



akademia

MEDYA EĞİTİMİ BİR GÖZDEN GEÇİRME ZAMANI*

Bugünün öğrencileri medya tarafından bilgilendirilmekte, eğlendirilmekte ve eğitilmektedir. Erken çocukluk döneminden itibaren çocuklar; televizyon, radyo, gazete, dergi, film ve reklâmlarla içli dışlı olmaktadır. Kitle iletişim araçlarının ürünleri o kadar alışıldık ki; çocuklar için bu ürünlerin öğrenme, tutum ve davranış gelişimi sürecindeki olumlu/olumsuz etkileri göz ardı edilmektedir. Bunun da ötesinde, birçok ilk ve ortaöğretim okulu, medya bileşenlerini müfredatlarına dahil etmeyi reddettiklerinden, çok azı medya ürünlerinin nasıl alınıp, nasıl kavranması gerektiğini bilmektedir.

Medya eğitimi, ilk ve ortaöğretim müfredatının temel bileşenlerinden biri olmalıdır. Medya ürünlerini anlamak ve onların etkilerini bilip ona göre değerlendirmek, demokratik toplumda sorumlu vatandaşlığın ön koşuludur.

Temel Bilgi Kaynağı

Medya eğitimi sosyal bilgiler müfredatının bir parçası olmalıdır. Sosyal çalışmaların temel hedefine, özellikle de vatandaşlık eğitimi hedefine uygun olarak medya eğitimi, medyanın gücüne karşı farkındalık düzeyinin artırılmasını sağlayacak şekilde tasarlanmalıdır.

Barr, Barth ve Shermis'in belirttiği gibi¹, "Çoğu sosyal bilimler eğitimcisi, vatandaşlık eğitimi sosyal bilimler alanında eğitimin birincil hedeflerinden biri kabul etmektedir." 'Vatandaşlık' nasıl görülürse görülsün, toplumda doğru karar alabilme yeteneği temel vatandaşlık görevidir. Bugünün derin ekonomik, politik, sosyal problemleri ile ancak iyi bilgilendirilmiş ve ayırt etme becerisi gelişmiş bireyler baş edebilir. Birçok toplumda temel bilgi kaynağı olan medyanın imkânları, sınırlılıkları ve gücünün yeterince anlaşılması gerekmektedir.

İlk ve ortaöğretim düzeyi sosyal bilimler ders kitapları incelendiğinde, medya eğitimine çok az vurguda bulunduğu görülmektedir. Kaldı ki çeşitli medya mesajlarını analiz etme, sentez yapma ve yorumlama yetisinin etkili bir vatandaşlık için gerekli olduğu herkes tarafından kabul edilmiş olmasına rağmen; bu yeteneklerin geliştirilmesi için gerekli müfredat materyallerinin ne kadar az olduğu ortadadır.

Genel olarak eğitimciler, özel olarak da sosyal bilgiler eğitimcileri, medya eğitimi derslerinin okul müfredatlarına girmesi için mücadele etmelidir. Aksi takdirde sorun (kendiliğinden) kaybolmayacaktır; bilâkis sorun günden güne daha karmaşık hale gelmektedir. İnsan eylemlerinin hız ve karmaşıklığı arttığı için ve (tüm dünyada) bilgi genişlemeye devam ettiği için gerçekte kurguyu birbirinden ayırt edebilmek daha büyük bir önem kazanmıştır. Bu yetenek geliştirilmediği sürece, insanlar birkaç bireyin kontrolündeki bilgi toplama ve dağıtma sisteminin manipülasyonuna maruz kalacaktır.

* Allen, Michael G., Raymond S. H. Lee: *Mass Media Education - A Time for Review*, Social Studies, 71:2 (1980:Mar./Apr.) pp.52-55

Medya Ortamı

Medya öğrencilerin yaşamlarının tüm yönlerine girmektedir. Bolluğu nedeniyle genellikle varlığı ve gerekliliğinin farkına varılamayan medya, görülmeyen bir dünya inşa etmektedir. Öğrencinin bilişsel ve duygusal gelişiminde böylesine hayati rol oynayan, bu görülmeyen dünyanın anlaşılması önemlidir.

