T.C.
RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ DÜZLEMİNDE DİJİTAL MEDYA OKURYAZARLIĞI

UZMANLIK TEZİ

Begüm DEMİRBAŞ KUTOĞLU

ANKARA
EYLÜL, 2022


RTÜK
RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

T.C.
RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ DÜZLEMİNDE DİJİTAL MEDYA OKURYAZARLIĞI

UZMANLIK TEZİ

Begüm DEMİRBAŞ KUTOĞLU

DANIŞMAN: ÜST KURUL UZMANI BEYZA GÜNAYDIN

ANKARA
EYLÜL, 2022

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanlığına,

“Yeni İletişim Teknolojileri Düzleminde Dijital Medya Okuryazarlığı” başlıklı bu çalışma Tez Değerlendirme Komisyonu üyelerince oy birliği / oy çokluğu ile **Uzmanlık Tezi** olarak kabul edilmiştir.

	Komisyon Üyeleri	İmza
Başkan	……	……..
Üye	……	……..
Üye	……	……..
Üye	……	……..
Üye	……	……..

ONAY

Bu tez Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Uzmanlığı Yönetmeliği’nin ilgili maddeleri uyarınca …/…/20... tarihinde kabul edilmiştir.

Ebubekir ŞAHİN
Üst Kurul Başkanı

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Bu tez çalışmasında;

Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,

Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlâk kurallarına uygun olarak sunduğumu,

Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,

Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,

Sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. 15/09/2022

Begüm DEMİRBAŞ KUTOĞLU

Aileme…

TEŞEKKÜR

Yıllar boyunca büyük bir emek ve özveri ile beni yetiştiren, her koşulda yanımda, her kararımda arkamda olan canım annem ve babama, çalışmalarımın her aşamasında bana destek olan ve yardımlarını esirgemeyen Utku Kutoğlu'na, bu çalışmanın yürütülmesinde konu seçiminden araştırmanın yürütülmesine dek beni destekleyen, yol gösteren ve değerli fikirleriyle tezime ışık tutan çok kıymetli danışmanım Beyza Günaydın'a, çalışmayı yürüttüğümüz süre boyunca yardımlarıyla ve destekleriyle her zaman yanımda olan tüm mesai arkadaşlarıma teşekkürü bir borç bilirim.

Ankara,2022

Begüm DEMİRBAŞ KUTOĞLU

ÖZET

YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ DÜZLEMİNDEDİJİTAL MEDYA OKURYAZARLIĞI

DEMİRBAŞ KUTOĞLU, Begüm
Uzmanlık Tezi
Tez Danışmanı: Üst Kurul Uzmanı Beyza GÜNAYDIN
Eylül, 2022, 135

Bu tezde, çeşitli dünya ülkelerinde uygulanmış veya hâlen uygulanmakta olan dijital medya okuryazarlığı projeleri araştırılarak yeni iletişim teknolojileri doğrultusunda gelişen ve değişen medya araçları ve platformları doğrultusunda güncellenmesi ve genişletilmesi gereken medya okuryazarlığı kavramı ve eğitimi bir bütün olarak incelenmiştir.

Bireyleri kitle iletişim araçlarında izledikleri, dinledikleri ve okudukları içeriklere ilişkin eleştirel sorular sormaya yönelten, analiz ve soruşturma eksenli, çok boyutlu bir beceri olan medya okuryazarlığı kavramı ve eğitiminin yeni iletişim teknolojilerinin getirdiği imkânlar doğrultusunda güncellenmesi ve genişletilmesinin önemine değinilmiştir. Ülkemizde uygulanan medya okuryazarlığı eğitimlerinin pratik ve teorik açıdan dijital teknolojilerin getirilerinden yoksun kalmış olması dolayısıyla çocuk ve gençlerin içinde yaşadığımız yeni medya çağında maruz kaldıkları ileti ve mesajlardan kendilerini koruma noktasında yetersiz kalabilecekleri ve bu durumun yol açabileceği menfî neticelere vurgu yapılmıştır. Dijital medya okuryazarlığı eğitimlerinin toplumun tamamını kapsayacak şekilde genişletilmesi ve bunun yurttaşların en tabii hakkı olarak kabul edilerek sistematik bir şekilde yaygınlaştırılmasının özellikle ekonomik, sosyal, kültürel ve pek çok farklı sebeplerle erişim ve kullanım eşitsizlikleri olan kesimlerin fırsat ve olanaklarını arttıracağı ve dijital bölünmenin azaltılmasına büyük katkı sağlayacağının altı çizilmiştir. Dijital medya okuryazarlığı alanında kılavuz niteliğinde çalışmalara imza atmış çeşitli ülkelerdeki öncü proje ve çalışmalardan derlemeler yapılarak akademik literatüre katkı yapılması ve ebeveynler, eğitimciler ile öğrencilerin faydasına sunulması amaçlanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Dijital Medya, Okuryazarlık, Yeni İletişim Teknolojileri, Medya Okuryazarlığı, Dijital Bölünme.

ABSTRACT

DIGITAL MEDIA LITERACYON THE PLANE OF NEW COMMUNICATIONS TECHNOLOGIES

DEMİRBAŞ KUTOĞLU, Begüm
Specialization Thesis
Thesis Advisor: Supreme Council Specialist Beyza GÜNAYDIN
September, 2022, 135

In this thesis, the concept and education of media literacy, which needs to be updated and expanded in line with the developing and changing media tools and platforms in line with new communication technologies, has been examined as a whole by researching digital media literacy projects that have been implemented or still being implemented in various countries of the world.

The importance of updating and expanding the concept and education of media literacy, which is a multidimensional skill based on analysis and investigation and which leads individuals to ask critical questions about the content they watch, listen and read in mass media, has been mentioned.It has been emphasized that due to the fact that the media literacy trainings implemented in our country are deprived of the practical and theoretical benefits of digital technologies, children and young people may be insufficient to protect themselves from the messages they are exposed to in the new media age we live in, and the negative consequences that this may cause. Also it is underlined that expanding digital media literacy education to cover the whole society and systematically disseminating it, considering it the most natural right of citizens, will increase the opportunities of those who have inequalities in access and use due to economic, social, cultural and many different reasons, and will make a great contribution to reducing the digital divide.It is aimed to contribute to the academic literature and to present them to the benefit of parents, educators and students by making compositions from pioneering projects and studies in various countries that have led studies in the field of digital media literacy.

Key Words: Digital Media, Literacy, New Communication Technologies, Media Literacy, Digital Divide.

İÇİNDEKİLER

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI iii

TEŞEKKÜR v

ÖZET vi

ABSTRACT vii

İÇİNDEKİLER viii

TABLOLAR DİZİNİ xii

ŞEKİLLER DİZİNİ xiii

KISALTMALAR xiv

BÖLÜM 1 1

GİRİŞ 1

Problem 3

Amaç 4

Önem 5

Sınırlılıklar 5

Tanımlar 5

BÖLÜM 2

YÖNTEM 6

Araştırmanın Modeli 6

Evren ve Örneklem 6

Verilerin Toplanması 6

Verilerin Çözümlenmesi 7

BÖLÜM 3

MEDYA OKURYAZARLIĞININ KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ VE TARİHSEL GELİŞİMİ 9

3.1. Medya Okuryazarlığı Kavramı 10

3.2. Medya Okuryazarlığı Becerileri 18
3.2.1. Erişim 19
3.2.2. Analiz ve Değerlendirme 19
3.2.3 İletişimsel Yeterlilik 19
3.3. Medya Okuryazarlığının Amacı 20
3.4. Medya Okuryazarlığının Tarihsel Gelişimi 20
3.5. Medya Okuryazarlığı Eğitimi 21
3.6. Medya Okuryazarlığının Önemi 25
3.7. Medya Okuryazarlığı Yaklaşımları 27
3.8. Türkiye'de Medya Okuryazarlığı 30
BÖLÜM 4
DİJİTAL MEDYA VE YENİ OKURYAZARLIK TÜRLERİ 39
4.1. Dijital Medya Kavramı 39
4.2. Dijital Medya ve Okuryazarlık 41
4.3. Geleneksel Medya Okuryazarlığından Dijital Medya Okuryazarlığına Geçiş 43
4.4. Yeni Okuryazarlık Türleri 45
4.4.1. Geleneksel Okuryazarlık 47
4.4.2. Görsel Okuryazarlık 48
4.4.3. Bilgi Okuryazarlığı 50
4.4.4. Dijital Medya Okuryazarlığı 52
4.4.5. Sosyal Medya Okuryazarlığı 55
4.4.6. Haber Okuryazarlığı 59
BÖLÜM 5
DİJİTAL BÖLÜNME 62
5.1. Dijital Bölünme Kavramı 62

5.2. Dijital Bölünmenin Boyutları ve Türleri 64
5.3. Dijital Bölünmenin Nedenleri..... 67
5.4. Dijital Bölünmenin Sonuçları 69
5.5. Küresel Ölçekte Dijital Bölünme..... 70
5.6. Dijital Yerli-Dijital Göçmen Kavramları 71
5.7. Dijital Bölünmenin Medya Okuryazarlığı Eğitimine Etkileri 74
BÖLÜM 6
YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ DÜZLEMİNDE MEDYA OKURYAZARLIĞI PROJELERİ 77
6.1 Yeni İletişim Teknolojileri Düzleminde Küresel Medya Okuryazarlığı Projeleri 77
6.1.1 SeeMe Projesi (Avustralya)..... 77
6.1.1.1. Projenin Genel Hatları..... 77
6.1.1.2. Projenin Bulguları 79
6.1.1.3. Projenin Sonuç ve Önerileri 82
6.1.2. SmartArt Projesi (Los Angeles) 82
6.1.2.1. Projenin Genel Hatları..... 83
6.1.2.2. Projenin Hedefleri 85
6.1.2.3. Projenin Yöntemi..... 86
6.1.2.4. Projenin Sonuçları 88
6.1.3. YVEB Projesi (Finlandiya) 88
6.1.3.1. Projenin Genel Hatları..... 90
6.1.3.2. Projenin Yöntemi ve Etkileri..... 90
6.1.4 News Literacy Projesi (Los Angeles)..... 92
6.1.4.1. Projenin Genel Hatları..... 92
6.1.4.2. Projenin Değerlendirmesi..... 94
6.1.5 Look Sharp Projesi (New York) 94

6.1.5.1. Projenin Hedefleri 95
6.1.5.2. Projenin Temel İlkeleri 96
6.1.5.3 Projenin Yöntemleri 101
6.1.6. "*Be Media Smart*" Projesi (İrlanda) 102
6.1.6.1. Projenin Genel Hatları 103
6.1.6.2. Projenin İlkeleri 104
6.1.2.3. Projenin Değerlendirmesi 106
6.2. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Tarafından Düzenlenen "Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe" Çalıştayları 106
6.2.1. "Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı" - Brüksel 107
6.2.2. "Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı"- Budapeşte 110
6.2.3. Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı"- Bükreş 111
6.2.4. Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı"- Viyana 112
6.2.5. Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı"- Fas 114
6.2.6. "Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı"- Belgrad 114
6.2.7. "Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı"-Köln 115
BÖLÜM 7 116
SONUÇLAR VE ÖNERİLER 116
Sonuçlar 116
Öneriler 121
KAYNAKLAR 129
ÖZGEÇMİŞ 135

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo **Sayfa**

Tablo 1.OFCOM Tarafından Yayınlanan Medya Okuryazarlığı Tanımlamaları 12

Tablo 2.Kitle İletişim ve Dijital Medya Paradigmaları 43

Tablo 3.Dijital Medya Okuryazarlığının Boyutları 53

ŞEKİLLER DİZİNİ

Tablo **Sayfa**

Şekil 1. Medya Türleri 10

Şekil 2.Medya Okuryazarlığının Boyutları 13

Şekil 3.Medya Okuryazarlığı Kavram Haritası 17

Şekil 4.Koruyucu Sembol Sistemi. 36

Şekil 5.Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Ekolojisi 46

Şekil 6.Görsel Okuryazarlık Becerileri 50

Şekil 7.Kaynaklar ve Tahsis Teorisinin Nedensel Modeli 68

Şekil 8.Dünya Geneli İnternet Erişim ve Kullanım Oranları 70

KISALTMALAR

Kısaltma	Açıklama
AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BİT	: Bilgi İletişim Teknolojileri
BFI	: British Film Institute
CD	: Compact Disc
CLEMI	: Centre de Liasion de L'enseignement et des M'edias D'information
CML	: Centre Of Media Literacy
DSİ	: Devlet Su İşleri
DVD	: Digital Versatile Disc
ELD	: English Language Development
FYA	: Foundation for Young Australians
Inc.	: Incorporation
I-POD	: Internet Portable Open Database
MEB	: Millî Eğitim Bakanlığı
MLI	: Media Literacy Ireland
MSC	: Most Significant Change
NAMLE	: National Association For Media Literacy Education
OECD	: Organisation for Economic Co-Operation and Development
OFCOM	: Office Of Communications
RTE	:Raidió Teilifís Éireann
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
TV	: Televizyon
UNESCO	: United Nations Educational Scientific and Cultural Organization
URL	: Uniform Resource Locator
vb.	: ve benzeri
vs.	: ve saire
WWW	: World Wide Web
YVEB	: Youth Voice Editorial Board

BÖLÜM 1

GİRİŞ

Bu tezde,yeni iletişim teknolojileri doğrultusunda gelişen ve değişen medya araçları ve platformları doğrultusunda güncellenmesi ve genişletilmesi gereken medya okuryazarlığı kavramı ve eğitiminin, dijital medya okuryazarlığı boyutuna evrilme süreci küresel örnekler üzerinden incelenecektir. Tezin bu bölümünde problem, amaç, önem, sınırlılıklar ve çalışmada geçen kavramların tanımlarına yer verilecektir.

Medya kavramı, sosyal ve toplumsal hayatın önemli bir ögesi olarak bireylerin günlük yaşantılarını düzenlemeleri, haber alma ihtiyaçlarını gidermeleri ve fikir dünyalarını geliştirebilmeleri için vazgeçilmez bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Medyanın insan yaşamında edindiği bu hayatî konum, medya aracılığıyla ulaşılan bilginin gerçekliği, kaynağı ve güncelliği noktasında da sorgulamalara yol açmış ve bu doğrultuda medya okuryazarlığı kavramı doğmuştur. Medya aracılığıyla erişilen bilgi, ileti ve mesajların doğru analiz edilebilmesi ve edinilen bilgiye eleştirel ve sorgulayıcı bir gözle bakılabilmesini sağlamak amacıyla bireylerin edinmesi gereken becerileri ve bu eksende alınması gereken eğitimi içeren bütünlüklü bir kavram olarak karşımıza çıkan medya okuryazarlığı, zamanla medya tüketicisi bireylerin ve nihayetinde tüm toplumun tartıştığı ve önem atfettiği bir değer hâline gelmiştir. Medya içeriklerinin özellikle toplumun etkiye en açık kesimini oluşturan çocuk ve gençler üzerinde oluşturabileceği olumsuz etkiler göz önünde bulundurulduğunda, medya okuryazarlığı eğitimlerinin küçük yaşlardan başlayarak kademeli olarak eğitim hayatının bir parçası hâline getirilmesi gerektiği açıktır. Bu doğrultuda farklı bakış açıları getiren medya okuryazarlığı yaklaşımları doktrinde yerini almış ve korumacı, yetkilendirmeci, paylaşımcı, çözümlemeci gibi farklı öneriler sunan kuramlar ortaya atılmıştır.

Medya okuryazarlığı kavramı, bireyleri kitle iletişim araçlarında izledikleri, dinledikleri ve okudukları içeriklere ilişkin eleştirel sorular sormaya yönelten, analiz ve soruşturma eksenli, çok boyutlu bir beceri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu eleştirel bakış önceleri radyo ve gazetelere daha sonraları sinema ve televizyona ve son zamanlarda da dijital teknolojiler ekseninde kullanılan medya araçlarına yöneltilirken medya okuryazarlığı eğitimi de ilgili mecralardaki içeriklerin zararlı etkilerden korunmaya yönelik bir aksiyon olarak karşımıza çıkmıştır. Medya okuryazarlığı eğitimi bireylere;

erişim, analiz, değerlendirme ve iletişimsel yeterlilik olarak ifade edilebilecek bir dizi beceri edindirmektedir. Bunlardan erişim, medya araçlarını kullanım fırsatlarını ifade ederken; analiz ve değerlendirme becerisi, medya içeriklerini okuma, anlama ve değerlendirme yeteneği olarak tanımlanabilecektir. İletişimsel yeterlilik ise bireylerin farklı kodlardan mesajlar oluşturmasına ve bunları mevcut farklı medyayı kullanarak üretip dağıtmasına olanak tanıyan becerileri ifade etmektedir.

Medya okuryazarlığı kavramının akademik literatürde yerleşmesi ve bu doğrultuda gerekli ilke ve prensiplerin geliştirilmesi için medya okuryazarlığı eğitimlerinin bir yeknesaklık içermesi gereği doğmuştur. Bu hususta çeşitli akademisyen, bilim insanı ve kuruluş tarafından yapılan pek çok çalışma bulunsa da literatürde temel kaynak addedilen ilkeler ABD'de bulunan "*Medya Okuryazarlığı Merkezi(CML)"*tarafından geliştirilen altı temel ilke olarak kabul edilmiştir. Bunlardan ilki, medya okuryazarlığı eğitiminin, aldığımız ve oluşturduğumuz mesajlar hakkında aktif sorgulama ve eleştirel düşünme yetisi gerektirmesidir. İkincisi, medya okuryazarlığı eğitiminin, okuryazarlık kavramını her türlü medyayı içerecek şekilde genişletmesi gerektiğine ilişkindir. Üçüncüsü, medya okuryazarlığı eğitiminin, her yaştan öğrenci için tıpkı geleneksel okuryazarlık gibi entegre, etkileşimli ve tekrarlanan uygulamayı gerektiren beceriler geliştirmesi gerektiğini ifade etmektedir. Dördüncü ilke, medya okuryazarlığı eğitiminin demokratik bir toplum için aydın, ilgili ve düşünceli katılımcılar geliştirmekte etkin olması gerektiğini salık verir. Beşinci ilke, medyanın kültürün bir parçası olduğunu ve sosyalleşme aracı olarak işlev gördüğünü kabul eden bir anlayış doğrultusunda medya okuryazarlığı eğitimlerinin düzenlenmesi gerektiğini ifade eder.Altıncı ve sonuncu ilke ise medya okuryazarlığının, bireylerin aldıkları medya mesajları neticesinde kendi anlamlarını inşa etmek için bireysel becerilerini, inançlarını ve deneyimlerini kullandıklarına ilişkin farkındalıklarını geliştirmelerine yardımcı olduğunu savunmaktadır. Dünya üzerinde medya okuryazarlığı eğitimlerine öncülük eden pek çok eğitim kuruluşu, resmî ve gönüllü kurum ve kuruluş tarafından gerçekleştirilen konferans ve seminerlerin bu altı temel ilke üzerine inşa edildiğini söylemek mümkündür.

İçinde yaşadığımız çağda hızla gelişen teknoloji ve teknolojik gelişmelerin beraberinde getirdiği yeni medya platformları, medya sektöründe ve kişilerin medya tüketim alışkanlıklarında ciddi değişiklikler meydana getirmiştir. Bireyler günlük haber ihtiyaçlarını, öğrencilerse gereksinim duydukları eğitim materyallerini bilgi ve iletişim teknolojilerinin sağladığı imkânlarla karşılamaya başlamış ve yeni gelişen bu vaziyet medyaya farklı bir bakış açısı geliştirilmesini zarurî kılmıştır. Nitekim medya

platformlarında meydana gelen bu değişiklikler, medya mesajlarına erişim kolaylığı da sağlamış ve özellikle çocuk ve gençlerin küçük yaşlarda internetle tanışmasıyla birlikte önü alınamaz ve kontrolü oldukça güç bir ileti akışı başlamıştır. Çocuk ve gençlerin, medyanın zararlı etkilerinden korunmalarını ve medyayı doğru ve faydalı kullanabilmelerini amaçlayan mevcut medya okuryazarlığı eğitimleri, hızla gelişen ve ilerleyen yeni iletişim teknolojileri karşısında yetersiz kalmış olup mezkûr eğitim süreçlerinin bütünüyle yenilikçi bir bakış açısı doğrultusunda revize edilmesi ve bu hususta yeni politikaların geliştirilmesi gerekmektedir. Ülkemizde ve tüm dünyada kural koyucu mekanizmaların bürokratik işleyiş süreçlerindeki gecikmeler, hızla ilerleyen teknolojiye ayak uydurmakta zorluk çekmektedir. Bu ise resmî eğitim kurumlarınca eğitilen öğrencilerin, eksik ve yetersiz eğitim ve öğretim müfredatı gereği çağın gerektirdiği ilerlemeden mahrum kalmalarına yol açmaktadır. Bu noktada, medya okuryazarlığı eğitiminin yalnızca eğitim kurumlarının uhdesine bırakılması doğru olmayıp politika geliştirici kamu kurum ve kuruluşları, gönüllü kuruluşlar ve sivil toplum kuruluşları gibi oluşumlarca desteklenmesi gerektiği açıktır. Yeni iletişim teknolojileri düzleminde gelişen dijital medya ve yeni medya platformları ile bu eksende gelişen modern kültür anlayışı doğrultusunda medya okuryazarlığı müfredatları geliştirilmeli ve çağın gereksinimleri doğrultusunda yeniden düzenlenmelidir. Bu revizyon sürecinde ise alanında öncü ve gelişmiş ülkelerde uygulanan ve toplumda geniş karşılık bulmuş proje ve çalışmalardan istifade edilmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir.

Problem

Araştırmanın ana problemi, ülkemizde medya okuryazarlığı eğitimlerinin pratik ve teorik açıdan dijital teknolojilerin getirilerinden büyük ölçüde yoksun olmasıdır. Ülkemizde medya okuryazarlığı eğitimi ilk ve ortaokul müfredatlarında seçmeli ders olarak verilmektedir. Dünya geneline bakıldığında ise benzer bir yapılanma görülebilecektir. Medya okuryazarlığı dersi kimi ülkelerde zorunlu veya seçmeli ders olarak yer almaktayken, kimi ülkelerde ise farklı branş derslerinin müfredatlarına dâhil edilmiştir. Bazı ülkelerde ise seçmeli veya zorunlu ders olarak verilmemekte ancak sivil toplum kuruluşları, eğitimciler ve gönüllüler tarafından yürütülen proje ve etkinliklerle yürütülmektedir. Ülkemizde bu anlamda yürütülen proje ve etkinliklerin oldukça az sayıda olduğunu söylemek mümkündür.

Amaç

Yapılacak çalışmanın asıl amacı ülkemizde hasıl olan eksiklik gözetilerek dijital medya okuryazarlığı alanında kılavuz niteliğinde çalışmalara imza atmış çeşitli **ülkelerdeki öncü proje ve çalışmalardan derlemeler yapılarak akademik literatüre katkı yapılması ve ebeveynler, eğitimciler ile öğrencilerin faydasına sunulmasıdır.** Yapılan inceleme ve araştırmalar neticesinde küresel düzlemde incelenen projelerden bir kısmının dijital çağın ilerlemesinden önce başlayan medya okuryazarlığına yönelik projeler oldukları ve dijital gelişmelerin hayatımızın ayrılmaz bir parçası hâline gelmesiyle birlikte gelişen iletişim teknolojileri düzleminde şekillenerek içerik ve yöntem bakımından gelişme gösterdikleri ve yollarını dijital okuryazarlık yöntemince geliştirdikleri görülmüştür. Bu nedenden ötürü çalışmanın dördüncü bölümünde "*Yeni İletişim Teknolojileri Düzleminde Küresel Medya Okuryazarlığı Projeleri*" altında bu projeler incelenmiştir.

Yapılacak çalışma ile akademik literatüre katkıda bulunulması amaçlanan bir diğer husus, bir düzenleyici ve denetleyici kuruluş olarak Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun bu noktada yürüttüğü öncü faaliyet ve çalışmalardır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu medya okuryazarlığı eğitiminde üstlendiği sorumluluğu yıllardan beri özenle yürütmekte ve gerek alanında uzman akademisyenlerle gerçekleştirdiği konferanslar ve gerekse ilk ve orta öğretim kurumlarıyla yürüttüğü projeler kapsamında medya okuryazarlığı eğitiminin çocuk ve gençlerin geleceklerinin tesisinde ne denli önemli olduğunun altını her fırsatta çizmektedir. Politika geliştirici örnek uygulamalara imza atan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, ilerleyen teknolojik gelişmeler doğrultusunda çağın bir getirisi olarak ortaya çıkan dijital medyanın toplum ve bilhassa çocuklar üzerinde sahip olduğu etkinin ciddiyeti doğrultusunda bu alanda yürütülmesi gereken projelerin sorumluluğunu da üstlenerek bu zamana kadar yedi tanesi çeşitli ülkelerde gerçekleştirilmiş "*Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe*" çalıştaylarını yürütmektedir. Çalışmada ayrıca bu zamana kadar gerçekleştirilen yedi çalıştayın raporları da incelenerek ülkemizde gerçekleştirilecek diğer projeler ile eğitim müfredatları için de yol gösterici çıktılar elde edilmesi amaçlanmaktadır.

Önem

Bu çalışma, ülkemizde dijital medya okuryazarlığına ilişkin fazla çalışma yapılmamış olması ve hızla gelişmekte olan iletişim teknolojilerine adapte olacak çalışmalara ihtiyaç duyulması dolayısıyla alanında öncü küresel projelerin akademik literatüre kazandırılması bakımından önem arz etmektedir. Nitekim ülkemizde mevcut eğitim sisteminde zaten teorik işleyen ve proje, uygulama ve etkinliklerden yoksun olan medya okuryazarlığı eğitimleri, çok hızlı bir devinimle gelişen ve farklılaşan dijital ve sosyal medya platformlarının getirilerinden de eksik kalınca ortaya oldukça kısır bir eğitim süreci çıkmaktadır. İncelenecek proje ve çalışmalar ile gerek çocuk ve gençlerin gerekse eğitimciler ile ebeveynlerin yararlanabileceği çıktılar elde edilmeye çalışılacak ve bu doğrultuda görülen eksikler doğrultusunda önerilerde bulunulacaktır.

Sınırlılıklar

Dijital medya ve dijital medya ile beraber hayatımıza yeni giren bir kavram olarak dijital medya okuryazarlığı doğrultusunda geliştirilen ve uygulanan uluslararası projeler bu çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Bu alanda ülkemizde yapılmış Türkçe akademik çalışmaların azlığı sebebiyle pek çok kaynak çalışmaya hazırlayan tarafından İngilizceden çevrilerek eklenmiştir.

Tanımlar

Çalışmanın ilk üç bölümünde medya okuryazarlığı, dijital medya ve yeni okuryazarlık türleri ile dijital bölünme kavramlarına ilişkin tanımlamalara yer verilecektir.

BÖLÜM 2

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Bu çalışma veri toplama ve kullanımı açısından niteliksel ve doküman inceleyici bir incelemedir. Araştırma boyunca doküman inceleme yöntemi kullanılarak teorik bilgi ve uygulamalı projelerden envanter toplama çalışması gerçekleştirilecektir. Araştırmaya konu dijital medya ve okuryazarlık ilişkisi kavramsal ve eğitimsel boyutlarıyla küresel projeler bağlamında incelenecek ve bu doğrultuda işlenen tüm kavramlar kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılacaktır.

Evren ve Örneklem

Yapılacak çalışmanın evrenini dijital medya ve dijital medya ile beraber hayatımıza yeni giren bir kavram olarak dijital medya okuryazarlığı doğrultusunda geliştirilen ve uygulanan uluslararası projeler oluşturmaktadır**.** Çalışmada, kuramsal çerçevenin oluşturulmasında ve bu kuramsal çerçeve ile konunun bağdaştırılmasında konu hakkındaki literatür detaylı bir şekilde incelenecektir.

Verilerin Toplanması

Ülkemizde dijital medya okuryazarlığına ilişkin uygulamalı pratiklere yönelik ihtiyaçları karşılayacak resmî veya gayri resmi bir proje bulunmadığından farklı ülkelerde gerçekleştirilen öncü proje ve çalışmalar, projelerin veya kuruluşların resmî internet sitelerinden elde edilen verilerin yahut projeye ilişkin yazılmış faaliyet raporu veya akademik makalelerin orijinal dilinden özgün çeviri yapılması suretiyle temin edilecektir. Araştırılan projeler genel hatlarıyla açıklandıktan sonra hedefleri, yöntemleri ve elde ettikleri çıktılar doğrultusunda ayrı başlıklar hâlinde incelenecektir. Ayrıca yine çalışmada Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun çeşitli ülkelerde gerçekleştirdiği ve alanında ilk olan, çeşitli Avrupa ülkelerinde gerçekleştirilmiş "*Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştay Raporları*" incelenerek akademik ve uygulamalı katkılarından istifade edilmeye çalışılacaktır.

Verilerin Çözümlenmesi

Çalışmanın üçüncü bölümünde, medya ve medya okuryazarlığı kavramları tanımlanarak kavramsal bir çerçeve çizilecek ve medya okuryazarlığı becerileri incelenecektir. Ardından medya okuryazarlığının amacı ve önemine değinilecek ve medya okuryazarlığı kavramı tarihsel gelişimiyle birlikte sunulacaktır. Çeşitli medya okuryazarlığı yaklaşımları da ele alınarak konuya geniş bir perspektiften bakılması amaçlanmaktadır. Medya okuryazarlığı eğitimlerinin nasıl olması gerektiğine ilişkin temel ilke ve prensiplere değinilerek kavram pekiştirilmeye çalışılacak ve beraberinde Türkiye'de medya okuryazarlığı konusunda geçmişten günümüze yapılan çalışma ve projelere de değinilecektir.

Dördüncü bölümde, dijital medya kavramı ele alınarak dijital medya ve okuryazarlık ilişkisi incelenecektir. Geleneksel medya okuryazarlığından dijital medya okuryazarlığına geçiş süreci aşamalarıyla birlikte açıklandıktan sonra yeni iletişim teknolojilerinin medya dünyasını nasıl değiştirdiği üzerinde durulacaktır. Ardından teknolojik gelişmelerle birlikte değişen ve güncellenen medya platformları doğrultusunda ortaya çıkan yeni okuryazarlık türleri çeşitli sınıflandırmalar bağlamında incelenecektir.

Beşinci bölümde, "*dijital okuryazarlık*" konulu çalışma kapsamında incelenmesi gereken konulardan birisi olan "*dijital bölünme*" kavramına değinilecektir. Dijital teknolojinin gün geçtikçe önem kazandığı ve dolayısıyla medya sektörünün de kitle iletişim çağından dijital çağa evrildiği günümüz dünyasında, ekonomik, sosyal ve toplumsal sebeplerle bireyler arasında enformasyona, internete ve medyaya erişim farklılıklarının doğması kaçınılmaz olmuş ve toplumdaki bireyler arasında oluşan bu farklılıklar dijital bölünmeye yol açmıştır. Bu doğrultuda yapılacak çalışmada, dijital medyanın kavramsal yapısı üzerinde durulacak ve ardından dijital bölünmenin boyutları ve türleri incelenecek, dijital bölünmenin sebepleri ile küresel düzeyde ve Türkiye'de dijital bölünme konuları ele alınacaktır. Ardından dijital yerli ve dijital göçmen kavramlarına değinilecek ve dijital bölünmenin medya okuryazarlığı eğitimine etkileri incelenecektir.

Çalışmanın altıncı bölümünde ise tezin ana problemi ve amaçları doğrultusunda dijital medya okuryazarlığı alanında kılavuz niteliğinde çalışmalara imza atmış çeşitli ülkelerdeki öncü proje ve çalışmalardan derlemeler yapılarak akademik literatüre katkı yapılmaya çalışılacaktır. Bu kapsamda incelenecek altı projeye ilişkin genel bilgilerin verilmesinin ardından hedefleri, yöntemleri ve elde ettikleri çıktılar doğrultusunda her bir proje ayrı başlıklar hâlinde incelenecektir. Yapılacak çalışmanın ülkemiz eğitim müfredatı

ile öğrenciler, öğretmenler ve ebeveynler için faydalı olması amaçlanmaktadır. Ayrıca yine bu doğrultuda yapılacak çalışma ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun çeşitli ülkelerde gerçekleştirdiği ve alanında öncü, çeşitli Avrupa ülkelerinde gerçekleştirilmiş "*Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştay Raporları*" incelenerek akademik ve uygulamalı katkılarından istifade edilmesi amaçlanmaktadır.

Sonuç ve öneriler bölümünde ise, tez hakkında kısa bir değerlendirmeye yer verilecek ve dijital medya okuryazarlığı eğitimine ilişkin mevzuatsal ve müfredata yönelik önerilerde bulunulacak, ayrıca Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun bünyesinde gerçekleştirilebilecek bir dijital medya okuryazarlığı proje önerisi sunularak çalışma sonuçlandırılacaktır.

BÖLÜM 3

MEDYA OKURYAZARLIĞININKAVRAMSAL ÇERÇEVESİ VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Günümüz dünyasında, içinde yaşadığımız toplumu geliştiren ve değiştiren önemli faktörlerden biri olarak teknoloji her geçen gün hayatımızda daha çok yer kaplamaya başlamıştır. Doğası gereği daima iletişim içinde olan bir varlık olarak insanı en çok etkileyen teknolojik gelişmelerin ise iletişim teknolojileri alanında olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Gün geçtikçe değişen ve gelişen iletişim teknolojilerinin her biri medya ve toplum arasındaki ilişkiyi etkileme yetisine sahip dönüştürücü birer fail olarak iş görmektedir. Bugün "*dijital medya*" olarak adlandırdığımız kavram; kalıplaşmış toplumsal ve kültürel pratiklerin işlerliğini sorgulayan, mevcut normları yeniden inşa eden, dönüştüren ve hatta bütünüyle onların yerini alan bir değişim sürecine işaret etmektedir.

Medya içeriklerinin tüketimi her geçen gün artan bir grafik izlemektedir. Medyanın bireylerin düşüncelerini, algılarını, inanışlarını ve değer yargılarını belirlemede hatırı sayılır bir etkisi olduğu düşünüldüğünde, iletişim ve bilginin nasıl okunduğunun önemi ortaya çıkmakta ve toplumda bilginin etkin kullanımı ile yaşam boyu öğrenme ihtiyacı daha fazla önem kazanmaktadır. Bu gerekliliğin bir ürünü olarak, geçmişten günümüze kitle iletişim araçlarının doğru analiz edilmesi ve medya ajanları vasıtasıyla verilen mesajların doğru algılanması becerilerine işaret eden "*medya okuryazarlığı*" kavramı doğmuştur.

> Bu doğrultuda medya okuryazarlığı; edilgen anlamda medya içeriklerine yönelik anlama, analiz etme ve eleştirme becerilerine gönderme yaparken etkin bir beceri olarak basılı, sesli, görüntülü ve çoklu ortam mesajları üretebilme becerilerini kapsamaktadır(Buckingham, 2007, s. 3).

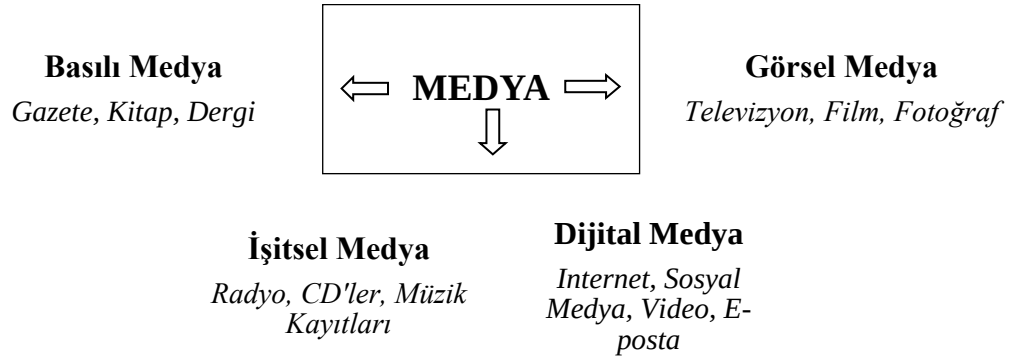
Çalışmanın bu bölümünde, medya okuryazarlığının kavramsal çerçevesi ve tarihsel gelişimi başlığı altında medya okuryazarlığı kavramı, medya okuryazarlığı becerileri, medya okuryazarlığının amacı, medya okuryazarlığı eğitimi, medya okuryazarlığının tarihsel gelişimi, medya okuryazarlığının önemi, medya okuryazarlığı kuramları ve Türkiye'de medya okuryazarlığı konularına değinilecektir.

3.1. Medya Okuryazarlığı Kavramı

Medya okuryazarlığı tanımının yapılabilmesi için öncelikle medya ve geleneksel okuryazarlık kavramlarının açıklanması gerekmektedir. Medya, İngilizcede "*diğer insanlarla yüz yüze veya yüz yüze temas yerine dolaylı olarak iletişim kurmak istediğimizde kullandığımız şey*" anlamına gelen '*medium*' kelimesinin çoğuludur ve günümüzde ifade ettiği anlamı itibarıyla televizyon, sinema, video, radyo, fotoğraf, reklam, gazete ve dergiler, kayıtlı müzik, bilgisayar oyunları ve internet gibi modern iletişim araçlarının tamamını kapsamaktadır(Buckhingam, 2003). Şekil 1'de görüleceği gibi medya türleri basılı, görsel, işitsel ve dijital olmak üzere dört kola ayrılmaktadır. Basılı medya kaynakları içerisinde gazete, kitap, dergi gibi kaynaklar; görsel medya içerisinde televizyon, film, fotoğraf; işitsel medya içerisinde radyo, CD'ler, müzik kayıtları yer alırken gün geçtikçe çeşitlenen dijital medya kaynaklarına ise internet, sosyal medya, video ve e-posta örnek olarak verilebilecektir. Basılı, görsel, işitsel ve dijital olarak sınıflandırılan tüm bu araçlar medya materyallerini oluşturmaktadır.

Şekil 1

Medya Türleri Digital Media and Literacy: Connecting Culture and Classroom, Hobbs, 2011, 8.



Tarih boyunca insanoğlu, içinde yaşadığı dünyayı anlamlandırmak, ona bir kimlik ve kültür kazandırmak ve böylelikle dünyanın kontrolünü ele alabilmeyi sağlayabilmek için kademeli olarak artan bir şekilde çeşitli diller, entelektüel kapasiteler ve iletişim becerileri edinmiştir. Bu dillerin ve becerilerin çoğu kullanılan kod türlerine ve üretilen işaret sistemlerine bağlıdır. Bunların en yaygın olanı ise bir alfabenin harflerini kullanarak konuşulan kelimeyi yazılı metne etkili bir şekilde dönüştürebilendir. Bu yazılı kodu özümseme ve kullanma süreci okuryazarlık olarak adlandırılmaktadır (Tornero & Varis, 2010, s. 29).İçinde yaşadığımız topluma ait normlar her devirde farklılık göstermekte,

yaşanılan çağın koşulları ve getirileri doğrultusunda sosyal ve toplumsal kabuller değişmektedir. Bu doğrultuda okuryazarlık kavramı çağın gereksinimlerine göre şekillenen ve gelişen bir beceri olarak da tanımlanabilmektedir.

Günümüzde bilgiye erişimin en temel ve kısa yolu yukarıda ifade edilen basılı, görsel, işitsel ve dijital olarak sınıflandırılan medya içerikleri yoluyla sunulduğundan "*geleneksel okuryazarlık*" terimi zaman içerisinde "*medya okuryazarlığı*" kavramına evrilmiştir. Medya okuryazarlığı en yalın ifadesiyle; bireyin izlediği, dinlediği veya okuduğu içeriğe ilişkin eleştirel düşünme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Livingstone & Thumim, 2003, s. 6).Bir diğer ifadeyle medya okuryazarlığı, kişinin belirli program türlerine ve içeriklerine yönelik tercih yapma ve bu tercihleri ahlâkî ve entelektüel referans noktalarıyla ilişkilendirme, bunu yaptıktan sonra da hangi seçenekleri görüntüleyeceğine ilişkin iradî bir seçim yapma noktasında sorumluluk alması olarak ifade edilmektedir (Livingstone & Thumim, 2003, s. 7).

Günümüzde medya okuryazarlığı hem analog hem dijital medyanın hem de yeni multimedya platformlarının yakınsaması için adeta bir zorunluluktur ve bilgi toplumunun gelişiminin ileri aşamalarını karakterize etmektedir. Bu doğrultuda gelişen yeni medya okuryazarlığı kavramı, geleneksel medyayı kapsayan ve yeni medya ile gelişmekte olan her türlü yeni multimedya platformunu da içine alan şemsiye bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Medya okuryazarlığı eğitimi, dünyanın her ülkesindeki her yurttaşın ifade özgürlüğü ve bilgi edinme hakkının bir parçasıdır ve demokrasinin inşası ve sürdürülmesinde etkilidir. Bu nedenle, modern dünyada medya okuryazarlığı eğitimi, medya ile etkileşim kültürünün şekillendirilmesini; yaratıcı, iletişimsel becerilerin geliştirilmesini amaçlamaktadır. Medya materyali yardımıyla medya metinlerini düşünme, algılama, yorumlama, analiz etme ve değerlendirme, medya teknolojisini kullanarak ise farklı ifade biçimlerinin öğretilmesi suretiyle kişiliğin gelişim sürecinin desteklenmesi de medya okuryazarlığı eğitiminin temel yapı taşları arasında sayılmaktadır. Medya okuryazarlığı, bu sürecin bir sonucu olarak, kişinin televizyon, radyo, video, film, basın ve internetin sağladığı bilgi alanının olanaklarını aktif olarak kullanmasına yardımcı olmaktadır (Fedorov A. , 2008, s. 57).

Medya okuryazarlığı geniş tanımı ve uygulama yelpazesi nedeniyle çeşitli tartışmalar ve gerilimler yaratan bir kavram olagelmiştir. Eğitimciler arasındaki geniş bakış açısı çeşitliliği medya okuryazarlığı hareketini güçlendiren bir kaynak olarak hizmet etse de doğası gereği devamlı genişleyen ve bu nedenle istikrarsızlığa yol açan bu kavramı

tanımlamaya yönelik bilim adamları, araştırmacılar ve kurumlar tarafından yapılan çok çeşitli tanımlamanın olması medya okuryazarlığıyla ilgili kavramsal bir kargaşa yaşanmasına yol açmaktadır.

İngiltere Birleşik Krallık İletişim Ofisi (Office Of Communications [OFCOM]) tarafından yayınlanan bir sınıflandırmaya göre, Amerika ve Avrupa'da aktif rol oynayan çeşitli kuruluşların medya okuryazarlığı tanımı ve medya okuryazarlığı eğitimlerinin amaçları konusunda fikir birliğine varmış oldukları görülmektedir. Aşağıda yer alan Tablo 1'de OFCOM tarafından yayınlanan mezkûr tanımlamalara yer verilmiştir:

Tablo 1

OFCOM Tarafından Yayınlanan Medya Okuryazarlığı Tanımlamaları

	ERİŞİM	**ANLAMA**	**ÜRETİM**
UNESCO	-Toplumu anlamak ve demokratik yaşama katılmak için potansiyel araç olan her türlü medyaya erişim sağlamak	-Bağımsız bireyler ve aktif kullanıcıların kapasitelerini arttırmak için haber veya eğlence içeriklerindeki mesajların analizinde gerekli becerileri geliştirmek	-Medya iletişiminin farklı alanlarında üretimi, yaratıcılığı ve etkileşimi teşvik etmek.
AVRUPA KOMİSYONU	-Gazetelerden sanal topluluklara kadar tüm mevcut medya üzerinde rahat ve hâkim hissetmek.	-Medya ekonomisini ve çoğulculuk ile medya sahipliği arasındaki farkı anlamak -Özellikle içerik üreticisi ve tüketicisi olarak çifte kapasiteye sahip genç nesil için yasallık kültürünün tesisi için gerekli olan telif hakkına ilişkin sorunların farkında olmak	-Medya teknolojilerinin evrimi ve bir dağıtım kanalı olarak giderek artan sayıda Avrupalının görüntü, bilgi ve içerik oluşturmasına ve yaymasına izin veren, İnternetin yükselen varlığı için medyayı yaratıcı bir şekilde kullanmak.
AVRUPA MEDYA OKURYAZARLIĞI MERKEZİ	-Bireylerin ve toplumun ihtiyaçlarını ve ilgi alanlarını karşılamak için içeriğe erişmek, depolamak, almak ve paylaşmak üzere medya teknolojilerinin etkin kullanımı	- Medya içeriğinin nasıl ve neden üretildiğini anlamak -Geniş bir ürün yelpazesine erişerek farklı kültürel ve kurumsal kaynaklardan gelen medya biçimleri ve içeriğine ilişkin bilinçli seçimler yapmak.	-Fikirleri, bilgileri ve seçenekleri ifade etmek ve iletmek için medyanın yaratıcı kullanımı.

(Devam ediyor)

Tablo 1 (Devam)

NAMLE	-Medya okuryazarlığı eğitiminin okuryazarlık kavramını medyanın tüm formlarını içine alacak şekilde genişletmesi	-Medya Okuryazarlığı eğitiminin çocukların farklı bakış açılarını anlamalarına ve takdir etmelerine yardımcı olmak için grup tartışmasını ve medya mesajlarının analizini kullanır.	-Medya okuryazarlığı eğitimi, her yaştan öğrenci için gerekli becerileri geliştirir ve güçlendirir. Yazılı okuryazarlık gibi, bu beceriler de bütünleşmiş, etkileşimli ve tekrarlanan pratik gerektirir.
OFCOM	Medya okuryazarlığının geleneksel okuryazarlıkla etkin okuma ve yazma yeteneği gibi paralel özellikleri vardır ancak metin yerine görsel-işitsel bilgileri 'okuma' ve 'yazma' yeteneğidir.	Bilgileri sorgulamak, analiz etmek ve değerlendirmek.	Kendi web sitelerini oluşturmak ve bir sohbet odası tartışmasına katkıda bulunmak.

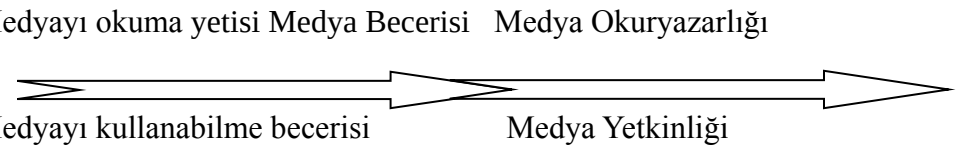
Media Literacy Education-A Discussion About Media Education In The Western Countries, Europe and Sweden, Oxstrand, 2009, 20.

Potter (1998), medya okuryazarlığının başlangıcı veya sonu olmayan bir süreklilik oluşturduğunu ve bilişsel, duygusal, estetik ve etik yetenek ve bilgileri kapsadığını ifade etmektedir (Potter W. J., 1998).Burada önemle üzerinde durulması gereken nokta, bir kişinin tamamıyla ve kolay bir şekilde "*medya okuryazarı*" olabilmesinin mümkün olmadığıdır. Nitekim "*medya okuryazarlığı*" sürekli olgunlaşma ve gelişim içeren bir süreci ifade etmektedir. Bu doğrultuda medya okuryazarı olan bireyin kendisini bilişsel, duygusal, etik ve estetik olmak üzere tüm alanlarda eşit derecede geliştirmiş olması gerekmektedir (Granlund, 2016, s. 51).

Medya okuryazarlığının boyutları doğrusal bir şekil üzerinde ifade edilecek olursa Şekil 2'de yer verilen süreçlerden bahsetmek gerekmektedir.

Şekil 2

Medya Okuryazarlığının Boyutları Conceptual Considerations In Media Education, Granlund, 2016, s.51.



Şekil 2, kavramların şu şekilde anlaşıldığını varsaymaktadır; bir okuma yeteneği olarak medya okuryazarlığı, toplumdaki medya mesajlarını anlama anlamına gelmektedir; bir kullanım yeteneği olarak medya okuryazarlığı, medyayı anlama, yorumlama ve medya metinlerini kullanma yeteneği anlamına gelmektedir. Medya becerisi, kendi amaçlarına ulaşmak için medya metinleri aracılığıyla iletişim kurmak ve bunları üretmeyi ifade etmektedir. Medya yetkinliği, medya metinleri aracılığıyla iletişim kurmanın ve üretmenin yanı sıra eleştirel bir bakış açısı benimsemeyi ve kişinin medya metinlerine ilişkin kendi yorumlarını bilinçli olarak sürdürmesini ifade etmektedir. Medya okuryazarı olmak ise şimdiye kadar söylenenlerin ötesinde bütünsel bir duygusal, bilişsel, etik ve estetik gelişim düzeyi gerektirir ve bu ilerleme soldan sağa doğru hareket etmektedir (Granlund, 2016, s. 52).

Medya eğitimi ve medya okuryazarlığı kavramı, United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO) tarafından 1982 yılında Grunwald'daki konferansla(1982) başlayan ve Toulouse(1990), Viyana(1999) ve Seville'deki(2002) konferanslarla devam eden bir girişimle uluslararası bağlamda tanımlanmış ve belirlenmiştir. UNESCO'nun çalışmaları, medya okuryazarlığının en geniş tanımının hemen öncülü olan "*medya eğitimi*" olarak bilinen kavrama odaklanmaktadır.Avrupa'da, 21. yüzyılın başlarında, bilgi toplumunun gelişimini teşvik etmek ve dijital bölünmeyle mücadele edebilmek için ortaya çıkan dijital okuryazarlık kavramını genişletebilmek adına medya eğitimi kullanımına medya okuryazarlığı terimi eşlik etmiştir.Bu çalışma, 2006 ve 2007 yıllarında bu alanda bir uzmanlar grubunu destekleyen ve konuyla ilgili bir kamu istişaresini başlatan Avrupa Konseyi ve Avrupa Komisyonunun desteğiyle yürütülmüştür. Çalışma ayrıca Avrupa Medya Tüzüğü ve Birleşik Krallık-OFCOM gibi bir dizi kamu medya düzenleme kurumu tarafından da desteklenmiştir (Tornero & Varis, 2007, s. 10).

