

MEDYA OKURYAZARLIĞI ARAŞTIRMASI VE SELÇUK ÜNİVERSİTESİ'NDE BİR UYGULAMA

Başak Solmaz* - R. Ayhan Yılmaz**

ÖZET

Medya Okuryazarlığı; yazılı ve yazılı olmayan, büyük çeşitlilik gösteren formatlardaki (televizyon, video, sinema, reklâmlar, internet v.s.) mesajlara ulaşma, bunları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği kazanabilmek olarak tanımlanmaktadır. İzleyicinin medyayı bilinçli okumasına katkı yapmakta, kendini rahat ifade edebilmesi, toplumsal hayata daha aktif ve yapıcı katılımı sağlanmaktadır. Medya okuryazarlığı, medya iletilerini doğru algılayabilecek donanımına sahip olma ve zamanla iletiler üretebilme yeteneğini kazanmaktır. Medya okuryazarlığının önemi şüphesiz ki hedef kitleye gönderilen mesajlar üzerinde daha fazla kontrol sağlamasından kaynaklanmaktadır. Çocuklar başta olmak üzere toplumun diğer kesimleri medya okuryazarlığı konusunda ne kadar bilgiye sahip olurlarsa gerçek dünya ile medya tarafından kurulan dünya arasındaki sınırı o denli kolay fark edebilir ve medyadan bilgi alırlarken zararlı etkilerinden kendilerini koruyabilir. Medyayı doğru olarak takip eden, yaşadığı çevreye duyarlı, ülkesinin sorunlarını bilen, medya mesajlarını akıl süzgecinden geçirebilen bilinçli bir kitle oluşturabilmek amacıyla Medya Okuryazarlığı dersi müfredatlara dahil edilmiştir. Medya Okuryazarlığı dersinin amacı, çocukların, medya kurumunun yapısını, işleyişini öğrenmelerini, kurguyu gerçekten ayırarak kurgulanmış içeriği bilinçli bir şekilde değerlendirebilmelerini ve medyayı eleştirel olarak izlemelerini kısaca medya ile ilgili doğru soruları sorup doğru yanıtları bulabilmeleri konusunda onlara gerekli donanımı kazandırmaktır. Bu doğrultuda çalışmayla, Medya Okuryazarlığının Selçuk Üniversitesi'nin paydaşları olan öğrenciler tarafından nasıl algılandığını belirlemek amaçlanmıştır. Ayrıca bu genel amacın yanında medya okuryazarlığı ile ilgili olarak farkındalık yaratmak bir diğer amaç olarak benimsenmiştir.

Anahtar sözcükler: Medya okuryazarlığı, medya, mesaj.

MEDIA LITERACY RESEARCH AND AN APPLICATION AT SELCUK UNIVERSITY

ABSTRACT

Media literacy is defined as gaining the ability of reaching, analyzing, evaluating and transmitting both written unwritten messages, which can be seen in a great variety of formats like TV, video, cinema, advertisements, internet, etc. Media literacy contributes the audiences' conscious to follow the media, allow them to easily express themselves and help them to participate in the social life more actively. It also allows being equipped with the ability to perceive media messages in a more proper way and even produce them. The importance of media literacy comes from its supply of a greater control on the messages sent to target audience. As their conscious on media literacy increase, all the segments of the society, especially the children, may notice the border between the real life and the world built by media and protect themselves from the harmful effects of it while gaining information from them. Media Literacy courses were added to curricula in the schools in order to form a more conscious audience, who accurately follow media, know their country's problems, behave sensitive to the environment and capable of understanding media messages properly. The purpose of the Media Literacy course is to provide the children necessary equipment to understand the structure and the mechanism of media institutions, to evaluate the fictional content consciously, to follow media in a criticizing way, to ask correct questions and to find correct answers. In this study, it is aimed to determine how media literacy is perceived by the students of Selcuk University. Moreover, besides this general aim, creating awareness to media literacy has been adopted as another purpose.

Keywords: Media literacy, media, message.

* Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

** Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi

GİRİŞ

Medya Okuryazarlığının iki temel noktası bulunmaktadır: Birincisi medyadaki içeriğe erişebilmek için teknolojiyi kullanabilme becerisi; ikincisi ise sunulan içeriği sadece anlamak değil aynı zamanda bu içeriği değerlendirebilme yeteneğidir.