Roper Organizasyon'unun 1976'da yaptığı araştırmaya göre² Amerikan halkının % 95'i dünyada neler olup bittiğine dair haberlerinin büyük çoğunluğunu başlıca dört medyadan almaktadır: gazete, televizyon, radyo ve dergi.

Bir A.C. Nielson raporuna göre³, ortalama bir televizyon günde yaklaşık yedi saat açık kalmaktadır. Araştırma bulgularına göre⁴, ortalama bir Amerikan günde yaklaşık üç saat televizyon izlemektedir.

Daha önemlisi, tipik bir 13-19 yaş arası genç liseden mezun oluncaya kadar televizyon karşısında en az 15 bin saat harcarken, sınıfta sadece 10 bin 800 saat harcamaktadır.⁵ İlave olarak, aynı öğrenci 350 bin reklama maruz kalacak, 18 bin cinayete dolaylı olarak iştirak edecektir.⁶ Öğrencinin televizyon karşısında geçirdiği toplam süre, uyku haricindeki tüm aktivitelerinden daha fazladır. Amerikan çocuğu, ebeveyni ve öğretmenleri yerine medya tarafından yetiştirilmektedir.

Bugünün medyası sadece öğrencilerin bilgilendikleri, eğlendikleri veya eğitildikleri bir çevre değil, onların tutum ve davranışlarını şekillendiren güçlü bir kurumdur. Medyanın gündem belirleme işlevi üzerine çalışan Shaw ve McCombs, "kitle iletişim araçlarına maruz kalmanın neticesinde ortaya çıkan etkiler zincirinde, tutum ve kanaat değişiminde medyanın öncül olduğunu öne sürmüşlerdir. Medyaya maruz kalmanın etkilerini şu aşamalarda göstermişlerdir: Farkındalık → Bilgi → Tutum → Davranış"⁷

Bir ulusal ankete göre, çeşitli alanlardan Amerikalı otoriteler; Birleşik Devletler'de tüm ulusun üzerinde etkisi olabilecek kararları ve eylemleri etkileyebilen on sekiz kurum ve kuruluş arasında televizyonu, en güçlü kurum olarak değerlendirmiştir⁸. Öte yandan televizyonda görülen şiddet içerikli programların etkili bir şiddet ve suç öğreticisi olduğu görülmüştür. İlgili literatürde yapılan bir gözden geçirmede aşağıdaki modeller ve sonuçlar ortaya çıkmıştır:

1. Televizyonda şiddet ile saldırgan davranış arasında pozitif korelasyon (karşılıklı ilişki) vardır. Bu model - (*Tahrik-Saldırganlık*) Şiddet programları seyretmenin gençler arasında saldırgan davranışlar sergileme eğilimini arttırdığını öne sürmektedir.
2. Bazı çocuklar ve birçok suçlu tipler televizyondaki şiddet programlarını izleyerek suç ve şiddetin özel teknik ve yöntemlerini öğrenmekte ve/ya taklit etmektedir (*Öğrenme ve Taklit Modeli*).
3. Sosyal çevre ve aile gibi diğer etkenlere ilave olarak, televizyon izlemek çocuğun saldırgan davranış geliştirmesine neden olan bir faktördür (*Katkı Modeli*).
4. Şiddet izlemede tekrar, gerçek şiddet veya suça karşı duyarsızlaşma veya bağışıklık kazanma eğilimine neden olur (*Bağışıklık Modeli*).
5. Son model olan -*Boşalma*-ya göre, çocuklar televizyonda şiddet izleyerek kendi fantezilerini gerçekleştirirler. Ancak, bu model çok az araştırma sonucu ile desteklenmektedir.

