

Avrupa Birliği'nde Medya Okuryazarlığı: Düzenleme ve Çalışmalarda Gözlemlenen Eğilimler

Media Literacy in the European Union : Tendencies Observed in the Regulations and the Studies

Ayşen Akkor Gül, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, aysengul@istanbul.edu.tr

Öz *Bu çalışma Avrupa Birliği'nin medya okuryazarlığı politikası hakkında olup, medya okuryazarlığı düzenleme ve çalışmalarında gözlemlenen başlıca eğilimleri araştırmayı hedeflemektedir. Bu nedenle çalışmada Avrupa Birliği'nin medya okuryazarlığı politikasının gelişimi ve hedeflerini saptamak için alan yazın taraması yapılmıştır. Çalışmanın ulaştığı bazı sonuçlar şunlardır: Politika üreticileri medya okuryazarlığını giderek önemsemektedir. Avrupa Birliği'nin bildiri tavsiye kararına dönüştürmesi gelişimin ifadesi olarak değerlendirilebilir. Avrupa Birliği medya okuryazarlığını demokratik katılım, aktif vatandaşlık ve sosyal bütünleşmenin önemli bir aracı olarak görmektedir. Dolayısıyla medya okuryazarlığı hedeflerinin oldukça abartılı olduğu iddia edilmektedir. Avrupa Birliği'nin gerekliliği sadeleştirmeyi yapmaması durumunda, medya okuryazarlığı hedeflerine ulaşılması mümkün gözükmemektedir.*

Anahtar Kelimeler: *Avrupa Birliği, Medya Okuryazarlığı, Eğilimler*

Abstract This study is about the European Union's Media Literacy Policy and its main concern is to observe the leading tendencies in the media literacy studies and regulations. Therefore the recent literature is examined in order to find out the development and the goals of the European Union's media literacy policy. Some the findings are: Media literacy is becoming a priority for policy-makers recently. The move from a communication to a recommendation is a sign that progress is being made. However looking at the regulations and studies it is seen that the goals of the media literacy is not clear. The European Commission considers media literacy an essential factor of democratic participation, active citizenship and social cohesion. So the goals are rather grandiose and the European Union has to limit the requirements of media literacy. Otherwise media literacy will never achieve its ends.

Key Words The European Union, Media Literacy, Tendencies

1. GİRİŞ

Günümüzde görsel-işitsel paylaşım sayısal teknolojiler sayesinde baş döndürücü bir hız ve kapasiteye ulaşmıştır. Birey bu sürece ‘bilgi’ ve ‘erişim’ olanakları dâhilinde katılmakta; hatta çoğu zaman da oluşturduğu iletiler ile ‘kaynak’ rolünü üstlenmektedir. Uzmanların önemle belirttiği gibi bireyin sayısal paylaşımında yer alması öncelikle ‘teknolojik yatırım’ gerekli kılmalıdır. Ne var ki, bireyin ‘yeni medyadan’¹ etkin bir biçimde yararlanabilmesi teknolojiye erişimin sağlanmasının ötesinde verilecek ‘eleştirel medya eğitimi’ ile mümkün olabilir. Aksi takdirde görsel-işitsel paylaşımındaki ‘kirlilik’ doğru okuma biçimleri geliştiremeyen bireyin sömürülmesine ve yanlış yönlendirilmesine neden olabilir. Uzmanların da önemle kaydettiği gibi söz konusu eğitim ‘yaşam boyu’ devam edecek bir değişim sürecini ifade etmektedir (Buckingham, 2003). Zira kullanılan araçlar değiştikçe verilen eğitim de süreklilik kazanacaktır. Bu noktada Avustralya, Kanada ve İngiltere gibi medya okuryazarlığı konusunda lider konumdaki ülkelerdeki çalışmalar aydınlatıcı niteliktedir (Kubey, 1998). Öte yandan Avrupa Birliği’nin özellikle son beş senedir ‘medya eğitimi’ konusunda yürüttüğü çalışmalar, üyeliğe aday konumundaki Türkiye için ayrı bir önem taşımaktadır. Zira Türkiye’deki medya eğitimi uygulamaları henüz istenen düzeye ulaşamamıştır (Gül & Tekinalp, 2011). Ayrıca Avrupa Birliği’nin genel hatlarıyla tavsiye kararları ve yönergeler ile çizdiği politikalar, üye ve üyeliğe aday devletlerin politikalarının şekillendirilmesinde önemli bir rol üstlenmektedir.

