



BEU. SBE. Derg.  
Cilt:4 Sayı:1 Haziran 2015

## ETKİLİ MEDYA OKURYAZARLIĞI EĞİTİMİ VE UYGULAMALARINDAN ÖRNEKLER

Erhan GÖRMEZ\*

### Özet

Bireyin medya araçlarına olan ilgisi okul çağından önce başlayıp yaşamının sonuna kadar devam etmektedir. Yaşam serüveni içinde bireyin medyanın sunduğu fırsatlardan daha iyi faydalanmalarına imkan tanıyıp aynı zamanda onları medyanın neden olduğu risklerden korumanın yolu medya okuryazarlığı eğitimidir. Bu açıdan, ülkemizde ikinci kademedden itibaren seçmeli dersler kapsamında verilmeye başlanan medya okuryazarlığı dersinin eğlendirici, tatmin edici ve eğitici uygulamalarıyla verilmesinin önemi daha da çok artmaktadır. Etkili bir medya okuryazarlığı dersinde öğrencilere analiz yapmayı, değerlendirmeyi ve çeşitli formlardaki araçlarla iletişime geçmeyi öğretmek için çeşitli uygulamalar bulunmaktadır. Öğrencilerin etkin katılımına dayalı bu uygulamalar kaliteli bir medya eğitiminin temelini oluşturur. Ortaokullarda, medya eğitimi faaliyetlerini tanımlamada ciddi sıkıntılar olduğu bilinmektedir. Bunun temel nedeni, medya öğretmenlerinin güncel sınıf içi uygulamaları hakkında çok az şey biliyor olmaları inancısıdır. Uzmanlar medya eğitimi aktivitelerinin detaylarına ışık tutan kaliteli metotların uygulandığı doğal çalışmalarını savunmaktadırlar. Bu çalışmamızda, medya eğitimcilerinin sınıf ortamında rahatlıkla uygulayabilecekleri etkili medya eğitimi aktivitelerini incelemeye çalışacağız.

**Anahtar Kelimeler:** *Medya Okuryazarlığı, Seçmeli Medya Okuryazarlığı Eğitimi, Medya Okuryazarlığı Uygulamaları*

## EXAMPLES FOR EFFECTIVE MEDIA LITERACY EDUCATION AND APPLICATIONS

### Abstract

Individual's interest in media tools continues until the end of life beginning before schooling. The way to give individuals opportunities for them to benefit from media more and at the same time prevent them from the risks caused by media is the media education. Therefore the importance of giving media literacy education beginning from the second grade in our country as a selective course together with its entertaining, satisfactory and

---

\* MEB Sınıf Öğretmeni, erhangormez@hotmail.com

instructive applications increases. There are various applications to teach students how to analyse, evaluate, and communicate with different tools. These practices based on effective participation of the students provide the basis of a qualified media education. In secondary schools it is known that there are serious problems in defining activities in media education. The main reason of this is believed to be inadequate information of media teachers about daily interclass applications. The experts suggest natural studies where qualified methods shedding light on the details of media education activities are applied.

In this study, we will try to analyse effective media education activities the media teachers can use easily in class .

**Keywords:** *Media literacy, Selective media literacy education, Media literacy applications*

## 1. GİRİŞ

21. yüzyılın medyaya doymuş, teknolojiyle içli dışlı ve küresel bağlantılı dünyasında çocukların çok çeşitli medya araçlarıyla (TV, gazete, dergi, internet vd.) ciddi bir etkileşim halinde oldukları bilinen bir gerçekliktir. Konuyla alakalı olarak hem ülkemizde hem de dünyada yapılan araştırmalar çocukların görsel, işitsel ve yazılı medya araçları karşısında savunmasız bir alıcı durumunda olduğunu ortaya koymaktadır.

2012 yılında Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA) 5-29 yaş aralığında 10 bin 174 gencin katılımıyla “Gençlik Profili” araştırmasını gerçekleştirmiştir. Bu araştırmada gençlerin en sık kullandıkları medya araçlarının,

- % 56,8 oranıyla televizyon izlemek olduğu,
- % 40,8 oranıyla kitap, dergi, gazete okumak olduğu,
- % 37,2 oranıyla internette sosyal medya ağlarına katılmak olduğu,
- % 15,6 oranıyla da tiyatroya, sinemaya ve konsere gitmek olduğu ortaya koymuştur (SETA, 2012).

Media Awareness Network (2005) Kanada genelinde yaptığı araştırmada öğrencilerin internet, internet kullanımına bağlı olarak E-Mail uygulaması, Mp3/Mp4, bilgisayar ve cep telefonu kullanımlarının arttığını ortaya koymuştur. Yine aynı araştırmaya göre öğrencilerin birçoğunun okulda:

- Bilgisayar oyunları oynadıkları,
- Ödev için teknolojiden faydalandıkları,
- Arkadaşlarıyla sürekli mesajlaştıkları,
- Müzik indirip veya dinledikleri,
- E-maillerini kullandıkları,

- Okul ödevlerinden çok kendilerini ilgilendiren konularda araştırma yaptıkları, sonucuna varılmıştır (Media Awareness Network, 2005).

Bu araştırma sonuçları, online aktivitelerin gençler arasında ne denli yaygın kullanıldığı ve gençlerin medyanın her türüyle alakadar olduklarını ortaya koymaktadır. Her geçen gün daha da çok çocuk hem evde hem de okulda pratik bir biçimde kitle iletişim araçlarına ulaştığından medya okuryazarlık eğitimi de önem kazanmaktadır.

Özellikle eleştirel düşünmenin ve reflektif düşünmenin geliştirilmesiyle bağlantılı temel alanlardan biri olan medya okuryazarlığı. Medyanın ve medya mesajlarının içeriği üzerine çalışarak ve eleştirel karşılıklar vererek üst-bilişsel, reflektif stratejiler geliştirmeyi amaçlamaktadır (Feuerstein, 1999).

Medya okuryazarı olan kişi seçim yapma, soru sorma, değerlendirme ve üretme yeteneğini etkili bir biçimde ortaya koyan kişidir (Ankaralığıl, 2009). Bireyin karşılaştığı bilgi ve düşüncelere yönelik doğru soruları sorarak kendi bakış açısını yaratması ve kendi fikirlerini oluşturması süreci ise “eleştirel düşünme süreci” olarak adlandırılır (Derelioğlu, 2004). Feuerstein (1999), medya okuryazarlığı programının bir amacının da, öğrencilerin medya metinlerine eleştirel bakabilmelerini desteklemek olduğunu vurgulayarak, medya okuryazarlığında eleştirel düşünme becerisinin oldukça önemli olduğunu belirtmiştir.

Kellner ve Share (2005) eleştirel medya okuryazarlığının, bireylere kendi kültürleri üzerinde etkileyici bir güce sahip olmaları, kendi tanım ve anlamlarını oluşturma ve kendi toplum ve kültürlerini düzenleme ve yeniden şekillendirme konularında fırsatlar sağladığını ileri sürmektedirler. 118. Eleştirel medya okuryazarlığı, haksızlığı önleme sürecine katılmada, kendi tercihlerini ifade etmede ve daha iyi bir toplum oluşturmak için mücadele etmede çocuklara ne yapmaları gerektiğini söyler (Oxstrand, 2009).

