

# Yöndeşen Medyayı Doğru Algılama Bağlamında Medya Okuryazarlığı Eğitimi

Ülhak ÇİMEN<sup>1</sup>

## Öz

Geçmişten günümüze kadar insanların haber ve bilgi almak gayesiyle müracaat ettiği medya araçları bilhassa yeni iletişim teknolojileri ile beraber içeriğini zenginleştirmiş ve kapsamını da genişletmiştir. Dolayısıyla sürekli gelişen ve değişen medya ortamını algılayıp analiz etmek önem teşkil eden bir durum haline almıştır. Bu düşünce çerçevesinde hareket eden çalışmada; özellikle öğrencilerin ve genç neslin dijital medya ortamlarından gelen verileri anlama, yorumlayabilme ve bunları tekrardan aktarabilme becerisine sahip olmaları ve medyayı doğru algılayabilme yeteneğini kazanabilmeleri için medya okuryazarlığı eğitiminin önemine değinilmiştir. Kavramsal çerçevesini yöndeşen medya, medya okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı eğitiminin oluşturduğu çalışmada gelişen iletişim teknolojileri bağlamında medya okuryazarlığı eğitimi konusu ele alınmıştır.

Çalışma yöndeşerek geleneksel anlamını kaybeden medya mesajlarının kodlarını çözme, mesajları değerlendirme/yorumlama ve yeniden kodlayarak iletme anlamında kullanıcıların bilinçlendirilmesinde farkındalık yaratmayı amaçlamaktadır. Yine çalışma medya okuryazarlığı eksikliklerini gidererek medyanın doğru algılanıp etkili bir biçimde kullanılmasına bilinç sağladığı için önemli olarak değerlendirilmektedir. Çalışmada literatür taraması yöntemi kullanılarak yöndeşen medya, medya okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı eğitimi belirli bir çerçeveye oturtularak tanımlanmıştır. Ayrıca literatür taraması yapılırken konunun kavramsal çerçevesini belirlemek amacıyla iletişim bilimlerinin yanında; sosyoloji, psikoloji ve eğitim bilimleri gibi alanlardan da yararlanılmıştır.

**Anahtar Kelimeler: Yöndeşen Medya, Medya Okuryazarlığı, Eğitim, Teknoloji, Bilinç.**

## Media Literacy Education In The Context Of Correct Perception Of The Converging Media

### Abstract

The media tools that people have applied to get news and information from the past to the present have enriched the content and expanded the scope, especially with the new communication technologies. Therefore, it has become an important situation to perceive and analyze the ever-changing and developing media environment. In this study, which is based on this idea, the importance of media literacy education is emphasized especially for students and young generation to understand, interpret and transfer data from digital media environments and gain the ability to perceive the media in a correct way. In this study, which is based on the conceptual framework of the converging media, media literacy and media literacy education, media literacy education is discussed in the context of developing communication technologies.

Traditional understanding of literacy has changed as a result of the sectoral, economic, technological and cultural convergence of the media tools. Again study the study is considered significant since it provides awareness of the correct perception and effective use of the media by removing the media literacy deficiencies. In this study, the media, media literacy and media literacy education that was determined by using the literature review method was defined by placing it in a certain frame. In addition, while doing literature review, areas such as sociology, psychology and educational sciences as well as communication sciences have also been utilised in order to determine the conceptual framework of the subject.

**Key words: Converging Media, Media Literacy, Education, Technology, Consciousness.**

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi/ Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, [ulhak.cimen@atauni.edu.tr](mailto:ulhak.cimen@atauni.edu.tr), ORCID ID: 0000-0002-7307-4874

**Çalışmanın Amacı:** Medya araçlarının sektörel, iktisadi, teknolojik ve kültürel yöndeşmeleri neticesinde geleneksel okuryazarlık anlayışı değişmiştir. Gelişen iletişim teknolojileri ile birlikte ses, görüntü ve metin sayısal olarak kodlanarak aynı platformda bütünleşir hale gelmiştir. Bu bütünleşme ile birlikte medya kullanıcısı bireyler iletileri sadece tüketmekle kalmayıp aynı zamanda üretir hale gelmiştir. Bu dönüşümün farkında olunması bilinçli okuryazar olma bağlamında fazlasıyla değerlidir. Çalışma yöndeşerek geleneksel anlamını kaybeden medya mesajlarının kodlarını çözme, mesajları değerlendirme/yorumlama ve yeniden kodlayarak iletme anlamında kullanıcıların bilinçlendirilmesinde farkındalık yaratmayı amaçlamaktadır.

**Çalışmanın Önemi:** Enformasyon yoğunluğu içerisinde doğru içeriği yakalayamayan, medya içeriklerini analiz edemeyen ve zararlı içeriklere maruz kalan bir kitle toplumu meydana geldiği kabul edilmektedir. Teknoloji vasıtasıyla yöndeşen medyaya karşı istekli ve aktif olan yeni neslin bilinçli bir eğitim kazanmasının fazlasıyla önemli olduğu düşünülmektedir. Bu noktada çalışma medya okuryazarlığı eksikliklerini gidererek medyanın doğru algılanıp etkili bir biçimde kullanılmasına bilinç sağladığı için önemli olarak değerlendirilmektedir.

**Çalışmanın Yöntemi:** Çalışmada literatür taraması yöntemi kullanılarak yöndeşen medya, medya okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı eğitimi belirli bir çerçeveye oturtularak tanımlanmıştır. Ayrıca literatür taraması yapılırken konunun kavramsal çerçevesini belirlemek amacıyla iletişim bilimlerinin yanında; sosyoloji, psikoloji ve eğitim bilimleri gibi alanlardan da yararlanılmıştır.

**The aim of the study:** Traditional understanding of literacy has changed as a result of the sectoral, economic, technological and cultural convergence of the media tools. With the developing Technologies audio, image and text have been coded numerically and integrated at the same platform. Together with this integration, media user individuals have not only consumed messages but also have produced them. The awareness of this transformation is extremely significant in the context of being conscious literates. Our study aims to raise awareness in users' consciousness in terms of decoding media messages which lose their traditional meaning, evaluate/interpret messages, and re-transmit them by converging.

**The significance of the study:** It is accepted that there is a mass society that cannot catch the right content, cannot analyse the media contents and is exposed to harmful content within the information density. It is thought that against the converging media, it is extremely important for the new generation, who is willing and active through technology, to get a conscious education. At this point, the study is considered significant since it provides awareness of the correct perception and effective use of the media by removing the media literacy deficiencies.

**The method of the study:** In our study, the media, media literacy and media literacy education that was determined by using the literature review method was defined by placing it in a certain frame. In addition,

while doing literature review, areas such as sociology, psychology and educational sciences as well as communication sciences have also been utilised in order to determine the conceptual framework of the subject.

#### **Extended Abstract**

Media tools, which people have been using for the purpose of receiving news and information from the past to the present, have enriched their content and expanded their scope, especially with new communication technologies. Therefore, perceiving and analyzing the constantly evolving and changing media environment has become an important situation. In the framework of this thought; Media literacy is considered to be extremely important, especially for students and the young generation to have the ability to understand, interpret and re-transfer data from digital media environments, and to gain the ability to perceive the media correctly.

Along with the technological developments, traditional media started to be named with the concepts such as digital media, virtual media, and new media in accordance with the technological format. The fact that new media tools make their weight felt in every field brought social, political, cultural and economic changes; this has made the media more important than ever. The individual started to use more media tools than ever before and thus started to interact more with the media. With the rapid transformation of communication technologies, access to information has become easier and in this case, media literacy education has become inevitable.

