

KAVRAMSAL OLARAK MEDYA OKURYAZARLIĞI



İÇİNDEKİLER

- Medyanın Tanımı, İşlevleri
- Medya Eğitimi
- Okuryazarlık Kavramı
- Medya Okuryazarlığı Tanımları ve Önemi
- Medya Okuryazarlığı Becerileri
- Medya Okuryazarı



HEDEFLER

- Bu üniteyi çalıştıktan sonra;
 - Medyanın işlevlerini öğreneceksiniz.
 - Medya eğitiminin ilkelerini bileceksiniz.
 - Medya okuryazarlık kavramının ne olduğunu ve neden önemli olduğunu anlayacaksınız.
 - İyi bir medya okuryazarının özelliklerini kavrayacaksınız.

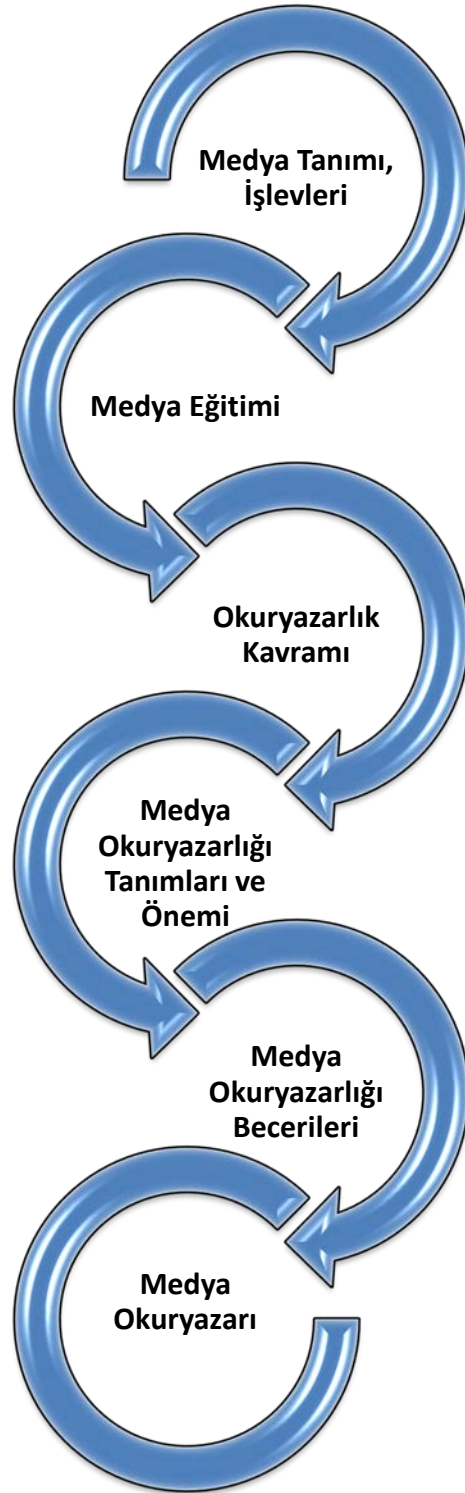


Atatürk Üniversitesi
Açıköğretim Fakültesi

MEDYA OKURYAZARLIĞI

Arş. Gör.
Hatice Nur YILDIZ

ÜNİTE 1



GİRİŞ

Günümüzde yaşamımızı ve düşüncelerimizi etkileyen en önemli uygulama medyadır. Kısaca kitle iletişim araçları olarak ifade edilen medya; gazete, radyo, televizyon veya internet gibi kitle iletişim araçlarının yanı sıra kişilerarası iletişimi sağlayan uygulamaları da içermektedir. Hayatın her alanında karşılaşılan ve kullanılan medya, ilettiği mesajlarla bireyin yaşamında ve düşüncelerinde oldukça etkilidir. Medya aracılığı ile hem siyasi gündemde hem de sosyal yaşamda bilgi sahibi olup ortama uyum sağlama imkânı bulmaktayız. *Özellikle iletişim çağı olan bu dönemde medya, çizdiği kurgusal hayat ile geniş kitlelere ulaşarak kitlelerin düşüncelerinde ve davranışlarında değişikliklere neden olmaktadır.* Medya, haber verme ve eğitim işlevleri ile insanlara her konuda haberleri sunmakta veya programlarla eğitimler vermektedir. Medya, insanların günlük yaşantılarının şekillenmesinde de etkili olarak bireylerin toplumsallaşmasını sağlamaktadır. Medya, hükümetlerin veya kurumların yaptıklarını eleştirerek, eleştiri ve denetleme gücü ile “dördüncü güç” olarak nitelendirilmektedir.



Medya aracılığı ile hem siyasi gündemde hem de sosyal yaşamda bilgi sahibi olup ortama uyum sağlama imkânı bulmaktayız.

Toplum hayatında bu kadar söz sahibi olan medyanın iç yüzünü anlamak, medyadan gelen mesajların tehlikesinin boyutunu aza indirmede bireye yardım etmektedir. Medyanın içeriklerini iyi anlamak, iyi analiz etmek ve tehlikelere karşı direnç gösterebilmek için medya okuryazarlığı kavramı önemli hâle gelmiştir. Medya tarafından iletilen yüzlerce mesajın anlaşılması, yorumlanması ve değerlendirilmesi olarak ifade edilen medya okuryazarlığı, toplumun medyanın çizdiği kurgusal dünya ile gerçek dünya arasındaki farklılığın anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Bu ise medya ve toplum arasındaki ilişkinin daha sağlıklı olmasına olanak sağlamaktadır. Medya okuryazarlığının önemini iyi anlayan ülkeler, medya eğitimine yönelmekte ve iyi bir medya okuyucusu olan bireyler yetiştirmeye çalışmaktadırlar. İyi bir medya yazarı olan birey, medya içeriklerini doğru okuyabilmekte, medyaya eleştirel gözle bakabilmekte, medyayı akıllı ve etkili şekilde kullanabilmektedir. Böylece medyanın ilettiği her mesajı olduğu gibi almayıp medyanın kendisini olumsuz etkilemesine karşı direnç gösterebilmektedir.

Bu bölümde medya okuryazarlığının ne olduğu, öneminin neler olduğunu ve medya okuyucusu olan bir bireyin sahip olduğu özellikler gibi temel konular ele alınacaktır. Bölümde ilk olarak medyanın tanımı ve işlevlerinden daha sonra medya eğitimi, okuryazarlık kavramı, medya okuryazarlığının tanımı ve önemi, medya okuryazarlığı becerileri ve medya okuyucusu konularından bahsedilmiştir.

MEDYA TANIMI, İŞLEVLERİ

Latince “medium” kelimesinin çoğulu olan medya; gazete, radyo, televizyon ve internet gibi kitle iletişim araçlarının yanı sıra kişilerarası iletişime de imkân sağlayan uygulamaları da kapsamaktadır. Medya sosyal ve kurumsal olarak bilgi, fikir veya mesajları taşıyan ve dağıtan ortamdır (Bilici, 2014). Geleneksel medya, bir yayın kuruluşundan kitlelere mesajların ulaşmasını sağlayan araçlardır. Başka bir ifade ile birden çoğunluğa mesaj akışını sağlayan araçlardır (Bilici, 2014).

Medyanın birçok tanımı bulunmasına rağmen kısaca kitle iletişim araçları olarak ifade etmek de mümkündür.