Avrupa Birliği çalışmalarına baktığımızda ‘medya okuryazarlığı’ kavramının ‘medya eğitimi’ gibi kullanımlar yerine tercih edildiğini görmekteyiz. Oysa alan yazında ‘medya eğitimi’ ifadesi ‘medya yetkinliği’ ve ‘medya okuryazarlığı’ gibi sözcüklerin yanı sıra sıkça karşılaştığımız kavramlar arasında yer almaktadır. Aslında ‘medya yetkinliği’ veya ‘medya okuryazarı’ kavramları medya eğitiminin sonucundaki ‘değişimi’ ifade etmektedir. Dolayısıyla Avrupa Birliği de medya eğitimi ile gelen bu ‘olumlu değişime’ vurgu yapmak için ‘medya okuryazarlığı’ kavramını tercih etmektedir. Bu noktada medya eğitimi alan kişilerde gelişmiş olması beklenen başlıca özellikleri hatırlamakta fayda vardır. Avrupa Konseyi’nin raporunda bunlar şu şekilde sıralanmıştır: “medya sunumlarını herhangi bir ön yargıya kapılmadan eleştirel bir biçimde inceleyebilme; doğru iletişim aracını seçip, kendi mesajını etkin bir biçimde hedef kitleye ulaştırabilme” (European Commission, 2011a). Dolayısıyla ‘medya okuryazarlığı’ kavramı, hem eleştirel bir biçimde ‘okumayı’ hem de aktif olarak iletişim ortamına katılımı yani, ‘yazarlığı-üretimi’ vurgulamaktadır. Ofcom’a göre medya okuryazarlığı “birçok farklı ortama erişebilmek, iletileri anlamak ve kendi iletilerini oluşturmak olarak tanımlanmıştır (Buckingham, 2009:3). Avrupa Birliği Komisyonu da

¹ Sayısal teknolojilerin iletişim araçlarında kullanımı, bilgisayar, görsel-işitsel medya ve telekomünikasyon gibi sektörlerin yeni ürün ve hizmetler vermek için bir araya gelmesine, diğer bir ifade ile ‘yöndeşmesi’ne neden olmuştur. Bu durum bireylerin gündelik yaşam pratiklerini ve toplumsal hayata katılım süreçlerini tamamıyla yeniden şekillenmesine yol açmıştır. Günden güne çeşitlenen medya teknolojileri karşısında uzmanlar ‘geleneksel’ ve ‘yeni’ medya gibi sınıflandırmalar geliştirmeye gerek duymuşlardır. Radyo, gazete, sinema ve televizyon gibi araçlar ‘geleneksel medya’ kavramı altında toplanırken, dijital kodlama sisteminde temellenen bilgisayarlar, cep telefonları, oyun konsolları ve ipod gibi araçlar ise, ‘yeni medya’ başlığı altında ele alınmaktadır. Yeni medyanın ayırt edici en temel özellikleri ‘etkileşimli’ ve ‘multimedya biçimine’ sahip olmasıdır.

medya okuryazarlığını benzer bir biçimde 'gündelik yaşamımızın ve çağdaş kültürümüzün parçası olan ileti, ses ve görüntülere erişebilme, onları inceleme ve değerlendirme; ayrıca medyayı yetkin bir biçimde kullanarak iletişim kurmak"(European Commission, 2008: 13) şeklinde ifade etmiştir.

Öte yandan tüm dünyada medya okuryazarlığı çalışmaları 'yeni medya' ile birlikte farklı bir sürece girmiştir. Avrupa Birliği'nde ise medya eğitimi uluslararası kurumun geleceğe yönelik hedefleri ile yeniden yapılandırılmaktadır. İşte bu çalışma, Avrupa Birliği'nin medya okuryazarlığı konusunda attığı adımları, uzmanların işaret ettiği tehlikelere ışık tutacak şekilde ulaşılan tüm kaynakları değerlendirerek araştırmayı hedeflemektedir. Dolayısıyla Avrupa Birliği'nin medya eğitimi konusundaki düzenleme ve araştırma sonuçları makalenin sınırlarını oluştururken; uzmanların bu çalışmalar hakkında yaptığı değerlendirmeler ayrıca irdelenecektir. Avrupa Birliği'nin medya okuryazarlığı politikasındaki 'eğilimleri' tespit etmeye yönelik hazırlanan bu çalışmanın, özellikle Türkiye'de yürütülen araştırma ve uygulamalara veri sağlaması bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