Kitle Medyası: İlk Okuma Kitabı

Eğitmciler, medya eğitiminde öğrenme deneyimleri geliştirmeye girişmeden önce, medyayı anlamak için temelleri sağlam atılmış bir yaklaşım geliştirmelidir. Bu çaba içine girenlerin, öncelikle medyanın şu temel niteliklerini anlaması gerekir:

a) Öğrenciler hatırlamalıdır ki, medya genel olarak özel girişimlerdir, bu yüzden de kazanç odaklıdır.

Amerikan medyasının büyük çoğunluğu özel sektör girişimidir, eğitim amaçlı veya kamu kurumu olarak kurulmamıştır. Gazeteler, dergiler ve filmler kazanç odaklı olarak ürünlerini satmaya çalışan ‘iş’ dallarıdır. Amerika’da yayıncılık prensipte ticaridir, kazanç odaklıdır.⁹ Pember’e göre: “Medyanın yerine getirdiği görevlerden hiçbiri ekonomik işlevinden daha güçlü değildir.”¹⁰ Görünen odur ki, medya öncelikle kamu yararını gözetmekle değil, ürünlerinin daha çok satmasıyla ilgilenir. Medya, kimi zaman kamu yararı ve genel sosyal gereksinimleri göz önünde bulundururken, bu daha çok ikincil veya üçüncül derecede önceliğe sahiptir. İlave olarak, şu unutulmamalıdır ki, büyük çoğunluğunun başlıca geliri, izleyicinin gereksinimlerini daima göz önünde bulundurmayan (hatta onunla çelişen) reklâmlardan gelir.

b) Öğrenciler medyanın temel süreçlerini ve karakterini anlamalıdır.

Örneğin, haberler gerçekliğin ta kendisi değildir. Gerçeklik; insan düşüncesi, manipülasyon, olanaklar, sistem ve teknikler gibi en azından birkaç adımda işlendikten sonra aktarılmaktadır. Ortaokulda (ortaöğretim birinci kademe) medya eğitiminin önemine değinen Walter Cronkite;

Ortaokul mezuniyetinden önce, eğitimli bireyler için haberlerin nasıl okunacağı, radyonun nasıl dinleneceği ve televizyonun nasıl izlenip içeriğin ayırt edileceğine dair yurttaşlık eğitimi dersleri olmalıdır.¹¹

Genellikle haberler, özellikle de elektronik yayıncılıkta haberler çok kısa ve kabatasaktır. Kısalık, gazetecilikte aksiyomdur. Bill Moyers’e göre “Yirmiiki dakika akşam haberleri, dünyada ne olup bittiği hakkında kısaca bilgi sahibi olmak isteyenler için yeterlidir. Ancak bu özet insanların bir fikir, konu, olay hakkında fikir sahibi olup, görünen imajın arkasındaki olguyu anlamalarını sağlamayacak, yarar yerine zarar getirecektir.”¹² Bu realiteler, öğrencilerin çeşitli kitle medyalarının farklı karakteristikleri anlamasını gerektirir.

c) Öğrenciler anlamalıdır ki, televizyonda ve filmlerde tanımlanan ve sunulan dünya gerçek değildir.

Televizyonda ve filmlerdeki dünya yapaydır; yazarlar, üreticiler, yöneticiler tarafından şekillendirilmekte ve tasvir edilmektedir. Benjamin Stein bu konuda şöyle demektedir: Bugünün televizyon gösterileri alternatif bir realite sunmaktadır: televizyon için içerik üreten yazarların, prodüktörlerin zihnindeki gerçeklik.¹³ Stein’e göre “Fiziksel ve görsel pürüzsüzlüğün ötesinde, televizyon gerçek yaşamın sunduklarının çok ötesinde cazibeler sunar. Televizyonda her şey mutlu biter...”¹⁴

d) Öğrenciler anlamalıdır ki, medyanın gücü kamu ve özel kanaatleri etkilediği gibi, bireysel tutumları ve davranışları da etkilemektedir.

