli bir şekilde medya okuryazarlığı alanında eğitilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

Medya okuryazarlığı dersiyle ilişkili olarak okullarda "Medya Kulüpleri" oluşturulmalı ve söz konusu bu kulübün faaliyetleri ile derste yer alan faaliyetler ilişkilendirilmelidir. Medya kulübü aracılığıyla öğrenciler okul gazetesi çıkarmalı ve medya kuruluşlarını tanımak amacıyla bu kuruluşlara ziyaretlerde bulunmalıdırlar.

Avrupa Komisyonu tarafından yürütülen ve 30 Avrupa ülkesinde bulunan Güvenli İnternet Merkezleri, internet kullanımı konusunda başta gençler, ebeveynler ve öğretmenler olmak üzere tüm internet kullanıcılarına hizmet vermektedir. Türkiye'de de "Güvenli İnternet Merkezleri" oluşturulmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Dünya çapında her yıl düzenli olarak gerçekleştirilen Güvenli İnternet Günü, o güne özgü bir temayla kutlanmaktadır. İnternet kullanımıyla ilgili olan bu günde çeşitli aktiviteler düzenlenmektedir. Söz konusu bu özel günün Türkiye'de de düzenlenmesinin her yaştan internet kullanıcısı için yararlı olacağı düşünülmektedir.

İngiltere'de, bir internet sitesinin nasıl kullanıldığına dair çeşitli bilgiler veren teşkilatlara bu çalışmada değinilmiştir. Söz konusu bu teşkilatlar aracılığıyla bir internet sitesi kullanılırken nelere dikkat edilmesi gerektiği izah edilmiştir. Ayrıca bir internet sitesinin nasıl hazırlandığı ve hazırlanırken nelere dikkat edilmesi gerektiği

de vurgulanmıştır. Türkiye'de de buna benzer bir çalışmanın gerçekleştirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Fransa'da olduğu gibi televizyon ve televizyon benzeri araçların belirli bir süre boyunca kullanılmamasını öngören projenin bir benzeri RTÜK'ün öncülüğünde gerçekleştirilebilir. Böylece, televizyondan uzak kalacak bireyler hem televizyonun zararlarından korunacaklar, hem de televizyonsuz geçirdikleri zaman zarfı boyunca birbirleriyle iletişim kuracaklardır.

İngiltere'de çocuklara ve gençlere yönelik hazırlanan Londra Çocuk Film Festivali'ne benzeyen bir film festivalinin Türkiye'de de düzenlenmesinin hem film sektörünün tanıtılması, hem de bu alana yönelik festivale katılanların bilgilendirilmesi açısından önem arz ettiği düşünülmektedir.

Sonuç olarak, RTÜK ve MEB öncülüğünde Türkiye'de seçmeli ders olarak okutulmaya başlanan medya okuryazarlığı dersi ve RTÜK'ün bu alana yönelik yürüttüğü çalışmaları neticesinde Türkiye'de medya okuryazarlığı eğitimi alanların ve medya okuryazarlığından haberdar olanların sayısı her geçen gün artmaktadır. Elde edilen bu olumlu gelişmeler neticesinde medya okuryazarlığı kavramının ülkede yaşayan tüm vatandaşlara tanıtılması ve ülkede yaşayan her vatandaşın medya okuryazarı olması sağlanmalıdır. Ayrıca, medya okuryazarlığının sadece öğrenciler için değil, tüm vatandaşlar için gerekli olduğu her fırsatta vurgulanmalıdır. Medya okuryazarlığının özellikle İngiltere ve Fransa'da olduğu gibi sosyal sorumluluk çerçevesinde ele alınması sağlanmalıdır. Böylece, bu alana yönelik faaliyet gösterenlerin sayısının artabileceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda bugüne kadar yapılan çalışmalar daha geniş kapsamlı ele alınmalı ve bu çalışmalara yenileri eklenmelidir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

Buckingham, David ve Domaille Kate (2001), *UNESCO Youth Media Education Survey 2001 Final Report*, London University, London.

Federov, Alexander (2008), *On Media Education*, ICOS UNESCO IFAP, Moscow.

Grahame, Jenny, Bragg, Sara ve Oliver, Kate (2005), *Media Relate: Teaching Resources About The Media, Sex and Relationships for KS3*, English and Media Center, London.