UNESCO'nun medya eğitimini resmiyete dökme süreci dört aşamadan oluşmaktadır:

- İlki 1982 Grunwald Deklarasyonu'yla temsil edilen, medyanın eğitim ve öğretim üzerindeki etkisine dikkat çeken medya eğitimi alanının oluşturulmasıdır.
- İkincisi 1990 Toulouse Konferansı'yla temsil edilen, sistematizasyon ve medya eğitimi alanının daha net bir tanımının yapılmasıdır.
- Üçüncüsü 1999 Viyana Konferansı'yla temsil edilen, medya eğitimine, dijital gelişmeler ve bunun sonucu olarak ortaya çıkan yeni iletişim çağı bağlamında yeni bir bakış açısı kazandırılmasıdır.

- Dördüncü ve son olarak Viyana Konferansı'yla oluşturulan tanımın benimsendiği, 2002 yılında Seville'de düzenlenen konferansla beş alanda aktif tanıtım politikaları yoluyla eyleme geçme ihtiyacı vurgulanmıştır:

1. Soruşturma

2. Eğitim

3. Okullar, medya, sivil toplum kuruluşları, özel işletmeler ve kamu kurumları arasında işbirliği

4. Toplumun kamusal alanı ile bu alanın medya ile ilişkisinin tanıtılması ve pekiştirilmesi (Tornero & Varis, 2007, s. 11).

Tüm bu açıklamalar doğrultusunda "*medya okuryazarlığı"* kavramında Avrupa eksenli katkılara bakmak faydalı olacaktır. Avrupa Medya Okuryazarlığı Merkezi, medya okuryazarlığı tanımına ilişkin yedi yeterlilik alanı belirlemiştir.

1. Bireysel ve topluluk ihtiyaçlarını ve ilgi alanlarını karşılamak için içeriğe erişmek, depolamak, almak ve paylaşmak için medya teknolojilerini etkin bir şekilde kullanmak,

2. Farklı kültürel ve kurumsal kaynaklardan çok çeşitli medya biçimlerine ve içeriğine erişmek ve bunlar hakkında bilinçli seçimler yapmak,

3. Medya içeriklerinin nasıl ve neden üretildiğini anlamak,

4. Medya tarafından kullanılan teknik, dil ve gelenekler ile iletilen mesajları eleştirel olarak analiz etmek,

5. Fikirleri, bilgileri ve görüşleri ifade etmek ve iletmek için medyayı yaratıcı bir şekilde kullanmak,

6. İstenmeyen, saldırgan veya zararlı olabilecek medya içeriklerini ve hizmetlerini belirlemek ve bunlardan kaçınmak,

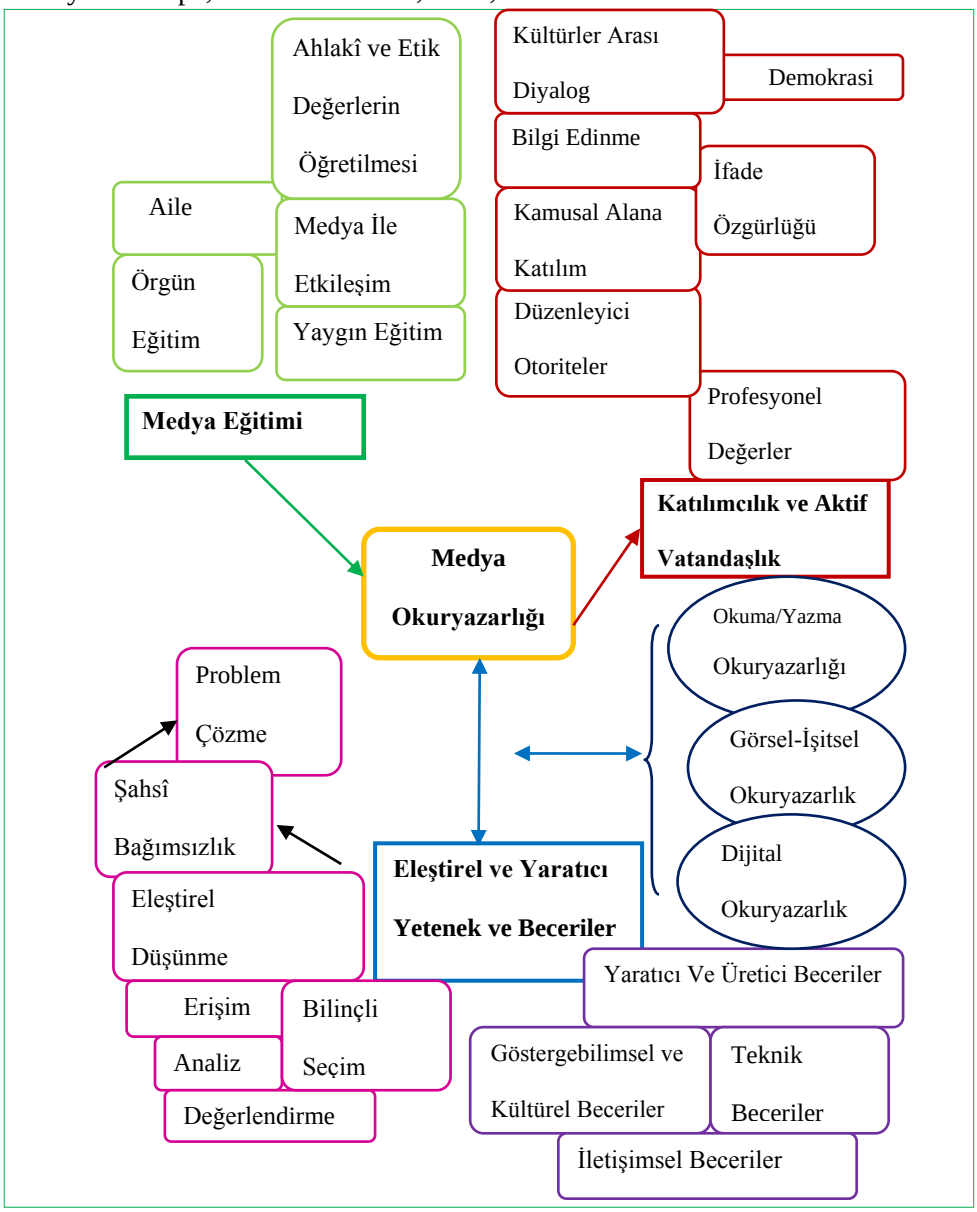
7. Demokratik hakların kullanımı ve medeni sorumlulukların yerine getirilmesinde medyanın etkin bir şekilde kullanımı (Tornero & Varis, 2007, s. 12).

Avrupa Komisyonuna göre"*medya okuryazarlığı*", medya görselleri, dilleri ve mesajlarıyla ilgili çeşitli beceri ve yetkinlikleri temsil etmektedir. Bu ifade doğrultusunda, "*medya okuryazarlığı*"; erişim, analiz ve günümüzde her gün karşı karşıya olduğumuz ve çağdaş kültürümüzün önemli bir parçası olan görüntü, ses ve mesajların gücünü değerlendirmeyi ifade ederken; kişisel anlamda mevcut medyayı kullanarak yetkin bir şekilde iletişim kurmak anlamına gelmektedir. Ayrıca "*medya okuryazarlığı*"; televizyon, film, radyo ve kayıtlı müzik, yazılı medya, internet ve diğer yeni dijital iletişim teknolojileri dâhil tüm medyayla ilgilidir (Tornero & Varis, 2007, s. 13).

Medya kavramı, kendine özgü doğasından bağımsız olarak, günlük yaşamın bir parçasını oluşturan ve çağdaş kültürü içeren her şeyi ifade etmektedir. "*Medya okuryazarlığı"*alanını kavramsal ve tematik olarak tanımlamaya yardımcı olan tüm unsurlar göz önüne alındığında, bunun herhangi bir bağlamda, ancak özellikle resmî, gayriresmî, sosyal, aile ve çevresel bağlamda bir öğrenme ve öğretme sürecinin sonucu olduğunu söylemek mümkündür. Bu çok bağlamlı süreç, tutum ve değerlere ek olarak belirli yetenek ve yeterliliklerin edinilmesine yol açmaktadır ve bu süreç "*medya eğitimi*" olarak ifade edilmektedir. Bu noktada, medya okuryazarlığının izole veya bağımsız bir yeti olmadığını da ifade etmek gerekmektedir. Aksine"*medya okuryazarlığı", "okuma ve yazma okuryazarlığı*", "*görsel-işitsel okuryazarlık*" (genellikle görüntü veya görsel okuryazarlık olarak anılır),"*dijital/bilgi okuryazarlığı*" gibi diğer okuryazarlık becerileri ile biçimlerini içeren ve kapsayan bütüncül bir kavramın ifadesidir. Ayrıca, "*medya okuryazarlığı*", ifade özgürlüğünün ve bilgi edinme hakkının tam olarak geliştirilmesinin anahtarı olan aktif vatandaşlığın da gerekli bir parçasıdır. Bu nedenle katılımcı demokrasinin ve kültürlerarası diyaloğun önemli bir unsuru olarak görülmektedir. Aşağıda yer verilen Şekil 3'teki çizelge bir kavram haritası olarak tüm bu unsurlar arasındaki ilişkilerin görsel bir temsilini ortaya koymaktadır.

Şekil 3

Medya Okuryazarlığı Kavram Haritası Study On The Current Trends And Approaches To Media Literacy In Europe, Tornero & Varis, 2007, 16.



Şekil 3'te yer verilen kavram haritasının merkezinde "*medya okuryazarlığı*", grafiğin sol üst köşesinde farklı kavramlarla tanımlanan "*medya eğitimi*" sürecinin bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Tablonun sağ üst köşesinde "*katılım ve aktif vatandaşlık*" ile ilgili kavramlar yer almaktadır. Tablonun alt kısmında ise medya okuryazarlığını oluşturan unsurlar, biri eleştirel düşünme ile ilgili, diğeri ise yaratma ve üretim becerileri ile ilgili olmak üzere iki ana alana ayrılmaktadır. Son olarak ise medya okuryazarlığını oluşturan üç tür okuryazarlık; okuma ve yazma, görsel-işitsel ve dijital okuryazarlık, medya okuryazarlığının sağında konumlandırılmaktadır. Netice itibarıyla

Şekil 3'te yer verilen harita ile"*medya okuryazarlığı*" ile ilgili kavramlar ve bunların birbirleriyle nasıl bağlantılı olduğu gösterilmeye çalışılmaktadır.

3.2. Medya Okuryazarlığı Becerileri

Medya okuryazarlığı, bireyleri kitle iletişim araçlarında izledikleri, dinledikleri ve okudukları içeriklere ilişkin eleştirel sorular sormaya yönelten, analiz ve soruşturma eksenli, çok boyutlu bir beceridir. Bu eleştirel bakış önceleri radyo ve gazetelere daha sonraları sinema ve televizyona ve son zamanlarda da dijital teknolojiler ekseninde kullanılan medya araçlarına yöneltilirken medya okuryazarlığı eğitimi de ilgili mecralardaki içeriklerin zararlı etkilerden korunmaya yönelik bir aksiyon olarak ortaya çıkmıştır (Scheibe, 2013, s. 69).

Medya okuryazarlığı tanımının içerdiği beceriler şu şekilde sıralanabilecektir:

- Farklı gerçeklik derecelerini ve türlerini tanımlama yeteneği de dâhil olmak üzere gerçeği kurgudan ayırt etmek,
- Propagandayla sonuçlanan üretim ve dağıtım mekanizmalarını anlamak,
- Röportajı, savunucu reklamcılıktan ayırt etmek, kanıta dayalı standartları ölçmek, programlarda ve reklamlarda yer verilen ticari mesajları tanımak ve değerlendirmek,
- Haber yönetiminde ekonomik, kültürel ve sunumsal zorunlulukları tanımak,
- Doğru seçimler ve değerlendirmeler yapabilmek adına medya içeriği seçimlerini açıklamak ve gerekçelendirmek (Livingstone & Thumim, 2003, s. 7).

Yukarıda yer verilen içerik tabanlı becerilere ek olarak, ileriki bölümlerde detaylı olarak üzerinde durulacak olan "*dijital okuryazarlık*" kavramının bir gerekliliği olarak yeni dijital medya ortamı için gerekli navigasyon becerilerini içeren teknik bir yeterlilik de aranan beceriler arasında sayılabilecektir.

Medya okuryazarlığının işletim modelinin tam bir tanımı için, gerekli becerilerin bölündüğü yeterlilik alanlarını dikkate almak önemlidir. Avrupa Komisyonunun sınıflandırması kullanılarak aşağıdaki alanlar tanımlanmaktadır (Tornero & Varis, 2007, s. 18).

3.2.1. Erişim

Erişim, medyayı kullanma fırsatlarını ifade etmektedir. Medyaya ve medya içeriğine fiziksel erişim ile bu medyayı hem bilişsel hem de pratik anlamda uygun kullanma yeteneği arasındaki ayrımın yapılması gerekmektedir. Böylelikle bireyler, cinsiyet ve yaşa göre ayrılmış gruplar, sosyo-kültürel gruplar ve coğrafi bağlamlara göre engeller arasında var olan farklı erişim koşullarını değerlendirmek mümkün olacaktır. Kitle iletişim medyasına (radyo, televizyon, telefon gibi) ve dijital medyaya(internet, sosyal medya gibi) farklı erişim koşulları arasında da bir ayrım yapılmaktadır.Erişim koşulları, araçların maddi mevcudiyetine, medyanın kullanımına uygulanan sosyal, kurumsal kural ve düzenlemeler ile farklı türdeki kapasitelere veya engellere göre açıkça değişiklik göstermektedir (Tornero & Varis, 2007, s. 18).

3.2.2. Analiz ve Değerlendirme

Analiz ve değerlendirme; medya içeriğini okuma, anlama ve değerlendirme yeteneği anlamına gelmektedir. Araç olarak ise analiz ve değerlendirme, medyanın koşullarını ve olanaklarını anlama, farkında olma kapasitesi anlamına gelmektedir. Okuma, anlama ve değerlendirmenin birkaç alt alanı bulunmaktadır. Bunlar;

1. Bireyin bireysel ihtiyaçlarına uygun bilgiyi keşfetme, bulma ve seçme yeteneği,
2. Doğruluk, dürüstlük, yayıncının çıkarları vb. parametrelere göre kullanılan bilgileri bireysel olarak değerlendirebilme yeteneği olarak ifade edilmektedir.

Analiz ve değerlendirme alanı, eleştirel düşünme ve kişisel özerklik gibi en karmaşık yetenek ve becerileri ifade etmektedir (Tornero & Varis, 2007, s. 19).

3.2.3İletişimsel Yeterlilik

İletişimsel yeterlilik, bireylerin farklı kodlardan mesajlar oluşturmasına ve bunları mevcut farklı medyayı kullanarak üretip dağıtmasına olanak tanıyan becerileri ifade etmektedir. Ayrıca iletişimsel yeterlilik; yaratıcı becerileri, teknik becerileri, göstergebilimsel becerileri ve sosyal becerileri içermektedir.Son zamanlarda özellikle yeni medyanın, mesaj oluşturma ve üretme becerilerinde büyük ilerlemelere yol açtığı ve önceki kitle iletişim modellerine kıyasla niteliksel bir sıçrama meydana getirdiği görülmektedir. Medya okuryazarlığı, özellikle bu yeni bağlamla yakından ilişkilidir ve iletişim becerilerinin gelişimi için yeni bir çerçeve sunmaktadır (Tornero & Varis, 2007, s. 19).

3.3. Medya Okuryazarlığının Amacı

Çağımızda eğlence ve popüler kültür mesajlarının sosyalleşme aracı olarak hizmet ettiği en geniş kitle olan çocuk ve gençlerin, fazla miktarda medya mesajına maruz kaldığı görülmektedir. Ergenlik çağında olan gençlerin televizyon, internet ve sosyal medya platformları gibi medya araçlarında harcadıkları zaman gün geçtikçe artmaktadır. Bu noktada, bilgiyi oluşturmak ve kullanmak, özellikle internete ve bilgi işlem araçlarına giderek daha fazla güvenen bilgi çalışanları için artan bir önem kazanmaktadır (Hobbs, 2007, s. 5).Avrupa Komisyonu, bu durumu ve diğer faktörleri göz önünde bulundurarak medyanın dijital dünyada nasıl çalıştığının ve ekonomik ve kültürel boyutlarının daha iyi anlaşılmasına ihtiyaç olduğu gerçeğine dayanan bir medya okuryazarlığı görüşünü benimsemiştir (Koltay, 2011, s. 213).

Medya okuryazarlığının esas amacını medya iletkenlerine ve çıktılarına eleştirel bir bakış açısı geliştirmek olarak nitelendirirsek, bu bakış açısının tesisinde kullanılan vasıta nasıl bir nitelik taşırsa taşısın mühim olanın eleştirel bir yaklaşım geliştirmek olduğunun üzerinde durmak gerekmektedir. Bu doğrultuda gelişen ve dönüşen medya araçlarına yönelik gerekli beceri ve yetilerin kazanılmasını teminen medya okuryazarlığı eğitimlerinin verilmesi büyük önem arz etmektedir.

Medya okuryazarlığı eğitimi sosyoloji, psikoloji ve siyaset bilimi gibi disiplinlerin araç ve yöntemlerinin yanı sıra kültürel ve sanatsal çalışmalardan da istifade eden çok disiplinli bir eğitimi ifade etmektedir. Multidisipliner bir çalışmanın ürünü olan medya okuryazarlığı eğitiminin önemi yalnızca bireyin medyanın zararlı etkilerine fazlaca maruz kalmasıyla açıklanamayacaktır. Medya içeriklerinde yer alan enformasyonun, demokrasinin, kültürel katılımın ve aktif vatandaşlığın gelişimindeki rolü de bu eğitimin gerekliliğini ortaya koymaktadır.

3.4. Medya Okuryazarlığının Tarihsel Gelişimi

Medya okuryazarlığı tarihi, medyanın giderek daha önemli rol oynamaya başladığı toplumlara katılmak ve bu topluluklarda söz sahibi olabilmek için gerekli iletişim, bilgi ve becerilerini geliştirme ve uygulama niyetinde olan insanların organize çabalarının bir hikâyesi olarak ifade edilmektedir(RobbGrieco, 2014, s. 3). "*Medya okuryazarlığı*" kavramı ve alanı zaman içerisinde pek çok değişikliğe uğradığından kavramın

anlaşılmasını sağlamak adına tarihsel bir genel bakışa ihtiyaç duyulmaktadır. Bu noktada, medya okuryazarlığının Avrupa'daki gelişim sürecinin üzerinde durulması faydalı olacaktır.

1960'lardan önceki dönemde, okuma, yazma ve anlama olgularına karşılık gelen geleneksel okuryazarlık kavramı hüküm sürmüş ve eğitim sürecinde önemli bir rol oynamıştır. 1960'tan itibaren ise, görüntülere ve görüntü dizilerine odaklanan film gibi elektronik medyanın okunmasına ilişkin görsel-işitsel okuryazarlık hâkim olmaya başlamış ve bu bağlamda Fransa, İngiltere, Almanya, İtalya, Polonya gibi Avrupa ülkelerinde okullarda film kulüpleri kurulmuştur (Oxtrand, 2009, s. 5).

1970'li yıllarda ve 1980'lerin erken dönemlerinde, ilgi televizyona odaklanmış ve medya eğitimi daha kritik bir hâle gelmiştir. 1980'li yılların sonlarına doğru ise ilginin büyük bir kısmı hâlen televizyon üzerindeyken Fransa, İtalya, İspanya gibi güçlü Avrupa ülkelerinde video üzerinde ciddi bir eğilim oluşmaya başlamıştır.1980'lerin sonunda ve 1990'ların başında ise birçok özel televizyon kanalı ortaya çıkmış ve medya öğretimi artık televizyon programlarının içeriğine ve etkisine odaklanmaya başlamıştır. 1990'ların ortasında, internet gibi dijital medyaya ilişkin "*dijital okuryazarlık*" kavramı baskın olmaya başlamış ve bu doğrultuda yeni beceriler kazanılması gereği doğmuştur. Günümüzde ise modern dijital araçları yönetmek için gerekli olan teknik beceriler, dijital okuryazarlığın gerektirdiği en temel yetiler arasında sayılmaktadır(Oxtrand, 2009, s. 6).

2000'li yılların başından günümüze gelen sürece bakıldığında ise, "*medya okuryazarlığı*" kavramı geçmişten geleceğe, "*görsel-işitsel okuryazarlık*" ve "*dijital okuryazarlık*" geleneğinin birleşmesinde geçen tüm süreci ifade eden bir kavram olarak anılmaktadır. Günümüzde ise yeni iletişim platformları, multimedya ve yeni mobil iletişim teknolojisi, dijital ve elektronik medya arasındaki farkı ortadan kaldırmaya başlamıştır.

3.5. Medya Okuryazarlığı Eğitimi

Akademik literatürde medya okuryazarlığı kavramının yerleşmesi ve bu doğrultuda gerekli ilke ve prensiplerin geliştirilmesi için medya okuryazarlığı eğitimlerinin gerçekleştirilmesi gereği doğmuştur. Bu hususta çeşitli akademisyen, bilim insanı ve kuruluş tarafından yapılan pek çok çalışma bulunsa da literatürde temel kaynak olarak kabul edilen ilkeler Amerika'da bulunan "*Medya Okuryazarlığı Merkezi[CML]*" tarafından geliştirilen ve aşağıda detaylarıyla birlikte yer verilen altı temel ilkedir. Dünya üzerinde medya okuryazarlığı eğitimlerine öncülük eden pek çok eğitim kuruluşu, resmî ve gönüllü

kurum ve kuruluş tarafından gerçekleştirilen konferans ve seminerlerin bu altı temel ilke üzerine inşa edildiğini söylemek mümkündür.

- **Medya okuryazarlığı eğitimi, aldığımız ve oluşturduğumuz mesajlar hakkında aktif sorgulama ve eleştirel düşünme yetisi gerektirmektedir.**

Bu doğrultuda medya okuryazarlığı eğitimi;

1. Bireylerin medya aracılığıyla aldıkları mesajlara ilişkin eleştirel düşünme yetisini güçlendirmektedir. Bu bağlamda kişiler, yalnızca katılmadıkları iletiler hakkında değil tüm medya mesajları hakkında sorgulama yapma kabiliyetlerini kuvvetlendirmektedir.
2. Öğrencileri, aldıkları medya mesajının sonuçlarını anlamlandırabilmek için belgeye dayalı ve iyi gerekçelendirilmiş kanıtları kullanma konusunda eğitmektedir.
3. Öğretmenlerin eleştirel düşünmeyi rutin olarak geliştirmesini ve kurumsal yapıların tüm sınıflarda eleştirel düşünmeyi desteklemesini sağlamaktadır.
4. Etkili medya analizinin temelini aşağıda yer verilen tanımlamaların kabulüne bağlamaktadır:
    - Tüm medya mesajları yapılandırılmıştır.
    - Her medya ortamının farklı özellikleri, güçlü yönleri ve benzersiz bir dili vardır.
    - Medya mesajları belirli amaçlar için üretilmiştir.
    - Tüm medya mesajları gömülü değerler ve bakış açıları içermektedir.
    - Bireyler, medya mesajlarından kendilerine özgü anlamlar çıkarabilmek için bireysel becerilerini, inançlarını ve deneyimlerini kullanmaktadırlar.
    - Medya, mesajları aracılığıyla inançları, tutumları, değerleri, davranışları ve demokratik süreçleri etkileyebilmektedir.
5. Öğrencilere medya mesajlarına ilişkin daha derin veya daha karmaşık bir anlayış kazanmak için sorabilecekleri türden sorular öğretmektedir(Bergsma vd., 2007, s. 1).

- **Medya okuryazarlığı eğitimi, okuryazarlık kavramını her türlü medyayı içerecek şekilde genişletmektedir.**

Bu doğrultuda medya okuryazarlığı eğitimi;

1. Geleneksel basılı, işitsel, görsel, elektronik, dijital, kullanıcı tarafından oluşturulan ve hücresel medya dâhil olmak üzere tüm medya biçimlerinin analizini ve ifadesini kapsamaktadır.
2. Her ne kadar hedef kitle ve teknik kullanımı bakımından diğer okuryazarlık türleriyle kesişse de basılı ve görsel medya, teknoloji ve bilgi medyası ile kullanıcı tarafından oluşturulan medyadan farklılıkları bulunmaktadır.
3. Okullar, okul sonrası programlar, çevrimiçi eğitimler, üniversiteler, dinî kurumlar ve kişinin kendi evi olmak üzere çeşitli ortamlarda gerçekleştirilebilmektedir.
4. Öğrencilerin çeşitli medya üretim biçimleri aracılığıyla kendi fikirlerini ifade etmelerini ve iletmelerini sağlamaktadır.
5. Öğrencilerin yazılı, görsel ve işitsel medyada anlama ve çıkarım yapma arasında bağlantı kurmasına yardımcı olmaktadır.
6. Popüler medya da dâhil olmak üzere çok çeşitli medya "*metinlerinin*" kullanımını memnuniyetle karşılamaktadır.
7. Gelişen medya biçimlerinin, toplumsal değişikliklerin ve kurumsal yapıların her zaman yeni öğretim yaklaşımları ve uygulamaları gerektirdiğini kabul etmektedir.
8. Sınıfların medyayı hem analiz edecek hem de üretecek araçlarla donatılmasını desteklemektedir ve medya teknolojilerine karşı genel muhalefeti reddetmektedir (Bergsma vd., 2007, s. 3).

Tüm bu nitelendirmeler doğrultusunda medya okuryazarlığı eğitiminin politik bir yaklaşım olmadığını, bir eğitim disiplini olduğunu söylemek gerekmektedir. Medya okuryazarlığı eğitiminin esas amacı medyayı değiştirmek değil eğitim uygulamalarını geliştirmek ve öğrencilerin bilgi ve becerilerini arttırmaktır.

- **Medya okuryazarlığı eğitimi, her yaştan öğrenci için tıpkı geleneksel okuryazarlık gibi entegre, etkileşimli ve tekrarlanan uygulamayı gerektiren beceriler geliştirmekte ve güçlendirmektedir.**

Bu doğrultuda medya okuryazarlığı eğitimi;

1. Belli bir zaman periyodunu ve müfredatı kapsayacak bir eğitim gerektirmektedir.
2. Öğretmenlerin öğrencilerden, öğrencilerin ise öğretmenlerden ve sınıf arkadaşlarından öğrendiği birlikte öğrenme pedagojilerini teşvik etmekte ve bunlardan yararlanmaktadır.

3. Sağlıklı yaşam tarzlarını ve karar vermeyi teşvik eden beceriler geliştirmektedir.
4. Medya yönetimini; öğrencilerin medyayı kullanarak harcadıkları zaman ve hangi medyayı kullanmayı seçtikleri konusunda bilinçli kararlar vermeyi öğrenmelerine yardımcı olacak şekilde öğretmektedir.
5. Öğrencilere analiz ve ifade becerilerini uygulama ve geliştirme konusunda sayısız ve çeşitli fırsatlar sağlamayı amaçlamaktadır.
6. Farklı öğrenme stillerine sahip öğrencileri bir araya getirmektedir (Bergsma vd., 2007, s. 3).

- **Medya okuryazarlığı eğitimi, demokratik bir toplum için aydın, ilgili ve düşünceli katılımcılar geliştirmektedir.**

Bu doğrultuda medya okuryazarlığı eğitimi;

1. Farklı bakış açılarına saygılıdır.
2. Bağımsız olarak üretilen medyaya değer vermektedir.
3. Aktif vatandaşlığın bir boyutu olarak öğrencilerin haberlere ve güncel olaylara ilgisini teşvik etmektedir.
4. Küresel topluluklarda, kültürlerin ve ülkelerin temsillerini, yanlış beyanlarını ve temsil eksikliğini araştırmaktadır.
5. Öğrencilerin hak ve sorumluluklarına ilişkin bilgi ve algılarını geliştirmektedir.
6. Öğrencilere kendi medya kullanımlarının sorumluluğunu almaları için ihtiyaç duydukları becerileri vermektedir.
7. Öğrencilerin kendilerini daha özgüvenli ve güçlü hissetmelerini sağlamaktadır (Bergsma vd., 2007, s. 4).

- **Medya okuryazarlığı eğitimi, medyanın kültürün bir parçası olduğunu ve sosyalleşme aracı olarak işlev gördüğünü kabul eden bir anlayış benimsemektedir.**

Bu doğrultuda medya okuryazarlığı eğitimi;

1. Farklı sesler, bakış açıları ve topluluklar sunan medya metinlerini bütünleştirmektedir.
2. Alternatif medyayı ve uluslararası bakış açılarını inceleme fırsatları içermektedir.
3. Şiddet, toplumsal cinsiyet, cinsellik, ırkçılık, klişeleştirme ve diğer temsil sorunları gibi pek çok temsil sorununu ele alarak bu sorunlara ışık tutmaya çalışmaktadır.

4. Medyanın bireyler ve toplum üzerindeki etkisinin karşılıklı olarak anlaşılmasını kolaylaştırma sorumluluğunu medya sahipleri, yapımcılar ve yaratıcı topluluk üyeleriyle paylaşmaktadır (Bergsma vd., 2007, s. 4).

- **Medya Okuryazarlığı eğitimi, bireylerin aldıkları medya mesajları neticesinde kendi anlamlarını inşa etmek için bireysel becerilerini, inançlarını ve deneyimlerini kullandıklarına ilişkin farkındalıklarını geliştirmelerine yardımcı olmaktadır.**

Bu doğrultuda medya okuryazarlığı eğitimi;

1. Öğrencilerin medya mesajlarından oluşturdukları anlamın, kendi değerleriyle nasıl ilişkili olduğu da dâhil olmak üzere, farkında olmalarına ve üzerinde düşünmelerine yardımcı olmaktadır.
2. Öğrencilerin kendi bakış açılarını ifade etmelerine ve netleştirmelerine yardımcı olmaktadır.
3. Öğrencilere, medyayı yorumlama biçimlerine katkıda bulunan metinleri ve bağlamları keşfetme fırsatları vermektedir.
4. Öğrencilerin medya metinlerine ilişkin yorumlarının, hatalı olmamak kaydıyla, öğretmenlerin yorumlarından farklı olabileceğini kabul etmelerine yardımcı olmaktadır.
5. Öğrencilerin farklı bakış açıları ile görüşleri anlamalarına ve takdir etmelerine yardımcı olmak amacıyla grup tartışmalarını ve medya mesajlarının analizini kullanmaktadır.
6. Farklı yaş gruplarından bireylerin farklı medya deneyimlerini tanımalarına ve memnuniyetle karşılamalarına yardımcı olmaktadır.
7. Zevklerin, seçimlerin ve tercihlerin incelenmesi yoluyla olgunlaşmayı, anlayışı ve takdiri kolaylaştırmaktadır (Bergsma vd., 2007, s. 5).

3.6. Medya Okuryazarlığının Önemi

"*Medya okuryazarlığı*"ve "*medya eğitimi*" yukarıda bahsedilen tüm boyutlarıyla ele alındığında, yaşamın her alanında karşı karşıya kalınan medyanın yapısı ve toplum üzerindeki etkilerinin detaylı bir şekilde incelenmeye ve anlaşılmaya muhtaç olduğu açıktır. Son 50 yıllık süreç içerisinde, modern toplulukların "*geleneksel okuryazarlık*" devrinden "*yeni medya okuryazarlığı*" devrine hızlı bir geçiş yaptığını söylemek mümkündür. Yeni multimedya ortamında, medya okuryazarlığının tartışmasız bir şekilde her zamankinden

daha fazla önem kazanmaya başladığı söylenebilir. Kültürel çalışmalar ve eleştirel pedagoji bizlere, medya kültürünün çağdaş toplumlarda her alanda mevcut olduğunu, çok kültürlü eğitime yönelik artan eğilimleri ve çok kültürlülük ve sosyal farklılık konularını ele alan medya okuryazarlığına olan ihtiyacı öğretmeye başlamıştır (Kellner, 2001, s. 68).

Medya temsillerinin dünya hakkındaki imajlarımızı ve anlayışımızı inşa etmeye yardımcı olduğu ve eğitimin çok kültürlü bir toplumda medya okuryazarlığını öğretmek ve öğrencileri ve halkı cinsiyet, ırka dayalı bir toplumun eşitsizlikleri ve adaletsizliklerine karşı duyarlı hâle getirmek gibi ikili zorlukları karşılaması gerektiği konusunda genişleyen bir kabul olduğu söylenebilecektir. Son zamanlarda yapılan eleştirel araştırmalar, ana akım medyanın bu eşitsizlikleri arttırmadaki veya azaltmadaki rolünü ve medya eğitiminin ve alternatif medya üretiminin sağlıklı bir çeşitlilik ve daha sağlam demokrasi temellerioluşturmaya yardımcı olabileceğinin altını çizmektedir (Kellner, 2001, s. 69).

"*Medya eğitimi*" ve "*medya okuryazarlığı*"son 30 yıllık zaman diliminde,bilgi alanları olarak giderek daha ilgi çekici hâle gelmeye başlamış olup medya okuryazarlığı eğitiminin önemi bu doğrultuda artmıştır (Erstad, 2010, s. 15). Medya okuryazarlığının önemi, yalnızca medyaya maruz kalma miktarıyla ölçümlenerek doğrulanamayacaktır. Zira medya okuryazarlığının; bilginin, demokrasinin, kültürel katılımın ve aktif yurttaşlığın gelişimindeki hayati rolü de medya okuryazarlığının önemine vurgu yapan önemli faktörler arasında sayılmalıdır (Koltay, 2011, s. 212). Eğlence ve popüler kültür mesajlarının sosyalleşme aracı olarak hizmet ettiği çocuk ve gençlerin büyük miktarda medya mesajına maruz kaldığı su götürmez bir gerçektir. Nitekim, ergenlik çağındaki gençler; televizyon, internet, popüler müzik, filmler ve video oyunları dâhil olmak üzere eğlence medyasına giderek daha fazla zaman harcamaktadırlar. Bu durumun çocuk ve gençlerin ve dolayısıyla gelecek nesillerin fikir dünyasında yaratabileceği olumsuz etkilerin önüne geçebilmek ve medya aracılığıyla edinilen bilgiler ile alınan mesajların akıl ve mantık süzgecinden geçirilerek zihinlerde yer edinmesini sağlayabilmek adına medya okuryazarlığı eğitimleri yaygınlaştırılmalı ve bu doğrultuda düzenlenecek ulusal ve uluslararası seminer ve konfereranslarla medya okuryazarı olmanın hayati önemine vurgu yapılmalıdır.

Medya okuryazarlığı kavramı ile eğitimini geniş bir çerçeveden ve kapsamlı bir şekilde ele alan Len Masterman'in (1985), medya okuryazarlığı eğitimine en acil önceliğin verilmesi için gerekli bulduğu yedi nedene aşağıda yer verilmektedir:

1. Yüksek oranlarda medya tüketimi ile çağdaş toplumlarda medyanın doyum seviyesine ulaşması.
2. Medyanın ideolojik önemi ve bilinç endüstrisi olarak etkileri.

3. Bilginin yönetimi ve üretimindeki büyüme ile medya tarafından yayılımı.
4. Medyanın merkezi demoktarik süreçler üzerinde giderek artan nüfuzu.
5. Görsel iletişimin ve bilginin her alanda artan önemi.
6. Öğrencileri geleceğin taleplerini karşılayacak şekilde yetiştirmenin önemi.
7. Bilgiyi özelleştirmeye yönelik hızla artan ulusal ve uluslararası baskılar (Masterman, 1985, s. 2).

Medya okuryazarlığının son yıllarda giderek artan önemi ve gösterdiği gelişim, iki büyük katalizörü olan yeni bir olgu olarak ifade edilebilecektir. Bunlardan ilki, dünyanın hemen her ülkesinde dijital ve medya yeterliliklerini temel hedef hâline getiren akademik müfredattaki yeniliklerdir. Bu yenilikler okul programlarına, öğretim materyallerinin hazırlanmasına ve özellikle bu konuda öğretmen eğitimine büyük bir ivme kazandırmıştır. İkincisi ise medya okuryazarlığına ilişkin kamu politikalarını resmîleştirme yolunda büyük adımlar atmış olan bilgi toplumlarını teşvik edecek bir stratejinin geliştirilmesidir (Tornero & Varis, 2010, s. 40). Örneğin, "medy*a okuryazarlığı*", Avrupa'da görsel-işitsel medya sisteminin gerçekleştirmesi gereken amaçlardan biri olarak yasalar aracılığıyla kutsal kabul edilmiştir (European Broadcasting Union, 2022). Tüm bu açıklamalar doğrultusunda, medya okuryazarlığı eğitimlerine gereken hassasiyet ve özenin verilmesinin ve medya okuryazarlığının günümüzde gerçek anlamıyla uluslararası boyutta bir hareket hâline gelmesi gerektiğinin önemi ortaya çıkmaktadır.

3.7. Medya Okuryazarlığı Yaklaşımları

Medya okuryazarlığı alanında ortaya atılan temel kuramların;ilgili dönemde baskın olan medya türlerine, bireylerin yaygın medya kullanım alışkanlıklarına ve bu doğrultuda bilim insanları ve yazarlar tarafından ileri sürülen yaklaşımlara göre gelişip çeşitlendiğini söylemek mümkündür. Tornero ve Varis'e (2010) göre; medya okuryazarlığı hareketindeki farklı eğilimler incelendiğinde, temel üç yaklaşımın baskın olduğu söylenebilecektir.Bunlar; *"korumacı yaklaşım", "yetkilendirmeci yaklaşım*" ve "*paylaşımcı yaklaşım*" olarak sınıflandırılabilecektir(Tornero&Varis,2010,s.41). Söz konusu yaklaşımların/kuramların her birinin ortaya çıktıkları döneme göre çeşitlenen hedefleri ve tarzları bulunmaktadır.

Korumacı yaklaşım, savunmasız bireyleri medya sisteminin potansiyel tehditlerine karşı koruma hedefini desteklemektedir. Yükselen medya gücünün riskleri konusunda ciddi bir endişe üzerine kuruludur ve bu nedenle önleyici ve savunmacı eylemleri

benimsemektedir.Bu doğrultuda korumacı yaklaşıma göre, medya hareketleri ve bu hareketlerin sonuçlarını izlemek için medya ve gözetim sistemlerini düzenleyen politikaların uygulanması desteklenmelidir. Korumacı yaklaşım, yaşları ve eğitimleri nedeniyle medyanın potansiyel zararlı etkilerine karşı en savunmasız kesimi oluşturan çocuklar ve gençlerle oldukça sık ilişkilendirilmektedir ve bu kuramın uygulamasına, genellikle eğitim ve siyasi kurumlar tarafından teşvik edilen girişimlerde rastlanmaktadır. Hobbs (aktaran Bağlı, 2004), bireylerin; eğitimciler tarafından yol gösterilmek suretiyle medyanın zararlı etkilerinden korunmasını amaçlayan bu kuramın, bireylerin aktif rol alamadıkları bir seçim süreci oluşturacağını ve bu nedenle de istenen etkiyi oluşturamayacağını düşünerek bu kuramın uygulamasına eleştiri getirmiştir (Hobbs, 1998, aktaran Bağlı, 2004).

Yetkilendirmeci yaklaşım, medya evreni ve bireylerin yetkilendirilmesi hakkında daha fazla farkındalığı teşvik etme eğiliminde olan öncü veya teşvik edici faaliyetlerden oluşmaktadır (Tornero & Varis, 2010, s. 42). Bu kuramın temel prensibi, yeni medyanın bireylere israf edilmemesi gereken fırsatlar ve potansiyeller sunduğu inancına dayanmaktadır ve bu nedenle de bireylerin potansiyellerini geliştirebilecekleri faaliyetlerin hayata geçirilmesi amaçlanmaktadır. Yetkiledirmeci ekolü savunanların tutumlarının, korumacı yaklaşımı destekleyenlere nazaran daha az savunmacı olduğunu söylemek mümkündür. Nitekim yetkilendirmeci yaklaşımda bireyleri medyanın zararlı etkilerindenkoruma tutumundan ziyade medya ile birey arasındaki ilişkinin entelektüel yaratıcılık ve iletişim ilişkileri yoluyla geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu uygulamalara gerek örgün eğitim kurumları olan okullarda gerekse yaygın eğitim sistemlerinde rastalanabilmekte ayrıca gazete, radyo ve televizyon vasıtasıyla da bireyler teşvik edici faaliyetlere yönlendirilebilmektedir.

Üçüncü ve son yaklaşım olan ***paylaşımcı yaklaşım*** ise bireylerin bilgi birikiminin artmasının sağlanması ve bireyler arası etkileşim ve diyaloğun geliştirilmesi suretiyle sosyal üretim ve iletişimin yayılmasını desteklemektedir. Paylaşımcı yaklaşım, iletişim mecrası ile bu mecranın ürünlerini tüm insanlığın ve toplumun ortak mirası olarak görmekte ve dolayısıyla da açık ve özgür bırakılmaları gerektiğini savunmaktadır.Bu tutumu destekleyenler, bireylerin özerkliğine, eleştirel kapasitelerine ve kendi kişisel gelişimlerine uygun şekilde rehberlik etme yeteneklerine güvenilmesi gerektiğini ve ancak bu şekilde kolektif refaha katkıda bulunulabileceğini savunmaktadırlar (Tornero & Varis, 2010, s. 42). Paylaşımcı yaklaşım, kaynakların paylaşımı ve sosyal etkileşimi en çok kolaylaştıran araç olan internet ve Web'in yaygınlaşmasıyla, gelişmiş ve müzakereci

demokrasi ile aktif vatandaşlık kavramlarının önemli bir parçası olarak görülmeye başlanmıştır.

Tornero ve Varis'in (2010) yaptığı ayrıma ek olarak doktrinde farklı medya okuryazarlığı yaklaşımlarına da yer verildiği görülmektedir (s. 42). Bunlardan ilki***güçlendirmeci yaklaşım***dır.Geleneksel medya araçlarının baskın olduğu dönemlerde kamu otoritesi ve ebeveyn kontrolü yoluyla çocuk ve gençlerin zararlı içeriklerden korunmasını sağlamak amacıyla korumacı yaklaşım baskın görüş olarak kabul edilmekteyken, iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve yeni medyanın hayatımıza girmesiyle birlikte kısıtlayıcı ve sansürcü uygulamaların etkinliğini yitirdiği ve işlerliğini kaybettiği görülmüştür. Gerçekten de içinde yaşadığımız teknoloji çağında çocuk ve gençlerin izlediği, dinlediği veya okuduğu içeriklere müdahale edebilmek oldukça güçtür. Bu durum göz önüne alındığında sansür ve kısıtlamadan ziyade çocuk ve gençleri bilinçlendirmeye ve doğru tercihler yapabilmeye sevk eden yöntemlerin aşılanması gereği ortaya çıkmış ve bu gereklilik doğrultusunda güçlendirmeci yaklaşım kabul görmüştür. Güçlendirmeci yaklaşıma göre, yeni medya çağında çocukları muhatap oldukları içeriklerde yer alan zararlı iletilerden ve alt mesajlardan bütünüyle koruyabilmek mümkün olmadığından, her çocuğun nihayetinde bu içeriklere maruz kaldığı göz önüne alınmalı ve çocuk ve gençlerin kendi savunma mekanizmalarını geliştirmeleri ve karşılacakları olası tehditlere karşı bilinçlendirilmeleri gerekmektedir (Carlsson, 2009, s. 129).

Doktrinde kabul görmüş yaklaşımlardan bir diğeri ise ***eleştirel yaklaşım***dır. Eleştirel yaklaşım, medyanın bireyleri ve bütünüyle toplumu kurguladığı senaryolar ve taşıdığı mesajlar vasıtasıyla yönlendirme ve manipüle etme olgusu karşısında bireylerin eleştirel kapasitelerinin geliştirilmesi gerekliliğini savunmaktadır. Buna göre bireylere eleştirel bakış açısı kazandırmayı amaç edinen medya okuryazarlığı eğitimleri, kişilerin medya platformlarında karşılaşacakları mesaj ve iletileri inceleyip analiz etme becerilerinin geliştirilmesini sağlamaya yönelik olmalıdır. Medya okuryazarlığı eğitimlerinde öğrencilere eleştirel bakış açısı kazandırılabilmesi için medya içeriklerine çok boyutlu bakabilme becerisi öğretilmeli, öğrencilerin medya platformlarında yer verilen iddiaların karşı argümanlarını araştırmaları, medya iletilerinin kaynak ve altyapılarını sorgulamaları teşvik edilmelidir (Ülker, 2012, s. 33-34). Böylelikle bireyler herhangi bir konuya ilişkin karşılaşacakları ilk mesajı doğru kabul etmeyecek evvela doğruluğunu ve kaynağını araştırma yoluna gidecek ardından ise karşıt fikirleri araştırarak bütünlüklü bir yaklaşımla fikir edinebileceklerdir. Netice itibarıyla eleştirel yaklaşımın, korumacı ve kısıtlayıcı bir

tutumdan ziyade bireyleri seçici olmaya ve değerlendirmeci bakış açısı kazandırmaya teşvik ettiği söylenebilecektir.

Üzerinde durulmasında fayda görülen bir diğer yaklaşım ise ***çözümlemeci yaklaşım***dır. Bu yaklaşıma göre, medya okuryazarlığı eğitimlerinde en çok üzerinde durulması gereken becerilerin medya mesajlarını çözümlemeye ve analiz etmeye yönelik dersleri ihtiva etmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Medyanın yazılı, görsel ve işitsel olmak üzere tüm türevlerinde karşılaşılabilecek içeriklere yönelik bireylerin işletmeleri gereken ilk mekanizmanın çözümleme yetisi olduğu ve böylelikle bireylerin karşılaştıkları medya mesajının iyi-kötü veya faydalı-zararlı olup olmadığına ilişkin geniş bir perspektiften bakabilecekleri vurgulanmaktadır. Fedorov'a (2008) göre, çözümleme faaliyeti öncelikle eğitmenin konuya ilişkin temel kavramları açıkladığı bir girizgâhla başlamalı ardından verilen örneklerle konunun öğrencinin zihninde şekillenmesi sağlanmalıdır. Kavramı tanıyan ve pekiştiren öğrencinin kendi örneklerini deoluşturmasıyla uygun iletişim dilini tesis edebilmesi ve dersin tek taraflı bilgi akışından diyaloğa geçişi sağlanmış olur. Bu sayede ders üzerindeki hakimiyeti artan öğrenci,süreç üzerindeki etkisinin de ne denli önemli olduğunu idrak eder (Fedorov A. , 2008, s. 175). Tüm bu faaliyetleri içeren süreç çözümleme yetisini ifade etmekte olup medya okuryazarlığı eğitimlerinde de izlenmesi gereken aşamalara eklenmesi çözümlemeci yaklaşımın temel prensibini ifade etmektedir.

3.8. Türkiye'de Medya Okuryazarlığı

Radyo, televizyon, internet gibi yaygın kitle iletişim araçlarının çocuklar ve gençler üzerinde ciddi olumsuz etkilerinin olabileceği hususu, eğitimciler ve psikologlar tarafından uzun yıllardır dile getirilen ve sonuçları zaman zaman gerek medyaya yansımalarıyla gerekse aralıklarla yapılan kamuoyu araştırmaları ve ölçümleriyle de görülebilen, toplumun kahir ekseriyetinin üzerinde mutabık olduğu ciddi bir mesele hâline gelmiştir. Nitekim çocukların küçük yaşlardan itibaren maruz kaldıkları televizyon ve internet kaynaklı yayınların etkileri çocuklarda şiddet eğilimlerinin artmasına ve olumsuz davranış modellerinin gelişmesine neden olabilmekte ve bu durum da toplumda giderek artan bir hassasiyet oluşmasına neden olmaktadır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), çocuk ve gençleri kitle iletişim araçlarının olumsuz etkilerinden koruyabilmek amacıyla 2004 senesinde Devlet Bakanlığı bünyesinde kurulan ve Türkiye'nin öncü eğitim ve kamu kurumları ile sivil toplum kuruluşlarının katılımıyla gerçekleştirilen Şiddeti Önleme Platformunda Türkiye'de ilk defa ilköğretim düzeyindeki okullarda medya okuryazarlığı

dersinin okutulmasına öncülük ederek öneride bulunmuş ve önerinin kabul edilmesi üzerine Üst Kurul tarafından 22.09.2004 tarihinde gerçekleştirilen 2004/70 numaralı toplantıda alınan 19 sayılı karar doğrultusunda Millî Eğitim Bakanlığı (MEB) ile eğitim sürecine ilişkin resmî görüşmelere başlanmıştır (Treske, 2011, s. 27).

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı (RTÜK, 2022), yürütülen çalışmalar kapsamında "*Medya Okuryazarlığı Projesi*" adlı çalışma raporunu hazırlamış ve anılan raporda medya okuryazarlığının açıklaması yapılararak "*medya okuryazarı*" olmanın önemine vurgu yapılmıştır (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu [RTÜK], 2022). Ayrıca raporda, dünya ülkelerinde "*medya okuryazarlığı*" alanındaki gelişmelere yer verilerek Fransız Öğretim ve Medya Bilgileri Arasında Bağlantı Merkezi(Centre de Liasion de L'enseignement et des M'edias D'information [CLEMI]) ve İngiliz Film Enstitüsü(British Film Institute [BFI]) gibi kuruluşların çalışmalarına da yer verilmiştir. Nihayetinde raporda Türkiye'de okullarda okutulması planlanan medya okuryazarlığı dersinin müfredatı ile muhtevasına da yer verilmiş ve RTÜK, Ankara Üniversitesi, Gazi Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesinden alanında uzman kişilerin katılımıyla "*Medya Okuryazarlığı Dersi Eğitim Programı ve Öğretmen Kılavuzu*" hazırlanmıştır.