The concept of convergence, which is the transformation of the word "convergence" in English into our language, is a combination of visual / audio media, electromagnetic systems and network structures under the umbrella of technology and creating a new collaboration space; in a special sense, it can be expressed as a technology-based merger of all media formats. As a result of this merger, traditional media formats are directed towards each other and as a result of this convergence, known structures disappear. While the concept of convergence is a concept used to describe the changes that media structures have undergone through technology, it is the sectoral, technological, economic and cultural gathering of personal fields such as computers, broadcasting, and telecommunications; it is also expressed as the meeting of independent media formats on the same line.

Along with the convergence process that brings the intense information flow in the media environment to a new dimension in the context of production and distribution, competent employees who have gained the ability to store and extract data have contributed to the formation of a systematic structure. Media organs,

which have achieved the ability to move more effectively on this systematic and regular ground, have been able to adapt to the changing and digitalizing technological world. The individuals brought into the active position of the digital world have gained a new position (user) by getting out of their position in the conventional media (reader - listener - audience) and turned into a profile that can easily eliminate / create media contents. The media, on the other hand, wanted to stay away from being eliminated by updating itself and presenting it with different content than the others.

Media literacy is defined as the ability to access messages in visual and written formats such as television, cinema, advertisement, internet, to decode messages, evaluate / interpret and re-transmit messages. As a result of sectoral, economic, technological and cultural convergence of media, information began to diversify and the source of information increased. As a result of excessive diversification of information, information has begun to lose its traditional value and the possibility of playing with information in desired ways has caused pollution. Increasing pollution day by day has made it more difficult to access correct information. In this sense, media literacy is vital in reaching the right information. In the context of the media, media literacy, access to written, audio, visual and electronic messages presented by different media channels, to be able to use the media effectively and consciously, to question the source of the data, to be able to use the resources in a beneficial way, to be aware of the power of the media, It includes the ability to create a creative profile and the knowledge that covers them all.

Media literacy, which is very important in education programs, can be provided at various levels of education / training, but only with the right approaches. The student and young generation, which we can call the new generation, are always busy with technology. Moreover, new media and new communication technologies have become a direct part of education life. Media literacy is very important in order to grasp the media, new media and new communication technologies. Students, which we can qualify as digital natives, access information mostly from the new media. A student / young person who has received media literacy education; In addition to being able to use the media effectively and intelligently, it can compare data from diverse sources by judging and perceive what is happening in the background of information by considering the direction of the media sector. With a more descriptive statement, media literacy has the characteristics of accessing the desired media content or various media content, comparing the content it reaches, interpreting / interpreting / interpreting the content, distinguishing between reality and fiction, analyzing ideological back messages, and being a part of the media when necessary.

## Giriş

Toplumların ve bireylerin yazılı, işitsel, görsel medya mesajlarına erişimi ve medyadan gelen mesajların doğru analizinin yapılarak medyanın etkin bir biçimde kullanılabilmesi medya

okuryazarlığı eğitiminin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra medya kaynaklarından yoğun ve değişik formatlarda gelen haberlerin, bilgilerin, içeriklerin kavranılıp daha faydalanılabilir hale getirilmesi medya okuryazarlığı eğitimi açısından önem arz etmektedir. Özellikle son yirmi yılda iletişim teknolojilerinde yaşanan çok boyutlu gelişme medya alanının yeniden tanımlanmasını gerekli kılmıştır. Bu gelişmeler medyadan gelen farklı formatlardaki mesajlara erişim ve onları çözümleyip analiz etme, bunları değerlendirebilme ve iletebilme yeteneğidir ki teknolojik gelişmelere bağlı olarak değişen medya formatında medya okuryazarlığı eğitiminin her geçen gün önemi artmaktadır.

Teknolojik gelişmeler ile birlikte geleneksel medya teknolojik formata uygun dijital medya, sanal medya, yeni medya gibi kavramlarla isimlendirilmeye başlanmıştır. Yeni medya araçlarının her alanda ağırlığını hissettirmesi, toplumsal, siyasal, kültürel ve ekonomik değişimleri de beraberinde getirmiş; bu durum ise medyayı her zamankinden daha önemli kılmıştır. Birey her zamankinden daha fazla medya araçlarını kullanmaya başlamış ve böylece medya ile daha çok etkileşim içerisinde bulunmaya başlamıştır. İletişim teknolojilerinin hızlı dönüşümü ile birlikte bilgiye ulaşım daha kolay hale gelmiş ve bu durumda medya okuryazarlığı eğitimi kaçınılmaz olmuştur. Yeni medya alanında yaşanan gelişmeler teknolojik gelişmelerle yakından ilişkilidir. Bu gelişmeler ile birlikte dijital okuryazarlık, görsel okuryazarlık ve yeni medya okuryazarlığı gibi kavramlar literatürde yer alarak medya okuryazarlığı eğitimine entegre edilmiştir.

Bu süreç çerçevesinde; medya nedir, medyadan gelen iletileri nasıl değerlendirmeliyiz, medya mesajlarını nasıl okumalıyız, medyanın işleyiş yapısı hakkında neler biliyoruz, medyanın birey ve toplum üzerindeki etkileri nelerdir, medya teknoloji ilişkisini nasıl ele almalıyız, medyanın yapısal dönüşümünde neler değişti gibi sorulara cevap aramak, özellikle ABD, Avrupa başta olmak üzere Türkiye ve tüm dünyada medya okuryazarlığı eğitiminin önemini giderek artırmıştır. Bu öneme binaen yeni medya ortamındaki iletilerin nasıl değerlendirilmesi gerektiği mevzuu giderek daha sorgulanır hale gelmiştir. Bu fikriyat doğrultusunda; mevcut çalışmamızda gelişen teknolojiler bağlamında yöndeşen medya okuryazarlığı eğitiminin önemine değinmekle beraber bu eğitimi gerekli kılan medyayı doğru algılama ihtiyacının önemine de ayrıca dikkat çekilmiştir.

## 1-Yöndeşme

İnsanlık tarım toplumu ve sanayi toplumundan sonra bilgi toplumuna ulaşmıştır. Bilgi toplumu kavramı teknoloji ile yakından ilişkili bir kavramdır. Bilgi toplumunda 1990'lara kadar üç ayrı alan olarak gelişen medya, bilgisayar ve telekomünikasyon yakınsamaya başlamış ve yakınsama neticesinde metin, ses, efekt, animasyon, müzik, görüntü gibi iletişim öğeleri aynı platformda sayısal olarak işlenebilir hale gelmiştir. Aynı mantıkta birbirinden bağımsız yayın mecraları, geleneksel medya yayıncılığının teknoloji ile ilişkisinin zorunlu hal aldığı farkına varmışlar ve yöndeşmeye başlamışlardır. Bu anlamda geleneksel iletişim araçlarının mantığı değişmiş ve *Sayısal Temsil, Modülerlik, Otomasyon, Değişkenlik ve Kod Çevrimi* (Manovic, 2011, p.44) olmak üzere yeni iletişim ortamı özellikleri ortaya çıkmıştır.

Sayısal temsil yöndeşen medya nesnesinin aritmetiksel olarak tanımlanmasını, uygun algoritmik müdahalelerle hem biçimin hem de hikâyenin farklılaşmasını; modülerlik birbirlerinden ayrı ve farklı olan bileşenlerin yöndeşerek birleşmesini; otomasyon kullanıcıya gerek duymadan ya da az gerek duyarak medyanın üretilebilmesini; değişkenlik herhangi bir parametrede yapılan değişikliğin aynı anda modüler parçaların hepsinde uygun değişiklik yapmasını; kod çevrimi yöndeşen medyanın esnekliğini ve kültürel bileşenlerin yakınsamasını ifade etmektedir.