2. Avrupa Birliği'nin Medya Okuryazarlığı Politikası'nın Gelişimi

Uluslararası kurumun 'medya okuryazarlığı' konusuna eğilmesi 2000'li yıllara rastlar. Hâlbuki medya eğitiminin önemi uzunca bir zamandır konunun uzmanları tarafından çeşitli platformlarda ifade edilmiş ve politikacılar bu konuda projeler geliştirmeye teşvik edilmiştir. Örneğin, Unesco'nun medya eğitimi konusuna dikkatleri çekmesi 1980'li yıllara kadar uzanmaktadır. Uluslararası kurum Grunwald (1982)², Toulouse (1990)³, Viyana (1998)⁴ ve Seville'de (2000)⁵ konferanslar ve Paris'te 2005 ve 2007 yıllarında seminerler gerçekleştirmiş; 2007 yılından itibaren de medya okuryazarlığını daimi çalışma konuları arasına katmıştır (European Commission, 2008:11-12).

Avrupa Birliği'nin bu konudaki girişimleri ise oldukça gecikmiş bir adım olarak değerlendirilmektedir (Buckingham, 2009). Uluslararası kurumun bu alanda uzun yıllar sessiz kalıp 2000'li yıllarda birdenbire medya okuryazarlığı konusuna yönelişi olumlu bir gelişme olarak yorumlanırken, bu ani değişikliğin nedenleri de yeni bir tartışma başlatmıştır. Yaygın bir görüşe göre Avrupa Birliği, görsel-işitsel politikasında zaman içerisinde 'korumacılıktan' vazgeçmiş ve 'pazar güçlerine' teslim olmuştur.⁶ Böylece serbestleşen

² Eğitim ve öğretimde medyanın etkisi ve medya eğitiminin önemi ilk kez Grunwald Deklarasyonu'nda açıklanmıştır.

³ Medya eğitimi sistematik bir biçimde tanımlanmıştır.

⁴ Sayısal gelişmeler ve yeni iletişim ortamlarının bir sonucu olarak medya eğitiminin yeniden yapılandırılması gerektiği görüşü kabul edilmiştir.

⁵ Beş alanda gerçekleştirilecek bir eylem planı hazırlanmıştır. Söz konusu alanlar şu şekilde tanımlanmıştır:1) Araştırma; 2)Eğitim;3) Okullar, medya, sivil toplum kuruluşları, özel ve kamu kuruluşları arasında işbirliği; 4) Kamusal alanın desteklenmesi, toplumun medya ile ilişkisini güçlendirme.

⁶ Bu durum konun uzmanlarınca çeşitli örneklerle somutlaştırılmaktadır: Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Komisyonu'ndaki DG X, DG XV gibi genel müdürlükler kartel yayıncılığının önüne geçmek amacıyla 'medya sahipliği' konusunda çeşitli düzenlemeler yapmışlar; ancak pazar güçlerinin

medya ortamındaki bireyin durumu çözümlenmesi gereken bir konu olarak önem kazanmıştır. Bu noktada medya eğitimi bireye eleştirel medya kullanım pratikleri kazandırmak üzere gündeme getirilmiştir. İşte bu nedenle Avrupa Birliği medya okuryazarlığı çalışmalarına hız vermiştir. Dolayısıyla medya okuryazarlığı çalışmaları Avrupa Birliği'nin görsel-ışitsel alanda benimsediği 'neo-liberal' stratejinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Buckingham, 2009).

Bir diğer görüş ise sayısal teknolojilerin gelişimi ile birlikte bireyin iletişim dünyasında 'değişen rolüne' dikkatleri çekmektedir. Birey yeni medya ortamında salt tüketici konumundan sıyrılmış ve üreten kaynak rolünü üstlenmiştir. Ayrıca çevrimiçi ortamda her an artan içerik, öngörülemeyen miktarda gerçek veya gerçek dışı enformasyonun paylaşımına sunulmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda medya okuryazarlığı 'yeni medyanın' eleştirel bir biçimde takip edilebilmesi için bir gereklilik olarak ortaya çıkmıştır (Livingstone, 2006). Dolayısıyla bu yaklaşıma göre Avrupa Birliği'nin medya okuryazarlığına yönelişi özellikle 'yeni medyanın gelişimi' ve 'bireyin yeni konumu' ile ilintilidir.