Günümüzde her alanda karşımıza çıkan medyayı farklı amaçlar için kullanmaktayız. Medyayı, kimi zaman gündemden haberdar olmak, kimi zaman ailemizle eğlenmek, kimi zaman da işletmemizi tanıtmak veya pazarlamak için tercih etmekteyiz. Bu bağlamda medyanın veya kitle iletişim araçlarının farklı işlevlerinin olduğunu söyleyebiliriz. Medyanın işlevlerini; haber ve bilgi verme, toplumsallaştırma, eğitim, eğlendirme, denetim ve eleştiri, kamuoyu oluşturma, kültürel değerlerin korunması ve tanıtım olmak üzere sekiz grupta toplamak mümkündür (RTÜK, 2019). Medyanın işlevlerinin açıklaması kısaca şu şekildedir (RTÜK, 2019; Tutar ve Yılmaz, 2010):



Medyanın görevi belirli bir kesimin görüş veya düşüncelerini kamuoyuna dayatmak değil, toplumu bilgilendirerek kamuoyunun serbestçe oluşmasına katkı sağlamaktır.

Haber ve bilgi verme işlevi, medyanın işlevleri içerisinde belki de ilk akla gelendir. Medya aracılığı ile modadan ekonomiye, siyasetten sağlığa kadar tüm ulusal ve uluslararası düzeyde bilgileri alabilmekteyiz. Yaşadığımız dünya ile ilgili algıların oluşmasında medyadan aldığımız bu haberler önem taşımaktadır.

Toplumsallaştırma işlevi ile medyanın toplumun şekillenmesinde oynadığı rol ifade edilmektedir. Medya; bireye, içinde yaşadığı toplumla bütünleşmesi ve kamusal yaşamda aktif rol alması için ortak bilgileri ve düşünceleri sunmaktadır. Medya günlük yaşantıyı şekillendirerek, insanların topluma uyum sağlamasını kolaylaştırmaktadır.

Eğitim işlevi, medyanın bireylerin düşüncelerinin gelişmesine ve yeteneklerinin ya da becerilerinin gelişmesine yardımcı olacak bilgileri kitlelere iletmesini açıklamaktadır. Medya topluma ekonomik, siyasal veya sanat ile ilgili haberler verirken aslında bireylerin eğitimine de önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.

Eğlendirme işlevi, medyanın en önemli işlevlerinden birisidir. İş hayatının stresi veya kişisel sıkıntılardan uzaklaşmak için bireyler, televizyon izlemeyi, radyoda müzik dinlemeyi veya internette dolaşmayı tercih etmektedirler. Bu bağlamda medyanın insanları rutin işlerden uzaklaştırarak onların eğlenmesine yardımcı olduğu söylenebilmektedir.

Denetim ve eleştiri işlevi ile medya; hükümeti, kamuları veya şirketleri denetleme ve eleştiri yetkisine sahip olmaktadır. Medya bu işlevinden dolayı "dördüncü güç" olarak nitelendirilmektedir. Medya eleştiri yoluyla, hükümetin, yasama, yürütme ve yargı ile ilgili düzenlemelerin veya diğer kurum ve kuruluşların yanlış ve eksikliklerini göstermelidir.

Kamuoyu oluşturma işlevi ile medya kamuoyunun yönlendirilmesine katkı sağlamaktadır. Medya, bireylerin kendi başlarına bir konu ile ilgili görüşe sahip olmalarına yardımcı olmaktadır. Medyanın görevi belirli bir kesimin görüş veya düşüncelerini kamuoyuna dayatmak değil, toplumu bilgilendirerek kamuoyunun serbestçe oluşmasına katkı sağlamaktır.

Kültürel değerlerin korunması işlevi, medyanın işlevlerinden bir diğeridir. *Eğer medya doğru kullanılırsa kültürün gelişmesinde rol oynamakta ve tarihin savunucusu olmaktadır.*

Tanıtım işlevi; medyanın kurum, şirket, devlet veya bireylerin tanıtılmasında etkili olmasını ifade etmektedir.

Birçok işleve sahip olan medyayı daha iyi anlamak, daha iyi yorumlamak veya amacının ne olduğunu daha doğru bir şekilde belirlemek için medyanın eğitimi alınmalıdır. Medya eğitimi almayan bireyler medyanın amacının ne olduğunu anlayamayabilir ve medyanın çizmiş olduğu dünyada yanılgılara düşmüş olabilir.

MEDYA EĞİTİMİ

Medya eğitimi, medyanın doğasını ve uygulamalarını öğrenmek amacıyla, belirli bir planı ve amacı olan faaliyetlerin bütünü olarak ifade edilmektedir. (Bilici, 2014). Uluslararası Sinema ve TV Konseyi, medya eğitiminin amacının tarihte ve her alanda medyanın toplumdaki yerini ve etkilerini araştırmak ve değerlendirmek olduğunu ifade etmiştir (Topuz, 2007). Özünde medyanın amacını bilmek veya etkilerini bilmek olsa da medya eğitiminin dayandığını bazı temel ilkeler bulunmaktadır. Bu ilkeler şunlardır (Şahin, 2014):

- *Temsil en merkezi kavramdır.*

Medya, gerçekliği olduğu gibi yansıtmaz. Gerçekliği temsil eden bir resim sunar. Medya, gerçekliği simgeleyen işaretleri sunan bir kurgudur. Medya eğitimi, medyanın gerçekliği olduğu gibi sunmadığı ancak gerçekleri temsil eden kurgusal resimler sunduğu fikriyle ortaya çıkmıştır. Bu ise medya okuryazarlığını gerekli kılmaktadır.

- *Temel amaç doğal görüntüyü çözümlenektir.*

Medyada sunulan diziler, filmler, köşe yazıları veya romanlar gibi birçok medya ürünü doğalmış gibi görünse de aslında doğal ürünler değildir. Doğalmış gibi verilen bu doğal resmi deşifre etmek için, üretim sürecine dair sorular sormak, teknikleri sorgulamak, kitlenin medya iletilerini nasıl okuduğunu ve nasıl tepkiler verdiğini ortaya çıkarmak gerekmektedir.

- *Kültürel değerleri yerleştirmek amaçlanmaz.*

Medya eğitiminde esas olan, medyaya karşı bilinçli ve farkındalık düzeyleri gelişmiş öğrenciler yetiştirmektir. Ancak, medya eğitimi medyayı iyi ya da kötü olarak yargılamayı ve sınıflandırmayı amaçlamaz.

- *Çözümleyici bazı anahtar kavramlar gereklidir.*

Medya metinlerini anlamak ve çözümlenmek için, anlam, yan anlam, tür, medya dili, doğallık, gerçeklik, kodlama, kod çözme, dolayımılama, kaynak, ideoloji, söylem, dezenformasyon, propaganda, medya metni oluşturma, öznellik gibi kavramlar araç olarak kullanılmaktadır.



Medya, gerçekliği simgeleyen işaretleri sunan bir kurgudur.

- *Yaşam boyu devam eden bir süreçtir.*

Medya ile etkileşimin yaşam boyu devam edeceği göz önünde bulundurulduğunda, becerilerin de yaşam boyu gelişebileceği söylenebilir.