### 1-1 Yöndeşme Kavramı

İngilizce "*convergence*" kelimesinin dilimize geçmiş hali olan yöndeşme kavramı genel anlamda görsel/işitsel medya, elektromanyetik sistemler ve ağ yapılarının teknoloji çatısı altında bir araya gelmesi ve yeni bir ortak çalışma alanı oluşturması; özel anlamda ise bütün medya biçimlerinin yine teknoloji temelli birleşmesi olarak ifade edilmektedir. Bu birleşme neticesinde geleneksel medya biçimleri birbirine yöndeşmekte ve bu yöndeşme sonucunda bilindik yapılar ortadan kalkmaktadır. Yöndeşme kavramı medya yapılarının teknoloji aracılığıyla geçirmiş oldukları değişimi anlatmak için kullanılan bir kavram olmakla birlikte bilgisayar, yayın, telekomünikasyon gibi nevi şahsına münhasır alanların sektörel, teknolojik, ekonomik ve kültürel olarak bir araya gelmesi; birbirinden bağımsız medya biçimlerinin aynı düzlemde buluşması olarak da ifade edilmektedir.

Dijitalleşme temelli farklı medya mecraları sektörel, iktisadi, teknolojik ve kültürel olarak bir araya gelerek iç içe geçmişlerdir. Geleneksel medyanın internet, cep telefonu, dijital yayın gibi yeni

medya öğeleriyle bir araya gelmesine sektörel yöndeşme; bilgi ve haberin elektromanyetik sistemlerle paylaşımı ve bir ağ ile birbirine bağlanması teknolojik yöndeşme (Yıldırım, 2009, p.47); girişimcilerin birbirinden farklı medya alanlarını iktisadi olarak bir araya getirmesi ve kapsamlarını buna göre oluşturdukları bütünleşik pazar anlayışına ekonomik yöndeşme(Çakır&Gülner, 2008, p.208); kültürel olarak birbirinden bağımsız medya alanlarının birbirine benzeyerek dijital temelli oluşturdukları yakınsamaya ise kültürel yöndeşme denilmektedir.

20. yüzyılın sonlarına kadar farklı güzergâhlarda gelişim gösteren yayın, bilgi işlem ve telekomünikasyon 21. yüzyıldaki teknolojik gelişmeler ile birlikte yöndeşmeye başlamışlardır. Önceleri yöndeşmeleri imkânsız olan farklı iletişim mecraları sayısal temelli bir teknolojiye iç içe geçmiş; programlanabilir ve matematiksel olarak izah edilebilir bir alan olmuş; bu alanda ses, grafik, müzik, efekt, görüntü, animasyon, fotoğraf gibi öğeler artık aynı bütün içerisinde birleşmiştir.

Dijitalleşme teknolojisi kitle iletişim araçlarındaki dönüşüm ve yakınsamaya mutlak anlamda zemin hazırlamıştır. Bu mecburi dönüşüm ve yakınsamayı Besim Yıldırım (2010, p.231) şu ifadelerle açıklamıştır:

*“Yöndeşme olgusunu mümkün kılan olgu, sayısallaşmadır. Ses, görüntü ve metin sayısal olarak kodlandıklarında aynı platformda bütünleştirilebilir. Yeni medya da yöndeşme sayesinde ses, görüntü, metin ve diğer öğelerle işlenmiş verilerin üretimi ve dağıtımını yapabilir. Sayısallaşma ve yöndeşme sonucunda metin, ses, video, grafik, animasyon, fotoğraf, müzik gibi her tür iletişim öğesinin ortak bir platformda yayını ulusal ve uluslararası düzlemde olanaklı hale gelmiştir. Bu süreç enformasyonun çok yönlü bir biçimde üretilmesini ve aynı çok yönlülükle dağıtımını/sunumunu sağlamaktadır.”*

## **1-2 Yöndeşen Medya**

Küreselleşen dünyada çeşitli alanlarda yaşanan değişim ve dönüşümler medya alanında da yaşanmış; teknoloji eksenli gelişmelere paralel olarak geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş yaşanmıştır. Bu entegrasyon ile beraber gerek medya araçları gerekse medya çalışanları yöndeşmiş ve yeni bir medya ortamının parçası haline gelmiştir. Yöndeşen medyanın mevcut içeriği

teknolojik alt yapıların desteğiyle giderek kapsamlı bir boyuta geldiği için bu geniş çerçeve içerisinde medya araçlarının sıkı rekabeti görülmüştür. Nitekim oluşan bu rekabet ortamında bilhassa internet mecralarında sürekli değişim gösteren ve yenilenen içerikler sunulmaktadır. Hedef kitleyi canlı tutmak ve beklentilere yanıt verebilmek gayesiyle sürdürülen bu anlayış neticesinde özellikle medya çalışanlarının teknik beceriler bağlamında yöndeşmiş olması önem arz etmektedir.

Söz konusu teknik becerilerin medya çalışanlarına kazandırdığı yetkinlik, özellikle reyting kaygısının azami seviyeye ulaştığı televizyon sektörü için ehemmiyet taşımaktadır. Zira düşüş gösteren reytingler sonucunda meydana gelebilecek reklam desteği kaybının ilgili medya kuruluşlarına ciddi oranda mali zarar çıkaracağı da belirgindir. Bu riski önlemek ve yeni içeriklerle izleyici karşısına çıkabilmek için geleneksel medya çalışanı profilinden sıyrılmanın zaruri hale geldiği anlaşılmış ve tıpkı “yöndeşen medya” gibi “yöndeşen medya çalışanı” da vazgeçilmez bir unsur olmuştur. Böylece hem yeni ve özgün içerikleri sunabilmek hem de ikinci bir planı devreye sokabilecek hamleleri yapabilmek için yöndeşen medya çalışanlarına önemli bir görev düşmektedir. Bu görev doğrultusunda yalnızca teknik beceri değil analiz ve değerlendirme becerisi de gerekmektedir.

Gazeteden internete kadar uzanan geniş bir perspektifi oluşturan medya ortamında bu medya araçlarının etkilerini korumak ve gelişimini sürdürebilmek için rekabet edebilme gücü kadar analiz ve öngörü becerisinin de önemli olduğu düşünülmektedir. Bu beceri doğrultusunda medya alanının küresel çevredeki değişimlerini gözlemlemek ve olası risklere karşı koyabilmek için etkili bir strateji gereklidir. Örneğin; 2018 yılı içerisinde art arda kapanan ulusal gazeteler (Habertürk ve Vatan gazeteleri gibi) göz önünde bulundurulduğunda bu durumun kendiliğinden değil de daha öngörülebilir şekilde oluştuğu anlaşılmaktadır. Nitekim yeni medya alanında mevcut olan erişim ve hız özellikleri basılı gazeteciliğe nazaran online gazeteciliği daha makul kılmaktadır. Dolayısıyla bu düşünceyi hayata geçirmeyi önceden tasarlayan yöndeşik medyanın yöndeşik ve analizci çalışanlarının bu gibi durumlarda devreye girebilmeleri gerekmektedir.