Bu amaçla dünyanın tüm gelişmiş ülkelerinde medya eğitimi ya da medya okuryazarlığı dersleri, çeşitli seviyelerde okullarda ders olarak okutulmaktadır. Bu dersler, ya doğrudan müfredatta konmakta ya da müfredatta ilgili dersler içinde anlatılmaktadır. Ne şekilde okutulursa okutulsun, dersin ağırlıklı olarak uygulamaya dönük işlendiği, öğrencilerin eleştirel, katılımcı ve yaratıcı yönlerini geliştirici bir şekilde planlandığı görülmektedir.

Medya okuryazarlığı ile temel olarak medya mesajlarının doğru algılanması ve alınan mesajların doğru bir şekilde yorumlanıp gereken şekilde kullanılması amaçlansa da ;

1. Medya mesajlarının eleştirel bir bakış açısıyla alınabilmesi
2. Medyada gerçeklik, kurgusalılık ayrımının yapılabilmesi
3. İnsanların, medya mesajlarını işlemeye geçirmek için gerekli olan beceriler konusunda nasıl eğitilmesi gerektiğini saptamak
4. Öğrencilerin ulaşma, analiz etme, değerlendirme ve iletişime geçme yeteneğini güçlendirmek için medyayı bir araç olarak kullanmasını sağlamak
5. Medyanın sunduğu dünyanın gerçeğinin kendisi olmayabileceğinin anlaşılabilmesi
6. Kamu ve özel yayıncılığın daha olumlu noktalara taşınması noktasında bireylerin duyarlılık oluşturulmasına katkı sağlamak
7. Medyanın yönlendirme ve yönetme fonksiyonlarının olduğunun farkına varılabilmesi
8. Mesajı gönderenlerin kendi düşüncelerini dayatma gayreti içinde olabileceklerinin değerlendirilmesi
9. Kitle iletişim araçlarının verdiği bilgi ve haberler konusunda kamunun farkındalığını ya da bilinçliliğinin sağlanması

10. Eğitsel, kültürel, politik, sosyal ve ekonomik programlarda medya okuryazarlığının önemini vurgulanması

11. Her yurttaşın hem formel hem de informal eğitimle medya kullanımı konusunda azami ölçüde bilgi ve beceri sahibi olmasının sağlanması

12. Medyanın yapısının ve işleyişinin öğrenilmesi

13. İçeriğin bilinçli biçimde değerlendirilmesi

14. Demokrasi, yurttaşlık bilinci ve siyasal katılıma teşvik edilmesi

15. Medyada yayınlanan ürünlerde (yazı, film, haber vb.) yer alan ırk, sınıf ve toplumsal cinsiyet ayrımcılıklarını saptanması ve bunların ortadan kaldırılması

16. Medya okuryazarlığının, özellikle genç ve çocuklar arasında yaygın olan uyuşturucu kullanımının ve şiddetin önlenmesi gibi amaçları da söz konusudur (<http://medyaoy.blogspot.com>).

Medya okuryazarlığının amacı aslında, yalnızca medyanın olumsuz etkilerinin bilişsel olarak giderilmesi için beceri ve yeteneklerin kazandırılması değildir, giderek daha güçlü bir şekilde medya tarafından belirlenen yaşam alanlarının korunmasıdır (Alver 2006: 23).

Elbette medyanın bilgilendirici yönü vardır ve medya doğru kullanıldığında son derece faydalı olacaktır. Zaman zaman medyanın faydasından çok, ne kadar zararlı olabileceğinin izlerini gördüğümüz için olumsuz etkilerini de dikkate almak gerekmektedir. Bu bağlamda medyanın bazı ilkelerinden bahsetmek mümkündür ki, İngiltere, Avustralya, Kanada ve ABD'de medya okuryazarlığı eğitimcileri bu ilkeler üzerinde uzlaşmaya varmışlardır (<http://www.yasemininceoglu.com/makaleler10.php>):

1. Medya mesajları itina ile seçilmiş, düzenlenmiş, gözden geçirilmiş ve kurgulanmış yapılarıdır. Her ne kadar gerçek gibi görünse de bize sergilediği dünya gerçek olan değil, gerçeğin medya tarafından temsil edilmiş biçimidir.
2. Medyanın bize dünyayı sunuş biçimiyle medya tüketicilerinin dünyayı algılayışı arasında sıkı bir ilişki vardır.
3. Medya iletileri bünyesinde değer ve ideolojileri barındırır.