- *Eleştirel bakışın yanında eleştirel özerklikte hedeflenir.*

Medya eğitiminin en temel amacı, öğrencilerin medya metinlerini okurken eleştirel yaklaşabilmeleri için gerekli olan güveni ve becerileri kazandırmaktır. Medya eğitiminin başarılı olduğunun göstergesi ise, öğrencilerin öğretmen olmadığı ortamlarda öğrencilerin medya metinlerine karşı eleştirel yaklaşabilmeleridir. Bu bağlamda medya eğitimindeki bir diğer önemli amacın ise eleştirel özerklik olduğu söylenebilir. Başka bir ifade ile eleştirel özerklik ile öğrenciler derste öğrendiklerini gerçek yaşamda da kullanmalıdırlar.

- *Medya eğitimi güncel ve fırsata dayalıdır.*

Medya eğitimi, güncel olaylara dayanan medya metinlerinin öğrencilerde oluşturduğu ilgi ve isteği yönlendirmek amacıyla, öğrencinin medya ile olan deneyimlerini anlamasını ve geliştirmesini amaçlamaktadır.

Medya eğitimine dair farklı eğitimciler birçok ilke daha belirlemiştir. Bu eğitimcilerden biri Len Masterman'dır. *Len Masterman'a göre eğitimciler, medyanın nasıl çalıştığını veya hangi görevleri gerçekleştirdiğini hem okulda hem de okuldan sonraki dönemde belirleyebilen öğrenciler yetiştirmelidir.* Bu amaca ulaşmak için de 18 ilke belirlemiştir (Alagözlü, 2013):

- Medya eğitimi, ciddi ve önemli bir risk alanıdır.
- Medya, gerçekliği olduğu gibi yansıtmaz ve onu temsil eder.
- Medya eğitimi, okulda kalmayıp yaşam boyu devam eden bir süreçtir.
- Medya eğitimi, hem eleştirel zekâyı hem de eleştirel özerkliği hedefler.
- Medya eğitimi, soruşturmacıdır.
- Medya eğitimi, içerik açısından her zaman güncellenmelidir.
- Medya eğitiminde içerik amaç için bir araçtır.
- Medya eğitimi, alternatif araçları içerir.
- Medya eğitimi, öğrencilerin eleştirel düşüncelerini yeni durumlara uygulayabilme becerisi ve sergiledikleri sorumluluk derecelerine göre değerlendirilir.
- Medya eğitiminde değerlendirme öğrenci öz değerlendirmedir.
- Medya eğitimi, karşılıklı konuşmakla yürütülür.
- Medya eğitimi, öğretmen-öğrenci ilişkisini karşılıklı konuşma ile değiştirmeye çalışır.
- Medya eğitimi, yeni çalışma yöntemleri ile ilgilidir.
- Medya eğitimi, işbirlikçi öğrenmeyi içerir ve grup odaklıdır.
- Medya eğitimi, hem uygulamalı eleştiriden hem de eleştirel uygulamadan oluşur.



Eleştirel özerklik ile öğrenciler derste öğrendiklerini gerçek yaşamda da kullanmalıdırlar.

- Medya eğitimi, bütünsel bir süreçtir.
- Medya eğitimi, devamlı değişen gerçeklikle birlikte gelişir.
- Medya eğitiminin konusu olan unsurlar medya araçları tarafından iletilen mesajlarda saklıdır.

Medya eğitiminin dayandığı ilkeleri benimsemelerinin yanı sıra medya eğitiminde eğitimciler medyaya karşı farklı şekillerde de yaklaşmaktadır. Eğitimcilerin medyaya karşı tutumu üç şekilde görülmektedir (Bilici, 2014):

- Medyaya karşı tutum
- Medya hakkında eğitici tutum
- Medya ile birlikte tutum

Medyaya Karşı Tutum: Kilise ve bazı tutucu sivil toplum örgütleri tarafından benimsenen medyanın şeytan olarak görüldüğü yaklaşımdır. Günümüzde bu düşünceyi benimseyen insan sayısı az olduğu için geçerliliğini kaybetmiştir.

Medya Hakkında Eğitici Tutum: Medyanın ne olduğu, nasıl olduğu hakkında medyayı anlatıp medyayı öğretmeyi amaçlayan tutumdur. Bu tanımlayıcı tutum, kitapların ve müfredatların giriş kısımlarında kalmıştır.

Medya ile Birlikte Tutum: Bu yaklaşıma göre, medyanın gücü ve imkânları kullanılarak medya eğitiminin yapılması gerekmektedir. Kabul gören ve başarılı olan eğitim tipi bu yaklaşımdır.

Medya ve eğitim ilişkilerinde ayrıca iki yaklaşımdan da söz etmek mümkündür (Topuz, 2007):

Birinci yaklaşıma göre, medya; eğitim konularında aracı olarak kullanılmaktadır. Daha detaylı açıklamak gerekirse, genel kültür, tarih, coğrafya veya sosyoloji vb. derslerinde verilen eğitimler için gazete, televizyon ve radyo gibi kitle iletişim araçlarından faydalanılmaktadır. Bu bağlamda medyada yer alan yazılar, bültenler, programlar vb. içerikler eğitimde tamamlayıcı rol oynamaktadır.

İkinci yaklaşıma göre, medya bir bütün olarak ele alınmaktadır. Farklı perspektiflerden yazılan haberler karşılaştırılmakta veya programların içerikleri incelenmektedir. Bu duruma neden olan eğilimler saptanmaya çalışılmaktadır. Bunun sonucunda ise eleştirel bir bakış açısı kazandırılmaktadır. Böylece bireyler, medyada yayınlanan her habere inanmayı ve medyayı değerlendirmeyi öğrenmektedir.

Medya eğitiminde medya farklı şekillerde ele alınsa da amaç, öğrencilere medyanın özünü anlatabilmek ve medyayı analiz etmelerini sağlamaktır. Bu amaçların gerçekleşebilmesi için de medya eğitiminin doğru şekilde verilmesi gerekmektedir. Medya eğitimi doğru verebilmek için ise medya eğitimi modellerini bilmek gerekmektedir. Kuramsal temellerine göre medya eğitimi modelleri şu şekilde gruplandırılabilir (Bilici, 2014)

- Eğitim-Bilgi Modelleri
- Sosyokültürel Modeller



Medya ile birlikte tutum, kabul gören ve başarılı olan eğitim tipi yaklaşımıdır.

- Faydacı Modeller
- Estetik Modeller

Eğitim-Bilgi Modelleri: Kültürel, estetik, semiyotik, sosyokültürel teoriler üzerine kurulu teori, tarih, medya dili gibi odak noktaları olan çalışmalardır.

Sosyokültürel Modeller: Medya eğitiminin, kültürel çalışmalar, semiyotik ve etik modellerine dayanan, yaratıcı kişiliğin; tutum, algı, canlandırma, yorum analizi gibi sosyokültürel orijinindeki modellerdir.

Faydacı Modeller: Medya teknolojisi pratiği kazandırmayı hedefleyen, pratik temelli modellerdir. Bu modelde medya ile birlikte yaklaşımı izlenir ve medya okuryazarlığı eğitiminde profesyonel medya örgütlerinden yararlanılır.

Estetik Modeller: Sanatsal zevk ve en iyi medya kültürü örneklerinin analizi üzerine yoğunlaşan modellerdir.

