

GELENEKSELDEN YENİ MEDYA OKURYAZARLIĞINA: TÜRKİYE ÖRNEĞİNDE BİR DEĞERLENDİRME

Tuba ASRAK HASDEMİR*

Öz

Günümüzde iletişim teknolojilerinin bilginin elde edilmesinde ve işlenmesinde giderek artan biçimde kullanılmasından kaynaklanan önemli değişimler yaşanmaktadır. Söz konusu değişimlerle ilişkili olarak, medyanın toplumsal gelişmeleri biçimlemekte ve desteklemekteki rolü giderek artmaktadır. Çevremizde yaşananların anlaşılması ile hergün medyadan akan mesajların anlaşılması, değerlendirilmesi arasındaki yakın bir ilişki düşünüldüğünde, medya okuryazarlığı ile ilişkili derslerin önemi ortaya çıkmaktadır.

Medya okuryazarlığı eğitimi, 20 yüzyılın başından itibaren, önce Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada'da sonra da Avrupa'da değişik biçimlerde gelişmiştir. Türkiye örneğinde ise, medya okuryazarlığı, 2000'lerden bu yana yaygın biçimde tartışılmaktadır. 2000'lerin başında, medya okuryazarlığı dersi, "Radyo Televizyon Üst Kurulu ile Milli Eğitim Bakanlığı" arasında imzalanan "İşbirliği Protokolü" uyarınca, seçmeli bir ders olarak ilköğretim müfredatına dahil edilmiştir. 4+4+4 sistemi olarak anılan yeni eğitim sisteminde de medya okuryazarlığı, orta öğretim düzeyinde okutulan bir ders olarak varlığını sürdürmektedir.

Bu makale, dünyada medya okuryazarlığı konusundaki temel tartışma ve gelişmeler eşliğinde, Türkiye'de medya okuryazarlığı eğitimiyle ilgili tarihsel gelişmeleri ana çizgileriyle değerlendirmeyi amaçlamaktadır. 2011 yılında Milli Eğitim Bakanlığı ve Radyo Televizyon Üst Kurulu yetkilileriyle yapılan görüşmelerden elde edilen bilgiler ve Milli Eğitim Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı'ndan alınan veriler, ders için çizilen çerçeve ve hedeflerin değerlendirilmesi konusunda yardımcı olacaktır. Medya okuryazarlığı yazınında, medya okuryazarlığının çeşitli bileşenlerinden söz edilmektedir, yeni medya okuryazarlığı, internet okuryazarlığı, reklam okuryazarlığı vb. Çalışmada, ders programı dâhilinde, bu bileşenlerin izi de sürülecektir. Makalenin son kısmında ise medya okuryazarlığının Türkiye'deki durumu ve içeriği ilgili son değerlendirmeler yapılarak, bileşenleriyle birlikte medya okuryazarlığı eğitiminin geleceğine ilişkin önerilerde bulunulacaktır.

Anahtar sözcükler: Medya Okuryazarlığı, Yeni Medya Okuryazarlığı, Reklam Okuryazarlığı, Bilgi ve İletişim Teknolojileri, Türkiye'de Medya Okuryazarlığı Dersi Müfredatı ve Uygulamaları, Milli Eğitim Bakanlığı, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu.

* Doç. Dr., Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, (tubahasdemir@gmail.com).

From the Traditional to the New Media Literacy: An Evaluation Concerning the Turkish Case

Abstract

Nowadays there are certain developments arising from the growing use of communication technologies in the acquisition and processing of information. Alongside these developments, the role of media becomes increasingly important in shaping and supporting the social developments. Importance of the media literacy and related courses come forward when realizing the close relation between the need to understand what is going around us and the need to understand, evaluate the messages flowing from the media every day.

Media literacy education has developed at the beginning in the U.S and Canada and then in Europe in various forms since the first quarter of the 20th century. In the case of Turkey, media literacy as the subject of various meetings and studies has been discussed at length since the 2000's. At the beginning of 2000's, media literacy course was included into elementary school curriculum as an elective course in accordance with "The Cooperation Protocol" signed by "The Radio and Television Supreme Council" (RTSC) and "The Ministry of National Education" (MNE) on media literacy course. After the changes in the education system known as 4+4+4, this course is still taught at the secondary level of education.

The present article aims at elaborating the main lines of the history of media literacy education in Turkey by broadly touching upon discussions and developments of media literacy in the world. The interview with the authorities of MNE and RTSC in 2011 and certain data taken from the Ministry of National Education Strategy Development Presidency will provide information to evaluate the frames and the objectives determined for this course in Turkey. In the literature of media literacy, we can talk about many components of media literacy like new media literacy, internet literacy, ads (advertisements) literacy etc. In the study, we try to detect the traces of these components in the curriculum of media literacy course in Turkey. The concluding part of the article deals with final evaluations on the status and content of the media literacy in Turkey and offers suggestions for the future of media literacy education with its main components.

Keywords: Media Literacy, New Media Literacy, Advertisements Literacy, Information and Communication Technologies, Curriculum and Practices of Media Literacy Course in Turkey, the Ministry of National Education, the Radio and Television Supreme Council.

I. GİRİŞ

Medya okuryazarlığı konusuna ilginin tarihi, dünyada, 20. yüzyılın ilk yarısına kadar götürülebilir. Medya okuryazarlığı ile eğitim bağlantısı ele alındığında, karşımıza öncelikle eğitimde iletişim araçlarından yararlanılması uygulamaları çıkmaktadır. Sonrasında ise medya okuryazarlığı, farklı tanımları ve uygulamalarıyla örgün ve/veya yaygın eğitimin bir parçası olmuştur.

Türkiye örneğinde ise, medya okuryazarlığı teriminin eğitimle birlikte anılması 2000'li yıllardadır. Konunun tartışılması, gündeme gelmesinde önemli duraklardan biri, medya okuryazarlığı dersinin, ilk yıl beş pilot okulda, sonrasında ise ülke genelinde “seçmeli” ders olarak ilköğretim müfredatına dahil olmasıdır. Radyo Televizyon Üst Kurulu ile Milli Eğitim Bakanlığı arasında imzalanan işbirliği protokolüne uygun olarak, 2006-2007 öğretim yılında farklı bölgelerdeki beş ilköğretim okulunda pilot olarak başlatılan medya okuryazarlığı dersi, 2007-2008 öğretim yılından itibaren ülke genelinde seçmeli ders olarak okutulmaya başlamıştır.

II. MEDYA OKURYAZARLIĞINA İLİŞKİN POLİTİKA VE UYGULAMALARDA ÖNEMLİ ADIMLAR

Medya okuryazarlığı ve eğitimi konusundaki tartışma ve uygulamaların gündeme gelmesinin tarihi, ülkemiz için 2000'li yılların başlarıdır. Dünya geneline baktığımızda ise, Amerika Birleşik Devletleri, Kanada gibi bazı ülkeler açısından daha erken bir tarih sözkonusu olmakla birlikte, genel olarak, medya okuryazarlığı, 1990'lardan bu yana yoğun biçimde tartışılan, üzerinde çalışmalar yapılan, çeşitli toplantıların gündemini oluşturan konulardan biri olmuştur.

Medya okuryazarlığı kavramının tanımlanmaya çalışıldığı, medya okuryazarlığı eğitiminin çeşitli başlıklar altında tartışıldığı önemli platformlardan birini, *Journal of Communication* dergisi tarafından düzenlenen sempozyum oluşturmaktadır. Dergi, daha sonra sempozyumda sunulan bildirilerden oluşan özel bir sayı hazırlamıştır.