Medya okuryazarlığı eğitiminin bireye kazandırdığı eleştirel düşünme yeteneğinin önemini fark eden birçok ülke, yaşam boyu öğrenme için gerekli olan donanım ve yeteneğe sahip olmayı kolaylaştıran bu dersin eğitimine giderek daha çok önem vermektedir. Medya Eğitimi, Medya Okuryazarlığı, Medya Alfabeti gibi değişik adlarla, farklı ülkelerde uygulanmaya başlayan programlar 75 yılda, pek çok ülkede yaygınlaşmıştır. Medya eğitimi ya da Medya Okuryazarlığı Dersi alt yapısının hazırlanması uzun yıllar almıştır. 1932’lerde ilk olarak ABD’de başlayan medya eğitimi çalışmaları özellikle 1970’lerde UNESCO ve UNICEF’in destekleriyle başta Avrupa kıtası olmak üzere tüm dünyada hızla yaygınlık kazanmıştır (Sezer, 2011).

Dünyadaki medya okuryazarlık çalışmalarını biraz geriden takip eden ülkemizde ise son on yılda önemli adımlar atılmıştır. 2004 yılında, ülkemizin önde gelen kamu kurumlarının, sivil toplum örgütlerinin ve üniversitelerinin

temsil edildiği Şiddeti Önleme Platformu'nda, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) ilk kez ilköğretim okullarında medya okuryazarlığı derslerinin okutulmasını önermiştir. Yapılan ön hazırlık çalışmaları sonucunda, "İlköğretim Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı" 31.08.2006 tarihinde Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu'nda görüşülerek kabul edilmiştir (RTÜK, 2012a).

Başlangıçta seçmeli dersler arasında popüler olan medya okuryazarlığı dersinin zamanla öğrenciler tarafından rağbet görmemesi, dersin içeriği ve işleniş konusunda birtakım güncellemelere gereksinim olduğunu ortaya koymuştur. Uygulama yapmaya dönük böyle bir dersin okullarda bu dersi veren öğretmenler tarafından korumacı bir yaklaşımla sadece medya hakkında öğretim yapılarak verilmesi öğrencilerin derse olan ilgisizliklerinin en önemli nedeni olabilir. Bu dersin sınıf içindeki en önemli aşaması, öğrencilerin kendi medya iletilerini oluşturabilme aşamasıdır. Pratik uygulamalardan uzak, kuramsal olarak işlenen ve sadece medyanın zararlarından bahsedilen derslerde, öğrenci karşılaştığı herhangi bir iletiyi çözümlenmede başarısız olacaktır. Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine olan ilgilerinin tekrar canlılık kazanması ve devam etmesi kendilerinin de aktif bir şekilde katıldıkları, ürettikleri ve eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirdikleri çalışmaların sınıf ortamında çoğalmasıyla gerçekleşebilir. Alan yazında yapılan incelemeler sonucunda Türkiye'de etkili medya eğitime yönelik çalışmaların yeterli düzeyde olmadığı, ancak yurt dışında çok sayıda çalışmaların yer aldığı görülmüştür (D. Buckingham, A. Fedrov, R. Hobbs, M. Krcmar, S. Livingstone...). Bu nedenle bir sınıf ortamında medya eğitimi aktivitelerinin etkili yöntemlerle yapılmasının medya okuryazarlığı ders kazanım ve becerilerinin bireyler tarafından daha sağlam bir biçimde içselleştirmelerine imkân tanıyacağı düşünülmektedir.

## 2. AMAÇ

Bu çalışma, ülkemizde korumacı ve ezberci bir yöntemle verilen medya okuryazarlığı eğitiminin ağırlıklı olarak uygulama yapmaya dönük ve eleştirel bakış açısı taşıyan hangi tür medya eğitimi yöntemleriyle verilebileceğini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

## 3. YÖNTEM

Araştırmada olgu ve olaylar hakkında bilgi içeren ve yazılı materyallerin analizini kapsayan nitel araştırma yöntemlerinden doküman inceleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada araştırılan konuya yönelik basılı veya yazılı kaynakların taranması ve analiz edilmesi olarak tanımlanan doküman incelemesi, araştırmacının veri elde etmesini sağlamıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

#### **4. ETKİLİ MEDYA EĞİTİMİ UYGULAMALARI**

Medya eğitiminde yaygın olarak kullanılan farklı türden aktiviteler mevcuttur. Bunlardan en önemlileri UNESCO tarafından ortaya konulan metin analizi, içerik analizi, örnek olay incelemesi, uygulamalı aktiviteler, benzetim ve üretim aktiviteleridir. Bu aktiviteler dışında Medya Okuryazarlığı Merkezi (CML) öncülüğünde, “21. Yüzyıl için Okuryazarlık” adlı çalışmalarında Thoman ve Jolls (2005) tarafından geliştirilen "Yakın Analiz" ve "Güçlendirici Sarmal" adlı sınıf içi aktiviteleri de bulunmaktadır. Bu yaklaşımlar medya hakkında öğrenmeyi sağlayan gelişimsel unsurlardır ve onlar birkaç tür öğrenim yeteneğini, deneyimini ve aktiviteyi içeren konu ve temaların doğal bir parçasıdır.

##### **4.1. UNESCO Tarafından Geliştirilen Etkili Medya Eğitimi Yaklaşımları**

###### **4.1.1. Metin çözümlenmesi**

Çocuklar medya metinlerinden bir anlam çıkarmak istediklerinde, öncelikle medya iletilerinde yer alan görsel ve işitsel dilin nasıl okunması gerektiğini öğrenmelidirler. Çocuklar hem medya ürünlerini analiz ederek hem de kendi iletilerini üreterek yaptıklarından nasıl bir anlam çıkardıklarını açıklayabilirler.

Herhangi bir medya metni (Örn: 18. yüzyıldan kalma bir tablo ya da 20. yüzyılın sonlarından kalma bir komedi metni olabilir) bilimin konuyla alakalı alanları kullanarak ve uygulamaya dönük çalışmaların esası anlaşılabilir analiz edilebilir. Yakın metinsel analiz, çocukların izledikleri ve dinledikleri şeyin ne olduğu konusunda çabuk karar vermemeleri için onları yönlendirir. Mesela, televizyondan kısa bir görüntü alınarak öğrencilerin bu görüntüde duyup gördüklerini tanımlaması istenir. Ses kısılarak öğrencilerin görsel boyuta odaklanması sağlanabilir. Sonra resim olmaksızın ses dinlenebilir ve ne işittiklerini tanımlamaları istenebilir. Ses ve görüntü bir arada verilerek öğrencilerin iki unsurun kombinasyonu hakkında ne düşündükleri sorgulanabilir. İkinci aşamada, öğrencilerden söylediklerinin ne anlama geldiğini belirtmeleri ve niçin bu tahminlerde bulduklarını anlatmaları istenir. Son olarak, öğrenciler medya metinlerini üretenlerin hedef kitleye nasıl etkili iletiler gönderdiği konusunda fikir yürütürler. Burada amaç öğrencilerin dikkatini televizyondan alınan görüntünün anlamına katkı sağlayan ışık, yakın çekim, çerçeveleme vb. unsurlara çekmektir.