Medya eğitim modelleri ile başarılı şekilde medya eğitimi alan bir birey, medya okuryazarı olmaktadır. Medya okuryazarlık kavramı ise günlük hayatta kullanılan okuryazarlık kavramı ile karıştırılmaktadır. Medya eğitiminin ilk amaçlarında biri olan medya okuryazarlığının ne olduğunu anlamak için okuryazarlık kavramının ne anlama geldiğini bilmek gerekmektedir.

OKURYAZARLIK KAVRAMI

Okuryazarlık, okuma ve yazma ile birlikte bireyin içinde bulunduğu hayatı, nesnelere ve olayları anlaması ve hayatındaki bütün ilişkilere anlam yüklemesi olarak ifade edilebilir. Okuryazarlık kavramı, okuma ve yazma eylemlerinden farklıdır. Pek çok zihinsel beceriyi ve dili kullanarak gerçekleştirilen iletişim becerilerini ifade eden bir eğitim terimidir (Aşıcı, 2009).

Okuryazarlık kavramı, bireyin kendi duygu ve düşüncelerini tam ve doğru olarak ifade etmesi, başkalarının söylediklerini doğru olarak anlaması ve bütün bunları yaparken kendi bilgi ve becerilerini sosyal ve kültürel alanda kullanması anlamında kullanılmaktadır. Okuryazar kişilerin kendilerini geliştirdiği kadar yaşadığı toplumun problemlerinin çözümüne ve ilerlemesine katkıda bulunacağına inanılmaktadır (Güneş, 1997). Kavramsal olarak karıştırılan okuma-yazma ve okuryazarlık arasındaki farklar Tablo 1.1'de gösterilmiştir.

Tablo 1.1. Okuma-Yazma ve Okuryazarlık Kavramları arasındaki Farklar

Okuma-Yazma	Okuryazarlık
Kod çözmeye dayalıdır.	Anlamlandırmaya dayalıdır.
Bir kategori belirtir.	Bir derece belirtir.
Okuma-yazmanın simge sistemi basılı ortamdaki harflerdir.	Okuryazarlığın simge sistemi ise "şeylerdir".
Okuma-yazmanın statik tanımlanması yapılmıştır.	Okuryazarlığın ise tanımlanması devam etmektedir.

Kaynak: (Kurudayıoğlu ve Tüzel, 2010)



Medya üzerinden kitlelere çeşitli formlarda iletilen mesajlar bireylere ulaştıktan sonra onun işlenmesi ise "okuryazarlık" olarak adlandırılır.

Medya üzerinden kitlelere çeşitli formlarda mesajlar iletilir ve bu iletilen mesajlar bireylere ulaştıktan sonra onun işlenmesi ise “okuryazarlık” olarak adlandırılır. Okuma yazma becerisini kazanan bireyin medya metinlerini okuması, medya mesajlarının arka planını, sunulan değerleri ve düşünceleri çözümleyip analiz etmesi “okumak” olarak değerlendirilir. Yazmak ise alternatif medya içeriği üretmek ve imkân varsa amatör veya profesyonel ortamlarda yayınlamaktır (Bilici, 2014)

MEDYA OKURYAZARLIĞI TANIMLARI VE ÖNEMİ

Medya okuryazarlığı ile ilgili birçok tanım bulunmasına rağmen, ilk olarak 1978 yılında Sirkka Minkinen tarafından, bilişsel, etik, felsefi ve estetik konulardaki becerileri geliştirmeyi hedeflemek olarak ifade edilmektedir (Karaman ve Karataş, 2009)

Medya okuryazarlığı, yazılı veya yazısız tüm kitle iletişim araçlarında (televizyon, internet, sinema vb.) yer alan mesajlara ulaşma, analiz etme, değerlendirme ve iletme yeteneği kazandırma olarak ifade edilmektedir (Solmaz ve Yılmaz, 2012).

Medya okuryazarlığı, her gün televizyon, radyo, bilgisayar, gazete ve dergilerden sözlü ve görsel olarak alınan yüzlerce mesajın anlaşılması, yorumlanması ve değerlendirilmesidir (Thoman, 2003).

Medya okuryazarlığı, çeşitlilik gösteren ve yoğun bir şekilde iletilen medya mesajlarına ulaşma, çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneğidir (İnal, 2012)

Medya okuryazarlığı, medya tarafından iletilen mesajların süzgeçten geçirilip, yorumlanarak ve onları eleştirel bakış açısıyla değerlendirilmesidir (Som ve Kurt, 2012).

Patrice Aufderheide’ye göre medya, gerçekleri olduğu gibi vermemektedir. Medya gerçekleri yorumlamaktadır. Bunun farkına varabilmek için medya okuryazarlığına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu amaç doğrultusunda da sekiz ilke şu şekildedir (İnal, 2009):

- Tüm medya kurgusaldır: Medya temelde gerçekleri yansıtmaz ve kurgular fakat kurguyu doğal bir şekilde yapar.
- Medya gerçekliği kurgular: Medya her gün bireylerin gerçeklik algısını yapılandırır.
- İzleyiciler medyanın anlamını tartışır: Medyanın iletmediği mesaj herkes tarafından farklı algılanmaktadır.
- Medyanın ticari faaliyetleri vardır: Medya kanalları kar etmek zorundadır. Bu nedenden dolayı, “bunun için kim ödeme yapmıştır?” veya “bu işi destekleyen ekonomik yapı nedir?” şeklinde sorular sorulmalıdır.
- Medya ideoloji ve değerli mesajları içerir: Medya iletmediği mesajlarda kendi ideolojilerini sunabilmektedir. İyi bir medya okuryazarı ise bunun farkında olarak ilgili mesajı araştırmalıdır.



Medya okuryazarlığı, medya tarafından iletilen mesajların süzgeçten geçirilip, yorumlanarak ve onları eleştirel bakış açısıyla değerlendirilmesidir.

- Medyanın toplumsal ve politik söylemleri vardır: Medya gerçekliği kurgulayarak mesajları şekillendirebilmektedir. Medyanın toplumda sosyal ve politik etkileri bulunmaktadır.
- Medyada biçim ve içerik yakından ilişkilidir: Her medyanın kendine özgü özellikleri mevcuttur ve medya okuryazarı bunun farkında olmalıdır.
- Her medya kuruluşunun kendine özgü estetik bir biçimi vardır: Bireyler medyanın nasıl yapılandığını anladıklarında medyanın estetik değerlerini eleştirebilir düzeye gelebilmelidir.

Medya okuryazarlığı denilince ilk akla gelen amaç, medyadaki mesajların doğru algılanması ve yorumlanması olsa da medya okuryazarlığının birçok amacı bulunmaktadır (Solmaz ve Yılmaz, 2012):

- Medya mesajlarının eleştirel bir bakış açısıyla yorumlanabilmesi
- Medyadaki gerçeklik ve kurgusallık ayrımının yapılabilmesi
- İnsanların medya mesajlarını doğru anlayıp ve doğru yorumlamaları için gerekli olan beceriler konusunda eğitim verilmesi
- Öğrencilerin erişme, analiz etme, değerlendirme ve iletişime geçme becerilerini geliştirmek için medyanın araç olarak kullanılmasının sağlanması
- Medyanın yönetme ve yönlendirme işlevlerinin olduğunun farkına varılması
- Medyada yer alan bilgi ve haberler konusunda kamunun farkındalığının oluşmasının ve bilinçlenmesinin sağlanması
- Medyanın yapısının ve işleyişinin öğrenilmesi
- İçeriğin bilinçli bir şekilde değerlendirilmesi
- Demokrasi, yurttaşlık bilinci ve siyasal katılıma teşvik edilmesi
- Medyada konu edinilen ayrımcıların farkına varılması ve ortadan kaldırılması

Medya okuryazarlığının günümüzde önemli olmasının nedeni, TV programlarından radyo bültenlerine, gazete haberlerinden reklamlara, billboardlardan internete kadar olan tüm iletişim araçlarından gelen yoğun mesajlardır. Hepimiz her an medyadan gelen milyonlarca mesaja maruz kalmaktayız. Gelen bu mesajları anlama, altındaki metinleri okumak ise medyanın çizdiği kurgu dünyasından gerçek dünyayı ayırma açısından önem taşımaktadır.