Hart, Andrew (1991), *Understanding The Media: A Partical Guide*, Routledge, London.

İnal, Kemal (2009), *Medya Okuryazarlığı El Kitabı*, Ütopya Yayınları, Ankara.

Kupiainen, Reijo, Sintonen, Sara ve Suoranta, Juah (2008), *Decades of Finnish Media Education*, Publications of the Finnish Association on Media Education, Tampere.

Lundvall, Anniina (2009), *Finnish Media Education Policies*, Finnish Society on Media Education, Lisalmi.

Öksüz, Süheyla (2003), *Küreselleşmede Nasıl Bir Medya Düzeni*, Piramit Yayınevi, Ankara.

Potter, W. James (2004), *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach*, Sage Publications, California.

_____ (2005), *Media Literacy*, Sage Publications, California.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (2007), *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı*, RTÜK, Ankara.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (2006), *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu*, RTÜK, Ankara.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (2006), *Televizyon Yayınlarında Şiddet Konulu İlköğretim Öğrencileri Arası Kompozisyon Yarışmasında Ödüle Layık Görülen Eserler*, RTÜK, Ankara.

Taşkıran, Nurdan Öncel (2007), *Medya Okuryazarlığına* Giriş, Beta Basım Yayın A.Ş., İstanbul.

Türk Dil Kurumu Sözlüğü (1998), Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.

MAKALELER

Altun, Adnan (2011), "Tavsiye Kararları Çerçevesinde Avrupa Birliği'nin Medya Okuryazarlığı Eğitimi Vizyonu", *Yüzüncü Yıl Eğitim Fakültesi Dergis*i, Sayı:1 Cilt 8, s. 58-86.

Erjavec, Karmen (2002), "The Media and Computer Literacy Project in Europe: The Case of Slovenia", *Hrcak Portal of Scientific Journals of Croatia*, Vol:1, s. 54-68.

Erjavec, Karmen ve Volcic, Zala (2002), "Media Education as a Part of Mother Tongue Teaching in Slovenian Secondary Schools" (Ed.) Andrew Hart, Daniel Süss *Media Education in 12 European Countries*, E-Collection of the Swiss Federal Institute of Technology Zurich, Zurich. s. 111-122.

Erjavec, Karmen ve Volcic, Zala (2007), "Ten Years of Media Education Course in Slovenia", *Medienimpuise*, Vol:61, s. 14-18.

Federov, Alexander (2008), "Media Education Around The World: Brief History", *Acta Didactica Napocensia*, Vol:1, s. 56-68.

Hasdemir Asrak, Tuğba (2009), "Medya Okuryazarlığı ve İnsan Hakları: Türkiye Örneği", (Ed.) Gürel Tüzün, *Ders Kitaplarında İnsan Hakları II*, Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul, s. 311-325.

Hobbs, Renee (2004), "Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma", (Çev. Melike Türkan Bağlı), *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, Cilt:37, Sayı:1, s. 122-140.

İnceoğlu, Yasemin (2007), "Medyayı Doğru Anlamak", (Ed.) Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek, *Medya Okuryazarlığı*, Kalemus Yayınları, İstanbul, s. 21-26.

Öktem, Ferhunde, Sevilay Melike S., ve Özen, Çelenk (2006), "Akıllı İşaretler Sınıflandırma Sistemi", *Kodlayıcı Uygulama Rehberi*, RTÜK, Ankara, s. 6-7.

Özad, Bahire Efe (2007), "Medya Okuryazarlığı ve Yetişkinlerin Öğrenmesi", (Ed.) Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek, *Medya Okuryazarlığı*, Kalemus Yayınları, İstanbul, s. 94-103.

Paker, K. Oya (2009), "Çocuk Temsilleri ve Medya Okuryazarlığı Eğitimi", *Çocuk ve Medya*, (Ed.) Selda İçin Akçalı, Nobel Yayın, Ankara, s. 129-151.

Topuz, Hıfzı (2007), "Medya Eğitimi: Medya Çözümlemesi", (Ed.) Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek, *Medya Okuryazarlığı*, Kalemus Yayınları, İstanbul, s. 15-20.