Eğer öğrenciler metin çözümlenmesi etkinliğini bir medya metnine nasıl uygulanacağını anlamazlarsa, egzersizler fazlaca şematik ve katı olma riskini

taşıır. Çocukların kendi yaptıkları işe kafa yormaları analitik çalışmalarını anlama konusunda onları daha çok yetkilendirecektir. Sonuçta, öğrencilerin şevkle bir gazete ve video oluşturmaya çalıştıkları küçük bir uygulama tıpkı bir gazete basımı gibi kayda değer çalışmayla sonuçlanabilir. Eğer yapılan çalışmalara öğrenciler ve öğretmenler gereken dikkati göstermezlerse, alınması gereken bilgi bu çalışmalardan çıkarılamayacaktır.

Metin analizleri açıkçası öğrencilerin, örneğin farklı kamera açılarını ya da hareket geçişlerini anlatabilmeleri için, teknik kelime dağarcığı edinmelerini gerektirir. Ancak, bu tür analizlerin rutin, mekanik bir faaliyete dönüşmemesi önemlidir. Metin analizinin aynı zamanda bir de uygulama boyutu olmalıdır. Öğrencilerden bir görüntüyü bileşen parçalarına ayırıp, her bir parçayı analitik yorumla sınıflandırarak “yapısal çözümlemesini” yapmaları ya da hareketli görüntü metinlerinden bir televizyon reklamının her sahnesinin elle ayrı çizimini yapmaları istenebilir. Bu “bulunan” görüntülerin montajlanması, ya fotoğraf şeritlerinin reklam sahnesi haline getirmek için birbirine eklenmesine ya da kısa video sahneleri hazırlanmasına imkân tanıyabilir. Tek başına ele alındığında, metin analizi daha çok biçimsel gramer öğretimine benzer: Öğrenciler için anlamlı olması gerekecekse, gerçek içeriklerdeki gerçek metinlere uygulanması ve uygulamalı yollarla araştırılması gereklidir (RTÜK, 2007b, s. 23).

#### 4.1.2. İçerik analizi

İçerik analizi, bir medya aracının biçimsel yönünü değerlendirmeye rehberlik eden nitel bir çalışma metodudur. Mesela, öğrenciler bir gazetenin ne kadarının metne ayrılması gerektiğini gazetede yer alan resimlerle kıyaslama yaparak anlayabilirler veya reklamların sayısını haberlerin sayısı ile kıyaslayabilirler. Öğrencilerin vardıkları sonuçların gerekçesi gazetenin yerel mi ulusal mı bir gazete türü olduğuna dayanabilir. Televizyonda geçen kısa bir haber içinde yer alan fotoğrafların sayılması veya bir dergiyi tanıtmak için pasif roldeki kadın resimlerinin sayısını aktif roldeki kadınların sayısına kıyaslanması diğer standart egzersizlerdir. Bu tür aktiviteler medya metinleri içinde bulduklarını seçici okuma ve özetleme etkinlikleri içerir.

İçerik analizinde, öğrencilerin genelde umursamadıkları bir metnin öğelerine odaklanmalarını sağlayacak bir yöntem izlenebilir. Mesela, film veya bir TV programının açılış ve kapanış aşamalarında metnin belli bir izleyici kitlesini nasıl hedef aldığı yapım sürecindeki farklı roller konusunda önemli bilgiler sağlayabilir. Diğer bir teknik de belli bir metnin nasıl pazarlanıp izleyicilere dağıtıldığı hakkında bilgi toplamaktır. Bu TV dergilerini, video kataloglarını, mağaza vitrinlerini, film posterlerini ve reklamları, internet sitelerini, fragmanları ve basın açıklamalarını incelemeyi kapsayabilir (RTÜK, 2007b, s. 24).

#### 4.1.3. Durum çalışmaları

Bu aşamada öğrenciler kendi seçtikleri herhangi bir medya konusunu derinlemesine araştırmak için cesaretlendirilmeye ihtiyaç duyarlar. Öğretmenlerin, öğrencilerin çalışma heveslerine ve güncel konuları tartışma isteklerine olumlu katkılar sunması çok önemlidir. Öğretmenler bu tür durumlarla çok sık karşılaşır. Bazen gerekli bilgiyi öğretmenler temin eder ama genelde bu işi öğrenciler yapar. En basit durum çalışması türünde özel bir metnin üretimine, pazarlanmasına ve tüketimine odaklanılır. İkinci bir durum çalışmasında öğretmenler, öğrencilerinden özel bir konu için medya araçları içinde araştırma yapmalarını ister (UNESCO, 2006b).

Medya öğretmenlerinin güncel ve önemli medya konuları hakkında bilgi sahibi olmaları ve bu konular içinde yer alan durum çalışmalarını ortaya çıkarması için öğrencileri cesaretlendirmeleri faydalı bir stratejidir. Durum çalışmaları sadece içerik analizine katkı sağlayan okul kaynaklarının artmasına yardımcı olmaz, aynı zamanda metinlerin anlam ve önemini etkileyen bir dizi konunun öğrenciler tarafından anlaşılmasına da yardımcı olur. Bir televizyon programının yayından çekilme nedenlerini soruşturmak, diğer medya araçlarıyla (buna gazeteler de dahil) bir dizi araştırma yapmak, farklı medya metinlerini takip ederek izleyici profillerini ortaya çıkarmak, farklı medya kurum ya da şirketlerin çalışma prensiplerini tespit etmek ve bunu yapmak için de referans kitaplardan faydalanmak gibi ders programında bulunmayan etkinlikler öğrencilerin araştırmacı özelliklerini daha da geliştirmelerine imkan tanır.

Durum çalışmaları öğrencilerin pratik aktiviteleriyle ve üretim çalışmalarıyla paralel olarak ortaya çıktığında, öğrenciler içerik hakkında sorulan soruların ne olduğu bilgisini elde edecektir.

#### 4.1.4. Uygulamalı aktiviteler

Medya çalışmalarının teknik zorluğu bazen stresli öğretmenleri usandırır. Ancak unutulmamalıdır ki çocuklar medya süreçlerini ve ürünlerini basit teknolojik çalışmalarla anlayabilirler. Yazılı bir hikâyeyi film şeritleriyle görsel bir şekle dönüştürmek veya bir fotoğrafın hikâyesini yapmak, magazin dergilerinden alınan görüntüleri tekrar tasarlayarak ve seçerek bir görüntü katalogu oluşturmak, yeni ses efektlerini seslendirme, televizyondan bir öykü ya da bir müzik çekip çıkarma, yerli bir video kullanma, bunlar karmaşık bir video veya bir benzetim kadar etkili olabilecek basit uygulamalardır. Öğrencileri görsel unsurları kullanmaya hazırlama, onlara çekilen fotoğrafları çerçeveletme, sıraya koydurma, baskıya sokma ve resimlere uygun sesler seçirme ve eklemelerine yardımcı olma gibi faaliyetler öğrencilerin medyanın nasıl çalıştığı konusunda farkındalık kazanmalarını sağlar. Teknolojik araçların çok karmaşık olduğu bir

ortamda, uygulama yapmaya elverişli basit aktivitelerle aşamalı alıştırmalar tercih edilebilir ama çalışmalarda kullanılacak araçlara ulaşılmıyorsa etkinlikleri gerçekleştirmek imkânsızlaşır.