Medya okuryazarlığı, bireylerin medyayı doğru okumasına, kendini rahat ifade edebilmesine ve toplumsal hayata daha aktif katılım sağlamasına katkı sağlamaktadır. Medya okuryazarlığının en önemli etkisi ise, çocuklar başta olmak üzere toplumun tüm bireylerinin gerçek dünya ile medyanın çizmiş olduğu kurgu dünyası arasındaki farkı kolaylıkla anlamalarını sağlamak ve medyadan faydalanırken zararlı etkilerinden kendilerini korumalarına yardımcı olmasıdır (Solmaz ve Yılmaz, 2012).



Medya ideoloji ve değerli mesajları içerir.

İyi bir medya okuryazarı olmak için bazı becerilere de sahip olmak gerekmektedir.

MEDYA OKURYAZARLIĞI BECERİLERİ

Medya okuryazarlığı, medyayı anlama, analiz etme ve değerlendirme sürecidir. Medyayı anlamak ve analiz etmek için medyanın gelişmesi ile aynı doğrultuda ve aynı hızda medya okuryazarlığının da gelişmesi gerekmektedir. Bu gelişme ise, alınan eğitimler sonucunda gelişen beceriler sayesinde sağlanır. Medya okuryazarlığı için çeşitli beceriler bulunmaktadır. Bu beceriler şunlardır (İnal, 2009):

- **Medyanın ilettiği mesajın içeriğini anlama ve gürültüyü yok etme becerisi ve isteği:** Bu beceri bireyin, medyadan gelen mesajların içeriğini anlama ve yoğun gelen mesajların neden olduğu gürültüyü ve kirliliği değerlendirmeyi sağlamaktadır.
- **Medya mesajlarının gücünü anlama ve onlarla ilgilenme becerisi:** Medyanın bireyin davranış ve değerleri üzerindeki gücünü anlamayı sağlamaktadır. Bu beceri sayesinde bu etkinin hem bireyin kendi yaşamında hem de toplumdaki etkisinin farkına varılmaktadır.
- **İçeriğe tepki verirken duygusal olan tepkileri akılcı tepkilerden ayırt etme becerisi:** Medya, içeriklerini hazırlarken bireylerin duygusallığını dikkate almaktadır. İzlerken bizi duygulandıran bir film veya program, medyanın mesajlarını iletmek için kullandığı bir şırınga olabilir. Medya okuryazarı olan bir birey, ilgili filmin içeriğinin neden duygusallaşmayı sağlayacak şekilde hazırlandığını düşünmelidir.
- **Medya içeriği ile ilgili abartılmış beklentilerin geliştirilmesi:** Hepimiz canımız sıkıldığında kafa dağıtmak için, eğlenmek için veya zaman geçirmek için şarkı dinleyerek, program veya film izleyerek, haber okuyarak medyayı kullanırız. Fakat önemli olan bu durumun farkında olmaktır.
- **Türlerin geleneklerine dair bilgi sahibi olmak ve bu türler bir arada kullanıldığında bunu anlama becerisi:** Medyada haberler, programlar, reklamlar veya filmlerle karşılaşırız. Bu türlerin hangi özelliklere sahip olduğunu bilmeli ve anlamalıyız. Örneğin bir konu ile ilgili yayın yapıldığında belgeselin filminden daha güvenilir olduğunu bilmeliyiz. Bazen medya türleri birbirine karıştırarak sunar. Bazen bir olay veya kişi hakkında gerçek mi yoksa kurgu mu diye aklımızdan geçiririz. Medya metinlerini okumak, türler birbirine girdiğinde okumak daha zorlaştığı için medya okuryazarlığın bu becerisini kazanmak gerekir.
- **Kaynakları ne kadar güvenilir olursa olsun eleştirel olarak düşünme becerisi:** Medya bir olay hakkında bilgi edinilmesi için kullanılan en önemli güçlerden birisidir. Medya sayesinde bazı olayları öğrenir ve fikir ediniriz. Fakat medyada yer alan her habere veya her kaynağa güvenmemiz yanlış bir davranış olacaktır. Medyada yer alan her habere eleştirel bir gözle



Medya okuryazarlığı, medyayı anlama, analiz etme ve değerlendirme sürecidir.

yaklaşmak gerekmektedir. Bu durum ise kaynağın kendi mesajının gerçekliğine dair inandırıcılığı yüksek olduğunda zorlaşmaktadır. Bu zorlukla baş etmek için de medya okuryazarlığı becerilerinin gelişmesi gerekmektedir.

- *Medyanın içeriği ne kadar karmaşık olursa olsun içsel diline ilişkin bilgi ve etkilerini anlama becerisi:* Her medya türünün kendine ait özellikleri ve tarzı bulunmaktadır. Her türün ışık seçimi, yayın hazırlığı, müziği, kamera açısı gibi teknikleri veya süreçleri farklılık göstermektedir. Bu nedenden dolayı her türden gelen mesajların içeriğini anlamak ve alt metinleri okumak için medya türlerinin sahip olduğu özellik ve tarzları iyi bilmek gerekmektedir. Medyanın diline ne kadar hâkim olunursa medya içeriklerini de o kadar iyi anlar ve değerlendiririz.

Medya okuryazarlığının beceri alanlarını dört şekilde sınıflandırmak mümkündür. Bu beceri alanları şu şekildedir:

- Bilişsel alan
- Duygusal alan
- Estetik alan
- Değerler alanı

Medya okuryazarlığının beceri alanlarının detayları ise şu şekildedir (Şahin, 2014):



Örnek

- Yabancı bir ülkede yaşayan ve o ülkenin vatandaşı olmayan bir insanın yaşadığı dramını anlamak ve ilgili medya iletilerini doğru okuyabilmek için geniş bakış açısı ile bakılmalıdır. Bu ise o ülkenin tarihi ve ırkçılığa yönelik davranışları hakkında bilgi sahibi olmakla gerçekleşebilir.



Medya mesajlarının derin anlamlarını anlamak için geniş bir bakış açısına ve bilgi birikimine sahip olmak gerekir.

Bilişsel alan: Bu alandaki beceriler medya ile etkileşimde gerekli olan zihinsel beceri ve işlemleri ifade etmektedir. Başka bir ifade ile bilişsel alan düşünce ve akıl yürütmeyi gerektirmektedir. Bilişsel alandaki beceriler sayesinde, bireyler medya iletilerinin hem yüzeysel hem de örtük anlamlarını analiz edebilmektedirler. Medya mesajlarının derin anlamlarını anlamak için geniş bir bakış açısına ve bilgi birikimine sahip olmak gerekir.