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesinin ev sahipliğinde 23-25 Mayıs 2005 tarihleri arasında düzenlenen I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı, Türkiye'de medya okuryazarlığı konusunda hayata geçirilmiş kilometre taşı niteliğindeki organizasyonlardan birisi olmuştur. 27 adet bildirinin kitaplaştırılması ile Türkiye'de medya okuryazarlığı alanında temel kaynaklardan biri hâline gelmiş olan konferans ile günümüz dünyasında bilgiye erişmenin en kolay ve temel vasıtaları hâline gelmiş olan kitle iletişim araçlarının toplum üzerinde, özellikle de toplumun en savunmasız kesimini oluşturan çocuk ve gençler üzerinde sahip olduğu hayati etkiye değinilmiş ve bu yolda öncülük edecek ilkelerin belirlenip kaynakların oluşturularak; kamu ve sivil toplum olarak topyekün bu hususta alınması gereken önlemler ile gerçekleştirilebilecek projelere değinilmiştir.

RTÜK (2022) ile Millî Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı arasında 22 Ağustos 2006 tarihinde imzalanan "***Öğretim Kurumlarında Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Okutulmasına Dair İşbirliği Protokolü***" ile her iki kamu kuruluşunun da vazife ve mesuliyetleri düzenlenmiştir. Protokolün imza edilmesinin akabinde, MEB Talim ve Terbiye Kurulu, 31 Ağustos 2006 tarihinde "*İlköğretim Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı*"nı kabul etmiştir. Bu doğrultuda Kurul

tarafından 2006-2007 eğitim-öğretim dönemini kapsayacak şekilde medya okuryazarlığı dersinin okutulacağı pilot okullar seçilmiştir. Bu okullar; 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 ilçesi80. Yıl Metaş İlköğretim Okulu olarak belirlenmiştir. Mezkûr okullarda 2006-2007 Eğitim-Öğretim yılında, 7. Sınıf öğrencileri medya okuryazarlığı dersini seçmeli ders olarak almışlardır. Medya okuryazarlığı dersleri, sosyal bilgiler öğretmenleri tarafından okutulmuş ve öğretmenlerin bilgilendirilmesi amacıyla da 7-10 Eylül 2006 tarihlerinde eğitici bir program tertip edilmiştir. Yürütülen çalışma, RTÜK tarafından her aşamasında takip edilmiş ve RTÜK uzmanlarınca aralıklarla dersin okutulduğu pilot okullara ziyaretler gerçekleştirilmiştir (RTÜK, 2022).

RTÜK (2022) ile Millî Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı tarafından yürütülen "*Medya Okuryazarlığı Projesi*"nin gerçekleştirildiği 2006 senesinde Ankara'da "*Uluslararası Medya Okuryazarlığı Paneli*" tertip edilmiştir. Panel 24 Kasım 2006 günü gerçekleştirilmiş olup, panele RTÜK üyeleri ile çalışanları, alanında yetkin öğretim görevlileri, Millî Eğitim Bakanlığı çalışanları ile İngiltere İletişim Ofisi(OFCOM) ve Fransız CLEMI'den temsilciler de katılmıştır.Katılımcılar tarafından yapılan konuşmalarda, medya okuryazarlığının önemine vurgu yapılmış ve kitle iletişim araçları karşısında en hassas kesimi oluşturan çocuk ve gençlerin medya aracılığıyla verilen olumsuz iletilere maruz kalarak olumsuz davranış modelleri geliştirebileceklerinin altı çizilmiştir. Ayrıca panelde, çocukların medya iletileri karşısında etkin birer kullanıcı olarak hareket edebilmeleri için 2006-2007 Eğitim-Öğretim döneminde yalnızca pilot okullarda okutulan medya okuryazarlığı dersinin ilerleyen yıllarda tüm yurdu kapsayacak şekilde yaygınlaştırılmasının amaçlandığı da önemle belirtilmiştir.Millî Eğitim Bakanlığının işbirlikleriyle yürütülen "*Medya Okuryazarlığı Projesi*" toplumda da ciddi bir yankı uyandırmış ve Türkiye Halkla İlişkiler Derneği tarafından 1999 yılından beri verilmekte olan "*Altın Pusula Halkla İlişkiler Ödülü*"2008 yılında Radyo ve Televizyon Üst Kuruluna verilmiştir (RTÜK, 2022).

RTÜK (2010) ve Televizyon Yayıncıları Derneğinin işbirliğiyle yürütülen bir diğer proje ise "*İyi Uykular Çocuklar Projesi*"dir. Bu proje ile çocukların erken saatlerde uyumaları teşvik edilmekte ve bu sayede ileri saat dilimlerinde ekrana gelecek yapımlarda yer alabilecek olumsuz içeriklerden uzak tutulmaları amaçlanmaktadır. 2010 yılında yürürlüğe giren mezkûr proje doğrultusunda medya hizmet sağlayıcılar, saat 21:30'dan

sonra "*İyi Uykular Çocuklar*" ve "*Haydi Çocuklar Uykuya*" şeklinde uyarılar eşliğinde çizgi animasyonlar ile spot filmler yayınlayarak çocukların uyku vaktinin geldiğine vurgu yaparak ebeveyn ve çocukları uyarmaktadır(RTÜK, 2010).

Medya sektörünün öncü kurum ve kuruluşlarıyla eğitimcilerin katılımlarıyla gerçekleştirilen Uluslararası Medya Okuryazarlığı Panelinin ardından, medya okuryazarlığı dersinin ülke genelinde okutulabilmesi için ilk adım atılmış ve 2007-2008 Eğitim-Öğretim Yılı'nda 424.655 öğrenci tarafından medya okuryazarlığı dersi seçmeli ders olarak tercih edilmiştir. RTÜK İnsan Kaynakları ve Eğitim Dairesi Başkanlığının (2012) verilerine göre, 2008-2009 Eğitim-Öğretim yılında medya okuryazarlığı dersini seçen öğrencilerin oranı %26.77'yi bulmuştur. İsteğe bağlı ders kategorisinde okutulan medya okuryazarlığı dersi, 2007-2012 yıllarını kapsayan beş senelik süreçte 3.235.851 öğrenci tarafından seçilmiş olup bu veriler de toplum tarafından bu eğitimin alınmasının önemli bir gereksinim olarak görüldüğünü açık bir şekilde ortaya koymuştur (RTÜK, 2012).

Medya okuryazarlığı dersi müfredatının düzenlenerek daha verimli hâle getirilmesi ve bu hususta fikir alışverişi yapılabilmesi gibi amaçlarla RTÜK ile Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ve Millî Eğitim Bakanlığının işbirlikleriyle 30 Haziran-01 Temmuz 2012 tarihlerinde Ankara'da "*Medya Okuryazarlığı Çalıştayı*" gerçekleştirilmiştir. Çalıştay, "*Medya Okuryazarlığı Dersi Çalışma Grubu*" ve "*Yaşam Boyu Medya Okuryazarlığı Çalışma Grubu*" olmak üzere iki grup hâlinde gerçekleştirilmiş ve yapılan uygulamalarda, medya okuryazarlığı dersinin içerik olarak geliştirilip, eklentiler yapılması, medya okuryazarlığı eğitiminin yaşam boyu öğrenme kapsamında ve aile-okul-çocuk üçgeninde yürütülmesi, mezkûr eğitimlerin verilmesinde sorumluluğu bulunan kamu ve sivil toplum kuruluşları olmak üzere topyekün katılımcı bir süreç yürütülmesi gerektiğinin altı çizilmiştir(RTÜK, 2012).

"*Medya Okuryazarlığı Çalıştayı*"nda alınan kararlar doğrultusunda, RTÜK (2016) ve Millî Eğitim Bakanlığı Temel Eğitim Müdürlüğü arasında 23 Mayıs 2013 tarihinde "*İlköğretim Öğrencilerinde Medya Okuryazarlığı Bilincinin Geliştirilmesi ve Medya Okuryazarlığı Dersine Yönelik İşbirliği Protokolü*" düzenlenmiştir. Protokolün yürürlüğe girmesinin ardından Millî Eğitim Bakanlığı, RTÜK ve akademisyenlerin işbirliğiyle medya okuryazarlığı dersine yönelik ders programı hazırlanmıştır. 27 Ocak 2014 tarihinde Millî Eğitim Bakanlığı tarafından onaylanan "*Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Materyeli*" 2014-2015 yıllarında okutulmaya başlanmıştır (RTÜK, 2016).

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı (2012) tarafından 28 Kasım ile 2 Aralık 2012 tarihleri arasında, yüzyüze anket

uygulaması yöntemiyle "*Medya Okuryazarlığı Dersi Araştırması*" gerçekleştirilmiştir. Yapılan araştırma ile 7. ve 8. Sınıf düzeylerinde seçmeli ders olarak verilen medya okuryazarlığı dersinin öğrenciler üzerindeki etkisi ile öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine bakış açıları tespit edilmeye çalışılmıştır. 26 il kapsamında gerçekleştirilen araştırmaya, 100 ilköğretim okulundan toplamda 2.515 öğrenci katılmıştır. Yapılan araştırma neticesinde katılımcıların %53.2'sinin medya okuryazarlığı dersini aldığı, %46.8'lik kısmın ise medya okuryazarlığı dersini almadığı tespit edilmiştir. Medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin %53'ü *"Medya Okuryazarlığı dersini genel olarak nasıl değerlendiriyorsunuz?*" sorusuna, % 91 oranında az ya da çok yararlı buldukları şeklinde bir cevap vermiş, %30'u dersi çok yararlı bulduğunu ifade etmiştir. Yine aynı araştırma kapsamında, öğrencilerin iletişim araçlarını kullanma sıklığına ilişkin anketler yapılmış ve öğrencilerin %80,4'ü bilgisayar, %78,9'u internet kullandıklarını, %98,7'si ise televizyon izlediklerini bildirmiştir. Katılımcıların televizyon izleme ile internet ve bilgisayar kullanımına ilişkin günlük ortalama izleme ve kullanım süresine verdiği cevaplar ise televizyon için hafta içi ortalama 2 saat 50 dakika, hafta sonu ortalama 3 saat 8 dakika, bilgisayar için günde ortalama 1 saat 19 dakika, internet içinse günde ortalama 1 saat 17 dakika olmuştur(RTÜK Kamuoyu, 2012).

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı (2015) tarafından 2015 yılında,2014-2015 eğitim öğretim yılında Türkiye genelinde 8. Sınıf okuyan, medya okuryazarlığı dersini seçmeli olarak almış öğrenciler üzerinde medya okuryazarlığı araştırması gerçekleştirilmiştir. 8.sınıf öğrencilerinin iletişim araçlarını kullanım alışkanlıklarının ve medya okuryazarlığı dersi ile ilgili tutumlarının ölçülmesinin hedeflendiği çalışmaya toplamda 1.273 öğrenci katılmıştır. Yapılan araştırmada öğrencilerin günlük ortalama televizyon izleme süresi hafta içi 3 saat 34 dakika, hafta sonu 3 saat 59 dakika olarak belirlenmiştir. "*İnternet kullanıyor musunuz?*" sorusuna öğrencilerin %90,4'ü "*Evet*" cevabı verirken %9,6'sı "*Hayır*" şeklinde cevap vermiş; öğrencilerin günlük ortalama internet kullanım süresi 3 saat 43 dakika olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların %71.1'i internete cep telefonu kullanarak bağlandıklarını, %67,2'si masaüstü/dizüstü bilgisayar kullanarak bağlandıklarını ve %32,1'i ise tablet bilgisayar kullanarak bağlandıklarını ifade etmişlerdir. İnternet kullandıklarını belirten öğrencilerin %59,5'i her gün, %21'i haftada birkaç gün, %5'i ayda birkaç gün, %1,3'ü üç ayda birkaç gün sosyal medya ağlarına katılma amacıyla interneti kullandıklarını belirtmiş %13,1'i ise bu amaçla internet kullanmadıklarını ifade etmişlerdir. Öğrencilere yöneltilen medya okuryazarlığı dersine ilişkin sorularda ise

öğrencilerin %66,2'si dersi yararlı bulduğunu belirtirken %15,9'u dersin yararlı olmadığı görüşünü bildirmiştir. "*Anne ve babaların da medya okuryazarlığı konusunda bilgilendirilmesi faydalı olur*." ifadesine öğrencilerin katılım düzeyleri incelendiğinde %63,6'sı bu yargıya katıldığını; %18,9'u ise katılmadığını belirtmiştir. Medya okuryazarlığı dersinin iletişim araçlarını eleştirel bir bakış açısıyla kullanmalarını sağlayıp sağlamadığına ilişkin soruya ise öğrencilerin %60,7'si olumlu %22,2'si olumsuz cevap vermiştir (RTÜK Kamuoyu, 2015). **RTÜK tarafından 2012 senesi ile 2016 senesinde yapılan medya okuryazarlığı araştırmaları karşılaştırıldığında, dört yıllık süreçte öğrencilerin internet kullanım sürelerinde 2 saat 26 dakika gibi anlamlı bir artış olduğu görülmüştür.**

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu İnsan Kaynakları ve Eğitim Dairesi Başkanlığının (2021) "*Medya Okuryazarlığı Haftası*" doğrultusunda düzenlediği medya okuryazarlığı etkinlikleri kapsamında, 2019 yılında Muazzez Karaçay İlkokulu, Özel Keçiören Siraç Ortaokulu, Kariyer Koleji İlkokulu, Özel Pınar Koleji, Özel Beysukent Koleji, Toki Malazgirt İlkokulu, Aşiyan Koleji ve Devlet Su İşleri (DSİ) İlkokulu öğrencileri ağırlanarak medya okuryazarlığının önemi ve kapsamına ilişkin sunumlar gerçekleştirilmiştir. Medya okuryazarlığı eğitiminin hayati önemine değinilen konferanslarda, RTÜK'ün de düzenleyici ve denetleyici kuruluş olarak yayıncılık sektöründeki rolüne ve işlevlerine de değinilmiş ve bu doğrultuda Üst Kurul tarafından yürütülen projeler anlatılmıştır. Gerçekleştirilen eğitim ve sunumların sonunda çocuklarla boyama, kodlama, test çözme gibi etkinlikler yapılmış ve eğitime katılan çocuklara "*RTÜK Gönüllüsü*" rozeti ve katılım sertifikaları verilmesi suretiyle medya okuryazarlığı bilinci tesis edilmeye çalışılmıştır. Yine medya okuryazarlığı etkinlikleri kapsamında Ankara Lisesi ve Yeşilkent İlkokuluna yapılan ziyaretlerle, İnsan Kaynakları ve Eğitim Dairesinde "*Medya Okuryazarlığı*" projesini yürütmekte olan ekip tarafından eğitimler verilmiş ve eğitimi tamamlayan öğrencilere "*RTÜK Gönüllüsü*" rozetleri takdim edilmiştir(RTÜK, 2021).

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, "*medya okuryazarlığı*" bilincinin oluşturulması ve toplumun geneline yayılması hususunda hayati bir sorumluluğu üstlenmekte ve bu doğrultuda yıllardan beri sayısız çalışmalar gerçekleştirmektedir. 3 Mart 2011 tarihinde yürürlüğe giren 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'un 37. Maddesinin (r) bendi uyarınca; "*medya okuryazarlığının toplumun tüm kesimlerini içerecek şekilde yaygınlaştırılması amacıyla, başta Millî Eğitim Bakanlığı olmak üzere diğer kamu kurumları ile işbirliği yapma*" görev ve sorumluluğu RTÜK'e

verilmiştir. Bu doğrultuda RTÜK tarafından çocukları ve gençleri televizyon içeriklerinde yer alan zararlı içeriklerden koruyabilmek amacıyla birtakım uyarılar içeren "*Koruyucu Sembol Sistemi*" geliştirilmiştir. Bu sistem doğrultusunda koruyucu semboller, medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar tarafından yayınlanacak programların öncesinde verilecek ve izleyiciyi programın içerdiği olumsuz ögeler ile programın hangi yaştaki izleyici kitlesine uygun olduğu hususlarında yazılı veya sesli olarak uyaracaktır. Bu uyarılar sayesinde ebeveynler, çocuklar için uygun olmayan yayınları önceden tespit edebilecek ve çocuklar, yayınların içerdiği olası olumsuz etkilerden korunmuş olacaktır. Söz konusu uygulama ile medya hizmet sağlayıcılar, ebeveynlerin üstlendiği çocuk ve gençleri yayınların oluşturabileceği zararlı etkilerden koruma sorumluluğunun yerine getirilmesinde de birer yardımcı görevini üstlenmiş olacaklardır.

Medya okuryazarlığı doğrultusunda yapılan çalışmalardan bir diğeri, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (2021) tarafından geliştirilen *"Koruyucu Sembol Sistemi*"ne dikkat çekmek için hazırlanan animasyon formundaki kamu spotları olmuştur. Çocuk ve gençleri medyanın zararlı etkilerine karşı korumak ve bilinçlendirmek, akıllı işaretlerin ne anlama geldiğini kavramalarını sağlamak ve kamuoyunda bir farkındalık oluşturmak amacıyla hazırlanan kamu spotları 2020 ve 2021 yılllarında televizyonlarda yayınlanmıştır(RTÜK, 2021).

Şekil 4

*Koruyucu Sembol Sistemi*Koruyucu Semboller, RTÜK, 2006.



Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun (2021) medya okuryazarlığı alanında yaptığı çalışmalardan bir diğeri ise medya okuryazarlığı bilincinin geliştirilmesi ve bu alanda ihtiyaç duyulabilecek kaynak ve materyallere ulaşılabilmesi amacıyla kurulan https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/ uzantılı resmî internet sitesidir. Mezkûr intermet sitesinde; medya okuryazarlığının önemine ilişkin RTÜK Başkanı ile Millî Eğitim Bakanı tarafından verilen mesajlar, medya okuryazarlığının kavramsal gelişimi ve tarihçesi, RTÜK tarafından bu alanda yürütülen kamuoyu araştırmaları ile saha çalışmaları; ebeveynler, çocuk ve gençler, eğitimciler ve medya kuruluşlarında çalışanlar için oluşturulmuş çeşitli dokümanlar ile RTÜK tarafından güncel olarak yürütülen projeler ile yurt içi ve yurt dışında düzenlenen konferans ve çalıştaylara ilişkin pek çok önemli veriye yer verilmektedir (RTÜK, 2021).

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (2021) tarafından yapılan bir diğer faaliyet ise 2021 yılında Cumhurbaşkanlığı İletişim Ofisinin katkılarıyla tüm kamu personelinin erişimine açılan ve çevrimiçi eğitim platformu olarak tasarlanan "*Medya Okuryazarlığı*" başlıklı uzaktan eğitim dersi olmuştur. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Ofisinin "*Uzaktan Eğitim Kapısı"* sayfasından E-devlet şifresi ile giriş yapılabilen eğitim kapsamında; medyanın kavramsal çerçevesi, tarihsel süreci, etkileri, özellikleri gibi geniş bir alanı kapsayacak şekilde zengin bir eğitim imkânı sunulmuştur(RTÜK, 2021).

30.05.2022 tarihinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (2022) ile Millî Eğitim Bakanlığı arasında "*Medya Okuryazarlığı İş Birliği Protokolü*" imzalanmıştır. Yapılan protokolle Millî Eğitim Bakanlığı ile RTÜK iş birliğinde; bakanlığa bağlı kurumlarda eğitim alan öğrenci, öğretmen, yönetici ve ebeveynler için medya okuryazarlığı, siber güvenlik ve teknoloji bağımlılığını önlemeye yönelik seminer, konferans, kongre, sempozyum, söyleşi, panel, çalıştay, eğitim, yarışma ve etkinlikler düzenlenmesi, öğretim programı ve öğretim materyali geliştirilmesi ile kamu spotu hazırlanması gibi çalışmaların gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca protokol kapsamında yapılan çalışmalar arasında, hâlihazırda ortaokul seviyesinde seçmeli ders olarak okutulmakta olan medya okuryazarlığı dersine ilişkin müfredatın genişletilip güncellenerek yeniden düzenlenmesi hususu da yer almaktadır. Protokolün imza töreninde konuşan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanı Ebubekir Şahin; ülkemizde klasik yahut dikey ekranlar aracılığıyla günde dört saati aşkın bir televizyon izleme alışkanlığı olduğuna dikkat çekerek bilinçli bir medya okuryazarı olmanın önemine vurgu yapmıştır. Şahin konuşmasında ayrıca; geçmişte de önemli olan medya okuryazarlığının günümüzdeki yaygın dijitalleşmeyle birlikte daha önemli hâle geldiğini ve hayatın her alanında

kaçınılmaz olan dijital teknolojiler dolayısıyla çocukların medya ürünleri tüketiminde daha büyük tehditlerle karşı karşıya olunduğunu belirtmiş ve daha geniş bir perspektiften ele alınan yeni medya okuryazarlığı becerisine ihtiyaç duyulduğunun altını çizmiştir(RTÜK, 2022).

BÖLÜM 4

DİJİTAL MEDYA VE YENİ OKURYAZARLIK TÜRLERİ

4.1. Dijital Medya Kavramı

İçinde yaşadığımız çağda, çocuklar doğdukları andan itibaren kendilerini teknolojiyle çevrili bir dünyada bulmakta ve çocukluktan gençliğe dijital yeniliklerin çerçevelediği bir ortamı solumaktadır. Teknolojik yenilikler, küresel medya imparatorluklarının genişlemesi ve "*yeni medya*" kavramının doğuşu sonucu çocuk ve gençler, ticaret şirketlerinin en önemli hedef noktası hâline gelmiş ve günümüz gençliği, önceki nesillerden çok farklı bir dünyada yetişmeye başlamıştır. Televizyon ve radyo gibi geleneksel medya araçları ile süreli yayınların; etkileşimli ve sosyal katılımı teşvik eden ve çocuk ve gençlerin eğlence ve bilgiye anında erişim sağlamasına olanak sağlayan dijital teknolojilerle yer değiştirmeye başlaması, "*dijital medya*" kavramı ile bu kavramın getirilerinin detaylı olarak incelenmesi gereğini ortaya koymuştur.

"*Yayın medyası"* olarak da adlandırılan "*geleneksel medya*", tipik olarak bir film stüdyosu, televizyon ağı veya editör kadrosu gibi yerleşik bir üretim kaynağı tarafından haricî olarak yaratılmakta ve pasif izleme veya okuma için bireylere veya daha geniş kitlelere ulaştırılmaktadır. Buna karşılık, sosyal ve etkileşimli medya kavramlarını içeren yeni bir kavram olarak "*dijital medya*", kullanıcıların hem tüketici hem de içerik üretici olarak kendilerine yer bulabildikleri yeni bir medya biçimidir. Gerçekten de bireyler, dijital medya ortamlarında uygulama üreterek, çok oyunculu video oyunlarına katılarak veya Youtube üzerinde video veya video blogları(vlog) oluşturarak aktif birer üretici olabilmektedirler.

Yeni iletişim teknolojilerinin gündelik yaşamlarımızda yer kaplamaya başlaması ile medya metinleri ile içeriklerinin oluşturulması, farklılaştırılması, biriktirilmesi ile tahvil edilerek yeni biçimlere dönüştürülmesi safhaları değişmeye başlamıştır (Synder, 1998, s. 51). İnternet ve Web 2.0 teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte hemen hemen tüm bireyler daha çeşitli filtrelerden yararlanarak içerik oluşturabilir ve bu içerikleri paylaşabilir duruma gelmişlerdir. Dijital teknolojilerin içerik oluşturma ile oluşturulan içeriklerin tüketimi safhalarındaki balansı değiştirdiğini söyleyen James Paul Gee (2010), yeni iletişim teknolojilerinin içinde yaşadığımız çağa etkilerini dört ana başlık altında

toplamıştır (Gee, 2010, s. 167). Gee'ye (2010) göre ilk olarak; yalnızca alanında yetkin kişilerce oluşturulabileceği kabul edile gelmiş filmler, tanıtımlar ve video oyunları gibi içerikler; herhangi bir eğitim sürecinden geçip alanında profesyonel olarak kabul edilmeyen bireyler tarafından da üretilebilir hâle gelmiştir. İkinci sırada, dijital medyanın bireylerin tüketici ve üretici pozisyonları arasındaki dengeyi değiştirerek sıradan her vatandaşın film, dizi, oyun, müzik gibi içeriklerin oluşturulması ve iletilmesi aşamalarında etkin bir rol üstlenmesindeki rolü gelmektedir. Üçüncüsü ise, yeni medya teknolojilerinin, farklı sosyal toplulukların ve etki merkezlerinin rekabetçi yapılarında değişiklikler meydana getirmesi hususudur. Dördüncü ve son etki ise, yeni dijital teknolojilerin kullanımı ile çocuk ve gençlerin, geleneksel eğitim-öğretim sürecinin dışına çıkarak kendilerini farklı alanlarda yetiştirerek uzmanlaşabilmelerinin olanaklı hâle gelmesidir (s. 167).

Pek çok farklı araştırma göstermiştir ki, dijital medyanın ortaya çıkışı, insanların günlük yaşamlarında hem sosyo-kültürel hem de psiko-bilişsel düzeyde önemli dönüşümler meydana getirmiştir. Her şeyden önce, bilgi ve iletişim teknolojileri CD'ler, DVD'ler, I-pod'lar gibi karmaşık veri depolama sistemleri ve İnternet ve Intranet gibi dolaşım vasıtaları aracılığıyla insanların bilgiye erişimi artmıştır. İkinci olarak, "*dijital medya*",sosyal roller ve durumlardaki ayrımları bulanıklaştırarak, dolayısıyla yeni aracılanmış ilişkiler ve iletişim biçimleri yaratarak, uzamsal-zamansal sınırları maddesizleştirmiştir. Üçüncü olarak "*dijital medya*", Marshall McLuhan'ın (1989) "*küresel köy*"[1] hakkındaki sezgisini genişleterek küreselleşme sürecini hızlandırmış ve bilgi ve iletişim teknolojileri, dünyayı her zamankinden daha bağımlı hâle getirerek ürünlerin, finansın ve ayrıca fikirler ile kültürlerin serbest dolaşımını artırmıştır(Mcluhan & Powers, 1989).

Ancak elbette ki bu dönüşümlerin hepsi olumlu olarak değerlendirilemeyecektir. Örneğin bilgiye erişim, eski eşitsizlik biçimlerini şiddetlendiren yeni dışlama, yoksulluk ve dijital bölünme olarak da adlandırılan haklarından mahrum bırakma biçimleri yaratmış ve aynı zamanda aşırı bilgi yüklemesine yol açmıştır. Böylelikle insanlar, bilgiyi giderek daha az özümseyebilmeye ve güvenilirliğini doğrulama yeteneğini kaybetmeye başlamışlardır. Benzer şekilde, yeni sanal sosyallik ve iletişim biçimleri, siber zorbalık, kendini soyutlama,

[1] Marshall Mcluhan tarafından ileri sürülen ve elektronik iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ile birlikte dünyanın küçük bir topluluk haline geleceği iddiasını ortaya atan kavramı ifade eder (Mcluhan & Powers, 1989).

video röntgencilik, mahremiyet eksikliği gibi belirli sosyal sorunları da beraberinde getirmiştir (Bruni vd., 2018).

Dijital teknolojilerin son 25 yılı kapsayan süreçte olağanüstü bir hızla değişmesi ve gelişmesi yeni bir medya kavramının doğmasına sebep olmuş ve bu gelişmeler, bilgi ve veri paylaşım süreçlerinde de köklü değişiklikler meydana getirmiştir. Özellikle çocuk ve gençlerin medya kullanım alışkanlıkları değişmiş ve geleneksel medya araçlarının kullanım oranı bir hayli azalırken sosyal medya araçlarının kullanım oranlarında ciddi artışlar meydana gelmiştir. Her bireyin aktif birer katılımcı ve içerik üretici olarak taraf olduğu yeni medya teknolojileri ile adeta herkes birer yönetmen, senarist ve oyuncu statüsü kazanmıştır. Tüm bu gelişmeler doğrultusunda, çocuk ve gençlerin "*yeni medya*" kullanımına yönelik eğitim alarak bilinçlenmeleri ve gelişen teknolojilerin beraberinde getireceği olumsuz etkilerinden korunabilmeleri için yeni medya okuryazarlığı eğitimleri almaları zaruret hâlini almıştır.

4.2. Dijital Medya ve Okuryazarlık

Dijital medya ve getirilerini ele alırken temel bakış açısı, yeni teknolojilerin yeni kültürel araçları ve yeni anlam yapılarını yaratan aracılı eylemleri nasıl temsil ettiğini incelemek olmalıdır. Bu araçlar, insanların birbirleriyle nasıl ilişki kurduğu, aktörler arasındaki müzakerede bilginin nasıl tanımlandığı ve ayrıca aktörlerin anlam üzerinde pazarlık yaptığı öğrenme ortamlarına ilişkin anlayışımızı nasıl değiştirdiği konusunda yeni olanaklar yaratmaktadır (Erstad, 2010, s. 25). Bu noktada "*dijital medya okuryazarlığı*" kavramını anlayabilmek için yeni teknolojilerin dijital kültüre katılmak için gerekli becerileri nasıl değiştirdiği üzerine yoğunlaşmak doğru olacaktır.

Medya okuryazarlığı, bireyin yaşamı boyunca edineceği bilgiler ile istemli veya istemsiz olarak maruz kalacağı medya mesajlarını doğru anlayabilmesi ve mantık süzgecinden geçirerek edinebilmesi için devamlı güncel tutması ve geliştirmesi gereken daimî bir süreçtir. Yeni gelişen teknolojilerle birlikte, aracılı medya mesajlarını okumak ve anlayabilmek için gereken temel araçlardan ibaret olan medya okuryazarlığının yerini yeni bir okuryazarlık türünün almaya başladığını söylemek mümkündür. Radyo, televizyon, gazete gibi geleneksel kitle iletişim araçlarıyla karşılaştırıldığında, dijital medya, sosyal ve kültürel yetenekler de dâhil olmak üzere daha geniş ve daha kapsamlı beceriler gerektirmektedir.

Yeni iletişim teknolojileri doğrultusunda yeni medya yapılanmaları çocuk ve gençlerin günlük yaşantısında giderek daha fazla yer kaplamaktadır. Bu noktada medyanın verdiği mesajlar karşısında etkiye en açık kesimi oluşturan çocuk ve gençlerin, yeni medya ajanları tarafından kendilerine aktarılan ileti ve mesajları çözümlemekte ve gerçekliğini idrak etmekte zorlandıklarını söylemek mümkündür. Nitekim dijital medya platformları gerek yeni ve farklı beceriler gerektirmeleri ve gerekse mesaj alışveriş biçimleri bakımından, geleneksel kitle iletişim araçlarından farklı bir altyapı gerektirmektedir. Bu altyapının oluşturulması ve çocuk ve gençlerin yeni medya araçlarını etkin kullanabilmelerinin sağlanabilmesi ile gerekli becerileri edinebilmeleri noktasında en büyük sorumluluk ise okullara ve dolayısıyla eğitimcilere düşmektedir.

Dijital medya teknolojileri ile bu teknolojilerin beraberinde getirdiği yeni medya ortamlarının, yeni kültürel kodlarla bezeli medya iletilerini nasıl sunduklarına ve yeni medya iletilerinin nasıl özümsenmesi gerektiğine ilişkin kapsamlı bir eğitim programı hazırlanarak ilk ve ortaokul müfredatlarına eklenmesi bu noktada atılması gereken en önemli adımlardan biri olacaktır. Zira dijital medyanın ürettiği içerikler ve sunuş biçimleri, geleneksel medyaya göre ciddi farklar barındırmaktadır. Dolayısıyla uzun yıllardan beri çocuk ve gençleri medyanın zararlı etkilerine karşı muhafazakâr bir bakış açısıyla korumaya çalışan "*korumacı medya okuryazarlığı*" yaklaşımı gibi baskın yaklaşımların, içinde yaşadığımız dijital çağda etkili olamayacağı su götürmez bir gerçektir. Gerçekten de yeni iletişim teknolojilerinin hayatımızın her alanında kolaylaştırıcı birer aktör olarak yer almaya başlamasıyla birlikte, bu araçların hayatımızdan çıkartılması olanaksız bir hâle geldiğinden, asıl üzerinde durulması gereken husus bu araçların sebep olabileceği zararlı içeriklerden nasıl korunmak gerektiğinin öğrenilmesi olmalıdır. Bu noktada ise daha önce de bahsedildiği gibi zararlı içerikler karşısında en savunmasız bireyler olan çocuk ve gençlerin, medya araçlarından mahrum bırakılmaları doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Bunun yerine, çocuk ve gençler, küçük yaşlardan itibaren yeni medya teknolojilerini nasıl kullanmaları gerektiğini öğrenmeli ve bu medya teknolojileri vasıtasıyla maruz kaldıkları medya mesajlarına eleştirel bir bakış açısıyla bakma ve sorgulama kabiliyetlerini kazanmalıdırlar. Bu kabiliyetlerin edinilmesini de sağlayacak bütüncül çözüm ise medya aktörlerinden bağımsız olarak işletilecek bir dijital medya okuryazarlığı eğitiminin çocuk ve gençlerden başlamak üzere tüm kademelerdeki bireylere aktarılması olmalıdır.

4.3. Geleneksel Medya Okuryazarlığından Dijital Medya Okuryazarlığına Geçiş

Geleneksel medya okuryazarlığının temelleri, birinci bölümde de ele aldığımız gibi okuma, yazma ve okuduğunu anlama becerilerini içeren klasik okuryazarlık kavramına dayanmaktadır. Bu dayanak noktasından yola çıkılarak "*medya okuryazarlığı*",metinleri okuma ve anlama yetilerini içeren okuryazarlık kavramının görsel, işitsel ve etkileşimsel medya araçları vasıtasıyla sunulan medya mesajlarının çözümlenmesi yetisine uyarlanmış hâli olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde ise, klasik kitle iletişim araçlarının çözümlenmesini içeren "*medya okuryazarlığı*" kavramı hızla ilerleyen teknolojik gelişmelerin bir getirisi olan yeni medya ortamları vasıtasıyla oluşturulan iletilerin kavranması ve özümsenmesi becerilerini içeren dijital medya okuryazarlığına evrilmiştir. Aşağıda yer verilen Tablo 3'teklasik kitle iletişim araçlarının egemen olduğu geleneksel medya dönemi ile dijital medya ortamlarının özellikleri farklılık ve benzerlikleriyle karşılaştırılmıştır:

Tablo 2

Kitle İletişim ve Dijital Medya Paradigmaları

Kitle İletişim Paradigması	Multimedya İletişim Paradigması
Her ortamın özerk olması	Medya Yakınsaması
Merkezi Üretim ve Dağıtım	Çevrimiçi Üretim ve Dağıtım
Statik Yayma ve Alma	Mobil Yayma ve Alma
Aktif ve Kitlesel Alım	Etkileşimli-Parçalanmış Alım
Yerel veya Ulusal Yaygınlaştırma	Yerel veya Küresel Yaygınlaştırma
Geniş Kitlelerin Oluşturulması	Aktif Toplulukların Oluşturulması
Farklı Medya Ortamlarına Özgü Dil Kullanımı	Hipermetin ve Multimedya Dilleri

Media Literacy and New Humanism, Tornero & Varis, 2010, s.35.

Kitle iletişim paradigmasında ana medyanın her biri özerk niteliğe sahipken, multimedya iletişiminde ayırt edici özellik farklı ortamların yakınsaması, tamamlayıcılığı ve örtüşmesidir. Kitle iletişim paradigmasının iletişim teknolojileri, mesajların statik, sabit noktalardan hem alınmasını hem de yayılmasını gerektirmekteydi. Multimedya iletişim paradigmasının gelişmesiyle ise hem alıcıların hem de vericilerin hareketlendiği, yayma uydularının, karasal yayıcıların ve hem kablolu hem de kablosuz ağların birleştiği karmaşık ağlar kurulmuştur (Tornero & Varis, 2010, s. 36). Multimedya teknolojilerinin gelişmesi ve Web 2.0 teknolojisinin yaygınlaşmasıyla birlikte, yeni medya platformları günlük hayatta daha fazla yer kaplamaya başlamış ve güncel vaziyete ayak uydurabilmek için gerekli altyapı ve sahip olunması gereken nitelikler, kitle iletişim paradigmasının egemen olduğu döneme göre bir hayli farklılaşmıştır. Bir diğer ifadeyle, günümüzde yeni iletişim teknolojilerini etkin kullanabilmek ve yeni medyanın getirilerinden faydalanabilmek için birtakım farklı becerilere sahip olunması gerekmektedir. Bu becerilere aşağıda yer verilmiştir:

- **Etkili bilgi yöneticisi olmak:** Erişilen bilgilere tekrar ve hızlı bir şekilde erişebilmek için bilgilerin depolanması gerekmektedir.
- **Akıllı tüketici olmak:** Önümüze çıkan mesajları anlayabilmemiz için elimizdeki bilgileri kullanarak akılcı bireysel kararlar alabilmemiz gerekmektedir.
- **Sorumlu üretici olmak:** Günümüzde her bireyin içerik üreterek yapım sürecinde yer alması veya yapımcı olabilmesi mümkündür. Hâl böyleyken, medya üretiminde aydınlanmış bir yaklaşım sağlayabilmek adına üretici olma potansiyeli olan bireyler olarak hepimizin, izleyiciyi ve içinde yaşadığımız toplumu düşünerek hareket etme sorumluluğumuz olmalıdır.
- **Aktif katılımcı olmak:** Medyayı kullanan bireyler olarak ürün satın alırken veya birer vatandaş olarak oy kullanırken çeşitli mesajlar alıp veriyor ve topluma katılıyoruz. Bu eylemleri gerçekleştirirken esasında yalnızca bir ürün veya hizmet satın almakla kalmıyoruz, aynı zamanda kuruluşun reklam ve iletişimlerini ve temsil ettiği dünya görüşünü de satın almış oluyoruz (Jolls vd.,2008, s. 7).

Yeni medya, geleneksel medyaya kıyasla toplumsal ve kültürel pek çok farklı nitelik gerektirmektedir. Dijital medya çağıyla birlikte ileti üretme, gönderme ve karşılıklı etkileşim süreçleri gelişmiş ve bu süreçleri yönetebilmek için de derinlikli ve çok boyutlu bir eğitim süreci tesis edilmesi ihtiyaç hâlini almıştır. Nitekim çocuk ve gençlere eğitim

kurumlarında öğretilen medya okuryazarlığı becerileri, günümüzde karşı karşıya kalınan yeni medya ortamları için yetersiz kalmış ve dolayısıyla medya eğitimi sürecinin revize edilmesi zarurî hâle gelmiştir.

4.4.Yeni Okuryazarlık Türleri

Yeni okuryazarlık türlerini incelemeden evvel "*okuryazar*" olma kavramının farklılaşan yapısı üzerinde durmanın faydalı olacağı düşünülmektedir. Geçtiğimiz 30 yıllık süreçte, kitle iletişim araçlarının rolü ve yapısı ile bireylerin etkileşim şekilleri ve medya içeriklerinin işlenme süreçleri büyük değişimler geçirmiştir. Önceleri okuryazarlık kavramı, yalnızca gazete ve kitap gibi yazılı araçlara yönelik algılanırken günümüzde çok farklı ileti ve mesaj oluşturma şekilleri ortaya çıkmış ve klasik okuryazarlık kavramı yerini farklı okuryazarlık türlerine bırakmıştır. Elektronik medyanın hayatımıza girmesiyle beraber ortaya çıkan bu yeni gerçeklik, medyanın bilgiyi aktarma kapasitesini kitlesel boyutlarda değiştirmiştir. Değişen medya kavramıyla birlikte çocuk ve gençlerin okuryazar olarak eğitilmelerindeki sorumluluk yalnızca öğretmenlere ve eğitimcilere yüklenmekten çıkmış ve eğitimcilerin yanı sıra ailelerin, kamu kurumlarının, sivil toplum kuruluşlarının ve medya çalışanlarının bir bütün olarak sorumluluk yüklenmesi gereken yeni bir döneme girilmiştir.

Değişen ve gelişen medyanın getirdiği yeni okuryazarlık kavramı, öğretmenler ve öğrenciler için de pek çok güçlüğü beraberinde getirmiştir zira medya içerikleri eskiden olduğu gibi tek yönlü ve basılı metinlerden ibaret değildir. Yeni medyanın getirisi olan çok yönlü metinlerin anlaşılabilmesi ve çözümlenebilmesi için yeni ve çok boyutlu becerilerin edinilmesi bir zaruret hâlini almıştır.

Dijital platformlarda yer alan bir içeriği çözümlemek ile basılı bir metni okumak arasında büyük farklılıklar vardır. Dijital metinlerde yer alan içerikler arasında ikonlar ve linkler yer alır ve en temel linklerin dahi okuyucu tarafından değişik açılardan algılanabilmesi ve okuyucuların bu linkler vasıtasıyla farklı içeriklere sürüklenebilmesi olasıdır. Tüm bu farklılıklar göz önüne alındığında, bireylerin elektronik medya ortamlarının getirisi olan yeni metinleri, bu metinleri birbirine bağlayan ikonları ve linkleri anlayabilmeleri için yeni okuryazarlık becerilerine ihtiyaçları vardır.

1990'lı yılların başlarında hareketlenen yeni teknolojik ve sosyal değişimler, pek çok yeni okuryazarlık türünü de beraberinde getirmiştir. United Nations Educational and Cultural Organization (UNESCO), farklılaşan ve gelişen çağın bir getirisi olan tüm medya

okuryazarlık türlerini bir başlık altında toplayarak bir "*Medya Okuryazarlığı Ekolojisi*" oluşturmuştur.

Şekil 5

*Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Ekolojisi*Media And Information Literacy, Wilson & Grizzle & Tuazon, 2011, s.19.



Yukarıda yer verilen ve UNESCO tarafından hazırlanan "*Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Ekolojisi*"nde yer alan okuryazarlık türlerinin hepsi arasında bariz bağlantılar mevcuttur. Burada üzerinde durulması gereken en önemli nokta, eğitimcilerin "*Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Ekolojisi*"nde yer alan terimler hakkında daha fazla bilgi sahibi oldukça, tüm bu okuryazarlık türlerine ilişkin eğitimlerin daha anlamlı ve bütünlüklü hâle geleceğidir. Yukarıda yer verilen terminolojilerin çoğu, bu kavramları içselleştirmeye başlayan toplulukların mesleki bağlamlarına ve kültürel uygulamalarına göre farklı

şekillerde uygulanabilmektedir. Küresel boyutta pek çok kuruluş da, hem medya okuryazarlığı hem de bilgi okuryazarlığını kapsadığı kabul edilen bütüncül bir "*medya eğitimi*" terimini kullanmaya başlamıştır. UNESCO'nun "*Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Ekolojisi*" kavramı ise birleşen dağıtım platformları ışığında farklı kavramları uyumlu hâle getirmeyi amaçlamaktadır (Grizzle vd., 2011, s. 19).

Çalışmanın bu bölümünde, geleneksel okuryazarlık kavramından başlanarak yukarıda da yer verilen, gelişen teknolojik ve toplumsal çağın bir getirisi olan farklı okuryazarlık türlerinin bir kısmı ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

4.4.1.Geleneksel Okuryazarlık

Tarih boyunca insanoğlu çevresindeki dünyayı anlamasını ve yönetmesini sağlayan, kendisine bir kültür ve kimlik kazandıran dilleri, kültürel kapasiteleri ve iletişim becerilerini kazanmaya çalışmıştır. Klasik anlamıyla okuryazarlık kavramı ise, kültürel açıdan önemli bilgilerin kodlandığı süreçlere hâkim olma isteğinin sonucu olarak ortaya çıkmış ve geleneksel anlamda yazma fiiline olan ihtiyacın bitmesine yol açan enformasyon çağının gelişmesine kadar önemini sürdürmüştür. İnsanlığın kültürel anlamda önem atfettiği kriterler, güç ve otoritenin türetilebileceği bilgi türündeki değişikliklere bağlı olarak tarihsel süreç boyunca değişmiştir. Yazmayı içermeyen, ancak deneyim biriktirmek için ilkel de olsa bir sistem oluşturan ezberleme süreçleri ayrı tutulduğunda, bugünün okuryazarlık sürecinin kökeninin yazı sistemlerinin keşfine ve gelişimine dayandığı söylenebilecektir. Bu süreç sonunda gelişen okuma ve yazma süreci ise "*klasik okuryazarlık*" olarak adlandırılacaktır.

Klasik okuryazarlık süreci, farklı aşamalardan ve kritik dönemeçlerden geçmiştir. Hareketli tipte matbaaların icadına ve bunların Rönesans ve Modern Çağ'daki gelişimine kadar, okuryazarlık süreci, yazı ve metin kaynaklarına erişimi kontrol eden dinî veya siyasi bir aristokrasiye yani seçilmiş bir azınlığa özgü ve bu kesimle sınırlıyken; basılı kitabın yaygınlaşmasıyla birlikte yazı ve metinlere erişimi olan insan sayısı artmış ve bununla birlikte okuryazarlık sürecinin toplumsal etkileri artış göstermiştir. 18. yüzyılda gelişen sanayi devrimiyle birlikte kentsel toplumun ortaya çıkışı ve zorunlu eğitimin uygulanmaya başlaması okuryazarlık oranlarında ciddi bir artış sağlamış ve okuryazarlık, yeni vatandaşlığın gerekli bir boyutu olarak görülmeye başlamıştır (Tornero & Varis, 2010, s. 31). Matbaanın icadıyla kitap ve gazetelerin yaygınlaşması ve sanayi devrimi sonucu işçi sınıfına duyulan ihtiyacın azalmasının doğal bir sonucu olarak işçi sınıfının boş vakitlerini

kitap ve gazete okuyarak geçirmeye başlamasıyla okuryazarlık yetisi tüm toplum için gerekli ve ulaşılabilir bir hâle gelmiştir.

Dil, insanlığımızın en önemli unsuru ve insanların anlamı ifade etmek ve paylaşmak için kullandığı bir dizi sembol sisteminden sadece bir tanesidir. Son 100 yıllık süreçte iletişim teknolojilerinde meydana gelen değişiklikler, dilin ve yazılı sözün rolünü genişleten ve yeniden şekillendiren bir kültürel ortam yaratmıştır. Dilin görüntü, ses, müzik ve elektronik iletişim biçimleri de dâhil olmak üzere pek çok farklı sembolik ifade biçimiyle ilişki içinde olması bu kültürel ortamın tesisinde önemli bir kilometre taşı niteliğindedir. Akademisyenler ve eğitimciler okuryazarlığın yalnızca ifade ettiği anlamdan bağımsız olarak kod çözme, anlama ve üretim becerileri edinme meselesi olmadığını, aynı zamanda okuma ve yazmanın kullanıldığı kültür ve bağlamlarla bağlantılı olduğunu savunmaktadırlar. Kendilerini "*medya okuryazarlığı*" akımıyla özdeşleştiren bu akademisyenler, "*Mesajlara çeşitli biçimlerde erişme, bunları analiz etme, değerlendirme ve iletme olanağı"* olarak tanımlanan okuryazarlık tanımını benimsemişlerdir (Hobbs, 2018, s. 165). Bu tanım, hem bir öğrenme sürecini hem de "*metin*" kavramının her türden mesajı içerecek şekilde genişletilmesini içermektedir ki bu da bize klasik anlamdaki okuryazarlık kavramının gelişen ve ilerleyen teknolojiyle birlikte, medya metinlerine ve görsel, işitsel ve etkileşimli vasıtalarla sunulan içeriklere yönelik medya okuryazarlığı kavramını nasıl ortaya çıkardığını göstermektedir.

4.4.2. Görsel Okuryazarlık

Görsel okuryazarlık, genellikle yazılı veya basılı bir metnin yorumlanması anlamına gelen okuryazarlığın anlamını genişleterek, bir görüntü şeklinde sunulan bilgileri yorumlama, müzakere etme ve anlam çıkarma yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Kavramın temelleri ise esasında resimlerin "*okunabileceği*" ve anlamın bir okuma süreci yoluyla olabileceği fikrine dayanmaktadır. Teknolojisinin gelişmesi ve dijital araçların yaygınlaşması, bireylerin yaşamlarının her anında görsel iletişim ögelerine rastlamaya ve karşılaştıkları mesajları anlamlandırmaya çalışmasına sebep olmuş ve bu doğrultuda da görsel iletilerin çözümlenebilmesi ve okunabilmesi anlamlarına gelen "*görsel okuryazarlık*" kavramı gelişmeye başlamıştır.

"*Görsel okuryazarlık*" teriminin 1930'ların sonu ile 1960'ların başı arasında daha önce iyi belgelenmiş kullanımları olmasına rağmen, terim genellikle Uluslararası Görsel Okuryazarlık Derneğinin kurucu ortağı John Debes'e atfedilmektedir. 1969 yılında

Debes(1969), kavramın geçici bir tanımını yapmış ve görsel okuryazarlığı "*Bir insanın görerek ve aynı zamanda diğer duyusal deneyimlere sahip olarak ve bunları bütünleştirerek geliştirebileceği bir grup görme yeterliliği*" olarak tanımlamıştır (Debes, 1969, aktaran Association, 2022). Yine doktrinde çokça kabul görmüş bir başka tanıma göre ise görsel okuryazarlık "*İnsanların nesneleri nasıl algıladıklarını, gördüklerini nasıl yorumladıklarını ve onlardan ne öğrendiklerini anlamak*" olarak ifade edilebilecektir. Esasında görsel okuryazarlığın ortak bir tanımının bulunamamasının sebebi eğitim, sanat tarihi, retorik, göstergebilim, felsefe gibi pek çok disipline ait profesyonel yayınlarda "*görsel okuryazarlık*" teriminin kullanılıyor olması ve bu kadar farklı disiplinle bağlantısı olan bir kavram olması sebebiyle görsel okuryazarlığın tek bir tanımının yapılamamasıdır.