Yöndeşme sürecinin etkili olarak yaşandığı medya araçlarından birisi olan televizyonda özellikle karasal yayıncılıktan sayısal yayıncılığa geçiş sürecinin faydalı olduğu düşünülmektedir. Çünkü bu süreçte (sayısal televizyon yayıncılığına geçişte) meydana gelen nitel ve nicel değişimler televizyonlarla birlikte izleyiciyi de dönüştürmüştür. Zira günümüzde IPTV gibi platformlarla



başka bir boyuta geçmiş olan söz konusu içerikler karşısında izleyici konumundaki bireylerin *kullanıcı* pozisyonuna dönüştüğü görülmektedir. Dolayısıyla sayısal yayıncılık ile birlikte yöndeşmenin de temeli atılmış ve hem televizyon mecrası için hem de yeni bir kademeye geçen medya sektörü için dönüşüm süreci başlamıştır.

Medya ortamındaki yoğun enformasyon akışını üretim ve dağıtım bağlamında yeni bir boyuta taşıyan yöndeşme süreci ile birlikte, verileri depolama ve ayıklama becerisi kazanan yetkin çalışanlar sistematik bir yapının oluşmasına katkı sağlamışlardır. Bu sistemli ve düzenli zemin üzerinde daha etkin bir şekilde hareket kabiliyetine erişen medya organları, değişen ve dijitalleşen teknolojik dünyaya nitelikli bir uyum sağlayabilmiştir. Dijital dünyanın aktif konuma getirdiği bireyler konvansiyonel medyadaki konumundan (okuyucu –dinleyici – izleyici) sıyrılarak yeni bir konum (kullanıcı) kazanmış ve medya içeriklerini kolayca eleyebilen/oluşturabilen bir profile dönüşmüştür. Medya ise mütemadiyen kendisini güncelleyerek ve ötekilerden farklı içerikle sunarak ötekileşme durumundan uzak kalmak istemiştir.

Bu profil bağlamında değişen ve dönüşen medya ortamının yöndeşmesini gerekli kılan unsurları şu başlıklar altında toplanmaktadır:

- Yeni medya alanının yaygın ve etkin hale gelmiş olması; mütemadiyen bu gelişimini sürdürmesi
- Kitlelerin her ortamda bilgiye erişebilme ihtiyacı ve beklentisi; bu kitlenin sayısal olarak giderek çoğalması
- Medya içeriklerinin teknolojik cihazlara kolayca entegre edilebilmiş olması; teknolojik cihazların yazılımlarını bu anlamda genişletmesi
- Yeni medyanın geleneksel medya araçlarını bünyesinde taşıyabilmesi; araçları birbirine entegre edebilmesi
- Medya içeriklerinde görselliğin daha çok talep görmesi neticesinde medya çalışanlarının bu hususa özel önem vermeleri(efekt, infografik gibi)
- Her geçen gün yenilenen teknolojik cihazlarının medya içeriklerini dağıtma bağlamındaki rolü dikkate alındığında bu cihazlarının yenilenen formatlarını öğrenme gerekliliği

- Reklam veren kurumların hedef kitle doğrultusunda yeni teknik ve teorik becerilere ihtiyaç duyuyor olması; çalışmalarını da bu alana yoğunlaştırmaları
- Medya ortamında bireylerin alıcı konumunun değişerek dağıtıcı ve kaynak olabilmeleri
- Sosyal medyanın giderek daha çok ihtiyaç duyulan hale gelmesi
- Geleneksel basılı gazeteciliğin yerini alan yeni dijital gazetecilik türlerinin (sanal gazetecilik, vatandaş gazeteciliği, blog gazeteciliği, veri gazeteciliği vb.) ortaya çıkmış olması
- Sayısal televizyon yayıncılığının yeni nesil televizyonlarla birlikte görüntü, çözünürlük ve format odaklı bir boyuta dönüşmüş olması; bu dönüşüm neticesinde teknolojik yenilenmenin gerekliliği
- Radyo yayıncılığının yeni medya ile bütünleşmesi; online olarak internet aracılığıyla dinlenmesinin mümkün kılınması
- İnternet mecrasındaki bilgi yoğunluğu ve karmaşasıyla doğru ilgilenme gerekliliği
- Teknolojinin artık istenilen ve arzulanan bir alan olması neticesinde kitlelerin yenilikleri öğrenbilme beklentisi.

Matbaanın icadıyla hayatımıza giren gazete kâğıtlarından milyonlarca veri karakterinin saatler içerisinde tüketildiği internet ortamına kadar geçen yüzlerce yıllık süreç değerlendirildiğinde değişim olgusunun her süreçte var olduğu görülmektedir. Ancak bu değişimin en hızlı yaşandığı süreç, çağımızın teknolojik yeniliklerinin yaşandığı dijital süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu dijital döngü içerisinde ayakta kalabilmeyi hedefleyen medya araçları değişimi ve yöndeşmeyi başarabilmiş organlardır. Bu yöndeşmeyi başarılı bir şekilde sürdürebilmek için gerek kurum içi gerekse dışarıdan temin yöntemiyle, yöndeşen çalışan profilini yaygınlaştırmak gerekmiştir. Bu süreç neticesinde medya ortamını yeni ve güncel haliyle en doğru bir biçimde algılamak mümkün olmaktadır. Öte yandan medyayı doğru algılama noktasında gerekli olan medya okuryazarlığı becerisi ile hem yöndeşen medyayı hem de dijitalleşen süreci analiz edebilmek daha kolay hale gelmektedir.

## **2-Medya Okuryazarlığı**

Medya okuryazarlığı televizyon, sinema, reklam, internet gibi görsel ve yazılı formatlardaki mesajlara ulaşma, mesajların kodlarını çözme, mesajları değerlendirme/yorumlama ve yeniden

kodlayarak iletme yetisi olarak tarif edilmektedir. Medya okuryazarlığında medyanın üretmiş olduğu mesajlara eleştirel bir yaklaşım ve kişilerin kendi mesajlarını oluşturabilmesine imkân sağlayan bir eğitim söz konusudur (Pekman, 2016, pp. 16-26). Dolayısıyla sadece mesajları doğru anlama yetisi medya okuryazarlığında hedeflenmemekte; eleştiri yapabilmeleri ve kişilerin de kendi mesajlarını oluşturmaları beklenmektedir. Medya okuryazarlığı çoğunlukla gençlerin ve çocukların görsel ve yazılı formattaki farklı biçimlerdeki (televizyon, sinema, radyo, video, internet, reklam, moda gibi) mesajlara ulaşmasını, onların kodlarını çözmesini, değerlendirmesini/yorumlamasını ve yeniden mesaj üretimini kapsamaktadır (Salı, 2012, p. 91). Kitle iletişim araçları her türden davranışı, toplumsal cinsiyet ve bu cinsiyetlere ait rolleri, değerleri ve genelinde haber ve bilgileri öğretirken sadece görsel/yazılı imge, ses ve söylem üretmemekte bunların arka planında belirginlik taşımayan bilinçaltı iletileri de göndermektedir (Kellner, 2014, pp. 421-423). Bu arka plan iletilerinin ne anlama geldiğinin analiz edilebilmesi medya okuryazarlığına gönderme yapmaktadır. Dolayısıyla verilmek istenilen asıl mesajın kod çözümü ancak medya okuryazarlığıyla mümkün olabilir.