Avrupa Birliği'nin 'medya okuryazarlığı' konusu ile ilgili düzenlemelerini inceleyecek olursak *Sayısal Ortamda Medya Okuryazarlığına Bir Avrupa Yaklaşımı* başlıklı bildirim (2007) ve *Rekabet Edebilirliği Daha Yüksek Bir Görsel-İşitsel İçerik Sanayi ve Kapsayıcı Bir Bilgi Ekonomisi için Sayısal Ortamda Medya Okuryazarlığı* başlıklı tavsiye kararı (2009) gibi bir dizi yasal çalışmaya rastlamaktayız. Ayrıca üye devletler için bağlayıcılığı olan *Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi*'nin (2007) ilgili maddeleri, medya okuryazarlığı konusunda kurallar getirmiştir. Bu metinlerin oluşturulma süreçlerinde de bir dizi ön çalışmadan bahsetmek mümkündür. Şöyle ki, medya okuryazarlığı girişimini başlatan kurum Avrupa Parlamentosu olmuştur. Parlamento 2005 yılında Avrupa Birliği Komisyonu'ndan 'medya okuryazarlığı' konusunda politika üretmesini istemiştir. Bunu takiben danışma komitesi niteliğindeki 'Medya Okuryazarlığı Uzman Grubu' oluşturulmuştur. Grubun ilk çalışmalardan biri yasal düzenlemelerde yer alan medya okuryazarlığı tanımının geliştirilmesi olmuştur. Takip eden bölümlerde söz konusu çalışmalar detaylı bir biçimde irdelenecektir. Ne var ki, Avrupa Birliği'nin medya okuryazarlığı çalışmalarında *eAvrupa* girişimi ve *Lizbon Stratejisi* gibi oluşumların izlerini görmek de mümkündür. Üstelik Buckingham gibi medya eğitimi uzmanları Avrupa Birliği'nin özellikle Lizbon Stratejisi ve takip eden eylem planlarındaki 'e-eğitim' ve 'teknoloji kullanımı' ile ilgili hedeflerinin medya okuryazarlığı çalışmalarına yansıtılmasını ciddi bir tehlike olarak görmekte ve eleştirmektedir (2009). Gelişmeleri değerlendiren Livingstone Avrupa Birliği'nin medya okuryazarlığı hedeflerini fazla 'abartılı' bularak medya okuryazarlığının amacına ulaşabilmesi için bunların sadeleştirilmesi gerektiğini önemle kaydetmiştir (2011:31-34). Drotner da benzer bir biçimde Avrupa Birliği'nin medya okuryazarlığı konusundaki hedeflerinin yeterince 'açık' ve 'ulaşılabilir olmadığını' yazmıştır (2011,36-37). Bu nedenle araştırmada öncelikle Avrupa Birliği'nin geleceğe yönelik sosyo-ekonomik perspektifini ortaya koyan *eAvrupa Girişimi*, *Lizbon Stratejisi* ve bu bağlamdaki eylem planları ile *i2010*

muhalefeti neticesinde bunların hiçbiri sonuçlandırılmamıştır (Harcourt, 2006: 62-94)). *Smırsız Avrupa Televizyonu Yönergesi* (1989) ile *Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi*'ndeki (2007) reklam ile ilgili kurallar karşılaştırıldığında da düzenlemelerin 'pazar lehine' esnekleştirildiği gözlenmektedir.

Girişimi'ni genel hatları ile ele alacağız. Daha sonraki bölümlerde ise medya okuryazarlığı ile ilgili düzenleme ve çalışmaları 'eğilimleri' tespit etmek açısından değerlendireceğiz.

3. Avrupa Birliği'nin Geleceğe Yönelik Perspektifini Ortaya Koyan Gelişmeler

Bu bölümün alt başlıklarında sırasıyla *eAvrupa Girişimi*, *Lizbon Stratejisi* ve bu bağlamdaki eylem planları ile *i2010 Girişimi*'ni Avrupa Birliği'nin sosyo-ekonomik hedeflerini belirlemek üzere irdeleyeceğiz. Zira söz konusu çalışmaların, medya okuryazarlığı ile ilgili düzenleme ve uygulamaları önemli ölçüde etkilediği iddia edilmektedir.