Çağımızda teknolojik gelişmelerin önü alınamayacak bir şekilde hızlı ilerlemesi eğitimciler tarafından enformasyon çağının vazgeçilmez bir unsuru olarak görülen görsel okuryazarlığın öğrenilmesi için çeşitli teşviklerin başlamasına sebep olmuştur. Nitekim tamamen teknolojik bir çağda eğitim hayatını sürdüren çocuk ve genç bireylerin, etkili iletişim becerileri geliştirebilmeleri için görsel okuryazarlık becerilerini geliştirmeleri gerektiği su götürmez bir gerçektir. Bu noktada üzerinde önemle durulması gereken bir diğer nokta görsel okuryazarlık becerilerine ihtiyaç duyulan iletişim aygıtlarının sayısının da bir hayli fazla olmasıdır. Gerçekten de televizyon, gazete ve dergiler, videolar, bilgisayar oyunları, ilan panoları, sosyal medya platformları gibi sayısı artırılabilecek pek çok mecrada bireyler görsel iletişim öğeleriyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu doğrultuda bireylerin bu araçlar vasıtasıyla karşı karşıya kaldıkları mesajları etkin bir şekilde algılayabilmeleri için kavramsal görsel temsilleri değerlendirme, uygulama ve yaratma yeteneklerini geliştirmeleri zaruret hâline gelmiştir. Dijital medyada karşımıza çıkan görsellerin ve imgelemlerin esas manalarını kavrayabilme ve çözümleyebilme yetileri görsel okuryazarlığın en önemli işlevlerindendir. Tamamen yazıdan oluşan içeriklerde yer alan mesajları çözümlemek yalnızca klasik okuryazarlık becerileri gerektirirken televizyon, bilgisayar, sosyal medya platformları gibi dijital medya platformlarında karşı karşıya kalınan resim, şekil, fotoğraf, görsel efekt, hareketli görüntüler gibi izgeleri çözmek görsel okuryazarlık becerileri gerektirmektedir. Aşağıda yer alan Şekil 5'tebu doğrultuda gerekli becerilere yer verilmektedir:

Şekil 6

Görsel Okuryazarlık Becerileri University of South Florida. (n.d). Visual Literacy Survey. https://lib.usf.edu/edlibreport/2020/07/13/visual-literacy-survey/. Erişim Tarihi: 03.03.2022.



Yukarıda da tablo hâlinde yer verildiği üzere, "*görsel okuryazar*" bir bireyin medyada karşılaştığı görsel içeriklere eleştirel gözle bakabilmesi ve bu içerikleri etkin kavrayabilmesi için aşağıda yer verilen becerileri edinmiş olması gerekmektedir:

- Görüntü ihtiyacını tanımlama,
- İhtiyaç duyulan görüntü ve resimlere erişebilme,
- Erişilen görüntüleri yorumlama ve analiz etme,
- Görsel materyalleri ve efektleri etkin bir şekilde kullanma,
- Görsel medya ögeleri oluşturma,
- Görüntüleri etik çerçeve dâhilinde kullanma ve usulüne uygun alıntı yapma.

4.4.3.BilgiOkuryazarlığı

Çağımızdaki teknolojik gelişmeler ve elektronik bilgi akışı, eğitim-öğretim sistemive insanların bilgiye ulaşma yolları üzerinde ciddi farklılıklar ve yenilikler meydana getirmiştir. Bu durumun en tabii yansıması ise bireylerin bu yeni bilgi toplumuna adapte olabilmek ve genişleyen bilgi ağına katılabilmek için yeni becerilere ihtiyaç duyar hâle gelmesidir. Bu yeni becerileri edinebilmek ve toplumsal ve günlük yaşamlarına adapte

olabilmek için bireylerin teknoloji çağında bilgiye nasıl ulaşacakları, bilgiyi nasıl değerlendirecekleri ve uygulayacaklarını öğrenmeleri gerekmektedir. Gerçekten de, içinde yaşadığımız bilgi toplumunda okuma, yazma ve bilgisayar kullanma becerileri hâlâ önemini koruyor olsa da bilgiye erişmede oldukça yetersiz kalmışlardır. Bu becerilerin yanı sıra bireylerin eleştirel düşünebilmeleri, yeni bilgi teknolojilerine hâkim olmaları ve bilgiye hızlı ve pratik metodlarla ulaşabilmeleri gerekmektedir.

Son 10 yıllık süreçte; kültürel, bilimsel, teknik, küresel ve matematiksel olmak üzere pek çok yeni okuryazarlık tanımı ortaya atılmıştır. Bu okuryazarlık türlerinin her biri, okuryazarlığın bölümlere odaklanmış bir yönüne odaklanmaktadırlar. "*Bilgi okuryazarlığı*" ise bu farklı türlerin aksine okuryazarlık kavramını kapsayıcı bir üst kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir diğer ifadeyle, "*bilgi okuryazarlığı*" becerisine sahip bir birey diğer tüm okuryazarlık türlerine de hâkim olabilecektir. "*Bilgi okuryazarlığı*" kısaca, çeşitli kaynaklardan gelen bilgilere erişme, bunları değerlendirme ve kullanma yeteneği olarak tanımlanabilecektir. Daha geniş bir ifadeyle;

- Doğru ve eksiksiz bilginin akıllı karar vermenin temeli olduğunu bilen,
- Bilgi ihtiyacını tanımlayabilen,
- Soruları bilgi ihtiyaçlarına göre formüle edebilen,
- Potansiyel bilgi kaynaklarını tanıyan,
- Başarılı arama stratejileri geliştirebilen,
- Yeni teknolojik metodlar da dâhil olmak üzere bilgi kaynaklarına erişebilen,
- Bilgiyi değerlendirebilen,
- Pratik uygulama yapabilmek adına edindiği bilgileri kategorize edebilen,
- Yeni edindiği bilgiyi, mevcut bilgi gövdesine entegre edebilen,
- Bilgiyi eleştirel düşünme ve problem çözmede kullanabilen bireyler bilgi okuryazarı olarak tanımlanabilecektir (Doyle, 1992, s. 2).

UNESCO (2022), geçtiğimiz 20 yıllık süreçte, yeni sayısal teknolojilerin ve medya oluşumlarının tümünü kapsayan "*Medya ve Bilgi Okuryazarlığı*" adı altında bir üst kavram geliştirmiştir(UNESCO, 2022). Bu üst kavram, teknoloji geliştikçebilgiye artan ihtiyaç ile bilgiye erişme yollarındaki farklılaşmayı içeren yeni beceriler ile bu becerilerin yeni medya platformlarında uygulanmasını karşılamaktadır. "*Bilgi okuryazarlığı*" ile "*medya okuryazarlığı"* nosyonları bu şekilde iç içe geçmiş kavramlar olsa da "*bilgi okuryazarlığı*", bilgiye ulaşma ve ulaşılan bilginin eleştirel süzgeçten geçirilerek etik çerçevede kullanılmasının altını çizmektedir. "*Medya okuryazarlığı*" ise, medyanın işlevleri ile bu

işlevlerden nasıl doğru ve faydalı şekilde yararlanılabileceğine yönelik yetileri kapsamaktadır. Bu yönüyle yalnızca muhteviyatıyla değil aynı zamanda medya platformları, medya otoriteleri ve medya sektöründe yer alan kamusal ve özel bütün sektörü de içine alan çatı bir kavram olması hasebiyle "*medya okuryazarlığı*", medya platformlarında bilgiye nasıl ulaşılacağını inceleyen "*bilgi okuyazarlığı*" kavramından ayrılmaktadır (Lee & So, 2014, s. 140).

4.4.4.DijitalMedya Okuryazarlığı

"*Dijital medya okuryazarlığı*", sosyal, kültürel, politik ve ekonomik hayata katılmak ve katkıda bulunmak için yeni teknolojiler yaratma ve kullanma becerisine sahip olmayı ifade etmektedir. Teknolojide yaşanan gelişmelerle birlikte "*medya okuryazarlığı*", "*dijital medya okuryazarlığı*" olarak adlandırılmaya başlamıştır. *"Dijital medya okuryazarlığı*", son teknolojilerin toplum üzerindeki etkisini anlamayı, dijital kimlikleri anlama ve uygun şekilde yönetme becerisine sahip olmayı ve dijital bilgiyi bulma, düzenleme, anlama, değerlendirme, analiz etme ve oluşturma becerisine sahip olmayı içermektedir(Hobbs, 2010). Teknolojiye eleştirel olarak katılmayı ve sosyal farkındalık geliştirmeyi içeren "*dijital okuryazarlık*"; vatandaşlara dijital teknolojilerle ilgili yeni ve artan fırsatlardan yararlanma esnekliği sağlarken aynı zamanda teknolojinin ne gibi farklı zorlukların ortaya çıkacağının da farkında olarak ilerleyen bir disiplin olarak karşımızaçıkmaktadır. Kısaca "*dijital okuryazarlık*"; dijital alana anlamlı ve güvenli bir şekilde katılmaya izin veren "*bilgi*" olarak ifade edilebilecektir(Abu Halka & Mohamed, 2020, s. 36).

Dijital medya okuryazarlığından istenilen faydanın sağlanabilmesi için bireylerin dijital medya okuryazarlığının etkinliğini ölçme araçlarını oluşturan becerilere sahip olmaları gerekmektedir.Dijital medya okuryazarlığı becerileri, medya okuryazarlığı becerilerinin bir uzantısı olarak kabul edilebilir. Bu noktada mesleğin ve yetkinliğin özü, vatandaşlara doğru bilgiyi arama ve bu bilgileri verimli ve olumlu kullanma becerisi kazandırmaktır.

Klasik okuryazarlık ve dijital medya okuryazarlığı gerektirdikleri beceriler bakımından ayrışırlar. Bireyler; elektronik verileri okurken ve dijital mecralarda dilsel, görsel ve işitsel kodlama ve çözümleme yaparken, metin okuryazarlığının gerektirdiği becerilerden daha fazlasına ihtiyaç duyacaklardır. Bunlar, bireylerin çevrimiçi içeriklerde yer alan farklı yazı, ses, fotoğraf, resim, video gibi içeriklerin yer aldığı medya içeriklerini

çözümlemeye yönelik beceriler olarak ifade edilebilecektir. Klasik medya içerikleri ile dijital medya içerikleri, üretilme metotları ile barındırdıkları iletinin ne kadar hızlı bir şekilde yeni içerik oluşturacak kitlelere iletilmeleri açısından da farklılık gösterirler. Dijital dünyada bireysel olarak ne kadar bilgiye sahip olunduğu değil, bilgiye ne kadar hızlı erişilebildiği ve yeniden düzenlenip paylaşılabildiği önemlidir(Buchholz vd., 2012).

Dijital medyanın yükselen bir değer olarak sahip olduğu etki alanı ve yaşamın hemen her alanındaki varlığı, yeni ve farklı kaynaklara ilişkin bireşim ve tenkidî çözümleme yetilerinin kilit işleve sahip olmasına sebebiyet vermektedir. İlaveten, bilginin etik çerçevede ve hukuk kuralları dâhilinde kullanımı ile bilgi edinen bireylerin gizlilik haklarının temin edilmesi büyük önem taşımaktadır. Teknolojik gelişmelerle birlikte devamlı devinim ve ilerleme hâlinde olan "*dijital medya*" geliştikçe ve yeni kavramlar hayatımıza girmeye başladıkça "*okuryazarlık*" kavramı da bu doğrultuda değişecek ve bireyler iyi ve akılcı birer "*dijital medya*" kullanıcısı olabilmek için yeni beceriler edinmek durumunda kalacaklardır. Aşağıda yer verilen Tablo 3'te, dijital çağa ayak uydurabilmek için gerekli becerilere yer verilmiştir.

Tablo 3

Dijital Medya Okuryazarlığının Boyutları

	Araç Okuryazarlığı	**İçerik Okuryazarlığı**
Erişim	Cihaz sahipliği ve hizmete erişim	İlgili içeriği arama, bulma ve filtreleme yeteneği
Anlama	Teknolojinin temel doğasını anlamak ve işlevsel düzeyde nasıl çalışacağını bilmek	İçeriği anlama ve eleştirel analiz yeteneği
Üretme	Üretebilme, çoğaltabilme ve dijital teknolojiyi kullanarak içerik oluşturmak	Görüş, fikir oluşturma ve dijital içeriğe dönüştürmeyeteneği. Sosyal etki, sibergörgü kuralları ve etik bilgisi.

Dimensions Of Digital Media Literacy And The Relationship To Social Exclusion, Park, 2012, s.5.

Buckingham (2005), erişimin iki farklı boyutunu ekipmana fiziksel erişim ve teknolojiyi manipüle etme yeteneği olarak ifade etmektedir(Buckhingam, 2005, s. 6). İlk boyut, fiziksel cihaz ile (donanımın mülkiyeti veya donanıma erişim) ilgiliyken, ikincisi, ilgili içeriği o cihaz aracılığıyla bulma becerisine sahip olma ve yazılımı veya içeriği kullanma yeteneği ile bağlantılıdır. Dijital medyaya erişebilmek için kullanıcıların karmaşık bilgileri çözümleyebiliyor olmaları gerekmektedir. Bir diğer ifadeyle erişim kavramı, her bir platformun ve cihazın neler yapabileceğini ve işlevlerini nasıl kullanacağını anlamayı içermektedir.

Dijital medya okuryazarlığının ikinci boyutu ise aracılı mesajları anlamaktır. Medya okuryazarlığının geleneksel anlamı, temel olarak insanların çeşitli medya mesajlarını nasıl anladığına odaklanmaktadır. Bu anlam, medya pazarındaki üreticilerin amaçlarını çözebilmeyi, gerçeği kurgudan ayırt edebilmeyi ve medya temsilinin nasıl gerçek hayatın bir kopyası olmayabileceğini bilmeyi içermektedir. Metni anlamak ise anlamların yorumlanmasının ötesine geçmektedir. Bağlamdaki anlamı tam olarak anlamak için, bu tür metinleri üreten medya sistemi hakkında da bilgi sahibi olmak gerekmektedir (Lewis & Jhally, 1998, s. 112).

Dijital medya okuryazarlığının üçüncü boyutu, kullanıcı katılımı ve üretimini içermektedir. Dijital medya ortamında akıllı tüketici olmak yeterli değildir; bireyin tecrübeli ve bilgili bir vatandaş olması büyük önem arz etmektedir. Bu boyut, mesajlaşma gibi küçük ölçekli günlük iletişim uygulamalarından, politik bir blog tutmak gibi daha geniş sosyal ve kamusal içerik oluşturmaya kadar geniş bir yelpazede tanımlanabilecektir. Dijital medyanın bu boyutuna hâkim olabilmek için, dijital medya cihazlarıyla yaratıcı becerilere sahip olmak, çeşitli dijital cihazları kolaylıkla kullanabilmek, fikir ve görüşleri oluşturmak ve ifade etmek için çeşitli işlevleri ve uygulamaları nasıl çalıştıracağını bilmek gerekmektedir.

Sonuç itibarıyla, "*geleneksel medya*" ve "*dijital medya*" arasında içerik üretimi ile sunumu açısından araçsal farklılıklar olduğunu söylemek mümkündür. Gerçekten de geleneksel medyada, kitle iletişim araçlarında karşılaştığımız medya iletilerinin medya profesyonelleri tarafından üretilerek kullanıcıya hazır sunumu söz konusuyken; dijital medyada yeni nesil iletişim ortamlarının gerektirdiği yeni teknolojik araçlara hâkim olma ihtiyacı ve etkileşimlilik esastır.

4.4.5.Sosyal Medya Okuryazarlığı

Sosyal medya, içinde yaşadığımız dijital çağın bir getirisi olarak gün geçtikçe günlük yaşantımızda daha fazla yer kaplamaya başlamıştır. İletişim teknolojilerinde meydana gelen yeniliklerle birlikte; film, oyun, müzik gibi eğlence ögeleri; cep telefonu, dizüstü bilgisayar, televizyon gibi daha karmaşık, mobil ve çok amaçlı cihazların üretimi hâline gelmiştir. Dijital medyanın ayrılmaz bir parçası olarak nitelendirilebilecek sosyal medya; barındırdığı üç temel özelliğe göre tanımlanabilecektir. Buna göre;

1. Sosyal medya aracılığıyla kurulan iletişimde, kullanıcılar kendi iletişim kanallarını seçtiklerinden iletişim kurumsal olmaktan çıkmaktadır.
2. Alıcı ve oluşturulan içerik sayısının artması ile birlikte alıcılar aynı zamanda gönderici pozisyonuna gelmiştir.
3. Sosyal medya aracılığıyla kurulan iletişim etkileşimlidir ve çevrimiçi ağlar aracılığıyla yürütülmektedir(Bechmann & Lomborg, 2013, s. 770).

Boyd & Ellison'a (2008) göre sosyal ağ sitelerinin, bir sosyal medya türü olarak kendine has özellikleri mevcuttur(Boyd & Ellison, 2008, s. 211). İlk olarak, bireyler; sosyal medyada yaş, konum ve ilgi alanları gibi kullanıcı hakkında açıklayıcı bilgiler içeren genel veya herkese açık bir profil oluşturabilmektedirler. Oluşturdukları bu profiller aracılığıyla kullanıcılar, iletişim kurdukları insanları içeren "*arkadaşlar*" veya "*takipçiler*" olarak etiketlenen bir bağlantı listesi düzenleyebilmektedirler. Bu bağlantı listeleri görünürdür ve diğer kullanıcıların etkileşim kurmasına açıktır(Boyd & Ellison, 2008, s. 211). Sahip olduğu bu nitelikler sosyal medya platformlarının, kısa sürelerde çok büyük kitlelere ulaşmasına yol açmış ve sosyal medya; kullanıcıların günlük yaşantıları, bilgi edinme süreçleri, hayat tarzları, siyasi, sosyal, politik ve kültürel tutumları üzerinde yol gösterici bir işleve sahip hâle gelmiştir. Tüm bu özellikleri göz önünde alındığında, etkileşime bu denli açık bir mecranın doğru kullanımı ile bu medya alanına yönelik beceriler geliştirilmesinin büyük önem arz ettiği açıkça görülmektedir.

Sosyal medyanın çocuk ve gençler tarafından bilinçsiz ve aşırı düzeylerde kullanımı, fiziksel sağlık ve ruhsal sağlığı üzerinde olumsuz etkilere sebep olabilmekte ve geri dönüşü olmayan hasarlar meydana getirebilmektedir. Dijital cihaz kullanım yaşı gün geçtikçe küçülmekte ve her yeni doğan bebeğin dijital dünyayla tanışma yaşı kendinden önceki jenerasyona göre daha da düşmektedir. İngiltere'nin telekom ve televizyon endüstrilerini düzenleyen kurumu Office of Communications (OFCOM) (2021) tarafından 4 Mart 2020 tarihinde, 5-15 yaş aralığındaki çocuk ve gençlerin medya kullanım

alışkanlıkları ile tutum ve davranış modellerini inceleyen "*Çocukların Medya Kullanımı ve Tutumları Raporu*" yayınlanmıştır(Office of Communications [OFCOM], 2021). Mezkûr raporda yer alan verilere göre;

1. 5-7 yaş aralığındaki çocukların;

-%5'i kendi akıllı telefonlarına sahipken, %37'si kendi tabletlerine sahiptir.

-%96'sı televizyon setinde televizyon izlerken, %40'ı izlemek için tableti ve %12'si ise telefonu kullanmaktadır.

-%98'i haftada 11 saat 6 dakika boyunca herhangi bir cihaz üzerinden televizyon programı veya video izlemektedir.

-%35'i haftada 6 saat 18 dakika boyunca çevrimiçi oyun oynamaktadır.

-%4'ü aktif kullanıcı olarak bir sosyal medya profiline sahiptir.

2. 8-11 yaş arasındaki çocukların;

- %37'si kendi akıllı telefonuna sahipken, %49'u kendi tabletine sahiptir.

-%42'si televizyon izlemek için tablet kullanırken, %22'si telefon üzerinden izleme yapmaktadır.

-%99'u haftada 10 saat 30 dakika boyunca herhangi bir cihaz üzerinden televizyon programı veya video izlemektedir.

-%66'sı haftada 9 saat 30 dakika çevrimiçi oyun oynamaktadır.

-%21'i aktif kullanıcı olarak bir sosyal medya profiline sahiptir.

3. 12-15 yaş arasındaki çocukların;

-%83 ü kendi akıllı telefonlarına sahipken , %59'u kendi tabletlerine sahiptir.

-%88'i televizyon setinde televizyon izlerken, %46'sı televizyon izlemek için tablet ve %41'i ise televizyon izlemek için telefon kullanmaktadır.

-%98'i haftada 11 saat 48 dakika boyunca televizyon programı veya film izlemektedir.

-%72'si haftada 11 saat 36 dakika çevrimiçi oyun oynamaktadır.

-%71'i aktif kullanıcı olarak bir sosyal medya profiline sahiptir(OFCOM, 2021).

OFCOM tarafından yapılan araştırma sonuçlarında yer alan veriler de ortaya koymaktadır ki, çocuk ve gençlerin dijital iletişim araçlarına maruz kalma ve sosyal medya kullanım yaşı giderek küçülmüştür. Bu nedenle çocuk ve gençlerin sosyal medya araçlarını ebeveyn kontrolünde kullanmaları büyük önem arz etmekte ve ebeveynlere bu hususta büyük sorumluluklar düşmektedir. Günümüzde çoğu ebeveynin çocukların sosyal medya kullanımlarına nasıl rehberlik edecekleri hususunda ciddi sıkıntılar yaşadığı ve her ebeveynin bu konuda kendisine has bir stratejiyle aracılık etmeye çalıştığı

gözlemlenmektedir. Bu noktada ebeveynlerin, ebeveyn kontrolü ile çocukların dijital bağımsızlığı arasındaki dengeyi sağlayabilmesi büyük önem arz etmektedir. OFCOM (2021) tarafından yürütülen çalışmaya katılan ebeveynlerin yarısından fazlası çocuklarının internet ve sosyal medya araçlarından gördükleri faydanın, bu araçlar vasıtasıyla maruz kalabilecekleri zararlara oranla daha fazla olduğunu düşünseler de bu fikre sahip olanların sayısı gün geçtikçe azalmaktadır. Gerçekten de yapılan araştırma göstermiştir ki 2015 yılında sosyal medya araçlarının çocuklara sağlayacağı faydanın risklerine oranla daha yüksek olduğunu düşünen ebeveynlerin oranı %65 iken bu oran 2019 yılında %55'e düşmüştür(OFCOM, 2021).

Konunun hassasiyeti açısından ülkemizdeki duruma da değinmek gerekirse, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından yürütülen araştırma da bu konuda yol gösterici olacaktır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı (2018) tarafından 21 Mayıs 2018 ve 6 Haziran 2018 tarihleri arasında, 2017-2018 eğitim-öğretim dönemini kapsayacak şekilde, Türkiye genelinde 26 ilde; 5, 6, 7 ve 8'inci sınıf öğrencilerinden oluşan 3.029 öğrenci üzerinde "*Çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Siber Zorbalık Araştırması"* yapılmıştır. Yapılan araştırmada öğrencilerin %84'ü internetin, %66'sı cep telefonunun, %44'ü bilgisayarın, %31'i televizyonun ve %30'u ise tabletin kendileri için önemli olduğunu belirtmiştir. Ortaokul öğrencilerinin internet kullanım sıklıklarına bakıldığında, %48,6'sının her gün, %17,8'inin neredeyse haftanın her günü, %23,8'inin haftada birkaç gün ve %4,9'unun ise ayda birkaç gün internet kullandığı belirlenmiştir. **RTÜK tarafından 2015 yılında yapılan medya okuryazarlığı araştırmasında, internet kullananların oranı %90,4 iken 2018 yılında yapılan araştırmada bu oranın %97'ye çıktığı görülmektedir.** Ayrıca yapılan araştırmada dikkat çeken diğer veriler; ortaokul öğrencilerinin günde 2 saat 13 dakika internet kullandığı, 1 saat 26 dakika cep telefonu kullandığı ve 1 saat 16 dakika da dijital ortamda oyun oynadığı tespitleri olmuştur. Yine araştırma kapsamında internet kullanan öğrencilere internet veya sosyal medya kullanırken hoşlanmadıkları kişi ve/veya içeriklerle karşılaşıp karşılaşmadıkları sorulmuş ve yaş dağılımına göre; 10-11 yaş grubundakiler %36, 12-13 yaş grubundakiler %44,2, 14-17 yaş grubundakiler %50,7 oranında hoşlanılmayan kişi ve/veya içerikle karşılaştıklarını bildirmişlerdir (RTÜK Kamuoyu, 2018). RTÜK tarafından yapılan araştırma sonuçlarında da görüldüğü üzere, çocuk ve gençlerin internet ve sosyal medya kullanım oranları gün geçtikçe artmaktadır. Bu noktada çocukların akıllı ve bilinçli birer dijital medya tüketicisi olarak eğitilmeleri noktasında gerek eğitim kuruluşlarına gerekse ailelere büyük sorumluluklar düşmektedir.

Ebeveynlerin, çocukların sosyal medya kullanımları hususunda benimsedikleri temel üç tutumdan bahsetmek mümkündür. Bunlardan ilki, ebeveynlerin çocukların medya kullanımını sınırlamak ve kontrol altına almak için zaman ve içerikle ilgili kurallar belirlediği kısıtlayıcı ebeveynlik yaklaşımıdır. İkincisi, çocuklara sosyal medya kullanımını açıklayabilmek için çocuklarla eğitici ve değerlendirici konuşmalar yapılmasını öneren aktif ebeveynlik yaklaşımıdır. Sonuncusu ise, ebeveynlerin ortak bir ilgi doğrultusunda medya etkinliklerini çocuklarıyla paylaştığı eşlikçi ebeveynliktir(Daneels & Vanwynsberghe, 2017, s. 2).Bu noktada ebeveynlerin hangi stratejiyi daha doğru olduğuna karar vermeleri oldukça güçtür(Nikken & Jansz, 2014, s. 253). Sosyo-kültürel faktörler bu seçimi etkileyebildiği gibi çocukların yaşı, cinsiyeti gibi parametreler de oldukça önemli birer faktör olarak karşımıza çıkabilmektedir. Örneğin, küçük yaştaki çocuklar, daha büyük çocuklara kıyasla kısıtlayıcı ebeveynlik yaklaşımından daha fazla fayda görebilmektedirler. Yine ebeveynlerin genel medya kullanım alışkanlıkları ile medya platformlarına yönelik tutumları da mezkûr seçimin yapılmasında önemli birer etken olabilmektedir. Söz gelimi oyun oynayarak büyüyen ve hâlen aktif olarak oyun oynamaya devam eden ebeveynler, hiç oyun oynamayan ebeveynlere kıyasla oyunlara karşı daha olumlu bir tutuma sahiptir ve aktif bir ebeveynlik stratejisi benimsemeye daha isteklidir (Nikken & Jansz, 2014, s. 255).

Sosyal medyayı günlük hayatlarının ayrılmaz bir parçası hâline getiren çocuk ve gençler, sosyal medyaya maruz kaldıkları süre ve içerik sayısıyla da doğru orantılı olacak şekilde ciddi olumsuz etki ve riskle karşı karşıya kalabilir. Sosyal medyanın sahip olduğu negatif özellikler göz önünde bulundurulduğunda, çocuk ve gençlerin karşı karşıya kalabileceği bazı riskler şu şekilde sıralanabilecektir:

1. Şiddet ve vahşet içeren görüntülere maruz kalabilirler.
2. Akran zorbalığı ve düşmanca aktivitelerle muhatap olmak zorunda kalabilirler.
3. Pornografik ögelere maruz kalabilir, cinsel istismara açık hâle gelebilirler.
4. Irkçı ve nefret içerikli söylemlere maruz kalabilirler.
5. Kişisel bilgilerinin istemleri dışında paylaşılması/deşifre edilmesi, telif hakkı ihlali gibi risklerle karşı karşıya kalabilirler.
6. Alkol, sigara, kumar gibi zararlı ve bağımlılık yapıcı alışkanlıkların özendirildiği içeriklere maruz kalabilirler(Görzig vd., 2011, s. 13).

Tüm bu riskleri bertaraf edebilmek adına ebeveynler çocuklarıyla aralarındaki diyaloğu geliştirmeli ve anlayışlı bir tutum sergileyebilmelidir. İnternet kullanımı giderek daha kişisel hâle geldikçe ebeveynlerin çocukları yönlendirme ve yetkilendirme hususunda sorumlulukları artmıştır. Bu noktada çocuk ve gençler, internet kullanımının riskleri

konusunda bilgilendirilmeli, dijital vatandaşlık kavramını öğrenmeli ve mümkün olduğunca kendi güvenlikleri için sorumluluk almaya teşvik edilmelidir.

4.4.6.Haber Okuryazarlığı

Medyanın en temel görevlerinden birisi toplumu, ulusal ve uluslararası ölçekte yaşanan ekonomik, politik, sosyal ve kültürel gelişmelerden haberdar etmektir. Haber, vatandaşları sivil topluma ve demokratik süreçlere katılma konusunda bilgilendiren ve güçlendiren bilgi olarak tanımlanabilecektir(Downie & Kaiser, 2002, s. 154).Vatandaşlar ancak toplumu yöneten ve şekillendiren güç dinamikleri hakkında bilgi sahibi olduklarında onlarla ilişki kurma ve hayatlarını yöneten güç üzerinde söz sahibi olma becerisine sahip olabilirler. Bu güç, özerkliğin uygulanması için yeterli olmasa da gerekli bir koşuldur.

Medya kuruluşları, zaman zaman haber iletiminde yaşanan olayları ideolojik veya politik amaçlar doğrultusunda kurgulayarak yurttaşlara iletmektedirler. Bu kurgu süreci, esasında haberin, haberi hazırlayan kişinin perspektifi doğrultusunda okuyucuya veya izleyiciye ulaştırıldığının açık bir göstergesidir. Potter'a (2013) göre, haberin kurgusal bir sürecin ürünü olduğunun anlaşılabilmesi adına aşağıdaki üç adımın izlenmesi doğru olacaktır:

1. Haber konusuna karar verilmesi,

2. İlgili olaydan çıkartılacak haberin odak noktasının saptanması,

3. Olayın haberde nasıl sunulacağının belirlenmesi(Potter W. J., 2013).

İçinde yaşadığımız çağda bilginin artan önemi ve yayılım hızı haberin gerçekliği ve sahihliği hususunda da birtakım endişeleri beraberinde getirmiştir. Bireyler, kaynağı belirsiz ve onaylanmamış bilgilerle gerçeği yansıtmayan veya farklı aktarılan bilgileri tefrik etme noktasında sıkıntılar yaşamakta ve bu durum çoğulcu toplum yaşantısı üzerinde olumsuz etkiler doğurmaktadır. Tam bu noktada haber okuryazarlığı becerisi edinmenin önemi ortaya çıkmaktadır zira vatandaşlar ancak okudukları ve/veya izledikleri haber içeriklerinde yer alan bilgilerin güvenilirliğini ve kaynağını analiz ederek fikir dünyalarını şekillendirecek gerçek bir çerçeve çizebileceklerdir.

Hobbs'a (2010) göre haber okuryazarlığı, medya okuryazarlığının büyük kavramsal çadırına dâhil edilebilecek pek çok okuryazarlık türünden birisidir(Hobbs, 2010, s. 4). Kavramsal olarak bakıldığında medya okuryazarlığı, medya iletilerinin bireyler ve toplum nezdindeki tesirlerini incelerken haber okuryazarlığı; basının toplum üzerindeki etkilerine dikkat çekmektedir. Haber okuryazarlığı, içinde yaşadığımız dijital çağda pek çok mecrada

karşılaşabileceğimiz sayısız içerik ve haberin gerçekliğini belirleme noktasında büyük önem taşımaktadır. Bireyler ancak karşılaştıkları yeni bilgi biçimlerini analiz etme ve değerlendirme yetilerini kazandıkça haber içeriklerini doğru kavrayabileceklerdir. Bu doğrultuda haber okuryazarlığı becerisinin edinilmesi toplumda;

- Güvenilir bilginin gücünün ve demokratik bir toplumda serbest bilgi akışının öneminin takdir edilmesini sağlayacaktır.
- Haberin neden önemli olduğunu ve daha bilinçli bir haber tüketicisi olmanın neden bireysel yaşamı ve ülkenin geleceğini değiştirebileceğinin anlaşılmasını sağlayacaktır.
- Gazetecilerin çalışma biçimlerinin, haber yapım süreçlerinin ve medya hatalarının anlaşılmasını sağlayacaktır.
- Dijital devrimin ve haber medyasındaki yapısal değişikliklerin haber tüketicilerini nasıl etkileyebileceğini; yayıncıların ve tüketicilerin yeni sorumluluklarının anlaşılmasını sağlayacaktır (Stony Brook University School of Journalism, 2016).

Klasik manasıyla "*okuryazarlık*" kavramının okuma ve yazma dışında kullanımı yeni olmadığı gibi, haber okuryazarlığı da geniş literatür ve savunuculuk geçmişine sahip diğer iki okuryazarlık türüyle yakından ilişkili olarak kabul edilmektedir: bilgi okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı. Livingstone vd. (2008), kendi savunucuları tarafından tasavvur edildikleri şekliyle medya okuryazarlığını dünyaya bakmak ve kendini ifade etmek için bir mercek veya pencere olarak tanımlarken; bilgi okuryazarlığını dünya üzerinde hareket etmek için bir araç olarak ifade etmektedir (Livingstone vd., 2008, s. 112).Bu noktada haber, medya aracılığıyla iletilebilen bir bilgi türü olduğundan, haber okuryazarlığı da bu iki okuryazarlık türünün kesişim noktasında yer almaktadır. Bununla birlikte, haberin sivil katılımla olan bağlantısı onu kavramsal olarak bilgi ve medya okuryazarlıklarından ayırmaktadır. Haber okuryazarlığı diğer okuryazarlık türlerinden daha spesifik olmasına rağmen, tek bir tanımının yapılabileceğini söylemek zordur. Bu noktada haber okuryazarı olabilmek için bireyler tarafından edinilmesi gereken beceriler aşağıda sıralanmıştır:

- Haber okuryazarı olabilmek için, haberin toplum yaşantısında oynadığı rolün yurttaşlarca anlaşılabilmesi çok önemlidir. Bu, toplumdaki sistematik yapıyla bağlantılı bir haber anlayışına sahip olmak anlamına gelmektedir.

- Haber okuryazarlığı, haberin bulunması, tanınması ve tanımlanması yeteneklerini içermelidir. Bireylerin haberi tanımlayabilmelerinin en iyi yolu, tanımları ezberlemelerini sağlamak değil, güncel olaylar hakkında bilgi arayarak bireysel ihtiyaçları ve bağlamları temelinde neyi başarmak istediklerini eleştirel olarak düşünmeleri ve neyin haber olarak sayılıp sayılmayacağına karar vermelerinin sağlanmasıdır.
- Haber okuryazarı bir yurttaşın haberleri eleştirel olarak değerlendirme yeteneğine sahip olması gerekmektedir. Burada önemli olan bireylerin önyargılı kaynakları reddederek yalnızca nesnel kaynakları kullanacak şekilde eğitilmeleri değil, her kaynağın taraflı ve öznel olduğunu anlayarak, bu tür önyargıları bağlamsallaştırabilmeleri olmalıdır.
- Haber tüketicisi olabilmenin vazgeçilmez koşulu olarak görülemeyecek olsa da haber oluşturma yeteneği de önemli bir beceri olarak karşımıza çıkmaktadır. Zira tükettiğimiz haberlere giren perspektif, kanıt ve sunumun karmaşıklıklarını ve inceliklerini öğrenmenin en iyi yolu, onunla ilk elden ilgilenmektir (Cortesi vd., 2013).

BÖLÜM 5

DİJİTAL BÖLÜNME

Çalışmanın bu bölümünde, "*dijital okuryazarlık*" konulu çalışma kapsamında incelenmesi gereken konulardan birisi olan dijital bölünme kavramına değinilecektir. Dijital teknolojinin gün geçtikçe önem kazandığı ve dolayısıyla medya sektörünün de kitle iletişim çağından dijital çağa evrildiği günümüz dünyasında, ekonomik, sosyal ve toplumsal sebeplerle bireyler arasında enformasyona, internete ve medyaya erişim farklılıklarının doğması kaçınılmaz olmuştur. Toplumdaki bireyler arasında oluşan bu farklılıklar "*dijital bölünme*" kavramını ortaya çıkartmış ve yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmeler göz önüne alındığında, dijital medya ve okuryazarlık kavramları ile dijital bölünme birbiri içine giren kavramlar olarak anılmaya başlamıştır. Bu doğrultuda yapılacak çalışmada, dijital medyanın kavramsal yapısı üzerinde durulacak ve ardından dijital bölünmenin boyutları ve türleri incelenecek, dijital bölünmenin sebepleri ile küresel düzeyde ve Türkiye'de dijital bölünme konuları ele alınacaktır.

5.1.Dijital Bölünme Kavramı

Dijital teknolojinin ekonomik, politik, sosyal ve kültürel yaşamda küresel ölçekte gelişmesi ve yaygınlaşması, yeni eşitsizliklerin ortaya çıkmasına ve mevcut eşitsizliklerin yeniden üretilmesine sebep olmuştur. Bu gelişmelerse bilgi ve ağ bağlantılı bir toplumu başlatan hızlı sosyal değişimin bir parçasıdır. Kimi yorumculara göre bilgi ve ağ bağlantılı bir toplumu destekleyen küresel bilgi kapitalizmi, giderek daha fazla parçalanmış ve eşitsiz toplumlar üretmektedir (Robins & Webster, 1999, s. 104). Esasında dijital teknolojiye dayalı sosyal ağlardan dışlanmanın önemi, eşitsizliği üretenin sosyal ilişkiler içinde teknolojinin kullanılması olduğu görüldüğünde ortaya çıkmaktadır. Dijital olarak etkinleştirilmiş ağlara dâhil olmanın, insanların ekonomik hayata dâhil olmaları ve siyasi, sosyal ve kültürel hayata katılmaları için sahip oldukları fırsatlar açısından önemli olduğunu söylemek mümkündür. Dijital teknolojinin sosyal, ekonomik, demokratik süreçlere ve kültürel biçimlere dâhil edilmesi, dünya genelinde insanlar tarafından eşit olmayan ve farklı şekilde deneyimlenmekte ve bu durum da küresel düzlemde eşitsizliklere sebep olmaktadır. Küresel eşitsizlik bağlamında dijital teknolojinin farklılaşan gelişimi ve

kullanımı, mevcut eşitsizlikleri ve sosyal bölünmeleri yeniden üretmenin yanı sıra yeni yoksulluk ve dışlanma biçimleri üreten dinamikleri de beraberinde getirmektedir.

Dijital bölünme, en temel ifadesiyle dijital medyaya erişimi ve kullanımı olan kişiler ile olmayanlar arasındaki ayrım olarak tanımlanabilecektir. Yeni iletişim teknolojilerinin toplumsal sonuçlarından biri olan dijital bölünme kavramı ilk olarak 1995 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde birkaç gazetede kullanılmıştır. Kısa bir süre sonra kavram Avrupa'ya ve dünyanın geri kalanına da yayılmış ve 20. yüzyıla gelindiğinde dijital uçurum fikri ve sorunsalı toplumsal ve bilimsel gündemde sağlam bir şekilde yerleşmiştir. Dijital bölünme kavramının ortaya çıktığı yıllardan itibaren kavramın esas anlamına ilişkin farklı tanımlamalar ve tartışmalar ortaya atılmıştır. Dijital medyaya erişimi olan ve olmayan insanlar arasındaki ayrım ifadesi kullanılan en yaygın tanım olarak kabul edilmiştir. Buradaki erişim kavramı dijital medya cihazlarına, bağlantılarına veya uygulamalarına atıfta bulunmaktadır. Organisation for Economic Co-operation and Develepment (OECD)'a (2001) göre ise dijital bölünme terimi, farklı sosyo-ekonomik düzeylerdeki bireyler, haneler, işletmeler ve coğrafi alanlar arasındaki hem bilgi ve iletişim teknolojilerine (BİT) erişim fırsatları hem de çok çeşitli faaliyetler için internet kullanımları ile ilgili farkı ifade etmektedir (OECD, 2001).

Sayısal eşitsizlik olarak da adlandırılan dijital bölünme kavramı, belirli bir bölgede, şehirde veya ülkede yaşayan insanlar arasında dijital teknolojinin getirisi olan yeni medya ortamlarına ve enformasyon teknolojilerine erişim sağlayabilme noktasındaki farklılıkları ve bu erişim ve tasarruf noktasında görülen sosyal, toplumsal, politik, iktisadi ve kültürel eşitsizlikler ile farklılıkları ifade etmektedir (Binark, 2007, s. 26).Dijital bölünme, karmaşık ve dinamik bir olgu olarak kabul edilse de en basit anlamıyla, internetin eşitsiz erişim ve kullanımında kendini gösteren bir tabakalaşma biçimi olarak kavramsallaştırılmıştır (van Dijk & Hacker, 2003, s. 318). Bu kavram tipik olarak internete erişim, internette erişilen site sayısı, kullanıcıların interneti kullanma becerisi, çevrim içi harcanan süre ve dijital olarak gerçekleştirilen faaliyetlerin çeşitliliği olarak ifade edilir. Her ne kadar bu hususta akademik çalışmalar erişim noktasında yoğunlaşmış olsa da günümüzde esas ayrımın bireylerin interneti kullanım biçimlerinden kaynaklı elde ettikleri bilgiye sahip olanlar ve olamayanlar arasında olduğunu söylemek daha doğru olacaktır. Başka bir ifadeyle, dijital yeterliliklerdeki farklılıklar yeni eşitsizliklere yol açmaktadır (Gui & Argentin, 2011, s. 15).

Bilgi ve iletişim teknolojileri yenilik, kabul ve gelişme açısından, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki nesle nispeten daha hızlı bir şekilde tanıtılmış ve "*dijital devrim*"

olarak adlandırılmıştır. Nüfusun çoğunluğu, başta gelişmiş ülkelerde olmak üzere, belirli medya uygulamalarını oldukça hızlı bir şekilde benimsemiştir. Örneğin, 1993 senesinde oluşturulan "*World Wide Web",* gelişmiş ülkelerin çoğunda eş zamanlı olarak kullanıma sokulmuştur. 2004 yılında başlayan sosyal medya akımı ise tarihte emsali görülmemiş bir hızla benimsenmiştir. Gerçekten de 10-12 yıllık bir zaman zarfında, yaklaşık iki milyon insan "*Facebook*" kullanıcısı olmuştur. Tüm bu açıklamalar göstermektedir ki dijital devrim öyle bir hızla gerçekleşmiştir ki, özellikle gelişmekte olan ülkelerde çok sayıda insanın bu ilerlemenin gerisinde kalması ve dolayısıyla dijital bölünmenin ortaya çıkması şaşırtıcı değildir(van Dijk J. , 2020, s. 29).

5.2. Dijital Bölünmenin Boyutları ve Türleri

Dijital teknolojilerin yaygınlığı ister varlık ister yokluk olarak deneyimlensin dünyanın çeşitli bölgelerinde yaşayan pek çok insan için büyük önem taşımaktadır.Dijital teknolojinin ayırt edici bir yönü, Silverstone ve Hirsch'in (1994) "*çifte eklemlenme*" olarak adlandırdığı gibi yapay bir iletişim ortamı olmasıdır (Silverstone & Hirsch, 2003, s. 198). Bu durum dijital olarak etkinleştirilmiş bir ağ toplumunda eşitsizliğin değerlendirilmesi açısından önemlidir zira eşitsizliğe katkıda bulunan faktörler sadece teknolojinin ağ bağlantılı yapılanması ve ona erişim ve kullanım yeteneği değil, aynı zamanda enformasyon toplumunda önemli bir kaynak olan bilgiye ve alana erişim sağlanmasıdır. Genel olarak bakıldığında teknolojinin önemi üretim ilişkilerinin içine ne kadar yerleşmiş olduğuyla alakalıdır, zira eşitsizliği şekillendiren toplumun ekonomik, politik ve sosyo-kültürel süreçlerinde teknolojinin kullanımındaki farklılıklardır.

Dijital bölünmenin boyutları, toplumun sosyal bölünmeleri içerisinde insanların sahip olduğu dijital kaynakların düzeylerini ifade eden "*içerme*" ve "*dışlama*" dinamiği olarak adlandırılabilir. Bu durum ise insanların dijital beceriler geliştirme, demokratik sürece katılma ve işgücü piyasasına girme konusunda eşit olmayan düzeyde fırsatlara sahip olduğu anlamına gelir. Çalışma kapsamında, dijital bölünmenin boyutları ve türleri üzerine doktrinde yapılmış üç farklı sınıflandırmaya değinilecektir. Bunlardan ilki Ranieri (2013) tarafından yapılan teknolojik açıdan dijital bölünme, sosyal ve toplumsal açıdan dijital bölünme ve içeriklere erişim farklılıkları açısından oluşan dijital bölünme sınıflandırmasıdır(Ranieri & Li, 2013, s. 200). İkinci olarak, Norris (aktaran Hüsnüoğlu & Öztürk, 2017) tarafından yapılan küresel, sosyal ve demokratik dijital bölünme ayrımları

üzerinde durulacaktır(Norris, 2001, aktaran Hüsnüoğlu & Öztürk, 2017). Üçüncü ve son olarak ise dikey ve yatay dijital bölünme sınıflandırmaları incelenecektir.

Ranieri'ye (2013)göre dijital bölünme kavramını üç farklı açıdan incelemek mümkündür:

1. **Teknolojik açıdan dijital bölünme:** Kavramın ilk ortaya atıldığı zamanlardan beri yürütülen çalışmaların belirleyici yönünü oluşturmaktadır. Bu bakış açısına göre dijital bölünme, yeni iletişim teknolojileri ve internete erişim sağlayabilen kişilerle sağlayamayan kişiler arasındaki ayrımı ifade etmektedir.
2. **Sosyal ve toplumsal açıdan dijital bölünme:** Medya araçlarına teknik erişim sağlamayı değil, medya araçlarının toplum içindeki kullanım yoğunluklarını ifade etmektedir. Bu bakış açısına göre, dijital bölünme zaten hâlihazırda var olan ekonomik, sosyal ve toplumsal eşitsizliklerin ve farklılıkların bir uzantısı olarak ortaya çıkmıştır ve dijital medyanın hayatımıza yerleşmeye başlamasıyla da etkisini arttırmıştır.
3. **İçeriklere erişim farklılıkları açısından dijital bölünme:** İletişim araçlarının sağladığı imkânlar doğrultusunda ihtiyaç duyulan bilgi ve faydaya ulaşım sağlayabilenlerle sağlayamayanlar arasındaki farkı ifade etmektedir (Ranieri & Li, 2013, s. 200).

Dijital bölünme; sosyal, demokratik ve küresel bölünmeleri içeren çok boyutlu bir kavramdır. İlk olarak etnik köken, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, sosyo-ekonomik geçmiş ve statü dijital bölünme dinamiklerinde belirleyici faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. İkincisi, farklı altyapı seviyelerine sahip dünya bölgeleri arasında, bazı bölgelerin küresel bir ekonomiye bağlanmasını engelleyen teknolojik bir ayrım olmasıdır. Üçüncüsü ise Zillien ve Marr'ın (2013) işaret ettiği gibi erişimi ve becerileri düşük ve dijital kaynakları kullanmak için çok az kültürel sermayeye sahip olanlar için genişleyen bir bilgi açığının varlığıdır. Bu boyutlar dünya genelinde farklı şekillerde karşımıza çıkabilmektedir. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nde etnik köken ayrımı hâlen dijital eşitsizlik bağlamında önemli bir faktör olarak görülmektedir. Yine, gelişmekte olan ülkelerdeki dijital uçurumun eşit olmadığı, bazı şehir ve bölgelerin hızla geliştiği, bazılarınınsa daha geride kaldığı söylenebilecektir (Zillien & Marr, 2013, s. 56).

Norris (aktaran Hüsnüoğlu & Öztürk, 2017) dijital bölünme kavramını daha genel bir çerçeveden inceleyerek kavramsal açıdan bir gruplandırma yapmıştır:

1. **Küresel dijital bölünme;** gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler arasındaki bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim eşitsizliğini ifade eder.

2. **Sosyal dijital bölünme;** belirli bir ülke sınırları içinde yaşayan bireyler arasındaki bilgi eşitsizliğini ifade etmek için kullanılır.
3. **Demokratik dijital bölünme;** yurttaşların siyasi hayata katılımda bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanıp kullanmamalarına ilişkin farklılıkları ifade eder(Norris, 2001, aktaran Hüsnüoğlu & Öztürk, 2017).

Küresel dijital bölünme, gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkeler arasındaki sosyal, ekonomik ve kültürel dengesizliklerin bir neticesi olarak ortaya çıkmıştır. Görece kısıtlı ekonomik imkânlara sahip ve eğitim seviyesinin düşük olduğu ülkelerin; ekonomik olarak varlıklı ve eğitim almış insan sayısının fazla olduğu ülkelere kıyasla dijital iletişim teknolojilerine erişim ve kullanım oranlarının düşük olduğu söylenebilecektir. Bunun yanı sıra dünyanın pek çok bölgesinde gerek fiziki gerek jeopolitik konum ve maddi imkânlar gereği herkes teknolojik imkânlardan eşit seviyelerde yararlanamamaktadır. Bu durum da küresel, bölgesel, ülkesel düzeylerde görülen makro ve mikro dijital eşitsizliklere yol açmaktadır. Mezkûr eşitsizliğin ülkeler arası boyutta gerçekleşmesi hâlinde küresel dijital bölünmeden, belirli bir ülke sınırları içerisinde yaşayan bireylerin kendi aralarında gerçekleşmesi hâlinde ise sosyal dijital bölünmeden söz edilmektedir. Küresel boyutta gerçekleşen dijital bölünmenin ülkelerin benimsediği kamusal politikalarla da ilintili olduğu kabul edilmektedir. Gerçekten de bazı ülkeler, bilgi ve iletişim teknolojilerine daha fazla yatırım yaparak yurttaşlarının bu teknolojiyi benimsemesini destekleyen politikalar yürütürken bazı ülkelerde bu anlamda yeterli altyapının sağlanmadığı ve teknolojik yatırımların önemsenmediği gözlemlenmektedir (Kalaycı, 2013, s. 147).