Video kamera kullanmayı öğrenme veya bir film şerdi hakkında bir tanıtım yapma didaktik bir öğretimi gerektirir. Donanımların nasıl çalıştığı konusunda çocuklara şans verilerek eğlenceli bir yolla pratik ve teori birleştirilebilir. Böylece, çocuklar teknolojiyle öğrenmenin amaçlarını daha iyi kavrayabilirler. Pratik çalışmalarda malzemelere bağlı olarak ortaya çıkan problemleri umursamak gerektiğini anlarlar. Çünkü medya eğitiminin temelini oluşturan uygulamalarda eksiksiz donanım kullanmak, yapılan aktivitelerin daha iyi anlaşılmasını sağlar.

Öğrenciler ilgi çeken örneklerin ne olduğuna ulaşarak kendi öğrenmelerini değerlendirebilirler. Öğrencilerin, bir tüketici olarak diğerleriyle deneyimlerini paylaşmaya, öğretmenlerin ise bir üretici olarak yapılan çalışmalarını anlaşılır kılmak için bilgilerini paylaşmaya ihtiyaçları vardır.

#### 4.1.5. Benzetim

Benzetim medya eğitiminde yaygın kullanılan bir tekniktir. Benzetim bir rol yapma formudur: Benzetim, aslında kurgusal bir yol olduğu için, öğrencileri medya yapımcılarının yerine koymayı gerektirir. Bu teknik, özellikle medya endüstrisi içindeki yapım rolleri ve süreçleriyle, medya yapımcılarının çalışmalarında bulunan finansal ve teknolojik konularla ve kurumsal kısıtlamaların nasıl dengelendiğiyle alakalı soruları açıklamaya çalışır. Genellikle öğrencilere, yapacakları bir dizi tercih ya da çözecekleri bir dizi problem sunulur ve daha sonra aldıkları kararların sonuçlarını, sınıftaki diğer gruplarla karşılaştırarak ifade etmeleri teşvik edilir. Aynı zamanda öğretmen de yetkili editör ya da yapımcı - yönetmen olarak “rol” yapabilir (RTÜK, 2007b, s. 27).

Benzetim çalışmasında, yaratıcı ve analitik düşünce sadece gerçek medya aktivitelerinin bir benzerinin yapımına olanak sağlamaz aynı zamanda yansıtıcı düşünmeyi de harekete geçirir. Benzetim “farz edelim?” ifadesiyle başlar ve bir fotoğrafa farklı kişilerin nasıl baktığıyla devam eder oradan da tanınmış bir dergiyi oluşturma tarzıyla geliştirilen çok yönlü masa üstü yayıncılığın kadar uzanır. Öğrencilerden oyunculuk yetenekleri istenmez ama grup çalışmalarında bazen bir medya üreticisi veya medya editörü gibi bir rolün sergilenmesi ve sahnelenmesi istenebilir.

Öğretmenler bir dizi medya sürecini, sistemini ve uygulamalarını açıklamak için benzetimi kullanabilirler. Buna karşılık benzetim de medyanın kurumsal, teknolojik ve ekonomik yönlerini açıklamaya yardımcı olur. Bu çalışma öğretmen ve öğrenci tarafından iyi yapılandırılırsa, kendi öğrenmelerini aşamalı olarak değerlendirebilirler. Öğrenciler benzetim aracılığıyla profesyonel ürünlerin



sermaye, materyal ve teknoloji içerdiğini, bunun yanında gerçek bir ürünün oluşturmada profesyonel üreticilerin çalışmaları birleştirdiğini öğrenebilirler.

Benzetim türlerinden biri olan zaman çizelgesi egzersizi, öğrencilerden gerçek bir zaman çizelgesini ya da akşam bir televizyon kanalında verilen bir programın seyriyle alakalı yayın akışı çizelgesini oluşturmalarını ister. Bazen sabit kanal listelerinin birbirleriyle kıyaslanmasını da isteyebilir. Bu egzersizlerin amacı, günün belirli saatlerindeki programları izleyen spesifik izleyiciler için programları belirlemede öğrenci yeteneklerini kullanmaktır. Bu çalışmayla, öğrenciler farklı yayınlar ve bu yayınların hangi bölgede daha çok izlendiği konusu hakkında detaylı bilgi edinebilir.

Zaman çizelgesi etkinliği içinde yapılacak değişikliklerle program planı araştırma çalışması öğrencilerden istenebilir. Mesela, çocuklar için hazırlanan yeni bir televizyon dizisinde program yapımcılarının önerileri incelenebilir. Öğrenciler program editörüne sunmak için tasarım malzemelerini, senaryo planlarını, karakter profillerini, konu serisini, izleyici, dinleyici profillerini ve üretim maliyetini oluşturabilir.

Bir diğer yorucu ve iyi test edilmiş benzetim türü ise diğer türlerin kendilerine örnek alacakları *Covington Radyosu*' dur. Bu çalışmada kişi, radyo istasyonundaki bir idari yöneticiden “reyting performansını artır” şeklinde bir talimat alan editör ve teknik üreticinin yerine kendini koyar. İki saati aşan bir periyotta harfler, bültenler, bildirimler ve gün boyunca çalışılacak malzeme akınına uğranılır ve öğrenciler bir “canlı” yayın ortamındaymış gibi materyalleri seçerek, yazarak, birleştirerek, okuyarak ve kaydederek on dakikalık bir haber programı hazırlayabilirler. Güncel haberler ve son dakika haberler gibi zorlayıcı üretim çalışmaları tanıtılır. Bu türden bir egzersiz, belli bir izleyici kitlesi için tanımlanan malzemeleri ortaya koymada öğrencileri cesaretlendirir. Öğrenciler bir grup olarak kendi rollerinin oluşum aşamalarını düşünebilirler. Bu durum onlara medya ürünlerinin nasıl birçok üreticinin çalışması olduğu bilgisini kazandırır.

Plan yapılırken, öğretmenler etkinlikte hangi süreci öne çıkaracaklarına karar vermelidir. Eğer belli bir yaş grubuna radyodan hava raporu aracılığıyla bir mesaj gönderilecekse, o yaş grubunda olan dinleyici kitlesiyle kurulacak yakın ilişki tamamen kullanılan dilin onlara ne kadar hitap ettiğiyle ilgilidir. Etkinlikte görevin teknik ve teorik unsurlarının dikkatli bir biçimde dengelenmesi, beklenen sonuçların dikkatli bir biçimde tanımlanması, karşılaştırılması, desteklenmesi ve değerlendirilmesi de ayrı bir önem arz etmektedir.

Bir diğer benzetim çalışmasında kitap, gazete veya televizyon gibi kitle iletişim araçlarıyla alakalı kavramlar kullanılabilir. Çocuklar “gazete yayın kurulu”, “kitap editörlüğü” veya yeni televizyon programları için “yayımcı kurul” gibi kavramları sınıf ortamındaki sunumlarında öğrenebilirler. Bu sunumların içeriğini; taslağın özeti, kapak, ambalaj tasarımı, program analizi ve filmi değerlendirme oluşturur.