Christ ve Potter dergideki “Media Literacy, Media Education, and the Academy” (Medya Okuryazarlığı, Medya Eğitimi ve Akademi) başlıklı giriş yazılarında, medya okuryazarlığı alanındaki akademik çalışmaları ve tartışmalara ana noktalarıyla değinmektedirler. Yazarlar, “medya” ve “okuryazarlık” gibi üzerinde önemli tartışmalar olan iki terimden oluşan “medya okuryazarlığı” kavramını tanımlamanın zor olduğunu belirterek, bu konuda görüş ortaklığı oluşturmaya yönelik çabaların bir örneği olarak, 1992 yılında Birleşik Devletler'den uzmanların bir araya geldiği “Medya Okuryazarlığı Ulusal Liderlik Konferansı”ndaki¹ tanıma yer vermektedirler. Bu çerçevede, okuryazarlık, “değişik biçimlerdeki iletilere erişmek, bunları çözümlmek, değerlendirmek ve iletmek yeteneği” olarak tanımlanırken, “medya okuryazarı” da “hem basılı hem de elektronik medyanın kodunu çözebilen değerlendirebilen ve bunları üretebilen” bir kişi olarak nitelendirilmektedir (akt. Christ ve Potter, 1998:5). Dergide yer alan başka önemli makaleler olmakla birlikte sıkça gönderme yapılan ve Türkçe'ye de “Medya Okuryazarlığında Yedi Büyük Tartışma” başlığıyla çevrilmiş bulunan R. Hobbs'un çalışması da alandaki tartışmaları, yedi ana soru altında sınıflandırarak meselenin bütününe görülmesine katkıda bulunmaktadır. Ayrıca Potter'ın, 2004 yılında basılan makalesi de, medya okuryazarlığı alanındaki tartışmaların özetlenmesi yanında, medya okuryazarlığı için bir kuram arayışını gerekçelendiren önemli kaynaklardan biridir.

1980'li yıllardan bu yana egemen hale gelen neo-liberal ideoloji ve politikalarla yaşanan dönüşümler, toplumsal değişmeler, küreselleşme olgusu, birçok alanda olduğu gibi, iletişim alanında da değişim ve dönüşümleri beraberinde getirmektedir. Bunun yanı sıra ve bununla ilişkili olarak iletişim araştırmalarındaki değişimler, paradigma değişiklikleri, medya okuryazarlığı konusundaki çalışmaları da yönlendirmektedir. 1970'li yıllarda medya okuryazarlığı, “etki analizleri”ne dayalı çalışmalardan etkilenmiştir. İlk kitle iletişim araştırmalarının dayandığı etki analizleri, iletişim araçlarının iletişimin izleyicide yol açtığı kısa ve uzun süreli etkileri, davranış ve tutumları incelemiştir. Hall, 1940'lı yıllardan başlayarak 1960'lar boyunca etkili olan bu yaklaşımı “davranışsal” olarak nitelendirmektedir. Bu dönemde araştırmacıları ilgilendiren “merkezi sorun medyanın etkileriydi (effect). Bu etkilerin en iyi, medyanın tesirine (influence) maruz kalan bireylerin davranışlarında ortaya çıktığı söylenen değişiklikler bağlamında saptanabileceği varsayılıyordu” (Hall, 2005:74). Bu yaklaşım zamanla yerini kitle iletişim araçlarına maruz kalan birey yerine, bu araçları kullanan, değerlendiren, yorumlayan birey üzerinde yapılan çalışmalara bırakmıştır. Dünyanın birçok ülkesinde medya konusunda bireysel bilinci oluşturmak ve geliştirmek için yapılan çalışmalarda öne çıkan başlıklardan biri de, izleyicinin, medyaya eleştirel ve sorgulayıcı bir bakış açısıyla yaklaşmasını ve medyadan gelen mesajların alt metinlerini anlamasını amaçlayan bir eğitimin yapılması gerekliliğidir. Yetişkin eğitiminin yanı sıra, çocukların geleneksel medya araçlarının yanı sıra yeni medya araçlarından da “okuryazar” niteliğini edinerek yararlanması ve kendi medya ürünlerini vermesini de içeren bir bakış açısı, günümüzde giderek daha fazla öne çıkmaktadır.

Geleneksel medyadan yeni medyaya, medya okuryazarlığının kapsamına ve eğitimde medya okuryazarlığının nerede yer bulacağına ilişkin arayışlar,² farklı temellerde yükselse de, iki başat yaklaşımın söz konusu olduğu söylenebilir: Ana akım, ya da muhafazakar yaklaşımlardan kaynaklanan medya okuryazarlığı anlayışı ile eleştirel ya da demokratik temelli medya okuryazarlığı anlayışı. Ana akım medya okuryazarlığı, var olan yapıyı sorgulamaktan uzaktır ve medyayı yalnızca mesaj içeriği olarak görmektedir. Özellikle çocuklar söz konusu olduğunda da medya okuryazarlığı, yalnızca medyadan korunmayı, değerlere bağlılığı sağlamayı amaçlamaktadır. Eleştirel bir medya okuryazarlığı anlayışında ise ortaklaşılın nokta, medya okuryazarlığının, çocuk-medya ilişkisinde, yalnızca, çocuğun korunması bağlamında ele alınmaması, bireylerin daha etkin medya kullanıcı olmasının amaçlanmasıdır. Öğrenciler, hem mevcut medya ürününü nasıl okuyacaklarını, hem de kendi kültürel metinlerini nasıl oluşturacaklarını öğrenmelidir. Kellner (2005) bu noktada, geleneksel ya da korumacı medya okuryazarlığından, eleştirel medya okuryazarlığına geçişi önermektedir. Bu bağlamda, medya okuryazarlığının, toplumsal denetim ve düzenleme aracı olarak ya da demokratik toplumsal düzende özgürleşmeyi sağlamanın aracı olarak kullanılabilirliği tartışılmaktadır. Medya okuryazarlığı alanında klasikleşmiş çalışmalarda vurgulanan önemli noktalardan biri de medya okuryazarlığının farklı bileşenleri olduğudur. Medya okuryazarlığı bir semsiye kavram olarak dururken çeşitlenen medya araçları ve gelişen iletişim alanlarıyla ilişkili olarak “görsel okuryazarlık”, “bilgisayar okuryazarlığı”, “reklam

okuryazarlığı” vb. okuryazarlıklar konuşulmaya başlanmıştır (Potter, 2004:33). Hatta reklam okuryazarlığı uygulamalarında, okuryazarlığın yalnızca medya araçlarıyla yapılan reklamları değil, okul müfredatı ve uygulamaları içinde saklı³ biçimde yapılan ve okuldaki kantin başta olmak üzere öğrencileri gereksiz ve aşırı tüketime teşvik eden “reklamlar”ın, “pazarlama” tekniklerinin de farkına varılmasını sağlayacak bir kapsamda sürdürülmesinin önemine değinilmektedir (Brown, 2005:121). Türkiye örneğinde daha ayrıntılı biçimde değineceğimiz gibi, medya okuryazarlığı dersinde belli başlı medya araçlarını ve kullanma biçimlerini didaktik biçimde anlatarak öğrencinin eleştirel bir bakış açısı ve farkındalık kazandırmak olanaklı değildir. Öğrencinin bir medya aracı ve uygulamalarıyla ilgili yapım-oluşturma aşamasından sunumuna kadar birbirini izleyen süreçleri, süreçleri biçimlendiren dinamiklerle birlikte kavraması önemlidir. Bunun yanı sıra ve kavrayışı da kuvvetlendirmek bakımından öğrencinin bizzat konuyla ilgili kendi medya ürününü yaratması çok önemlidir.

Medya okuryazarlığı konusunda kurumların girişim ve çabaları ele alındığında, 1960'lardan bu yana çalışmalarını sürdüren ve çeşitli programlarla konunun farklı yönlerini gündeme getiren UNESCO'nun çalışmalarına değinmek gerekmektedir. UNESCO'ya göre “bilgi [enformasyon]” toplumunun kurulmasında medya okuryazarlığı özel bir öneme sahiptir. Bireylerin çalışma ve özel yaşamlarında, bilgiyi ve medyayı eleştirel biçimde alımlama, değerlendirme ve kullanmada yetenek ve beceri kazanmaları, kurumun önem verdiği amaçlardan biridir. UNESCO 2000'li yıllarda da, konuyu farklı boyutlarıyla ele almayı sürdürmektedir. 10-12 Aralık 2003 tarihinde Cenevre'de toplanan “Enformasyon Toplumu Dünya Zirvesi”nde, “dünya halklarının temsilcileri olarak “herkesin enformasyon ve bilgiyi yaratabileceği, erişebileceği, kullanabileceği paylaşabileceği, insan merkezli, kapsamlı ve kalınma-yönelimli bir toplum kurma konusundaki genel istek ve taahhüdümüzü bildiriyoruz” denmektedir (UNESCO, 2010a:145). Cenevre İlkeler Bildirgesi'nde bu “istek ve taahhüd”ün gerçekleşmesi için gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında ve toplumlar içinde”, “enformasyon teknolojisi devriminin olanaklarının eşitsiz biçimde dağıtılmasının” farkında olarak, sözkonusu sayısal eşitsizliği, “özellikle geride kalma ve dışlanma tehlikesi altındakiler için sayısal bir fırsata dönüştürmeye kararlıyız” denmektedir. Cenevre Eylem Planı'nda da, altyapı olanaklarının geliştirilmesi vb politikalar ve uygulamalar yanı sıra, herkesin enformasyon toplumundan “tam olarak yararlanabileceği gerekli becerilere” sahip olması gerekliliğinden sözedilmektedir. İşte bu becerilere sahip olunması sağlayacak olan “enformasyon ve iletişim teknolojileri okuryazarlığı”dır (UNESCO, 2010b:171). Tunus Zirvesi'nde de Cenevre'deki kadar yoğun biçimde olmasa da, “enformasyon ve iletişim teknolojileri becerisi”ne, enformasyon ve iletişim teknolojileri alanında “etkili eğitim ve öğretim”e değinilmektedir (UNESCO:2005). “Sayısal ve gelişmişlik uçurumları”na dikkat çekilen Tunus Gündemi'ndeki önemli başlıklardan biri “internetin finansmanı ve yönetimi”dir.⁴ 2006 yılının Kasım ayında, Moskova'da yapılan toplantıda “kişisel enformasyon kültürü” ve nitelikleri üzerinde durulmuştur. Toplantıya UNESCO'yu temsilen katılan Abdul Waheed Khan, “Herkes İçin Enformasyon/İletişim Programı”daki⁵