Küresel ve bireysel düzlemde görülen ekonomik farklılıkların yanı sıra teknolojik imkânları etkin kullanabilme becerilerinin de dijital bölünmeyi etkilediği kabul edilmektedir. Dijital teknolojilere sahip olmak başlı başına yeterli bir faktör olarak görülmemekte bu teknolojilerden verimli bir şekilde yararlanabilmek de önemli bir kıstas olarak karşımıza çıkmaktadır. Daha geniş bir ifadeyle, dijital bölünmenin belirlenmesinde birinci ölçüt teknolojik imkânların varlığıyken ikinci ölçüt ise bu imkânları değerlendirecek altyapı ve donanıma sahip olunması ile bu eksende sahip olunması gereken becerilerin kullanılabilmesidir. Bu noktada ise bireylerin eğitim seviyesi devreye girmektedir. Yapılan araştırmalar, eğitimli bireylerin eğitim almamış bireylere nazaran dijital imkânlara erişim ve kullanım açısından daha ileride olduğunu ortaya koymaktadır. Nitekim bilgisayar teknolojilerini kullanamayan ve okuma yazma bilmeyen bireylerin teknolojinin sağladığı fırsatlardan faydalanabilmeleri olanaklı değildir (Bansode & Patil, 2011, s. 59).

Dijital bölünme için yapılan bir başka sınıflandırma da dikey ve yatay dijital bölünmedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimi olup kullanan bireylerle erişimi olmayan ve kullanmayan bireyler arasında dikey bölünme; bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimi olan ve kullananlar arasındaki bölünme ise yatay bölünme olarak adlandırılmaktadır. Teknolojik imkânlara sahip olmayı ifade eden ve dijital bölünmenin ilk aşaması olarak kabul edilen bölünme dikey bölünme iken sosyo-kültürel farklılıklara dayalı kullanım çeşitliliğini ifade eden bölünme yatay bölünme olarak kabul görmüştür (Fidan & Şen, 2015, s. 1109).

5.3. Dijital Bölünmenin Nedenleri

Dijital bölünme kavramı; teknolojik erişim yaklaşımı, çok boyutlu dijital bölünme yaklaşımı ve çok perspektifli dijital bölünme yaklaşımı olmak üzere üç farklı kategori çerçevesinde incelenebilecektir. Teknolojiye erişimi olanlar ve olmayanlar arasındaki ikilemle karakterize edilen ilk yaklaşım, bireylerin bilgi ve iletişim teknolojilerinin imkânlarından yararlanabilmeleri için erişim engelinin aşılmasının dijital açığı kapatacağını varsaymaktadır. Bu yaklaşımı benimseyen araştırmacılara göre, bilgisayar ve internete erişimi olan veya olmayan kişilerin sosyo-ekonomik özelliklerini dijital bölünmenin en temel sebeplerinden birisidir.

İkinci yaklaşım, erişimin birçok sebepten sadece biri olduğunu öne sürerek çoklu dijital bölünmeleri temel sebep olarak esas almaktadır. Doktrinde hangi yaklaşımın daha doğru olduğuna ilişkin bir fikir birliği bulunmamakla birlikte yapısal ve bireysel özelliklere göre bu durumun değişkenlik gösterebileceği kabul edilmektedir. Örneğin, DiMaggio ve Hargittai (2001); dijital bölünmenin donanım, kullanım özerkliği, beceri, sosyal destek ve teknolojinin kullanıldığı amaçlar olmak üzere erişimin ötesine geçen beş boyutla karakterize edildiğini ileri sürmektedir (DiMaggio & Hargittai, 2001).Nitekim internet erişiminin artık bir problem olmadığı ülkelerde, çalışmalar internet kullanım kalıpları ve becerileriyle ilgili farklılıkları anlamaya yönelmiştir.

Son yaklaşım olan çok perspektifli dijital bölünme yaklaşımı ise eşit erişime sahip bireylerin dahi internete erişim veya çok çeşitli kullanımlara katılma fırsatına sahip olamayabileceği daha karmaşık bir senaryoyu dikkate almaktadır ve teknolojik altyapı, sosyo-ekonomik düzey ve bireysel özelliklerin dijital bölünmenin temel sebepleri olduğunu kabul etmektedir. Tüm bu yaklaşımlar değerlendirildiğinde, dijital bölünme

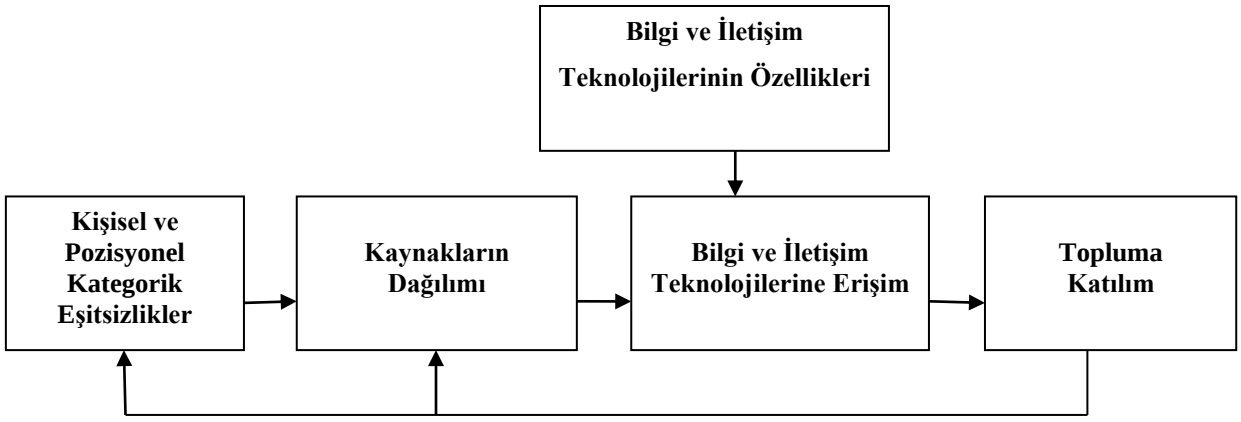
kalıcı sosyo-ekonomik eşitsizliklerden kaynaklanan ve teknolojiye erişimin ötesine geçen bir sorun olarak nitelendirilebilecektir.

Van Dijk (2013), dijital eşitsizliğin sebeplerini; yeni teknolojilerin ayrıştırılması, kabulü ve benimsenmesine ilişkin kaynaklar ve tahsis teorisi adı altında incelemiştir. Mezkûr teori; toplumda var olan bir dizi kişisel ve pozisyonel kategorik eşitsizlik, eşitsizlikleri doğuran kaynakların dağılımı, bilgi ve iletişim teknolojilerine çeşitli erişim türleri, topluma katılımın bir dizi alanı olmak üzere dört temel kavramdan oluşmaktadır. Kaynaklar ve tahsis teorisini oluşturan bu kavramlar şu şekilde özetlenebilecektir:

1. Toplumdaki kategorik eşitsizlikler kaynakların eşitsiz dağılımına neden olmaktadır.
2. Kaynakların eşit olmayan dağılımı, dijital teknolojilere eşit olmayan erişimi beraberinde getirmektedir.
3. Dijital teknolojilere eşit olmayan erişim, bu teknolojilerin özelliklerine bağlı olarak da değişkenlik göstermektedir.
4. Dijital teknolojilere eşit olmayan erişim, toplumda eşit olmayan katılımı beraberinde getirmektedir.
5. Topluma eşit olmayan katılım ise kategorik eşitsizlikler ile kaynakların eşitsiz dağılımını pekiştirmektedir (van Dijk J. A., 2013, s. 33).

Şekil 7

Kaynaklar ve Tahsis Teorisinin Nedensel Modeli A Theory Of The Digital Divide, van Dijk, 2013, s.32.



Van Dijk'in (2013) teorisine göre, kişisel kategorik eşitsizlikler; yaş, cinsiyet, ırk ve etnik köken, zekâ, kişilik özellikleri, sağlık gibi etkenlerdir. Pozisyonel kategorik eşitsizlikler ise; iş pozisyonu, eğitim seviyesi, medeni hâl, mensup olunan ulusun özellikleri gibi etkenler olarak sıralanabilecektir. Bilgi ve iletişim teknolojilerine eşitsiz erişim, topluma eşit olmayan katılımı beraberinde getirmekte ve bu durum da kişisel ve pozisyonel eşitsizlikleri pekiştirmektedir.(van Dijk J. A., 2013, s. 32)

5.4. Dijital Bölünmenin Sonuçları

Dijital bölünme, hâkimiyet kurduğu etki alanının makro ve mikro düzlemde oldukça geniş olması dolayısıyla sosyal hayatta hâli hazırda mevcut olan eşitsizliklerin daha da derinleşmesine sebep olmuştur. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin sağladığı imkânlara erişim eşitsizlikleri toplumda avantajlı ve avantajsız iki kesim oluşmasına yol açmış ve iki kesim arasında oluşan fark, teknolojinin sağladığı imkânlar arttıkça derinleşmeye başlamıştır. Bu durumun tabii bir sonucu ise eğitim seviyesi yüksek bireylerin, eğitim seviyesi düşük bireylere göre daha kolay ve nitelikli işler bulabilmeleri olmuştur. Nitekim bilgi ve iletişim teknolojilerine hâkim olan, nitelikli işgücü; teknolojinin ekonomik yaşamda giderek önem kazanmasıyla birlikte daha çok tercih edilir hâle gelmiştir. Teknolojik ilerlemelerin doğurduğu bir diğer netice ise fizikî işgücüne duyulan ihtiyacın azalması ve insan gücünün yerini makinelerin almaya başlamasıdır. Gerçekten de, fiziki gücüyle iş yapan bireylere olan ihtiyacın azalması toplumda derin bir işsizlik sorununu beraberinde getirmiştir (Cullen, 2001, s. 315).

Bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim noktasında eğitim seviyesi farklı bireyler arasında oluşan eşitsizliğin daha büyük ölçekteki yansıması da gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkeler arasında oluşan uçurum olarak kendisini göstermektedir. Gelişmekte olan ülkeler, ekonomik ve politik gerekçelerle bilgi ve iletişim teknolojilerine daha az erişebilmekte; akademisyenler, öğrenciler, eğitimciler, iş insanları ve bilim insanları gibi kesimler enformasyon kaynaklarına ve veri tabanlarına daha sınırlı erişim sağladığından toplumda da sosyal ve ekonomik anlamda düşüş yaşanmaktadır. Dolayısıyla dijital bölünmenin, az gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkeleri, gelişmiş ülkelere göre ekonomik anlamda geriye düşüren en büyük etkenlerden biri olduğunu söylemek mümkündür. Gerek gelişmişlik seviyesi farklı ülkeler arasında gerekse toplumdaki bireyler arasında bilgiye eşit olmayan erişim, bilgi yoksulluğu kavramını ortaya çıkartmıştır. Bu durumun doğal bir sonucu olarak ise dijital bölünme sebebiyle bilgi yoksulu olarak kalan

ülkelerde dezavantajlı olarak sayılabilecek kısıtlı ekonomik imkânı olan, eğitimsiz yahut az eğitimli, işsiz, yaşlı, engelli ve erkeklerle eşit imkânlara sahip olamayan kadın bireyler toplumsal gelişmenin gerisinde kalmakta ve toplumdaki bireyler arasındaki katmanlaşma derinleşmektedir.

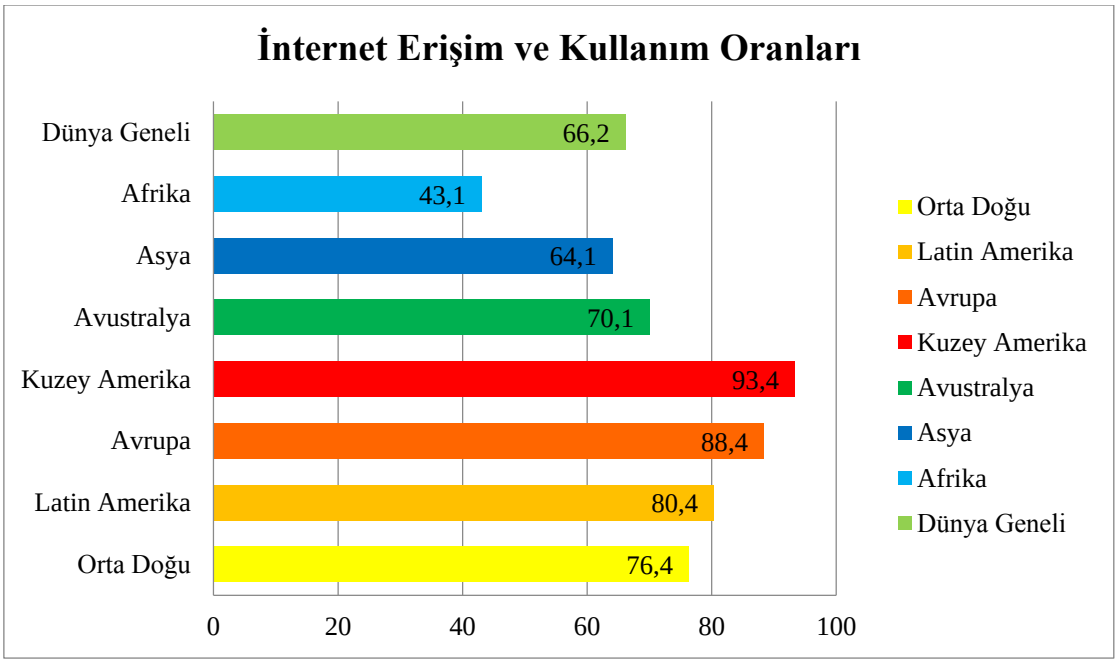
5.5. Küresel Ölçekte Dijital Bölünme

Teknolojik gelişmelerin gün geçtikçe hız kazandığı küresel dünyada, bilgi ve iletişim teknolojilerine duyulan ihtiyaç artmakta ve ülkeler arası erişim eşitsizlikleri gelişim seviyesinin farklı olduğu ülkeler arasındaki sayısal uçurumu arttırmaktadır. Bilhassa gelişmiş ülkelerin yararına bir artış olduğu gözetildiğinde, dünya ülkeleri arasındaki politik, ekonomik, sosyal ve kültürel farklılıkların derinleştiğini söylemek mümkün olacaktır (Gürcan, 2015, s. 1).

Dünya genelindeki internet erişim oranları üzerine yapılan, 31 Mart 2021 tarihli bir araştırma 2021 yılı itibarıyla farklı kıtalardaki internet kullanım oranlarını ölçümlemiştir.

Şekil 8

Dünya Geneli İnternet Erişim ve Kullanım Oranları Internet World Stats. (2021, March 31). https://www.internetworldstats.com/stats.htm Erişim Tarihi: 26.07.2022.



Yukarıda yer verilen araştırma sonuçları incelendiğinde de görülecektir ki, Kuzey Amerika, Avrupa, Güney Amerika ve Avustralya gibi gelişmiş ülkelerin ağırlıklı olduğu kıtalarda internet erişim oranları dünya ortalamasının üzerinde seyretmekteyken, Asya ve Afrika gibi kıtalarda internet erişim ve kullanım oranları dünya ortalamasının altında kalmaktadır. Bu veriler ışığında küresel düzeyde bir dijital uçurumun olduğu görülmektedir.

Gelişmişlik seviyesi ülkelerin bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanmaları noktasında belirleyici bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Zira gelişmiş ülkeler, gerek teknik altyapı ve donanımları gerekse ekonomik imkânları gereği iletişim teknolojilerini toplum yaşantılarına adapte edebilmekteyken, gelişmekte olan ülkeler; ekonomik yetersizlikler ve donanım eksiklikleri nedeniyle bilgi ve iletişim teknolojilerinin sağladığı imkânlardan yeterince yararlanamamakta ve bu durum dijital bölünmeyi arttırmaktadır.

5.6. Dijital Yerli-Dijital Göçmen Kavramları

"*Dijital göçmen*" ve "*dijital yerli*" terimleri, Dr. Marc Prensky (2001) tarafından 2001 yılında geliştirilmiş ve zamanla popüler hâle gelmiş, geçerliliği ve faydaları açısından ise doktrinde çeşitli tartışmalara konu olmuştur (Prensky, 2001, s.1). "*Dijital yerli*" kavramı, dijital çağın içinde doğup büyüyen ve internet, bilgisayar ve video oyunlarının dijital dilinin anadili olduğu bireyleri ifade ederken, "*dijital göçmen*" kavramı, yetişkin yaşamlarının bir aşamasında teknoloji ve yeni iletişim teknolojileriyle tanışan ve bu teknolojilerin getirisi olan araçları kullanmayı öğrenen bireyleri ifade etmektedir. Daha genel bir ifadeyle dijital yerliler, bilgisayarların dilini ve içine doğdukları web kültürünü konuşur ve solurken, dijital göçmenler teknolojiyle hiçbir zaman onunla büyüyenler kadar doğal bir şekilde ilişki kuramamaktadır.Dijital yerli olmayan ancak çağa ayak uydurabilmek adına teknolojiyi takip etmesi gereken dijital göçmen bireylerin motivasyonları kimi zaman çocuklarıyla aynı dili konuşabilmek ve onları daha iyi anlama isteği olurken gibi kimi zaman ise mesleki gereklilikler olabilmektedir. Genel olarak bakıldığında dijital göçmen grubunun, mesleklerinin ya da işinin gereği olarak teknolojiyi kullanması gereken öğretmenler, akademisyenler, mühendisler ve iş hayatındaki diğer bireyleri kapsadığı söylenebilecektir.

Dijital yerli ve dijital göçmen kavramları üzerine yapılan araştırmaların çoğu bu grupların birbirlerini dışlayan bir eğilim içerisinde olduklarını ve iki grup arasında keskin bir kuşak sınırı olduğunu ileri sürmektedir. Net bir şekilde birbirinden ayrıldıkları öne sürülen bu iki grup arasındaki farkları belirleyebilmek adına doktrinde yaygın olarak

kullanılan iki unsur yaş ve erişilebilirlik olarak kabul edilmiştir. Buna göre kesin doğum tarihi değişkenlik gösterse de çoğu görüşe göre, son doğum tarihinin 1970'lerin sonu ile 1990'ların sonu arasında bir yerde olduğu varsayılmaktadır. Ne var ki, Gibson, Koontz ve Van Den Hende (aktaran Ersoy, 2013) ile Prensky (2001) gibi araştırmacıların bahsettiği dijital yerlilerin 1970 ile 1990'lı yılların arasında doğduğu iddiası araştırmalarla yeterince desteklenmediği gibi bu kuşağa ait bireylerin hepsinin dijital yerlilerin özelliklerini göstermediği de ifade edilmektedir (Gibson, Koontz, Van Den Hende, 2008, aktaran Ersoy vd., 2013, s. 7).Bu doğrultuda, dijital yerli bireylerin yeniden tanımlanması ve 1990'lı yıllarda doğan bireyler üzerinde çalışmalar yapılmasının faydalı olacağı nitekim Prensky (2001) tarafından yapılan tanımlamaların üzerinden oldukça zaman geçtiği doktrinde genel kabul görmektedir (Prensky, 2001, s. 2).

Dijital yerliler ile dijital göçmenler arasındaki en önemli farklılık bu iki grubun bilgiyi edinme ve işleme süreçlerinde ortaya çıkmaktadır. Dijital yerlilerin nasıl öğrendiklerini ve tercihlerinin neler olduğunu anlamak günümüz eğitim sürecine önemli katkılar sağlayacaktır. Nitekim öğrencilerin dijital yerlileri öğretmenlerinse dijital göçmenleri temsil ettiği geleneksel sınıf ortamlarında, öğretmenlerle öğrenciler arasında öğrenme süreçleri ile yöntemlerinden kaynaklı anlaşmazlıklar çıkabilmekte ve öğretmenlerin öğrencilerin oldukça gerisinde kalarak öğrencilere rehberlik etme noktasında sıkıntılar yaşadıkları görülmektedir (Ersoy vd., 2013, s. 3). Gerçekten de, dijital yerliler, bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak farklı bilgi ve becerileri daha kolay kazanabilmekte ve yeni teknolojilere kolayca adapte olabilmekteyken, dijital göçmenler zarar verme korkusuyla yeni iletişim teknolojilerinden uzak durmayı tercih etmektedir. Bu noktada bu iki farklı grubun çalışma, öğrenme ve işleme süreçlerini, nasıl ilişki kurduklarını ve etkileşim biçimlerini karşılaştırmak kavramların anlaşılması açısından faydalı olacaktır.

Dijital göçmenler;

- Mesajlaşmak yerine çoğunlukla yüz yüze görüşmeyi veya telefonla konuşarak iletişim kurmayı tercih ederler.
- Bilgiyi yavaş, doğrusal, mantıksal ve sıralı olarak edinmeye çalışırlar.
- Fotoğraf, ses veya video içeren içeriklerin yazılı versiyonlarını edinmeye çalışırlar.
- Demokratik veya eşitlikçi bir iş yeri yerine hiyerarşik bir yaklaşım benimseye meyillidirler.

- Beş günlük geleneksel çalışma takvimi ile belirli ve esnek olmayan çalışma saatleri içerisinde çalışmayı tercih ederler.
- Kariyer planlamalarında tek bir şirket veya iş yeri tercih ederek emeklilik ve emekli maaşı ile sonuçlanan merdivenleri tırmanmak isterler.
- Kaliteli iletişimin ancak birbirini uzun zamandır tanıyan ve güven kazanan sıkı bir arkadaş çevresi ile mümkün olabileceğine inanırlar.
- Kapkaç, soygun, saldırı gibi geleneksel ve fiziksel güvenlik kaygıları vardır.
- Haber edinimlerini geleneksel medya kanalları veya basılı gazeteler aracılığıyla gerçekleştirirler.
- Her koşulda daha fazla bilgi edinmeye çalışırlar ve "*ne olur ne olmaz*" yaklaşımını benimserler(Ofer & Walker, 2011, s. 4-5).

Dijital yerliler;

- Mesajlaşarak veya Facebook, Whatsapp, Twitter gibi sosyal medya platformları ile çevrimiçi oyunlar vb. aracılığıyla iletişim kurarlar.
- Telefonda konuşmaktansa mesajlaşmayı tercih ederler ve çoğu gözleri kapalı dahi mesaj yazabilme yetisine sahiptir.
- Çoklu multimedya ortamları ile çeşitli kaynaklardan hızlı ve aynı anda bilgi almayı tercih ederler.
- Aynı anda birden fazla işi yürütme, çoklu görev veya görev değişimlerine daha yatkındırlar.
- Metinden önce resimleri, grafikleri, sesleri ve videoları işlemeyi ve bu şekilde etkileşime girmeyi tercih ederler.
- Anında doyum görmeyi ve ödülleri tercih ederler, beklemek istemezler.
- Demokratik ve eşitlikçi iş ortamı tesis etmeye çalışırlar ve hiyerarşik yapılanmadan hoşlanmazlar.
- Haftanın yedi günü ancak esnek çalışma koşullarında çalışarak iş, oyun ve sosyalleşme dengesinin doğal bir ritim içerisinde olduğu hayat akışını tercih ederler.
- Çeşitlilik ve farklı deneyimlere değer verirler ve farklı iş yerlerinde çalışarak birçok kariyer tecrübesi edinmek isterler.
- İnterneti sosyalleşmek, oyun oynamak, eğlenmek, video izlemek, şov yapmak vb. için kullanırlar.

- Haber edinimlerini çevrimiçi haber siteleri, siyasi bloglar, Twitter ve Facebook gibi güncel haber ve bilgi paylaşımı yapılan sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirirler.
- Güvenlik endişeleri; çevrimiçi uygunsuz resimler, siber takip ve siber zorbalık ve mahremiyet ihlalleri gibi konular üzerinedir(Ofer & Walker, 2011, s. 5-6).

Yukarıda yapılan karşılaştırma göstermektedir ki dijital yerli ve dijital göçmen gruplar arasında bilgiyi edinme, öğrenme ve öğretme, yaşam stili, etkileşim kurma metotları ve hatta güvenlik kaygıları hususlarında dahi ciddi farklılıklar bulunmaktadır. Bu noktada esasında bu iki grup arasındaki farklılıkların da dijital bölünmeye yol açtığını söylemek mümkündür. Nitekim kişilerin bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim imkânlarının olması, bu kişilerin bu imkânları etkin olarak kullanacakları anlamına gelmemekte; bu teknolojilere erişen bireylerin teknolojiyi kullanma şekilleri de bir tür dijital bölünmeye yol açabilmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı pek çok faydanın yanı sıra enformasyona ulaşma ve enformasyonun dağılımı hususlarında eşitsiz dağılımlara yol açabileceği de göz önünde bulundurulduğunda, dijital bölünmenin farklı bir ayağını oluşturan mezkûr vaziyetin de içinde olduğu menfî neticelerin doğabileceği göz önünde bulundurularak bu hususta gerekli tedbirler alınmalıdır.

5.7. Dijital Bölünmenin Medya Okuryazarlığı Eğitimine Etkileri

Medya okuryazarlığı eğitimi çok boyutlu ve karmaşık bir kavram olması itibarıyla, bilgi ve iletişim teknolojilerinin ilerlemesine bağlı olarak gelişim ve değişim göstermektedir. Dijital medyanın toplum hayatının her alanında etkinliğini arttırması medya okuryazarlığı eğitiminde de olası değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Erstad (2010) çeşitli araştırmacılar tarafından üzerinde mutabakat sağlanan bazı değişiklikleri şu şekilde sıralamıştır:

1. Dijital medya teknolojilerinin getirdiği yeni nesil iletişim araçları, televizyon, radyo, gazete, dergi gibi klasik kitle iletişim araçları ile kıyaslandığında temel birçok farklılıkları beraberinde getirmiştir. Medya içeriklerinin üretim şekli, içerik üreticiler, hitap olunan kitle, iletişim dili gibi pek çok parametre değişikliğe uğramış ve bu kavramlar yeni medyanın getirdiği sisteme uyarlanmak durumunda kalmıştır.
2. Dijital medyanın en önemli etkilerinden birisi de üretim uygulamaları ve yaratıcılığın yönüne ilişkindir. Yeni nesil iletişim araçları, medyada içerik üretim

süreçlerini de değiştirmiş ve geleneksel medyada profesyonel medya sektörünün tekelinde olan medya içerik üretim süreci, farklı yaş ve eğitim seviyelerinden her bireyin kendi sosyal medya hesabı vasıtasıyla çoklu iletişim kurabildiği daha özerk bir yapılanma hâline gelmiştir. Özellikle genç bireyler için bilgisayara ve özellikle farklı yazılımlara erişim, dijital video ve internet gibi araçlarla birleştiğinde, medya veya içerik üretiminin ortak bir kültürel etkinlik hâline geldiği söylenebilecektir.

3. Yeni nesil iletişim araçlarının bir diğer getirisi de sosyal medya vasıtasıyla oluşan katılımcı kültür olarak ifade edilebilir. Bireyler, aktif olarak katılabildikleri çeşitli çevrimiçi topluluklar vasıtasıyla sosyal ve toplumsal katılımcı kültürü geliştirmekte ve böylece toplumsal uzlaşı zemini pekişmektedir.
4. Dijital medyanın gelişimi, medya okuryazarlığının veya son zamanlarda evrildiği şekliyle dijital medya okuryazarlığın müfredatta daha geniş bir şekilde tanımlanmasına yol açmıştır. Bu doğrultuda, yakın gelecekte müfredatta geleneksel okuryazarlık becerilerine yönelik medya eğitiminin yerini yeni iletişim teknolojilerinin gerekli kıldığı bütüncül ve geniş kapsamlı bir dijital medya okuryazarlığı eğitimine bırakacağı söylenebilir (Erstad, 2010, s. 23).

Dijital medya okuryazarlığı teknolojik bilgi birikimin ötesinde bir kavram olarak çevrimiçi esneklik ve etik dijital vatandaşlık geliştirmek için gerekli olan çeşitli etik, sosyal ve yansıtıcı uygulamaları içermektedir. Brookfield Enstitüsünün işaret ettiği gibi, dijital okuryazarlık, ekonomik, sosyal, kültürel ve sivil boşlukların azaltılabileceği bir sosyal adalet meselesidir (Hadziristic, 2017, s. 20). Dijital medya okuryazarlığı eğitimlerinin toplumun tamamını kapsayacak şekilde genişletilmesi ve bunun yurttaşların en tabii hakkı olarak kabul edilerek sistematik bir şekilde yaygınlaştırılması özellikle ekonomik, sosyal, kültürel ve pek çok farklı sebeplerle erişim ve kullanım eşitsizlikleri olan kesimlerin fırsat ve olanaklarını arttıracak ve dijital bölünmenin azaltılmasına büyük katkı sağlayacaktır. Kanada'nın dijital medya okuryazarlığı merkezi olarak kabul edilen "*MediaSmarts*" tarafından yürütülen "*DigitalSmarts*" programı, dijital ekonomide yeterince temsil edilmeyen yaşlılar, göçmenler, düşük gelirli bireyler, din ve dil azınlıkları, kırsal/uzak topluluklarda yaşayan bireyler, farklı ırklara mensup bireyler gibi kesimlere yönelik eğitimlerin, katılımcıların çevrimiçi güven düzeylerini, bilgilerini, niyetlerini ve davranışlarını olumlu yönde etkilemede etkili olduğunu ortaya koymuştur (MediaSmarts and YWCA Canada, 2019). Gerçekten de, "*DigitalSmarts*" katılımcıları, çevrimiçi

olduklarında güvenilir bilgi kaynakları bulma, bilinçli kararlar verme ve kişisel bilgilerini koruma yeteneklerine olan güvenlerinin arttığını ifade etmişlerdir.

Irk, din, dil, etnik köken gibi sebeplerle toplumun dışına itilen bireylerin dijital eğitim kaynaklarına zayıf erişimi, bireyleri, özellikle de gençleri ırkçılığa, nefrete sürüklemekte ve pek çok çevrimiçi zarara karşı savunmasız bırakmaktadır. Dijital okuryazarlık kaynakları, çevrimiçi önyargılara nasıl yanıt verileceği ve bu önyargılara karşı nasıl stratejiler geliştirilerek çevrimiçi nefrete karşı nasıl korunacağına ilişkin gençleri güçlendirmektedir (James, 2009, s. 68).

"*MediaSmarts*" (2019), çevrimiçi katılımın temeli olarak erişimle başlayan ve ardından aşağıdakiler de dâhil olmak üzere birbiriyle ilişkili bir dizi yaratıcı ve kritik beceri oluşturan bir dijital okuryazarlık çerçevesi veya yol haritası oluşturmuştur:

- **Kullanım:** Bilgisayarlar ve internetle etkileşim kurmak için gereken teknik akıcılık.
- **Anlama:** Çevrimiçi olarak bilinçli kararlar vermek için dijital medyayı kavramak, bağlama oturtmak ve eleştirel olarak değerlendirmek için gereken kritik akıcılık.
- **Oluşturma:** İçerik üretme ve diğer kullanıcıların çeşitli dijital medya araçları aracılığıyla etkili bir şekilde iletişim kurmak için ürettiği içerikle sorumlu bir şekilde etkileşim kurma konusunda yaratıcı akıcılık(Media Smarts and YWCA Canada , 2019).

"*MediaSmarts*" (2019) tarafından 20 yılı aşkın süredir yapılan araştırma ve eğitim çalışmaları, daha fazla dijital okuryazarlık desteği için güçlü bir ihtiyaç ve istek olduğunu göstermektedir(MediaSmarts and YWCA Canada, 2019). Dijital okuryazarlığın temel eğitim olarak topluma yaygınlaştırılamadığı tüm ülkelerde, kısa vadeli teknolojik çözümler ile birlikte dijital altyapıya odaklanma ve tutarlı ve sürekli finansman eksikliği bulunmaktadır (James, 2009, s. 13). Bu noktada dijital bölünmenin azaltılabilmesi ve dijital medya okuryazarlığı eğitimlerinin hakkıyla gerçekleştirilebilmesi adına ülkemizde ulusal bir okuryazarlık stratejisine uzun vadeli bir yatırım yapılması gerektiği değerlendirilmektedir.

BÖLÜM 6

YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ DÜZLEMİNDE MEDYA OKURYAZARLIĞI PROJELERİ

6.1Yeni İletişim Teknolojileri Düzleminde Küresel Medya Okuryazarlığı Projeleri

Çalışmanın bu bölümünde, çeşitli ülkelerde gerçekleştirilmiş ve toplumsal anlamda olumlu neticeler elde etmiş öncü projeler incelenerek elde edilen çıktılar detaylarıyla ortaya konulacaktır. Bu kapsamda "*SeeMe Projesi*" ,"*SmartArt Projesi*", "*YVEB Projesi*", "*News Literacy Projesi*", "*Look Sharp Projesi*" *ve* "*Be Media Smart" Projesi*" ele alınacaktır.

6.1.1 SeeMe Projesi (Avustralya)

"*SeeMe Medya Okuryazarlığı Projesi*" [2] , 2011 yılında, Genç Avustralyalılar Vakfı'nın (Foundation for Young Australians-FYA), Kraliçe Victoria Kadınlar Merkezi Vakfı (The Queen Victoria Women's Centre) tarafından görevlendirilmesi neticesinde, gençlerin medyanın gerçekçi olmayan beden imajı ve cinsiyet rolleri tasvirine ilişkin endişelerini ele alarak bu doğrultuda çevrimiçi bir medya okuryazarlığı müfredatının geliştirilmesini sağlamak üzere etkileşimli bir medya okuryazarlığı projesi olarak geliştirilmiştir (Australians, 2012, s. 4).

6.1.1.1. Projenin Genel Hatları

Çoğu gelişmiş ülkede beden imajı sorunları, gençler için kalıcı ve büyük bir endişe kaynağı olarak görülmektedir. "*Mission Australia*" tarafından 2011'de Avustralya gençliği üzerinde yapılan ulusal bir araştırma, beden imajının, aile içi çatışmalar ve stresin yanı sıra endişe verici üçüncü sorun olarak sıralandığını ortaya koymuştur. (Mission Australia, 2011) Araştırma, gençlerin medya okuryazarlığı becerilerini destekleyen ve özgüvenini arttıran girişimlerin, olumsuz medya imajının beden imajı etrafında yaygın bir şekilde yayılımını iyileştirmede kritik öneme sahip olduğuna ilişkin bulgular ortaya koymuştur. Bu

[2] Projeye ilişkin bilgilere "*SeeMe Medya Okuryazarlığı Projesi Sonuç Raporu*"ndan ulaşılmıştır.

amaçla; medya, moda ve reklam endüstrilerini olumlu beden mesajlarını teşvik etmeye yönelten çabaların sürdürülmesi tavsiye edilmiştir.

2011 yılında, Kraliçe Victoria Kadın Merkezi Vakfının desteğiyle Genç Avustralyalılar Vakfı (FYA) tarafından başlatılan SeeMe Medya Okuryazarlığı Projesi,"*Victoria Hükümeti Eğitim ve Erken Çocukluk Gelişimi Departmanı (DEECD)"* ile "*İşletme ve Yenilik Departmanı*" tarafından finanse edilmiş ve çevrimiçi bir medya okuryazarlığı müfredatının geliştirilmesi amaçlanmıştır. Proje kapsamında oluşturulan kaynak, gençlerin medyanın gerçekçi olmayan beden imajı ve cinsiyet rolleri tasvirine ilişkin endişelerini ele almayı amaçlamış olup, bu kapsamda yürütülen araştırma ve çalışmalar Kasım 2010'da başlamış ve Eylül 2012'de tamamlanmıştır.

SeeMe projesinin anahtar hedefleri aşağıda yer verildiği şekilde belirlenmiştir:

1. Okul çağındaki genç kadınların ve genç erkeklerin medya okuryazarlığı becerilerini güçlendirmek,
2. Dijital görüntü manipülasyonunun yaygınlığı ve medyada dar cinsiyet klişelerinin kullanımı konusunda farkındalığı arttırmak,
3. Pilot programa katılan genç kadın ve erkeklerin "*ideal beden*", "*güzellik*" ve "*dar cinsiyet klişeleri*"ne ilişkin gerçekçi olmayan algılarının medya tarafından içselleştirilmesini azaltmak,
4. Pilot programa katılım sağlayan genç kadın ve erkeklerin beden memnuniyetsizliğini minimize etmek(Australians, 2012, s. 4).

SeeMe projesi, Melbourne'deki üç farklı ortaokuldan on adet 8. sınıf öğrenci temsilcisinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Bu okullardan projeye dâhil edilen öğrenci liderleri ve en başarılı öğretmenler, akran kolaylaştırma yaklaşımı kullanılarak İngilizce sınıflarında pilot uygulamanın geliştirilmesi ve uygulanmasına destek sağlamak üzere alınmıştır. SeeMe projesi için geliştirilen "*SeeMe-Medya, dünyam ve ben*"[3] başlıklı web-sitesi, 8. Sınıf öğrencilerinin eğitim müfredatları ile uyumlu olacak şekilde ve bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanılarak; cinsiyet klişeleri, sağlıklı yaşam stili seçimleri, beden imajı, moda ve kozmetik olmak üzere etkileşimli beş adet modülden oluşan bir kaynak sayfası olarak kullanıma sunulmuştur. SeeMe projesi esasen gençlerin medya okuryazarlığı becerilerini; özellikle beden imajı, cinsiyet farkındalığı ve medyada cinsiyet algısı ekseninde ne ölçüde geliştirdiğini değerlendirmeyi amaçlamıştır. Bu

[3] Sözü geçen başlığın orijinal adı "*The SeeMe-The media, my world and me*" olup http://seeme.org.au/ uzantılı web-sitesi üzerinden görüntülenebilecektir.

değerlendirmenin odak noktası ise SeeMe pilot programına katılım sağlayan öğrencilerdeki değişimi yakalayabilmek olarak belirlenmiştir.

SeeMe programında, pilot uygulama öncesi ve sonrası anketler ile "*En Önemli Değişiklik(Most Significant Change[MSC])*" tekniği olmak üzere iki temel veri toplama aracı kullanılmıştır. SeeMe değerlendirmesine yönelik anket aracı, genç insanlarda vücut memnuniyeti, cinsiyet farkındalığı ve medya okuryazarlığı ile ilgili tutum, davranış ve bilgi değişimini araştırmak için tasarlanmış, "*En Önemli Değişiklik*" tekniği ise SeeMe projesinin sonuçlarına ilişkin ek iç görüler geliştirmek için kullanılmıştır (Australians, 2012, s. 5).

6.1.1.2.Projenin Bulguları

SeeMe projesi kapsamında yer alan cinsiyet klişeleri, sağlıklı yaşam stili seçimleri, beden imajı, moda ve kozmetik olmak üzere beş modülün her birinde katılımcılara anket soruları yöneltilmiş ve öğrencilerin eleştirel bakış açılarını geliştirecek etkinliklere yer verilmiştir. Her bir modülde öğrenciler; modülün içeriğine yönelik olmak üzere medyada karşılaştıkları içerikler ile gerçek hayatta karşılaştıkları pozisyonlar arasında karşılaştırma yapmaya yöneltilmiş bu amaçla öğrencilere çeşitli sorular yöneltilmiştir. Böylece öğrenciler gerçeklik ve sanal dünya arasında bir analiz yapmaya yöneltilmiş ve bu analiz onları bir öz-değerlendirme sürecine tabi tutmuştur. Modüllerin her biri, birer saatlik iki ders olarak sunulmuş ve sonunda ise daha geniş çalışma yapmak isteyen öğrenci ve öğretmenler için ek aktivitelere yer verilmiştir. Proje neticesinde oluşturulan değerlendirme raporu, katılımcıların aşağıda yer verilen kriterler açısından gelişme kaydettiğini ortaya koymuştur.

Medya Okuryazarlığı

Değerlendirme bulguları, SeeMe pilot programına katılımın, öğrencilerin medya okuryazarlığı becerilerini, özellikle de mesajın amacını belirlemenin yanı sıra izleyicinin dikkatini çekmek/tutmak için kullanılan teknikleri belirleme becerisini arttırdığını ortaya koymuştur. Her iki alanda da kadınlar daha güçlü yeterlilikler göstermiştir. Öğrencilerin yarısından fazlası, SeeMe projesine katılım sağladıktan sonra hangi medyayı tüketecekleri konusunda daha bilinçli seçimler yaptıklarını ifade etmiş ve kadın katılımcılar ise bu davranış değişikliğine daha fazla eğilim gösterdiklerini bildirmiştir(Australians, 2012, s. 5).

Beden Algısı ve Memnuniyeti

Değerlendirme neticeleri, SeeMe pilot uygulamasının bir sonucu olarak katılımcı vücut memnuniyetinde olumlu bir değişim olduğunu ortaya koymuştur. Katılımcılar bedenleriyle daha mutlu olduklarına ilişkin bildirime ek olarak, medyada sunulan idealize edilmiş bedenlerle ilişkili değerleri taklit etmeye ve buna ihtiyaç duymaya daha az meyil gösterdiklerini de bildirmişlerdir(Australians, 2012, s. 5).

Medyada Yer Alan Toplumsal Cinsiyet Klişelerine İlişkin Farkındalık

Projeye katılım sağlayan öğrencilerin kahir ekseriyeti, medyada yer alan kadın bedenlerinin çoğunlukla çevrelerinde gördükleri veya tanıdıkları kişilerin bedenleriyle örtüşmediğini ve büyük farklılıklar bulunduğunu düşündüklerini bildirmiştir. Öğrencilerin çoğu, bilhassa etnik kökenlerinin göze çarptığını ve toplumda ayrıştırıcı bir muamele gördüğünü düşünen Müslüman kız öğrenciler, medyada güçlü bir kültürel önyargı ve bununla bağlantılı marjinalleşme meyili olduğunu fark ettiklerini bildirmişlerdir (Australians, 2012, s. 5).

Bilgi ve İletişim Teknolojilerine İlişkin Tasarım ve Geliştirme Evrelerinde Gençlere Sunulan Fırsatlar

Öğrenci liderleri, eleştirel düşünme becerilerinde önemli bir gelişme ve reklam ve medya tarafından kullanılan cihazlar hakkında artan bir farkındalık geliştirdiklerini bildirmişlerdir. SeeMe projesinin temel amaçlarından birisi, bilgi ve iletişim teknolojilerine ilişkin tasarım ve gelişimin teşvik edilmesi olarak kabul edilmiştir. Pilot tasarımın, öğrenci liderlerinin web kaynağının tasarımını ve dağıtımını desteklemesi için belirli ve hedeflenen faaliyetleri içermesi bu amacı yerine getirmiştir(Australians, 2012, s. 5).

SeeMe Kaynaklarının Akran Liderliğini Kolaylaştırmaya İlişkin Fırsatları

Öğrenci liderleri, SeeMe web kaynağının içeriği ve dizaynı konusunda kendilerine danışılmasına ek olarak, uygulamayı destekleyen sınıf etkinliklerinin geliştirilmesine de dâhil olmuşlardır. Proje kapsamında elde edilen veriler, SeeMe pilotunun uygulanmasında öğrenci katılımını ve liderliğini arttırma amacını yerine getiren projenin önünde herhangi önemli bir engel ortaya koymamıştır. Gelecekteki değerlendirmelerde yer almak üzere ve

SeeMe tarafından sınıflarda akran liderliğinin nasıl teşvik edildiğine dair daha ayrıntılı kanıtlar sağlamak adına özel bir öğrenci lideri anketi ve/veya görüşmesi içermesi önerilmiştir(Australians, 2012, s. 6).

SeeMe Web Sitesinin ve Destek Malzemelerinin Erişilebilirliği ve Kullanıcı Dostu Olması

Katılımcılar, SeeMe web sitesi ve destek materyallerine ilişkin genel olarak olumlu geri bildiride bulunmuşlar ve yeterli bulduklarını ifade etmişlerdir. Bununla birlikte, çeşitli okulların deneyimlerinde farklı derecelendirmeler bildirildiği görülmüştür. Bu sonuç ise okul kaynakları arasındaki teknolojik farklılıkları ve dijital bölünmeyi destekler niteliktedir (Australians, 2012, s. 6).

SeeMe Web Sitesine/Destek Materyallerine Katılım

SeeMe web sitesine ve destek materyallerine erişim ve katılım noktasında ciddi bir zorluk bildirilmemiştir. Gelecekte yapılacak uygulamalarda yer alması gereken grup türleri ve öğrencilerin daha fazla katılımını sağlama yolları hakkında önerilerde bulunulmuştur (Australians, 2012, s. 6).

Sosyal ve Toplumsal Etkiler

Katılımcıların bir kısmı, SeeMe projesinin bir sonucu olarak sosyal faaliyetlere veya etkinliklere katılma şekillerinde değişiklik olduğunu bildirmiştir. Nitel veriler, bu durumun artan güvenden ve kişisel sınırları zorlamaya yönelik ince bir istekten yahut katılımcıların daha önce isteksiz veya kararsız olabilecekleri etkinliklere katılmak için yeni fırsatlar elde etmelerinden kaynaklandığını ortaya koymuştur. Niteliksel içgörüler ayrıca, SeeMe'nin bir sonucu olarak katılımcıların dünya görüşlerinin değiştiğini ve hayata karşı daha olumlu duygular beslemeye başladıklarını göstermiştir. "*En Önemli Değişiklik*" (MSC) tekniğinin kullanılması neticesinde elde edilen veriler ise dünyaya dair daha derin bir algıyı ve "*gerçekliği*" inşa eden bir medyanın, gençlerin tutumlarını ve inançlarını gizli ama güçlü yollarla ne ölçüde şekillendirdiğini ortaya çıkartmıştır (Australians, 2012, s. 6).

6.1.1.3. Projenin Sonuç ve Önerileri

SeeMe projesi neticesinde elde edilen veriler ortaya koymuştur ki SeeMe gibi programlar, gençleri medya imajlarını eleştirel bir şekilde analiz etmeye ve imaj yapılarını bozmaya teşvik etme noktasında etkili olmakta ve böylece gençler kendi bedenleri hakkında daha gerçekçi değerlendirmeler geliştirerek medyanın zayıflatıcı etkilerine karşı dayanıklılık geliştirmektedir. Veriler ayrıca, pilot uygulamaya katılmanın bir sonucu olarak gençler arasında kişisel başarı hissinin de arttığını ortaya koymuştur. Değerlendirme raporu, gençlerin, medyada toplumsal cinsiyet ve kültürel klişelerin yaygın bir şekilde devam ettirilmesinin zarar verici sonuçlarının farkında olduklarını göstermektedir.

Gerçek öğrenme ortamları aracılığıyla eleştirel düşünme becerilerinin gelişimini destekleyen pedagojik uygulamayı desteklemek için SeeMe gibi programlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu doğrultuda SeeMe'yi destekleyen mevcut formülün daha uzun bir programa dönüştürülmesi önerilmektedir.

SeeMe gibi projelerle gençlerin okul ötesi sosyal eylem veya liderlik fırsatları için ek yollar sağlanmakta ve bu davranış değişikliği sonuçlarından yararlanan stratejiler geliştirilmektedir. Gelecekte yapılacak olası değerlendirmelerde, pilot uygulama öncesi ve sonrası yaklaşımları kullanırken bireysel katılımcıların izlenmesi önerilmiştir. Yine gelecekteki herhangi bir değerlendirmede bir kontrol grubunun dâhil edilmesinin dikkate alınmasının faydalı olacağının da altı çizilmiştir. Ayrıca, programın uygulanmasında karşılaşılan engeller ve gelecekte benimsenmesi için öngörülen zorluklar hakkında fikir edinmek için öğretmenleri ve/veya müdürleri içerecek şekilde katılımcı gruplarının genişletilmesinin önemli fayda sağlayacağı belirtilmiştir. Benzer şekilde, öğrenci liderlerine odaklanan daha hedefli değerlendirme stratejilerinin, özellikle öğrenci liderlerinin katılımlarını izleyen ve zaman içinde SeeMe projesininonlar üzerinde doğurduğu etkileri yakalayan boylamsal yaklaşımların uygulanması da tavsiye edilmektedir (Australians, 2012, s. 7).

6.1.2. SmartArt Projesi (Los Angeles)

SmartArt projesi okullarda medya okuryazarlığı programlarının uygulanması ve yaygınlaştırılması adına çok önemli bir atılımı temsil etmektedir. Proje, Amerika Birleşik Devletleri Eğitim Bakanlığı ve Ulusal Sanat Vakfı tarafından finanse edilerek Medya Okuryazarlığı Merkezi, Los Angeles Eyaleti Müzik Merkezi Eğitim Bölümü

veAnimAction Inc. işbirlikleriyle Los Angeles Birleşik Okul Bölgesinde yer alan Leo Politi İlkokulunda yeni bir medya okuryazarlığı anlayışı geliştirmek ve uygulama programları için yol gösterici bir örnek teşkil etmek üzere uygulanmıştır.[4]Mezkûr çalışma kapsamında, medya okuryazarlığı ve sanatın, öğretme ve öğrenme disiplinleri olarak birbirilerini beslemesi ve bu disiplinlerin devlet eğitim standartlarını karşılarken diğer tüm akademik içerik alanlarıyla da entegre edilmesi gerektiği temel ilke olarak benimsenmiştir.

6.1.2.1. Projenin Genel Hatları

SmartArt projesi, federal bağış yoluyla yürütülen ilk medya okuryazarlığı ve sanat projesi olarak kabul edilmektedir. Proje, Los Angeles Birleşik Okul Bölgesinde yer alan Leo Politi İlkokulunda 2001 ve 2004 seneleri arasında Medya Okuryazarlığı Merkezi (Center of Media Literacy[CML]) tarafından yürütülmüştür. İzler kitlesi ilkokul 5. sınıf öğrencileri olan projeye 850 öğrenci, 25 öğretmen ve 10 adet farklı branşlardan sanatçı katılım sağlamıştır. Proje kapsamında belirlenen eğitim modelinde, öğrencilerin sadece yazılı iletişimleri değil, aynı zamanda çoklu ortam görüntüleri ve sesleri ile iletilen mesajları da okuma ve yazma noktasında akıcılık geliştirmelerine yardımcı olunması amaçlanmıştır (Jolls & Grande, 2005, s. 25).