Duygusal alan: Bu alan, medya ile etkileşimde bulunurken korku, sevinç, üzüntü ve heyecan gibi duygu ve hislerle ilgilidir. Bazı kişiler haberleri veya filmleri izlerken aktarılan olaylardan etkilenmektedir. İzleyici, bazen gerçek ile hayali ayıramayacak şekilde etkilenir ve gerçek hayatta da aynı olayları yaşayabileceğini düşünebilir. Özellikle korku filmlerini izleyen bazı bireyler, filmin etkisinde fazla kalabilir ve bu duygusal tepki uzun bir süre hayatlarına etki edebilmektedir. Özellikle çocuklar medya iletilerinden oldukça etkilenmektedir. Örneğin zamanın izlediği bir filmde

dolayı tek başına kalamayan, denize giremeyen, palyaço veya oyuncaklardan korkan bireyler ile karşılaşmak mümkündür. Fakat korku duygularının yanı sıra taraftarı olan takımın maçı kazanması veya sevilmeyen bir karakterin yaptıklarının cezasını çekmesi gibi olaylarda sevinç, neşe veya rahatlama hissi verebilmektedir.



İletinin içeriğinde verilen estetik öğeleri okumak ve değerlendirmek için bu öğeler hakkında bilgi sahibi olmak gerekmektedir.



Örnek

- Medyada gördüğümüz bir kazada ailesini kaybeden bir adamın üzüntüsünü veya zor bir yaşamdan sonra büyük başarı kazanan bir gencin gururlanmasını daha iyi anlayabilmek için duygusal alanda becerili olmak gerekmektedir.

Eстетik alan: Bu alan medya iletilerini sanatsal ve estetik bir bakış açısıyla okuyabilmeyi ve analiz etmeyi ifade etmektedir. İletinin içeriğinde verilen estetik öğeleri okumak ve değerlendirmek için bu öğeler hakkında bilgi sahibi olmak gerekmektedir. Örneğin estetik alanda beceri sahibi olan bir birey, yönetmenin, yazarın veya senaristin özgünlüğünü görebilir. Estetik öğeler sadece sanatsal aktivitelerde karşımıza çıkmayabilir. Bir haber metninde, bir sloganda veya bir reklam içeriğinde de karşımıza çıkabilir. Estetik özelliği zayıf olan bir reklamı veya filmi klasik bulup eleştirebiliriz.

Değerler alanı: Medya iletilerinde açık veya örtük şekilde sunulan değerleri anlama ise bu alandaki beceriler sayesinde olmaktadır. Örtük bir şekilde verilen değerleri anlayabilmek için iletileri eleştirel ve bütüncül bir bakış açısıyla incelemek gerekmektedir. Çünkü medyada verilen değerler kendi açısından farklı şekillerde verilmektedir. Medya iletilerinde verilen değerleri anlayabilmek için medya okuryazarlığı becerilerine sahip olmak gerekmektedir. Bu alandaki becerileri zayıf olan birine iletilen değerler o kişi tarafından fark edilemeyebilir fakat sunulan mesajlar farkında olmadan alınır. Eğer bu alanda birey kendini geliştirebilirse, sunulan değerleri görebilir ve hatta bu değerlere karşı kişisel duruşlar da sergileyebilir.



Örnek

- Sorunlarla baş etmenin yolunun aksiyon filmlerinde şiddet olduğu, komedi filmlerinde mizahi yollar olduğu veya aşk filmlerinde ise ilişkiler olduğu mesajları verilmektedir.

MEDYA OKURYAZARI

Medya okuryazarlığı, medyadan gelen mesajları anlama, eleştirel gözle bakma, analiz etme ve değerlendirme gibi becerileri kapsamaktadır. Bu nedenden

dolayı medya okuryazarı olan bir birey bazı özelliklere sahip olmalıdır (Özad, 2007).

- Medyanın hem teknik hem de yapısal özelliklerinden haberdar olmalıdır.
- Medya içeriklerini doğru okumalıdır.
- Medya metinlerini doğru okuyabilmesi için de içeriklere eleştirel gözle bakabilmelidir.
- Medya okuryazarı olan bir birey, medyadan gelen her mesajın karşısında pasif izleyici olarak kalmaz ve aktif bir şekilde katılır.
- Medyayı akıllı ve etkili biçimde kullanır.
- Medya endüstrilerinin siyasi görüşleri, gelişmesi, ekonomik durumu gibi özellikleri hakkında bilgi sahibidir.
- Farklı bakış açılarıyla verilen medya içeriklerinin doğruluğunu değerlendirir.
- Medyanın bireylerin ve toplumun davranışlarında, değerlerinde ve inançlarında etkili olduğunu bilir.
- Farklı medya kanalları ile demokratik biçimde iletişim kurabilir.



Medya okuryazarı olan bir birey, medyadan gelen her mesajın karşısında pasif izleyici olarak kalmaz ve aktif bir şekilde katılır.

Medya bazen bir gerçeği kırparak veya kendi düşünceleri ile yorumlayarak farklı şekillerde anlatabilmektedir. Bazen medyanın gösterdiği bir olay gerçekten çok farklı olabilir (Resim 1.1.)



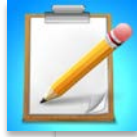
Resim.1.1. Medyanın Manipülasyonu

Medyanın çizdiği kurguyu anlamak için iyi bir medya okuryazarı olmak gerekmektedir Medya okuryazarı medyanın yaptığı bu manipülasyonlara karşı direnç göstermekte, medyanın ilettiği her mesajın doğruluğunu araştırmakta veya medyanın kurguladıklarını iyi analiz edilip değerlendirilebilmektedir.

Güçlü bir medya okuryazarı olabilmek için bazı temel ilkeleri bilmek gerekmektedir. Bu temel ilkeler şu şekildedir (Şahin, 2014).

- *Tüm medya yapıtları bir kurgudur.* (İletilen mesajı kim oluşturdu?)
- Medya gerçekliği iletmez, oluşturur. (Mesaj, hangi tutum ve davranışları pekiştirmektedir?)

- İzleyici veya okuyucu kendi anlamını oluşturur. (Mesajları diğer insanlar sizden farklı olarak nasıl algılayabilir?)
- *Medya, ticari çağrışımı olan bir olgudur.* (Bu mesaj neden gönderildi?)
- Medya farklı ideoloji ve değerleri içermektedir. (Bu mesajda iletilen veya göz ardı edilen değerler nelerdir?)
- Medya sosyal ve politik içeriklidir. (Bu mesajın sosyal boyutu nedir?)
- Biçim ve içerik yakından ilgilidir. (İletilen mesajda dikkat çekmek için kullanılan teknikler nelerdir?)
- Her ortamın farklı bir estetik biçimi vardır. (Bu mesaj farklı bir ortamda oluşturulsaydı, aynı estetik özelliklere sahip olur muydu?)



Bireysel Etkinlik

- Günlük haber bültenlerini inceleyerek medyanın ilettiği mesajların içeriklerini analiz etmeye çalışınız.
- Medyanın yaşadığınız bölgede yarattığı etkileri arkadaşlarınızla tartışınız.
- Medyanın "dördüncü güç" olduğu düşüncesini arkadaşlarınızla irdeleyiniz.