3.1. *eAvrupa Girişimi*

Avrupa Birliği Konseyi'nin 10-11 Aralık 1999 tarihlerinde Helsinki'de düzenlenen ve 'genişleme' gibi birçok önemli konunun tartışıldığı toplantısında *eAvrupa Girişimi* benimsenmiştir. Avrupa'yı gerçek bir enformasyon toplumuna dönüştürmeyi hedefleyen *eAvrupa Girişimi*'nin başlıca hedeflerinin arasında şunlar yer almaktadır: gençlerin sayısal çağa hazırlanması, ucuz ve hızlı internet erişiminin sağlanması, e-ticaretin geliştirilmesi, güvenli erişim için akıllı kartların kullanımının arttırılması, çevrimiçi devlet hizmetlerinin yaygınlaştırılması gibi. Bu toplantıda Avrupa Komisyonu'nun Avrupa Birliği Konseyi ile işbirliği içinde bir *eAvrupa Eylem Planı* hazırlaması ve 23-24 Mart 2000 tarihinde Lizbon'da yapılacak olan Avrupa Birliği Konseyi toplantısında bir ilerleme raporu sunması kararlaştırılmıştır (European Parliament, 1999).

3.2. *Lizbon Stratejisi*

Avrupa Birliği Konseyi'nin 23-24 Mart 2000 tarihlerinde Lizbon'da gerçekleştirdiği zirve toplantısında ise, genel hatlarıyla istihdamı arttırmak, ekonomik reformu gerçekleştirmek ve sosyal bütünleşmeyi kuvvetlendirmek için stratejik hedeflerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Zirvede önce Helsinki'de öngörülen ilerleme raporu Avrupa Birliği Komisyonu tarafından sunulmuş; sorunlar dile getirilmiş ve daha sonra Avrupa Birliği'nin geleceği hakkında değerlendirmeler yapılmıştır. 2000 yılında Avrupa Birliği'nin makroekonomik görünümünün iyi olduğu; ancak istihdam seviyesinin düşük, hizmet sektörünün az gelişmiş, 15 milyonun üzerinde işsiz olduğu ve bilişim sektöründe beceri açığının bulunduğu kaydedilmiştir. Bu nedenle çözüm olarak bilgiye dayalı ekonomiye geçiş bir an evvel sağlanmalı, enformasyon toplumu için yeni politikalar oluşturmalı, yapısal reformlar hızlandırılmalı ve insan kaynaklarına yatırım yapmalıdır. Nihai hedef Avrupa Birliği'ni 2010 yılı itibariyle dünyadaki 'en dinamik' ve 'rekabet edebilirliği en yüksek' 'bilgi ekonomisine' dönüştürmektir. Bunları gerçekleştirebilmek için 'enformasyon toplumu', 'eğitim ve öğretim', 'araştırma geliştirme', 'iç pazar', 'işgücü' ve 'makro ekonomik politikalar arası koordinasyon' gibi çalışma alanları saptanmıştır. Ayrıca yeni iletişim ve bilgi teknolojileri ile donatılacak olan Avrupa'da toplumsal bütünleşmenin ve demokratik katılımın üst düzeyde sağlanabilmesi için yaşam boyu öğrenim planlarının hazırlanacağı duyurulmuştur.

Ne var ki, bilgisayar ve internet temelli enformasyon toplumu ve *e-Avrupa* hedefine yönelik çalışmalarda medya okuryazarlığı konusunda herhangi bir hedef belirlenmemiştir. Buna karşılık e-egitim konusunda hızla projeler geliştirilmiş; örneğin, ilk etapta 30 projeye 3,5 milyon Euro'luk bir yardımda bulunulmuştur (European Commission, 2008: 7). Öte yandan medya okuryazarlığı konusunda üç çalıştay gerçekleştirilmiştir. Örneğin, çocukların medyadaki şiddet içeriklerinden korunması ile özdenetimin geliştirilmesi konulu çalıştayda Avrupa Birliği Komisyonu'nun Eğitim ve Kültürden sorumlu Komiseri Viviane Reding özellikle yeni medya ile birlikte medya okuryazarlığının önemine dikkatleri çekmiştir. Reding 'Güvenli İnternet Programı' (2003-2004) çerçevesinde ebeveyn ve öğrencileri güvenli internet yönetimi ve araçlarıyla donatmayı hedeflediklerini açıklayarak, "enformasyona nasıl ulaşılacağı ve enformasyonun nasıl yorumlanacağı konusunda medya eğitiminin şart olduğunu" belirtmiştir (Reding, 2003).