Çok daha basit olan diğer tür benzetim tekniğinde, öğrencilerden bir filimin belirli bölümlerine uygun olarak tasarlanmış bir grup fotoğrafı yerleştirerek film editörü gibi davranmalarını istenir. Bu etkinlikte, fotoğraftaki değişiklikler, kamera açıları, hareket, ortam unsurları, diyalog ve müzik hakkındaki yorumlar kullanılabilir. Heyecanlı filmlerde görüntülerin gerilim oluşturacak şekilde bir sıra halinde dizilmeleri medya öğretiminin başlıca ögesidir. Bu öğeler, çekim değişiklikleri, kamera açıları, aksiyon, atmosferik unsurlar, diyalog ve müzik gibi konular hakkında yorum yapılarak açıklanabilir. Öğrenciler reklam, komedi veya korku filmleri gibi televizyonun diğer kategorileriyle deney yapabilirler. Bu aktivitenin amacı, seçme, sıraya koyma ve oluşturma çalışmalarında öğrencileri yetkilendirmektir.

Üçüncü ve çok daha karmaşık benzetim türü, film senaryosu geliştirme süreci, taslak senaryo içerme, üslup ve anlatı, pazarlanabilir yıldızlar ve üreticiler aracılığıyla öğrencileri sürece dahil etme etkinliklerinden oluşur. Bu tür çalışmaların başarıyla uygulanması bir film için pazarlanan fikirlerin diğer medya ortamlarında pazarlanan bir ürünü ortaya çıkardığını anlamaları konusunda öğrencilere yardım eder.

#### 4.1.6. Üretim

Son aşamada bilgi, kavrama ve teknik yeteneklerinin sistematik gelişimi aracılığıyla, artık öğrenciler tüm yayınlar veya videoların üretimi gibi çok daha kapsamlı projeler hazırlayabilirler. Üretimin farklı unsurları teorik konuları ve uygulamalı çalışmaları dengelemek için dikkatli bir yapılanma ister. Teknik, teorik ve grup yeteneklerinin tüm boyutlarını geliştirmek için küçük ölçekli aktivitelerle başlamak önemlidir. Bu sayede daha geniş ölçekli aktiviteler başarılı olur.

Üretim dahil, herhangi bir medya aktivitesinin organizasyonu ile alakalı bir takım genel ilkeler vardır. İlk olarak, öğretmenler görev dağılımı yaparken verilecek rolleri düzenli bir biçimde gözden geçirmelidirler. Gruptaki bireylerin kendi cinsiyetlerine göre (erkeklerin spor sayfaları, kızların moda sayfaları, düşük kabiliyete sahip öğrencilerin kelime araştırma çalışması yapması veya bazılarının da denetim yapmak için atanmaları gibi) oluşturulduğunu açıklamak önemlidir.

Öğrencilerin medya formlarını etkili kullanabilmeleri için cesaretlendirilmeye ihtiyaçları vardır. Öğrenciler, genelde yazılı medya formlarına çok daha önem vermektedirler. Öğrencilerin görsel ve işitsel medya araçlarına önem vermelerini sağlayabilmek için bu araçların kullanımını gerektiren etkinliklere yer verilmelidir. Öğrencilere her tür medya aracını kullanabilecekleri etkinlik ortamları hazırlanarak, kabiliyetlerini çekinmeden sergileyebilmeleri sağlanmalıdır.

Süreç içinde bir projenin yapısını biçimlendirmek için, o projeyi inceleme, güncelleme ve değerlendirmek gerekir. Görev, rol ve grup dinamikleri dağılımında ayrıntılı notlar tutulmalıdır. Bütün bu çalışmalar resmi bir biçimde, bir öğretmen rolüyle, yapılmalıdır. Sergileme öncesi ve üretim sonrası zaman ve mekân ayarlanmalı, üretim süreciyle ortaya çıkan öğrenme değerlendirilmelidir.

Bir medya öğretmeni olan Smith (1988) *Girişim* adlı makalesinde geniş ölçekli uygulamalı proje çalışmaları için bir “sözleşme” yaklaşımı ortaya koymaktadır. Uygulamalı çalışmaları yönetme esnasında ortaya çıkabilecek zorlukları engellemek için çok farklı yaklaşımlar geliştirmiştir. Projede kullanılacak benzer araçlarla ilgili her türlü sorunu ortadan kaldırmak ve her öğrencinin aracı kullanmayla ilgili tüm potansiyelini ortaya koymalarını sağlamak için öğretmenin isteklerini karşılama konusunda dizayn edilen bir sözleşme kâğıdı hazırlanmasını önermektedir. Ama ideal olan hem öğrencinin hem de öğretmenin gözden geçirme ve değerlendirme yapabileceğine imkân tanıyacak bir sözleşmenin olmasıdır.

Yapılan sözleşme eğitimlik sürecinin sürmesini sağlayan bir mekanizmadır; öğretmenlik süreci gözden geçirme, görüşme, cesaretlendirme ve hiyerarşik olmayan bir ilişkiyi garanti altına alır. Grup üyelerince paylaşılan amaçlar, bireysel sorumluluklar hatırlatılır ve kendi çalışmalarına odaklanmalarına yardımcı olunur. Sözleşme, bir sonraki aşamada hangi görevlerin tamamlanacağını ve hangi gereksinimlere ihtiyaç duyulacağınıyla tamamlanır. Hem öğretmen hem de öğrenci sözleşmeye imza atar.

#### 4. 2. Yakın Analiz

Medya Okuryazarlığı Merkezi (CML) öncülüğünde, “21. Yüzyıl için Okuryazarlık” adlı çalışmalarında Thoman ve Jolls (2005) medya metinlerini analiz yöntemlerinin nasıl uygulanacağını şöyle açıklamışlardır:

"Atalarımızın ateşin etrafında bize anlattıkları hikâyeler eğlencenin ta kendisi iken, bu gün şefkatsiz medya, eğlence için bizden en azından bir kere durup bakmamızı, bir medya metninin nasıl oluştuğunu ve bu kadar yorumun bundan nasıl çıktığını anlamamızı istiyor. Böyle ifade edilen metodun adı “yakın analiz” dir. Bu temel medya okuryazarlığı alıştırmalarının nasıl yapıldığını öğrenmek ve öğretmek için, uygulamayı önce kendin dene; sonra uygulamada kullanacağın iletinin ipuçlarını kullanarak onu sınıfa veya gruba tanıt. Herhangi bir medya mesajı için yakın analiz metodunu kullanılabilirsin ama reklamlar genelde iyi bir tercihtir çünkü onlar müzik ve ses, kelime ve görüntü gibi kısa ve sıkı güç unsurlarıyla doludurlar. Televizyon izlediğin bir iki saat içinde bir reklam seç ve onu kaydederek analiz et. Kaydı oynat ve birçok farklı aşaması olan (ilgi çekici ses ve görsel bantlar, unutulmayan kelimeler veya reklam sloganları, araştırmaya teşvik eden çoklu iletler gibi) reklamı bul. Seçtiğin reklamı diğer aşamaları takip ederek birkaç kez oynat (29)."