Özet

•MEDYA TANIMI, İŞLEVLERİ

•Latince Medium kelimesinin çoğulu olan medya; gazete, radyo, televizyon ve internet gibi kitle iletişim araçlarının yanı sıra kişilerarası iletişime de imkan sağlayan uygulamaları da kapsamaktadır. Medyayı kısaca kitle iletişim araçları olarak ifade etmek de mümkündür. Medyanın işlevleri sekiz tanedir. . Haber ve bilgi verme işlevi, modadan ekonomiye, siyasetten sağlığa kadar tüm ulusal ve uluslararası düzeyde bilgileri alabilmekteyiz. Toplumsallaştırma işlevi ile medyanın toplumun şekillenmesinde oynadığı rol ifade edilmektedir. Medya bireye, içinde yaşandığı toplumla bütünleşmesi ve kamusal yaşamda aktif rol alması için ortak bilgileri ve düşünceleri sunmaktadır. Eğitim işlevi, medyanın bireylerin düşüncelerinin gelişmesine ve yeteneklerinin ya da becerilerinin gelişmesine yardımcı olacak bilgileri kitlelere iletmesini açıklamaktadır. Eğlendirme işlevi ile medyanın insanları rutin işlerden uzaklaştırarak onların eğlenmesine yardımcı olduğu söylenebilmektedir. Denetim ve eleştiri işlevi ile medya; hükümeti, kamuları veya şirketleri denetleme ve eleştiri yetkisine sahip olmaktadır. Kamuoyu oluşturma işlevi ile medya kamuoyunun yönlendirilmesine katkı sağlamaktadır. Kültürel değerlerin korunması işlevi ile kültürün gelişmesinde rol oynamakta ve tarihin savunucu olmaktadır. Tanıtım işlevi medyanın kurumların, şirketlerin, devletlerin veya bireylerin tanıtılmasında etkili olmasını ifade etmektedir.

•MEDYA EĞİTİMİ

• Medya eğitimi, medyanın doğasını ve uygulamalarını öğrenmek amacıyla, belirli bir planı ve amacı olan faaliyetlerin bütünüdür. Medya eğitiminin dayandığını ilkeler şunlardır:

- “Temsil” en merkezi kavramdır. Medya, gerçekliği olduğu gibi yansıtmaz. Gerçekliği temsil eden bir resim sunar. Temel amaç “doğal” görüntüyü çözümlenektir. Kültürel değerleri yerleştirmek amaçlanmaz. Medya eğitimi medyayı iyi ya da kötü olarak yargılamayı ve sınıflandırmayı amaçlamaz. Çözümleyici bazı anahtar kavramlar gereklidir. Anlam, medya dili, doğallık, gerçeklik, kodlama, kod çözme, dolayım, ideoloji gibi kavramlar bilinmelidir. Yaşam boyu devam eden bir süreçtir. Eleştirel bakışın yanında eleştirel özerklikte hedeflenir. Güncel ve fırsata dayalıdır.
- Eğitimcilerin medyaya karşı tutumu üç şekildedir. Medyaya karşıt tutum: kilise ve bazı tutucu sivil toplum örgütleri tarafından benimsenen medyanın şeytan olarak görüldüğü yaklaşımdır. Bu düşünceyi benimseyen insan sayısı az olduğu için geçerliliğini kaybetmiştir. Medya hakkında eğitici tutum: medyanın ne olduğu, nasıl olduğu hakkında medyayı anlatıp medyayı öğretmeyi amaçlayan tutumdur. Medya ile birlikte tutum: Medyanın gücü ve imkanları kullanılarak medya eğitiminin yapılması gerekmektedir. Kabul gören ve başarılı olan eğitim tipi bu yaklaşımdır. Medya eğitimi doğru verebilmek için ise medya eğitimi modellerini bilmek gerekmektedir. Kuramsal temellerine göre medya eğitimi modelleri şunlardır: Eğitim-bilgi Modelleri: Kültürel, estetik, semiyotik, sosyokültürel teoriler üzerine kurulu, teori, tarih, medya dili gibi odak noktaları olan çalışmalardır. Sosyo-Kültürel Modeller: Kültürel çalışmalar, semiyotik ve etik modellerine dayanan, yaratıcı kişiliğin; tutum, algı, canlandırma, yorum analizi gibi sosyo kültürel orijinindeki modellerdir. Faydacı Modeller: Medya teknolojisi pratiği kazandırmayı hedefleyen, pratik temelli modellerdir. Estetik Modeller: Sanatsal zevk ve en iyi medya kültürü örneklerinin analizi üzerine yoğunlaşan modellerdir.



Özet (devamı)

- **Okuryazarlık Kavramı**
- Okuryazarlık kavramı, okuma ve yazma eylemlerinden farklıdır ve pek çok zihinsel beceriyi ve dili kullanarak gerçekleştirilen iletişim becerilerini ifade eden bir eğitim terimidir. Okuryazarlık kavramı, bireyin kendi duygu ve düşüncelerini tam ve doğru olarak ifade etmesi, başkalarının söylediklerini doğru olarak anlaması ve bütün bunları yaparken kendi bilgi ve becerilerini sosyal ve kültürel alanda kullanması anlamında kullanılmaktadır.
- **Medya Okuryazarlığı Tanımları ve Önemi**
- Medya okuryazarlığı, her gün televizyon, radyo, bilgisayar, gazete ve dergilerden sözlü ve görsel olarak alınan yüzlerce mesajın anlaşılması, yorumlanması ve değerlendirilmesidir. Medya okuryazarlığı, bireylerin medyayı doğru okumasına, kendini rahat ifade edebilmesine ve toplumsal hayata daha aktif katılım sağlamasına katkı sağlamaktadır. Medya okuryazarlığının en önemli etkisi ise, çocuklar başta olmak üzere toplumun tüm bireylerinin gerçek dünya ile medyanın çizmiş olduğu kurgu dünyası arasındaki farkı kolaylıkla anlamalarını sağlamak ve medyadan faydalanırken zararlı etkilerinden kendilerini korumalarına yardımcı olmasıdır.
- **Medya Okuryazarlığı Becerileri**
- Medya okuryazarlığının beceri alanları şunlardır: Bilişsel alan: Medya ile etkileşimde gerekli olan zihinsel beceri ve işlemleri ifade etmektedir. Medya mesajlarının derin anlamlarını anlamak için geniş bir bakış açısına ve bilgi birikimine sahip olmak gerekir. Duygusal alan: Medya ile etkileşimde bulunurken korku, sevinç, üzüntü ve heyecan gibi duygu ve hislerle ilgilidir. Estetik alan: Medya iletilerini sanatsal ve estetik bir bakış açısıyla okuyabilmeyi ve analiz etmeyi ifade etmektedir. Değerler alanı: Medya iletilerinde açık veya örtük şekilde sunulan değerleri anlama ise bu alandaki beceriler sayesinde olmaktadır.
- **Medya Okuryazarı**
- Medyanın hem teknik hem de yapısal özelliklerinden haberdar olmalıdır. Medya içeriklerini doğru okumalıdır. Medya metinlerini doğru okuyabilmesi için de içeriklere eleştirel gözle bakabilmelidir. Medyadan gelen her mesajın karşısında pasif izleyici olarak kalmaz ve aktif bir şekilde katılır. Medyayı akıllı ve etkili biçimde kullanır. Medya endüstrilerinin siyasi görüşleri, gelişmesi, ekonomik durumu gibi özellikleri hakkında bilgi sahibidir. Farklı bakış açılarıyla verilen medya içeriklerinin doğruluğunu değerlendirir. Medyanın bireylerin ve toplumun davranışlarında, değerlerinde ve inançlarında etkili olduğunu bilir. Farklı medya kanalları ile demokratik biçimde iletişim kurabilir.