3.3. *eAvrupa+*, *eAvrupa 2002 Eylem Planı* ve *eAvrupa 2005: Herkes için Enformasyon Toplumu Eylem Planı*

11-12 Mayıs 2000 tarihlerinde Varşova'da düzenlenen Avrupa Bakanlar Konferans'ında Avrupa Birliği ülkeleri tarafından Lizbon Zirvesi'nde ortaya konan stratejik hedefler Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri tarafından benimsenmiştir. Sonuç olarak Avrupa Birliği'ne aday ülke konumundaki devletler *eAvrupa* benzeri bir eylem planı hazırlamaya karar vermişlerdir. Hazırlanan eylem planı 2001 yılının Haziran ayında Göteburg'da yapılan Avrupa Birliği Konseyi toplantısında kabul edilmiştir. *eAvrupa+* adı verilen bu girişim aday ülkelerin özel durumlarının yanı sıra *eAvrupa*'nın öncelikli amaçlarını yansıtmış; örneğin, ülkelerin ekonomilerinin yenilenmesi, modernizasyonun hızlandırılması ve rekabet güçlerinin geliştirilmesi için aşamalar sıralamıştır.

Avrupa Birliği Konseyi 19 ve 20 Haziran 2000 tarihlerinde ise, Santa Maria de Feira'da toplanmış; birçok başlığın yanı sıra Lizbon Stratejisi'nin hedeflerini gerçekleştirilmesine aracı olacak bir eylem planı tartışılıp, kabul edilmiştir. *eAvrupa 2002 Eylem Planı*; internet kullanımının maliyetlerinin düşürülmesi, daha hızlı ve güvenli internet erişimi, tüm öğretmen ve öğrencilerin internet kullanım becerilerinin geliştirilmesi, Avrupa gençliğinin sayısal çağa hazırlanması, yaşam boyu öğrenimin desteklenmesi, bilgi tabanlı ekonomiye işgücünün yetiştirilmesi, eticaretin hızlandırılması, kamu hizmetlerine elektronik erişimin sağlanması gibi konularda çalışmaların sürdürülmesi gerektiğini yinelemiştir (European Parliament, 2000).

21-22 Haziran 2002 tarihlerinde Sevilla'da gerçekleşen Avrupa Birliği Konseyi toplantısında da *eAvrupa 2002 Eylem Planı*'nın devamı olarak hazırlanan *eAvrupa 2005: Herkes için Enformasyon Toplumu Eylem Planı* kabul edilmiştir (European Commission, 2002). Planda 'en dinamik' ve 'rekabet edebilirliği en yüksek' bilgi ekonomisini yaratmak için iki grup eylem benimsenmiştir. İlkinde güvenli hizmet, uygulama ve içeriği düzenleyecek faaliyetler yer almaktadır. Diğerinde ise, geniş bant altyapısı ve güvenlik konularını içerenler mevcuttur. *eAvrupa 2005: Herkes için Enformasyon Toplumu Eylem Planı*'nın hedefinde 'e-hükümet', 'e-egitim', 'e-sağlık', 'e-ticaret' ve 'modern kamusal çevrimiçi hizmetler' gibi konular

bulunmaktadır. E-egitim başlığı altında 2005 yılı itibariyle tüm okul ve üniversitelerde eğitim ve araştırma amaçlı geniş bant internet erişiminin sağlanması hedeflenmiştir. Dolayısıyla özellikle genç nüfusun bilgi ve iletişim teknolojisi temelli bir eğitim sistemine dâhil edilmesi amaçlanmıştır.