#### 4.2.1. Görseller

Öğrenciler, ilk kez izledikleri videoda hatırladıkları tüm görsel unsurları yazmalıdırlar (Örn: ışıklar, kamera açıları, resimler nasıl basılmış?). Herhangi bir kişiyi seçip tanımlamalılar (Onlar neye benziyor? Ne yapıyorlar? Ne giymişler? Hangi görüntü ve sahneyi net olarak hatırlıyorsun?). Öğrenciler, ekranda gördüklerinin yorumuna değil, sadece ekrandaki gerçeğin ne olduğuna yoğunlaşmalılar. Gerekirse sesi kapatıp ve videoyu bir kaç kez daha oynatabilirler.

#### 4.2.2. Sesler

Öğrenciler, görüntüyü kapatıp sadece sesi dinlemelidirler. Konuşulan her kelimeyi yazmaya çalışmalıdırlar (Bu kelimeleri kim söylüyor? Ne tür müzik kullanılmış? Müzik reklam esnasında değişiyor mu? Nasıl? Ne tür sesler var? Bu seslerin amacı nedir? Doğrudan veya dolaylı kim konuşmaya başlıyor?).

#### 4.2.3. Anahtar soruların uygulanması

Öğrenciler, videoyu üçüncü kez izlediğinde, *Beş Anahtar Soruyu* ve *Rehber Soruları* uygulamaya başlamalıdırlar.

Birinci Anahtar soru: Bu mesajı kim oluşturdu?

Bir medya metnini analiz ettiklerinde, çocuklar şu soruları sormalıdır:

- Ne tür bir “metindir”.
- Bütünü oluşturan unsurlar (yapı blokları) nelerdir?
- Diğer benzer türlerle farklılık veya benzerlikleri neleridir?
- Metnin oluşumunda hangi teknolojiler kullanılır?
- Farklılık oluşturmak için ne tür seçimler yapılmalıdır?
- Bu iletiyi oluşturmak için kaç kişi görev aldı? Görevleri nelerdir?

İkinci Anahtar soru: Farklı insanlar bu mesajı benden farklı olarak nasıl algılar?

Bir medya metnini analiz ettiğinde, çocuklar şu rehber soruları sormalıdır:

- Bunun gibi bir şeyi daha önce denedin mi?
- Gerçek yaşamda tecrübe ettiğin medya aracıyla aranda nasıl bir ilgi kuruyorsun?
- Bu medya iletilerinden ne öğrendin? Tecrübe ettiğin medya metinlerinden kendinle alakalı ne öğrendin?
- Diğer insanların tepkilerinden ve deneyimlerinden ne öğrendin?
- Diğer yorumların ne kadarı buradadır? Onları nasıl duyabiliriz?

- Farklı tepkileri nasıl açıklayabilirsin?
- Diğer görüşler benimki kadar geçerli mi?

Üçüncü Anahtar soru: Mesaj niçin gönderilir?

Bir medya metnini analiz ettiğinde, çocuklar şu rehber soruları sormalıdır:

- Medya iletilerini oluşturmanın ve bu iletileri göndermenin kontrolü kimdedir?
- Medya iletilerini kim niçin gönderir? Medya iletilerinin kim tarafından ve ne amaçla gönderildiğini nasıl tespit edebilirsin?
- Bu mesajdan kim faydalanmış, çıkar veya kâr sağlamış? Halk mı? Özel sektör mü? Bireyler mi? Kurumlar mı?
- Mesajın oluşum ve gönderiminde hangi ekonomik kararlar etkilidir?

Dördüncü Anahtar soru: Bu iletide hangi yaşam tarzları, değerler ve bakış açıları temsil edildi veya iletinin dışında tutuldu?

Bir medya metnini analiz ettiğinde, çocuklar şu soruları sormalıdır:

- İnsan kişiliği nasıl karakterize edilir? Ne tür davranışlar tanımlanır?
- Kendini okuyucu, izleyici ve dinleyici olarak tanıtan kişi ne tip bir kişiliktir?
- Seyrederken, okurken ve dinlerken aklına ne tür sorular gelir?
- Bu iletide ne tür görüş ve değerler “kabul ettirilir”?
- Diğer insanlara nasıl davranmamızla alakalı ne tür hükümler verilir ve açıklamalar yapılır?
- Mesajda ne tür siyasi veya ekonomik düşüncelere değinilir?
- Genel dünya görüşü nedir?
- Herhangi bir görüş ve düşünce dışlanır mı? Neyin eksik olduğunu nasıl bulabilirsin?

Beşinci Anahtar soru: Dikkatimizi çekmek için hangi yaratıcı teknikler kullanıldı?

Bir medya metnini analiz ettiğinde, çocuklar kendilerine şu soruları sormalıdır:

- Mesajı yapılandırma yöntemi, renk ve şekiller, ses efektleri, müzik, diyalog ve anlatım, sahne donanımı, kurgu, kıyafetler, aksiyon, kompozisyon, ışıklandırma hakkında ne fark ettin?
- Kamera nerede? Bakış açısı nedir?
- Hiç görsel sembol veya mecaz anlatım var mıdır?
- Duygusal çekicilik nedir?
- Mesajı “gerçek” gösteren nedir?

#### 4.2.4. Düşünceleri gözden geçirme

Öğrenciler, metnin nasıl hazırlandığını özetleyerek akıllarından geçenleri söyleyebilirler. Bu alıştırmayı diğer medya metinlerinin iletilerine (gazetede bir hikâye ile filmdeki önemli bir sahneyle, reklamdaki bir yazıyla, bir web sitesiyle) de uygulayabilirler.

Düşüncenin hızlı ve istekli bir biçimde hareket etmesiyle sınıfla veya grupla yakın analiz yapmak heyecan verici olabilir. İlk izlemden sonra, grup alıştırmaya şu basit soruyla başlanabilir: “*Ne fark ettin?*” Herkes farklı şeyler hatırlayacağından dolayı tüm cevapları kabul etmek ve soru sormaya devam etmek gerekir, “*Başka ne fark ettin?*” Eğer grup zorlanıyorsa, klibi tekrar göstermek ve onların dikkatini çeken herhangi bir şey aramaları için ısrarcı olmak gerekir. On beş veya yirmi cevap gelene kadar beyin fırtınasına devam etmek gerekir: “*Ne fark ettin?*” ile alakalı yorumları hemen saptayıp girişimler sorgulanmalıdır. Gurubun videodaki ses ve görüntünün ne olduğunu tanımlaması sağlanmalıdır. Bu alıştırmada öğretmenler ve yöneticiler için başarılı olmanın şartı soru sormaya devam etmektir. Kendinden çok fazla cevap katmaktan sakınmak gerekir. Maruz kaldığı her medya iletileri için bu tür bir analiz yapmaya hiç kimsenin zamanı yokken, iki veya üç yakın analiz deneyimi karşılaşılan diğer medya mesajlarını “görme” konusunda bir beceri kazandırır.