DEĞERLENDİRME SORULARI

1. Aşağıdakilerden hangisi medyanın işlevlerinden biri değildir?
 - a) Haber ve bilgi verme işlevi
 - b) Toplumsallaştırma işlevi
 - c) Eğlendirme işlevi
 - d) İş bulma
 - e) Kültürel değerleri koruma işlevi
2. Medyanın “dördüncü güç” olarak ifade edilmesinde rol oynayan işlev aşağıdakilerden hangisidir?
 - a) Haber ve bilgi verme işlevi
 - b) Kamuoyu oluşturma işlevi
 - c) Eğitim işlevi
 - d) Tanıtma işlevi
 - e) Denetim ve eleştiri işlevi
3. “Medya, gerçekliği olduğu gibi yansıtmaz, gerçekliği temsil eden bir resim sunar.” ifadesi aşağıdaki medya eğitiminin ilkelerinden hangisini açıklamaktadır?
 - a) Temel amaç doğal görüntüyü çözümlenektir.
 - b) Temsil, en merkezi kavramdır.
 - c) Eleştirel özerklik hedeflenir.
 - d) İçerik amaç için bir araçtır.
 - e) Bütünsel bir süreçtir.
4. Medyaya yönelik günümüzde geçerliliğini kaybeden tutum aşağıdakilerden hangisidir?
 - a) Medya hakkında eğitici tutum
 - b) Medya ile birlikte tutum
 - c) Medyaya karşı tutum
 - d) Medyayı destekleyen tutum
 - e) Faydacı tutum
5. Medya teknolojisi pratiği kazandırmayı hedefleyen, pratik temelli medya eğitimi modeli aşağıdakilerden hangisidir?
 - a) Eğitim-Bilgi Modelleri
 - b) Sosyokültürel Modeller
 - c) Estetik Modeller
 - d) Bilişsel Modeller
 - e) Faydacı Modeller

6. Aşağıdakilerden hangisi okuryazarlık kavramının özelliklerinden biri değildir?
- Kod çözmeye dayalıdır.
 - Derece belirtir.
 - Simge sistemi şeylerdir.
 - Tanımlanması devam etmektedir.
 - Anlamlandırmaya dayalıdır.
7. Aşağıdakilerden hangisi medya okuryazarlığının bize sağladığı katkılardan biri değildir?
- Medyayı akılcı kullanmak
 - Medyadan gelen mesajların doğruluğunu değerlendirmek
 - Medyadan iletilen bilgileri eleştirebilmek
 - Medyada çizilen dünyanın gerçek dünya ile aynı olduğunu bilmek
 - Siyasal katılıma teşvik etmek
8. Çeşitlilik gösteren ve yoğun bir şekilde iletilen medya mesajlarına ulaşma, çözümlenme, değerlendirme ve iletilme yeteneği olarak ifade edilen kavram aşağıdakilerden hangisidir?
- Medya öğrenimi
 - Medya okuryazarlığı
 - Medya eğitimi
 - Medya Modeli
 - İletişim
9. Bir birey; yönetmenin, yazarın veya senaristin özgünlüğünü görebilmesi için medya okuryazarlığının aşağıdaki beceri alanlarından hangisine sahip olmalıdır?
- Estetik alan
 - Bilişsel alan
 - Duygusal alan
 - Sosyal alan
 - Değerler alanı
10. Aşağıdakilerden hangisi medya okuryazarının özelliklerinden biri değildir?
- Medya içeriklerini doğru okur.
 - Medyayı akılcı ve etkili şekilde kullanır.
 - Günlük yaşamını sosyal medyanın şekillendirmesine izin verir.
 - Farklı medya kanalları ile demokratik şekillerde iletişim kurar.
 - Medyadan gelen her mesaja aktif şekilde katılır.

Cevap Anahtarı

1.d, 2.e, 3.b, 4.c, 5.e, 6.a, 7.d, 8.b, 9.a, 10.c

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Aşıcı, M. (2009). "Kişisel ve Sosyal Bir Değer Olarak Okuryazarlık". *Değerler Eğitimi Dergisi*, 7 (17), 9-26.
- Alagöz, Ç. (2013). *Türkiye’de ve AB Ülkelerinde Medya Okuryazarlığı “Örnek İncelemeler”*. Ankara: Pelikan yayıncılık LTD.ŞTİ.
- Bilici. İ.E. (2014). *Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi*. Ankara: Nobel Yayıncılık
- Güneş, F. (1997). *Okuma–Yazma Öğretimi ve Beyin Teknolojisi*. Ankara: Ocak Yayınları.
- İnal, K.(2009). *Medya Okuryazarlığı El Kitabı*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- İnal, K. (2012) "Çocuklar İçin Medya Okuryazarlığı İhtiyacı", *Uluslararası Katılımlı Çocuk İhtiyaçları Sempozyumu Bildiri Kitabı*, (Ed.) Dolunay, Ş. vd., Mutlu Çocuklar Derneği Yayınları, Ankara.
- Karaman, M.K., Karataş, A. (2009). "Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri". *İlköğretim Online*, 8(3), 798-808.
- Kurudayıoğlu, M., Tüzel, S. (2010). "21. Yüzyıl Okuryazarlık Türleri, Değişen Metin Algısı ve Türkçe Eğitimi", *TÜBAR*, XXVIII-Güz, 283-298.
- Özad, B. E. (2007). "Medya Okuryazarlığı ve Yetişkinlerin Öğrenmesi", Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek (der.) *Medya Okuryazarlığı* (s.94-103), İstanbul: Parşomen Yayıncılık.
- Solmaz, B. Yılmaz, A. (2012). "Medya Okuryazarlığı Araştırması ve Selçuk Üniversitesi’nde Bir Uygulama". *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(3) ,55-61.
- Som, A., Kurt, A. (2012). "Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri". *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, January 2012, 2(1),104-119.
- Şahin, A. (2014). *Öğretmenler Öğretmen Adayları ve Medya İle Bağlı Olan Herkes İçin Eleştirel Medya Okuryazarlığı*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Thoman, E. (2003). Skills and Strategies for Media Education. [Online] 12.05.2019 tarihinde http://www.medialit.org/reading_room/pdf/CMLskillsandstrat.pdf adresinden erişilmiştir.
- RTÜK (2007). *T.C. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı*. ANKARA:
- Topuz, H. (2007). "Medya Eğitimi: Medya Çözümlemesi". N. Türkoğlu ve M. Cinman Şimşek (ED.) *Medya Okuryazarlığı* (s.15-20). İstanbul: Kalemus Yayıncılık.
- Tutar, H., Yılmaz, M.K. (2010). *Genel İletişim Kavramlar ve Modeller*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Medyanın Manipülasyonu.31 Mayıs 2019 tarihinde <http://www.izmirhabermerkezi.com/arap-medyadan-kudus-yasagi/9152/> adresinden erişildi.