4. Medya mesajları, ekonomik, sosyal, siyasal, tarihsel ve estetik bağlamlar içerisinde üretilir.

5. Medya iletileri, insanların sosyal gerçekliği kavramalarını sağlar.

Başka bir ifade ile; medya mesajları kurgulanmakta, ekonomik, sosyal, siyasal, tarihsel ve estetik bağlamlar içerisinde üretilmektedir. Medya mesajları, yorumlayıcı anlam-yapma süreçleri, okuyucu, metin ve kültür arasındaki etkileşime dayanmakla birlikte medyanın kendine özgü bir dili ve karakteristiği vardır. Medya tasarımlamaları, insanların sosyal gerçekliği anlamalarında rol oynamaktadır (Hobbs 2004: 124).

Bununla birlikte herkesçe kabul edilmiş ve tüm yaklaşımlara uygulanan bazı temel ilkeler vardır. Bu ilkeleri (<http://www.acikarsiv.gazi.edu.tr/dosya/medyaokuryazarligi.pdf>) şöyle ifade etmek mümkündür;

- Tüm medya mesajları yapılandırılmıştır.
- Yapılandırılan medya mesajları kendi kuralları olan yaratıcı bir dil kullanır.
- Farklı kişiler aynı medya mesajını başka türlü tecrübe edebilirler.
- Medya esasen kazanç amaçlayan bir iştir.

Yukarıda bahsedilen ilkelerinin yanında medya okuryazarlığının hedeflerinin olduğunun da bilinmesi gerekmektedir. Medya okuryazarlığının hedefleri çok geniş yelpazeye yayılmakla birlikte şöyle ifade edilebilir (<http://cukurova.academia.edu/NurcayTurkoglu/Books/225407>).

1. Demokrasi, yurttaşlık bilinci ve siyasal katılımı teşvik etme,
2. Irk, sınıf ve toplumsal cinsiyet ayrımcılığını asgariye indirme,
3. Uyuşturucu kullanımı-şiddeti önleme,
4. Eğitim düzeyini iyileştirme.

Medya okuryazarlığı, demokratik toplumlarda katılımın sağlanması açısından önemli olduğu kadar, sosyal adaletin ve eleştirel vatandaş olmanın gereklerinden birini de oluşturmaktadır.

dır. Dünya çapında artan rekabetin, küreselleşmenin ve medyanın özelleştirilmesinin, yeni bir eğitim biçimi olan, medya okuryazarlığı gereksinimini beraberinde getirdiğini söylemek mümkündür.

Bu çalışma ile, medya okuryazarlığı ya da medya okuryazarlığı dersi hakkında bilginin ve hedef kitlenin medya okuryazarlığı konusundaki algılamasının ortaya çıkarılması planlanmaktadır. Gerçekleştirilecek bu çalışma, ilgili hedef kitle üzerinde medya okuryazarlığına yönelik bir farkındalık yaratmaya ya da güçlendirmeye katkı sağlayacaktır.

Bu doğrultuda çalışmayla ele alınan temel nokta Selçuk Üniversitesi kampüsündeki öğrencilerin medya okuryazarlığı hakkındaki bilgisini değerlendirmek olmuştur.

1. AMAÇ

Bu araştırmanın genel amacı, Medya Okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı derslerinin ilgili hedef kitle tarafından nasıl algılandığını belirlemektir. Bu genel amaç doğrultusunda şu soruya yanıt aranacaktır:

Medya Okuryazarlığı Selçuk Üniversitesi paydaşlarından biri olan öğrenciler tarafından ne düzeyde algılanmaktadır?

2. YÖNTEM

Bu amaçlar çerçevesinde yapılan çalışmada alan araştırması yöntemi uygulanmış, verilerin elde edilmesinde ise anket tekniği kullanılmıştır.