### 4. 3. Güçlendirici sarmal

Worsnop’a (1999) göre, öğretmenler medya okuryazarlığında ilk olarak, öğrenci merkezli öğrenmeyi kolaylaştıran ve organize eden yeteneklerle ilgilenmelidirler. Worsnop, öğrencilerin medya teorileriyle alakalı kapsamlı bilgileri, profesyonel gazetecilik yeteneklerini, film yapmayı veya video üretmeyi bilmesine gerek olmadığını düşünür. O, medya eğitimini “anlamı araştırma” olarak ifade etmektedir. Bu hem öğretmen hem de öğrenci için bir keşiftir. En iyi hazırlık öğrencilerin “Bilmiyorum. Nasıl öğrenebilirim?” Sorularına cevap verebilmeyi öğrenme istekleridir. Bu ortamı oluşturan etkili medya uygulamalarından biri de güçlendirici sarmaldır.

CML (2005) güçlendirici sarmalı bir sınıfta veya bir grupla medya okuryazarlığı öğrenmeyi organize etmenin yöntemini olarak ifade etmektedir. “Aksiyon öğrenme” olarak da isimlendirilen model, karar verme ve eleştirel düşünme yeteneğini etkileyen, anlama kapasitesini artırmada öncülük eden sarmal araştırma sürecinin yararlı olduğunu kanıtlayan bir modeldir. Medyayla alakalı bir konu ve kavramla ilgilendiğimiz zaman, medya kültürümüzü egemenliği altına almış olan kurumsal yapılardan ve karışık teknolojilerden ürkeriz. Popüler kültürün unsurlarına ve reklamlarla alakalı iletilerin çok yönlülüğüne karşı kendimizi güçsüz hissederiz.

Güçlendirici sarmal, geçmiş deneyimlerimizden yeni bilgilerin ortaya çıkmasını sağlayan ve beynin farklı yönlerini aktif kılan dört kısa öğrenme adımı içindeki karmaşık konu ve kavramların ana hatlarını belirtir. Bu dört adımı kullanarak grup aktivitelerini organize eden ve ders planları dizayn eden öğretmen veya yöneticiler, hem öğrenme hem de öğretmeyi değiştiren güçlü bir matris olan güçlendirici sarmalı bulacaklardır. Güçlendirici sarmalın aşamalarını CML (2005, s. 31) sırasıyla şöyle açıklamaktadır.

#### 4.3.1. Farkındalık

Farkındalık basamağında, öğrenciler kendi potansiyellerini ortaya çıkaracak aktivitelere katılırlar. Bu aktivitelerden bazılarını incelediğimizde: Mesela yaşı küçük olan çocuklar sahip oldukları oyuncakların reklamlarda gördükleriyle aynı performansa sahip olup olmadığını kıyaslayabilirler, gençler gece haberlerinde izledikleri uzun hikâyelerin ne kadarının gerçek olduğunu ortaya çıkarabilirler, bir öğrenci grubu günlük yaşantılarında ne kadar farklı kitle iletişim aracını tecrübe ettiklerini medya günlüğü tutarak fark edebilir. Bu etkinliklerle öğrenciler, medya okuryazarlığı eğitiminin temelindeki araştırma ve sarmal eleştirel sorgulama becerilerini geliştirebilirler.

#### 4.3.2. Analiz etme

Analiz etme aşamasında, öğrencilere bir konunun “nasıl” ortaya çıktığını anlamaları konusunda zaman verilir. *Beş Anahtar* soruya başvurma ve yakın analiz yapma seçilen konunun karmaşıklığını çözmeye kullanılan en iyi iki yöntemdir. Yaratıcı üretim deneyimleri, bir medya üreticisi ile dinleyici arasındaki değiş tokuşun “nasıl” ve “ne” olduğunu anlamaları konusunda gruplara yardımcı olur. Analiz yapmanın bir reklam, şarkı veya komedyadaki “anlamı” tanımlamaya çalışmaktan daha derin olduğunu bilmek önemlidir. Gerçekte, fayda sağlamayan sorular sormaktan kaçınmak gerekir; bu sorular eleştirel sorgulama süreçlerini, açıklamaları ve keşifleri durdurabilen spekülasyonlara, kişisel yorumlara ve tartışmalara öncülük ederler.

#### “Ne” ve “Nasıl” yerine sorulması gerekenler:

- Kamera açısı, reklamı yapılan ürün hakkında nasıl hissetmemizi sağlıyor?
- Reklamlardaki arabanın mavi yerine kırmızı olması neyi değiştirir?
- Bir karakterin elbisesine, süsüne ve mücevherlerine bakarak onun hakkında ne bilebiliriz?
- Müzik, anlatılan hikâyenin ruhuna nasıl bir katkıda bulunur?

Bu sorular aracılığıyla bireyler karşılaşmış oldukları medya iletilerine çözülmesi gereken problemler gözüyle bakacaktır. İletilerin sahip olduğu anlamı derinlemesine analiz etme imkânı bulacaktır.

#### 4.3.3. Derin düşünme

Bu adımda, grup daha derin bakarak sorar “ *Olup biten ne?*” veya “ *Ne yapmamız, Ne düşünmemiz gerekir?*” Grup üyeleri bireysel veya kolektif olarak karar veremeye etki eden felsefi veya dini gelenekleri, ahlaki değerleri, sosyal adaleti veya demokratik prensipleri de düşünerek şu soruları sorabilir:

- Sadece hükümet yetkilileri ile röportaj yapmak haber programları için doğru mudur?
- Anayasa sözleşmesi reklamcılığı koruyabilir mi?
- Sigara gibi tehlikeli ürünlerin reklamı konusunda ne düşünürsün?
- Problemi çözebilmek için alınacak diğer önlemler nelerdir?

Bu sorular, bireyleri medya iletilerinin pasif alıcısı olmaması konusunda uyanık tutmaktadır. İletileri sorgulayarak anlamaya çalışan birey, iletilerin hangi görüş ve düşüncelere hizmet ettiğini anlayacaktır.

Son olarak *aksiyon adımı*, yaparak öğrenme konusunda katılımcılara yapıcı fikirleri formüle edebilme imkânı sunar. Bireyin etkin olarak katıldığı bir öğrenme ortamında içsel farkındalık düzeyini artırmak için şu etkinlikler takip edilebilir:

- Bir hafta içerisinde çocuklar izledikleri çizgi filmlerde gördükleri şiddet miktarını tespit ettikten sonra, TV’deki şiddeti konu alan “bir özgürlük deklarasyonu” yazabilirler. Her çocuk kurucular gibi deklarasyona isimlerini yazar ve herkesin okuması için okulun çıkardığı gazeteye gönderebilirler.
- Bir grup genç, popüler müzik ve filmler hakkındaki araştırmalarını, duygularını ve düşüncelerini paylaşmak için bir web sitesi oluşturur.
- Sigaranın sağlığa zararları hakkında bir çalışma yaparken, öğrenciler sigara şirketlerinin kendi ürünlerini satmak için kullandıkları ikna edici teknikler hakkında bir oyun yazıp oynayabilirler.

Medya eğitiminin niteliği, bireylerin medya etkinliklerine etkin olarak katılmalarına bağlıdır. Bu etkinliklerde birey öğrenmiş olduğu her bir bilgiyi kendi deneyimleriyle bütünleştirerek ortaya özgün bir çalışma çıkarabilir. Öğrenilen her bir konunun öğrenciler tarafından içselleştirilmesinde aksiyon adımı çok etkilidir.