3.4. i2010 –Avrupa Enformasyon Toplumu

2004 yılının Mayıs ayında Avrupa Birliği Lizbon stratejisinin gelişimini değerlendirmek üzere Wim Kok başkanlığında bir denetleme kurulu oluşturmuştur. Kurul 2004 yılının Kasım ayında yayınladığı raporda özetle Lizbon hedeflerinin tutturulamadığını; istihdam ve büyüme odaklı yeni bir girişimin başlatılması gerektiğini kaydetmiştir. Bu nedenle *eAvrupa 2005: Herkes için Enformasyon Toplumu Eylem Planı* tamamlanmadan 2005 yılının Şubat ayında 'Yeni Lizbon Stratejisi' olarak bilinen *Büyüme ve İstihdam için Birlikte Çalışma: Lizbon Stratejisi için yeni Bir Başlangıç* (European Commission, 2005a) başlıklı plan benimsenmiştir. Daha sonra Haziran ayında *i2010 Büyüme ve İstihdam için Avrupa Enformasyon Toplumu* (European Commission, 2005b) girişimi kabul edilmiştir. *eAvrupa* girişimlerinin devamı olan ve Yeni Lizbon Stratejisi doğrultusunda hazırlanan *i2010 Büyüme ve İstihdam için Avrupa Enformasyon Toplumu* girişiminde yer alan 'i' üç ana hedefi sembolize etmektedir: enformasyon (information), sosyal bütünleşme (inclusion) ve Ar-Ge yatırımları (innovation investment). Esas itibariyle bu strateji, enformasyon ve telekomünikasyon teknolojilerinin yaşam kalitesini yükselteceği görüşüne dayanıyor ve Avrupa'da enformasyon ve medya sektöründe büyüme ve istihdamı geliştirmeye yönelik adımlar içeriyordu.

4. Avrupa Birliği'nin Medya Okuryazarlığı ile İlgili Düzenlemeleri

Bu bölümün alt başlıklarında uluslararası kurumun medya okuryazarlığı hakkındaki düzenlemeleri ile medya okuryazarlığını ilgili maddelerinde konu eden görsel-ışitsel çalışmaları irdeleyeceğiz.

4.1. Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi(2007)

Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi (2007) Sınırsız Avrupa Televizyonu Yönergeleri'nin (1989 ve 1997) devamı olarak hazırlanmış olup üye devletlerdeki görsel-ışitsel alandaki serbest dolaşımı düzenlemek üzere bir dizi kural içermektedir. Bu yönergenin konumuz açısından önemi ise, medya okuryazarlığının ilk defa bu düzenlemede resmen yer almış olmasından kaynaklanmaktadır. Medya okuryazarlığının üye devletler için bağlayıcı olan bu metinde yer alması, aynı zamanda Avrupa Birliği'nin konuya verdiği önemi göstermektedir. Daha önce de ifade ettiğimiz gibi 'medya okuryazarlığı' tanımı Medya Okuryazarlığı Uzman Grubu'nun titiz çalışmaları sonucunda geliştirilmiş ve 2007 Yönergesi'nin giriş bölümünde, 47. açıklayıcı maddede şu şekilde yer almıştır (European Parliament and Council, 2010:5):

Medya okuryazarlığı tüketicilerin medyayı güvenli ve etkin bir biçimde kullanabilmeleri için gerekli olan bilgi, anlayış ve beceriyi kazandırır. Medya okuryazarı olan kişiler medya içerik ve hizmetlerinin doğasını bilir, bilinçli seçimler yapar ve yeni iletişim teknolojilerinin

sunduğu tüm fırsatları değerlendirebilirler. Bu eğitimi almış olanlar medyanın şiddet içeren veya zararlı sunumlarından kendilerini ve ailelerini daha iyi koruyabilirler. Bu nedenle medya okuryazarlığı toplumun tüm kesimleri için teşvik edilmeli ve gelişimi yakından takip edilmelidir. Nitekim 20 Aralık 2006 tarihli Avrupa Birliği Parlamentosu ve Konseyi'nin 'insan onurunu ve küçüklerin korunması' ile 'çevrimiçi enformasyon hizmetleri ve Avrupa görsel-işitsel sanayinin rekabet edebilirliği bağlamında cevap hakkını' konu alan tavsiye kararında medya okuryazarlığını geliştirmek üzere birkaç önlem sunulmuştur. Öğretmen ve eğitimcilerin sürekli eğitim alması, erken yaşlardan itibaren çocuklara internet eğitiminin verilmesi, bunların bazılarının ebeveynlere de açık olması, vatandaşlara yönelik tüm medyayı kapsayan özellikle interneti sorumlu bir biçimde kullanmayı gösteren ulusal kampanyalar düzenlenmesi bunlardan bazılarıdır.

Aynı düzenlemenin 33. maddesinde ise Avrupa Birliği Komisyonu'nun her üç yılda bir Avrupa Parlamentosu, Avrupa Birliği Konseyi ve Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi'ne üye devletlerdeki medya okuryazarlığı düzeyi ile ilgili rapor vermesi kurallaştırılmıştır. Yani üye devletlerdeki medya okuryazarlığı düzeyleri, Avrupa Birliği Komisyonu tarafından sürekli izlenip, değerlendirilecektir.