Anket formu, medya okuryazarlığı ile ilgili literatür taraması, alanda daha önce gerçekleştirilen araştırmaların da incelenmesi sonrasında ve araştırmanın amaçları doğrultusunda oluşturulmuştur. İlk olarak 50 kişilik kontrol grubunda denenen anket formu, gerekli düzeltmeler ve eklemelerden sonra uygulamaya konulmuştur. Araştırmada elde edilen veriler bilgisayar ortamına aktarılarak frekans ve yüzde analizleri yapılmıştır.

2.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Selçuk Üniversitesi'nde bulunan mevcut fakülte öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise, 2011-2012

eğitim-öğretim yılı bahar döneminde Selçuk Üniversitesi bünyesindeki mevcut fakültelerden seçkisiz (rasgele) yöntemle belirlenen üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem dahilindeki fakülteler ve bu fakültelerden araştırmaya katılan öğrenci sayıları Tablo 1’de verilmiştir. Anketimiz, Selçuk Üniversitesi kampüsündeki mevcut 14 fakülte, 14-31 Mayıs 2012 tarihleri arasında, her bir fakülteden tesadüfi olarak seçilen toplam 1563 öğrenciye uygulanmıştır. Araştırma, katılımcı olarak Selçuk Üniversitesi’ndeki mevcut fakülte öğrencileri ile sınırlandırılmıştır. Anket çalışması sırasında katılımcılarla yüz yüze görüşülmüş anlaşılabilen sorular katılımcılara açıklanmıştır.

Aşağıdaki Tablo 1, ankete katılarak görüş bildiren Selçuk Üniversitesi kampüsünde bulunan fakülte öğrencilerinin dağılımlarını göstermektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Dağılımı

FAKÜLTELER	Frekans	Yüzde (%)
Hukuk Fakültesi	128	8.2
Edebiyat Fakültesi	103	6.6
İletişim Fakültesi	104	6.7
İktisadi-İdari Bil. Fak.	101	6.5
Selçuklu Tıp Fakültesi	115	7.4
Mes. Eğitim Fakültesi	127	8.1
Güzel Sanatlar Fak.	151	9.7
Ziraat Fakültesi	90	5.8
Teknik Eğitim Fak.	103	6.6
Veterinerlik Fakültesi	130	8.3
Sağlık Bilimleri Fak.	82	5.2
Diş Hekimliği Fak.	72	4.6
Fen Fakültesi	152	9.7
Müh-Mimarlık Fak.	105	6.7
Toplam	1563	100.0

Anketi yanıtlayanların % 9,7’si Fen Fakültesi ve Güzel Sanatlar Fakültesi öğrencileri, % 8,3’ü Veteriner Fakültesi, %8,2’si Hukuk

Fakültesi, %8,1’i Mesleki Eğitim Fakültesi, %7,4’ü Tıp Fakültesi, %6,7’si Mühendislik-Mimarlık Fakültesi ve İletişim Fakültesi, %6,6’sı Teknik Eğitim Fakültesi ve Edebiyat Fakültesi, %6,5’i İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, %5,8’i Ziraat Fakültesi, %5,2’si Sağlık Bilimleri Fakültesi, %4,6’sı da Diş Hekimliği Fakültesi oluşmaktadır.

2.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veriler, yüz yüze görüşmeye dayalı anket tekniği uygulanarak elde edilmiştir. 12 sorudan oluşan anket tesadüfi örnekleme metoduyla Selçuk Üniversitesi kampüsünde bulunan mevcut fakülte öğrencilerinden 1563 kişiye uygulanmıştır.

Anket formunda yer alan soruların bir kısmı yaş, cinsiyet ve okudukları fakülte ile ilgilidir. Diğer sorular ise sırasıyla şu şekildedir; “Medya okuryazarlığı hakkında bir bilgiye sahip misiniz?”, “Medya okuryazarlığının toplumun bilinçlenmesine katkı sağladığını düşünüyor musunuz?”, “Medya Okuryazarlığının eleştirel ve yaratıcı düşüncüyü geliştirdiğini düşünüyor musunuz?”, “Medya okuryazarlığı izlediklerimizi gerçek ve kurgu olarak ayırt edebilmemize katkı sağlar mı?”, “Medya okuryazarlığı zorunlu ders kapsamına alınmalı mıdır?”, “Medya okuryazarlığı dersinin pedagojik formasyon almış iletişim fakültesi mezunları tarafından verilmesini doğru buluyor musunuz?”, “Medya okuryazarlığı dersleri ile medyayı doğru okuyup anlayacağımızı düşünüyor musunuz?”, “Medyayı sıklıkla takip ediyor musunuz?”, “En çok hangi medya aracını takip ediyorsunuz?”.

Anket formları, katılımcılara birebir sorularak uygulanmıştır. Verilen cevaplar anket formuna işlenmiştir. Ankete katılanların daha doğru ve çekinmeden yanıt vermeleri açısından anket formlarına isimlerini yazmamaları önerilmiştir.

3. BULGULAR VE YORUM

Bu başlık altında öncelikle Selçuk Üniversitesi iç hedef kitlesi olarak değerlendirilen öğrencileri tarafından verilen yanıtlar aşağıdaki tablolarda aktarılmıştır.

Araştırmaya katılan 1563 kişinin %50,4’ü kadın, %49,6 sı ise erkektir. Katılımcıların %27,8’i, 18-20 yaş aralığında, %57,4’ü, 21-23 yaşa aralığında, %11,1’inin ise 24-26 yaş aralığında olduğu görülmüştür.

Tablo 2. Katılımcıların Medya Okuryazarlığı hakkında Sahip Oldukları Bilgi

	Frekans	Yüzde (%)
Evet	325	20.8
Hayır	640	40.9
Kısmen	598	38.3
Toplam	1563	100.0

Katılımcılara medya okuryazarlığı hakkında bir bilgiye sahip olup olmadıkları sorulmuş ve %20,8'inden evet, %40,9'undan hayır, %38,3'ünden de kısmen cevapları alınmıştır. Bu veriler ışığında, katılımcıların medya okuryazarlığı hakkında çok fazla bilgi sahibi oldukları söylenebilir.

Tablo 3. Katılımcıların Medya Okuryazarlığının Toplumun Bilinçlenmesine Katkısı Hakkındaki Düşünceleri

	Frekans	Yüzde (%)
Evet	865	55.3
Hayır	186	11.9
Kısmen	512	32.8
Toplam	1563	100.0

Medya okuryazarlığının toplumun bilinçlenmesine katkı sağlayıp sağlamadığını ortaya koymaya çalışan soruya verilen cevaplara bakıldığında, katılımcıların % 55,3'ünün evet dediği, %11,9'unun da hayır dediği görülmektedir. Katılımcıların %32,8'i ise medya okuryazarlığının toplumun bilinçlenmesi yönünde kısmen katkısı olduğunu düşünmektedir.

Tablo 4. Katılımcıların, Medya Okuryazarlığının Eleştirel ve Yaratıcı Düşünceyi Geliştirdiğine Dair Düşünceleri

	Frekans	Yüzde (%)
Evet	774	49.5
Hayır	184	11.8
Kısmen	605	38.7
Toplam	1563	100.0

Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin medya okuryazarlığının eleştirel ve yaratıcı düşünceyi

geliştirip geliştirmediğini ortaya çıkarmaya çalışan soruya verdikleri yanıtlar, % 49,5 ile evet, % 11,8 ile hayır ve yine %38,7 ile kısmen ifadesinden oluşmaktadır.

Tablo 5. Katılımcıların, Medya Okuryazarlığının Televizyondaki Gerçeği ve Kurguyu Ayırt Etmeye Katkısına Yönelik Düşünceleri

	Frekans	Yüzde (%)
Evet	817	52.3
Hayır	203	13.0
Kısmen	543	34.7
Toplam	1563	100.0

Ankete yanıt veren öğrencilerin % 52,3'ü medya okuryazarlığının televizyondaki gerçeği kurgudan ayırt etmemize katkı sağladığı fikrine katılırken, % 13'ü bu fikre hayır diyerek katılmamaktadır. Bu konuda kısmen diyenlerin oranı % 34,7 ile ifade edilmektedir.

Tablo 6. Katılımcıların, Medya Okuryazarlığının Zorunlu Ders Kapsamına Alınması Yönündeki Düşünceleri

	Frekans	Yüzde (%)
Evet	535	34.2
Hayır	388	24.8
Kısmen	640	50.0
Toplam	1563	100.0

Anketi yanıtlayan öğrenciler medya okuryazarlığının zorunlu ders kapsamına alınması yönünde %50 oranında kısmen diyerek, %34.2 oranında evet diyerek ve yine %24,8 oranında da hayır diyerek düşüncelerini ifade etmişlerdir.

Tablo 7. Katılımcıların, Medya Okuryazarlığı Derslerinin İletişim Fakültesi Mezunları Tarafından Verilmesi Gerektiği Yönündeki Düşünceleri

	Frekans	Yüzde (%)
Evet	832	53.3
Hayır	160	10.2
Kısmen	571	36.5
Toplam	1563	100.0

Medya okuryazarlığı dersinin pedagojik formasyon almış iletişim fakültesi mezunları tarafından verilip verilmemesi gerektiğini ortaya çıkarmaya çalışan soruda, anketi yanıtlayanların % 53,3'ü evet diyerek bu ifadeye katıldıklarını, % 10,2'si hayır diyerek katılmadığını, % 36,5'i ise kısmen katıldıklarını belirtmişlerdir. Yukarıdaki veriler değerlendirildiğinde medya okuryazarlığı dersinin iletişim fakültesi mezunları tarafından verilmesi gerektiğini söylemek mümkündür.

Tablo 8. Katılımcıların, Medya Okuryazarlığının Medyayı Doğru Okuyup Doğru Anlamaya Katkısı Yönündeki Düşünceleri

	Frekans	Yüzde (%)
Evet	719	46.0
Hayır	175	11.2
Kısmen	669	42.8
Toplam	1563	100.0

Katılımcılara medya okuryazarlığının, medyayı doğru okumaya ve doğru anlamaya katkısı olup olmadığı sorulmuş, anketi yanıtlayanların % 46'sı evet demiş, %11,2'si ise hayır demiştir. Katılımcıların %42,8'i de kısmen diyerek medya okuryazarlığının medyayı doğru okuma ve doğru anlama yönündeki katkısını ifade etmiştir.

Tablo 9. Katılımcıların, Medyayı Takip Etme Sıklıkları

	Frekans	Yüzde (%)
Evet	768	49.1
Hayır	200	12.8
Kısmen	595	38.1
Toplam	1563	100.0

Katılımcıların medyayı sıklıkla takip edip etmediklerini belirlemeye yönelik soruda, anketi yanıtlayanların % 49,1'i evet derken, % 12,8'i hayır yanıtını vermiştir. % 38,1'i ise kısmen diyerek medyayı takip ettiğini belirtmiştir. Bu veriler değerlendirildiğinde medyayı takip edenlerin oranının neredeyse %90 olduğu söylenebilir. O halde, medyanın hayatımızın vazgeçilmez araçlarından olduğu söylemek mümkündür.

Tablo10. Katılımcıların En Çok Takip Ettiği Medya Aracı

	Frekans	Yüzde (%)
Tv	386	24.7
Gazete-Dergi	212	13.6
İnternet	906	57.9
Radyo	53	3.4
Diğer	6	.4
Toplam	1563	100.0

Katılımcılara en çok hangi medya aracını takip ediyorsunuz diye sorulmuş ve %57,9'u internet yanıtını vermiştir. Katılımcıların, %24,7'si televizyon, %13,6'sı gazete-dergi gibi yazılı medyayı takip ettiğini belirtmiştir. Katılımcıların %3,4'ü ise en çok takip ettiği medya aracının radyo olduğu yanıtını vermiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Medyada verilen mesajlar gerek kişileri gerekse toplumları önemli ölçüde etkilemektedir. Medya okuryazarlığı ile hedeflenen amaç ise; medya tarafından iletilen mesajlarının doğru algılanmasıdır. Kısacası medya okuryazarlığı, kaynağı her ne olursa olsun, bilgiyi değerlendirip, onu yerinde kullanabilen bireyler yetiştirmeyi hedeflemektedir. Kitle iletişim araçlarının gelişimine paralel olarak iletişim kanallarının çeşitlenmesi, doğru bilgiye nasıl ulaşılacağına dair sorunları da beraberinde getirmektedir. Yoğun bilgi bombardımanı altında, medyanın sunduğunu bilinçsizce alıyor ve o oranda da etkileniyoruz. İşte bu nedenle medya okuryazarlığı dersleri ile bireylerin, medyaya eleştirel bakabilen, bilinçli alıcılar olarak yetiştirilmesi önem göstermektedir.

Yapılan araştırma sonucunda, öncelikle medya okuryazarlığı hakkında toplumun her katmanındaki bireylerin bilinçlendirilmesi ve bir farkındalık yaratılması gerekliliği öne çıkmıştır. Çünkü, medya okuryazarlığı ile ilgili ne kadar bilgi sahibi olunursa gerçek dünya ile medya tarafından kurgulanan dünya arasındaki sınır da o kadar kolay fark edilebilir ve medyanın zararlı etkilerinden kaçınılabılır. Bu bağlamda da medya okuryazarlığı dersinin önemi ve hatta zorunlu ders kapsamında değerlendirilmelidir.

dirilmesinin gerekliliğini vurgulamak mümkündür.

Medya okuryazarlığı eğitiminin bireylerin bilinçli bir medya tüketicisi olmasına katkı sağlayacağı ortaya çıkan bir başka sonuç olarak değerlendirilebilir. Çünkü iletişim ve teknoloji hayatımızın hemen hemen bütününe etkilemektedir. Yine bu dersin iletişim fakültesi mezunları tarafından verilmesi gerekliliği de katılımcılar tarafından özellikle dile getirilmiş önemli bir husustur. Medyayı doğru okumak ve doğru anlamak adına medya okuryazarlığı dersinin gerekliliği de katılımcılar tarafından ifade edilen bir başka noktadır. Araştırma sonucunda katılımcılar medyayı sıklıkla takip ettiklerini ve en çok interneti kullandıklarını belirtmişlerdir.

Sonuç olarak şu söylenebilir; küreselleşen dünya aynı zamanda, yeni bir eğitim biçimi olan medya okuryazarlığı gereksinimini beraberinde getirmiştir. En kısa zamanda disiplinler arası bir yaklaşım haline gelmesi gereken 'medya okuryazarlığı' için aşağıdakiler önerilebilir:

- 1- Gerek çocuklar gerekse yetişkinlere yönelik medya okuryazarlığı için bilgilendirme ve bilinçlendirme çalışmaları başlatılmalı, bu çalışmalar kapsamında konferanslar, work shoplar, paneller düzenlenmeli,
- 2- Ülkemizde medya okuryazarlığı zorunlu ders olarak okul müfredatlarına sokulmalı,
- 3- İlgili birimler tarafından bu konudaki uzman eğiticiler için kadrolar oluşturulmalı,
- 4- Medya okuryazarlığı alanında bütün paydaşlar dayanışma içinde çalışmalıdır.

KAYNAKÇA

Alver F (2006) Medya Yetkinliğinin Kuramsal Temelleri, KİLAD Derg, 7, 9-26.

Hobbs Renee (2004) Medya Okuryazarlığında Yedi Büyük Tartışma, Melike Türkan Bağlı (çev), Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Derg, 37 (1), 122-140.

RTÜK Medya Okuryazarlığı Projesi, www.rtuk.org.tr. erişim tarihi: 01.06.2012.

RTÜK (2007) İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı, Ankara.

<http://medyaoy.blogspot.com/>

<http://www.yasemininceoglu.com/makaleler10.php>, erişim tarihi: 08.06.2012.

İnceoğlu Y (2005) Medyayı Doğru Anlamak, <http://cukurova.academia.edu/NurcayTurkoglu/Books/225407/>, erişim tarihi: 11.06.2012.

<http://www.acikarsiv.gazi.edu.tr/dosya/medyaokuryazarligi.pdf>. erişim tarihi: 16.06.2012.

<http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/ogretmen.html>. erişim tarihi: 12.06.2012.