Treske, Gülden (2007), "Medya Okuryazarlığı: Neden Gerekli", (Ed.) Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek, *Medya Okuryazarlığı*, Kalemus Yayınları, İstanbul, s. 27-39.

Türkoğlu, Nurçay (2007), "Konferans Çağrısından Kitaba: Medya Okuryazarlığı", (Ed.) Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek, *Medya Okuryazarlığı*, Kalemus Yayınları, İstanbul, s. 9-10.

RAPORLAR

European Commission, Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe Country Profile France, http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/country/france.pdf (19.07.2010)

European Commission, Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe Country Profile Finland, http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/studies/country/finland.pdf (02.08.2010)

European Commission, Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe Country Profile Hungary, http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/country/hungary.pdf (04.09.2010).

European Commission, Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe Country Profile Slovenia, http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/country/slovenia.pdf (19.04.2010)

European Commission, Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe Country Profile United Kingdom, http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/country/uk.pdf (02.04.2010)

Mannerheim League for Child Welfare (2007), *Internet Safety for Youth: Tunne Final Report*, Miktor.

ARAŞTIRMALAR

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (2006), *İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları*, RTÜK, Ankara.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (2009), *Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması–2*, RTÜK, Ankara.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (2009), *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması–2*, RTÜK, Ankara.

Türkiye İstatistik Kurumu (2011), *İstatistiklerle Türkiye*, TÜİK, Ankara.

HABER BÜLTENLERİ

Türkiye İstatistik Kurumu (2011), *Haber Bülteni*, Sayı:19, TÜİK, Ankara.

Türkiye İstatistik Kurumu (2010), *Haber Bülteni*, Sayı:148, TÜİK, Ankara.

MEVZUATLAR

AB Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:EN:PDF (11.10.2010)

6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, RG: 03.03.2011, 27863.

TEZLER

Apak, Özlem (2008), *Türkiye, Finlandiya ve İrlanda İlköğretim Programlarının Medya Okuryazarlığı Eğitimi Açısından İncelenmesi*, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli.

Çetinkaya, Selin (2008), *Bilinçli Medya Kullanıcıları Yaratma Sürecinde Medya Okuryazarlığının Önemi*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

Akıllı İşaretler Uygulama Esas ve İlkeleri: http://www.rtuk.org.tr/images/AkilliIsaretlerUygulamaEsasveIlkeleri.pdf (19.12.2011)

Akıllı Medya: http://www.mediasmart.org.uk/ (06.04.2010)

Akıllı Medya, Çocuk Bölümü: http://www.mediasmart.org.uk/kids.php (06.04.2010)

Akıllı Medya, Ebeveyn Bölümü: http://www.mediasmart.org.uk/parents.php (06.04.2010)

Akıllı Medya, Öğretmen Bölümü: http://www.mediasmart.org.uk/teachers.php (06.04.2010)

APTE: http://www.apte.asso.fr/sp/ (26.07.2010)

APTE, Fransa'da Medya Okuryazarlığı Alanında Faaliyet Gösteren Organizasyonlar: http://www.apte.asso.fr/sp/une-selection-de-sites-web,33.html (26.07.2010)

APTE, Medya Okuryazarlığı Etkinlikler: http://www.apte.asso.fr/sp/un-exemple-d-activite-devinette.html (26.07.2010)

Arthur Nerede?: http://www.travail-solidarite.gouv.fr/actualite-presse,42/breves,409/ou-est-arthur-un-film-pour-alerter,8546.html (24.07.2010)

Avrupa Çevrimiçi Çocuklar: http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EUKidsII%20(2009-11)/home.aspx (21.10.2010)

Avrupa Komisyonu, Medya Okuryazarlığı Faaliyetleri: http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/index_en.htm (10.10.2010)

Avrupa Medya Okuryazarlığı Sözleşmesi: http://www.euromedialiteracy.eu/index.php (13.10.2010)

Avrupa Çocuk Filmleri Derneği, Çocuk Projeleri: http://www.ecfaweb.org/projects.htm (17.10.2010)

Avrupa Çocuk Filmleri Derneği, Medya Eğitimi Projesi: http://www.ecfaweb.org/projects/education/index.htm (17.10.2010)

Avrupa Çocuk Filmleri Derneği Üye Listesi: http://www.ecfaweb.org/members.htm (17.10.2010)