Medya okuryazarlığı eğitimi bir tarafında öğretmenlerin diğer tarafındaysa öğrencilerin yer aldığı iki taraflı ve dinamik bir süreci ifade etmektedir. Öğrenciler günlük hayatlarında medya araçlarını kullanmaya devam ederken, okullarda ise bu araçların nasıl doğru ve etkin kullanılacağına ilişkin becerilerini geliştirmeyi öğrenecekler ve bu eş zamanlı süreç esasında öğretmenlerin güncel beceri ve öğretme yetileri ekseninde doğru veya yanlış yönde şekillenecektir. Bu noktada öğretmenler devamlı gelişim gösteren mesleki eğitimler ve uygun araçlarla bilgi ve becerilerini dinamik tutarak içselleştirebilmelidir. Öğretmenler ancak bu içselleştirme sürecinin ardından salt ders kitaplarına dayanan bir eğitim anlayışından vazgeçerek medya içeriklerini doğru kavrayabilecek ve eğitim sürecini olması gerektiği gibi işletebileceklerdir. Medya okuryazarlığına ilişkin daha derin bir anlayış geliştiren öğretmenler, öğrencilerinin medyayı uygun şekilde öğrenmelerine yardımcı olabilecek ve öğrencileri küresel medya kültüründe uygulanabilir eleştirel analiz ve kendini ifade etme konusunda yaşam boyu öğrenme becerilerine hazırlayabileceklerdir. SmartArt projesi, medya okuryazarlığı ve

[4] Projeye ilişkin bilgilere https://www.medialit.org/ web-sitesinden ulaşılmıştır.

sanat bileşiminden oluşan bütüncül uygulama programıyla hem teoride hem de öğretme pratiğinde ileri adımlar atarak bu amaçları gerçekleştirmeyi hedef edinmiştir.

SmartArt projesinin başlangıcından sonuna değin öğretmenler, medya okuryazarlığı ve sanatı birleştirirken, Konuşma Sanatları ve İngilizce Dil Gelişimi (English Language Development [ELD]) için Kaliforniya Eyaleti'nin belirlediği eğitim standartlarını karşılamanın doğru eğitim, uygulama ve altyapı ile oldukça mümkün ve kolay olduğunu da göstermişlerdir. Proje kapsamında öğretim ekipleri, daha etkili sonuçlar elde edilebilmesi adına öğretmenlerden ve sanatçılardan oluşan iki gruba ayrılmıştır. Eyaletlerdeki her okul bölgesi temel müfredat materyallerinin farklı kombinasyonlarını kullandığından Medya Okuryazarlığı Merkezi(CML) herhangi bir müfredat içeriğine uygulanabilecek esneklikte beş anahtar soru ve beş temel kavram benimsemiştir(Jolls & Grande, 2005, s. 25).

Beş Temel Kavram

1. Tüm medya mesajları kurgulanmıştır.
2. Medya mesajları, kendi kuralları olan yaratıcı bir dil kullanılarak oluşturulmaktadır.
3. Farklı insanlar aynı medya mesajını farklı şekilde algılayabilmektedir.
4. Medya gömülü değerlere ve bakış açılarına sahiptir.
5. Medya kâr ve /veya güç kazanmak için oluşturulmuştur.

Beş Temel Soru

1. Medya mesajlarını kim oluşturmaktadır?
2. Dikkat çekmek için hangi teknikler kullanılmaktadır?
3. Medya mesajları farklı insanlar tarafından nasıl farklı algılanabilmektedir?
4. Medya mesajlarında hangi yaşam biçimleri, değerler veya bakış açıları temsil edilir?
5. Medya mesajları neden oluşturulmaktadır?

- Eğitimler yukarıda yer verilen bu beş temel kavram ve beş anahtar soru ekseninde şekillenmiş ve her bir soru-kavram ikilisi öğrencilere beş ayrı modül şeklinde sunulmuştur.
- Her bir modülde soru içeriğine yönelik hikâye, dans veya müzik gibi bir sanatsal araç seçilerek projeye katılan farklı branşlardan sanatçı eğiticiler tarafından öğrencilere sunulmuştur.
- Farklı sanat branşlarından sunumlarının sonunda öğretmen ve sanatçılar, her bir öğrencinin sunum içeriklerini yorumlamalarını, çıkarımlarda bulunmalarını ve

bu sanat içeriklerini farklı şekillerde ele alarak yeniden kurgulamalarını istemiş ve bu yolla kendi sunum şekilleri ile üretim süreçlerini geliştirmeleri ve kendilerini medya üreticilerinin yerine koyarak gerçekliğin kurgusal yapısını idrak edebilmeleri amaçlanmıştır.

- Öğretmenler ve sanatçıların işbirliğiyle yapılan atölye çalışmalarında ise öğrencilere müzik, resim, fotoğraf, drama, dans, tiyatro gibi farklı sanat dallarından gösterimler yapılmış ve öğrenciler tarafından yapılan uygulama ve yeniden yorumlamalar sayesinde zengin bir uygulamalı perspektif sunulması sağlanmıştır.

6.1.2.2.Projenin Hedefleri

SmartArt projesinden gerekli çıkarımların yapılabilmesi için projenin hedeflerinin, yapısınınve araçlarının doğru anlaşılması ve projeye nasıl yaklaşıldığının kavranması gerekmektedir. Proje kapsamında benimsenen yaklaşımlar ve yöntemlere ilişkin bazı önemli noktalara aşağıda değinilmiştir.

1. Projenin misyonunun net olarak ortaya konulabilmesi için açıkça ifade edilmiş bir medya okuryazarlığı felsefesi esas alınmıştır. Medya Okuryazarlığı Merkezi, medyayı sansürlemek veya baskılamaktan ziyade güçlendirmeyi ve yetki vermeyi vurgulayan bir yaklaşım benimsemiştir.
2. Proje, bireylerin herhangi bir içeriğe uygulanabilecek sistematik bir analiz metodolojisi öğrenebilmeleri için bilgi-süreç becerilerini geliştirmeye odaklanmıştır. Seçilen bu analitik yöntem sayesinde bireyler kendi seçimlerini yapmakta ve kendi neticelerini çıkartmakta özgür bırakılmışlardır.
3. Müzik, dans, tiyatro, görsel sanatlar gibi hemen her sanat disiplini proje kapsamında uygulanmıştır. Eğitici sanatçılar her bir disiplinin temel unsurlarını öğrencilere aktarmış, öğrencilerin medya ve medya okuryazarlığı ile bağlantı kurmaları sağlanmıştır.
4. Proje kapsamında yer alan öğretmen ve sanatçıların medya okuryazarlığı ve sanat gibi konuları öğretmeden önce gerekli bilgi, beceri ve anlayışı geliştirmeleri gerektiğinin altı çizilmiş ve öğretmenlerin kendilerine güvenmeleri ve başarı sağlayabilmeleri için mesleki gelişim ve tutarlı uygulamaların büyük önem taşıdığı vurgulanmıştır.

5. Öğrencilerin deneme-yanılma yöntemiyle öğrenmeleri için yapılandırmacı bir yaklaşım sergilenmiştir. Medya okuryazarlığının beş temel sorusunu cevaplandırmayı ve beş temel kavramını içselleştirebilmeyi öğrenmenin tıpkı ayakkabı bağlamayı öğrenmek gibi zaman içinde pratik gerektirdiği ifade edilmiştir.
6. Öğrencilerin öğrenme süreci, devam eden bir eser üretimi yoluyla sağlanmaya çalışılmış ve öğrencilerin her birinden eseri yeniden yorumlamaları istenerek öz üretim süreçleri tetiklenmeye çalışılmıştır.
7. Proje kapsamında yer alan eğiticiler ve sanatçılar arasında saygı ve eşitlik esas kılınmış ve proje gönüllük esasına dayandırılmıştır. Bu sayede projeye, kararlı ve öğretmeye istekli öğretmenler katılmış ve bu durum ise doğal olarak projenin başarısını arttırmıştır (Jolls & Grande, 2005, s. 26).

6.1.2.3.Projenin Yöntemi

SmartArt projesi aşağıda yer verilen yöntemlerin kullanılması yoluyla uygulanmıştır:

- ***Mesleki gelişim:*** Proje kapsamında her yılın başında öğretmenlere ve eğitici sanatçılara medya okuryazarlığı eğitimleri verilmiştir. Verilen eğitimlerde, Medya Okuryazarlığı Merkezi'nin belirlediği beş temel kavram ve beş anahtar soru esas alınarak bu çerçevenin öğretime uygulanmasının iyi bir teorik temel ve uygulama sağlayacağı belirtilmiştir. SmartArt projesi, uygulamanın son yılında öğretmenlere müzik, dans, tiyatro, görsel sanatlar gibi alanlarda mesleki gelişim sağlamanın yanı sıra *AnimAction Inc.* tarafından geliştirilen ve öğretmenlerin ve öğrencilerin kısa animasyon filmleri üretmelerine yardımcı olan bir eğitim aracı olan "*Kutu*"yu kullanımlarına sunmuştur.
- ***Medya Okuryazarlığı Akran Koçluğu:*** Proje kapsamında öğretmenler bir medya okuryazarlığı eğitici ve sanatçı koçuyla birer saatlik dört toplantı gerçekleştirmişlerdir. Bu oturumlar sırasıyla;
  - ***a)*** Soruları planlamak ve cevaplamak,
  - ***b)*** Gösteri dersinde eğitici sanatçıyı gözlemlemek,
  - ***c)*** Eğitici sanatçının öğretmenin bir dersini gözlemlemesi,
  - ***d)*** Eleştiri ve planlama olmak üzere dört ayrı aşama şeklinde planlanmıştır.

- ***Misafir Sanatçı Metodu:*** Müzik, dans, tiyatro, görsel sanatlar gibi sanat disiplinlerini temsil eden sanatçılardan her biri öğrencilerle dört ila altı kez birebir çalışma yapmış ve sanat disiplini hakkında temel bilgiler sağlayarak kilit medya okuryazarlığı sorularını da çalışmalarına dâhil etmişlerdir.
- ***Sanatçı-Öğretmen Planlama Toplantıları:*** Eğitici sanatçılara atölye sınıflarına katılmadan önce atölye öğretmeniyle toplantı yaparak tanışma ve planlama yapma fırsatı sağlanmış ve böylece sanatçının çalışmaları öğretmenin anlatmaya devam ettiği müfredatla bağlanmıştır.
- ***Animasyon:*** Öğrenciler, dört sanat disiplininin unsurlarını kopyalanabilir bir medya eserinin inşasına dokuyarak, doruğa ulaşan bir proje olarak 30 saniyelik animasyon kısa filmleri üretmişlerdir. Bu kısa animasyon filmleri, *AnimAction Inc*. tarafından sağlanan bir günlük atölye çalışması yoluyla veya öğretmenlere bir sınıf için animasyon prodüksiyon stüdyosu sağlayan "*Kutu*"nun kullanımıyla mümkün olmuştur.
- ***Aylık Öğretmen Toplantıları:*** Düzenli olarak planlanan toplantılar, katılımcılara fikir ve bilgi alışverişinde bulunma fırsatı sunarak programın uygulanmasını desteklemiştir.
- ***Üç Aylık Ortak Toplantılar:*** Paydaşlar arasında tutarlı ve sık koordinasyon sağlanarak (*Leo Politi* Okulu, Medya Okuryazarlığı Merkezi, Müzik Merkezi Eğitim Bölümü ve *AnimAction Inc.)* SmartArt projesinin sorunsuz çalışması sağlanmıştır.
- ***Ebeveyn Desteği:*** Ebeveyn desteği iki farklı yaklaşımla sağlanmıştır. İlk olarak, ebeveynler için düzenlenen atölye çalışmaları aracılığıyla velilere öğrenciler tarafından üretilen animasyon filmlerinin gösterimi yapılmıştır. İkinci olarak ise ebeveynlere medya okuryazarlığını öğrendikleri, ailelerinin yararına kişisel tarihlerini yazdıkları ve medya okuryazarlığını öğrendikleri "*Aile Albümü Yazma Atölyesi*"ne katılma fırsatı sunulmuştur.
- ***Yıllık Değerlendirme Toplantıları:*** Öğretmenler, eğitici sanatçılar ve proje ortakları, projeyi eleştirmek, öğrenilen dersleri tartışmak ve gelecek öğretim yılı için plan yapmak üzere her yıl bir araya gelmişlerdir (Jolls & Grande, 2005, s. 27).

6.1.2.4. Projenin Sonuçları

Amerika'nın Los Angeles eyaletinde yer alan bir ilkokulda federal bağış yoluyla gerçekleştirilen SmartArt projesi uygulandığı dönemde küresel çapta büyük ses getirmiş ve tüm dünya ülkelerine örnek bir uygulama olarak kabul edilerek çeşitli tez, makale ve akademik incelemelere konu olmuştur. Projede yer alan öğrenciler, ciddi bir medya okuryazarlığı eğitimi sürecinden geçen öğretmenler ve sanatçılarla birlikte interaktif bir süreç içerisinde uygulamalı ve teorik eğitimler yoluyla eğitilmiş ve projenin ana yürütücüsü olan Medya Okuryazarlığı Merkezinin hazırladığı beş temel kavram ve beş temel soru üzerinden ilerleyen, her birinde farklı sanatların icra edildiği modüller aracılığıyla öğrenme fırsatı bulmuşlardır. Üç yıl süren projede öğrenciler medya kavramı ile medyayı analiz etmelerini sağlayacak medya okuryazarlığı becerilerini müzik, tiyatro, dans, görsel sanatlar gibi farklı sanat dallarından uygulamalar eşliğinde öğrenmişler ve sanatçıların uygulama eğitimlerinin ardından her bir öğrenci düşünerek, yazarak, çizerek ve yeniden üreterek öğrendiklerini atölye çalışmalarında aktarmışlardır. Ebeveynlerin de katıldığı atölye çalışmaları sayesinde ebeveynler, çocukları tarafından oluşturulan ürünleri izleme ve dinleme fırsatı bulmuş bu sayede çocukların esas öğreticileri olan ebeveynlerin de bilinçlenmeleri amaçlanmıştır. Tamamen yenilikçi metotlarla ve sanatla iç içe gerçekleştirilen projenin her adımı titizlikle ve özgün çalışmalarla yürütülmüş sanatçı-öğretmen işbirliğiyle düzenlenen sınıf ve atölye çalışmaları, etkinlikler, animasyon uygulamaları ve çeşitli gösteriler aracılığıyla öğrencilere zengin bir medya okuryazarlığı eğitimi sunulmaya çalışılmıştır. Tüm dünyaya emsal bir çalışma teşkil eden projeye ilişkin örnek uygulama ve çalışmalara Amerikan Medya Okuryazarlığı Merkezinin (CML) internet sitesinde(www.medialit.org) yer verilmiş olup SmartArt projesi sitede yer alan sair örnek uygulamalar içerisinde en kapsamlı olanıdır.

6.1.3.YVEB Projesi (Finlandiya)

Medya okuryazarlığı eğitiminde oldukça başarılı uygulamalara imza atan İskandinav ülkelerinde medya okuryazarlığı projeleri genellikle demokrasi, yurttaşlık bilinci ve bireysel hak ve özgürlükler üzerine temellendirilmiştir. Finlandiya'da son dönemlerde kurulan ulusal hükümetler, sektörler arası programlarda uygulanmak üzere medya okuryazarlığı eğitimini kamu gündemine dahi almışlardır. Bu amaçla 2003-2007

yılları arasında gerçekleştirilen "*Vatandaş Katılımı Politika Programı*" ile medya eğitiminin aktif ve katılımcı vatandaşlık ile medya okuryazarlığı da dâhil olmak üzere bilgi ve teknoloji toplumu becerilerini geliştirebilmenin en önemli yolu olarak vurgulandığı sivil eğitim reformu çağrısında bulunulmuştur. Ayrıca Finlandiya Hükümeti, "*Ulusal Gençlik Yasası*"nı düzenleyerek gençlerin aktif birer vatandaş olabilmeleri ve sosyal anlamda güçlenmeleri için kendilerini ilgilendiren konularda seslerini duyurabilmelerinin de önünü açmıştır. Hükümet, kamusal politikalar yoluyla ve sivil toplum kuruluşlarıyla yaptığı ortak faaliyetler doğrultusunda gençlere tahsis ettiği çevrimiçi gençlik girişimi kanalları ile gençlerin ulusal ve yerel sivil katılımı ve gençlerin teknolojik imkânlarının güçlendirilmesi için devamlı atılımlarda bulunmaktadır. Bu atılımlardan birini temsil eden "*Youth Voice Editorial Board[YVEB]*" projesi Finlandiya'nın başkenti Helsinki şehrinde, profesyonel gençlik çalışmalarında gönüllü serbest zaman etkinliği olarak uygulanmak üzere ortaya atılmıştır. Proje, gönüllü katılımcı olarak projeye dâhil olan gençlerle başta Finlandiya'nın ana ulusal gazetesi olan "*Helsingin Sanomat*", yayın şirketi "*YLE*"nin sahip olduğu ulusal televizyon kanalları ve Finlandiya gençleri arasında en popüler çevrimiçi resim galerisi olan IRC-Galleria olmak üzere diğer ana akım medya için haber ve diğer gazetecilik materyalleri üreten ve projeye katılan gençleri denetleyen gençlik çalışanlarından oluşturulmuştur.[5] "*YVEB*" projesinin katılımcıları 13 ve 18 yaş arası ortaokul ve lise öğrencileri ile temel mesleki eğitim alan gençler arasından seçilmiştir. Gündüz okula giden öğrenciler, okuldan sonra proje kapsamında gönüllü olarak özel ders veren gençlik uzmanlarıyla birlikte çalışmalara katılmışlardır. 20 ila 40 genç düzenli olarak proje kapsamında gerçekleştirilen faaliyetlere katılmış ve projenin ikinci senesi olan 2007 yılında gönüllü öğrenci sayısı 120'ye yükselmiştir."*YVEB"* projesi yalnızca profesyonel gençlik uzmanlarının gençlerle buluşup tartışmaları için bir araç olarak görülmemiş aynı zamanda haberlere genç bakış açısı getirerek ana akım medyanın içeriğini değiştirmeyi amaçlamıştır. "*YVEB*" projesi gibi okul dışı bağlamda gerçekleştirilen profesyonel gençlik çalışmaları medya okuryazarlığı eğitimi ve gençlik medyası üretebilmek amacıyla ağırlıklı olarak medya atölyelerinde uygulanmaktadır. Bu bağlamda "*YVEB*" projesi, kültürel gelenekten siyasi katılım ve sivil teşkilatın artmasına doğru yeni bir adımı temsil etmektedir (Kotilainen, 2009, s. 245).

[5] Projeyle ilgili bilgiler "*Promoting Youth Civic Participation with Media Production: The Case of Youth Voice Editorial Board*" adlı çalışmadan elde edilmiştir.

6.1.3.1. Projenin Genel Hatları

YVEB projesi, 13-18 yaş aralığında ortaokul ve lise öğrencilerinden oluşan gençlere çeşitli anketlerin verildiği ve projeyi yürüten gençlik çalışanları ile katılımcı gençler arasında doküman analizi, katılımcı gözlemi ve mülakatların temel yöntem olarak esas alındığı bir katılımcı eylem araştırması olarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya yaklaşık 30 gönüllü genç katılmış ve biri projenin medya prodüksiyonundan sorumlu uzman olmak üzere üç gençlik çalışanı ile gönüllüler arasında düzenli istişare toplantıları gerçekleştirilmiştir. Proje kapsamında yapılan analizde çoğunlukla, gençlik çalışanlarının 2006-2008 yılları arasını kapsayan gazetecilik kariyerlerinde gerçekleştirdikleri röportajlar, topladıkları araştırma ve danışma notları ile çeşitli gazete seçkileri gibi materyallere odaklanılmıştır.

Proje kapsamında yapılacak çalışmalar ile ulaşılmak istenen esas amaç kamusal medya üretimi yoluyla gençlerin sivil katılımını arttırabilmek olduğundan gerçekleştirilecek kültürel çalışmalar çerçevesinde katılımcı eylem araştırması yaklaşımı uygulanmıştır. Projenin uygulandığı üç yıl boyunca katılımcı gençler, gençlik çalışanlarıyla birlikte medya kültürünün güçlendirilmesine yönelik profesyonel toplantılara ve çalışmalara katılmışlardır. Yapılan toplantılarda gençler, araştırmacılarla birlikte eleştirel tartışmalara katılarak yaptıkları gözlemleri aktarmış ve böylece gençlerin de araştırmacılar tarafından kavramsallaştırılan süreçte aktif rol alabilmeleri sağlanmıştır. (Kotilainen, 2009, s. 246)

6.1.3.2. Projenin Yöntemi ve Etkileri

YVEB projesi uygulamanın başlangıcından itibaren, ana akım medya tanımını editoryal uygulamalar ile medya pedagojik uygulamaları ve gençlik çalışmaları arasında ilişkilendirmiştir. Bu ilişkilendirme, projenin en yenilikçi boyutunu temsil etmektedir zira Finlandiya'da bu projeye kadar yapılan gençlik çalışmalarında medya yalnızca gençlik medyasının tanımına odaklanmıştır. Teknolojik gelişmelerle birlikte etkisini arttıran çevrimiçi gençlik danışmanlığı, medya okuryazarlığı eğitiminin medya atölyelerindeki etkisini de arttırmıştır. Bu etki, medya okuryazarlığının eleştirel ve yaratıcı becerilerini geliştirmeyi amaçlayan "*medya hakkında ve medya aracılığıyla öğretmeye*" kıyasla, e-öğrenme ve bilgi ve iletişim teknolojileri ile öğretimin gelişmesiyle okullardaki görünüme benzemektedir. Günümüzde temel iki eğilim; teknolojik eğilim (farklı eğitim amaçlı bir

araç olarak medya) ve sosyo-kültürel eğilim (eğitim içeriği olarak medya kültürü) aktif olarak işbirliği arayışındadır ve bütünleştirici uygulamalar sürekli olarak ortaya çıkmaktadır.

YVEB projesi, kamusal gazeteciliği gençlik çalışmaları ile bütünleştiren bir medya pedagojik projesi olarak sınıflandırılabilecektir. Kamu gazeteciliği, vatandaşların medyayla etkileşimini vurgulayan, gazetecilerin, insanların gündeme getirdiği konular hakkında kamuoyunda tartışmalar uyandırdığı bir harekettir. Kamu gazeteciliğinde olduğu gibi, projeye katılan gençler, örneğin "*Helsingin Sanomat*" gazetesinin okuyucuları olarak muhabir gibi hareket etmişler ve profesyonel gazetecilerle erişim sağlayıcı ve koruyucu olarak çalışmışlardır. Gençlik uzmanları, gençlik medya prodüksiyonu için yapılar oluşturmuşlar ve projede yer alan gençler için haftalık toplantılar ve çalıştaylar düzenlemişlerdir (Kotilainen, 2009, s. 247).

Projenin başında gençlerin demokratik katılımıyla yılda iki kez seçilen dört başkandan oluşan bir "*YVEB Kurulu"* oluşturulmuştur. Bu kurul, projeye katılmaya davet edilen profesyonel personeli seçmek gibi kararlara imza atmıştır. Ayrıca, kurul üyeleri, ana akım medya temsilcileriyle gençlik medyasının üretim alanı ve biçimleri hakkında görüşmeler yapmışlardır. Gençlik çalışanları bu nesiller arası, resmî müzakereleri organize etmiş, gençleri fikirlerini tartışmaya ve sunmaya hazırlamıştır.

YVEB projesi, katılımcı gençlerin istedikleri grupta yer alabildikleri farklı yayın çalışma gruplarını içeren üç ayrı modül şeklinde uygulanmıştır. Bu modüller;

a) Çekim ve set dekorasyonunu içeren set modülü,

b) Gazete düzenleme modülü,

c) IRC-Gallery gibi gençlerin kullandıkları resim galerilerindeki anketlerin çevrimiçi olarak planlanması ve uygulanmasına ilişkin modül olarak sınıflandırılmıştır.

Güncel bir konunun medyaya yönelik üretimi, profesyonel yaşamdaki gibi haftalık toplantılar yoluyla fikirlerin sunulması ve üretilmesiyle başlamış, katılımcılar medya uzmanlarına haber fikirlerini sunmuşlardır. Fikirlerinin medya uzmanları tarafından onaylanmasının ardından gençler bilgi ve veri toplayarak yazılarının içeriklerini zenginleştirmiş ve nihayetinde yazım aşamasına geçerek haber oluşum sürecinde aktif rol almışlardır.

Medya yapımcıları, gazeteciler ve gençlik çalışanları, gençleri kamusal gazetecilik ve görsel-işitsel medya üretimi için eğitmek amacıyla birlikte çeşitli medya-pedagojik uygulamalar geliştirmişlerdir. Örneğin, gazete düzenleme grubunun toplantıları, haber

fikirlerini teşvik etmek için haftalık gözlem ile başlamıştır. Tüm katılımcılar bir sosyal fenomenle bağlantılı olarak yaşamlarından en az bir gözlem hakkında bilgi aktarmışlardır. Bu çalışmalar ve modüller sayesinde haber veya televizyon programı gibi medya içeriklerinin üretiminde aktif rol alan genç katılımcılar, profesyonel medya dünyasına üretici perspektifinden bakarak medya içeriklerinin oluşum aşamalarını derinlemesine öğrenmişlerdir. Bu sayede medyaya eleştirel bir gözle bakabilen gençler, daha bilinçli medya tüketicileri olacaklar ve medya kültürünün içselleştirilmesi yoluyla etkin birer medya okuryazarı hâline geleceklerdir.

6.1.4 News Literacy Projesi (Los Angeles)

News Literacy projesi, 2008 yılında Los Angeles Times'ta uzun seneler muhabirlik ve yazarlık yapan Pulitzer ödüllü gazeteci Alan C. Miller tarafından Los Angeles'ta kurulmuştur. Miller, 2006 senesinde, altıncı sınıf öğrencisi olan kızının okuluna gazetecilik mesleği hakkında konuşma yapmaya davet edilmiş ve öğrencilerden aldığı yanıtlar neticesinde uzmanlıkları ve deneyimlerini ülkenin öğrencileriyle paylaşmasının ne denli yararlı olacağını fark etmesi üzerine iki yıl içerisinde Los Angeles Times gazetesindeki görevini bırakarak News Literacy Projesini başlatmıştır. Projenin finansmanı John S. ve James L. Knight Vakıfları tarafından yapılan 250.000 dolarlık bağış sayesinde sağlanmıştır. 2008 senesinde kurduğu web-sitesi ile faaliyete başlayan projenin ilk katılımcı haber kuruluşu New York Times gazetesi olmuştur. Esas amacı gençlere gerçeği kurgudan nasıl ayırt edeceklerini öğretmek olan proje, bugün Alan'ın önderliğinde yalnızca ortaokul ve lise öğrencileri için değil tüm ülke halkı için de çevrimiçi ve kişisel program ve kaynaklar içeren ulusal bir proje hâlini almıştır.

6.1.4.1. Projenin Genel Hatları

NewsLiteracy projesi, toplumda eksik olan haber okuryazarlığı becerisinin demokraside yaratabileceği sorunları görerek bu sorunları çözebilmek adına ulusal ölçekte uzmanlık programları geliştirmek misyonuyla başlatılmıştır.[6]Kâr amacı gütmeden, tarafsız ve ulusal bir eğitim enstitüsü olarak başlatılan News Literacy projesi, eğitimcilere, öğrencilere ve halka, bilinçli ve aktif birer bilgi tüketicisi ve eşit ve katılımcı bireyler olabilmeleri için gereken becerileri öğretmek ve gerekli kaynakları paylaşmak üzere

[6] Projeye ilişkin bilgilere https://newslit.org/ web-sitesinden ulaşılmıştır.

çalışmalarına başlamıştır. Eğitimin yanlış bilginin yayılmasıyla mücadelede en etkili yöntem olduğunu savunan proje, ücretsiz kaynakları ve araçlarıyla küresel bir izleyici kitlesine ulaşmayı hedeflemiştir. Bu amaçlarla proje kapsamında, muhabir ve yazar gazeteciler, belirli aralıklarla düzenlenen etkinliklerle öğretmen ve öğrencilerle bir araya gelerek öğrencilerin kurgu ile hakikati ayırt etmelerini sağlayacak beceri ve yetilerini geliştirebilmeleri adına ders ve seminerler vermişlerdir.

New York, Washington, Chicago gibi ülkenin çeşitli eyaletlerinden ilk ve ortaokul seviyesinde pilot okullar seçilerek, ülkenin önde gelen gazete ve medya kuruluşlarından tanınmış medya simalarının katıldığı çeşitli etkinlik ve forumlarla, öğrenciler dijital çağda neyin doğru neyin yanlış, neyin gerçek neyin sanal olduğu üzerine dersler alarak iyi bir haber okuryazarı olabilmenin yollarını öğrenmişlerdir. Bu kapsamda yaklaşık 26 haber kuruluşuyla işbirliği yapılarak 250'den fazla gazetecinin eğitim sürecinde yer alması sağlanmıştır. Yine proje çerçevesinde öğrenciler için, eğitimciler tarafından çevrimiçi olarak kullanılmak üzere derslerde faydalanılacak ilgi çekici ve renkli dijital haber okuryazarlığı materyalleri hazırlanmıştır. Bu sayede haber okuryazarlığı üzerine bilgi ve donanımlarını arttıran öğretmenlerin dijital çağda pek çok zararlı ve kirli içerikle karşılaşan öğrencileri bilgiyi daha doğru ve akıllıca kullanabilmeleri noktasında yönlendirebilecek birer eşlikçi hâline gelmeleri amaçlanmıştır.

Proje kapsamında başlatılan bir diğer etkinlik, 50 eyalette 40.000'den fazla eğitimcinin dâhil edildiği ulusal bir uygulama olan ve haber okuryazarı bir ulus oluşturmayı hedefleyen "*NewsLit Nation*" projesi olmuştur. Eğitimci deneyimini arttırmayı hedefleyen ve yerel okullarla medya kuruluşlarını birbirine bağlayan proje kapsamında, her yıl çalışma kampları düzenlenerek katılımcılara profesyonel bir gelişim programı sunulmuştur. Düzenlenen kamplarla eğitimciler, gazetecilik standartları ve uygulamaları üzerine dersler alarak, gazetecilerle bağlantı kurma fırsatı yakalamış ve sınıflarında kullanmak üzere gazetecilerin rehberliğinde bir dizi eğitici materyal hazırlamışlardır.

News Literacy projesi, haber okuryazarı ve uygulayıcısı ulusal bir topluluk oluşturabilmek adına, 20.000'i aşkın eğitimci üyesiyle yılda 3 milyon ortaokul ve lise öğrencisine eğitim vermektedir. Proje çerçevesinde ücretsiz olarak kullanıma sunulan "*Checkology*" sanal sınıfı ile eğitimciler için ortaokul ve lise öğrencilerine güvenilir bilgiyi nasıl tanımlayacakları, güvenilir kaynakları nerede arayacakları, hangi kaynaklara güvenip hangi kaynakları reddedecekleri ve hangi bilgileri çürüteceklerini öğretmelerini sağlayacak tarayıcı tabanlı bir çevrimiçi öğrenme platformu sunularak uzaktan veya evden eğitim için uygun bir kaynak sunulmuştur. Yine projenin internet sitesinde yer alan eğitimci kaynak

kitaplığı ile öğretmenlere ücretsiz olarak derslerde kullanabilecekleri ders planları, sınıf etkinlikleri, posterler, bilgi grafikleri, mini sınavlar, eğitim materyalleri ve videolar sunulmuştur. Ayrıca haftalık olarak web-sitesinde yayınlanan ücretsiz haber bülteni ile öğretmenlerin sınıf içi etkinliklerde kullanabilmeleri için yanlış bilgi örneklerini öğrencilere sunabilmelerini sağlayan raporlar, medya ve basın özgürlüğü konuları ile sosyal medya eğilimleri ve sorunlarını konu edinen çalışmalara yer verilmiştir.

6.1.4.2.Projenin Değerlendirmesi

Medya okuryazarlığının bir alt kümesi olan haber okuryazarlığı, dijital medyanın günlük yaşantımızdaki etkinliğini arttırması ve güncel haberin esas kaynağının online haber siteleri, bireysel ve amatör haber blogları ile sosyal medya platformları hâline gelmesiyle birlikte önemini arttırmıştır. Bireylerin bilhassa çocuk ve gençlerin bu dijital ortamda, kirli ve yanlış haberlere maruz kalmamaları adına gerçek haber ile yalan haberin ayırt edilebilmesi, güvenilir kaynak ayrımının yapılabilmesi ve demokratik çerçevede hür basının işlevlerinin ve öneminin kavranabilmesi büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda bireylerin haber okuryazarı olabilmeleri adına önce ulusal düzeyde başlatılan ancak zamanla küresel başarı elde eden News Literacy projesi, sağladığı yenilikçi eğitim metotları ve zengin çevrimiçi kaynaklarıyla gerek eğitimcilere gerekse öğrencilere ve tüm topluma güncek örnekler ve veriler ışığında uygulamalı öğrenme deneyimi sunan ve tüm toplumun doğru ve gerçek haberi ayırt edebilen haber okuryazarı bireyler olmasını amaçlayan bir proje olarak ülkemiz adına da örnek bir okuryazarlık projesi teşkil edecektir.

6.1.5 Look Sharp Projesi (New York)

Look Sharp projesi, 1996 yılında Amerika'nın New York eyaletinde yer alan Ithaca Üniversitesi dâhilinde, projenin kurucu ve yönetici ortağı Cyndy Scheibe tarafından geliştirilen ve sağladığı medya okuryazarlığı materyalleri ve mesleki gelişim etkinlikleri yoluyla öğrencilerin eleştirel düşünme, bilişsel yetenek ve sivil katılımlarını geliştirmelerine yardımcı olmayı taahhüt eden kâr amacı gütmeyen bir sosyal yardım programı olarak kurulmuştur.[7] Look Sharp Projesi, medya okuryazarlığının tüm sınıf düzeylerinde ve öğretim alanlarında sınıf müfredatlarına entegrasyonunu teşvik etmek, desteklemek ve okullardaki medya okuryazarlığı eğitimlerinin ağırlığını arttırmak amacıyla

[7] Projeye ilişkin bilgilere http://www.ithaca.edu/looksharp web-sitesinden ulaşılmıştır.

başlatılmıştır. Proje zaman içerisinde New York eyaletindeki okullara odaklanan bir taban girişiminden dünyanın dört bir yanından eğitim liderleriyle çalışan uluslararası bir organizasyona dönüşmüştür. 25 yıldır faaliyetlerine devam eden proje kapsamında bugüne kadar yaklaşık 20.000 eğitimci görev almış ve 500'ü aşkın ücretsiz eğitim materyali ile 160 ülkeye erişim sağlanmıştır. Proje kapsamında hazırlanan kolektif müfredat doğrultusunda medya üretimi, sosyal bilimler, psikoloji, çevre eğitimi, proje yönetimi gibi alanlarda uzman eğitimcilerce hazırlanan materyaller ve etkinlikler çerçevesinde dersler verilmektedir. Müfredat odaklı mezkûr girişimde, öğrenciler doğrudan öğretmenlerle birlikte çalışmakta ve medya okuryazarlığını aktif olarak kullanabilen eğitimciler arasında bir işbirliği ruhu geliştirmek amaçlanmaktadır. Genel anlamıyla bakıldığında Look Sharp projesinin, medya okuryazarlığı için stratejiler, tavsiyeler ve materyaller sağlayan ve ilk ve orta eğitim seviyesinde aktif olarak görev yapan öğretmenlerle her geçen gün gelişen medya eğitimi arasında bir köprü görevi kurmayı amaçlayan yenilikçi bir girişim olduğu söylenebilecektir.

6.1.5.1.Projenin Hedefleri

İçinde yaşadığımız bilgi ve enformasyon çağı, öğrencilerin, medyanın siyasi süreçler ve küresel toplumu oluşturan çeşitli nüfuslar ile güç dinamikleri üzerindeki etkisinin farkında olan bireyler olarak yetişmelerini gerektirmektedir. Nitekim günümüz dijital medyasındaki bilgi ve enformasyon bolluğu ve bu içeriklerin kolay erişebilirliği tüm yaş gruplarından öğrencinin bu verileri etkili bir şekilde filtreleyebilmelerini ve medyayı akıllıca kullanabilmelerini mecbur kılmıştır. Bu doğrultuda en etkili silah olan medya okuryazarlığı eğitiminin, tüm sınıf seviyelerinde mevcut müfredata kolayca entegre edilebilir ve disiplinler arası ve farklı öğrenme stillerini tanıyan eğitim yaklaşımlarını keşfetmek için etkili bir araç olduğunu söylemek mümkündür. Medya okuryazarlığı eğitimi, öğrencilerin çoklu bakış açılarını takdir etmelerine ve daha iyi anlamak için bilgileri analiz etmelerine yardımcı olarak katılımcı vatandaşlığı teşvik edecektir.

Medya okuryazarlığı eğitimlerini yaygınlaştırarak çağa ayak uyduran eğitim modülleri aracılığıyla her seviyeden öğrenciye ulaşmayı amaçlayan Look Sharp projesinin temel hedefleri aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Projeye dâhil edilen öğretmenlere hizmet öncesi ve hizmet içi eğitimlerle medya eğitim pratiği sağlamak,

- Devlet okulu öğretmenleri ve öğrencilerle çalışan diğer profesyoneller tarafından kullanılmak üzere bir medya okuryazarlığı materyalleri kütüphanesi geliştirmek,
- Medya okuryazarlığını içeren ve sınıf pratiğini geliştiren yeni ve gözden geçirilmiş öğretim materyalleri ve pedagojik stratejiler oluşturmak üzere öğretmenlerle birlikte çalışmak,
- Medya okuryazarlığı eğitiminin etkinliğini değerlendirmek için araçlar geliştirmek ve test etmek,
- Ulusal ve uluslararası düzeyde medya okuryazarlığı eğitimini teşvik etmek ve desteklemek,
- Medya okuryazarlığını tüm sınıf düzeylerinde ve tüm öğretim alanlarında okul müfredatına dâhil etmek amacıyla bir model geliştirmek ve medya okuryazarlığının, öğretmenlerin yeni öğrenme standartları geliştirmelerine nasıl yardımcı olabileceğini göstermek.

6.1.5.2.Projenin Temel İlkeleri

Proje kapsamında 11 temel ilke belirlenerek medya okuryazarlığını herhangi bir müfredat alanına dâhil edebilecek genel bir kılavuz oluşturulmaya çalışılmıştır(Miller, 1999, s. 4).

1. Medyayı kullanarak genel gözlem, eleştirel düşünme, analiz ve üretim becerilerini geliştirmek amacıyla;
   - Öğrencileri ders kitapları ve evde kullandıkları sosyal medya platformları da dâhil olmak üzere herhangi bir medya mesajında sunulan bilgi hakkında düşünmeye teşvik etmek,
   - Medya mesajlarının farklı geçmişlere sahip veya farklı sosyal çevrelere mensup kişiler tarafından farklı şekillerde yorumlanabileceği yöntemlere işaret etmek,
   - Öğrencilere basılı materyal okutmak veya video izletmek suretiyle spesifik olay veya objeleri bulmaya yönlendirmek ve belli bir zaman sonra bu olay veya objeye ilişkin sorular sorarak gözlem ve hafıza becerilerini geliştirmeyi sağlamak,
   - Öğrencilerin bir medya mesajının tesadüfî yönlerini tanımlamak ve yorumlamak için eldeki müfredat konusunun ötesine geçmelerine izin vermek (örneğin, materyali sunan kişilerin özellikleri, dikkat çekmek için kullanılan

teknikler ve reklam ve ürün mesajlarının diğer medya içeriği türlerine girme şekilleri)

- Öğrencilerin herhangi bir konuya ilişkin medya mesajı oluşturmalarını teşvik ederek yaratıcı becerilerini ilerletmelerini sağlamak,

2. Medyayı kullanarak yeni bir konuya ilişkin ilgilerini arttırmak amacıyla;

- Heyecan verici veya tanıdık bir video klip göstermek veya konuyla ilgili kısa bir kitap veya hikaye (kurgu veya kurgusal olmayan) okumak,
- Öğrencilerin konuya ilişkin ihtilaflı bir dergi veya gazete makalesini okumak, analiz etmek ve tartışmak amacıyla küçük gruplar hâlinde çalışmalarını sağlamak,
- Öğrencileri münazara etmelerini sağlamak amacıyla kısa bir video, dergi illüstrasyonu veya kısa bir makale kullanarak konu hakkındaki görüşlerini ifade etmeye teşvik etmek,
- Öğrencilere bir konuya ilişkin bilgileri internette nasıl arayacaklarını göstermek,
- Öğrencileri, diğer öğrencilerin görüntülemesi için konu hakkında bir medya ürünü (resim, video, gazete veya dergi raporu vb.) planlamaya ve tasarlamaya yönlendirmek. (Miller, 1999, s. 5)

3. Öğrencilerin hâlihazırda medya aracılığıyla aşina oldukları bir konuyu hangi kanallar aracılığıyla öğrendiklerini belirlemek amacıyla;

- Öğrencilerin bir konu hakkında zaten bildikleri veya konuyla ilgili aşina olabilecekleri hususları tespit etmek amacıyla popüler medya içeriklerinden örnekler vermek,
- Bir süjenin akademik maksatlarla ele alınma biçimi ile popüler medyada kullanım şekli arasındakifarkları göstererek iki olgu arasındaki sınırları çizmek(örneğin, bir reklam filmi jeneriği ile şiir karşılaştırması)
- Ele alınan konuya ilişkin terminolojinin akademik olarak kullanımı ile popüler kültürde kullanımı arasındaki farkları ortaya koymak,
- Öğrencilerin medyadan öğrendikleri içerikleri sezgisel bilgi temeline oturtmalarını sağlamak.

4. Medyayı standart bir eğitici araç olarak kullanarak;

- Çeşitli medya kaynakları (kitaplar, gazete/dergi makaleleri, eğitim videoları, web siteleri) aracılığıyla konu hakkında bilgi vermek, farklı medya türlerin

yararlılığını karşılaştırmak ve farklı kaynaklardan gelebilecek çelişkili bilgileri ele almak,

- Bilgiyi standart bir ders veya gösteri ile mümkün olduğundan daha zengin ve etkili bir şekilde iletmek için medyayı kullanmak,
- Öğrencileri medyadaki güncel olayları takip etmeye ve yazmaya teşvik etmek,
- Medyada yer alan içerikleri çalışma yapmak amacıyla kullanmak (materyal okuma, gazete veya dergilerde bir konu hakkında bilgi arama vb.),
- Öğrencileri muhtelif medya kaynaklarından edindikleri bilgi ve haberleri sınıf içinde paylaşmaya teşvik etmek. (Miller, 1999, s. 6)
- Medya tarafından üretilen bir konu hakkındaki yanlış inanışları tanımlayabilmek için;
- Bir konuyu yanlış tanıtan veya bir konu hakkında yanlış veya yanıltıcı bilgiler sunan medya içeriğini analiz etmek,
- Medyada veri sunumundaki yanıltıcı yöntemleri ayırt edebilmeyi sağlamak (istatistiklerin hatalı gösterilmesi, belirsiz rakamlar ve tablolar sunulması)
- Öğrencilerin kurgusal bir medya içeriğinde yer alan bir konu hakkında edinebilecekleri yanlış inançları tespit etmek,
- Öğrencilerin kendi yanlış ve yanıltıcı medya mesajlarını oluşturup sınıfta sunmalarını ve daha sonra sınıftaki diğer öğrenciler için bu mesajları çürütmelerini sağlamak (dijital olarak manipüle edilmiş basılı reklamlar, ticari reklamlar vb.).

5. Medyada güvenilirlik ve önyargı konularında farkındalık geliştirebilmek amacıyla;

- Bir medya mesajının kaynağının ve üretilme amacının nasıl tespit edileceğini ve bunun bilginin nesnel niteliğini nasıl etkileyebileceğini öğretmek,
- Belirli bir konuya ilişkin fark medya türlerinde yer alan kurgusal ve kurgusal olmayan içerikler arasında ayrım yapabilmek,
- Herhangi bir konuya ilişkin farklı medya türlerinde yer alabilecek güvenilir kaynakları ayırt edebilmenin yollarını öğrenmek,
- Birçok farklı kaynaktan bilgi edinmenin önemini ve farklı bilgi parçalarına nasıl ağırlık verileceğini vurgulamak (örneğin, bilginin bilimsel bir araştırmaya ve sair kanıtlara mı yoksa kişisel görüşe mi dayandığını belirlemek),

- Herhangi bir konuya ilişkin medya mesajı üretirken konunun sunumunda kullanılacak kelimeleri ve üslubu seçebilmek ve hangi konuların sunulup hangi konuların dışarıda bırakılacağına ilişkin kararı vermek,
- Medya mesajlarının, mesajı oluşturan veya sunan şahsın kimliğini nasıl aksettirdiğini ve aynı mesajın farklı bir geçmişe, yaşa, ırka veya cinsiyete sahip biri tarafından sunulması veya oluşturulması durumunda nasıl farklı şekilde karşımıza çıkabileceğini araştırmak (Miller, 1999, s. 7).

6. Herhangi bir konuya ilişkin farklı medya türlerinde yer alabilecek bilgileri kıyaslayabilmek amacıyla;

- Konuya ilişkin bilgilerin belgeselde, haber ajanslarında, gazete yazılarında, reklamlarda veya eğitici çocuk programlarında nasıl farklı şekillerde sunulabileceğini belirlemek,
- Farklı medya türlerinde konuya ayrılan süreler arasındaki farkların karşılaştırılması ve bunun nedenlerinin araştırılması,
- Farklı medya ortamlarında sunulan aynı bilgiye maruz kalan iki kişi tarafından çıkarılabilecek farklı sonuçların analiz edilmesi,
- Belirli bir mesaja en iyi şekilde ulaşabilmek için farklı medya türlerinin güçlü yanlarını tartışmak,
- Farklı medya türlerini kullanarak konuya ilişkin mesajlar üretmek veya aynı konuya ilişkin farklı mesajlar iletmek amacıyla bilgi ve görselleri değiştirmek.

7. Belirli bir medya türünün bir konu veya sorun üzerindeki etkisini tarihi veya kültürel olarak analiz etmek amacıyla;

- İlgili konunun tarihinde medyanın oynadığı rolün tartışılmasını sağlamak (medyanın konunun niteliğini nasıl sunduğu veya değiştirdiği vs.)
- Daha önceki nesillerin bu konu hakkında nasıl bilgi sahibi olduğunu, şu anda bizim için mevcut olan kaynaklara kıyasla geçmişte hangi bilgi kaynaklarının mevcut olduğunu ve bunun insanların yaşamlarında ne gibi farklar yaratacağını tartışmak,
- Bir konuya ilişkin farklı kültürlerdeki bilgi düzeyini ölçmek ve bu bilginin mevcut medyadan nasıl etkilendiğini keşfetmek,
- Kendi ülkemizde nadiren kullanılan bir medya formunun diğer ülke veya kültürlerdeki mevcudiyetini veya baskınlığını araştırmak (Miller, 1999, s. 8).

8. Belirli müfredat becerileri geliştirmek ve uygulamak amacıyla medyayı kullanarak;

- Okuma ve anlama becerilerini geliştirmek amacıyla kitap, gazete, dergi gibi basılı medya araçları kullanmak,
- Hâlihazırda medya içeriğinde yer alan pasajları standart hikâye problemleri veya uygulama alıştırmaları ile değiştirmek (matematik becerileri uygulamak, dilbilgisi veya yazımı düzeltmek vs.)
- Belirli becerileri geliştirmek amacıyla medya ürünlerini kullanmak(medya mesajlarının üretiminde kullanılan dilbilgisi, şiir, matematik vs.)
- Medya okuryazarlığı bilgilerini içeren becerileri uygulamak amacıyla örnekler hazırlamak,
- Öğrencileri internette bilgi aramaya, çoklu ortam projeleri geliştirmeye ve bir konu hakkında bilgi sunmak için bilgisayarları kullanmaya teşvik ederek bilgisayar becerilerini geliştirmek.

9. Öğrencilerin görüşlerini ifade etmek ve dünya hakkındaki anlayışlarını göstermek amacıyla medyayı kullanarak;

- Öğrencileri, özellikle ilgilerini çeken çarpıtmalar ve önyargı sorunları için medya mesajlarını analiz etmeye teşvik etmek(cinsellikle ilgili mesajlar, ırk ve yaş çarpıtmaları vs.)
- Öğrencileri ürettikleri medya mesajlarıyla duygularını ve fikirlerini ifade etmeye teşvik etmek,
- Çeşitli medya prodüksiyonları hakkında üzerine düşünülmüş eleştiriler geliştirmelerini sağlamak,
- Popüler medya makaleleri ve prodüksiyonları hakkında değişik bakış açılarının tartışılmasını teşvik etmek (Miller, 1999, s. 9)

10. Medyayı bir değerlendirme aracı olarak kullanmak suretiyle;

- Öğrencilerin bir konu hakkındaki fikirlerini nihai bir medya raporunda özetlemelerini sağlamak,
- Bir konu hakkındaki bilgilerini ölçmek amacıyla öğrencileri sahte medya prodüksiyonları oluşturarak gruplar hâlinde çalışmaya teşvik etmek,
- İşlenen ünitenin sonunda konuya ilişkin yanlış bilgiler içeren bir medya mesajı sunarak öğrencilerin mesajda neyin doğru neyin yanlış olduğunu tespit edip edemeyeceğini kontrol etmek.

11. İçinde yaşadıkları topluma bağlı ve toplumun iyiliği için çalışan bireyler yetiştirebilmek amacıyla medyayı kullanarak;

- Öğrencilerin medya mesajları üretebilmelerini ve medya mesajlarını analiz edebilmelerini sağlamak amacıyla sivil toplum kuruluşlarıyla projeler geliştirmek,
- Öğrencilerin müfredata ilişkin sivil toplum kuruluşlarıyla iletişim kurmalarını ve ajans projelerine yardımcı olmak için üretim becerilerini kullanmalarını sağlamak,
- Tecrübeli öğrencilerin daha genç öğrencilere medya mesajı üretim yöntemleri ve medya okuryazarlığı prensiplerini öğretmelerini sağlamak,
- Mesaj iletmek veya konuyla ilgili araştırma projelerini paylaşmak için medya forumlarını (yerel televizyon kanalları, gazete ve dergiler gibi) kullanmak (Miller, 1999, s. 10).

6.1.5.3 Projenin Yöntemleri

Look Sharp projesi kapsamında uygulanan 11 temel ilke doğrultusunda projede belirlenen hedeflerin gerçekleştirilebilmesi için aşağıda yer verilen yöntemlerden yararlanılmıştır(Miller, 1999, s. 13).

Atölye Çalışmaları: Öğretmenler, okul kütüphanecileri ve çocuklarla çalışan diğer eğitimciler, ilgili grupların özel ihtiyaçlarına göre tasarlanmış atölyelere katılım sağlamıştır. Medya mesajlarının eleştirel analizlerinin yapıldığı ve mesaj üretim tekniklerinin vurgulandığı atölyelerde, matematik ve fen bilgisi gibi derslerin medya okuryazarlığı eğitimlerine entegre edilmesi gibi müfredata özgü konularla birleşim sağlanması yoluyla ve çok kültürlülük, cinsiyet sorunları, şiddet gibi sosyal ve toplumsal konular ile medya okuryazarlığı eğitimlerinin birleştirilmesinden oluşan yöntemlerle eğitimler sürdürülmüştür.

Haber Gazeteleri: Öğretmenlerin derslerde kullanması için hazırlanan haber gazetelerinde, medya okuryazarlığının sınıf içi kullanımına yönelik özel bilgi ve tekniklere yer verilmiştir.

Medya Okuryazarlığı Kaynak Kütüphanesi: Proje kapsamında geniş bir medya okuryazarlığı materyalleri kütüphanesi geliştirilmiş ve 1980'lerin başlarına kadar uzanan televizyon içerikleri ve reklam filmleri arşivlerine de erişim sağlanmıştır.

Müfredat Geliştirme Teknikleri ve Danışmanlık: Proje kapsamında, medya okuryazarlığını belirli müfredat alanlarına dâhil etmek isteyen öğretmenlere birebir koçluk

hizmeti ve sınıf öğretmenleri için bir e-posta tartışma listesi aracılığıyla danışmanlık hizmeti sunulmaktadır. Ayrıca medya okuryazarlığını belirli notlara ve müfredat alanlarına bağlayan geniş bir fikir veritabanı oluşturulmuştur.

Araştırma ve Değerlendirme: Medya okuryazarlığı eğitimlerinin yeterliliğini değerlendirmek için özel değerlendirme protokolleri geliştirilmiş ayrıca medya okuryazarlığı ile bağlantılı bireysel müfredatlar için özgün değerlendirme araçları geliştirmek üzere doğrudan öğretmenlerle birlikte çalışılmıştır.

Konuşmacılar Bürosu: Projenin genel direktörü Cyndy Scheibe başta olmak üzere diğer proje üyeleri, medya etkileri ve medya okuryazarlığı alanında uzman eğitimciler olarak proje kapsamında açılış konuşmaları, konferanslar ve etkinlikler gerçekleştirmiştir.

Proje Websitesi (www.ithaca.edu/looksharp) :Look Sharp projesi için kurulan web sitesinde; proje hakkında genel bilgiler, medya okuryazarlığı kaynak kitaplığı, güncel okuryazarlık gelişmeleri, atölyeler çalışmalarından çıktılar, haber bültenlerinden alıntılar ve diğer medya okuryazarlığı web sitelerine bağlantılara yer verilmiştir.

6.1.6. "*Be Media Smart*" Projesi (İrlanda)

"*Be Media Smart*" projesi, 2019 yılında İrlanda'da başlatılan ve her yaştan bireyi herhangi bir medya platformunda gördükleri, duydukları veya okudukları bilgilerin doğruluğunu ve güvenilirliğini sorgulamaya ve medya iletileriyle karşılaşıldığında "*Dur, düşün ve kontrol et*" ilkesini benimsemeye yönlendirmeyi amaçlayan bir kamuoyu bilinçlendirme projesidir (Russell, 2019, s. 275). Proje kapsamında İrlanda'nın radyo ve televizyon yayıncılığını düzenleyen kurumunun yardımlarıyla, toplumda medya okuryazarlığı eğitimlerini teşvik etmek amacıyla gönüllü üyelerden oluşan "*Media Literacy Ireland[MLI]"* isimli bir ağ oluşturulmuştur. Mezkûr ağ yapılanmasının hâlihazırda, yayıncılık kuruluşları, dijital yayın platformları, kütüphaneler, akademik kuruluşlar ve sivil toplum örgütleri de dâhil olmak üzere çok çeşitli sektörlerden toplamda 120 adet üyesi bulunmaktadır. Oluşturulan iletişim ağının esas amacı medya okuryazarlığı kaynaklarının ulaşılabilirliğini ve bu kapsamda yürütülecek araştırmaları kolaylaştırmak ve bir dizi paydaş arasında yeni ortaklık fırsatlarını teşvik etmektir(Russell, 2019, s. 275).

6.1.6.1. Projenin Genel Hatları

Proje kapsamında geliştirilen "*Be Media Smart-Akıllı Medya Kullanıcısı Ol*" ifadesi, Mart 2019'da Avrupa Komisyonu tarafından düzenlenen Avrupa Medya Okuryazarlığı Haftası'na "*Media Literacy Ireland[MLI]*" üyelerinin de katkıda bulunma çağrısı üzerine geliştirilen bir kampanya sloganı olarak ortaya çıkmıştır. Kısa bir planlama sürecinin ardından MLI tarafından İrlanda için ulusal bir medya okuryazarlığı kampanyası başlatılarak 18 Mart 2019'dan 7 Nisan 2019'a kadar süren bir dizi etkinlik gerçekleştirilmiştir (Russell, 2019, s. 276). Kampanyanın konsepti nasıl ki yediğimiz yemeklerin kaynağını araştırmanın yolları varsa edindiğimiz bilgilerin de kaynağını, kökenini araştırmanın pek çok yolu var fikrine dayandırılmıştır. Kampanyanın radyo, televizyon, sosyal medya ve basın yoluyla duyurulması için özel bir web-sitesi geliştirilmiş ve bu web-sitesinde ulusal ve uluslararası pek çok kaynağa da yer verilmiştir. İrlanda'nın ulusal radyo ve televizyon yayıncısı "*Raidió Teilifís Éireann[RTE]*", projenin sorumluluğunu üstlenerek tüm ulusal ve yerel gazetelerde, televizyon kanallarında ve radyolarda yayınlanacak bir reklam kampanyası başlatmıştır. Ayrıca projenin tanıtımı için kapsamlı bir sosyal medya kampanyası da başlatılmış ve çeşitli MLI üyeleri ile RTE tarafından oluşturulan sosyal ve dijital varlıklar kullanılarak projenin kâr amacı gütmeyen tüm işbirlikçileri için Facebook, Google ve Twitter üzerinden ücretsiz reklam kredisi imkânı sunulmuştur.

Proje kapsamında yürütülen tanıtım ve iletişim kampanyaları, radyo ve televizyon kanalları ile büyük ulusal gazetelerde yayınlanan köşe yazıları ve çevrimiçi site ve bloglarda yayınlanan çeşitli raporlar ve çok sayıda editoryal haberle de tanıtılmış ve daha sonra bir dizi ulusal ve uluslararası etkinlikte de projeye atıfta bulunularak tanıtımları yapılmıştır. Bu sayede kısa sürede büyük kitlelere ulaşarak ulusal düzeyde medya ve bilgi okuryazarlığı farkındalığını arttırmayı başaran proje, medya kuruluşlarıyla işbirliği yapmanın medya okuryazarlığı eğitimine dikkat çekme noktasında da ne denli önemli olduğunu göstermiştir. Medyaya yönelik bilinci arttırmayı hedefleyen kampanya, ulusal ve küresel çapta sahte haberlerin ve medyada dezenformasyonun oldukça arttığı dijital çağda medya ve bilgi okuryazarlığı becerileri geliştirmenin ne denli önemli olduğuna vurgu yaparak medya okuryazarı olmanın her İrlanda vatandaşı için temel bir sorumluluk olduğunun da altını çizmiştir(Russell, 2019, s. 277).

6.1.6.2. Projenin İlkeleri

"*Media Literacy Ireland*" tarafından yürütülen ve özel ve kamusal pek çok işbirlikçi tarafından desteklenen proje, bireylerin medyada karşılaşabilecekleri bilgi ve haberlerden hangisinin gerçek ve yararlı, hangisinin yanlış veya sahte olduğuna karar verme noktasında yararlanabilecekleri bir kılavuz hazırlayarak medya iletileriyle karşılaşıldığında "*Dur, düşün ve kontrol et*" ilkesini uygulamaya teşvik etmektedir. Aşağıda bu ilkelere açıklamalarıyla birlikte yer verilmiştir.[8]

1. "Dur" İlkesi

i. Her zaman haber başlığından fazlası okunmalıdır.

Manşetler dikkat çekmek için tasarlanmıştır ancak bir manşet veya kısa bir sosyal medya gönderisi hiçbir zaman hikâyenin tamamını veremez. Bunun için her zaman haber başlığından fazlası okunarak detaylara inilmeli haberin aslı öğrenilmeye çalışılmalıdır.

ii. Bir resim yahut fotoğraf her zaman hikâyenin tamamını yansıtmayabilir.

Resimler veya fotoğraflar her zaman gerçeği yansıtmayabilir. Bir fotoğraf onu çeken kişinin bakış açısını yansıtır ve hiçbir zaman olayın bütününü göstermez. Medyaya yansıyan fotoğraflar değiştirilmiş veya bağlamı dışında kullanılmış olabilir, bu nedenle doğruluğunun anlaşılabilmesi için kaynağının araştırılması gerekmektedir.

iii. Bir bilginin yaygın veya trend olması, doğru olduğu anlamına gelmez.

Dezenformasyon, güçlü bir duygusal tepki uyandırmak ve öfke, heyecan, inançsızlık gibi anlarda paylaşmayı veya "*beğenmeyi*" teşvik etmek için tasarlanabilir. Sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları, bilgileri geniş insan gruplarıyla hızlı bir şekilde paylaşmayı kolaylaştırdığından doğru olmayan bilgilerin yayılımı da artmıştır.

2. "*Düşün*" İlkesi

i. Bilginin hangi amaçla oluşturulduğunun dikkatlice düşünülmesi gerekmektedir.

Bilgi;

- Bir şeyler anlatmak maksadıyla(haberler gibi)
- Eğlendirmek maksadıyla(komik videolar, çizgi filmler)
- İkna etmek, yönlendirmek maksadıyla (reklamlar) kullanılır.

[8] Projeye ilişkin bilgilere https://www.bemediasmart.ie/ web-sitesi üzerinden ulaşılmıştır.

Bilginin ne kadar güvenilir veya doğru olduğuna karar verilmesi için bilginin tarzına, tonuna ve kaynağına bakmak gerekmektedir.

ii. Medya iletileri okunurken önyargıların kenara bırakılması gerekir.

- Medya mesajlarının kişinin kendi görüşleriyle ne kadar uyuşup uyuşmadığının değerlendirilmesi önemlidir. Mesaj şüpheli bir izlenim bıraksa dahi bireyin kendi görüşlerini temsil ediyorsa mesajın doğru kabul edilmesi daha olasıdır.
- Algoritmalar gibi formüller, çevrimiçi olarak okunanları, görülenleri ve duyulanları takip edebilir, kişinin geçmiş seçimlerine dayalı olarak önerilerde bulunabilirler. Bu nedenle, ulaşılan mesaj veya bilgilerin kişisel olması ve daha geniş görüşleri yansıtmaması kuvvetle muhtemeldir.

iii. Bilgilerin farklı kaynaklarda da yer alıp almadığının kontrol edilmesi gerekmektedir.

- Aynı bilgi farklı kaynaklarda yer almıyorsa bunun nedeni yanlış, güvenilmez veya güncelliğini yitirmiş olması olabilir. Özellikle çok güncel veya haber değeri taşıyan bilgiler için bu ilke geçerlidir.

3. "*Kontrol Et*" İlkesi

i. Medya iletilerinin yer aldığı web-sitesi bağlantısı dikkatlice incelenmelidir.

- İyi bilinen bir haber veya medya sitesine çok benzeyen bir web adresine (URL) sahip web sitelerinde dezenformasyona rastlanabilir. URL bağlantısının yazımında yalnızca küçük bir değişikliğe gidilerek yanıltıcı durumlara sebebiyet verilebilir. Böyle durumlarda şüphe edilmesi hâlinde, gerçek siteye giderek URL karşılaştırması yapılması doğru olacaktır.
- Bilgi aşina olunmayan bir web sitesinden geliyorsa, web sitesini kimin kurduğu ve bu bilgilere neden sahip olabileceği hakkında daha fazla bilgi edinmek için "*Hakkında*" bölümüne bakmak faydalı olacaktır.

ii. Bilginin/iletinin kaynağı olan yazar, yapımcı veya yayıncının kimliği araştırılmalıdır.

- Bilgiyi kimin oluşturduğunu bilmek, oluşturanın motivasyonunun ne olduğunun değerlendirilmesine yardımcı olacaktır. Kişinin oluşturduğu iletinin bir ürün satmak maksadıyla mı yoksa bir siyasi fikri yaymak maksadıyla mı olduğunun anlaşılması bu noktada önemlidir. Tamamen para

karşılığında bir ürünü veya fikri savunan sosyal medya fenomenlerinin oldukça yaygın olduğu gözetildiğinde, bu ayrımın yapılması mesajın oluşturulma amacının tespit edilmesine de yardımcı olacaktır.

iii. **Mesajın doğruluğunun kontrol edilmesi için ayrıntılarına bakılması gerekmektedir.**

- Medya mesajında bahsedilen tarihlerin tutarlılığı, yazarlara ilişkin kaynak bağlantıların varlığı, yazım hataları gibi hususlar mesajın güvenilirliğinin tespitinde önemli bir yere sahiptir.

iv. **İkinci bir görüş alınması mesajın güvenilirliğini arttıracaktır.**

- Profesyonel hizmet olarak teyit bilgisi veren kuruluşlardan görüş alınabilecektir. Poynter Enstitüsü tarafından oluşturulan "*Uluslararası Doğruluk Kontrol Ağı*" bu alandaki en iyi uygulamaları ve değişimleri teşvik ederek dünya çapında teyit sağlayan kuruluşları bir araya getirmektedir.

6.1.2.3. Projenin Değerlendirmesi

2019'dan bu yana yürütülen "*Be Media Smart*" projesi, İrlanda yurttaşlarının gerçek ve faydalı bilgi ve habere ulaşabilmesi için yürüttüğü faaliyet ve etkinliklere günümüzde de devam ederek yalnızca çocuk ve gençler için değil her yaştan birey için medya okuryazarlığı bilinci oluşturmayı amaçlayan kapsamlı bir çalışma olarak nitelendirilebilecektir. Projenin internet sitesi, ulusal ve uluslararası güncel pek çok kaynağa yer vermek suretiyle okuyuculara geniş bir bilgilendirme ağı sunmaktadır. Projenin paydaşları arasında ulusal medya ve haber kuruluşlarının yanı sıra Google, Twitter, Virgin Media, Kinzen, Facebook gibi pek çok küresel çapta faaliyet gösteren şirket de yer almakta ve bu sayede projenin etki yelpazesi de genişlemektedir.

6.2. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Tarafından Düzenlenen "Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe" Çalıştayları

Düzenleyici ve denetleyici bir kuruluş olarak medya okuryazarlığı alanında üstlendiği sorumluluk gereği öncü faaliyetlere imza atan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, yeni iletişim teknolojileri doğrultusunda gelişen dijital medyanın toplum ve bilhassa çocuklar üzerinde sahip olduğu etkinin ciddiyeti doğrultusunda bu alanda yürütülmesi

gereken projelerin sorumluluğunu da üstlenerek Yunus Emre Enstitüsünün işbirlikleriyle "*Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe"* çalıştaylarını düzenlemiştir. Çalışmanın bu bölümünde, yedi farklı ülkede gerçekleştirilen mezkûr çalıştay raporları incelenerek akademik literatüre katkı sağlanmaya çalışılacaktır.

6.2.1."Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı" - Brüksel

"*Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı"*nın ilki Belçika'nın Brüksel şehrinde, 26-29 Kasım 2021 tarihleri arasında Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın destekleri ve Yunus Emre Enstitüsünün işbirlikleriyle gerçekleştirilmiştir. Dijital çağda medya, toplum ve Avrupa'da Türk dili ve medya okuryazarlığı eğitiminde politika yapıcı kurumların rolünün tartışıldığı çalıştayda alanında uzman akademisyen ve katılımcılar ile popüler dijital sorunlar, medyada Türkçe kullanımı, siber zorbalık ve dijital medya okuryazarlığı konuları üzerine paneller gerçekleştirilmiş ve Brüksel'de ikamet eden Türk aileler ile çocuklarına yönelik eğitsel atölyeler düzenlenmiştir(RTÜK, 2021).

Çalıştayın ilk günü, Yunus Emre Enstitüsü Başkanı Şeref Ateş, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanı Ebubekir Şahin, T.C. Brüksel Büyükelçisi Hasan Ulusoy ile AB nezdinde Türkiye Daimi Temsilcisi Büyükelçi Kemal Bozay tarafından yapılan konuşmalarla başlamıştır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanı Ebubekir Şahin konuşmasında; dijital çağda en önemli adımlardan birinin medyanın verdiği mesajların doğru anlaşılması ve aktarılması olduğunu, bilhassa çocukların medya mesajlarını doğrudan aktarıldığı şekilde anlamaları sebebiyle medya kuruluşlarının iletilerini özenle seçmeleri gerektiğinin altını çizmiştir. Konuşmasında medya okuryazarlığının önemine de vurgu yapan Şahin; bireylerin medyayı doğru algılamayı öğrenebilmeleri ve eleştirel bir bakış açısı geliştirmelerinin medyanın olası zararlı etkilerinden korunmanın en önemli yolu olduğuna değinerek, medya okuryazarlığının özünde bir iç denetim mekanizması olduğunu belirtmiştir. Bu noktada, yeni iletişim teknolojilerinin medya ile ilişki kurma yaşını bebeklik çağına kadar indirdiğini belirten Şahin, medyanın olası psiko-sosyal etkileri nedeniyle bilinçli bir medya okuryazarı olmanın kaçınılmaz olduğunu, Z kuşağı ile yeni nesil gençlerin yeni medya kullanım alışkanlıkları hususlarında bilinçlendirilmeleri gerektiğinin altını çizmiş ve gerek gençlerin gerekse ebeveynlerin medya okuryazarı bireyler olabilmeleri için 2003 yılından bu yana RTÜK olarak yoğun faaliyetler yürütüldüğünü ifade etmiştir. Ayrıca dijital medyanın gelişmesiyle birlikte isteğe bağlı yayıncılığa yönelik lisanslama faaliyetlerinin de titizlikle yürütüldüğünü ve bu kapsamda

hâlihazırda 33 farklı dijital platforma yayın lisansı verildiğini ve çağın gereklilikleri doğrultusunda özgürlüklerin desteklendiğini ancak kırmızıçizgilerin de hassasiyetle korunduğunun altını çizmiştir.

Brüksel Büyükelçisi Hasan Ulusoy konuşmasında, dijital okuryazarlığın özellikle Brüksel'de yaşayan çocuk ve gençler için büyük öneme sahip olduğunu ifade ederek, yurt dışında sosyal medya üzerinden ülkemize karşı propaganda faaliyetlerinin yoğun olarak yürütülmesi dolayısıyla çocuk ve gençlerde dil kullanımı ile medya algılarının doğru yerleşmesinin hayati olduğunun altını çizmiştir. AB nezdinde Türkiye Daimi Temsilcisi Büyükelçi Kemal Bozay konuşmasında, dijital teknoloji ile birlikte birçok yeni kavramın dilimize dâhil olduğunu ifade ederek, dijital medya okuryazarlığı hedeflerine ulaşabilmek için tüm kurum ve kuruluşlarla işbirliği içinde olunması gerektiğinin belirtmiştir. Yine konuşmacılardan Prof. Dr. Kemal Sayar "*Dijital Çağda Mutlu Kalabilmek*" adlı konuşması ile ve Prof. Dr. Sinan Canan, "*Dijital Medya Çağında İnsan Kalmak*" konuşması ile çalıştaya katılım sağlamıştır.

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Hakan Aydın konuşmasında, temel ağ güvenliği, kişisel verilerin kötüye kullanımı, siber zorbalık, mahremiyet ihlâli gibi yeni medya mecralarından ve dijital ortamlardan kaynaklanan risk faktörlerine değinmiş ve yine dijital medya ortamlarının yeme bozuklukları, uykusuzluk, ego sörfü, nomofobi, depresyon, anksiyete, görme bozuklukları gibi fiziksel veya ruhsal pek çok sağlık sorununa yol açabileceğinin de altını çizmiştir. Küresel ölçekte gelişen ve hayatımızın her alanını saran dijital ortamların ve enformasyon ağlarının, toplumun tüm kesimlerini mutlak olarak sarmaladığını belirten Aydın, gençler ve yetişkinler başta olmak üzere tüm yaş gruplarının ve toplumun tüm kesimlerinin yeni medya ortamlarının zararlı etkilerine karşı bilinçlendirilmesi gerektiğinin altını çizmiştir.

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Görevlisi Doç. Dr. İsmail Çağlar, "*Dijital Çağda Medya, Enformasyon ve Toplum*" konulu konuşmasıyla panele katılım sağlamıştır. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Öğretim Görevlisi Doç Dr. Adnan Altun "*Dijital Çağda Medya Okuryazarlığını Yeniden Düşünmek*" adlı konuşmasında, günümüz dünyasında medyada yaşanan dönüşümlerle birlikte hem birçok aracın bir araya geldiğini hem de hayatın her alanının bu araçların içine girdiğini belirterek "*medya yakınsaması*" kavramına değinmiştir. Eskiden medya mesajı üreticilerinin medya profesyonellerinden oluştuğunu ancak günümüzde her bireyin birer medya üreticisi hâline geldiğini ifade eden Altun, yine yeni medyayla pazarlama tekniklerinin de değişerek bireylerin takip edilmesi sonucu zevkleri ve tercihleri doğrultusunda reklamların

karşılarına çıkartıldığını bir diğer ifadeyle dijital ayak izlerinin takip edildiğini belirtmiştir. Geleneksel medya içeriklerinin kurgu olduğunu ancak yeni medya platformlarının içeriklerinin de ötesinde kendilerinin kurgu olduğunu vurgulayan Altun, sosyal medya platformlarıyla esasında kişilerin iletişim kurmalarının kolaylaşmasını sağlamanın amaçlanmadığını, kişilerin tercih ve zevklerinin öğrenilmesi suretiyle bir reklam yani ticaret malzemesi hâline getirildiğini ifade ederek, yeni medya platformlarının kişileri takip ederek haklarında bilgi edinmeye yönelik kurulan ticari platformlar olduğunu belirtmiştir.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkan Yardımcısı İbrahim Uslu, "*Medya Okuryazarlığı Eğitiminde Politika Yapıcı Kurumların Rolü*" adlı konuşmasında, medya okuryazarlığı eğitiminde medyanın düzenlenmesi ve denetlenmesi konusunda politika yapıcı kurumların görevlerine değinerek medya okuryazarlığı eğitiminde hedeflenen yetkinliklerden bahsetmiştir. Sosyal medya platformlarının kullanım sıklığına ilişkin yaşlara göre istatistikî verilere yer veren Uslu, içinde yaşadığımız çağda yasaklama, cezalandırma, engelleme yöntemleriyle sonuç almanın çok mümkün olmadığını bu nedenle doğru yönlendirme ve medya eğitiminin büyük önem arz ettiğini ve dolayısıyla düzenleyici kurumlara büyük sorumluluklar düştüğünü ifade etmiştir. Bu noktada lisanslama faaliyetleri ile teşvik edici uygulamalar geliştiren RTÜK'ün bu kapsamda çeşitli platformların çocuklara yönelik şifreleme mekanizmaları geliştirmesine katkıda bulunduğunun altını çizmiştir.

"*İsteğe Bağlı Yayıncılık: Olanaklar, Riskler, Sorumluluklar*" konulu konuşmasıyla panele katkı sağlayan İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Görevlisi Doç. Dr. Betül Önay Doğan, Netflix özelinde isteğe bağlı yayıncılık hakkında bilgi vererek Belçika'da internet kullanımına ilişkin istatistiklere yer vermiş, yeni medya platformlarının toplumsal etkilerine değinmiş ve bu noktada dijital platformlarda yayınlanan içeriklerin toplumsal yapıyı tehlikeye atacak ve tehdit edecek duruma gelmesi hâlinde devletin söz sahibi olması gerektiğini vurgulamış ancak yasaklamanın bir çözüm olmadığının da altını çizerek bu hususta iki öneri sunmuştur. İlk önerisi Netflix, Youtube gibi platformların aile içi kullanım mecrası hâline dönüştürülerek çocukların aileyle izledikleri içerikler dolayısıyla gelecekte daha doğru ve düzgün tercihler yapabilmelerini sağlamak; ikinci önerisi ise çocuklara o içeriği neden izlememeleri gerektiğine ilişkin gerekli izahı yapmaktır.

İlgili oturumlarla eş zamanlı olarak Psikolog Nur Sayımlar Ateş tarafından çocuklara yönelik "*Türkçe Masal Atölyesi*" gerçekleştirilmiş ve yapılan atölye

çalışmasında Yunus Emre Enstitüsü ile Radyo ve Televizyon Üst Kuruluna ilişkin eğitici anlatımlar ve interaktif etkinlikler gerçekleştirilmiştir.

6.2.2. "Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı"- Budapeşte

"*Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı*"nın ikincisi Macaristan'ın Budapeşte şehrinde, 18-19 Aralık 2021 tarihleri arasında Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın destekleri ve Yunus Emre Enstitüsünün işbirlikleriyle gerçekleştirilmiştir. Dijital çağda medya, toplum ve Avrupa'da Türk dili ve medya okuryazarlığı eğitiminde politika yapıcı kurumların rolünün tartışıldığı çalıştayda alanında uzman akademisyen ve katılımcılar ile popüler dijital sorunlar, medyada Türkçe kullanımı, siber zorbalık ve dijital medya okuryazarlığı konuları üzerine paneller gerçekleştirilmiş ayrıca Macaristan'da yaşayan Türk ailelere ve çocuklara yönelik Türkçe masal atölyeleri ve medya okuryazarlığı etkinlikleri düzenlenmiştir (RTÜK, 2021).

Çalıştayın ilk gününde Yunus Emre Enstitüsü Başkanı Prof. Dr. Şeref Ateş, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanı Ebubekir Şahin, T.C. Budapeşte Büyükelçisi Ahmet Akif Oktay ile Aile ve Sosyal Hizmetler Bakan Yardımcısı Doç. Dr. Kübra Güran Yiğitbaşı tarafından açılış konuşmaları gerçekleştirilmiştir. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakan Yardımcısı Doç. Dr. Kübra Güran Yiğitbaşı konuşmasında, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından yürütülen çocuk ve ebeveynlerin medya eğitimi konusunda bilinçlendirilmelerine yönelik faaliyetlere değinmiş, dijital çağda çocukların gelişimini olumsuz yönde etkileyebilecek içeriklerin tespit edilebilmesi adına Bakanlık bünyesinde hizmet etmek üzere *"Sosyal Medya Birimi*" kurulduğunu anlatmış ve "*Çocukların Dijital Risklerden Korunmasında Ebeveyn Rehberi*" hazırlandığından bahsetmiştir.

Açılış konuşmalarının akabinde Prof. Dr. Kemal Sayar tarafından "*Dijital Çağda Mutlu Olabilmek*" konulu konuşma gerçekleştirilmiştir. "*Dijital Çağda Medya Okuryazarlığını Yeniden Düşünmek*" başlıklı ikinci panel, RTÜK Başkan Yardımcısı İbrahim Uslu tarafından yönetilmiştir. Panelde, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Üyesi Dr. Ahmet Kılıç, Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Hakan Aydın, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nden Doç. Dr. Adnan Altun ve Selçuk Üniversitesi'nden Doç. Dr. Abdülkadir Gölcü tarafından konuşmalar gerçekleştirilmiştir. Prof. Dr. Hakan Aydın "*10 Soruda Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı*" başlıklı konuşmasında, 21. yüzyıl vatandaşları için medya okuryazarlığının; finansal okuryazarlık, sağlık okuryazarlığı, çevre okuryazarlığı, inanç okuryazarlığı ve benzeri

okuryazarlık türleri gibi ihtiyaç duyulan, kritik önem arz eden bir yeri olduğunu; yeni medya okuryazarlığı, dijital medya okuryazarlığı ve dijital yetkinlik gibi kavramların medya okuryazarlığının bileşenleri olarak görülmesi gerektiğini ifade etmiştir. Dengeli ve sağlıklı bir dijital hayata sahip olabilmek için çeşitli ölçütlere göre değerlendirmeler yapılması gerektiğini vurgulayan Aydın, dijital mecralarda karşılaşılan içeriklere gerçeklik, gizlilik, güvenilirlik testleri uygulanması gerektiğini belirtmiştir. Aydın ayrıca; dijital ortamlarda karşılaştığımız iletilerin gündelik yaşantımızı, çevremizle ilişkimizi, hayat başarımızı, mahremiyet ve etik algımızı ne yönde etkilediğinin üzerinde durmamız gerektiğini ve bizi rahatsız eden, üzen medya iletileri ve içeriklerine karşı mücadele yöntemleri hakkında da kendimizi eğitmemiz ve geliştirmemiz gerektiğinin altını çizmiştir.

Panelin devamında Doç. Dr. Adnan Altun tarafından "*Sosyal Sermaye Gelişimi Açısından Dijital Ortamlar*" başlıklı konuşma yapılmıştır. Selçuk Üniversitesi Öğretim Görevlisi Doç. Dr. Abdülkadir Gölcü "*Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı Eğitimi: Farklı Öğrenme Araçları ve Stratejileri*" başlıklı konuşmasında, yaşadığımız dijital dönüşümün öğrenme sürecini baştan aşağıya değiştirdiğini ve bunun da rehbersiz ve kontrolsüz bir öğrenme şekline dönüştüğünün altını çizmiştir. Gölcü, klasik öğrenme süreçlerinin önemsiz ve değersiz addedilmemesi gerektiğini aksine klasik öğrenme süreçlerine gereken değerin verilerek yeni öğrenme araçları olarak uygulamaların, video paylaşım platformlarının ve yapay zekânın gücünün de kullanılması gerektiğini vurgulamıştır.

Panel konuşmalarının akabinde atölye çalışmalarına geçilmiş ve Doç. Dr. Betül Önay Doğan'ın "*Sosyal Medyayı Neden Kullanıyoruz? Sosyal Medyayı Nasıl Kullanmalıyız?"* başlıklı atölye çalışmasıyla başlanmıştır. Ardından Uzman Klinik Psikolog Nur Sayımlar tarafından "*Medyanın Kültürel Yansımaları*" başlığıyla ve Doç. Dr. Adnan Altun tarafından ise "*Dijital Ayak İzle(ni)rim?"* başlığıyla sunumlar gerçekleştirilmiştir. Akademik ve kültürel nitelikli Atölye Çalışmaları ile eş zamanlı olarak "*Çocuklar için Masal Atölyesi ve Medya Okuryazarlığı Etkinlikleri*" düzenlenmiştir. Atölye çalışmalarında, çocuklara Yunus Emre Enstitüsü ve Radyo ve Televizyon Üst Kuruluna ilişkin eğitici anlatımlar gerçekleştirilmiştir.

6.2.3.Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı"- Bükreş

"*Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı*"nın ikincisi Romanya'nın başkenti Bükreş'te, 29-30 Ocak 2022 tarihleri arasında Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın destekleri ve Yunus Emre Enstitüsünün işbirlikleriyle gerçekleştirilmiştir. Çalıştayda

alanında uzman katılımcılarla birlikte "*Dijital Çağda Medya, Teknoloji, Türkçe ve İnsan*" ana teması altında popüler dijital sorunlar, medyada Türkçenin kullanımı, siber zorbalık, dijital medya okuryazarlığı konularına ilişkin paneller düzenlenmiş olup ayrıca Bükreş'te yaşayan Türk ve Rumen çocuklara yönelik medya okuryazarlığı konusunda eğitsel faaliyetler ile Türkçe masal atölyesi düzenlenmiştir (RTÜK, 2022).

Çalıştay; Yunus Emre Enstitüsü Başkanı Şeref Ateş, RTÜK Başkanı Ebubekir Şahin, T.C. Romanya Büyükelçisi Füsun Aramaz ve Romanya Eski Başbakanı Victor Ponta tarafından yapılan açılış konuşmalarıyla başlamıştır. Açılış konuşmalarının ardından, yazar Hayati İnanç dilin özenli kullanımı ve medya konu başlığıyla sunumunu gerçekleştirmiştir. RTÜK Başkan Yardımcısı İbrahim Uslu'nun moderatörlüğünde başlayan panelde ilk olarak RTÜK Başkanı Ebubekir Şahin tarafından "*Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı*" başlıklı konuşma gerçekleştirilmiştir. Medya okuryazarlığının ehemmiyetine ve dijitalleşen dünyada değişen medya okuryazarlığı kavramına değinen Şahin, özellikle bu hususta çocuk ve gençlere farkındalık kazandırmanın önemi ile karşılarına çıkan durumları nasıl değerlendirmeleri gerektiğine ilişkin konulara vurgu yapmıştır. Ardından Yunus Emre Enstitüsü Başkanı Şeref Ateş "*Dijital Medya Çağında Türkçe*" konulu konuşmasını gerçekleştirmiştir. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Kurul Üyesi Dr. Ahmet Kılıç "*Dijital Ortamlarda Risk ve Güvenlik Yönetimi Stratejileri*" başlıklı konuşmasında, dijital çağda kişilerin bireysel olarak alabilecekleri tedbirler konusunda tavsiyelerde bulunmuş, dijital dünyada var olan, hareket eden herkesin aslında dijital ayak izi bıraktığını ve her yapılan işin, dokunulan tuşun aslında kullanıcılara ilişkin bir veri ortaya çıkardığını belirterek dijital ayak izi kavramına vurgu yapmıştır.

Panel çalışmasının tamamlanmasının ardından Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayının ilk günü sona ermiştir. Çalıştayın ikinci ve son gününde ise Yunus Emre Enstitüsünün Bükreş yerleşkesi ev sahipliğinde Türk ve Rumen çocuklara yönelik medya okuryazarlığı eğitimleri ve Türkçe masal atölyesi gerçekleştirilmiştir.

6.2.4.Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı"- Viyana

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ve Yunus Emre Enstitüsü iş birliğiyle "*Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalışayı*"nın dördüncüsü, 24-27 Mart 2022 tarihleri arasında Avusturya'nın başkenti Viyana'da gerçekleştirilmiştir. Çalıştayda alanında uzman katılımcılarla birlikte "*Dijital Çağda Medya, Aile ve İletişim"* ana teması altında "*Popüler Dijital Sorunlar", "Medyada Aile Kavramı", "Dijital Çağda Aile ve Gençlik", "Dijital*

Çağda Yeni İletişim Yolları", "Dijital Çağda Değişen Medya", "Metaverse", "Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı: Nasıl Okuruz/Nasıl Okunuruz?" ve "*Dijital Çağda Mutlu Kalabilmek*" konuları üzerine panel gerçekleştirilmiş olup ayrıca Viyana'da yaşayan Türk çocuklara yönelik medya okuryazarlığı konusunda eğitsel faaliyetler ile Türkçe Masal Atölyesi düzenlenmiştir (RTÜK, 2022).

Çalıştay, Yunus Emre Enstitüsü Başkanı Şeref Ateş, RTÜK Başkanı Ebubekir Şahin, T.C. Avusturya Büyükelçisi Ozan Ceyhun ve Aile ve Sosyal Hizmetler Bakan Yardımcısı Kübra Güran Yiğitbaşı'nın açılış konuşmalarıyla başlamıştır. Açılış konuşmalarının tamamlanmasının ardından Prof. Dr. Kemal Sayar "*Dijital Çağda Mutlu Kalabilmek*" ve "*Dilin Önemi*" başlıklı konuşmalarını gerçekleştirmiştir. RTÜK Başkan Yardımcısı İbrahim Uslu'nun moderatörlüğünde başlayan panelde, Basın İlan Kurumu Genel Müdürü Rıdvan Duran "*Dijital Çağda Yeni İletişim Yolları*" başlıklı konuşmasını gerçekleştirmiştir. Ardından Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Üyesi Deniz Güçer "*Dijital Çağda Değişen Medya*", Yunus Emre Enstitüsü Kültürel Diplomasi Akademisi Koordinatörü Dr. Melih Barut, "*Dijital Çağda Metaverse Etkisi*" ve Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Adnan Altun "*Medya Okuryazarlığı: Nasıl Okuruz/Nasıl Okunuruz?*" başlıklı konuşmalarını gerçekleştirmiştir.

Panel çalışmasının tamamlanmasının ardından "*Çocuklar için Masal ve Oyun Atölyesi ile Medya Okuryazarlığı Etkinlikleri*" konulu program düzenlenmiştir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulunda görevli Üst Kurul Uzmanları ve Üst Kurul Uzman Yardımcıları tarafından çocukların geleneksel ve dijital medya platformları üzerinden tükettikleri içeriklerin olumlu ve olumsuz yönlerini eleştirel bir bakış açısıyla çözümlemelerini sağlamak amacıyla "*Medya Okuryazarlığı*" ve "*Akıllı İşaretler*" konuları öyküleştirme ve oyun teknikleri ile anlatılmıştır. Akıllı tahta ile dijital ortamda ilk kez kullanılan "*RTÜK Bil Bakalım"* etkinliği ile tablet, bilgisayar, televizyon ve radyo gibi dijital medya içerik erişimi sağlayan cihazların tanıtımı ve kullanımı hakkında eşleştirme yolu ile eğitici ve öğretici oyunlar oynanmıştır. *"Akıllı işaretler"*ve "*Koruyucu Semboller*" kapsamında yer alan "*Genel İzleyici*", *"7+", "13+", "Olumsuz Davranış" ve "Şiddet/Korku*" sembolleri ile "*Kamu Spotu/Öncelikli Yayın*" sembolleri öğrenme materyalleri ile öncelikle çocuklara soru-cevap yöntemiyle anlatılmış, ardından çocuklara kendi yaş gruplarına uygun sembolleri toplayarak hedef noktasına ulaşmalarını sağlayacak şekilde öğretici bir grup oyunu oynatılmıştır. Hedefe ulaşan çocukların öğrenme materyalleri değerlendirilmiş ve ilgili çocuğun koruyucu sembolleri bilinçli olarak seçip seçmediği üzerinde mütalaada bulunulmuş akabinde çocuklar "*Medya Okuryazarlığı Takvimi*" ile ödüllendirilmiştir.

Yaklaşık 75 çocuğun katıldığı ve interaktif olarak yürütülen atölye çalışmasında ayrıca ebeveynlere de medya okuryazarlığı konusunda bilgiler verilmiştir.

6.2.5.Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı"- Fas

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ve Yunus Emre Enstitüsü işbirliğiyle hazırlanan "*Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe*" çalıştaylarının beşincisi 23 Nisan 2022 tarihinde Fas Krallığı'nın Kasablanka şehrinde gerçekleştirilmiştir. Çok sayıda Fas'lının katılım sağladığı çalıştayda, alanında uzman katılımcılarla birlikte "*Dijital Çağda Medya, İletişim ve Metaverse Etkisi*" ana teması altında "*Dijital Çağda Değişen Gazete ve Gazetecilik", "Dijital Çağda Medya ve Bilgelik*" ve "*Dijital Çağda Metaverse Etkisi*" konuları hakkında panel gerçekleştirilmiştir (RTÜK, 2022).

Çalıştay, Yunus Emre Enstitüsü Başkanı Şeref Ateş, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanı Ebubekir Şahin, T.C. Avusturya Büyükelçisi Ahmet Aydın Doğan ve "*Kodlama Sanatı*" isimli sunumu ile Sanatçı ve Eğitmen Bager Akbay tarafından yapılan açılış konuşmalarıyla başlamıştır. Ardından Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkan Yardımcısı İbrahim Uslu'nun moderatörlüğünü yürüttüğü panele geçilmiştir. Panel konuşmacılarından Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Üyesi İlhan Taşçı "*Dijital Çağda Değişen Gazete ve Gazetecilik*" başlığıyla ve Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Öğretim Üyesi *"Dijital Çağda Medya ve Bilgelik"* başlığıyla konuşmalarını gerçekleştirmiştir. Ardından Yunus Emre Enstitüsü Kültürel Diplomasi Akademisi Koordinatörü Dr. Melih Barut "*Dijital Çağda Metaverse Etkisi*" başlıklı konuşmasını gerçekleştirmiştir.

6.2.6. "Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı"- Belgrad

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ve Yunus Emre Enstitüsü işbirliğiyle hazırlanan "*Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe*" çalıştaylarının altıncısı 26-29 Mayıs 2022 tarihleri arasında Sırbistan'ın başkenti Belgrad'da gerçekleştirilmiştir. Çalıştay kapsamında ilk olarak Yunus Emre Enstitüsü Başkanı Prof. Dr. Şeref ATEŞ, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Üyesi Mehmet DANİŞ, T.C. Belgrad Büyükelçisi Hami AKSOY ve Doğuş Üniversitesi Mütevelli Heyet Danışmanı/Öğretim Görevlisi Prof. Dr. Deniz Ülke ARIBOĞAN tarafından açılış konuşmaları gerçekleştirilmiştir. Ardından Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkan Yardımcısı İbrahim Uslu'nun moderatörlüğünü yürüttüğü

panele geçilmiştir. Panel kapsamında, Belgrad Üniversitesi Türkoloji bölümünden Prof. Dr. Mirjana MARİNKOVİĆ, "*Dijital Çağda Türkçe Öğrenmek*" başlığıyla, RTÜK üyesi Taha Yücel "*Dijital Çağda Yapay Zekâ ve Medya*" başlığıyla, Yunus Emre Enstitüsü Kültürel Diplomasi Akademisi Koordinatörü Melih Barut "*Metaverse Etkisi*" başlığıyla, T.C. İletişim Başkanlığı Stratejik Yönetim ve Kriz Yönetimi Daire Başkanı Gökhan Yücel *"Dijital Çağda Yeni İletişim Yolları*" başlığıyla konuşmalar gerçekleştirmiştir(RTÜK, 2022).

6.2.7. "Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı"-Köln

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ve Yunus Emre Enstitüsü işbirliğiyle hazırlanan "*Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe*" çalıştaylarının yedincisi 25Haziran 2022 tarihinde Almanya'nın Köln şehrinde gerçekleştirilmiştir. Çalıştayda alanında uzman katılımcılarla birlikte "*Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı, Metaverse Etkisi ve Dijital Sanat*" ana temalı panel düzenlenmiştir. Panelde dijital çağda Türkçe öğrenmek, yapay zekâ ile medyanın ilişkisi, dijital çağda yeni iletişim yolları ve Metaverse etkisi konularına ilişkin konuşmalar yapılmış ve yeni medya araçlarının getireceği "*teknoloji bağımlılığı, duyarsızlaşma, kutuplaşma, Google etkisi, yüzeyselleşme, dijital ayak izi*" gibi olası olumsuzluklara değinilmiştir. RTÜK Başkanı Ebubekir Şahin'in açılış konuşmasının ardından T.C. Köln Başkonsolosu Turhan Kaya, Prof. Dr. Kemal Sayar ve Prof. Dr Edibe Sözen'in konuşmalarına yer verilmiştir. Ardından "*Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı, Metaverse Etkisi ve Dijital Sanat*" ana temalı panele geçilmiştir. Panel kapsamında, Dr. Melih Barut "*Metaverse Etkisi*" başlığıyla, Doç. Dr. Adnan Altun "Dijital Cehalet" başlığıyla, Bager Akbay *"Dijital Çağda Sanat*" başlığıyla, Prof. Dr. İlber Ortaylı "*Dijital Çağda Türk Dili*" başlığıyla konuşmalar gerçekleştirmiştir (RTÜK, 2022).

BÖLÜM 7

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Sonuçlar

Bu tezde,yeni iletişim teknolojileri doğrultusunda gelişen ve değişen medya araçları ve platformları doğrultusunda güncellenmesi ve genişletilmesi gereken medya okuryazarlığı kavramı ve eğitiminin, dijital medya okuryazarlığı boyutuna evrilme sürecinin çeşitli küresel projeler üzerinden incelenmesi amaçlanmıştır.

Medya okuryazarlığı kavramı, kişinin belirli program türlerine ve içeriklerine yönelik tercihler yaparak, bu tercihleri ahlâkî ve entelektüel referans noktalarıyla ilişkilendirmesi, bunu yaptıktan sonra ise hangi seçenekleri görüntüleyeceğine ilişkin iradî bir seçim yapması noktasında sorumluluk alması olarak nitelendirilmektedir. Basılı, görsel, işitsel ve dijital olmak üzere çeşitli formlardaki medya içeriklerine ilişkin erişim, okuma-anlama, analiz ve eleştirme yeteneklerinin bütününü ifade eden medya okuryazarlığı kavramı geçmişten günümüze olgunlaşan, gelişen ve değişen bir süreci ifade etmektedir. Medya yetkinliği olarak da ifade edilebilecek bu süreç, medya metinleri aracılığıyla iletişim kurmanın ve üretmenin yanı sıra eleştirel bir bakış açısı benimsemeyi ve kişinin kendi medya metinlerine ilişkin kendi yorumlarını bilinçli olarak sürdürmesini de kapsayan; duygusal, bilişsel, etik ve estetik gelişim düzeyi gerektiren bütünlüklü bir yapıya işaret etmektedir.

İçinde yaşadığımız çağda, eğlence ve popüler kültür mesajlarının sosyalleşme aracı olarak hizmet ettiği en geniş kitleyi oluşturan çocuk ve gençlerin oldukça fazla miktarda medya mesajına maruz kaldığı görülmektedir. Nitekim çocuk ve gençlerin televizyon, internet ve sosyal medya platformları gibi medya araçlarında harcadıkları süre gün geçtikçe artmaktadır. Bu noktada medya okuryazarlığının esas amacının medya iletkenlerine ve çıktılarına ilişkin eleştirel bir bakış açısı geliştirmek olarak nitelendirmek doğru olacaktır. Her geçen gün değişen ve dönüşen medya vasıtalarına yönelik gerekli beceri ve yetilerin kazanılmasını teminen medya okuryazarlığı eğitimlerinin yaygınlaştırılması ve içeriklerinin zenginleştirilmesi zarurî hâle gelmiştir. Zira medya okuryazarlığı eğitimi sosyoloji, psikoloji, siyaset bilimi, hukuk gibi farklı disiplinlerin araç

ve yöntemlerinin yanı sıra kültürel ve sanatsal çalışmalardan da istifade eden çok disiplinli bir eğitimi ifade etmektedir.

Teknolojik yenilikler, küresel medya imparatorluklarının genişlemesi ve "*yeni medya*" kavramının doğuşu sonucu çocuk ve gençler, ticaret şirketlerinin en önemli hedef noktası hâline gelmiş ve günümüz gençliği, önceki nesillerden çok farklı bir dünyada yetişmeye başlamıştır. Televizyon ve radyo gibi geleneksel medya araçları ile süreli yayınların; etkileşimli ve sosyal katılımı teşvik eden ve çocuk ve gençlerin eğlence ve bilgiye anında erişim sağlamasına olanak sağlayan dijital teknolojilerle yer değiştirmeye başlaması, "*dijital medya*" kavramı ile bu kavramın getirilerinin detaylı olarak incelenmesi gereğini ortaya koymuştur. Çalışmanın temel amacı, ülkemizde geleneksel medyaya yönelik bir eğitimi ihtiva eden medya okuryazarlığı derslerinin dijital medya içerikleri doğrultusunda geliştirilmesi ve dönüştürülmesi noktasında müfredatta ve uygulamada var olan eksikleri saptayarak, dijital medya okuryazarlığı eğitimlerinin oluşturulması, bu eğitimlerin araç ve kaynaklarına yönelik zengin bir içerik tesis edilerek farklı disiplinlerin katkılarıyla teori ve uygulamanın iç içe geçtiği bütünlüklü bir öğrenim süreci tesis edilmesidir. Bu amaç doğrultusunda dijital medya kavramı incelenmiş ve yeni okuryazarlık türleri mercek altına alınmıştır. Nitekim okuryazarlık kavramı, yalnızca gazete ve kitap gibi yazılı araçlara yönelik algılanırken günümüzde çok farklı ileti ve mesaj oluşturma şekilleri ortaya çıkmış ve klasik okuryazarlık kavramı yerini farklı okuryazarlık türlerine bırakmıştır. Elektronik medyanın hayatımıza girmesiyle beraber ortaya çıkan bu yeni gerçeklik, medyanın bilgiyi aktarma kapasitesini kitlesel boyutlarda değiştirmiştir. Değişen medya kavramıyla birlikte çocuk ve gençlerin okuryazar olarak eğitilmelerindeki sorumluluk yalnızca öğretmenlere ve eğitimcilere yüklenmekten çıkmış ve eğitimcilerin yanı sıra ailelerin, kamu kurumlarının, sivil toplum kuruluşlarının ve medya çalışanlarının bir bütün olarak sorumluluk yüklenmesi gereken yeni bir döneme girilmiştir. UNESCO tarafından geliştirilen ve farklılaşan ve gelişen çağın bir getirisi olan tüm medya okuryazarlık türlerinin bir başlık altında toplandığı "*Medya Okuryazarlığı Ekolojisi*"nde tüm bu okuryazarlık türlerine yer verilmiştir. Bu doğrultuda yapılan çalışmada geleneksel okuryazarlık, bilgi okuryazarlığı, görsel okuryazarlık, dijital medya okuryazarlığı, haber okuryazarlığı, sosyal medya okuryazarlığı gibi farklı okuryazarlık türleri mercek altına alınarak detaylarıyla incelenmiştir. Yapılan analiz çalışması ile tüm bu okuryazarlık türlerine ilişkin detaylı bilgi edinilmesi ve nihayetinde dijital medya okuryazarlığı eğitimlerinin de daha kapsamlı ve bütünlüklü hâle gelmesine katkıda bulunmak amaçlanmıştır.

Dijital medya okuryazarlığının mercek altına alındığı mezkûr çalışma kapsamında, dijital medyanın gelişmesi ve yaygınlaşmasının sonuçlarından biri olarak karşımıza çıkan dijital bölünme kavramı da incelenmiştir. Dijital teknolojilerin sosyal, ekonomik, demokratik süreçlere ve kültürel biçimlere dâhil edilmesi, dünya genelinde insanlar tarafından eşit olmayan ve farklı şekillerde tecrübe edilmiş ve bu durum da küresel düzlemde eşitsizliklere sebep olmuştur. Küresel eşitsizlik bağlamında dijital teknolojinin farklılaşan gelişimi ve kullanımı, mevcut eşitsizlikleri ve sosyal bölünmeleri yeniden üretmenin yanı sıra yeni yoksulluk ve dışlanma biçimleri üreten dinamikleri de beraberinde getirmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde,*"dijital medyaya erişimi ve kullanımı olan kişiler ile olmayanlar arasındaki ayrım*" olarak tanımlanabilecek olan dijital bölünme kavramı farklı boyut ve türleri üzerinden mercek altına alınmıştır. Bu noktada yapılan ihtiyaç analizi doğrultusunda dijital bölünmenin son bulabilmesi adına dijital medya okuryazarlığı eğitimlerinin önemine vurgu yapılmıştır. Dijital medya okuryazarlığı eğitimlerinin toplumun tamamını kapsayacak şekilde genişletilmesi ve bunun yurttaşların en tabii hakkı olarak kabul edilerek sistematik bir şekilde yaygınlaştırılmasının özellikle ekonomik, sosyal, kültürel ve pek çok farklı sebeplerle erişim ve kullanım eşitsizlikleri olan kesimlerin fırsat ve olanaklarını arttırarak dijital bölünmenin azaltılmasına büyük katkı sağlayacağı ifade edilmiştir.

Çalışma çerçevesinde yapılan kavramsal ve teorik incelemeler ile ihtiyaç analizi neticesinde ülkemizde eksikliği saptanan dijital medya okuryazarlığına yönelik teorik ve pratik eğitime yönelik açığın saptanması neticesinde küresel düzlemde başarısını ve etkinliğini kanıtlamış çeşitli projeler incelenerek elde edilen çıktıların ülkemizdeki eğitim müfredatı ile mevzuat geliştirici kurum ve kuruluşlar ile eğitimcilere yol gösterici olması hedeflenmiştir. Bu doğrultuda altı farklı proje mercek altına alınarak hedefleri, yöntemleri ve elde ettikleri çıktılar doğrultusunda ayrı başlıklar hâlinde incelenmiş ve her birinin ülkemizde verilecek dijital medya okuryazarlığı derslerini zenginleştirecek çeşitli içerik ve uygulamaları olduğu saptanmıştır. Projelerden ilki olan "*SeeMe Projesi*", Avustralya Melbourne'deki üç farklı ortaokuldan on adet 8. Sınıf öğrenci temsilcisinin katılımıyla gerçekleştirilmiş ve 8. Sınıf öğrencilerinin eğitim müfredatları ile uyumlu olacak şekilde ve bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanılarak; medyada sunulan cinsiyet klişeleri, sağlıklı yaşam stili seçimleri, beden imajı, moda ve kozmetik olmak üzere etkileşimli beş adet modülden oluşan bir kaynak sayfası olarak kullanıma sunulmuştur. Proje neticesinde elde edilen veriler göstermiştir ki yapılan çalışma neticesinde bireyler medya platformlarında idealize edilerek sunulan beden algısını taklit etme eğiliminden uzaklaşmış

ve medyada vurgulanan cinsiyetlere yönelik basmakalıp yargıların esasında gerçek dünyada karşılığı olmadığını görerek sorgulama yetilerini geliştirmişlerdir. Öğrenciler, medya kanallarında sunulan ögelerin hep belli bir kültür ekseninde şekillendiğini fark ederek bu kültüre ait olmaları gerektiğine ilişkin baskı hissettiklerinin farkına varmışlardır. Bu öz farkındalık süreci ise öğrencilerin eleştirel düşünme kapasitelerine ciddi bir artış olarak yansımıştır.

İncelenen ikinci proje olan "*SmartArt*" projesi, Los Angeles Birleşik Okul Bölgesinde yer alan *Leo Politi* İlkokulu'nda 2001 ve 2004 seneleri arasında Medya Okuryazarlığı Merkezi (CML) tarafından yürütülmüştür. Projede yer alan öğrenciler, ciddi bir medya okuryazarlığı eğitimi sürecinden geçen öğretmenler ve sanatçılarla birlikte interaktif bir süreç içerisinde uygulamalı ve teorik eğitimler yoluyla eğitilmiş ve projenin ana yürütücüsü olan Medya Okuryazarlığı Merkezi'nin hazırladığı beş temel kavram ve beş temel soru üzerinden ilerleyen, her birinde farklı sanatların icra edildiği modüller aracılığıyla öğrenme fırsatı bulmuşlardır. Tamamen yenilikçi metotlarla ve sanatla iç içe gerçekleştirilen proje özgün çalışmalarla yürütülmüş ve sanatçı-öğretmen işbirliğiyle düzenlenen sınıf ve atölye çalışmaları, etkinlikler, animasyon uygulamaları ve çeşitli gösteriler aracılığıyla öğrencilerin zengin bir medya okuryazarlığı eğitimi almaları sağlanmıştır. Üçüncü proje olan "*Youth Voice Editorial Board-YVEB*" projesi Finlandiya'nın başkenti Helsinki şehrinde 13-18 yaş aralığında ortaokul ve lise öğrencilerinden oluşan gençlere çeşitli anketlerin verildiği ve projeyi yürüten gençlik çalışanları ile katılımcı gençler arasında doküman analizi, katılımcı gözlemi ve mülakatların temel yöntem olarak esas alındığı bir katılımcı eylem araştırması olarak gerçekleştirilmiştir. Proje kapsamında medya yapımcıları, gazeteciler ve gençlik çalışanları, gençleri kamusal gazetecilik ve görsel-işitsel medya üretimi için eğitmek amacıyla birlikte çeşitli medya-pedagojik uygulamalar geliştirmişlerdir. Yapılan çalışmalar neticesinde medyaya eleştirel gözle bakabilmeyi öğrenecek gençlerin daha bilinçli medya tüketicileri olmaları ve medya kültürünün içselleştirilmesi yoluyla etkin birer medya okuryazarı hâline gelmeleri amaçlanmıştır.

"*News Literacy*" projesi, Amerika Birleşik Devletleri'nin New York, Washington, Chicago gibi çeşitli eyaletlerinden ilk ve ortaokul seviyesinde pilot okullar seçilerek, ülkenin önde gelen gazete ve medya kuruluşlarından tanınmış medya simalarının katıldığı çeşitli etkinlik ve forumlar aracılığıyla gerçekleştirilmiş ve öğrencilerin dijital çağda neyin doğru neyin yanlış, neyin gerçek neyin sanal olduğu üzerine dersler alarak iyi bir haber okuryazarı olabilmenin yollarını öğrenmelerini sağlamıştır. Medya okuryazarlığının bir alt

kümesini oluşturan haber okuryazarlığı, dijital medyanın günlük yaşantımızdaki etkinliğini arttırması ve güncel haberin esas kaynağının çevrimiçi haber siteleri, bireysel ve amatör haber blogları ile sosyal medya platformları hâline gelmesiyle birlikte önemini arttırmıştır. "*News Literacy*" projesi, bu doğrultuda sağladığı yenilikçi eğitim metotları ve zengin çevrimiçi kaynaklarıyla gerek eğitimcilere gerekse öğrencilere ve tüm topluma güncel örnekler ve veriler ışığında uygulamalı öğrenme deneyimi sunan ve tüm toplumun doğru ve gerçek haberi ayırt edebilen haber okuryazarı bireyler olmasını sağlayan öncü projelerden biri olmuştur. "*Look Sharp*" projesi, 1996 yılında Amerika'nın New York eyaletinde yer alan Ithaca Üniversitesi dâhilinde, projenin kurucu ve yönetici ortağı Cyndy Scheibe tarafından geliştirilmiş ve zaman içerisinde New York eyaletindeki okullara odaklanan bir taban girişiminden dünyanın dört bir yanından eğitim liderleriyle çalışan uluslararası bir organizasyona dönüşmüştür. Proje kapsamında hazırlanan kolektif müfredat doğrultusunda medya üretimi, sosyal bilimler, psikoloji, çevre eğitimi, proje yönetimi gibi alanlarda uzman eğitimcilerce hazırlanan materyaller ve etkinlikler çerçevesinde dersler verilmiştir. Hazırlanan 11 temel ilke ekseninde geliştirilen proje kapsamında medya okuryazarlığı eğitiminin, tüm sınıf seviyelerinde mevcut müfredata kolayca entegre edilebilir ve disiplinler arası ve farklı öğrenme stillerini tanıyan eğitim yaklaşımlarını keşfetmek için etkili bir araç olması sağlanmıştır. "*Be Media Smart*" projesi, 2019 yılında İrlanda'da başlatılan ve her yaştan bireyi herhangi bir medya platformunda gördükleri, duydukları veya okudukları bilgilerin doğruluğunu ve güvenilirliğini sorgulamaya ve medya iletileriyle karşılaşıldığında "*Dur, düşün ve kontrol et*" ilkesini benimsemeye yönlendirmeyi amaçlayan bir kamuoyu bilinçlendirme projesi olarak değerlendirilebilecektir. "*Media Literacy Ireland*" tarafından yürütülen ve özel ve kamusal pek çok işbirlikçi tarafından desteklenen proje, bireylerin medyada karşılaşabilecekleri bilgi ve haberlerden hangisinin gerçek ve yararlı hangisinin yanlış veya sahte olduğuna karar verme noktasında yararlanabilecekleri bir kılavuz hazırlayarak medya iletileriyle karşılaşıldığında "*Dur, düşün ve kontrol et*" ilkesini uygulamaya teşvik etmiştir. İrlanda yurttaşlarının gerçek ve faydalı bilgi ve habere ulaşabilmesi için yürüttüğü faaliyet ve etkinliklere günümüzde de devam eden proje, yalnızca çocuk ve gençler için değil her yaştan birey için medya okuryazarlığı bilinci oluşturmayı amaçlayan kapsamlı bir çalışma olarak faaliyetlerini sürdürmektedir.

Yapılan çalışmada ayrıca düzenleyici ve denetleyici bir kuruluş olarak medya okuryazarlığı alanında üstlendiği sorumluluk gereği öncü faaliyetlere imza atan Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun, yeni iletişim teknolojileri doğrultusunda gelişen dijital

medyanın toplum ve bilhassa çocuklar üzerinde sahip olduğu etkinin ciddiyeti doğrultusunda bu alanda yürütülmesi gereken projelerin sorumluluğunu da üstlenerek Yunus Emre Enstitüsünün işbirlikleriyle yürüttüğü "*Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe"*çalıştayları da incelenmiştir. Yapılan analiz çalışmasıyla yedi farklı ülkede gerçekleştirilen çalıştay raporları incelenerek akademik literatüre katkı sağlanmaya çalışılmıştır.

Öneriler

Çocuk ve gençler başta olmak üzere her yaştan bireyin bilgiye erişme, sosyalleşme ve ileti oluşturma gibi amaçlarla zamanının büyük bir çoğunluğunu geçirdiği ve bu sürenin gün geçtikçe yükseldiği medya platformları, yaşanan dijital dönüşümle birlikte toplumsal ve sosyal yaşantının ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir. Medyanın yaşadığı bu dönüşüm, geleneksel medya çağında yalnızca alıcı konumunda olan okur-izler kitlenin aynı zamanda ileti üreten, mesaj veren ve kurgulayan tarafa geçiş yapabilmesine de imkân sağlamıştır. Hâl böyle olunca radyo, televizyon ve gazete gibi geleneksel medya araçlarına yönelik bir bilinçlendirme sürecini ihtiva eden mevcut medya okuryazarlığı eğitimleri, değişen ve dönüşen medya karşısında yetersiz kalmış ve dijital medyanın ana merkez hâline geldiği, kendine has bir dili ve yapısı olan yeni medya dünyasına yönelik analiz ve soruşturma eksenli beceri ve edinimleri kapsayan yeni bir eğitimin tesis edilmesi gereği doğmuştur. Ülkemizde hâlihazırda verilmekte olan ve seçmeli ders kategorisine dâhil bulunan medya okuryazarlığı dersi materyallerinin geleneksel medya araçlarının yanı sıra ve daha fazla ağırlık vermek üzere dijital medya araçlarına yönelik bilgi ve becerileri kapsaması gerektiği açıktır. Bu doğrultuda yapılan çalışma ile de ortaya konulduğu üzere, dijital medya ve yeni okuryazarlık türlerine ilişkin detaylı bir ders programı hazırlanmalı ve medya okuryazarlığı eğitim materyalleri güncellenmelidir. Dijital iletişim araçlarının günden güne geçirdiği değişim ve dönüşüm göz önünde bulundurulduğunda, iletişim dilinin ve pratiklerinin de hızla değiştiği ortadadır. Dolayısıyla müfredat içeriklerinin de her yıl gözden geçirilmesi ve yeni gelişmeler doğrultusunda güncellenmesi gerekmektedir. Geliştirilecek ve dönüştürülecek eğitim müfredatı neticesinde öğrenciler dijital medya okuryazarlığı derslerini alarak günlük hayatta karşılaştıkları her türlü etki ve mesaja karşı da kendilerini daha etkin korumayı öğrenebilecekler ve daha bilinçli birer dijital medya tüketicisi hâline gelebileceklerdir. Bu noktada yapılan çalışma ile incelenen ve modüler düzlemde ortaya konulan projelerden elde edilecek çıktıların ülkemizdeki dijital medya

okuryazarlığı dersine yönelik müfredat çalışmalarında yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

Yapılan çalışma ve ihtiyaç analizi doğrultusunda, medya okuryazarlığı dersinin dijital medya okuryazarlığı dersine dönüştürülmesi ve ders içeriği ile materyallerinin güncellenmesine ilişkin gerekliliğin yanı sıra medya okuryazarlığı derslerinin seçmeli ders kategorisinden çıkartılarak zorunlu ders kategorisine dâhil edilmesi gerekliliği de görülmüştür. Ülkemizde hâlihazırda ilk ve orta öğretim seviyesinde seçmeli ders kategorisinde verilmekte olan medya okuryazarlığı derslerinin müfredat güncellemesinin yanı sıra zorunlu ders kategorisine alınması da fayda sağlayacaktır. Nitekim seçmeli ders kategorisinde olması hâlinde dersi seçmeyen öğrencilerin medya platformlarının etkilerine ve zararlarına açık hâle geleceği ve yeterli medya bilincini tesis edemeyeceği açıktır. Günümüz koşulları ve dijital medyanın hayatımızın merkezi hâline gelmesi medya okuryazarlığını bireyin edinmesi gereken en temel işlevlerden birisi hâline getirmiştir. Dolayısıyla bu denli hayati bir eğitimin küçük yaşlardan başlayacak sistematik bir eğitimle çocukların bilgi dağarcığına eklenmesi medya okuryazarı bir neslin yetişmesinde büyük fayda sağlayacaktır.

Medya okuryazarlığı eğitimlerinin dijital medya okuryazarlığını kapsayacak şekilde değiştirilmesi ve dönüştürülmesi ile dersin zorunlu ders kategorisine alınması bu hususta atılacak önemli adımları teşkil etmekle birlikte yeterli görülmemektedir. Zira medya okuryazarlığı dersleri hâlihazırda dijital medya eğitimine yönelik yeterli bilgisi ve donanımı olmayan öğretmenler aracılığıyla verileceğinden evvela öğretmenlerin bu hususta kapsamlı bir eğitimden geçirilmesi gerekmektedir. Ülkemizde seçmeli ders olarak verilmekte olan medya okuryazarlığı dersleri genellikle ayrı bir branş olarak tesis edilmemekte ve sosyal bilgiler öğretmenleri tarafından okutulmaktadır. Aldıkları eğitimin farklı bir dalda olması dolayısıyla bilgi altyapılarının yetersiz olması bu dersin sosyal bilgiler öğretmenleri tarafından sunulmasının büyük bir eksiklik olduğunu ortaya koymaktadır. Bu noktada alanı medya ve iletişim olan öğretmenlerin istihdam edildiği ve ayrı bir branş dersi olarak verilecek dijital medya okuryazarlığı eğitimlerinin, iletişim fakültesi mezunu öğretmenler tarafından okutulacak şekilde düzenlenmesi büyük önem arz etmektedir.

Medya okuryazarlığı dersi kimi ülkelerde zorunlu veya seçmeli ders olarak yer almaktayken, kimi ülkelerde ise farklı branş derslerinin müfredatlarına dâhil edilmiştir. Bazı ülkelerde ise seçmeli veya zorunlu ders olarak verilmemekte ancak sivil toplum kuruluşları, eğitimciler ve gönüllüler tarafından yürütülen proje ve etkinliklerle

yürütülmektedir. Ülkemizde bu anlamda yürütülen proje ve etkinliklerin oldukça az sayıda olduğunu söylemek mümkündür. Eğitim müfredatlarında yukarıda önerildiği gibi dijital medyaya yönelik gelişmelerin esas alındığı dönüşümler yapılsa dahi bürokratik karar alma mekanizmalarının yavaşlığı dolayısıyla gün be gün yaşanan teknolojik gelişmeler ve yenilenen iletişim teknolojilerinin gerektirdiği dönüşümlerin kısa sürelerde ders içeriklerine aktarılamayacağı su götürmez bir gerçektir. Bu noktada sivil toplum kuruluşları ile eğitim gönüllülerinin yürüttüğü proje ve çalışmaların önemi ortaya çıkmaktadır. Çalışma kapsamında yapılan incelemeler, Amerika ve Avrupa ülkelerinde bu anlamda doygun bir altyapı olduğunu ortaya koymuş ve topluma yön veren pek çok dijital medya okuryazarlığı projesine imza atıldığı görülmüştür. Ülkemizde de bu anlamda yürütülecek gerek kamu veya özel destekli gerekse kamu ile sivil toplumun iş birliğiyle yürüteceği proje ve çalışmalara ihtiyaç vardır. Bu sayede medya okuryazarlığı eğitimi yalnızca resmî eğitim kuruluşlarının uhdesinde bir alan olarak görülmekten çıkacak ve sivil toplum ile gönüllülerin de destekleriyle tüm toplumun kolektif katkısına açık bir mecra hâline gelebilecektir.

Yukarıda izah edilen önerilere ilave olarak yapılan çalışma kapsamında incelenen projelerden ilham alınarak ve analiz çalışmasının neticesinde tespit edilen eksiklikler ışığında Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından yürütülecek ve farklı branşlardan kamu ve özel sektör temsilcilerinin de yer aldığı bir proje önerisi sunulmuştur. Aşağıda detaylarıyla yer verilen projenin dijital medya okuryazarlığının gelişimine ve topluma katkı sağlaması ümit edilmektedir.

"*DİJİTAL PERDE*" PROJESİ

Projenin Adı: Dijital Perde

Projenin Alanı: Dijital Medya Okuryazarlığı

Projenin Yürütme Kurulu: Proje, ana yürütücüsü Radyo ve Televizyon Üst Kurulu olmak üzere Millî Eğitim Bakanlığı, iletişim fakültelerine mensup akademisyenler, çeşitli medya kuruluşları, sivil toplum örgütleri, meslek birlikleri ve bağımsız sanatçıların katkı ve işbirlikleriyle yürütülecektir.

Projenin Amacı: Projenin amacı, dijital medya okuryazarlığına yeni bir bakış açısı getirerek teori ve uygulamanın iç içe geçtiği güncel bir eğitim programı üzerinden ilerleyecek çalışmalarla yol gösterici bir örnek sunulmasını sağlamaktır.

Projenin Hedef Kitlesi: Projenin hedef kitlesini 12-18 yaş aralığındaki çocuk ve gençlerin oluşturması hedeflenmektedir.

Projenin Kapsamı: Projenin Ankara ilinde beşi ortaokul ve beşi lise olmak üzere 10 pilot okul seçilmesi suretiyle yürütülmesi planlanmıştır. Seçilecek pilot okullarda ayda bir kere düzenlenecek ve üç ayrı modül üzerinden ilerleyecek eğitimlerle bir yıl sürecek bir çalışma yapılması amaçlanmaktadır.

Projenin İlkeleri: Proje çerçevesinde 5 temel ilke belirlenmiş ve projenin her aşamasında bu ilkeler üzerinden yürütülmesi amaçlanmıştır. Buna göre;

1. Medya mesajlarının kurgu ürünü olduğu esas alınarak araştırma, soruşturma ve analiz eksenli bir eğitim tesis edilmelidir.
2. Bilinçli bir dijital medya kullanıcısı olmak teknolojiye hâkim olmayı gerekli kılmaktadır. Bu nedenle dijital medya araçları tüm boyutlarıyla tanıtılmalı ve her bir medya platformunun kendine has özellikleri, yapısı ve araçları öğretilmelidir.
3. Dijital medya üzerinden verilen ileti ve mesajların teknolojinin imkânları doğrultusunda üretildiği göz önünde bulundurularak evvela iletinin kaynağı, gerçekliği ve amacının sorgulanması sağlanmalı ardından mesaj bilgi süzgecinden geçirilmelidir.
4. Yeni iletişim teknolojileri bilginin hızla yayılmasına imkân sağlasa da hızla yayılan bilgi doğru bilgi anlamına gelmemektedir. Sosyal medya geniş insan gruplarıyla hızlı bir şekilde paylaşmayı kolaylaştırdığından doğru olmayan bilgilerin yayılımı da artmıştır. Bu noktada önemli olan, bilginin yaygın ve trend olmasının gerçeği ve doğruyu yansıttığı anlamına gelmediği ve topluluğun peşinden gitme saikiyle sürüklenilmemesi gerektiğidir.

5. Dijital medya platformlarında belirli bir kültür, yaşam stili veya bakış açısına yönelik baskın bir eğilim geliştirildiği ve bunun medya aracıları vasıtasıyla empoze edilmeye çalışıldığı gözlenebilecektir. Bu durumun esasında amacı kâr gütmek olan medya kuruluşları tarafından yönetilen bir süreç olduğu unutulmamalıdır.

Projenin Modülleri: Projenin 3 farklı modül üzerinden yürütülmesi hedeflenmektedir. Buna göre öğrencilere yönelik uygulamalı ve teorik eğitim, ebeveynlere yönelik teorik eğitim ve öğretmenlerin eğitilmesine yönelik mesleki eğitimler projenin üç farklı ayağını oluşturacaktır. Ülkemizde hâlihazırda seçmeli ders kategorisinde verilmekte olan medya okuryazarlığı dersinin yalnızca teorik bilgiler üzerinden ilerletilmesinin çağın getirdiği yenilikler ve teknolojik gelişmeler göz önüne alındığında yetersiz kaldığı görülmektedir. Bu doğrultuda teorinin yanı sıra uygulamaya ağırlık verilen bütüncül bir eğitimin gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Yürütülecek projeyle birlikte öğrencilerin teorik bilgilerin yanı sıra atölye çalışmaları vasıtasıyla eğitici sanatçılar, akademisyenler ve medya çalışanları ile etkileşimli ve katılımcı bir eğitim almaları sağlanacaktır. Çocuk ve gençlere yönelik okul eksenli eğitimlerin aile eğitimiyle iş birliği içinde yürütülmesi alınacak eğitimin perçinlenmesi açısından büyük önem arz etmektedir. Dolayısıyla okulda temel eğitimi alan öğrencilerin eve gittiklerinde ebeveynlerinden gördükleri tavır ve muamelenin de okulda öğrendikleri bilgiyle örtüşmesi ve bu eğitimin ebeveyn ilişkisiyle desteklenmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda pedagogların katılımlarıyla gerçekleştirilecek seminerlerde, ebeveynler de dijital medya, okuryazarlık türleri ve çocukların medya eğitimi konularında bilgilendirilmeli ve doğru davranış modelleri geliştirebilmelidir. Üçüncü olarak ise öğrencilerin okullarda bu eğitimi aldıkları öğretmenlerin yeterli donanıma ve bilgiye sahip olmasını sağlayacak öğretmen eğitimidir. Buna göre öğretmenler de dijital medya ve medya okuryazarlığı ile ilgili teorik bir altyapı oluşturabilmeli ve doğru medya eğitimi ile uygulamasının nasıl olacağına ilişkin iletişim fakültelerine mensup öğretim görevlileri ile medya temsilcileri tarafından verilecek konferans ve seminerle desteklenmelidir. Alacakları bu eğitimler sayesinde öğretmenler salt ders kitapları üzerinden ilerleyen bir eğitim yerine eleştiri ve sorgulama ekseninde gelişecek, interaktif bir öğrenme süreci tesis edebilecekler ve daha derinlikli ilerleyen bu eğitim süreci sayesinde öğrenciler kendilerini dış dünyaya karşı ifade edebilme ve temsil kabiliyetlerini geliştirerek yaşam boyu devam edecek bir beceri edinebileceklerdir.

Projenin Yöntemi: Projenin teorik eğitim ile pratik eğitimin iç içe geçtiği bir sistem üzerinden yürütülmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda belirlenen yöntemlere aşağıda yer verilmiştir.

***Atölye Çalışmaları*:** Proje kapsamında verilecek eğitim, öğrenciler ile akademisyenler, sanatçılar ve medya temsilcilerinin kolektif olarak yürüteceği atölye çalışmaları üzerinden yürütülecektir. Buna göre belirlenen 5 temel ilkenin esas çerçeveyi oluşturduğu eğitimlerde her bir ilke için teorik ve pratik çalışmalar gerçekleştirilecektir. Akademisyenler tarafından teorik bilgilerin aktarılmasının ardından öğrenciler yazı, şiir, resim, müzik, tiyatro, drama gibi farklı sanat dallarına mensup eğitici sanatçıların hazırladığı pratik uygulamalara katılacaklar ve her bir ilkeyi seçilen farklı sanat türleri üzerinden pratik yapmaları sağlanacaktır. Ayrıca medya mensuplarının katıldığı eğitimlerle, öğrencilerin senarist, yönetmen, haber sunucusu, gazeteci gibi farklı medya temsilcilerinin tecrübe ve donanımlarından faydalanmaları ve bu sayede daha objektif bir bakış açısı geliştirebilmeleri sağlanacaktır. Medya mesajlarının eleştirel analizlerinin yapıldığı ve mesaj üretim tekniklerinin vurgulandığı atölyelerde, öğrencilerin medya platformlarında karşılaştıkları dizi, film gibi kurgulanmış yahut haber, köşe yazısı gibi mesaj içerikli iletileri üretici pozisyonuna geçerek yeniden üretmeleri sağlanacak bu sayede öğrenciler medya içeriği tüketicisi konumundan üretici konumuna geçerek kurgunun arkasındaki gerçekliği görebileceklerdir. Senaryo veya hikâye yazımı, tiyatro oyunu sergilenmesi, haber içeriği oluşturulması, haber sunumu gibi tekniklerin kullanılacağı atölyelerin öğrencilerin sorgulama ve analiz kabiliyetlerinin yanı sıra sanatsal becerilerini de geliştirmesi hedeflenmektedir. Bu sayede kendilerini medya üreticilerinin yerine koyarak gerçekliğin kurgusal yapısını idrak eden öğrenciler karşılaşacakları tüm medya içeriklerine de bu gözle bakabilmeyi başarabileceklerdir.

Ebeveyn Seminerleri: Medya okuryazarlığı eğitimi bir tarafında örgün öğretimin yani okulların diğer tarafındaysa aile içi eğitimin yani ebeveyn desteğinin yer aldığı iki taraflı ve dinamik bir süreci ifade etmektedir. Öğrenciler okul hayatlarında teorik ve uygulamalı eğitimler vasıtasıyla medya araçlarını tanımayı ve kullanmayı öğrenirken, evde ise her gün bu araçları kullanmaya devam edecek ve dolayısıyla bu süreç eş zamanlı olarak ilerleyecektir. Nitekim okulda medyayı doğru ve etkin kullanmayı öğrenen çocuk ve gençlerin, evde farklı bir uygulama ve tavırla karşılaşmaları bu eğitim sürecinin yanlış ilerlemesine, aksamasına ve hatta temelden sarsılmasına sebebiyet verebilecektir. Dolayısıyla aile eğitiminin de okul eğitimiyle aynı doğrultuda ilerlemesi ve örtüşmesi büyük önem arz etmektedir. Öğrenciler ancak okulda karşılaştığı eğitimi evde de tatbik edebildikleri ölçüde doğru ve yanlışı tanıyabileceklerdir. Bu doğrultuda ebeveynlerin de çocuklara doğru ve akılcı bir medya eğitimi verebilmeleri için dijital medya ve yeni okuryazarlık türlerine ilişkin nitelikli bir eğitim almalarının önemi ortaya çıkmaktadır. Proje kapsamında akademisyenler ve pedagogların katılımıyla gerçekleşecek eğitimlerle, ebeveynlerin de dijital medyayı ve medya okuryazarlığını öğrenmeleri sağlanacak ve

çocukların doğru medya eğitimi ve medya kullanımının nasıl olacağına ilişkin altyapılarının tesis edilmesi hedeflenecektir.

Öğretmenlere Yönelik Eğitici Çalışmalar: Proje kapsamında dersi veren öğretmenlerin dijital medya ve medya okuryazarlığı eğitimleri almaları sağlanacaktır. Verilen eğitimlerde, yukarıda izah edilen beş temel ilke esas alınarak bu çerçevenin öğretime uygulanmasının iyi bir teorik temel ve uygulama sağlayacağı düşünülmektedir. Eğitimlerin medya ve iletişim bölümüne mensup öğretim görevlileri ile medya kuruluşlarından çeşitli temsilcilerin katılımlarıyla gerçekleştirilecek konferans ve seminerler üzerinden yürütülmesi amaçlanmaktadır.

Projenin Hedefleri: Gerçekleştirilmesi planlanan "*Dijital Perde*" projesi ile ulaşılması istenen hedeflere aşağıda maddeler hâlinde yer verilmiştir.

1. Dijital medyayı etkin bir şekilde kullanmayı öğrenen öğrencilerin genel gözlem, eleştirel düşünme, analiz ve üretim becerilerini geliştirmek.
2. Öğrencilerin medyanın kurgusal yapısının farkına varmalarını sağlayarak yanlış ve yanıltıcı medya mesajlarını sorgulamalarını ve kaynak araştırması yapmadan fikir edinmemeyi öğrenmelerini teşvik etmek.
3. Özellikle son yıllarda artan ve çeşitlenen dijital medya platformlarında oluşturulan dijital olarak manipüle edilmiş basılı ve ticari reklamlar, çeşitli görseller ve metinler, videolar, zararlı video oyunları gibi ürünlerin sanal ve yanıltıcı içeriklerini ayırt edebilmelerini sağlamak.
4. Öğrencilerin öğrenme süreçlerini farklı sanat dallarından istifade edilerek devam eden bir eser üretimi yoluyla sağlamaya çalışmak ve öğrencilerin her birinden eseri yeniden yorumlamalarının istenmesi yoluyla öz üretim süreçlerini tetiklemek.
5. Medyada güvenilirlik ve önyargı konularında farkındalık geliştirerek herhangi bir konuya ilişkin farklı medya türlerinde yer alabilecek güvenilir kaynakları ayırt edebilmenin yollarını öğretmek.
6. Ebeveyn eğitimleri vasıtasıyla okulda öğrenilen bilgilerin aile içinde de uygulamaya geçirilmesini desteklemek.
7. Öğretmenlere verilecek mesleki gelişim eğitimleri yoluyla dijital medya okuryazarlığına ilişkin donanımlı hâle gelmelerini sağlayarak daha nitelikli dijital medya okuryazarlığı dersleri inşa edilmesine katkı sağlamak.

“DİJİTAL PERDE” PROJESİ **UYGULAMA ADIMLARI VE ZAMAN ÇİZELGESİ**	
*Proje onayının alınması	Eylül-2022
*Projeye katılım sağlayacak akademisyenlerin, sanatçıların, pedagogların ve medya temsilcilerinin belirlenmesi	Ekim-2022
*Projeye ilişkin duyurunun web-sitesinde yayınlanması ve ilgili bilgilendirmenin Millî Eğitim Bakanlığı vasıtasıyla Ankara’daki okullara duyurulması	Kasım-2022
*Çalışma takvimin oluşturulması ve bu doğrultuda konferansların her okulda ayda bir kere düzenlenmek üzere dersleri aksatmayacak şekilde okul programına eklemlenmesi.	Aralık-2022
*Projenin uygulanması	Aralık 2022-Haziran 2023
*Proje sonunda memnuniyet anketi düzenlenerek verilen eğitimlerin yetkinliğinin ve faydasının tespit edilmesi.	Temmuz-2023
*Proje raporunun hazırlanarak yayınlanması	Ağustos-Eylül 2023

KAYNAKLAR

Abu Halka, M. A., & Mohamed, S. (2020). Digital Media Literacy In Jordan: Challanges and Development. *International Journal Of Law, Government, Communication 5(21)* , 34-44.

Association, I. V. (1969). *International Visual Literacy Association.* Mart 02, 2022 tarihinde International Visual Literacy Association Web-sitesi: https://ivlaconference.org/ adresinden alındı

Australians, F. F. (2012). *SeeMe Media Literacy Project Evaluation-Final Report.* Melbourne: Queen Victoria Women's Centre.

Bağlı, M. T. (2004). Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi 37(1)* , 122-140.

Bansode, S., & Patil, S. (2011). Bridging Digital Divide in India: Some Initiatives. *Asia Pacific Journal of Library and Information Science. Vol.1(1)* , 58-68.

Bechmann, A., & Lomborg, S. (2013). Mapping Actor Roles In Social Media: Different Perspectives On Value Creation In Theories Of User Participation. *New Media & Society (15)* , 765-781.

Bergsma, L., Considine, D., Culver, S. H., Hobbs, R., Jensen, A., Rogow, F., et al. (2007, Nisan). *Center For Media Literacy.* Nisan 22, 2022 tarihinde Center For Media Literacy Web-sitesi: https://www.medialit.org/ adresinden alındı

Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmaları.* Ankara: Dipnot Yayınları.

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History And Scholarhsip . *Journal Of Computer Mediated Communication (13)* , 210-230.

Buckhingam, D. (2007). *Special Issue. Learning, Media and Technology* , 32.

Buckhingam, D. (2003). *Chapter Three of Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture.* London: Polity Press.

Buckhingam, D. (2005). *Media Literacy Of Children And Young People Literature Review.* London: OFCOM.

Buckingham, D. (2007). Media Education Goes Digital: An Introduction. *Learning, Media and Technology, 32(2)* , 3.

Carlsson, U. (2009). Young People in the European Digital Media Landscape Challenges and Opportunities. P. Verniers içinde, *Media literacy in Europe Controversies, Challenges and Perspectives* (s. 125-132). Bruxells: EuroMeduc.

Cullen, R. (2001). Adressing the digital divide. *Online Information Review, 25:5* , 311-320.

Daneels, R., & Vanwynsberghe, H. (2017). Mediating Social Media Use: Connecting Parents Mediation Strategies And Social Media Literacy. *Cyberpsychology: Journal Of Psychosocial Research On Cyberspace 11(3)* , Article 5, 1-13. https://dx.doi.org/10.5817/CP2017-3-5

DiMaggio, P., & Hargittai, E. (2001). From the 'Digital Divide' to 'Digital Inequality': Studying Internet Use as Penetration Increases. *Woodrow Wilson School, Princeton University: Center for the Arts and Cultural Policy Studies.*

Downie, L., & Kaiser, R. (2002). The news about the News: American Journalism In Peril. 23:3, 153-155. https://doi.org/10.1177/073953290202300214

Doyle, C. S. (1992). *Outcome Measures For Information Literacy Within The National Education Goals Of 1990.* Flagstaff: National Forum Of Information Literacy .

Erstad, O. (2010). Media Literacy and Education. The Past, Present and Future. S. Kotilainen, & S.-B. Arnolds-Granlund içinde, *Media Literacy Education Nordic Perspectives* (s. 23-24). Göteborg: Nordicom.

Fedorov, A. (2008). Media Educatiom Around The World: Brief History . *Acta Didactica Napocensia, 1(2)* , 56-68.

Fedorov, A. (2008). On Media Education. *Interregional Public Organization in Support of UNESCO Programme.* Moscow: ICOS UNESCO IFAP.

Fidan, H., & Şen, H. (2015). Sayısal Bölünmenin Ölçülmesinde Gini Yaklaşımı:Türkiye'de Kentsel, Kırsal Ve Cinsiyet Açısından Sayısal Bölünme Düzeyleri. *The Journal of International Social Research, 8:39* , 1108-1118.

Gee, J. P. (2010). The New Literacies, Multiple Perspectives on Research and Practice. E. A. Baker, & D. J. Leu içinde, *A Situated Sociocultural Approach To Literacy And Technology* (s. 165-193). New York: Guiford Press.

Granlund, S.-B. A. (2016). *Conceptual Considerations In Media Education.* Göteborg: Nordicom.

Gui, M., & Argentin, G. (2011). Digital skills of the Internet natives: Differences of digital literacy in a random sample of northern Italian high school students. . *New Media and Society, 2(17)* , 1-18.

Gürcan, F. (2015). Türkiye'de ve Dünyada Sayısal Bölünme. *Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı Uzmanlık Tezi* .

Hadziristic, T. (2017). *The State of Digital Literacy in Canada* . Toronto: Brookfield Institute.

Hobbs, R. (2014). Reflection on news literacy.

Hobbs, R. (2007). Approaches To Instruction And Teacher Education In Media Literacy . *Research paper prepared for the UNESCO Regional Conferences in Support of Global Literacy* (s. 1-11). Doha: Unesco.

Hobbs, R. (2010). *Digital And Media Literacy: A Plan Of Action.* Washington D.C.: The Aspen Institute .

Hobbs, R. (2011). *Digital Media and Literacy: Connecting Culture and Classroom.* California: Sage Publications.

Hobbs, R. (2018). Expanding The Concept Of Literacy. R. Cubey içinde, *Media Literacy In The Information Age* (s. 165-186). New York: Routledge.

Husbye, E. N., Buchholz, B., & Coggin, S. (2012). Critical Lessons And Playful Literacies: Digital Media In PK-2 Classrooms. *Language Arts 90(2)* , 82-92.

Hüsnüoğlu, N. Öztürk, L. (2017) "*Dijital Bölünme: Nedenleri Ve Türleri,"* Journal of Economics and Administrative Sciences Yıl: 3 Sayı: 5, 6-22.

Internet World Stats. (2021, Mart 31). Mart 31, 2022 tarihinde www.internetworldstats.com: https://www.internetworldstats.com/stats.htm adresinden alındı.

James, C. (2009). *Young People, Ethics, and the New Digital Media: A Synthesis from the GoodPlay Project.* London: MacArthur.

Jolls, T., & Grande, D. (2005). Project SMARTArt: A Case Study in Elementary School Media Literacy and Arts Education. *Arts Education Policy Review Vol. 107, No. 1, September/October 2005* , 25-30.

Kalaycı, C. (2013). Dijital Bölünme, Dijital Yoksulluk ve Uluslararası Ticaret . *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 27:3* , 145-162.

Kellner, D. (2001). New Technologies/New Literacies: Reconstructing Education For The New Millennium. *International Journal Of Technology And Design Education 11(1)* , 67-81.

Koltay, T. (2011). The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture and Society* , 211-221.

Kotilainen, S. (2009). Promoting Yotuh Civic Participation with Media Production: The Case of Youth Voice Editorial Board. *Comunicar; Vol 16, No 32* , 244-259.

Ersoy, A.A. & Günüç, S. & Kurt, A.(2013). The current state of digitalization:Digital Native, Digital Immigrant and Digital Settler. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences, Vol:46, No:1* , 1-22.

Lee, A., & So, C. (2014). Media Literacy And Information Literacy: Similarity And Differences. *Media Education Research Journal 42(21)* .

Lewis, J., & Jhally, S. (1998). The Struggle Over Media Literacy. *Journal Of Communication 48(1)* , 109-120.

Livingstone, S., & Thumim, N. (2003). *Assessing The Media Literacy Of UK Adults.* London: Niace, Broadcasting Standards Commission, Independent Television Commission.

Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., & Olafsson, K. (2011). Risks and safety on the internet: the perspective of European children: full findings and policy implications from EU Kids Online Survey of 9-16 year olds and their parents in 25 countries. *EU Kids Online* , 13.

Livingstone, S., Van Couvering, E., & Thumim, N. (2008). Converging traditions of research on media and information literacies: Disciplinary, critical, and methodological issues. *Handbook of research on new literacies* , 103-132.

Malik, M., Cortesi, S., & Gasser, U. (2013). The challenges of defining 'news literacy'. Berkman Center for Internet & Society. Retrieved [08.05.2022] from http://ssrn.com/

Maria, R., Bruni, I., & Kupiainen, R. (2018). Digital and Media Literacy in Teacher Education:Findings and Recommendations from the European Project e-MEL. *Italian Journal Of Educational Research vol.20* , 151-166.

Masterman, L. (1985). *Teaching The Media.* London: Routledge .

Media Smarts and YWCA Canada . (2019). *Media Smarts: Canada's Centre For Digital and Media Literacy* . Nisan 5, 2022 tarihinde https://mediasmarts.ca:

https://mediasmarts.ca/digital-media-literacy/e-tutorials/digitalsmarts adresinden alındı

Miller, E. J. (1999). *12 Basic Principles for Incorporating Media Literacy into Any Curriculum.* Ithaca : Eric.

Nikken, P., & Jansz, J. (2014). Developing scales to measures parental mediation of young children's internet use. *Learnin, Media and Technology, 39* , 250-266.https://doi.org/10.1080/17439884.2013.782038

Noris, P. (2001). *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty and Internet Worldwide.* Cambridge: Cambridge University Publish.

OECD. (2001). *Understanding the digital divide* . Paris: OECD Publications.

OFCOM. (2021, Nisan). OFCOM "Çocuk ve Ebeveynlerin Medya Kullanımları ve Tutumları Araştırması". *OFCOM "Çocuk ve Ebeveynlerin Medya Kullanımları ve Tutumları Araştırması"* . Birleşik Krallık: OFCOM.

Ofer, Z., & Walker, A. (2011, January). Digital Immigrants and Digital Natives: How The Digital Divide Affects Families, Educational Institutions, and the Workplace. Sonoma, USA.

Oxtrand, B. (2009). Media Literacy Education: A discussion about media education in the Western countries: Europe and Sweden. *Nordmedia09 conference in Karlstad University* .

Potter, W. J. (1998). *Media Literacy.* California : Sage Publications .

Potter, W. J. (2013). *Media Literacy.* California: Sage Publications.

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants . *MCB Universiy Press, Vol.9 No.5* , 1-6.

Ranieri, M., & Li, Y. (2013). Educational and social correlates of the digital divide for rural and urban children: A study on primary school students in a provincial city of China. *Computers & Education 60* , 197–209.

RobbGrieco, M. (2014). Why History Matters For Media Literacy Education . *The National Association For Media Literacy Education's Journal Of Media Literacy Education 6(2)* , 3-22.

Robins, K., & Webster, F. (1999). *Times of the technoculture: From the information society to virtual life.* London: Routledge.

RTÜK. (2021). *"Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı-Brüksel" Faaliyet Raporu.* Ankara : RTÜK.

RTÜK. (2021). *"Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı-Budapeşte" Faaliyet Raporu.* Ankara: RTÜK.

RTÜK. (2022). *"Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı-Bükreş" Faaliyet Raporu.* Ankara: RTÜK.

RTÜK. (2022). *"Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı-Fas" Faaliyet Raporu.* Ankara : RTÜK.

RTÜK. (2022). *"Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı-Viyana" Faaliyet Raporu* . Ankara: RTÜK.

RTÜK Kamuoyu, Y. A. (2018, 05 21). Çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Siber Zorbalık Araştırması. *Çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Siber Zorbalık Araştırması* . Ankara, Ankara, Türkiye: RTÜK Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı.

RTÜK Kamuoyu, Y. A. (2015, Mayıs). Medya Okuryazarlığı Araştırması. *Medya Okuryazarlığı Araştırması* . Türkiye: RTÜK Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı.

RTÜK Kamuoyu, Y. A. (2012). Medya Okuryazarlığı Dersi Araştırması-2012. *Medya Okuryazarlığı Dersi Araştırması-2012* . Ankara, Türkiye: RTÜK Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı.

RTÜK.*Medya Okuryazarlığı*. Nisan 25, 2022 tarihinde Medya Okuryazarlığı Web-sitesi: https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/ adresinden alındı

RTÜK. (2016, Ekim 11). *Medya Okuryazarlığı* . Nisan 25, 2022 tarihinde Medya Okuryazarlığı Web-sitesi: https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=E56CE034-6CEB-41AE-A12C-B618EBEA461B&MenuId=2 adresinden alındı

RTÜK. (2021). *Medya Okuryazarlığı*. Nisan 25, 2022 tarihinde Medya Okuryazarlığı Web-sitesi: https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/haber_goster.php?Guid=6AC47610-B9AC-453B-A39A-A1E52C61F239 adresinden alındı

RTÜK. (2010). *Radyo ve Televizyon Üst Kurulu*. Nisan 25, 2022 tarihinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Web-sitesi: https://www.rtuk.gov.tr/iyi-uykular-cocuklar/227 adresinden alındı

RTÜK. (2012). *Radyo ve Televizyon Üst Kurulu*. Nisan 25, 2022 tarihinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Web-sitesi: https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/content?id=2&mid=4 adresinden alındı

Russell, P. (2019). Be Media Smart: A national media literacy campaign for Ireland. *Journal of Information Literacy, 13(2)* , 275-278.

Scheibe, C. (2013). “Sounds Great, But I Don’t Have Time!” Helping Teachers Meet Their Goals and Needs. *Journal of Media Literacy Education, 1(1)* , 68-71.

Silverstone, R., & Hirsch, E. (1994). *Consuming Technologies: Media and information in domestic spaces.* London: Routledge.

Stony Brook University School of Journalism. (2016). *https://www.centerfornewsliteracy.org/what-is-news-literacy/.* Mart 21, 2022 tarihinde https://www.centerfornewsliteracy.org. adresinden alındı

Synder, I. (1998). *Page to Screen: Taking Literacy into the Electronic Era* . New York: Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203201220.

Tornero, J. M., & Varis, T. (2010). *Media Literacy and New Humanism* . Moskova: Unesco Institute For Information Technologies and Education.

Tornero, J., & Varis, T. (2007). *Study On The Current Trends And Approaches To Media Literacy In Europe.* Barcelona: Unesco.

Treske, G. (2011). Medya Okuryazarlığı: Neden Gerekli. N. Türkoğlu, & M. C. Şimşek içinde, *Medya Okuryazarlığı* (s. 25-35). İstanbul: Parşömen .

UNESCO. *UNESCO*. Nisan 26, 2022 tarihinde UNESCO Web-sitesi: http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/access-to-knowledge/information-literacy/ adresinden alındı

Union, E. B. *European Broadcasting Union*. Nisan 22, 2022 tarihinde European Broadcasting Union Web-sitesi: https://www.ebu.ch/legal-policy adresinden alındı

Ülker, M. (2012). Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen Kılavuz Kitabının Öğretim Programı İle Tutarlılığının Değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Eğitim Teknolojisi Doktora Programı* . Ankara, Ankara, Türkiye: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

van Dijk, J. A. (2013). A Theory of The Digital Divide. M. Ragnedda, & G. W. Muschert içinde, *The Digital Divide: The internet and social inequality in international perspective* (s. 29-51). New York: Routledge.

van Dijk, J. (2020). *The Digital Divide.* Cambridge: Polity Press.

van Dijk, J., & Hacker, K. (2003). The digital divide as a complex and dynamic. *Information Society, 19(4)* , 315–327.

Walkosz, B. J., Jolls, T., & Sund, M. A. (2008). Media Literacy For The Global Village . *International Media Literacy Research Forum Inaugural Meeting* (s. 1-24). London: OFCOM.

Wilson, C., Grizzle, A., & Tuazon, R. (2011). *Media And Information Literacy* . France: Unesco.

Zillien, N., & Marr, M. (2013). The Digital Divide in Europe. M. Ragnedda, & G. W. Muschert içinde, *The Digital Divide* (s. 55-67). Oxon: Routledge .

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı ve Soyadı **:** Begüm Demirbaş Kutoğlu

E-Posta Adresi **:** begumdemirbas.06@gmail.com

İş Deneyimi: **:**

Unvan	**Görev Yeri**	**Yıl**
Stajyer Avukat	Kuntalp-Arkan-Pekgüçlü Avukatlık Ortaklığı	2016-2017
Avukat	Sinerji Hukuk Bürosu	2017-2019
Üst Kurul Uzman Yardımcısı	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu-İzleme ve Değerlendirme Dairesi	2019-2022
Üst Kurul Uzman Yardımcısı	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu-Hukuk Müşavirliği	2023-

Akademik Bilgiler **:**

Öğrenim Durumu **:**

Derece	**Bölüm/Program**	**Üniversite**	**Yıl**
Lisans	Hukuk	Bilkent Üniversitesi	2011-2016
Ön Lisans	Medya ve İletişim	Eskişehir Anadolu Üniversitesi	2020-

RTÜK