Medya araçlarının sektörel, iktisadi, teknolojik ve kültürel yöndeşmeleri neticesinde bilgi çeşitlenmeye ve bilginin kaynağı artmaya başlamıştır. Bilginin aşırı çeşitlenmesi neticesinde bilgi geleneksel değerini kaybetmeye başlamış ve bilgiyle istenilen şekillerde oynanabilme imkânının olması kirliliğe yol açmıştır. Kirliliğin her geçen gün daha artması doğru bilgiye erişebilmeyi daha zor hale getirmiştir. Bu anlamıyla medya okuryazarlığı doğru bilgiye ulaşmada hayati önem taşımaktadır. Yöndeşen medya bağlamında medya okuryazarlığı, farklı medya mecralarının sunmuş olduğu yazılı, işitsel, görsel ve elektronik mesajlara istenildiğinde ulaşabilmeyi, bu mesajları anlayarak yorumlayabilmeyi, medyayı etkili ve bilinçli bir şekilde kullanılabilmeyi, verinin kaynağının sorgulayabilmeyi, kaynaklardan faydalı biçimde yararlanılabilmeyi, medyanın gücünün farkında olabilmeyi, medya yaratıcı profili oluşturabilmeyi ve bunların tamamını kapsayan bilgi birikimini içermektedir.

Bilgiden habere, sanattan spora, kültürden ekonomiye, reklamdaki modaya kadar kapsamlı bir enformasyon akışını kitlelere aktaran medya ortamı her geçen gün daha fazla gelişmekte ve değişim göstermektedir. Bu alanın kitlelere sunmuş olduğu içeriklere doğrudan ya da dolaylı

olarak maruz kalan bireyler söz konusu medya içeriklerini doğru bir biçimde algılama haklarının olduğunu düşünmektedir. Dolayısıyla gerek medya içeriklerini doğru algılama gerekse bu içerikleri analiz ve ayırt edebilme becerisi kazandıran *medya okuryazarlığı* eğitimi bu ihtiyaca cevap verebilmek için üzerinde durulması gereken bir eğitim biçimidir.

Bilhassa yeni medya ile birlikte doğru anlama/yorumlama/paylaşma/konuşma niteliği daha da önemli bir hale gelmiştir. Zira yeni medya ile birlikte pasif konumdan aktif konuma geçen yani hem tüketici hem üretici boyutuna erişen bireylerin, medya içeriklerini analiz etme becerisine sahip olabilmelerinin önemli olduğu düşünülmektedir. Çünkü bu analiz becerisi ile gönderici (dağıtıcı) konumunda olan yeni medya kullanıcısı bireyler artık daha etkili ve daha katılımcı bir hal almıştır. Elde edilen bu analiz becerisi ile medya okuryazarı bireyler sorgulayıcı ve araştırmacı bir kimliğe de kavuşabilmektedir.

Medya okuryazarlığı becerisi kazanan bireylerin elde etmiş olduğu bir diğer beceri ise *ayırt edebilme* becerisidir. Yoğun medya içeriklerinin oluşturduğu enformasyon karmaşasını dikkate aldığımızda bu bilgi kirliliğini ortadan kaldırmak için ayırt edebilme becerisinin gerekli olduğu anlaşılmaktadır. Öyle ki medya kullanıcısı bireyler yalnızca yetişkinler değil aynı zamanda çocuk ve genç yaş grubundaki kişilerdir. Bu nedenle; çocukların ve gençlerin bilinçaltlarına gönderilen uygunsuz medya içeriklerini tespit ederek bu içerikleri doğru – yanlış ekseninde ayırt edebilmek medya okuryazarlığı becerisi ile mümkündür.

Bilinçli medya kullanıcıları eğitimini öngören medya okuryazarlığı her geçen gün daha önem kazanmakta; bu eğitimin farkında olan her yaş grubundan bireyler medya içeriklerine daha temkinli yaklaşmaktadır. Gerek ulusal düzeyde gerekse dünya genelinde öne çıkan bilişim suçları medya okuryazarlığının gerekliliğini bir kez daha ortaya koymaktadır. Keza artık teknoloji devri olduğu için özellikle internet mecrası üzerinden birtakım yasadışı faaliyetler yürütülebilmektedir. Sanal bahislerden kredi kartı ve internet bankacılığı dolandırıcılığına kadar birçok suç faktörü sıradan hale gelmiş durumdadır. Bu faktörlerle yüzleşmemek için bilinçli internet kullanıcısı olmak zaruridir. Bu bilinci insanlara kazandıran eğitim ise medya okuryazarlığı içerisinde mevcuttur. Bu yüzden hem Türkiye’de hem de diğer ülkelerde medya okuryazarlığı eğitimine değer verilmekte ve bu eğitimin gerekliliği ilgili kurumlarca sürekli bir biçimde dile getirilmektedir.

Dijitalleşen dünyada medya geleneksel yapısını kaybetmiş; yelpazesini genişleterek yöndeşmiş ve dolayısıyla medya okuryazarlığı eğitimi zaruri bir hal almıştır. Zira medya okuryazarlığı gazeteden televizyona ve internet mecrasına kadar geniş bir çerçeveye hâkimdir. Bu çerçeve içerisinde yer alan unsurları analiz edip değerlendirmek ve aynı zamanda kullanıcı olarak yeniden üretmek, medya okuryazarlığının kazandırdığı yetiler arasındadır (Jols & Thoman, p. 2008). Bu bağlamda denilebilir ki medya okuryazarlığı insanların medya ihtiyacını sağlıklı bir şekilde karşılama zemini hazırlayan bir eğitimidir.

Öte yandan medya okuryazarlığı *yorumlama* becerisi de kazandırmaktadır. Öyle ki medya araçları tarafından maruz kaldığımız içerikleri değerlendirip yorumlamak için bir anlayış ve bakış çeşitliliği gerekmektedir. Bu çeşitliliği sağlayan ve medya içeriklerini yorumlama yetisi oluşturan medya okuryazarlığı, aynı zamanda bireylerin bu yetisini ortaya çıkarma görevi de üstlenmektedir (Potter, 2013). Elde edilen bu yorumlama niteliği ile birlikte doğru verileri ayıklamak da daha kolay hale gelmektedir. Böylece bireyler; özellikle internet ortamında karşılaşılan içeriklere yönelik yeni bir kalkan görevi taşıyan beceri unsuruna kavuşmaktadır. Gazete, dergi, radyo, televizyon ve internet araçları ile birlikte kapsamlı bir bütünlük teşkil eden kitle iletişim araçları esas vazife olarak insanlara bilgi ulaştırmayı gaye edinmektedir. Ancak teknoloji ve internetin yaygınlaşmasıyla beraber insanlara sunulan içerikler bilginin çok dışına çıkmış ve her türlü uygunsuz içeriğe rastlanır duruma gelmiştir. Özellikle çocuklar için büyük bir tehdit arz eden bu mevcut husus söz konusu *kalkan* ihtiyacını zorunlu kılmaktadır. Televizyon ve bilgisayar ekranındaki zararlı içeriklerin farkında olmayan bireylerin ve çocukların yaşayacağı olası psikolojik tahribat dikkate alındığında medya okuryazarlığının gerekliliği bir kez daha önem teşkil etmektedir.

Örneğin internet ortamındaki web sayfalarında herhangi bir konuya ulaşmak isterken karşımıza çıkan reklam adı altındaki zararlı içerikleri sıklıkla görmekteyiz. Bilinçli internet kullanıcısı bu reklamlar vesilesiyle açılan ek sayfalara anında müdahale edebilmektedir. Fakat telefondan tablete, dizüstünden masaüstü bilgisayara kadar çeşitli araçlar aracılığıyla internete rahatça erişen çocuk profilini göz önünde bulundurduğumuzda bu zararlı içerikleri yok etmenin zorluğu da görülmektedir. *Tık tuzağı* denilen bu reklam şekli reklamverenine insanlara neyi

sunduğunu tam bilgi vermeden insanları istediği yöne çekmesi ve zihinsel olarak değiştirmeye çalışmasıdır (Lovink, 2017, pp. 18-19). Dolayısıyla medya okuryazarlığı belki de en çok bu zararı engellemek ve çocukları bilinçlendirmek adına önem arz etmektedir.

Her yaş grubuna birtakım nitelikler kazandıran ve bu nitelikleri gündelik hayatta uygulama fırsatı oluşturan medya okuryazarlığı esas olarak bireylere medyayı kullanım becerileri kazandıran bir olgudur. Bu yetilere dikkat çekmiş olan Diğdem Sezen'e (2011, pp. 423-425) göre medya okuryazarlığı şu temel beceriler altında toplanmıştır:

- *Çevrimiçi deneyimler aracılığıyla oluşturduğumuz alternatif kimlikler ve bu kimlikleri yönetme becerisi.*
- *Dijital ortamlarla ilişki kurma ve dijital dili kavrama becerisi.*
- *Çoklu etkinlik becerisi; yani birden çok etkinliği paralel olarak yerine getirme becerisi. Dikkatin birbirine zıt hedeflere değil de, tekil bir konsantrasyon noktasına yöneldiği koşullarda, dağılmış enformasyonu ve bu enformasyonlar arasındaki ilişkileri değerlendirme süreci.*
- *Kolektif akıl becerisi; oluşturulan enformasyon havuzunda, bireyler var olan bilgilerini karşılaştırma ve geliştirme imkanı elde ederler. Bu yeni düzende, kimse her şeyi bilmez, ancak herkes bir şeyler bilir.*
- *Oyunları şiddet başlığının altına sıkıştırmak yerine, tasarım hedefleri ile oyuncuların oyunlara yattıkları zamanın öğrenme ile olan ilişkisini kavrama becerisi.*
- *Aktif ve eleştirel düşünceyi teşvik etmek üzere "iyi oyun" kavramının nasıl tanımlanabileceğini ortaya koyma becerisi.*
- *Yeniden üretim yoluyla anlatı evrenine içerik üreterek katkıda bulunma becerisi. Bir öykü sözgelimi, öncelikle bir film olarak izleyiciye sunulur ve anlatısı televizyon, roman ve çizgi romanlarla genişler.*
- *Çoklu becerileri kavrayabilme ve çatışan görüşler arasında bağ kurabilme becerisi. Çünkü medya ortamında iletişim olgusu farklı grupları bir araya getirme eğilimindedir.*

Medya okuryazarlığının kazandırması beklenen beceriler de göstermektedir ki medya okuryazarlığı bireyleri medya kullanım bağlamında nitelikli kılmaktadır. Medya ortamının teknolojik gelişmeler ekseninde sürekli gelişen bir yapıya sahip olduğunu dikkate alınır bu niteliğin devinimli olması gerektiği görülmektedir. Eğitim alanında medya okuryazarlığına özen gösterilmesinin nedenlerinden birisi de çocuk ve genç kuşağa bu devinim yetisini kazandıracak olmasıdır. Bu nedenle medya okuryazarlığı eğitimi bu niteliği sağlayacak verilerle geliştirilmelidir.

## 2-1 Medya Okuryazarlığı Eğitimi

Yaklaşık 20 yıl önce bir sivil toplum hareketi olarak ortaya çıkan medya okuryazarlığı eğitimi zaman sonra ülkelerin siyasi yönetimleri tarafından da öneme değer görülmüş; bu alanda yapılan resmi ve özel bütün çalışmalar desteklenmiş; eğitim/öğretim faaliyetleri içerisine dâhil edilmiştir. Bu eğitim/öğretim faaliyetlerinde özellikle öğrencilerin/gençlerin medya içeriklerine rahatlıkla ulaşabilmeleri, bu iletileri doğru analiz edebilmeleri, yorumlamaları ve yeni medya süreci ile birlikte teknolojiyle barışık halde kendilerinin de ileti üreticisi olmaları hedeflenmiştir.

Özellikle öğrencilerin ve gençlerin teknolojiye daha kolay ulaştıkları kabul edilmektedir. Teknoloji vasıtasıyla yöndeşen medyaya karşı daha istekli ve aktif olan yeni nesil denilebilirse yeni bir kültür oluşturmuş ve bu kültür ortamında haber ve bilgiye ulaşılmıştır. Bilinçli ve doğru bir medya kullanımı için önem teşkil eden medya okuryazarlığı eğitimini yeni nesillere doğru anlatabilmek gereklilik arz etmektedir. Bu gerekliliği doğru şekilde yönetebilmek ise ancak doğru bir eğitim ile mümkün olabilmektedir. Bu doğrultuda harekete geçilerek teorik ve uygulama esaslı çalışmalar yürütülmüş ve netice olarak *medya okuryazarlığı eğitimi* hayata geçirilmiştir. Hem Türkiye genelinde hem de Avrupa ve diğer kıtalarda faaliyete geçen medya okuryazarlığı eğitimi; teknoloji esaslı yeni uygulamalar aracılığı ile giderek daha fazla nitelik kazanmakta ve öğrencilere bu niteliği aktarmaktadır.

Ülkemizde medya okuryazarlığı farkındalığının çok eskilere dayanmadığı özellikle Avrupa ve Amerika'yla kıyaslandığında bu farkındalığın çok yeterli olmadığı iddia edilmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı'nın yaptığı çalışmalar ve akademik yönelimler bu eksikliği gidermek adına öneme değer görülmektedir. Öğrencilerin ve gençlerin zamanın büyük bölümünü internet mecrasında geçirdikleri göz önüne alındığında bu mecradan gelen iletilerin doğrudan kişiliğin ve kimliğin oluşmasına etkide bulunduğu bilinmektedir. Bu bağlamda doğru bir kimlik algısı ve kişilik oluşturmada önem arz eden medya okuryazarlığı eğitiminde Milli Eğitim Bakanlığı aşağıdaki başlıkları amaçlamıştır:

- Gerçek ve kurgu arasındaki farkı öğretmek
- Çocukların seçici olabilmelerini sağlamak
- Sorumluluk bilincine katkı sunabilmek

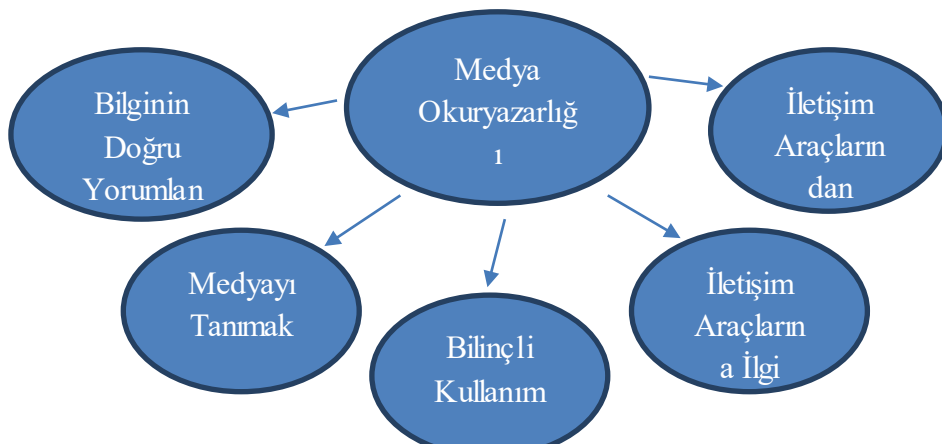
- Demokratik olgunluğa yardımcı olabilmek
- Eleştiri farkındalığı sağlamak
- Doğru algı/farkındalık oluşturabilmek
- Yaratıcı düşünce biçimleri geliştirebilmek
- Medya egemenliğinin ne olduğunu gösterebilmek (Akt: Taşkiran, 2017, p.135).

Ulusal düzeyde olduğu gibi küresel çerçevede de medya okuryazarlığı eğitimi önem teşkil eden ve üzerinde titizlikle durulan bir eğitimidir. Bu eğitim ile öğrenciler üzerinde hedeflenen öncü amaçlar mevcuttur.

Bu amaçları Pungente şu başlıklar altında aktarmıştır: (Akt: Kansızoğlu, 2016, p. 473)

- Öğrencilere anlayan, eleştiren, farkı ayırt edebilen dinleyici, okuyucu ve izleyici olmayı öğretmek,
- Çeşitli medya araçlarının gelişiminin tarihsel seyrini sunmak,
- Medyanın önemli amaçlarını belirlemek,
- Medyanın dilini ve medya tekniklerini belirlemek,
- Medya ürünlerinin üretimiyle bağlantılı ekonomik, siyasal, kültürel, sosyal ve kurumsal faktörleri belirlemek,
- Medya becerilerinin kullanılmasıyla ilgili bir farkındalık geliştirmek,
- Medya iletilerini gözlemleme, yorumlama, analiz etme ve değerlendirmeyi öğretmek,
- Medyanın toplum üzerindeki etkisine yönelik bir anlayış geliştirmek,
- Medya kullanımını kendi seçimlerine göre kullanmayı öğretmek,
- Öğrencilere mümkün olduğunca kendilerini medya ürünleri yoluyla ifade etme imkânı tanımak.

Sıralanan bu maddelerden de anlaşılacağı üzere esas hedef; öğrencilerin medyayı doğru bir biçimde tanınmasını ve algılamasını sağlamaktır. Bu fikriyat doğrultusunda yola çıkan medya okuryazarlığı eğitmenleri, geleneksel ve yeni medyadaki güncel değişimleri takip ederek gördükleri her ayrıntıyı ve dikkat edilmesi gereken her hususu öğrencilere aktarma vazifesini üstlenmişlerdir. Bilhassa psikolojik yansımaları olan zararlı içeriklere karşı öğrenciler doğrudan uyarılmakta ve bu bağlamda farkındalık oluşturulmaktadır.





**Şekil: 1** “Medya Okuryazarlığı” (Gömlüksiz, Kan & Öner, 2012, p. 47)

Yukarıdaki şekilde de vurgulandığı üzere medya okuryazarlığı eğitiminde hem medyanın doğru kullanımı teşvik edilmekte hem de zararlı içeriklere karşı tedbirli olunması benimsenmektedir. Yani medya okuryazarlığı eğitimi bilhassa televizyon ve internet mecralarının yalnızca zararlı yönlerine dikkat çekmemektedir. Aynı zamanda bu alanların sunduğu pratiklikler ve avantajlar da belirtilmektedir. Bu sürecin doğru bir biçimde algılanabilmesi için medyayı tanımak gereklidir. Medyayı doğru bir biçimde tanıyan ve ihtiyaç durumuna göre bu alanı kullanan öğrenciler zararlı içeriklerden korunduğu gibi yararlı yanlarından da faydalanabilecek duruma gelmektedir. Böylece ilgili birey; bilinçli kullanıcı olmanın yanı sıra bilinçli aktarıcı pozisyonuna da erişmektedir. Yeni medya ortamının her bireyi dağıtıcı konumuna getirdiği günümüzün dijital dünyasında medya okuryazarlığı eğitiminin, bilinçli dağıtıcı niteliği kazandırması ayrıca önemli görülmektedir.

Medya okuryazarlığı eğitimi ile bireylerin hem alıcı hem de gönderici konumunda bulunması tutum yönetimini de önemli hale getirmiştir. Zira medya okuryazarlığı ile bireyler, hem çeşitli medya ortamlarına erişim sağlayabilmekte hem de bu ortamlarda kendi mesajlarını paylaşabilmektedir (Buckingham, 2009). Dolayısıyla aktaran konumunda iken neler yapılması gerektiği de önemlidir. Bu noktada dikkat çeken husus ise yalnızca paylaşım içeriği değil bununla birlikte bu paylaşımın sunum biçimidir. Nitekim medya okuryazarlığı eğitimi ile özellikle internet ortamında yapılan paylaşımların teknik boyutuna da (görsellik, grafik tasarım vb.) değinilmektedir. Elde edilen bu teknik beceriler sayesinde paylaşılan mesajın etki gücü artmakta ve tasarlanan hedefe daha etkili bir şekilde ulaşabilmektedir. Teknolojik gelişmeler bağlamında bu niteliğin gerekliliği ortaya çıkmaktadır.



**Resim: 1** “Sosyal Medya Simge Haritası” (<https://tr.depositphotos.com>)

Yukarıdaki resimde sosyal medyanın dünya genelinde erişmiş olduğu boyut simgeler aracılığıyla harita üzerinden sunulmuştur. Bu tablo her geçen gün daha da genişlemekte ve deyim yerindeyse her bireyin *sosyal medya kimliği* adı altında ikinci bir kimliği oluşmaktadır. Kabul edilmelidir ki; insanları gerçek kimliğinden uzaklaştıran, masa başına mahkûm eden, sanal bir dünyaya sıkıştıran, rol ve statü karmaşasında boğuştıran, günlük periyotta önemli ölçekte zaman kaybına neden olan, psikolojik sorunlar doğuran, sübliminal mesajlar ile zihinleri bulandıran ve yediden yetmişe her kesimi sanal dünyaya bağımlı hale getiren bir sosyal medya realitesi mevcuttur. Medya okuryazarlığı eğitimleri ile sosyal medya farkındalığı da öğrencilere aşılanmakta ve bu platformun doğru kullanımı önerilmektedir. Amacı dışında ve saatlerce kullanılan sosyal medyanın oluşturacağı fiziksel ve zihinsel problemlere özellikle dikkat çekilmektedir.

Netice olarak medya okuryazarlığı eğitimi ile medya araçlarının tümüne ayrı başlıklar altında dikkat çekilmektedir. Özellikle televizyon ve internete ağırlık verilmesinin gerekçesi ise bu platformların yoğun bir şekilde tercih ediliyor olmasıdır. Öğrenim çağındaki jenerasyonun aldığı medya okuryazarlığı eğitimi, bu çocukları ve gençleri bilinçli bir bireye dönüştürmektedir. Eğitim camiasının bu dersi aracı kurumlar vasıtasıyla yetişkinlere aktarmasında ayrıca yarar görülebilir. Zira genç yaş grubunun internet odaklı bağımlılığının bir benzeri de yetişkin kadın ve erkeklerin televizyona yönelik bağımlılığında görülmektedir. Bilhassa kurgusal dizi-filmelerin oluşturduğu kitle furyası televizyon bağımlılığını ciddi boyutlara taşımıştır. Bu yapımlara gündüz kuşağı programlarını da dâhil edebiliriz.

## Sonuç

Eğitim programları içerisinde oldukça önem teşkil eden medya okuryazarlığının eğitim/öğretimin çeşitli kademelerinde doğru biçimde verilebilmesi ancak doğru yaklaşımlarla gerçekleşmektedir. Yeni jenerasyon olarak adlandırabileceğimiz öğrenci ve genç nesil teknolojiyle her an meşgul olmaktadır. Kaldı ki yeni medya ve yeni iletişim teknolojileri eğitim yaşamının doğrudan bir parçası haline gelmiştir. Medyayı, yeni medyayı ve yeni iletişim teknolojilerini doğru kavrayabilmek için medya okuryazarlığı fazlasıyla önemlidir. Dijital yerliler olarak nitelendirebileceğimiz öğrenciler bilgiye çoğunlukla yeni medya ortamından ulaşmaktadır. Medya okuryazarlığı eğitimi almış bir öğrenci/genç; medyayı etkili ve akıllı bir biçimde kullanabilmesinin yanı sıra çeşitlilik gösteren kaynaklardan gelen verileri muhakeme ederek kıyas yapabilmekte ve medya sektörünün yöndeşmesini göz önünde tutarak bilginin arka planında neler olduğunu algılayabilmektedir. Daha açıklayıcı bir ifade ile medya okuryazarlığı ile kişi istediği medya içeriğine veya çeşitli medya içeriklerine erişebilme, eriştiği içerikleri kıyaslayabilme, içerikleri anlamlandırabilme/yorumlayabilme/eleştirebilme, gerçek ile kurgu arasındaki ayrımı yapabilme, ideolojik arka mesajları analiz edebilme ve gerektiğinde medyanın bir parçası olabilme özelliklerine sahip olmaktadır.

Teknolojik gelişmeler doğrultusunda dönüşüm yaşadığı açık bir şekilde anlaşılan medya ortamında içerik olarak da bu dönüşümün izleri görülmektedir. Özellikle internet medyasının hızla değişen yapısı ve sosyal medya odaklı yeni uygulamalar ile medyanın yöndeşmiş olması, bireylerin medyayı kullanım becerilerini geliştirmesine zemin hazırlamıştır. Zira konvansiyonel medyanın başlangıcı olarak kabul edilen gazete karşısında pasif bir okuyucu konumunda olan, yüzyıllar sonra icat edilen radyo ile yine pasif bir dinleyiciden öteye geçemeyen ve karasal yayıncılık sürecinde pasif bir izleyiciye dönüşen bir kitle profili söz konusu iken sayısal yayıncılık ve ağ odaklı internet teknolojileri ile bu profil değişmiş; pasif kullanıcıdan aktif kullanıcıya geçiş yaşanmıştır.

Teknoloji temelli bu gelişmeler yeni nesil televizyonları internet ortamına entegre ettiği gibi internet mecrası içerisine de diğer kitle iletişim araçlarını taşımıştır. Medya araçları karşısında hükmedilen değil hükmeden konumuna dönüşen bireyler, böylece her çeşit medya içeriğine

rahatça erişebilir hale gelmiştir. Ancak dijital verilerin bireylere kazandırdığı bu yenilik, beraberinde birtakım sıkıntıları da doğurmuştur. Öyle ki yoğun enformasyon karmaşası içerisinde doğru içeriği yakalayamayan, medya içeriklerini analiz edemeyen ve zararlı içeriklere maruz kalan bir kitle toplumu meydana gelmiştir. İşte tam olarak bu noktadaki eksikliği gidermek ve medyayı doğru algılayıp etkin bir biçimde kullanabilmek için *medya okuryazarlığı* olgusu hayatımıza girmiştir.

Çalışmanın literatür kısmında da vurguladığımız gibi medya okuryazarlığı becerisi ile her yaş grubundan bireylerin medya içeriklerine en ideal ve en zararsız biçimde erişebilmesi hedeflenmektedir. Bu olguyu öğrenci profiline entegre etmek için ise eğitim ve öğretim sistemi devreye girmeli ve medya okuryazarlığı eğitimi ile çocukların ve gençlerin *doğru medya kullanımının* sağlanması amaçlanmalıdır. Yöndeşen medya ortamında yaşanan gelişmeler ve önüne geçilemeyen yoğun içerikler, bu genç dimağları kalıcı zararlara uğratmasın diye son yıllarda hem Türkiye genelinde hem de diğer ülkelerde medya okuryazarlığı eğitimine azami önem gösterilmekte ve güncelliği yakalayabilmek adına bilhassa sosyal medya ekseninde yeni eğitim uygulamaları geliştirilmektedir. Böylece internet tabanlı çocuk oyunlarından gençlerin yoğun vakit geçirdiği sosyal medya içeriklerine kadar tüm platformlardaki tehdit oluşturuçu unsurlara dikkat çekilmekte ve bu unsurların ortadan kaldırılması hedeflenmektedir.

### **Kaynakça**

- Buckingham, D. (2009). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Gömlüksiz, M. N., Kan, A. Ü., & Öner, Ü. (2012). Üstün zekâlı ve üstün yetenekli öğrencilerin medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri (Elazığ bilim ve sanat merkezi örneği). *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*. Cilt:2 Sayı:4. 141-154.
- Jols, T., & Thoman, E. (2008). *21. yüzyıl okuryazarlığı: Medya okuryazarlığına genel bir bakış ve sınıf içi etkinlikler* (C.Elma, Trans.). Ankara, Turkey: Ekinoks Yayınevi.
- Kansızoğlu, H. B. (2016). Türkçe öğretmenleri adaylarının medya okuryazarlığı dersine yönelik görüşleri. *Elementary Education*, 15 (2). 469-486

- Kellner, D. (2014). Yeni medya yeni okuryazarlık: Yeni bin yılda eğitimin yeniden yapılandırılması (M. Akif Barış, Trans.), In M. Çakır (Ed.), *Yeni medyaya eleştirel yaklaşımlar* (pp.411-442). İstanbul, Turkey: Doğu Kitabevi.
- Lovink, G. (2017). *Sosyal medyanın dipsiz kuyusu*, ( D.Esen Trans.). İstanbul, Turkey: Otonom Yayıncılık.
- Manovic, L. (2001). *The language of new media*, London, UK: The Mit Press.
- Pekman, C. (2016). Avrupa Birliği'nde medya okur yazarlığı, In M.C. Şimşek & N. Türkoğlu (Eds.), *Medya okuryazarlığı* (pp.16-26). İstanbul, Turkey: Pales Yayınları
- Potter, W. J. (2013). *Media literacy*. London, UK: Sage Publications.
- Pungente, J. (1985). *Getting started on media education*. London, UK: Center for The Study of Communication and Culture.
- Salı, J.B. (2012). Yeni medya okuryazarlığı, In D.Yengin (Ed.) *Yeni medya ve ...* (pp. 291-309). İstanbul, Turkey: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Sosyal Medya Simge Haritası (2019). Retrived from: <https://tr.depositphotos.com/stock-photos/sosyal-medya-simge-haritas%C4%B1.html?filter=all>
- Sezen, D. (2011). *Katılımcı kültürün oluşumunda yeni medya okuryazarlığı: ABD ve Türkiye örnekleri*. (Doctoral dissertation, University of İstanbul, İstanbul), Retrieved from: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp/303755>
- Taşkıran, N. Ö. (2017). *Medya okuryazarlığına giriş*. İstanbul, Turkey: Beta Yayınları.
- Yıldırım, B. (2010). Gazeteciliğin dönüşümü: Yöndeşen ortam ve yöndeşen gazetecilik. *Selçuk İletişim Dergisi*. Cilt:6 Sayı:2 230-253.
- Yıldırım, B. (2009). *Gazetecilik eğitimi: Değişim ihtiyacı ve dönüşümler* (Doctoral dissertation, University of Ankara, Ankara), Retrieved from: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp/250396>