(Information for All Programme-IFAP) önceliklerinin eğitim sürecinin tüm düzeylerinde “enformasyon okuryazarlığı” konusundaki farkındalığı arttırmak olduğunu belirtmiştir.

2008 yılında, Paris'te yapılan Uluslararası Uzmanlar Grubu toplantısında da, kurumun çok önem verdiği bir konu, medya okuryazarlığı eğitimini üstlenecek öğretmenlerin eğitimi gündeme gelmiştir. Dünyadaki çeşitli bölgeleri temsil eden uzmanlar (eğitici eğitimi uzmanları), öğretmenler için medya okuryazarlığını eğitimlerinde kullanabilecekleri bir modelin çatisını oluşturmak amacıyla bir araya gelmişlerdir. Oluşturulmaya çalışılan eğitimle, öğretmenlerin, medya eğitimini ve enformasyon okuryazarlığını, başlangıç düzeyindeki eğitime dahil edebilmelerinin sağlanması amaçlanmaktadır.⁶ Birleşmiş Milletler tarafından 1995-2004 yılları arasında ilan edilen “Uluslararası İnsan Hakları Eğitimi Onyılı” çerçevesinde yapılan ders programı çalışmaları ve ders kaynakları, kurumun, Çocuk Hakları Sözleşmesi'nin ilgili maddelerini de öne çıkararak, medya okuryazarlığı ile insan hakları anlayışının birbirini destekleyerek geliştirmesine önemli katkılarda bulunacak niteliktedirler.⁷

Avrupa Birliği (AB) düzleminde de 2000 yılında Lizbon'da yapılan Avrupa zirvesinde “bilgi toplumu” ile bilgi ve iletişim teknolojileri arasındaki bağ, sunulan “fırsatlar” yanında karşılaşılabilecek “tehditler” de gündeme getirilerek tartışılmış, bu çerçevede medya okuryazarlığının önemine vurgu yapılmıştır. Lizbon stratejisi çerçevesinde, geleceğin Avrupası'nın, yeni iletişim teknolojilerine dayanacağı, buna bağlı olarak enformasyon teknolojilerini kullanma becerilerinin artırılması yanında, bu eğitimle ilgili bütçenin de genişletilmesi gerektiği belirtilmektedir. Zirvede ayrıca, internet erişiminin çoğalması, maliyetinin düşmesi tartışılmıştır. Ayrıca e-öğrenme girişimi, Avrupa Komisyonu tarafından benimsenmiştir.⁸ Bir de konuyla ilgili olarak Avrupa Komisyonunun Image Education and Media Literacy programından da söz edilebilir. Komisyon, bu çerçevede, “medya okuryazarlığı” teriminin yanında ve onunla ilişkili ama yeni bir terim olarak “dijital okuryazarlık” terimi çerçevesinde “yeni” medya ortamlarına ve bu yönde becerilerin kazanılmasına yönelik çalışmalara dikkat çekmektedir.⁹ Nitekim, Komisyon, 20 Ağustos 2009 tarihli Tavsiyesi ile de medya okuryazarlığının kapsamının, “yeni” medya ortamlarını da içine alacak biçimde genişletilmesi yönünde bir karara imza atmıştır.¹⁰

Medya araçları, geleneksel medyadan yeni medya giderek çeşitlenirken, medya okuryazarlığının kapsamı ve hedef kitlesi giderek genişlemektedir. Medya okuryazarlığının, yalnızca, formel eğitim alan gruplarla sınırlanmaması, toplumun farklı kesimlerinin de medya okuryazarlığı eğitimine dahil edilmesi anlayışı giderek hakim olmaktadır. UNESCO'nun “Herkes İçin İletişim” programını hatırlatan, “Herkes İçin Medya Okuryazarlığı” başlığı altındaki bu çalışmalara yakın dönemden bir örnek olarak, 2010 yılının sonunda Brüksel'de yapılan konferans verilebilir. “Yaşam boyu iletişim eğitimi” şiarıyla, bu eğitimde görev alan aktörleri bir araya getirmeyi amaçlayan konferans, çalışmalarını, 18 Ocak 2011 tarihli, “Yaşam Boyu İletişim Eğitimi İçin Brüksel Bildirgesi” ile sonuçlandırmıştır. (<http://www.declarationdebruxelles.be>).

III. MEDYA OKURYAZARLIĞI VE TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Ülkemizde medya okuryazarlığı konusu, kamusal düzlemde 2000'li yıllarda ele alınmaya başlanmıştır. Medya okuryazarlığı dersinin ilköğretim okullarında ders programına alınması projesinin de bu konudaki çalışmaları özendirdiği, tartışmaları beslediği söylenebilir. Bu konuda kapsamlı biçimde yapılan ilk çalışmalardan biri, Marmara Üniversitesi evsahipliğinde düzenlenen ve daha sonra orada sunulan bildirimlerin kitaplaştırıldığı toplantıdır. Kitapta da yer alan konferans çağrı metninde, bilgi ve iletişim alanındaki hızlı gelişmelerin yeni iletişim becerileri edinmeyi gerektirdiği vurgulanarak medya okuryazarlığının önemine değinilmektedir:

Yazılı ve görsel tüm kaynakların oluşturduğu iletilerle donatılmış bir dünyada yaşamak için yeni iletişim becerilerine gerek var. Gazeteler, dergiler, radyo, televizyon, sinema ve internet, hızla gelişen teknolojiye yararlanırken, yurttaşların da yeni bir kavram olan 'medya Okuryazarlığı' ile tanışması gerekmektedir (Türkoğlu, 2007:9).

Alanda ilkler arasında yer alan bir başka önemli çalışma, “Eleştirel Medya Okuryazarlığı Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar” başlığını taşımaktadır. Kitapta, “eleştirel pedagojinin sağladığı açılımla”, korumacı bir liberal ana akım bir medya okuryazarlığı anlayışı yerine “farklı ve başka bir pencereden medya okuryazarlığı olgusuna bak”ılmakta olduğu belirtilmektedir (Binark ve Gencil Bek, 2007:8-10). Medya okuryazarlığı 2000'li yıllar ve sonrasında tezlere konu olmuş bunların bir kısmı kitaba dönüştürülmüş, farklı düzeylerde ve boyutlarıyla araştırmalara konu olmuştur. Bunlar arasında “ana akım” olarak nitelenebilecek bir yaklaşımı benimseyen çalışmalar olduğu gibi özellikle medya okuryazarlığı eğitiminde çocuğa aktif rol biçen çalışmalar da giderek artmaktadır. İnal da bir makalesinde, medya okuryazarlığının, özellikle “çocuk ve gençler”e yönelik olarak onları pasif izleyiciler olmak yerine “kendi medyalarını, hatta alternatif medyalarını” yaratmaları konusunda “teşvik” edici yönünü vurgulamaktadır (İnal, 2008:135). Medya okuryazarlığı ve dersinin çok boyutluluğuna uygun olarak toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında medya okuryazarlığından nasıl yararlanılabileceği sorusu çerçevesinde dünyadaki uygulamaların yanında Türkiye örneğine yer veren çalışmada Toker Erdoğan, dersin önemli eksik ve sorunları bulunduğunu belirttiikten sonra müfredatta “kadınların medyada temsil ediliş biçimlerine dair bir bölüme yer verilmediğini” belirterek önemli bir konuya işaret etmektedir (Toker Erdoğan, 2010:145).

Medya okuryazarlığı konusu ülkemizde, 1990'ların sonu 2000'li yılların başlarından itibaren, bireysel ilgilerin dışında, daha yoğun biçimde konuşulmaya başlanmıştır. Ancak ülkemizde, medya okuryazarlığının öncüsü olarak değerlendirilebilecek olan ders anlatımında medya araçlarından yararlanılması uygulamasının tarihi 1930'lu yıllara götürülebilir. *Yeni Okulun Ders Vasıtlarından*

Gazete başlıklı, 1937'de basılan kitap, kendisi de bir eğitimci olan Muvaffak Uyanık tarafından yazılmıştır. Kitapta, derslerde, basında yer alan çeşitli nitelikteki malzemelerden nasıl yararlanılacağı, diğer ülke örnekleri incelenerek anlatılmaktadır. Uyanık kitaba 1933 yılında yazdığı önsözde, bu eğitimde, gazeteden yararlanmanın “nasıl” olduğunu bilmenin önemini şu sözlerle belirtmektedir:

Her vasıta gibi gazetenin de kullanmasını bilmek lâzımdır. Gazete gibi, her seviyede insana bir irfan vasıtası olmak kıymetinde olan bir fikir mahsülünü mektepte kullanırken, onun istimaline ait bütün teferruatı esaslı olarak kavramış olmak icap eder. Bu lüzumu hissetmemiş, bu bilginin iktisabı için çalışmamış olanlar, gazeteyi bir ders vasıtası olarak kullanmağa kalkarlarsa, yapacakları iş bir gösteri mahiyetinde kalacaktır (Uyanık, 2007:2).

Günümüzde, medya araçları ve ürünleri çeşitlenmiş, geleneksel medyaya yeni medya gibi ayrımlar ortaya çıkmış, medya sektörünün yapısı ve işleyiş süreçleri karmaşıklaşmıştır. Uyanık, 1940'larda, ülkemizde, gazeteyi bir ders aracı olarak kullanarak, “medya araçlarından yararlanılan” bir eğitimin ilk örneklerini vermiştir. Büyük bir olasılıkla, günümüze kadar, medyayı bir ders aracı olarak kullanan başka eğitimciler de olmuştur. Bugün medya okuryazarlığı dersi, hem biçim hem de içerik açısından Uyanık tarafından sürdürülen eğitimden farklı özelliklere sahiptir/sahip olmak durumundadır. Ancak 2000'lerden 1930'lara bakıldığında “medya ile eğitim” kelimelerini bir araya getiren bir anlayışla karşılaşmak ilginçtir ve bugün medya okuryazarlığı çerçevesindeki uygulamalar hatırlandığında, “eski şişede yeni şarap” sözü akla gelmektedir. Tabii, bugün medya okuryazarlığından söz edildiğinde bu gibi ilksel çalışmalara pek de gönderme yapılmadığı göz önüne alındığında, eski şişeyi ne kadar iyi kullandığımız da tartışmalıdır.

Medya okuryazarlığı konusunun tartışılması, gündeme gelmesinde önemli duraklardan biri, yine 2000'li yıllarda, medya okuryazarlığı dersinin, ilk yıl beş pilot okulda, sonrasında ise ülke genelinde “seçmeli” ders olarak ilköğretim müfredatına dahil olmasıdır. Dersin kısa tarihini ele aldığımızda, 2004 yılında “Şiddeti Önleme Platformu”nda, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK), medya okuryazarlığı dersini gündeme getirdiğini ve müfredata eklenmesini önerdiğini görmekteyiz. Sonrasında ise, 22 Ağustos 2006 tarihinde, Radyo ve Televizyon Üst Kurul ile Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu (MEB TTK) arasında imzalanan Protokol ile medya okuryazarlığı dersi müfredatta yerini almıştır. 31 Ağustos 2006'da, dersin müfredatı MEB Talim ve Terbiye Kurulu tarafından kabul edilmiştir. Protokole göre, dersin kimler tarafından, hangi okullarda okutulacağı konusu da MEB Talim ve Terbiye Kurulu tarafından kararlaştırılacaktır. 2006-2007 yılında medya okuryazarlığı dersinin okutulduğu pilot okullar şöyledir: Seyhan Dumlupınar İlköğretim Okulu-Adana, Çankaya Ahmet Vefik Paşa İlköğretim Okulu-Ankara, Merkez Barbaros Hayrettin Paşa İlköğretim Okulu-Erzurum, Bakırköy Şehit Pilot Muzaffer Erdönmez İlköğretim Okulu İstanbul, Karşıyaka 80. Yıl Metaş İlköğretim Okulu-İzmir. Ders, 2007-2008

öğretim yılından itibaren ise, 6, 7 ve 8. Sınıflarda okutulan “seçmeli” bir ders olarak ülke genelinde okutulmaya başlanmıştır.

Milli Eğitim Bakanlığı'na yapmış olduğumuz başvuru sonucunda elde ettiğimiz bilgiler uyarınca, 2010-2011 eğitim-öğretim yılında, ülke genelinde seçmeli ders okutulan 12.666 okuldan 4.520'sinde medya okuryazarlığı dersi seçilmiştir. Seçmeli ders görmekte olan 2.888.576 öğrenciden 299.128'i medya okuryazarlığı dersini almıştır (Milli Eğitim Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, 2012).

2011-2012 eğitim-öğretim yılında ise, seçmeli ders okutulan 17.126 okuldan 5.652'sinde medya okuryazarlığı dersi okutulmuştur. Seçmeli dersi olan 3.635.222 öğrenciden 557.523'ü medya okuryazarlığı dersini almıştır (Milli Eğitim Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, 2012). Rakamları değerlendirdiğimizde, medya okuryazarlığı dersini alan öğrenci sayısının, iki yıl içinde mutlak ve oransal olarak arttığını söyleyebiliriz. 2010-2011 yılı itibarıyla seçmeli ders alan öğrencilerin yaklaşık %10'u medya okuryazarlığını alırken, 2011-2012 yılında bu oran %15'dir. Bununla birlikte, ders seçiminin ne kadar isteğe dayalı olduğu konusu şüphelidir. Çünkü seçmeli dersler, seçmeli ders havuzundan genel olarak öğrenciler tarafından değil, okul yönetimleri tarafından seçilmekte, hatta bazı durumlarda okul yöneticileri de belli dersleri seçmek “zorunda” kalmaktadırlar. Diğer yandan dersi veren öğretmenlerin iletişim eğitimi almamış ve/veya bu konuda eğitici eğitimine yönelik hizmet içi eğitimin sınırlı sayıda öğretmene verilmiş olması, ders malzemelerinin yetersizliği, okul koşullarının çocukların ders kapsamında uygulamalar yapmak, kendi medya ürünlerini yaratmak konusunda yeterli olmaması, yeni medya uygulamalarında koşulların daha da yetersiz kaldığı göz önüne alındığında, yıllar içinde dersi alan öğrenci sayısındaki artışı olumlu biçimde yorumlamak zorlaşmaktadır.¹¹

Medya okuryazarlığı dersinde, diğer derslerden farklı olarak öğrencinin değil, öğretmenin kitabı vardır. RTÜK¹² Başkanı Prof. Dr. Davut Dursun ile yaptığımız görüşmede bunun nedeni, öğrencileri ezbere alıştırmamak, çocukların özgürce düşünmelerini ve kendilerini ifade etmelerini sağlayarak, bir benzetmeyle her bir öğrencinin bir “lego” parçasını sınıfa getirerek birlikte yaptıkları uygulamalar ve çalışmalarla medya okuryazarlığı dersinin uygulamasını klasik derslerden farklı hale getirmek olarak açıklanmıştır (Dursun, 2011). Bununla birlikte dersi anlatacak öğretmenler için *Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı* hazırlanmış ve eğitici eğitimlerinde bu kitaptan yararlanılmıştır.

Medya okuryazarlığı dersi için hazırlanan *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu*'nda (bundan sonra *Kılavuz* olarak anılacaktır). *Kılavuz*da sıklıkla vurgulanan noktalardan biri, çocuğun kötünden korunmasıdır (MEB TTK ve RTÜK 2006). Oysa çocuk, “kötü” olanın, şiddet ve tüketim içeriğinin hangi çıkarlar ve amaçlar doğrultusunda oluşturulduğunu, kendi yaşının öğrenme ve sorgulama kapasitesine uygun olarak öğrenmediği sürece, ezbercilikten uzaklaşamayacaktır. Böyle bir tablo içinde, eleştirel bir medya okuryazarı olma kavramının içselleştirilmesi zordur.


Kılavuzda, çocukların televizyon mesajlarına bu kadar açık oldukları, gerçeklik ile kurguyu ayırt edecek bir yaşta ve donanımda olmadıklarından dolayı gördüklerini gerçek olarak algılayıp olabirliğine inandıkları vurgulanmaktadır. Bu çerçevede görsel, işitsel ve yazılı medya karşısında savunmasız bir alıcı durumunda bulunan çocukların, ilköğretimden başlayarak medya karşısında bilinçlendirilmelerinin gerekli olduğu belirtilmektedir. Medya okuryazarlığı dersi ile öğrenci, medya karşısında pasif bir alıcı olmak yerine, medyayı okuyabilecek, medyanın dilini çözebilecektir. *Kılavuzda* çocuğa kazandırılması beklenen beceriler şöyle sıralanmaktadır: Gözlem becerisi, araştırma becerisi, eleştirel düşünme becerisi, yaratıcı düşünme becerisi, iletişim becerisi, problem çözme becerisi, bilgi teknolojilerini kullanma becerisi, girişimcilik becerisi, Türkçe'yi doğru, güzel ve etkili kullanma becerisi, sosyal ve kültürel katılım becerisi. Kazandırılmak istenen değerlerse şunlardır: Özel yaşamın gizliliğine saygı, estetik duyarlılık, dürüstlük, sorumluluk, etik kurallara bağlılık, farklılıklara saygı duyma, kültürel mirası yaşatmaya duyarlılık, aile içi iletişime önem verme, bilinçli tüketim, toplumsal hayata aktif katılım, bilimsellik, eşitlik, yardımlaşma, dayanışma, paylaşma. Eğitimden beklenen kazanımlar ise, medyanın ses ve görüntü efektlerini, çok boyutlu görüntüleri, müziği ve kamera hareketlerini insanlar üzerinde oluşturmak istedikleri etkiyi artırmak için kullandığını ve gerçeklik dışı birçok kurgulanmış görüntüyü de aynı amaca yönelik olarak verdiğini/verebileceğini öğrencilerin kavramasının sağlanması biçiminde özetlenebilir (MEB-TTK ve RTÜK, 2006:6-7). Burada, iletişim teknolojilerinin, tekniğin, belli amaçlara göre kurgulandığının belirtilmesi önemlidir. Ancak sözkonusu kazanımların, medya içeriğinin, hangi amaç, hangi ideoloji, hangi çıkar doğrultusunda oluşturulduğu konusunda eleştirel bir sorgulamayı sağlayıp sağlayamayacağı tartışmalıdır.

2006 tarihli ve halen kullanılan Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu başlıklı kaynağa göre, derste işlenecek üniteler şöyledir:


- İletişime Giriş (İletişim, iletişimin süreci ve öğeleri, iletişim türleri),
- Kitle İletişimi (Kitle iletişimi, kitle iletişim araçları, iletişim ve kitle iletişim arasındaki ilişki),
- Medya (Medya, medyanın başlıca işlevleri, medyanın ekonomik boyutu, medya ve etik, medya okuryazarlığı kavramı, amacı ve önemi),
- Televizyon (Etkili bir kitle iletişim aracı olarak televizyon, Türkiye'de televizyon yayıncılığı, televizyon program türleri),
- Aile, Çocuk ve Televizyon (Televizyon izleme alışkanlıkları, televizyonun olumsuz etkileri, televizyon program analizleri, uyarıcı simgeler),
- Radyo (Bir kitle iletişim aracı olarak radyo, radyonun olumsuz etkileri, radyo program türleri, radyo program analizleri),
- Gazete ve Dergi (Gazete ile ilgili temel kavramlar, gazetede haber ve fotoğrafın önemi ve karşılaştırılması, gazete hazırlama uygulaması, dergi türleri ve işlevleri),
- İnternet (İnternetin özellikleri ve işlevleri, internet kullanımında dikkat edilmesi gereken noktalar)

Medya okuryazarlığı dersi programında görüldüğü gibi, yeni medya konusunun ele alınabileceği, uygulamaların yapılacağı ünite olan “İnternet” en son haftalarda işlenmektedir. Program kapsamında üniteni içeriğini, haftalara göre ele alacak olursak,


“31. HAFTA 1. İnternetin özelliklerini tanıyarak iletişime getirdiği yenilikleri keşfeder (1.kazanım).

 **“İnternetin Özelliklerini Keşfediyorum”** İnternetin doğuşu, dünü ve bugünü üzerine öğrencilere yöneltilcek çeşitli sorularla öğrenciler konuşturulur (1. kazanım).

32. HAFTA, 33. HAFTA, 34. HAFTA 1.İnternette bilgiye erişim, haber okuma, sohbet, e-posta, uzaktan eğitim, oyun gibi etkinlikleri uygulamalı olarak gerçekleştirir (2. kazanım).

 **“İnternet Kullanıyorum”** Okulun bilgisayar laboratuvarında internet üzerinde arama motoru kullanma, haber okuma, e-posta alma-gönderme etkinlikleri gerçekleştirilir (2. kazanım).

35. HAFTA, 36. HAFTA 1.İnternetin olumlu özelliklerinin yanı sıra olumsuz etki ve özelliklerini tanıyarak hayata geçirir (3. kazanım)

 **“İnternette Nelere Dikkat Etmeliyiz?”** İnternetin kötü kullanımı ve internetteki olumsuzluklarla ilgili çeşitli sorular örneklendirilerek konuşulur. “Söz Veriyorum.” adlı sözleşme öğrencilerce doldurulur (3. kazanım)” (MEB-TTK ve RTÜK, 2006).

“İnternet” ünitesinin nasıl işleneceği ve derste verilecek “beceriler” şöyle belirtilmektedir: “Bu üniteye gözlem, öz değerlendirme formu, açık uçlu sorular, proje öğrenci ürün dosyası (portfolyo) kullanılarak değerlendirme yapılabilir”. Bu üniteye verilecek beceriler ise “gözlem, eleştirel düşünme, yaratıcı düşünme, problem çözme, iletişim, bilgi teknolojilerini kullanma, Türkçeyi doğru, güzel ve etkili kullanma”dır. Söz konusu üniteye verilecek temel değerler ise, “etik kurallara bağlılık, farklılıklara saygı duyma, sorumluluk, dürüstlük” olarak sıralanmaktadır.

İnternet kullanımında, bilginin nasıl elde edilebileceği konusunda beceri kazandırmanın yanı sıra internet ortamındaki olumsuzluklar ve tehlikelere dikkat çekerek, “ahlaki panik” havası yaratmadan alınabilecek önlemleri aktarmak medya okuryazarlığı dersinin olmazsa olmaz bir parçası olmak durumundadır. Çünkü bilinçlendirilmeyen çocuklar bu ortamda siber zorbalık da dahil olmak üzere çeşitli olumsuzluklarla karşı karşıya kalmaktadırlar.

Genelde reklamlar, özelde ise “internet reklamları” farklı boyutlarıyla medya okuryazarlığının önemli bir bileşeni olan reklam okuryazarlığı ile ilgili başlıklar müfredata dahil edilmelidir. Uygulanmakta olan müfredat kapsamında, “reklam” konusu “medya ve ekonomi” başlığını taşıyan 3. üniteye yer almakta ve “gazete, dergi, radyo ya da televizyonlardaki reklam ve reklama dönük yayınlar” ele alınmaktadır (2006:56). Burada internete, bir reklam ortamı olarak yer verilmemektedir. Oysa medyada reklamın kullanımı çok önemlidir. Medya okuryazarlığı eğitiminde bazı örnek konulara ve uygulamalara değinen Buckingham, örneğin reklamın konu edildiği derste “tema” olarak da “gençler”in

seçilerek, “gençlere nasıl satış yapılır?” sorusu etrafında, farklı etkinliklerin yapılabileceğini belirtmektedir. “Reklamları okumak” ile başlayan ünite, “imaj yaratma”, “pazarlama”, “programlama”, “izleyiciyi yakalama” ve “reklamcıların bakış açıları” gibi başlıkların örnekler ve öğrencilerin katılımıyla birlikte işlendikten sonra öğrencilerin bizzat reklam hazırladığı bir simülasyon çalışmasıyla sonlanmaktadır (Buckingham, 2003:63-65). Günümüzde çocukların, önceki kuşaklara göre daha yoğun biçimde kullandığı internette yapılan reklamların etkileri, yapıma biçimleri, reklam etiği etrafında kümelenen tartışmalar vb olmak üzere birçok başlığın, son on yıllarda bu alanda yoğunlaşan bilimsel çalışmalar da dikkate alınarak müfredata dahil edilmesi gerekmektedir.

“İnternet” başlıklı ünite kapsamında, 6 ders saatinde (toplam 36 ders saati içinde),

- “internetin özelliklerini keşfediyorum” (1 ders saati)
- “internet kullanıyorum” (3 ders saati)
- “internette nelere dikkat etmeliyim?” (2 ders saati)

başlıkları altında, öğrencilere, internet ve özellikleri anlatılmakta, okulun olanakları dahilinde ve sınıf mevcudunun elverdiği ölçüde uygulamalar yaptırılmaktadır.

Medya okuryazarlığı dersi kapsamında, gelenekselden yeni medyaya medya araçlarının konu edildiği ünitelerin toplam ders saati içindeki oranlarını ele aldığımızda da karşımıza şöyle bir tablo çıkmaktadır:

Televizyon → “Televizyon” ve “Aile, Çocuk ve Televizyon” başlıklı iki üniteye ele alınmakta (13 ders saati, %39,5)

Radyo → “Radyo” başlıklı tek ünite (3 ders saati, %8)

Gazete ve Dergi → aynı başlıklı tek ünite (3 ders saati, %8)

İnternet → “İnternet (Sanal Dünya)” başlıklı tek ünite (yaklaşık %14)

Öğrencilerin medya ve bilgi ve iletişim teknolojileriyle ilgili bilgi alacakları tek ders medya okuryazarlığı dersi değildir. 2012-2013 eğitim-öğretim yılı seçmeli dersleri göz önüne alındığında, “Bilgi ve İletişim Teknolojileri”, “Bilişim Teknolojileri ve Yazılım”, “Bilişim Teknolojileri”, “Teknoloji ve Tasarım” ile “Okuma Becerileri” (e-okuma, eleştirel okuma gibi üniteleri olan) başlıklı dersler müfredatta yer almaktadır. 2010-2011 ve 2011-2012 verilerine bakıldığında, seçmeli dersler arasında “Bilişim Teknolojileri” dersi en üst sırayı diğer derslere bırakmamaktadır (MEB Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığı, 2012). Bir örnek vermek gerekirse, Ankara’da seçmeli dersi olan 198.775 öğrenciden, 105.089’u “Bilişim Teknolojileri” dersini alırken 31.134 öğrenci sayısıyla “Medya Okuryazarlığı” dersi ikinci sırada yer almaktadır. Ayrıca, yukarıda belirtilen beş dersin yanı sıra, Türkçe, Sosyal Bilgiler gibi zorunlu derslerin bazı üniteleri de iletişimle ilgili konulara değinmektedir. Makalesinde, medya okuryazarlığının 21. Yüzyılın “okuryazarlık becerisi” olduğunu belirten Baker, yeni medya da dahil, medya okuryazarlığına ilişkin konuların farklı derslerin ilgili ünitelerinde de işlenmesinin olanaklı ve yararlı olduğunu belirtmektedir (Baker, 2010:142-143).

Türkiye'nin de aralarında bulunduğu 25 Avrupa ülkesinde yapılan bir çalışmanın sonuçlarına bakacak olursak, İnternet kullanımı tamamiyle çocukların günlük yaşantısının bir parçası olmuştur: 9-16 yaş arasındaki çocukların %93'ü en az haftada bir kez çevrimiçi olmaktadır (%60'ı hergün veya neredeyse hergün çevrimiçi olmaktadır) (Livingstone ve Haddon, 2009). Sonia Livingston'un yöneticiliğinde yapılan çalışmalar, içeriği kadar, ülkeler arası karşılaştırma yapma olanağını tanıması bakımından da önem taşımaktadır. 25 Avrupa ülkesinden 9-16 yaş arasında tesadüfi örneklem yoluyla seçilen 25.142 çocuk ile yapılan internet kullanımına ilişkin araştırmada çarpıcı sonuçlara ulaşılmıştır. Her ülkeden ortalama 1000 çocukla görüşülen araştırmanın güncellenmiş sonuçlarına göre Türkiye çocukların evden internet kullanımı konusunda %49 oranla diğer ülkelere göre çok daha düşük seviyededir (Livingstone ve diğ., 2011: 21).

Türkiye, Romanya ve Macaristan'daki çocukların interneti güvenli bir biçimde kullanma, istenmeyen mesaj ve reklamları engelleme, istenmeyen/tanınmayan kişilerden gelecek mesajları önleme, filtreleme seçeneklerini değiştirme, enformasyonu farklı internet sitelerinden doğrulama gibi dijital medya okuryazarlığı becerileri diğer ülkelere göre daha düşüktür (Livingstone ve diğerleri, 2011: 27).

Yeni medya okuryazarlığı kapsamında internet okuryazarlığını da içine alacak ve uygulamalarla da desteklenecek olan bir medya okuryazarlığı müfredatı, çocuğun bu konudaki bilgi ve becerilerini geliştirmesine olanak sağlayacaktır. Çocuk diğer medya araçlarının yanı sıra interneti de daha bilinçli ve etkin biçimde kullanabilecektir. Böylece "güvenli internet kullanımı için filtreleme" gibi önemli sorunlara yol açabilecek ve tartışmalı uygulamalar yerine çocuğun eğitim yoluyla desteklenmesi, bilinçlendirilmesi mümkün olacaktır. Bu yönüyle medya okuryazarlığı dersi, uzun dönemde yeni medya kültürünün gelişimine de katkı sağlayacaktır. Bu aşamada dersin müfredatı ve kaynaklarının gözden geçirilmesi yanında dersin alanın uzmanı olan öğretmenler tarafından da verilmesi çok önemlidir. İletişim fakültesi mezunlarının pedagojik formasyon olarak dersin öğretmenliğini üstlenmeleri en uygun çözümlerden biri olarak görünmektedir. Burada "tek bir ders için, hem de seçmeli olan bir ders için öğretmen mi istihdam edilecek?" itirazı yükselebilir. Yeni medya araçları dahil olmak üzere okullarda iletişim araçlarından yararlanılması ve öğrencilere de bu konularda "okuryazarlık" becerisinin kazandırılması önemlidir. Alemdar bu konuda bir çözüm önerisi olarak, yalnızca ders kapsamında öğrencilere yeni medya araçlarıyla ilgili bilgiler aktarmak yerine, bu konuda uygulamalar yaptırabilecek, okul web sayfasının tasarımı ve güncellenmesi, gereksinimlere göre zenginleştirilmesi sorumluluğunu üstlenecek, öğrenci-veli-öğretmen gerektiğinde okul yöneticilerinin de dahil olduğu bir haberleşme ağını kuracak ve yönetecek donanıma sahip iletişim fakültesi mezunlarının eğitim-öğretim sistemine dahil edilebileceğini belirtmektedir (Alemdar, 2011). Bugün ortaokullar müfredatında medya ve yeni medyayla ilgili ders ve konuların, yalnızca medya okuryazarlığı dersi olmadığı anımsanırsa, iletişim kökenli öğretmenlerin istihdamının ne kadar önemli olduğu görülecektir.

IV. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çocuğun teknolojiye erişimini, internetten güvenli biçimde yararlanmasını sağlamak amacıyla olanaklar ve sakıncalar konusunda bilgilendirmek konusunda yararlanılabilecek derslerden biri de Medya Okuryazarlığı dersidir. Ancak dersin amacına ulaşmasında, bazı elverişsizliklerin engel oluşturduğu gözlenmektedir. Derse ilişkin sorunları ve önerilerimizi ana başlıklar halinde belirtecek olursak,

- Dersin kaynak kitaplarında, çocuğu medyadan korumaya yönelik bir anlayış var. Olumsuz etki temelinde yerleştirilmiş bir medya anlayışı sözkonusu olmaktadır. Bu durumun aşılması, eleştirel bir medya okuryazarlığı anlayışı için korumacı olmaktan çok güçlendirmeye yönelik bir yaklaşım benimsenmelidir. Eleştirel ve bütünlüklü bir bakış açısının sağlanması bakımından örneğin, öğrencilerin, medyanın örgütlenme biçimi ve dinamiklerinden haberdar edilmesi yerinde olacaktır. Böylece öğrenciler, yazılı ve görsel basının bilgi ve mesajlarını çözümleyebilme, eleştirebilme, belli bir bağlama oturtabilme gibi niteliklerle donatılabilirler.
- Dersin tek kitabı olan Öğretmen El Kitabı'nın içeriği, öğrenci merkezli bir eğitim için uygun görünmemektedir. Öğrencinin derse katılımı sağlamak bakımından çeşitli malzemeler, örn. gazete, radyo ve televizyon haberleri ve internetten yararlanılmalıdır. Böylelikle, öğrencilerin, gözlem ve araştırma yaparak derse doğrudan aktif biçimde katılımı sağlanabilir. Ayrıca dersin bir parçası olarak, öğrencilere, kendi medya ürünlerini yaratma olanağı sunulabilir. Talim ve Terbiye Kurulu'ndan bir uzmanın belirttiği gibi, dersin müfredatı ve kaynak kitapları, eleştiriler gözönünde tutularak gözden geçirilmeli ve yeniden yazılmalı. Örn. Çocuk ve gençlerin daha yoğun biçimde yararlandıkları "internet" ünitesinin geliştirilmesi önemli bir adım olacaktır. Derse ilişkin ana sorunlar çözülmeli ve çocuğun daha yoğun biçimde kullandığı internete ilişkin ünite, uygulamalara daha fazla yer verecek biçimde gözden geçirilmelidir. "Dijital çocuklar"ın günümüzde okullara başladıklarını belirten Sheskey sınıf ortamının ve müfredatın bu duruma ayak uydurması gerekliliğinden söz etmektedir (Sheskey, 2010:199-200) Ankara ili Çankaya ilçesinde, medya okuryazarlığı dersiyile ilgili uygulamalı çalışma kapsamında görüşme yapılan öğretmenlerin tümü, öğrencilerin başlangıçta, içeriğinin ne olduğunu bilmedikleri için bu derste ne yapacaklarını sorguladıklarını ancak zamanla derse ilgilerinin arttığını vurgulamışlardır. Öğretmenlere göre, dersin seçmeli ders olması nedeniyle notunun olmaması öğrencilerin motivasyonunu olumsuz yönde etkilese de, dersin kendi güncel yaşamları ile olan yakın bağlantısı, dersle ilgilenmelerini sağlamaktadır. Dersin özellikle TV ve internet ile ilgili üniteleri ile öğrencilerin daha çok ilgisini çekmektedir (Asrak Hasdemir ve Demirel, 2012:187).
- Derse ayrılan zaman, giderek artan ve çeşitlenen medyayla ilgili konuların ele alınabilmesi bakımından yeterli değildir. Medya okuryazarlığı dersi, 6, 7

ve 8. sınıflardan yalnızca birinde seçilebilmektedir. Ders süresi 45 dakikadır.

- Medya okuryazarlığı, tek bir ders olmak yerine, müfredatı itibariyle birbirini izler biçimde, üç yıl boyunca verilebilir. Yaptığımız görüşmede RTÜK üyesi Hülya Alp tarafından önerildiği üzere, medya okuryazarlığı eğitimi, ilköğretim öğrencileriyle sınırlandırılmak yerine; ilgili yaş grubunun özellikleri dikkate alınarak yapılacak uygulamalarla, etkinliklerle anaokulu programının da bir parçası olabilir (Alp, 2011).
- Medya okuryazarlığı dersi, tüm ülke genelinde, doğrudan iletişim alanında eğitilmeyen öğretmenler tarafından verilmektedir. Dersi yürüten öğretmenlerin iletişim alanındaki bilgilerinin yeterli olup olmadığı sorgulanan bir başka nokta. Başlangıçta, iletişim fakültesinden veya basın-yayın yüksek okulundan mezun olup, Milli Eğitim sistemi dahilinde çalışan öğretmenlerin, onların bulunamaması durumunda sosyal bilgiler öğretmenlerinin dersi yürütmesi öngörülmüştür. MEB-TTK'nun verilerine göre, Milli Eğitimin kadroları dahilinde, iletişim fakültesi veya basın-yayın yüksek okulundan mezun olan öğretmen sayısı yalnızca 812'dir (akt. Sütçü, 2011). Bu durumda, iletişim fakültesi veya yüksekokulu mezunları, pedagojik formasyon alarak dersleri yürütebilirler. Diğer yandan, halihazırda dersi yürüten öğretmenlere, iletişimin farklı alanları ve konularıyla ilgili konuları kapsayan hizmetiçi eğitimin sürekli biçimde verilmesi, dersin amacına uygun biçimde işlenmesini sağlayacaktır.

Türkiye'de medya okuryazarlığı dersi 2007-2008 eğitim yılından bu yana seçmeli bir ders olarak müfredattaki yerini korumaktadır. Medya araçları ve uygulamalarının giderek çeşitlendiği günümüzde, müfredattaki bu dersten yararlanılarak, dile getirilen eleştiriler dikkate alınarak, çocukların medya araçlarının kullanımı ve medya uygulamaları konusunda bilinçli "okuryazarlar" olmasını sağlamak çok önemlidir ve zor değildir. Dünyada ve ülkemizde medya okuryazarlığı konusundaki uygulamalar ve bilimsel çalışmalar yanında, dersin beş yılı aşkın süre boyunca uygulanmasından elde edilen veriler ve değerlendirmeler, medya okuryazarlığı dersinin gözden geçirileceği belirtilen bu günlerde önemli kaynaklar olarak konuyla ilgilenen uzmanların ve yetkililerin karşısında durmaktadır. Medya okuryazarlığı eğitimi yalnızca belli yaş grubundaki çocuklara verilen bir eğitim değil okul öncesi çocuklar gibi yetişkinlerin de dahil edildiği yaşam boyu sürecek bir eğitimidir. Medya okuryazarlığı dersini çekirdek olarak kabul edip, yapılan güncellemeler ve değişikliklerle, medya okuryazarlarının niceliğinin artması yanında medya okuryazarlığının niteliğinin yükselmesi, kamusal yaşama kültür ve pratiklerinin gelişmesine ve zenginleşmesine katkıda bulunacaktır. Günümüz koşulları düşünüldüğünde kolaylıkla gerçekleştirileceği söylenemeyecek bu değişim olanaksız da değildir: "Okuryazar" olmaya ve okuyup yazdığını yaşama geçirmeye... haydi!

NOTLAR

- [1] The National Leadership Conference on Media Literacy
- [2] Farklı medya okuryazarlıkları, görsel okuryazarlık, bilgisayar okuryazarlığı, reklam okuryazarlığı vb. okuryazarlıklar çeşitlenmektedir. (Potter, 2004:33). Hatta reklam okuryazarlığı uygulamalarında, okuryazarlığın yalnızca medya araçlarıyla yapılan reklamları değil, okul müfredatı veya uygulamaları içinde saklı biçimde yapılan ve okuldaki kantin başta olmak üzere öğrencileri tüketime teşvik eden “reklam”ların, “pazarlama” tekniklerinin de farkına varılmasını sağlayacak kapsamda bir içerikle sürdürülmesinin önemine değinilmektedir (Brown, 2005:121).
- [3] Brown, öğrenciyi ihtiyacı olmadığı ürün ve hizmetlerin okul kantinlerinden almaya teşvik eden, yönlendiren bu olumsuz uygulamayı, gölge müfredat biçiminde çevirebileceğimiz “shadow curriculum” terimiyle karşılamaktadır (Brown, 2005:121).
- [4] 1970'lerden 2000'lere doğru ilerlerken, UNESCO politikalarındaki değişime işaret eden Alemdar, 2003 ve 2005 zirvelerinde, “kitle iletişimini neyi neden taşıdığından-içeriğinden-çok nasıl taşıdığından-teknojisinin-önemli sayıl”dığı belirtmekte ve eklemektedir: “UNESCO yeni dünya düzeni adı verilen sistem içerisinde artık iletişim konularını düşünen, politikalarını geliştiren bir kurum olmaktan çok teknolojinin savunuculuğunu yapan bir örgüte dönüşmüştür” (Alemdar, 2010:7).
- [5] “Information for All” terimi, programın içeriği göz önüne alınarak “Herkes İçin İletişim” olarak çevrilmiştir. Ancak, bazı zamanlarda “Herkes İçin Enformasyon” olarak da ifade edildiği için burada her iki kullanıma da yer verilmektedir.
- [6] (http://portal.unesco.org/ci/en/ev.phpURL_ID=27070&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html).
- [7] Sözkonusu kaynakların bir kısmı Türkçe'ye de çevrilmiştir; bkz. Reardon (2000)
- [8] (http://ec.europa.eu/growthandjobs/key/information-and-communication-technologies/index_en.htm).
- [9] “Digital Literacy Initiatives” başlığını taşıyan metne, şu adresten ulaşılabilir: http://ec.europa.eu/information_society/europe/i2010/docs/digital_literacy/digital_literacy_review.pdf
- [10] <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:227:0009:0012:EN:PDF>
- [11] MEB yetkili burada olabilir.
- [12] Davut Dursun ile Eğitim ve İnsan Kaynakları birimindeki yetkililer.

KAYNAKÇA

- ALEMDAR, K. (2011), Medya Okuryazarlığı Dersinin Bugünü ve Geleceği Başlığında RTÜK Üyesi Prof. Dr. Korkmaz Alemdar ile Görüşme, 29.06.2011, Ankara.
- ALEMDAR, K. (2010), “Giriş”, *UNESCO Kitle İletişim Bildirgeleri* içinde, R. Uzun (çev.), Ankara: UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, s.1-9.
- ALP, H. (2011), Medya Okuryazarlığı Dersinin Bugünü ve Geleceği Başlığında RTÜK Üyesi Hülya Alp ile Görüşme, 29.06.2011, Ankara.

- ASRAK HASDEMİR ve G. Demirel (2012), “İletişim Eğitimi ve Medya Okuryazarlığı: Türkiye'deki Uygulamadan Bir Kesit”, *Akdeniz İletişim*, No.17, 176-191.
- BAKER, F. (2010), “Media Literacy 21st Century Literacy Skills”, *Curriculum 21 Essential Education for a Changing World*, H. H. Jacobs (der.), USA:ASCD, s.139-152.
- BİNARK, M. ve M. Gencil Bek (2007), *Eleştirel Medya Okuryazarlığı Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar*, İstanbul:Kalkedon.
- BROWN, P. U. (2005), The Shadow Curriculum, in *Media Literacy: Transforming Curriculum and Teaching*, G. Schwarz and P. U. Brown (eds.), Massachusetts: Blackwell Publishing, 119-139.
- BUCKINGHAM, D. (2004), *Media Education Literacy, Learning and Contemporary Culture*, USA:Polity Press.
- CHRIST, W.G. and W.J.Potter (1998), Media Literacy, Media Education, and the Academy, *Journal of Communication*, 48(1), 5-15.
- DURŞUN, D. (2011), Medya Okuryazarlığı Dersinin Bugünü ve Geleceği Başlığında RTÜK Başkanı Prof. Dr. Davut Dursun ile Görüşme, 29.06.2011, Ankara.
- HALL, S. (2005), “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü”, *Medya, İktidar, İdeoloji*, M. Küçük (der. ve çev.), 3. bas., Ankara:Bilim ve Sanat, 73-121.
- HOBBS, R. (1998). “The Seven Great Debates in the Media Literacy Movement”, *Journal of Communication*; Winter, 48(1), 16-32.
- İNAL, K. (2008), “Medya Okuryazarlığı”, *Bilimin Işığında Medya Seminerleri*, Ankara:Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi 40. Yıl Kitaplığı, 121-136.
- KELLNER, D. (2005), “Kültür Endüstrileri”, *Kitle İletişim Kuramları*, E. Mutlu (der. ve çev.), Ankara:Ütopya Yayınevi.
- LIVINGSTONE, Sonia et all. (2011). *Risks and Safety on the Internet: The Perspective of European Children Report*, EU Kids Online Deliverable D4: Core findings to the European Commission Safer Internet Programme, http://www2.cnrs.fr/sites/en/fichier/rapport_english.pdf (Erişim Tarihi: 02.03.2012).
- LIVINGSTONE, S. ve L. HADDON (2009), *EU Kids Online, Final Report*, [http://www2.lse.ac.uk/media/@lseresearchEUKidsOnlineEU%20Kids%20I%20\(2006-9\)EU%20Kids%20Online%20I%20ReportsEUKidsOnlineFinalReport.pdf](http://www2.lse.ac.uk/media/@lseresearchEUKidsOnlineEU%20Kids%20I%20(2006-9)EU%20Kids%20Online%20I%20ReportsEUKidsOnlineFinalReport.pdf)
- MİLLİ EĞİTİM BAKANLIĞI STRATEJİ GELİŞTİRME BAŞKANLIĞI. (2012), *Medya Okuryazarlığına İlişkin Veriler 2010-2012*.
- POTTER, W.J. (2004), “Argument for the Need for a Cognitive Theory of Media Literacy”, *American Behavioral Scientist*, <http://abs.sagepub.com/cgi/content/abstract/48/2/266>, e.t.30.5.2008.
- POTTER, W.J. (2004), *Theory of Media Literacy*, London: Sage Publications.
- REARDON, B. A. (2000), *Hogvöri: Barışa Açılan Kapı, İlköğretim Okulları İçin Kaynak Kitap*, T.Asrak Hasdemir ve N. Ziyal, Ankara:TİHAK ve UNESCO Yayınları.
- RTÜK ve MEB. (2007), *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı*, Ankara.
- RTÜK, MEB ve TTK. (2006), *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu*.
- SHESKY, B. (2010), “Creating Learning Connections”, *Curriculum 21 Essential Education for a Changing World*, H. H. Jacobs (der.), USA:ASCD, s.195-209.

- SÜTÇÜ, M. A. (2011), 19. İletişim Fakülteleri Dekanları Toplantısında Milli Eğitim Bakanlığı Talim Terbiye Kurulu'nu Temsilen Yapılan Sunum, 7-8 Nisan, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- TOKER Erdoğan (2010), *Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Sağlanmasında Medya Okuryazarlığının Rolü*, Uzmanlık Tezi, Prof. Dr. Mutlu Binark (danışman), Ankara: T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü.
- TÜRKOĞLU, N. (2007), “Konferans Çağrısından Kitaba”, *Medya Okuryazarlığı*, N. Türkoğlu ve M. Cinman Şimşek(der.), İstanbul:Kalemus, 9-10.
- UNESCO (2010a), “Cenevre İlkeler Bildirgesi-2003”, *UNESCO Kütle İletişim Bildirgeleri* içinde, R. Uzun (çev), Ankara:UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, s.145-162.
- UNESCO (2010b), “Cenevre Eylem Planı-2003”, *UNESCO Kütle İletişim Bildirgeleri* içinde, R. Uzun (çev.), Ankara:UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, 163-192.
- UNESCO (2010c), “Enformasyon Toplumuna Tunus Gündemi-2005”, *UNESCO Kütle İletişim Bildirgeleri* içinde, R. Uzun (çev), Ankara:UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, 224-260..
- UNICEF (2000), “Çocuk Hakları Sözleşmesi'ne Bir Bakış”, *Hogörii:Barışa Açılan Kapı, İlköğretim Okulları İçin Kaynak Kitap* içinde, T. Asrak Hasdemir ve N. Ziyal, Ankara:TİHAK ve UNESCO Yayınları, 94-100.
- UYANIK, M. (2007), *Yeni Okulun Ders Vasıtalarından Gazete*, 2. bas., Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi 40. Yıl Kitaplığı No:3.
- http://portal.unesco.org/ci/en/ev.phpURL_ID=27070&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html), erişim tarihi: 04.02.2013.
- http://ec.europa.eu/growthandjobs/key/information-and-communication-technologies/index_en.htm, erişim tarihi: 28.02.2013.
- <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:227:0009:0012:EN:PDF>, erişim tarihi: 17.01.2013.
- http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/docs/digital_literacy/digital_literacy_review.pdf, erişim tarihi: 10.03.2013
- <http://www.declarationdebruxelles.be>, erişim tarihi: 21.10.2012.