Öğrencilerin şunu anlaması önemlidir ki medya, öğrencilerin daimi ve (çoğunlukla) bilinçsiz olarak öğrendikleri ve etkilendikleri önemli ve en temel öğrenme ortamıdır. Buna ilave olarak anlamalıdır ki, çocukluklarının başlangıcından itibaren çeşitli kitle iletişim araçlarından etkilendiler. Öğrenciler şunu da öğrenmelidir ki, medyanın birçok kişinin üzerinde ciddi sosyal veya kişisel problemlerle sonuçlanan negatif etkileri olduğu kanıtlanmıştır.

e) Öğrenciler medyadaki sunumların içinden gerçekliği ayırt etmeyi öğrenmelidir.

Medyanın içeriğini güvenilir standartlara dayalı araştırmalar ile analiz edebilmek ve eleştirebilmek önemlidir. Öğrencinin eleştirel becerilerini geliştirmesine yardımcı olmak amacıyla güvenilir standartlar ve arkaplan materyali öğretmen tarafından sağlanmalı, öğrenci de bunlardan etkin bir şekilde yararlanmalıdır. Öğrencilerin, gerçeği kişisel kanaatten (kurgudan) ayırabilme yeteneğini geliştirmek önemlidir.

İyi hazırlanmış bir medya dersinde öğretmen belirli medya ürünlerinin içeriğini öğrencilere analiz ettirebilir, sınıfta tartışıp geliştirilen standartlara göre, izlediklerinin kritiğini yazdırabilir.

f) Öğrenciler anlamalıdır ki, medyadaki temsil ve sunumlar, dürüstlük ve objektifliğin yüksek standartları ile şekillenmemektedir.

Medyayı kontrol edenler de insandır ve haberleştirdikleri olayları dokunaklı veya sansasyonelleştirerek sunma hastalığına sık sık yakalanabilirler. Bunun dışında, olayların haberleştirilmesi hiçbir zaman tam olarak tarafsız, ön yargısız, objektif olamaz. Bazen muhabir editör veya haber müdürlerinin kişisel önyargıları, felsefeleri, çıkarları, tercihleri asıl olayın çarpıtılmasına neden olabilir. Daha ciddi olanı ise, önemli olay ve konuların tümü her zaman medyada yer (haber çerçeveleme) alamayabilir.

g) Öğrenciler bilmelidir ki, medyadaki reklamlar tüketicinin çıkarlarını en iyi şekilde gözetmeyi amaçlamaz.

Reklamların birincil amacı, malların veya hizmetlerin en etkili şekilde satışını sağlamaktır. Reklamcılar arzu edilen hedefe ulaşmak için mümkün olan tüm araçları kullanır. Aslında, birçok reklam etik değildir ve yanlış yönlendirme eğilimlidir. Bu yüzden öğrenciler, çeşitli formlarda karşlarına çıkan reklamların içinden gerçeği ayırıp çıkartmayı öğrenmelidir.

h) Öğrenciler anlamalıdır ki, medya ürünlerinin kalitesini arttırmanın en iyi yollarından biri tüketicilerin eylemleridir.

Öğrenciler bilmelidirler ki FCC - Federal İletişim Komisyonu [*Federal Communications Commission*] medyadaki istenmeyen nitelikteki içerik ve uygulamaları kontrol etmek için kısıtlı bir yetkiye sahiptir. Öğrenciler bilmelidir ki, daha kaliteli programcılık ve reklamcılığın teşviki için tüketicinin sorumluluğunun ve gücünün farkına varmasını sağlamak gerekmektedir. Hatırlamalıdır ki, bir takım tüketici grubu, PTA, AMA ve Çocuk Televizyonu için Aksiyon [*Action for Children's Television*], bazı program ve reklamlara karşı oldukça aktif ve başarılı kampanyalar düzenlemiş, etkin ve başarılı olmuşlardır.

Bu önerilere ilave olarak, ilgili eğitimciler aşağıdaki bazı kaynakları okumalıdır. Kamu okullarında medya eğitimini güçlendirme çabalarına yardımcı olmak amacıyla bu kaynaklar önerilmiştir.¹⁵

Agee, Warren K., Philip H. Ault, and Edwin Emery. *Introduction to Mass Communications*. New York: Harper and Row, 1976, 5th. Ed.

İlk olarak 1960'ta çıkarıldı, bu metin basılı gazeteciliğe yoğunlaşmaktadır. Ancak bu son baskısı elektronik yayıncılık, film, reklam ve halkla ilişkiler konularını da kapsamaktadır.

Bittner, John R. *Mass Communication: An Introduction*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1977. Bu kitap incelenen tüm metinler içinde en çok materyal sunandır.

Davison, W. Philips, James Boylan, and Frederick T.C. Yu. *Mass Media: Systems and Effects*. New York: Praeger, 1976. Bu kitap medya tarihi, karşılaştırmalı sistemler, içerik nasıl şekillendirilir, iletişim kanalları ve medya etkisi konularını içermektedir. Araştırma odaklı bir kitaptır.

Francois, William. *Introduction to Mass Communications and Mass Media*. Columbus: Grid Publishing, 1977. Bu gazetecilik ve elektronik yayıncılığa giriş mahiyetinde bir metindir. Medyanın etkileri ve teori, medyada içerik ve kontrol gibi medyanın tüm yönleri üzerine hazırlanmış çok iyi materyal sunan bir kitaptır.

Hicks, Ronald G. *A Survey of Mass Communication*. Gretna: Pelican Publishing Company, 1977. Bu çalışma tüm kitle iletişim araçlarını kapsamaktadır.

Mankiewicz, Frank and Joel Swerdlow. *Remote Control: Television and the Manipulation of American Life*. New York: The New York Times Book Company, Inc., 1978. Bu

kitap televizyonda şiddet, aile programları, televizyon haberleri, televizyonun insan haklarına etkileri ve kadının rolü, izlenme oranları ve tüketiciler gibi televizyonla ilgili birtakım önemli sorunları tartışmaktadır.

Murphy, Robert D. *Mass Communication Human Interaction*. Boston: Houghton-Mifflin, 1977. Bu kitap hem kişilerarası iletişim hem de kitle iletişimi kavramları ile ilgilidir.

Pember, Don R. *Mass Media in America*. Chicago: Science Research Associates, 1977, 2nd. Ed. Bu kitap medya tarihi ile ilgili eşsiz diyaloglar içermektedir. Medyanın ticari boyutuna eleştirel yaklaşan bu kitap çok sistematik olarak hazırlanmıştır.

Rissover, Frederic, and David C. Birch, eds. *Mass Media and the Popular Arts*. New York: McGraw-Hill, 1977, 2nd ed. Bu kitap medya ve eğitim, üretim ve sanat formları, medya ve çocuk, sansür, Siyahi kültür, imajlar ve kalıplaşmış yargılar gibi konuları içermektedir.

Voelker, Francis, and Ludmilla Voelker, eds. *Mass Media: Forces in Our Society*. New York; Harcourt, Brace, Jovanovich, 1975, 2nd. Ed. Televizyonda şiddet, güncel sorunlar, medya kullanımı, eğlence programları vb. gibi çeşitli konular için iyi bir okuma kitabıdır.

Wells, Alan, *Mass Media and Society*. Palo Alto: Mayfield Publishing Company, 1979. Bu okuma kitabı ise kitle iletişimi, süreçler, basın, radyo, televizyon, reklam, haber, şiddet, basın yasaları gibi konularda kırkdokuz makale içermektedir.

Öğrencilerin medyanın temel doğasını anlamalarının gerekliliği çok açıktır. Öğrencilerin günlük yaşamında medya çok önemli bir ortam oluşturmasına rağmen, bugünün öğrencileri medyanın işleyişi ve rollerini yeterince bilmemektedir. Medya her geçen gün daha fazla günlük yaşamımızı istila ettiği için, onun doğasının daha iyi anlaşılması gerekmektedir.

Medyanın sadece gündem belirleme fonksiyonu değil; insanların karar almalarını kontrol etme gücü, yaşama karşı bilişsel ve duygusal tepkilerini etkileyebilme gücü dehşet vericidir. Sosyal bilimlerde karar alma ve eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesi temel amaç olarak kabul edilirken, bunu gerçekleştirmeleri için öğrencilere daha ciddi bir çabayla yeterince destek olunmamaktadır. Görünen odur ki medya, insanları -uluslararası veya değil- doğal çevrelerine karşı pasifçe tepkisiz kalma doğrultusunda eğitmektedir. Birleşik Devletler’de sosyal ve politik ilgisizliğin yayılmasında bu durumun etkili olabilmesi şaşırtıcıdır.

Vatandaşlar bilgi anlamında ağırlıklı olarak medyadan beslenmeye devam ettikçe, kendi eylemlerinin medya tarafından yönetildiği gerçeğini anlamaları kaçınılmazdır. Herhangi bir yeteneğin geliştirilmesinde olduğu gibi, medya ürünlerinin akıllı tüketicileri olmaları ve bu konuda yeteneklerinin geliştirilmesi için öğrencilerin erken yaşlardan itibaren yetiştirilmeleri önemlidir.

Sonuç olarak, Gentry ve Shalleross’un aşağıda yer alan ve yankısıyla bu makalenin önemine vurguda bulunan fikirlerini okuyucunun dikkate alması önerilir:

“Belkide okullar öğrencilere belirli enformasyon ve değerleri aşlamaya çalışmak yerine; öğrencileri bombardmana tutan hızlı iletişim dünyasının enformasyon ve değerlerini çözümlene yetisi kazandırmaya yoğunlaşmalıdır.”¹⁶

Dipnotlar

1. Robert D. Barr, James L. Barth and S. Samuel Shermis. *Defining the Social Studies*, Bulletin 51, National Council for the Social Studies, 1977, p. 58
2. The Roper Organization, *Changing Public Attitudes Toward Television and Other Mass Media 1959-1976* (New York: Television Information Office, 1976), p. 3.
3. Don R. Pember, *Mass Media in America* (Palo Alto: Science Research Associates, 1977), p. 189.
4. See Roper Organization, *Changing*, p.5 and Charlene J. Brown, Trevor L. Brown and William L. Rivers, *The Media and the People* (New York: Holt, Rinehart, and Winston, 1978), p. 64.
5. See Newsweek, "What TV Does to Kids" (February 21, 1977), p. 63.
6. Ibid.
7. Donald L. Shaw and Maxwell E. Mc Combs, *The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press* (St. Paul: West Publishing Co., 1977), p.4.
8. "Who Runs America? A National Survey," *U.S. News and World Report* (April 22, 1974), p. 34.
9. Harry J. Skornia, *Television and Society* (New York: McGraw-Hill, 1965), p. 7.
10. Pember, *Mass Media*, p. 44.
11. Walter Cronkite, "An Evening with Walter Cronkite, Speech Communication Assoc. Conference, July 1975, Austin, Texas, Side Two, Audio Cassette Tape by Speech Communication Association, Fall Church, Virginia.
12. Larry Van Dyne, "Interview: Bill Moyer's Personal Brand of Journalism," *The Chronicle Review*, Supplement to *The Chronicle of Higher Education*, January 22, 1979), p. 5.
13. Benjamin Stein, "Here's Why Life on TV is So Different from Reality", *TV Guide* (January 20-26, 1979), p. 5.
14. Ibid., p. 6.
15. Some annotations were quoted from C. Sterling, "Mass Communication and Society Texts: An Overview"; *Mass Comm. Review* 5 (Winter, 1978), pp. 9-17.

16. Castelle G. Gentry and Margaret Shallcross, “Mass Media Instruction: A Missing Link?” *Educational Leadership* (December, 1971), p. 258.

Mart/Nisan 1980 © Heldref Publications.