BBC, Medya Okuryazarlığı: http://www.bbc.co.uk/medialiteracy/ (10.04.2010)

BBC, 5 Yaş Altı Çocuklar Bölümü: http://www.bbc.co.uk/cbeebies/ (10.04.2010)

Botoù Koad Projesi: http://www.saintnazaire.net/2649-prenez-la-camera-avec-botou-koad-tv.html (28.07.2010)

Citizenship Programme of Study for Key Stage 3 and Attainment Target: http://curriculum.qcda.gov.uk/uploads/QCA-07-3329-pCitizenship3_tcm8-396.pdf (10.10.2011)

Citizenship Programme of Study for Key Stage 4: http://curriculum.qcda.gov.uk/uploads/QCA-07-3330-pCitizenship4_tcm8-397.pdf (10.10.2011)

CLEMI: http://www.clemi.org/fr/anglais/ (22.07.2010)

CLEMI, Okullarda Basın ve Medya Haftası: http://www.clemi.org/fr/anglais/ (22.07.2010)

CLEMI, Medya Okuryazarlığı Materyaller: http://www.clemi.org/fr/ressources_pour_la_classe/ (22.07.2010)

CLEMI, Projeler: http://www.clemi.org/fr/productions-des-eleves/ (22.07.2010)

Çocuk Medya ve İnternet Derneği: http://www.collectifciem.org/spip.php?rubrique1 (24.07.2010)

Dijital Birleşme: http://digitalunite.com/ (14.04.2010)

Dünyada Çocuklar, Gençler ve Medya Hakkındaki Haberler Dergisi: http://www.nordicom.gu.se/cl/publ/letter.php (14.10.2010)

Elizabeth Thoman'ın Medya Okuryazarlığı Tanımı: http://www.medialit.org/reading_room/pdf/CMLskillsandstrat.pdf (11.06.2010)

English Programme of Study for Key Stage 3: http://curriculum.qcda.gov.uk/key-stages-3-and-4/subjects/key-stage-3/english/index.aspx (10.10.2011)

English Programme of Study for Key Stage 4: http://curriculum.qcda.gov.uk/key-stages-3-and-4/subjects/key-stage-4/english/index.aspx (10.10.2011)

Film Sokağı: http://www.filmstreet.co.uk/pages/about/ (08.10.2011)

Film Sokağı, Atölye Çalışmaları: http://www.filmstreet.co.uk/pages/workshops/ (08.10.2011)

Film Sokağı, Gençlerin Desteklenmesi: http://www.filmstreet.co.uk/pages/about/funding.php (08.10.2011)

Finlandiya'da İnternet Kullanım Oranı: http://www.internetworldstats.com/stats4.htm (10.11.2011)

Finlandiya'nın Nüfusu: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&language=en&pcode=tps00001&tableSelection=1&footnotes=yes&labeling=labels&plugin=1 (10.11.2011)

Finlandiya'nın Uluslararası Öğrenci Başarısını Belirleme Programı'ndaki Konumu: http://www.meb.gov.tr/duyurular/duyurular/pisa/pisaraporu.htm (06.10.2011)

Fransa Medya Eğitimi Programı: http://www.clemi.org/fichier/plug_download/26454/download_fichier_fr_education.aux.medias.dans.les.programmes.septembre.2011.pdf (05.11.2011)

Fransa'da İnternet Kullanım Oranı: http://www.internetworldstats.com/stats4.htm (10.11.2011)

Fransa'nın Nüfusu: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&language=en&pcode=tps00001&tableSelection=1&footnotes=yes&labeling=labels&plugin=1 (10.11.2011)

Fransız Görsel-İşitsel Sektörü: http://www.piedsdanslepaf.org/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=38 (26.07.2010)

Görsel-İşitsel Yüksek Kurulu, Çocukların Korunması: http://www.csa.fr/protection_mineurs_TV/ (24.07.2010)

Hepsini Bil: http://www.childnet-int.org/kia/about/ (19.10.2010)

Hepsini Bil, Ebeveynler Bölümü: http://www.childnet-int.org/kia/parents/CD/default.aspx?id=Pres1 (19.10.2010)

İletişim Kanunu'na Göre OFCOM'un Sorumlulukları: http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2003/ukpga_20030021_en_1 (02.04.2010)

İngiltere'de İnternet Kullanım Oranı: http://www.internetworldstats.com/stats4.htm (10.11.2011)

İngiltere'nin Nüfusu: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&language=en&pcode=tps00001&tableSelection=1&footnotes=yes&labeling=labels&plugin=1 (10.11.2011)

İngiliz Film Enstitüsü: http://www.bfi.org.uk/ (06.04.2010)

İngilizce ve Medya Merkezi: http://www.englishandmedia.co.uk/index.html (03.04.2010)

İngilizce ve Medya Merkezi, Kurslar: http://www.englishandmedia.co.uk/courses/summer2010.pdf (03.04.2010)

İngiltere Eğitim Bakanlığı: http://www.dcsf.gov.uk/ (03.04.2010)

İnternet Kullanımı Temsilciler Kurulu: http://www.delegation.internet.gouv.fr/mission/index.htm (23.07.2010)

İyi Uykular Çocuklar Projesi: http://www.rtuk.gov.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=f1c09246-2671-48da-a664-f3f41de8821d (05.10.2011)

Jenny'nin Hikâyesi: http://www.childnet-int.org/jenny/index.html(19.10.2010)

Kanal 4, Televizyon Haberciliği Kurs: http://www.channel4.com/learning/breakingthenews/schools/learningmaterials/default.html (12.04.2010)

Kanguru: http://www2.edu.fi/kenguru/fi/ (11.08.2010)

Kanguru, Medya Eğitimi: http://www2.edu.fi/kenguru/fi/ (11.08.2010)

Koruyucu Semboller: http://www.rtuk.org.tr/images/AkilliIsaretlerUygulamaEsasveIlkeleri.pdf (19.12.2011)

Koruyucu Semboller Resmi İnternet Sitesi: http://www.rtukisaretler.gov.tr/RTUK/index.jsp (08.11.2010)

Londra Çocuk Film Festivali: http://www.londonchildrenfilm.org.uk/ (10.04.2010)

Macaristan Eğitim Derneği: http://www.c3.hu/~mediaokt/angol.htm (06.09.2010)

Macaristan'da İnternet Kullanım Oranı: http://www.internetworldstats.com/stats4.htm (10.11.2011)

Macaristan'ın Nüfusu: http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/eng/xstadat/xstadat_annual/i_wdsd003b.html (03.09.2010)

Medya İzle: http://mediawatch.mirovni-institut.si/eng/ (26.04.2010)

MediaEd: http://www.mediaed.org.uk/ (06.04.2010)

Medya Eğitim Birliği: http://www.mediaedassociation.org.uk/ (03.04.2010)

Medya Eğitim Birliği, Medya Okuryazarlığı Konferansı: http://mlc2010.org.uk/ (03.04.2010)

Medya İlişkili Proje: http://www.mediarelate.org/(14.10.2010)

Medya İlişkili Proje, Materyaller: http://www.mediarelate.org/linkteach.htm (16.10.2010)

Medya Magazin Dergisi: http://www.englishandmedia.co.uk/mm/index.html (03.04.2010)

Medya Okuryazarlığı Müfredat Modeli: http://www.media-awareness.ca/english/resources/educational/teaching_backgrounders/media_literacy/perfect_curriculum_intro.cfm (16.06.2010)

Medya Okuryazarlığı Müfredat Modelinin Uygulanışı: http://www.media-awareness.ca/english/resources/educational/teaching_backgrounders/media_literacy/perfect_curriculum_1.cfm (17.06.2010)

Medya Okuryazarlığının Genel İlkeleri: http://newsreel.org/articles/aufderhe.htm (21.06.2010)
Medya Pusulası: http://mediakompassi.yle.fi (15.08.2010)

Medya Pusulası, Ebeveynler Bölümü: http://mediakompassi.yle.fi/vanhemmat (15.08.2010)

Medya Pusulası, 7 Yaş ve 7 Yaş Üzeri Çocuklar Bölümü: http://mediakompassi.yle.fi/7-luokkalaiset (15.08.2010)

Müzik ve İnternet: http://www.childnet-int.org/music/index.html (19.10.2010)

OFCOM'un Medya Okuryazarlığı Faaliyetleri: http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/medlitpub/ (02.04.2010)

OFCOM, Görev Tanımı: http://www.ofcom.org.uk/what-is-ofcom (02.04.2010)

OFCOM, Medya Okuryazarlığı Tanımı: http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/of_med_lit/whatis/ (02.04.2010)

OFCOM Uluslararası Medya Okuryazarlığı Araştırma Forumu: http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/international-media-lit/ (02.04.2010)

OFCOM, Sanal Kütüphane: http://www.imlrf.org/library (02.04.2010)

Öğretmen TV: http://opettajatv.yle.fi/inenglish (13.08.2010)

Parlamentoyla İlişkili Medya Okuryazarlığı Grubu: http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/apmlg/ (02.04.2010)

RTÜK, Akman'a Hollanda'dan Akıllı İşaretler Plaketi: http://www.rtukisaretler.gov.tr/RTUK/index.jsp (24.08.2010)

RTÜK, Medya Eğitimi Avrupa'da Zorunlu Olacak: http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/documents/moyzorunluolacak.pdf (22.10.2011)

RTÜK, Medya Okuryazarlığı Tarihçesi: http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/tarihce.html (21.08.2010)

RTÜK, Medya Okuryazarlığı Projesi Nedir?: http://www.rtukcocuk.org.tr/ (23.08.2010)

RTÜK, Uluslararası Medya Okuryazarlığı Paneli: http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=ff50855b-76e0-4d7b-81f6-9589a833abf9 (26.10.2011)

Screenonline: http://www.screenonline.org.uk/ (06.04.2010)

Siber Kafe: http://www.thinkuknow.co.uk/8_10/cybercafe/cafe/base.aspx (14.04.2010)

Sinema Kulübü: http://cineclub.org.uk/about/ (12.04.2010)

Slovenya'da İnternet Kullanım Oranı: http://www.internetworldstats.com/stats4.htm (10.11.2011)

Slovenya'nın Nüfusu: http://www.stat.si/eng/tema_demografsko_prebivalstvo.asp (18.04.2011)

Slovenya Eğitim ve Spor Bakanlığı: http://www.mss.gov.si/en/areas_of_work/ (22.04.2010)

Thinkuknow: http://www.thinkuknow.co.uk/ (14.04.2010)

Thinkuknow, Ebeveynler Bölümü: http://www.thinkuknow.co.uk/parents/ (14.04.2010)

Thinkuknow, Öğretmen Bölümü: http://www.thinkuknow.co.uk/teachers/ (14.04.2010)

Thinkuknow, 5-7 Yaş Arası Çocuklar Bölümü: http://www.thinkuknow.co.uk/5_7/ (14.04.2010)

Thinkuknow,8-10 Yaş Arası Çocuklar Bölümü: http://www.thinkuknow.co.uk/8_10/report/ (14.04.2010)

Thinkuknow, 11-16 Yaş Arası Çocuklar Bölümü: http://www.thinkuknow.co.uk/11_16/ (14.04.2010)

Türkiye İstatistik Kurumu 2010 yılı Türkiye Bilgisayar ve İnternet Kullanım Alanları ve sıklıkları: http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=6308&tb_id=8 (20.08.2010)

Uluslararası Çocuk Bağlantı Ağı: http://www.childnet-int.org/about/ (19.10.2010)

Uluslararası Çocuk Bağlantı Ağı, Projeleri: http://www.childnet-int.org/projects/ (19.10.2010)

Uluslararası Çocuk, Genç ve Medya Merkezi: http://www.nordicom.gu.se/clearinghouse.php?portal=about (14.10.2010)

Uluslararası Çocuk, Genç ve Medya Merkezi, Materyalleri: http://www.nordicom.gu.se/clearinghouse.php?portal=publ (14.10.2010)

Yeni Mobil Servisleri: http://www.childnet-int.org/mobiles/default.aspx (19.10.2010)

ÖZET

Medyanın ilettiklerinin insanlar tarafından olduğu gibi kabul edilmemesi gerekmektedir. İnsanlar medyanın sunduklarını kendi kapasiteleri, düşünceleri ve hayat tarzları doğrultusunda irdeleyebilmelidirler. Bunun sonucunda da insanların medyanın sunduklarını çözümleyebilmeleri beklenmektedir. İnsanlara bu çözümlemeyi gerçekleştirebilmelerinde yardımcı olabilecek en önemli hususlardan birisi de medya okuryazarlığıdır.

Bu çalışmada, Türkiye ile aralarında medya okuryazarlığı alanında köklü bir geçmişe sahip olan ve medya okuryazarlığına yönelik pek çok teşkilatın faaliyet gösterdiği Fransa ve İngiltere, eğitim alanında oldukça başarılı politikalara sahip olan ve uluslararası düzeyde kabul gören eğitim seviyesinin belirlenmesine yönelik hazırlanmış sınavlarda oldukça başarılı sonuçlar elde eden Finlandiya, medya eğitiminin tıpkı Türkiye'de olduğu gibi sadece devlet eliyle yürütüldüğü Macaristan ve medya eğitimi alanında son on yılda ciddi atılımlar gerçekleştiren Slovenya'nın bulunduğu AB ülkelerindeki medya okuryazarlığının gelişimi ve günümüzdeki durumu incelenmiş olup, bu ülkelerde medya okuryazarlığı alanında faaliyet gösteren kurum, kuruluş, organizasyon ve dernek gibi teşkilatlara değinilmiştir. Bunlara ek olarak tezde, tüm Avrupa'yı kapsayacak şekilde medya okuryazarlığı alanında faaliyet gösteren çeşitli teşkilatlara da yer verilmiştir.

Yapılan bu incelemelerin ardından Türkiye'de medya okuryazarlığı alanındaki çalışmaların birkaç yıl içinde ciddi seviyelere ulaştığı tespit edilmiştir. Bu tezin, incelenen AB ülkelerindeki medya okuryazarlığı faaliyetleri aracılığıyla Türkiye'deki medya okuryazarlığının en azından bir adım daha ileri taşınabilmesi adına yarar sağlayabileceği umulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: medya okuryazarlığı, medya eğitimi, medya okuryazarlığı dersi

ABSTRACT

What is conveyed via media should not be accepted by the people as it is. People should be able to elaborate on the things presented by the media according to their capacities, thoughts and life styles. As a result of this, people are expected to analyse the things presented by the media. One of the most important elements which will help them make this analysis is media literacy.

This study elaborates on the progress and current situation of media literacy as well as the organizational structures of agencies, institutions and associations delivering activities on media literacy in Turkey and some EU states such as France and the United Kingdom having a very established background for media literacy and many organizations actively involved in this subject; Finland which has very successful education policies and has achieved very eminent results in the exams held to identify the internationally adopted level of education; Hungary where the media education is governed only by the state as it is the case in Turkey and Slovenia which has taken serious initiatives in the last ten years in the field of media education. Furthermore, various organizations which deliver activities of media literacy for the whole Europe have been discussed in this study.

Following the relevant researches, it has been found out that the number of media literacy activities has increased severely in Turkey. It is hoped that this study which elaborates on the media literacy activities carried out in member states of the European Union will be able to take steps in improving media literacy in Turkey.

Key Words: media literacy, media education, media literacy lesson

ÖZGEÇMİŞ

Çağrı Alagözlü 1979 yılında Çankırı'da doğdu. 1998 yılında Kocaeli Anadolu Lisesi'nde mezun olduktan sonra, iki yıl Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Adalet Yüksek Okulu'nda eğitim gördü. Ardından 2006 yılında Yeditepe Üniversitesi Tarih Bölümü burslu programından mezun oldu. Aynı bölümde iki yıl asistan öğrenci olarak çalıştı. Dört yıl boyunca öğrenci sınıf temsilciliği görevini ve bir yıl boyunca bölüm öğrenci temsilciliğini yürüttü. Adı geçen üniversitede bulunan Tarih Kulübü'nde bir yıl süreyle başkanlık yaptı. 2005 yılı bahar döneminde öğrenci değişim programı çerçevesinde A.B.D.'de bulunan Montana State University'de burslu olarak eğitim gördü. 2006 yılında "The Yaren Organization in Çankırı" isimli tezini hazırlayarak Yeditepe Üniversitesi Tarih Bölümü'nden mezun oldu. 2007 yılından bu yana Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nda uzman yardımcısı olarak çalışmaktadır. Evli ve bir çocuk babasıdır. İngilizce bilmektedir.