## 5. SONUÇ

Bu araştırmamızda medya okuryazarlığı dersinin uygulama yapmaya dönük bir ders olduğu ve bu dersle ilgili kazanımların/becerilerin bireylerde davranış haline gelmesinin ancak bireylerin etkin katılımını gerektiren etkili medya eğitimi uygulamalarıyla olacağı ifade edilmeye çalışılmıştır. Ülkemizde özellikle ezberci bir anlayışla işlenen medya okuryazarlığı dersinden istenen verimin alınmamasının en önemli nedenlerinden biri sınıf içi etkinlikler konusunda eğitmenlerimizin bilgi düzeyinin düşük olmasıdır. Şeylan'ın (2008) yaptığı araştırma sonucu da etkin bir medya eğitimi için yeni öğrenim yöntemleri geliştirmek gerektiği yönündedir. O, dünya üzerinde ve Türkiye'de görülen uygulamaların, öğrencilerin kitle iletişim araçlarının ardındaki politik, sosyolojik ve ekonomik gerçekleri değerlendirmelerinde yetersiz kaldığını, medya okuryazarlığı dersinin en önemli aşamasının, öğrencilerin kendi medya iletilerini oluşturabilmek olduğunu vurgulamıştır. Genel itibari ile teknolojik gelişmelere önem veren ülkeler, medya okuryazarlığı dersleri için gerekli teknik donanımı sağlamak adına çaba sarf etmektedirler. Ancak, eleştirel bakış açasından yoksun bir şekilde ortaya konan iletiler öğrencilere fayda sağlamayacaktır. Çünkü pratik uygulamalardan uzak, kuramsal olarak işlenen ve sadece medyanın zararlarından bahsedilen derslerde, öğrenci karşılaştığı herhangi bir iletiyi çözümlenmede başarısız olacaktır. Sezer de (2011) etkili medya eğitimi yöntemleriyle öğrencilerin kitle iletişim araçlarının yapısını, işleyişini öğrenerek, kurgulanmış medya içeriğini bilinçli bir biçimde değerlendirmeleri ve eleştirel olarak izlemelerinin sağlanması gerektiğini vurgulamıştır. Sonuç olarak öğrencilerin eleştirel bir medya okuryazar birey olmalarında sınıf içi etkili medya eğitimi uygulamalarının çok önemli bir yeri vardır. Bu dersi veren öğretmenlerin de konuyla alakalı olarak bilgi ve beceri düzeylerini gelişen, değişen yeni öğretim yöntemlerini takip ederek güncellemeleri de oldukça önem arz etmektedir.

## 6. ÖNERİLER

Okullarda seçmeli olarak verilen medya okuryazarlığı dersi, öğrencilerde karşılaştıkları medya iletilerini anlamlı ve faydalı yapılara dönüştürecektir, bu iletileri düşünecek, eleştirecek, sorgulayacak bir anlayış geliştirme amacıyla verilmeli ve bu dersi verecek eğitimcilerin etkili öğrenme ve öğretim yöntemleri konularında kendilerini geliştirmelidirler.

Sınıf içinde yapılandırılmış bir öğrenme ortamının oluşması, uygulama ağırlıklı etkinliklerin öğretmen rehberliğinde ve öğrencilerin katılımıyla gerçekleşmesi hem öğretmen hem de öğrenci açasından belli bir bilinç düzeyini gerektirir. Medya okuryazarlığı dersine giren öğretmenler takip ettikleri stratejilerle, bilgi birikimleriyle ve ders ortamına getirebilecekleri farklı kitle

iletişim araçlarıyla öğrencilere bu dersin çok önemli ve faydalı olduğu düşüncesini vermelidirler. Aksi bir durum, öğrencilerin bu dersi boşlamalarına ve ciddiye almamalarına neden olacaktır.

Öğretmenlerin medya okuryazarlığı dersi için uygun ortamlara ve bu ortamlarda dersin işlenişinde kullanabilecekleri teknolojik araçlara ihtiyaçları vardır. Ülkemizde, medya okuryazarlığı dersi gibi içeriği uygulama yapmaya elverişli derslerin verildiği ortamlar konusunda ciddi sıkıntılar mevcuttur. Bu sıkıntıların giderilmesi konusunda gereken adımlar atılmalıdır.

### KAYNAKÇA

- Ankaralıgil, S.Y. (2009). *İlköğretim 6. ve 7. sınıf öğrencilerinde medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bowker, J. (1991). *Secondary media education: a Curriculum statment*. London: media awareness network.
- CML (2005). *A Framework for learning and teaching in a media age*. [http://www.medialit.org/sites/default/files/01\\_MLKOrientation.pdf](http://www.medialit.org/sites/default/files/01_MLKOrientation.pdf) adresinden 22 Mart 2012'de alınmıştır.
- Derelioğlu, Y. (2004). *Üniversite öğrencilerinde eleştirel düşünme ile denetim odağı arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Feuerstein, M. (1999). Media literacy in support of critical thinking. *Journal of Educational Media*, 24 (1), 43-54.
- Hart, A. and Benson, T. (1996). Researching media education in English classrooms in the UK. *Journal of Educational Media*, (22), 1.
- Kellner, D. And Share, J. (2005). Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organization, and policy. *Discourse: Studies in the cultural politics of education*, 26 (3), 369-386
- Media Awareness Network (2005b). Young Canadians in wired word phase II. student survey. <http://mediasmarts.ca/sites/default/files/pdfs/publication-report/full/YCWWII-student-survey.pdf>, adresinden 20 Mart 2012'de alınmıştır.
- Oxstrand, B. (2009). *Media literacy education- A discussion about media education in the Western countries*, Europa and Sweden.Nordmedia09 conference in Karlstad University, August 13-15

- RTÜK (2012a). Medya okuryazarlığı çalışmayı başladı. [http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik\\_id=7f5f96f6-f1a9-429d-a41c-19bad60002f3](http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=7f5f96f6-f1a9-429d-a41c-19bad60002f3) adresinden 23 Haziran 2013'de alınmıştır.
- RTÜK (2007b). İlköğretim medya okuryazarlığı dersi öğretmen el kitabı. <http://www.medyakuryazarligi.org.tr> adresinden 18 Temmuz 2013'de alınmıştır.
- SETA. (2012). Türkiye'nin en büyük gençlik araştırması <http://www.setav.org/public/HaberDetay.aspx?> Adresinden 13 Ekim 2012'de alınmıştır.
- Sezer, N. S. (2011, Ekim). *İlköğretim okullarında medya okuryazarlığı dersinin yaygınlaştırılması paneli*, Ankara
- Şeylan, S. (2008). *Medya okuryazarlığı ders uygulamalarında dünya üzerinde görülen aksaklıklar*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Thoman, E. and Jolls T. (2005). *Literacy for the 21 st centruy*, center for media literacy.
- UNESCO (2006). A Kit for Teachers, Students, Parents and Professionals. In Frau-Meigs Divina (Eds.), *Media Education UNESCO, L'exprimeur - Paris*
- Wornop, C. (1999). *Screening images: Ideas for media education*. Mississauga: Wright communications.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin

