

Medya Okuryazarlığının Değerlendirilmesi: Konular, Sorunlar ve Olasılıklar¹

Assessing Media Literacy: Issues,
Problems and Possibilities

Mehtap UYAR²

Tuğba ASRAK HASDEMİR³

ARAŞTIRMA MAKALESİ

Gönderim Tarihi: 15.11.2019 | Kabul Tarihi: 06.03.2020

Özet

Son yıllarda yeni iletişim teknolojilerinde gözlemlenen gelişmeler göz önüne alındığında, gerek geleneksel medya gerekse yeni medya hayatımızın neredeyse odağında yer almaktadır. Özellikle yeni medya kullanımının artması ile birlikte, içerik oluşturma da kolay bir hale gelmiştir. Bir içeriği kimin, ne amaçla yarattığı ve o içeriğin güvenilir olup olmadığı her zaman bilinemez. Dolayısıyla, okurların, izleyicilerin veya kullanıcıların, medya tarafından sunulan sınırsız görüntüleri, görüşleri ve yazıları nesnel ve eleştirel olarak değerlendirebilmeleri oldukça önemlidir. Bu çerçevede, bakımından medya okuryazarlığı eğitimi bu amaca hizmet edebilir. . Bu betimsel çalışmanın amacı, günümüzde, dijitalleşmenin artışı ile birlikte daha da çok gereksinim duyulan medya okuryazarlığı anlayış ve uygulamalarını ana noktalarıyla inceleyerek, medya okuryazarlığı eğitiminin hedefine ulaşabilmesi bakımından medya okuryazarlığı programında olması gereken özellikleri vurgulamaktır. Bu amaç doğrultusunda, geleneksel ve yeni medya okuryazarlığı eğitiminin yalnızca çocukları ve gençleri kapsayacak biçimde olmaması gerektiğine; yaşlılar da dahil olmak üzere, tüm yaş gruplarını kapsayan bir eğitimin sağlanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bütün vatandaşları kapsayan bir okuryazarlık eğitimi ile bireyler arasında oluşan uçurumun da kapanabileceği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Sözcükler: Media information literacy, Digital literacy skills, Critical understanding, Activity, User

Abstract

Considering the developments observed in new communication technologies in recent years, both traditional media and new media are at the center of our lives. Especially with the increasing use of new media, content creation has become easier. It is not always known who created a content for what purpose and whether it was reliable. Therefore, it is important that readers, viewers or users can objectively and critically evaluate unlimited images, views and writings presented by the media. In this framework, media literacy education can serve the purpose. The only way to make these assessments is through media literacy education. The aim of this descriptive study is to examine main understandings and practices of media literacy, which is needed more with increase in digitization today, and to emphasize the issues that should be included by the media literacy program in order to achieve the goal of media literacy education. In accordance with this purpose it was concluded that, traditional and new media literacy education should not only include children and young people; education must be provided for all age groups, including the elderly. It has been revealed that, a literacy training that covers all citizens can close the gap between individuals.

Keywords: Media information literacy, Digital literacy skills, Critical understanding, Activity, User

¹Bu çalışma, Arş. Gör. Mehtap Uyar'ın, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı doktora programında yapmakta olduğu tezinden hazırlanmıştır.

² Arş. Gör., AHBV Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Ankara, Türkiye. e-posta: mehtapgunes@mail.com, ORCID ID: 0000-0001-7613-883X

³ Prof. Dr., AHBV Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Ankara, Türkiye. e-posta: tubahasdemir@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-4295-8496

Giriş

İletişim teknolojilerinin, eğitim sürecinde okullarda yer alması yirminci yüzyılın ilk yarısından itibaren gerçekleşmiştir. Sonraki yıllarda, medya okuryazarlığı çocuklar ve gençlere yönelik eğitim programlarında da yer almaya başlamıştır (Asrak Hasdemir, 2016: 84). Medya okuryazarlığı gelişen iletişim teknolojilerine uyum sağlayabilme adına önemli bir kavram olduğundan, bu kavram günümüzde dijital çağa dahil olma meselesi olarak da algılanabilir. Bu bağlamda, medya eğitim olanakları yalnızca çocuklar ve gençlere sunulmamalı; tüm vatandaşlara yönelik olabilmelidir.

Medya okuryazarı olabilen bir kişi, eleştirel düşünebilmeyi öğreneceğinden, hayatı her anlamda daha da kolaylaşacaktır. Bu kişi aynı zamanda, reklamlarda çıkan ürünlerin, gerçekten kendisine uygun olup olmadığını değerlendirebilerek, bilinçli bir tüketici olabilecektir. Aynı zamanda, okuduğu haberi yazan kişinin ne amaçla (nefret söylemi vb.) bu habere yer verdiğini gözlemleyebilecektir. Her şeyden önemlisi, medya okuryazar eğitimi almış olan bir kişi pasif bir izleyici olmak yerine, aktif bir kullanıcı olabilecektir. Herhangi bir metin veya görüntü üretebilen bu kişinin özgüveni de artacaktır.

Bu çalışmada, medya okuryazarlığı kavramının önemini ele alan organizasyonların ve alanda önemli isimlerin çalışmalarına yer verilmektedir. Bu çerçevede, medya okuryazarlığı kavramının tarihsel boyutu ele alındıktan sonra, yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte, medya okuryazarlığı kavramının neden medya ve bilgi okuryazarlığı kavramı olarak kullanılması gerektiği yönünde açıklamalar yapılmaktadır. Son olarak da, medya okuryazarlığını birbirinden farklı yönleriyle ele alan akademisyenlerin görüşleri incelenmektedir.

Medya Okuryazarlığı Anlayışının Gelişim Süreci ve Ana Duraklar

Medya okuryazarlığını önemseyen ve yaygınlaştıran önde gelen örgütlerden biri UNESCO'dur. UNESCO, altmışlı yıllarda, medya eğitiminin önemli bir ihtiyaç olduğundan ve medyanın toplumsal ilerleme üzerindeki rolünden bahsetmiştir. UNESCO, bilgiye herkesin erişebilmesi için çalışmalar yaparak, özellikle gençlerin medya eğitimi almalarını desteklemiştir (Khan, 2006: 5). Bu bağlamda UNESCO, medya eğitiminin önemli bir ihtiyaç olduğunu bundan yaklaşık altmış yıl önce görmüş ve sonraki yıllarda da bu ihtiyacı desteklemek amacıyla çeşitli toplantılar düzenlemiştir. 1982 yılında Almanya'da gerçekleştirdiği uluslararası boyutta olan bir toplantı sonrasında Grunwald Medya Eğitimi Bildirgesi'ni yayımlamıştır. Bildirgede, günümüzde de yer verilen önemli maddeler şunlardır (Buckingham, 2001: 2):

- Medya eğitimi, hareketli görüntü (film, televizyon, video), radyo, kaydedilmiş müzik, basılı medya (gazete ve dergiler başta olmak üzere) ve yeni iletişim teknolojilerinin tümüyle ilgilidir. Yalnızca basılı medyayı değil, medyanın tümünü kapsayan geniş tabanlı bir 'okuryazarlık' geliştirmek amaçlanır.
- Medya eğitimi, medyayı kapsayan öğretim ve öğrenmeyle ilgilidir. Bu durum, medya aracılığıyla öğretme ile karıştırılmamalıdır. Örneğin, televizyon ve bilgisayarların bilim veya tarih öğretme aracı olarak kullanılması medya eğitimi olarak yorumlanmamalıdır.
- Medya eğitimi, hem eleştirel anlayışı hem de aktif katılımı geliştirmeyi amaçlar. Gençlerin hem medya tüketicileri olarak yorum yapmasını hem de medyada birer üretici olmalarını sağlar. Böylece, gençler toplumda daha güçlü katılımcılara dönüşebilmektedir. Medya eğitimi, gençlerin eleştirel ve yaratıcı yeteneklerini geliştirme ile ilgilidir.

Ondokuz ülkeden gelen temsilcinin katkısıyla sonlandırılan bu bildirgede, medyanın olumlu ya da olumsuz yönlerine değinmek yerine, tüm ülkeler için medyanın önemi ve hayatımızın bir parçası olduğu gerçeğinin kabul edilmesi gerektiğine vurgu yapılmaktadır. Gençlerin bu medya dünyasında kendilerine yer bulabilmeleri ise, aile, okul ve bazı kurumların destekleri ile mümkün olabilecektir. Belirtilen kişi ve kurumlar, çocuklar ve gençlerin okuryazarlık seviyesini geliştirmeye yönelik çalışmalar yapmalıdır. Çünkü medya eğitimi, aileler, öğretmenler, medyada çalışan kişiler ve karar

verici mercilerin tamamının katkılarıyla ve eleştirileriyle tam anlamıyla amacına ulaşabilecektir. Dolayısıyla bildiride, belirtilen kişi ve kurumlardan bu konu kapsamında bazı taleplerde bulunulmuştur (Buckingham, 2001: 18):

- Okul öncesi eğitimden üniversite seviyesine kadar ve yetişkin eğitiminde kapsamlı medya eğitim programlarını başlatmak ve desteklemek. Bu talebin amacı, eleştirel farkındalığın artmasını teşvik edecek bilgi, beceri ve tutumlar geliştirerek, elektronik ve basılı medya kullanıcıları arasında daha fazla kabiliyetin oluşmasını sağlamaktır. Bu tür programlar tercihen, medya ürünlerinin analizini, yaratıcı ifade aracı olarak medyanın kullanılmasını ve medya kanallarının etkin kullanımı ve katılımını içermelidir.

- Öğretmenler ve aracılardan hem medya anlayışlarını ve bilgilerini artırmak hem de uygun eğitim yöntemleri ile onları eğitmek için eğitim kursları geliştirilmelidir.

- Psikoloji, sosyoloji ve iletişim bilimi gibi alanlardan medya eğitiminin yararlanması için araştırma ve geliştirme faaliyetleri özendirilmelidir.

- Medya eğitiminde uluslararası işbirliğini teşvik etmeyi amaçlayan ve UNESCO tarafından üstlenilen veya öngörülen eylemler desteklenmeli ve güçlendirilmelidir.

UNESCO'nun geçmiş yıllardan bu yana gündeminden hemen hemen hiç eksik etmediği medya eğitimi konusunda, yalnızca tek bir kişi ya da kuruma değil, üstüne sorumluluk düşen tüm kişi ve kurumlara ihtiyaç vardır. Çünkü sorumluluk alması gereken bir kurumun ya da kişinin sorumluluğu olmadığı durumda bu eğitim tam anlamıyla başarıya ulaşamayacaktır. Bu durumda, çocukların profesyonel anlamda eğitim alacakları yer okul olduğu için, öncelikle öğretmenlerin medya eğitimiyle ilgili gerekli eğitimleri almaları ve kendilerini çok iyi geliştirmeleri gerekmektedir. Öğretmenlerin eğitimlerinin eksiksiz olabilmesi ise, devlet kurumlarının desteğine bağlıdır. İlgili kurumlar, gerekli desteği ve donanımı okullara ve öğretmenlere sunduğu takdirde okuryazarlık oranında artmalar gözlemlenebilecektir. Ancak, ailelerin katkısı ve desteği olmadan tam anlamıyla başarı sağlamak mümkün değildir. Çünkü ilk medya eğitimini ebeveynler vereceğinden, onların da gerekli bilgi ve becerileri edinmiş olmaları gerekmektedir.

UNESCO'nun yanı sıra, medya eğitimine destek veren bir diğer kuruluş ise Clearinghouse' dur. Clearinghouse, doksanlı yıllardan itibaren medya şiddetine vurgu yaparak, çocuklar ve medyayı konu edinen uluslararası bir bilgi merkezi eşliğinde, evrensel boyutta pek çok araştırmayı gündeme getirmektedir. 1995 yılında İsveç'te, UNESCO İsveç Komisyonu ve UNICEF İsveç Komitesi, çocuğun haklarını ve medya şiddetini konu edinen uluslararası bir konferans düzenleyerek, okuryazarlık konusuna verdikleri önemi bir kez daha göstermişlerdir.

21-22 Haziran 2007 tarihinde ise, dünyanın birçok ülkesinden uzmanlar, eğitim politikası düzenleyicileri, öğretmenler, sivil toplum kuruluşları temsilcileri, medya profesyonelleri ve araştırmacılar, medya eğitiminin önemini belirtmek ve ilerlemesi için neler yapılması gerektiğini tartışmak amacıyla Paris'te buluşmuşlardır. Katılımcılar, okuryazarlık oranlarının artırılması yönünde acilen uluslararası seferberliğin gerçekleştirilmesi gerektiğine değinmişlerdir. Ayrıca, toplantıda yer verilen oniki önerinin uygulanması konusunda gerekenin yapılması ve ihtiyaç halinde bu önerilerin güncellenebilmesi için düzenli değerlendirmelerin yapılması gerektiğine dikkat çekilmiştir.

Türkiye'de medya okuryazarlığı anlayışının gelişiminde ise 2000'li yılların ayrı bir önemi vardır. 2005 yılında Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, konunun farklı boyutlarının tartışıldığı Medya Okuryazarlığı Konferansı'na ev sahipliği yapmıştır. 23-25 Mayıs 2005 tarihleri arasında gerçekleştirilen bu konferansın amacı şöyle dile getirilmiştir (Türkoğlu, 2006: i):

Bilgi edinme ve edinilen bilgiyi kullanma hakkı, temel yurttaşlık hakkıdır. Kitle iletişim araçları, bu hakkın gerçekleştirilmesi için vazgeçilmez kaynaklardır. Yazılı ve görsel tüm kayakların oluşturduğu iletilerle donatılmış bir dünyada yaşamak için yeni iletişim becerilerine gerek var. Gazeteler, dergiler, radyo, televizyon, sinema ve İnternet, hızla gelişen teknolojilerden yararlanırken, yurttaşla-

rın da yeni bir kavram olan “medya okuryazarlığı” ile tanışması gerekmektedir. Bu amaçla, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde her yıl mayıs ayında düzenlenen “İletişimciler Haftası”nda bu yıl akademik konferans ve bir dizi etkinlikle “medya okuryazarlığı” konusunu ele alacağız. Önümüzdeki yıllarda geniş katılımlı olarak ulusal ve uluslararası boyutlara taşımak istediğimiz konferansımıza katkılarınızı bekliyoruz.

Amaçta da belirtildiği gibi, konferans kapsamında, , 2000’li yılların başlarında olunmasına karşın, yeni iletişim teknolojilerini de kapsayan bir medya okuryazarlığının önemine dikkat çekmiştir. Bu konferansta yer alan bildiriler, daha sonra bir kitapta birleştirilerek, burada yer alan bilgilerin kalıcılığı da sağlanmıştır.

Dünyada, okuryazarlığın önemine vurgu yapan kuruluşların yanı sıra, bizzat medya okuryazarlığı terimini, adına taşıyan kuruluşlar da bulunmaktadır. Medya Okuryazarlığı Eğitimi Ulusal Birliği (NAMLE), 2008 yılında kurulmuş olan sözü edilen kuruluşlardan biridir. NAMLE, medya okuryazarlığı eğitiminde, medyadan yoğun biçimde yararlanılması gerektiğini savunarak, medyaya nasıl erişim sağlanabileceği, nasıl analiz edileceği, nasıl değerlendirileceği, nasıl oluşturulacağı ve medya aracılığıyla nasıl iletişim kurulacağına yönelik bütün sürecin desteklenmesi gerektiğine vurgu yapmaktadır (NAMLE, 2016). Bununla birlikte, Birleşik Krallık’ ta iletişim düzenleyicisi ve rekabet otoritesi olan Ofcom (Office of Communications) da hem çocuklar hem de yetişkinler için medya okuryazarlığına yönelik çeşitli araştırmalar sürdürmektedir. 2003 İletişim Yasası ile birlikte Ofcom, daha çok çocukları medya okuryazarlığına özendirme ve araştırma yapma konusunda sorumluluk almak istemiştir. Böylelikle, Ofcom’un medya okuryazarlığı çalışmaları, hem insanların medya okuryazarlığı ihtiyaçlarını kapsamakta hem de kamu politikasının oluşturulmasında önemli bir rol oynamaktadır (Ofcom, 2016).

Medya okuryazarlığı alanına büyük ölçüde katkı sunan UNESCO 2015 yılında Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals adlı kitabı yayımlamıştır. Kitapta, medya ve bilgi okuryazarlığını konu edinen otuzdan fazla makale yer almaktadır. UNESCO 2016 yılında ayrıca konu ile ilgili iki farklı kitap daha yayımlamıştır. Bunlardan ilki, Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgesinde yer alan ve eğitimciler için yazılmış olan Opportunities for Media and Information Literacy in the Middle East and North Africa adlı kitaptır. İkinci kitap ise, Media and Information Literacy: Reinforcing Human Rights, Countering Radicalization and Extremism başlığını taşımakta ve daha çok medyada yer alan nefret söylemi ve medya okuryazarlığı konularına yer vermektedir. UNESCO’nun yapmış olduğu çalışmaların yanı sıra, yayımladığı kitapları da göz önünde bulundurursak, UNESCO, yalnızca medya ve bilgi okuryazarlığı konusunda yetkinliğin nasıl edinebileceği konusuna odaklanmadığı, aynı zamanda bu yetkinlikler ile bireylerin bilgi özgürlüğü ve ifade özgürlüğü gibi başlıca insan hakları ve uygulamaları hakkında bilgili olabilmeleri için vatandaşlara destek olmaktadır.

Medya Okuryazarlığı Anlayışında Çeşitlenmeler: Genel Bir Bakış

Medya okuryazarlığı, yeni bir konu olarak gündeme gelmiş olmasına karşın, yalnızca medya araştırmacıları arasında tartışılmamakta, aynı zamanda çocuklarına medyadan gelebilecek riskler karşısında endişelenen ebeveynler, tüketici grupları ve eğitimciler arasında da tartışılan bir konu olarak gün geçtikçe yaygınlaşmaktadır. Neredeyse kırk yılı aşkın bir süredir, dünyanın hemen hemen her yerinden medya okuryazarlığı konusuyla ilgilenen kişiler çok sayıda makale yayınlamaktadır (Potter, 2010: 675). Medya okuryazarlığının, elli yıldan fazla süredir tartışma konusu olmasına rağmen, herkes tarafından kabul görmüş, genel bir tanımı yoktur. Livingstone ve arkadaşları (2005) bunun sebebini, medya okuryazarlığının amaçlarına bağlamaktadır. Akademik araştırmaları inceleyen Livingstone ve arkadaşları (2005), medya okuryazarlığının üç temel amacının şunlar olduğunu belirtir: a) demokrasi, katılım ve aktif vatandaşlık; b) bilgi ekonomisi, rekabet gücü ve seçim; c) hayat boyu öğrenme, kültürel ifade ve kişisel tatmin. Bu amaçlar yalnızca medya okuryazarlığının amaçları olmamakla birlikte, aynı zamanda medya okuryazarlığı kapsamında olan politika tartışmalarına da

yön verebilmektedir. Medya okuryazarı olan bir birey günlük yaşantısında daha bilinçli ve aktif bir vatandaş olabilmektedir. Örneğin, medya okuryazarı olan bir kişi, medyada gördüğü olayları çok daha doğru ve eleştirel yorumlayarak, toplumda görüşlerini kolaylıkla ifade edebilmektedir. Medya okuryazarlığı ile bilgi ekonomisi, rekabet gücü ve seçim arasındaki ilişki bilgi ve piyasa ekonomisi kavramlarından yola çıkılarak açıklanabilir. Bir şirkette medya okuryazar oranının yüksek olması, o şirkette dolaşan bilgilerin daha üst düzeyde olması ile doğru orantılıdır. Dolayısıyla, tüketiciye daha fazla seçenek sunulabileceği için, hem toplumsal refah hem de piyasa ekonomisi için büyük gelişmeler sağlanabilecektir. Medya okuryazarlığının diğer amacı olan, hayat boyu öğrenme, kültürel ifade ve kişisel tatmin kavramlarının medya okuryazarlık ile ilişkisi de günlük hayatta yaşananlar üzerinden açıklanabilir. Medya okuryazarlığı özünde eleştirel yaklaşımı benimsediğinden, bilinçli, yaratıcı ve etik değerleri edinmiş bir topluluğu desteklemektedir (Livingstone, Couvering ve Thumim, 2005: 7-8). Dolayısıyla, bir ülkede yaşayan medya okuryazarı vatandaşların oranı arttıkça, o ülkedeki bireylerin bilgi seviyeleri, kendilerini ifade etme durumları ve olaylara eleştirel yaklaşabilme kabiliyetleri de artacağından, o ülkedeki bireyler kültürel açıdan da kendilerini güvende hissedebileceklerdir.

Bilim insanlarının farklı görüşleri savunmaları ve her birinin medya okuryazarlığı hakkında ayrı yorum geliştirmesi nedeniyle, tek bir medya okuryazarlığı tanımından bahsetmek mümkün değildir. Ofcom'un 2004 yılında yapmış olduğu bir çalışma, medya okuryazarlığının tanımını netleştirmek için oldukça önemlidir. Bu çalışmada, medya okuryazarlığının tanımı şöyledir: "çeşitli bağlamlarda iletişim kurmak, iletişimi anlamak ve iletişim seçeneklerine erişim" dir (Ofcom, 2004: 2-4). UNESCO'nun medya okuryazarlığı tanımı ise, "kitle iletişim araçlarını, medyanın bilinçli ve eleştirel bir anlayışı da dahil olmak üzere, kullandıkları teknikleri ve etkileri iddialı veya pasif olmayan bir şekilde anlama ve kullanma" dır. Bununla birlikte bu kavram, televizyon, yazılı basın, radyo, bilgisayar gibi birçok medya biçimlerinde iletişimi oluşturma, değerlendirme, analiz etme ve okuma yeteneği anlamlarına karşılık gelmektedir (Grizzle ve Calvo, 2013: 191). Bu iki tanım bağlamında bir değerlendirme yapılacak olursa, UNESCO'nun yapmış olduğu tanımda, medya okuryazarlığı kavramı daha kapsamlı bir şekilde ele alınmaktadır. Çünkü UNESCO, üretme beceresini tanıma dahil ederek, yeni iletişim teknolojilerini kapsayan bir medya okuryazarlığından söz ederken; Ofcom medya okuryazarlığı tanımına üretme becerisini dahil etmeyerek geleneksel medya okuryazarlığı tanımıyla sınırlı kalmaktadır.

Medya okuryazarlığı, farklı zamanlarda ve farklı yerlerde çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Ancak bu tanımlamaların çoğunun amacı, nüfus içinde medya okuryazarlık oranının artmasıdır. Çünkü yapay zeka ve robotizasyon, devam etmekte olan siyasi, sosyal ve ekonomik değişim süreçlerinde, bilgi boşluklarını genişletme riskiyle, toplumlara yeni zorluklar doğurmaktadır. Yeni donanıma sahip olabilen ve çokuluslu şirketler büyük avantaja sahip olabileceklerdir. Bu gelişmelerle birlikte, vatandaşların medya ve bilgi okuryazarlığına olan ihtiyaçları da artmaktadır (Carlsson, 2019). UNESCO 2007 yılında ilk kez, "medya ve bilgi okuryazarlığı" teriminin kullanılmasını önererek, yeni iletişim teknolojilerinin günlük hayatta artık önemli bir yeri olduğunu gündeme taşımıştır. Medya ve bilgi okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı ve dijital okuryazarlığı da içeren, medya okuryazarlığı ile ilgili tüm yeterlikleri kapsar. İnsanların bilgi ve öğrenme ortamlarıyla, çevrimiçi ve çevrimdışı etkileşimlerini dönüştürmek için, farklı ve kesişen yetkinliklere odaklanır (UNESCO, 2007).

İnsanların sağlık, iş, politika ve eğlence konularında karşılaştıkları günlük konular hakkında bilinçli kararlar alabilmek için aldıkları ve gönderdikleri mesajlar hakkında eleştirel düşünceye erişme, bu düşünceleri analiz etme ve bunlara katılma yeteneklerine ihtiyaçları vardır (Hobbs, 2010). Medya ve bilgi okuryazarlığı eğitimi yalnızca gençleri ve çocukları kapsadığında tam amacına ulaşamayacaktır. Yaşlıların da dahil olduğu, tüm vatandaşlar için medya ve bilgi okuryazarlığı eğitiminin desteklenmesi gerekmektedir.

Renee Hobbs, günümüzde bilginin yoğunlaşması ve dijitalleşmiş yaşama geçilmesi üzerine medya okuryazarlığı için ihtiyaç duyulan yaşam becerilerini şu şekilde sıralamaktadır (Hobbs, 2010: vii-viii):

- Materyalleri bularak ve paylaşarak; bilgi ve fikirleri kavrayarak; sağduyulu seçimler yapın ve bilgilere erişin.
- Yazarı, amacı ve bakış açısını tanımlayarak; içeriğin kalitesini ve güvenilirliğini değerlendirerek; mesajları çeşitli formlarda analiz edin.
- Dil, görüntü, ses ve yeni dijital araç ve teknolojilerden faydalanarak, çeşitli formlarda içerik oluşturun.
- Sosyal sorumluluk ve etik ilkeleri uygulayarak, kişinin kendi davranış ve iletişim davranışlarını yansıtın.
- Aile içindeki, işyerindeki ve toplumdaki bilgileri paylaşmak ve sorunları çözmek için, bireysel ve işbirliği içinde çalışarak ve bir topluluğun üyesi olarak katılın ve bu şekilde sosyal eylemde bulunun.

Bu bilgiler ışığında, bilgi ve iletişim teknolojileri geliştikçe ve bilgi akışları hızlandıkça, kaliteli eğitim ve yaşam haklarının onurlu bir şekilde uygulanması daha da karmaşık bir hal almaktadır. Demokratik bilgi toplulukları yaratma, bilgi güvenliğini garanti etme ve dünyadaki hemen hemen bütün ulusların karşılaştığı diğer zorluklarla ve bu durumlarla başa çıkabilme oldukça önemlidir (UNESCO, 2013). Bunu başarabilmenin yolu, çocuk, genç, yaşlı demeden, tüm vatandaşların medya ve bilgi okuryazarlığı eğitimini edinmesi sağlanmalıdır. Bu bilinçliliğin oluşması için, UNESCO gibi çeşitli kurumlar gerek konferanslarla gerek bildirimlerle destek vermektedir.

Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Eğitimi: Farklı Yaklaşımlar ve Tartışmalar

Medya ve bilgi okuryazarlığı konusunda oldukça önemli görüşlere sahip olan akademisyenlerin her biri medya eğitiminin farklı bir yönüne vurgu yapmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde, medya ve bilgi okuryazarlığı konusunun gündeme taşınmasında ve tartışılmasında önemli katkıları bulunan bilim insanlarının medya eğitimi hakkındaki düşünceleri ve çalışmaları, ana noktalarıyla incelenmektedir.

Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma başlığıyla 1998 yılında Türkçe'ye çevrilen Renee Hobbs' un makalesi, medya okuryazarlığı konusunda yapılmış önemli bir çalışmadır. Bu konu ile ilgilenen çoğu araştırmacının faydalandığı bu makale, medya okuryazarlığı hareketinde yedi büyük tartışmaya odaklanmaktadır. Bu tartışmaların birincisi, "medya okuryazarlığı eğitiminde çocukları ve gençleri medyanın negatif etkilerinden korumak amaçlanmalı mıdır?" sorusu ile ilgilidir. Korumacı bir yaklaşımla yola çıkan bu görüşten yana olanların tersine, bu düşünce pek çok eğitimci ve akademisyen tarafından eleştirilmektedir. Çünkü korumacı yaklaşımda, öğretmenin öğrencilere medyanın risklerini anlattığı, öğrencinin ise sorgulamadan sadece dinleyerek, not aldığı bir yöntem söz konusudur (Hobbs, 1998: 18-19). Böyle bir uygulamada, öğrenci ve öğretmen arasında iktidar ilişkisinin oluşacağına vurgu yapan Buckingham ve arkadaşları, öğrenmenin ancak sosyal bağların kuvvetli tutulmasıyla mümkün olabileceğini savunmaktadır (1990: 58-59). Gerek medya eğitiminde gerekse diğer derslerin eğitiminde, öğrencilere korumacı bir yaklaşım sergilemek doğru değildir. Böyle bir yaklaşım sergilendiğinde, kendilerinin korunma altına alındığını hisseden öğrencilere sınıfta gösterilen öğretim yöntemlerinin de faydası olmayacaktır. Kendilerini özgür hissedemeyen öğrenciler ise, pasif konumda kalarak, üretme becerilerini geliştiremeyeceklerdir.

İkinci tartışma konusu ise, "medya üretimi, medya okuryazarlığı eğitiminin ana özelliği olmalı mıdır?" sorusundan oluşmaktadır. Goodman'ın da yer aldığı bazı eğitimcilere göre, öğrencilerin eleştirel bir konumda tüketici olabilmeleri ancak kullanıcı olmalarıyla mümkündür. Dolayısıyla, öğrenciler medya metinlerini yalnızca okumakla yetinmemeli, metin yazmalı, İnternet sayfası tasarlamalı, düşüncelerini yeni medya aracılığıyla bildirmeli ve medyayı aktif bir şekilde kullanarak, medya üretimine katkıda bulunmalıdır. Fakat Stafford gibi eğitimciler ise böyle bir uygulamayı eleştirmektedir. Onlara göre, böyle bir uygulama ile öğrenciler profesyonelleri taklit etmek isteyebi-

leceğinden, bu uygulama öğrencilerin eleştireliliğini tamamen yitirebilecektir (Hobbs, 1998). Ancak, bu öğrenciler profesyonelleri taklit dahi etseler, üretim becerileri kazanma adına bir tecrübeleri olabilecektir. Bu şekilde de, zamanla kendilerine özgün içerik üretebileceklerdir.

Tartışmaların üçüncüsünde, “medya okuryazarlığı popüler kültür metinlerine odaklanmalı mıdır?” sorusu vardır. Medya okuryazarlığı popüler kültür metinlerine odaklansa da, ilkokullarda ve ortaokullarda popüler medya metinlerinin kullanılmasına dair tartışmalar bulunmaktadır. Dewing ve Giroux’a göre, eğer popüler kültür metinleri sınıftaki klasik eğitim anlayışını kırma amacı güdüyorsa, bu metinler öğrenci ve öğretmenlerin kendilerini geliştirmelerine imkan tanır. Bunun aksini savunan görüşler de olsa, bazı eğitimciler okulda kazanılmış becerilerin eve aktarılması konusunda popüler kültür metinlerinin önemine vurgu yapmaktadır. Dördüncü tartışma konusunda ise, “medya okuryazarlığının daha belirgin bir politik ve ideolojik gündemi olmalı mıdır?” sorusu bulunur. Birtakım eğitimciler medya okuryazarlığını, birçok politik amacı gerçekleştirebileceği yönünde, desteklerken; Dewey’in görüşlerini savunan eğitimciler, eğitimin sosyal ilerleme ve reformla temel amacına ulaşabileceğini benimsediklerinden, medya okuryazarlığı ile ilgili bilgi, beceri ve davranışların herhangi bir ideolojiye bağımlı olmaması gerektiğine inanırlar. Bu görüşe inanan öğretmenler, öğrencilere belirli bir görüşü veya düşünceyi dayatmak yerine, onları eleştirel düşünmeye teşvik eden eylemlerde bulunur. Beşinci tartışma konusunda ise, “medya okuryazarlığı anaokulundan üniversiteye kadar süren eğitim ortamına odaklanmalı mıdır?” sorusunun cevabı aranmaktadır. Kimi eğitimciler, medya okuryazarlığı becerilerinin okulda geliştirilemeyeceğini düşünmekte, bu becerilerin yalnızca evde ebeveynler tarafından geliştirilebileceğini savunmaktadır. Bu düşüncenin karşısında olan medya okuryazarlığı öncüleri ise, medya okuryazarlığından beklenen hedeflere ancak okul ortamında ve öğretmen, öğrenci ve ebeveynlerin ortak çabası ile ulaşabileceğini iddia etmektedir. Tartışmaların altıncısında, “medya okuryazarlığı ayrı bir konu olarak mı yoksa mevcut konuların içine dahil edilerek mi öğretilmelidir?” sorusu bulunmaktadır. Hobbs’a göre, neredeyse her eğitimci medya okuryazarlığı kavramının fen, sosyal bilimler, tarih, sanat ve edebiyat gibi diğer alanlardan beslenmesi gerektiğinin farkındadır (Hobbs, 1998: 20-25). Çünkü her bir konu medyanın az da olsa ilgi alanına girdiğinden, medya eğitimi bu konuların içine dahil edildiğinde çok daha faydalı olabilecektir.

Yedinci tartışma konusu ise, “medya okuryazarlığı girişimleri medya kuruluşları tarafından finansal olarak desteklenmeli midir?” sorusunun cevabıdır. Bazı eğitimciler, medya okuryazarlığı ile ilgili yapılması planlanan girişimlerin finansal olarak medya kuruluşları tarafından desteklenmesi gerektiğini düşünmektedir. Onlara göre, medya kuruluşlarının insanları eleştirel düşünmeye teşvik etme yönünde sorumlulukları vardır ve bu kuruluşlar sorumluluklarını medya eğitimi finansal yönde destekleyerek yerine getirmelidir. Bununla birlikte, medya okuryazarlığı eğitiminin medya kuruluşları tarafından finansal olarak desteklenmesini doğru bulmayanlar ise, medya sektörünün bu durumdan faydalanarak, kendi çıkarlarını korumak için eğitimi kullanabileceğini iddia etmektedir (Hobbs, 1998: 26). Medya kuruluşları genelde kendi çıkarlarını düşünme çabası içinde hareket ettiğinden, bu görüş haklı bulunabilir. Ayrıca yine kendi çıkarları doğrultusunda hareket eden bir medya kuruluşu, karşısında medya okuryazar eğitimi almış bir kitleyi görmekten de hoşlanmayabilir.

1998 yılında William G. Christ ve W. James Potter tarafından Media Literacy, Media Education, and the Academy isimli çalışma da medya okuryazarlığıyla ilgili konular hakkında farklı görüşleri sunmayı amaçlayan çalışmalardan biridir. Bu çalışmada (1998), medya okuryazarlığı ile ilgili kavramların oluşmasında ve bizim medya okuryazarlığına bakış açımızın gelişmesinde Renee Hobbs, David Buckingham, James Brown, Robert Kubey ve diğer birçok düşünürün önemli katkıları olduğuna değinilmektedir.

Medya okuryazarlığı eğitiminde özellikle eleştirel düşünmeye önem veren James A. Brown, 1998 yılında Media Literacy Perspectives başlıklı çalışmasında, medya okuryazarlığı programının

eleştirel düşünmede kullanılan bilişsel süreçleri içerdiğine vurgu yapmaktadır. Bu eğitimde başarılı olabilmenin tek yolu ise, öğretmenler, yöneticiler, uzmanlar ve ebeveynler arasında işbirliği gerçekleştirmektir. Brown'a göre medya eğitim programlarında bulunması gereken önemli özellikler, bilişsel gelişim, insanın kendi kültür ve ulusu hatta diğer milletlerin vatandaşlarıyla oluşturduğu sosyal çevreyle ilişkili duygusal ve davranışsal beceri ve değerlerdir. Bir medya okuryazarlığı eğitiminin önemli ve etkili olabilmesi ise, organize olmasına ve sürekliliğine; geçerli olduğu bilinen araştırmalara dayandığına; test edilmiş ve sonraki zamanlarda değerlendirilmiş olmasına; başka bir yerde de tekrarlanabilir ve çoğaltılabilir olmasına; kavramsal gelişimine katkı sağlayan, detaylı görsel-işitsel ve yazılı malzeme sağlayabilmesi ile ilişkilidir (Brown, 1998: 54). Brown'un etkili bir medya okuryazarlığı eğitimi için üzerinde durduğu noktaları hayata geçirebilmek adına, Hobbs'un da savunduğu gibi, öğretmenler, yöneticiler, aileler birlikte hareket etmek zorundadır.

2010 yılında Hobbs, yeni medyayı da içine aldığı, Digital and Media Literacy: A Plan of Action isimli çalışmasında, günümüzde çağdaş kültürdeki tam katılımın sadece mesajları tüketmeyle değil, aynı zamanda onları üreterek ve paylaşarak olabileceğini savunmaktadır. Dijital vatandaşlığın, dili, grafik tasarımı, resmi ve sesi kullanarak mesaj oluşturma becerisini içeren multimedya iletişim yeteneklerinin edinilmesiyle ve hayata geçirilmesiyle gerçekleştirilebileceğini belirtmektedir. Bu yetenekler ise, okulların yanı sıra resmi olmayan ortamlarda gelişebilir. Okullarda dijital ve medya okuryazarlığı eğitiminin verilmesi, dijital ortamda öğrencilere daha eşit olanaklar sunulabilmesi için de bir fırsat olacaktır. Hobbs'un bu çalışması, resmi ve resmi olmayan ortamlara dijital ve medya okuryazarlığını ulaştırmak için nasıl bir program yapılması gerektiğine dikkat çekmektedir. Bu programı gerçekleştirebilmek için, şu kurumların aktif desteğine gereksinim duyulduğu belirtilmektedir: yerel, eyalet ve federal düzeyde eğitim liderleri; halk kütüphanelerinin yediyemini; toplum temelli örgütlerin liderleri; eyalet ve federal yetkilileri; iş dünyasının üyeleri; medya ve teknoloji endüstrisinin ve sosyal yatırım vakfının liderleri (Hobbs, 2010: 50-52). Hobbs (2010) bu çalışmasında diğer çalışmalardan farklı olarak, yalnızca gençleri ve çocukları hedeflemeyerek; yaşlıları da içeren tüm vatandaşların dahil olduğu dijital ve medya okuryazarlığı eğitiminin desteklenmesinin farkındalığını artırmaya çalışmaktadır.

Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Eğitimi: Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Farklı Yönler

2000 yılında, Wartella, O'Keefe ve Scantlin'in yapmış olduğu Children and Interactive Media: A Compendium of Current Research and Directions for the Future başlıklı çalışma; çocukların video oyunlarını, CD-ROM'ları, İnternet'i ve diğer bilgisayar programlarını evde ve okulun dışında bulunduğu diğer ortamlarda ne amaçla kullandıklarını araştırmaktadır. Bu araştırmaya göre, interaktif teknolojiler ve ağ tabanlı ortamlar çocuklar ve gençlerin öğrenme ve sosyal gelişim düzeyine katkıda bulunmaktadır. Wartella, O'Keefe ve Scantlin, evlerinde bilgisayara sahip olan çocukların, olmayanlara göre özgüvenlerinin daha fazla olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla bu çalışma, çocukların okul dışında bulunduğu ortamlarda, özellikle de evlerinde, kendilerine ait bilgisayarlarının olmasının onların daha başarılı olmasında büyük etkisi olduğunu savunmaktadır. Wartella, Lee ve Caplovitz ise 2002 yılında, Wartellavd. nin iki yıl önce yapmış olduğu çalışmayı güncelleyerek, Children and Interactive Media: Research Compendium Update adlı araştırma, önceki yapılan çalışmada değinilmeyen konuları da ele almayı hedeflemektedir. Çalışma bu bağlamda, çocukların yeni medyaya erişimleri ve yeni medyayı kullanımlarını; yeni medya kullanımının bilişsel ve sosyal sonuçlarını, sağlık ve güvenlik problemleri ve politik endişeler konularını da kapsayan bir araştırmayı içermektedir. Bu araştırma sonucunda, yeni medyanın çocuk gelişimine yönelik sunduğu katkılar çok iyi anlaşılabilmiştir. Wartella vd. (2002: 29) günümüzde, sadece bilgisayar faresine tıklayarak birçok işlemin gerçekleştirilebileceğine değinmektedir. Bu işlemler arasında, İnternet'te oyun oynama ve sörf (gezinti) yapma bulunmaktadır. İnternet'te hemen hemen her işlemin yapılabilmesi durumunu açıklamak için ise, "catch-all" sözcüğünün (kapsamlı/kapsayıcı sözcük) kullanıldığını belirtirler.

Geleneksel medya ile yeni medyanın ilişkisine dikkat çektikleri çalışmalarında Asrak Hasdemir ve Uyar (2019), geleneksel medya olarak değerlendirilen çocuk dergilerinde, yeni medyanın nasıl temsil edildiğini incelemektedir. Kapsamında, Türkiye’de çevrimiçi yayınlanan çocuk dergileri olan çalışmada, içeriklerde, yeni medyanın olumlu ve/veya olumsuz hangi özelliklerine yer verildiği; yeni iletişim teknolojileri ile birlikte yaşanan gelişmelerin nasıl yer bulduğu gibi başlıkların yanısıra yeni medya okuryazarlığıyla ilgili hangi bilgi, beceri ve uygulamalara yer verildiği gibi noktalar incelenmektedir. Çalışmada, incelenen çocuk dergileri içeriklerinde, yeni medyanın risklerinin yanısıra yararlarından da sözedildiği bulgulanmakla birlikte içeriklerde yer verilen risklerin kapsamının “ahlaki bir paniği” destekleyici nitelikte olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Çalışma, geleneksel medya ile yeni medya arasındaki ilişkiyi inceleyerek dijital bilgi ve becerilerin kazandırılmasında geleneksel medyanın önemine vurgu yapmaktadır.

Yeni medyayla söz konusu olan fırsatlar ve riskler konusundaki bir başka çalışma da Livingstone ve Bober tarafından yürütülmüştür. UK Children Go Online: Final Report of Key Project Findings başlıklı çalışmada, 9-19 yaşları arasında bulunan çocukların ve gençlerin İnternet kullanımlarını incelemektedir. Livingstone ve Bober’e göre bu araştırma ile, çevrimiçi fırsatlar ve çevrimiçi risklerin değerlendirilmesiyle ilgili denge kurulması amaçlanmaktadır. Projede, genel uygulama yöntemlerinden farklı olarak, çocuklara sadece anket uygulanmamış, aynı zamanda çocukların İnternet kullanımlarını da dikkate alan gözlemler ve odak grup görüşmeleri de yapılmıştır. Livingstone ve Bober’in ulaştığı sonuçlardan biri, İnternet’in şimdiye kadar kullanılan iletişim araçları arasında en fazla risk oluşturan araç olmasıdır. Niteliği devamlı olarak değişiklik gösteren bu risklere örnek olarak, spam, pornografi, gizliliğin ihlali, zorbalık, güvenilir olmayan veya yönlendirici içerikler, virüsler ve kumar verilebilir. Çalışmada ayrıca, kullanım niteliğiyle ilgili yeni bir ayrımın oluşmaya başladığına dikkat çekilmektedir. Bu demek oluyor ki, evinde İnternet erişimine sahip olan ve ebeveynleri daha sıklıkla İnternet kullanan çocukların İnternet becerisi kazanma ihtimali daha fazladır. Bununla birlikte, araştırma kapsamında bulunan çocukların çoğunun İnternet’in sağladığı olanaklardan tam anlamıyla yararlanamadığı dikkat çekmektedir. Eğlence ve bilgiye erişmek için hazır kaynağı kullanan çocuklar, risklerle ilgili endişe duyduklarından, yeni medya içeriklerini kullanmayı ve aktif olmayı tercih etmemektedir. Bu bağlamda, çocuklar ve gençlerin çevrimiçi olanaklardan faydalanabilme oranı çevrimiçi becerilerinin gelişmesi ile yani İnternet okuryazarlığı oranı ile doğru orantılıdır.

Buckingham ve arkadaşları 2005 yılında, The Media Literacy of Children and Young People: A review of the research literature on behalf of Ofcom isimli çalışmada medyanın özellikle zararlı etkilerini, yani risklerini, ele almayı reddetmektedir. Bu çalışma, medya okuryazarlığı açısından engel teşkil edebilecek durumlara ve medya okuryazarlığını geliştirebilecek unsurlara odaklanmaktadır. Bu çalışmada Buckingham ve arkadaşları, medya okuryazarlığıyla ilgili oldukça değişik sonuçlara ulaşmaktadır. Akademisyenlere göre, farklı sosyal statüye sahip grupların medyaya karşı yönelimleri de farklı olabilir ve bunun bir sonucu olarak da farklı türlerde okuryazarlık gelişebilir. Baskı ya da yazı okuryazarlığı gibi medya okuryazarlığının da tamamen bilişsel ve/veya rasyonel sorun olarak görülmemesi gerektiği; duygusal tepkiyi, hazzı ve kültürel değeri de içine alması gerektiği iddia edilmektedir. Çalışmada ayrıca, yalnızca çocukları ve gençleri medyanın çeşitli risklerinden korumak için tasarlanmış uygulamaların daha çok “olumsuz” biçimlerine yer verilmeyip; aynı zamanda çocuklara birçok fırsat sunan medya malzemesinin çeşitliliği ve kalitesinin daha çok “olumlu” biçimlerine de yer verilmektedir. Medya okuryazarlığına teşvikin artırılmasına yönelik adımlar atılması gerektiğini savunan Buckingham ve arkadaşlarının sadece yeni medyayı değil aynı zamanda geleneksel medyayı da dahil ettikleri bu çalışmada, medya okuryazarlığını oldukça değişik ve esnek bir şekilde yorumladıkları görülmektedir.

Buckingham, 2007 yılında yani, arkadaşlarıyla yaptığı çalışmadan iki yıl sonra, yeni medya okuryazarlığıyla ilgili Digital Media Literacies: Rethinking Media Education in the Age of the Internet başlıklı çalışmayı yayımlamıştır. Bu çalışma, yeni medyanın getirdiği yeni risklere ve fırsatlara eği-

timcilerin nasıl karşılık verdiğini, “okuryazarlık” kavramının sınırlarını keşfederek, incelemektedir. Buckingham, medya okuryazarlığının genellikle temel bileşenleri olarak kabul görmüş dört ana kavramsal yönüne dikkat çeker: temsil, dil, üretim ve (okuyucu/dinleyici/izleyici) kitle. Yeni medyayla ilgili yeni soru işaretleri artarken ve araştırma için yeni yöntemlere gereksinim duyulurken, bu dört kavramı kapsayan çerçeve devam eden haritalamaya katkıda bulunabilir (Buckingham, 2007: 48). Medya eğitiminde hem iyi hem de kötü uygulamaların olduğunu belirten Buckingham, medya eğitimi hakkında daha çok bilgiye gereksinim duyulduğunu savunur. Özellikle de, okullarda farklı sosyal statüdeki gruplar arasında görülen erişim eşitsizlikleri, sadece araç gereçlere fiziksel erişim açısından bir eşitsizlik teşkil etmemekte, aynı zamanda gerekli kültürel sermaye açısından da bu eşitsizliklerin telafi edilmesi gerekmektedir (Buckingham, 2007: 53). Bu bilgiler ışığında, “bilgi okuryazarlığı” okuryazarlık kavramından bağımsız olarak düşünülmemelidir. Bununla birlikte, sosyokültürel farklılıklar da göz önüne alındığında, erişim ve kullanım eşitsizliklerinin giderilebilmesi için, eğitimde teknolojiden faydalanılması gerekmektedir. Çünkü özellikle çocuklar, okul gibi eğitim alanlarında eşit fırsatlara sahip olabilmektedir. Okullarda teknolojiden faydalanabilen çocuklar arasında bulunan uçurum biraz da olsa kapanabilecektir.

2003 yılında Kessler ve Bergs’in medya okuryazarlığıyla ilgili yapmış oldukları Literacy and the new media: Vita brevis, lingua brevis adlı çalışma ise yeni medyada sıklıkla karşılaşılan bir sorunu ele almaktadır. Bu çalışma, günümüzde ülkemizde de sıklıkla karşılaşılan ve rahatsız eden bir soruna dikkat çekmektedir. 2000’li yıllardan itibaren, telgrafta yazıldığı gibi, cep telefonlarında kısa mesaj formatında yer alan ifadeler sıklıkla karşımıza çıkmaktadır (Kessler ve Bergs, 2003: 75). Ülkemizde kısaltılarak yazılan kelimelere; “slm”, “tmm”, “cnm”, “mrb” gibi ifadeler örnek verilebilir. Kessler ve Bergs bu kısaltmaların sadece cep telefonlarında kullanıldığına dikkat çekmektedir. Fakat bu kısaltmalarla yalnızca cep telefonlarında değil, aynı zamanda sosyal paylaşım sitelerinde de karşılaşmaktayız. Kullanıcılar gerek cep telefonlarından birbirlerine yolladıkları kısa mesajlarda gerekse sosyal paylaşım hesaplarında sözcükleri kısaltarak ya da sesli harflerin bir kısmını çıkararak kelimeler üzerinde oynamaktadır. Bu durumda, sunduğu birçok olanak olmasına rağmen, yeni medya kullanımı ilk başlarda, dil ve geleneğin kendine has koruyucuları ve halk tarafından kaygı ile karşılanmaktadır. Çünkü yeni iletişim araçlarının mesajların içeriğini ve kalitesini değiştirip değiştirmediği tartışmalı bir durum olsa da, şeklini değiştirdiği bir gerçektir (Kessler ve Bergs, 2003: 75-76). Kessler ve Bergs’e göre, kısa mesajlarda kullanılan kısaltmalar kaygı yaratmamalıdır. Elektronik postaların ve kısa mesajların kullanıcıların okuryazarlıklarını hiçbir şekilde tehdit etmediğini, tersine kullanıcıların şu ana kadar bilinmeyen dilsel yaratıcılığını tetiklediğini ve beslediğini savunmaktadır. Kessler ve Bergs (2003: 82-83), kısa mesaj yazan bir kişinin mektup yazan bir kişi kadar gelişmiş ve karmaşık edebi yeteneklere sahip olması gerektiğini savunmaktadır. Kessler ve Bergs’in çalışmasının başlarında, kelime kısaltmalarını eleştirerek, bunun yanlış bir davranış olduğu yönünde açıklamalara ulaşılacağı beklenirken, aksine kısaltmaların kullanıcıların üzerinde oluşturduğu olumlu yönlere vurgu yapılmaktadır. Kessler ve Bergs, her ne kadar kısaltılarak kullanılan kelimeleri dilsel yaratıcılığın gelişmesi üzerinde etkili bulsalar da, bu durum kullanılan dilin yapısı üzerinde önemli yıpranmalara sebep olabilecektir. Çünkü bu kısaltmalara alışan bireyler, özellikle de gençler resmi yazışma dilinde de bazen yanlışlıkla bu kısaltmalara yer verebilmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Tüm bireylerin hayatında önemli bir yeri olan medya okuryazarlığı eğitiminin gerekliliğinden ilk olarak bahseden ve sonrasında da çalışmalarında devamlı bu kavramı dile getiren örgüt UNESCO’dur. UNESCO’nun dışında NAMLE de bu konu ile ilgili çalışmalar yapan bir kuruluştur. Üstelik bu organizasyonun kuruluş amacı medya okuryazarlığı eğitiminde, medyanın tüm biçimlerde kullanılmasını sağlamaktır. Medya eğitimini duyurarak, yaymak isteyen bir kuruluş ise Ofcom’dur. Bu ve benzeri kuruluşlar medya eğitiminin önemine vurgu yaparak, bu eğitimin nasıl kazandırılacağına dair tüm dünyada bir bilinçlendirme programları yürütmektedir.

Medya ve yeni medya okuryazarlığı alanına katkısı bulunan akademisyenlerin incelenen çalışmaları, konu ile ilgili yapmış oldukları eserlerin sadece bir kısmıdır. Bu incelenen çalışmalar ışığında Hobbs, sadece mesajları tüketen değil, aynı zamanda üreten bireylerin yetişmesiyle ancak tam katılımın sağlanabileceğini savunmaktadır. Üretim yeteneğinin ise okulların yanı sıra, ailelerin, çocukların ve akranların katkılarıyla gelişebileceğini iddia etmektedir. Medya okuryazarlığı eğitiminin tam anlamıyla amacına ulaşabilmesi için işbirliğinin önemine vurgu yapan bir diğer isim ise, Brown'dur. Brown, öğretmenler, yöneticiler, uzmanlar ve anne-babalar arasında gerçekleştirilen işbirliği ile birlikte, öğrencilere eleştirel düşünme becerisinin devamlı olarak kazandırılması sonucunda medya okuryazarlığı programının önemli ve etkili olabileceğini belirtmektedir. Livingstone ve Bober, çocukların çevrimiçi olanaklardan yalnızca çevrimiçi becerilerini geliştirebildiklerinde yararlanabileceğini savunmaktadır. Şöyle ki, yeni medya okuryazarlığı eğitimi alan bir çocuk, riskler hakkında endişe duymayacağı için, yeni medyanın sunduğu imkanlardan da daha rahat bir şekilde yararlanabilecektir. Buckingham ise, medyanın zararlı etkilerini öne çıkarmanın yanlış bir uygulama olduğunu belirterek, medya okuryazarlığı eğitiminin karşısında duran engellerin giderilmesi ve medya okuryazarlığını destekleyen unsurların çoğaltılmasına odaklanmaktadır. Bununla birlikte, farklı sosyo-kültürel grupları da çalışmalarına dahil ederek, sayısal uçurumun kapamasına dair görüşlerini bildirdiği için, Buckingham'ın çalışmaları oldukça önemlidir.

Bu çalışmada incelenen görüşler ve bilgiler doğrultusunda, bazı önerilere yer vermek yerinde olacaktır. Geleneksel ve yeni medya okuryazarlığı eğitimi, okul öncesi çağda eğitim gören çocuktan başlamak üzere, ilkökul, ortaokul, lise ve üniversite seviyesine kadar eğitim gören tüm çocuk ve gençlere sağlanmalıdır. Ancak medya eğitimi yalnızca çocuk ve gençleri kapsamamalı; yaşam boyu eğitimin bir parçası olarak farklı yaş gruplarına, yetişkinler ve yaşlılara da yönelik olmalıdır. Tüm vatandaşları kapsayan bir eğitim ile ülkede eleştirel farkındalık artarken, bilgi ve beceri seviyesi de yükselecektir. Eleştirel bir medya okuryazarlığı anlayışı, medyanın kullanımında bireyleri pasif halden aktif hale getirerek, bilinçli birer tüketici olmalarını sağlaması yanı sıra kullanıcıların, gerekli bilgi ve becerileri donanarak üretici olmasını da sağlayacaktır.

Medya eğitimi, geleneksel iletişim araçlarının (televizyon, radyo, gazete, dergi vb.) yanı sıra, yeni iletişim teknolojileri ürünlerinin (bilgisayar, İnternet vb.) tümünü de kapsayan nitelikte olmalıdır. Böylelikle, geniş tabanlı bir medya okuryazarlığı eğitimi geliştirilebilir. Böyle bir eğitim için ise öncelikle, tüm bireylerin iletişim araçlarına erişebilmeleri sağlanmalıdır. Fakat yalnızca erişim sorunu çözülerek, iyi bir eğitim sağlanması gerçekleştirilemez. Erişimin yanı sıra, bireylerin iletişim araçlarını kullanabilmeleri, bilgi ve beceri düzeylerini geliştirmeleri gerekmektedir. Özellikle yeni iletişim araçlarına yönelik bilgi ve beceri düzeylerinin geliştirilmesi oldukça önemli bir konudur. Çünkü dijital okuryazarlık bilgi ve beceri düzeyleri tam olarak gelişemeyen bireyler ile gelişmiş bilgi ve becerilere sahip bireyler arasında da bir uçurumdan söz edilebilir. Erişim ile kullanım bilgi ve becerilerini kapsayacak biçimde bir uçurumun yaşanmaması bakımından da yeni medyayı da içine alan medya okuryazarlığı eğitimi çok önemli olmaktadır.

Kaynakça

Asrak Hasdemir, T. (2016). "Yeni Medya Okuryazarlığı ve Türkiye: Moy 2014 Hakkında Bir Değerlendirme" Yeni Medya Çalışmaları II. Ulusal Kongresi Kongre Kitabı. 80-101. https://ekitap.alternatifbilisim.org/files/yeni_medya_calismalari-2_kongre_kitabi.pdf (Erişim Tarihi: 25.03.2018)

Asrak Hasdemir, T. ve Uyar, M. (2019). Representation of the New in the Traditional: New Media, Children's Magazines and Digital Literacy. Green L., Holloway D., Stevenson K. Ve Jaunzems K (Ed.). Digitising Early Childhood içinde. (ss. 74-103). UK: Cambridge Scholars Publishing.

Brown, J. A. (1998). "Media Literacy Perspectives", Journal of Communication, 48(1), 44-57.

Buckingham, D.; Fraser, P. ve Mayman, N. (1990). Stepping in to the Void: Beginning Classroom

Research in Media Education. Buckingham D. (Ed.), Watching Media Learning içinde. (ss. 19-59). London: Falmer.

Buckingham, D. (2001). "Media Education, A Global Strategy for Development: A Policy Paper Prepared for UNESCO", Sector of Communication and Information, UNESCO.

Buckingham, David; Banaji, Shaku; Burn, Andrew; Carr, Diane; Cranmer, Sue ve Willett, Rebekah (2005). The Media Literacy of Children and Young People: A review of the research literature on behalf of Ofcom. London: Ofcom.

Buckingham, David (2007). "Digital Media Literacies: Rethinking Media Education in the Age of the Internet", Research in Comparative and International Education, 2(1), 43-55.

Carlsson, U. (2019). Media and Information Literacy: Field of Knowledge, Concepts and History. Carlsson U. (Ed.) Understanding Media and Information Literacy (MIL) in the Digital Age: A Question of Democracy içinde. (ss. 37-57). Göteborg: UNESCO.

Christ, W. G. ve Potter, W. J. (1998). "Media Literacy, Media Education, and the Academy", Journal of Communication, 48(1), 5-15.

Grizzle, A. ve Calvo, M. C. T. (2013). Media and Information Literacy: Policy & Strategy Guidelines, Paris: UNESCO.

Hobbs, R. (1998). "The Seven Great Debates in the Media Literacy Movement", Journal of Communication, 48(1), 16-32

Hobbs, R. (2010). Digital and Media Literacy: A Plan of Action. Washington, DC: The Aspen Institute. https://www.knightfoundation.org/media/uploads/publication_pdfs/Digital_and_Media_Literacy_A_Plan_of_Action.pdf (Erişim Tarihi: 25.10.2019)

Khan, A. W. (2006). Preface. (Der. Frau-Meigs D.), Media Education: A Kit for Teachers, Students, Parents and Professionals içinde. (s. 5). Paris: UNESCO.

Kessler, A. ve Bergs, A. (2003). Literacy and the new media: Vita brevis, lingua brevis. (Der. Aitchison J. Ve Lewis D.), New Media Language içinde. (s. 75-84). London: Routledge,

Livingstone, S. ve Bober, M. (2005). UK Children Go Online: Final report of key Project findings. 6. London School of Economics and Political Science, London, UK.

Livingstone, S.; Couvering V., E.; Thumim, N. (2005). "Adult Media Literacy: A review of the research literature on behalf of Ofcom".

<http://dera.ioe.ac.uk/5283/1/aml.pdf> (Erişim Tarihi:16.12.2016)

NAMLE (2016). MLE & Common Core Standarts.

<https://namle.net/publications/mle-common-core-standards/> (Erişim Tarihi: 29.12.2016)

Ofcom (2004). Ofcom's strategy and priorities for promoting media literacy. London: Ofcom.

Ofcom (2016). About Media Literacy.

<https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/media-literacy> (Erişim Tarihi:20.12.2016)

Potter, W. J. (2010). "The State of Media Literacy", Journal of Broadcasting & Electronic Media, 54(4), 675-696.

Türkoğlu, N. (2006). Konferans Çağrısından Kitaba: "Medya Okuryazarlığı". (Der. Türkoğlu N.), Medya Okuryazarlığı içinde. (s. i). https://www.academia.edu/277963/MEDYA_OKURYAZARLI%C4%9EI (Erişim Tarihi: 11.11.2019)

UNESCO (2007). Media and Information Literacy. <https://iite.unesco.org/mil/> (Erişim tarihi:15.10.2019)

UNESCO (2007). PARIS AGENDA OR 12 RECOMMENDATIONS FOR MEDIA EDUCATION. (<http://>

www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Parisagendafin_en.pdf (Erişim Tarihi: 07.12.2016)

UNESCO (2013). Media and Information Literacy for Knowledge Societies. Moscow: Interregional Library Cooperation Centre.

Wartella, E., O'Keefe B., Scantlin R., (2000). "Children and Interactive Media: A Compendium of Current Research and Directions for the Future, New York Markle Foundation, 2000".

<http://www.markle.org/general-markle/children-and-interactive-media-compedium-current-research-and-directions-future> (Erişim Tarihi:29.07.2016)

Wartella, Ellen, Lee, June H. ve Caplovitz, Allison G. (2002). "Children and Interactive Media: Research Compendium Update". https://www.researchgate.net/publication/237246591_Children_and_Interactive_Media_Research_Compedium_Update (Erişim tarihi: 29.07.2016)

Summary

Since media literacy is an important concept in terms of adapting to developing communication technologies, this concept can also be perceived as a matter of being involved in the digital age. In this context, media education opportunities should not be offered only to children and young people; they should also be available to all citizens. Media literate people learn to think critically. They can also be conscious consumers by evaluating whether the products appearing in the advertisements are really appropriate for them. They will also be able to observe the purpose (hate speech, etc.) of the person who writes the news they read. Above all, a person having media literacy competencies can become an active user rather than a passive audience. Therefore, media literacy, i.e. media and information literacy, should include both traditional media and new media. In this context, since there is no separation of traditional media and new media, all the technologies that provide information should be considered in the definition of media literacy, as academics such as Hobbs, Potter and Silverblatt advocate.

Every academic, who has very important views on media and information literacy, emphasizes a different aspect of media education. Hobbs, Christ and Potter discussed different approaches and led debates in media literacy. Wartella, O'Keefe, Scantlin, Livingstone, Bober, Buckingham, Asrak Hasdemir and Uyar conducted studies on the relationship between traditional media and new media.

Since the 1990s, Clearinghouse has been conducting a number of researches that have attracted worldwide attention, with special attention to media violence, establishing an international information center on children and the media. The Swedish Commission for UNESCO and the Swedish Committee for UNICEF held an international conference on media violence and children's rights in Sweden in 1995, once again demonstrating their sensitivity to the issue. Not a single person or an institution, but all the people and institutions have responsibility for the media education that UNESCO has been missing from its agenda since the past years. Because even a single institution or a person does not take the responsibility, this training will not be successful. In this case, since school is the place where children will receive professional education, first of all, teachers should receive the necessary training on media education and substantially improve themselves. The complete training of teachers depends on the support of state institutions. If the relevant institutions provide the necessary support and equipment to schools and teachers, an increase in the literacy rate can be observed. However, it is not possible to achieve full success without the support and contribution of the families. As parents will give the first media education, they must have the necessary knowledge and skills, as well.

Children who have Internet access at home and whose parents use the Internet more often are more likely to acquire Internet skills. However, some children cannot fully benefit from the opportunities provided by the Internet. Children who use readily available resources to access entertainment and information do not prefer to use new media content and be active, as they are concerned about risks. In this context, the rate of children and young people's access to online facilities is directly

proportional to the development of their digital literacy skills and the Internet literacy rate. In light of this fact, information literacy should not be considered independent of the concept of literacy. However, when sociocultural differences are also taken into account, it is necessary to use technology in education to eliminate inequalities in access and use. In doing so, especially children can have equal opportunities in educational fields such as in schools and the gap between children who can benefit from technology in schools and those who cannot will be closed, albeit slightly. Hence media literacy education which includes digital literacy skills is very crucial to avoid digital gap.

When children acquire the Internet use skills, they will be one step ahead in their working lives. Because these competencies and skills are the skills that employers want in their employees. Developments in communication technologies are a great opportunity for children to develop these skills. In addition, it is seen that individuals who acquire and develop these skills at a young age will be successful and happy not only in school or private life but also in working life. However, considering the fact that developments in communication technologies do not reach every child at the same level, the issue of eliminating the digital divide among children observed in each country is more important than teaching these skills to children. The less the digital divide is reduced, the more children will have the chance to acquire these skills and will be able to compete with their peers, starting with working life.