4.2. Sayısal Ortamda Medya Okuryazarlığına Bir Avrupa Yaklaşımı Başlıklı Avrupa Birliği Komisyonu Bildirimi (2007)

20 Aralık 2007 tarihinde Avrupa Birliği Komisyonu Avrupa Parlamentosu, Konsey ve Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi ve Bölgeler Komitesine yönelik *Sayısal Ortamda Medya Okuryazarlığına Bir Avrupa Yaklaşımı* başlıklı bir bildirim yayımlamıştır (European Commission, 2007:1-3). Çalışmada özetle medya okuryazarlığının hem Avrupa Birliği hem de üye devletlerin politikalarında giderek önem kazandığı belirtilmiş; Avrupa vatandaşlarının demokratik ve kültürel hayata etkin bir biçimde katılımları açısından medya okuryazarlığı eğitiminin artık bir gereklilik olduğu yazılmıştır. Öte yandan teknolojik gelişmeler ile değişen medya ekonomisinin yeni aktörlerinin kimler olduğu, sayısal medya tüketiminin getirdiği imkân ve aynı zamanda tehlikelerin neler olabileceği gibi konular hakkında tüketicilerin bilgilendirilmesi gerektiği işaret edilmiştir. Avrupa'da çoğulcu ve rekabet edebilirliği yüksek bir medya sektörünün olmasının Avrupa ekonomisi için önemli olduğu belirtilerek, Lizbon stratejisinin hedeflerine ulaşılmasında medya okuryazarlığının etkin bir rol oynayacağı vurgulanmıştır.

Çalışmada medya okuryazarlığı "medyaya ulaşmak, medya endüstrisini tanımak ve sunumları eleştirel bir biçimde değerlendirmek ve ayrıca farklı ortamlarda ileti oluşturabilmek" şeklinde tanımlanmıştır. Planlanan medya okuryazarlığı eğitiminin başlıca üç alanda yoğunlaşacağı bildirilmiştir: 'ticari iletişim', 'görsel-işitsel eserler' ve 'çevrimiçi içerik'. Söz konusu alanlardaki eğitim bildirimde ayrıca detaylandırılmıştır. Örneğin, ticari iletişim ile ilgili olarak 'sponsorluk', 'tele-alışveriş', 'ürün yerleştirme' ve genel olarak 'ticari iletişimin' görsel-işitsel sanayideki 'öneminden' bahsedileceği yazılmıştır. Özellikle "gençlerin eleştirel bakışlarının geliştirilip bilinçli seçimler yapmaları hedeflenecektir", denmiştir. Ayrıca medya endüstrisinin 'öz-denetim', 'ortak denetim' gibi mekanizmalar

hakkında bilinçlendirilmeleri, 'etik kodlar' gibi kurallar oluşturmaları ve bu alanda özel ve kamusal finansman biçimlerinin geliştirileceği kaydedilmiştir.

Öte yandan Avrupa Birliği'ndeki mevcut ortam hakkında bir durum tespiti yapılmıştır. Buna göre sayısal teknolojiler ve geniş bant seçenekleri görsel-ışitsel eserlere ulaşımı kolaylaştırmış; 'izle öde' ve 'mobil televizyon' gibi yeni dağıtım olanaklarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Böylelikle sayısal teknolojiler, görsel-ışitsel eserlerin yaratımında ve dağıtımdaki mevcut sınırların ortadan kalkmasını sağlamıştır. Bu bağlamda medya okuryazarlığı özellikle genç izleyicileri 'film mirasları' hakkında bilgilendirmeli; bu konuda Avrupa filmlerine karşı ilginin gelişimini teşvik etmelidir. Ayrıca medya okuryazarlığı görsel-ışitsel alanda yapım, yaratım becerilerini geliştirmelidir. Öte yandan hem tüketici hem de içerik üreticilerinin telif hakları konusunda bilgilencmeleri sağlanmalıdır.

Bildirimde 'çevrimiçi içerik' konusundaki medya okuryazarlığı hedefleri ve alanla ilgili olarak genel hatlarıyla şu değerlendirmeler yapılmıştır: İnternet medya tüketim alışkanlıklarını tamamen değiştirmiştir. Artık geleneksel medyaya ulaşım IPTV ve internette radyo gibi yeni seçeneklerle de mümkün olabilmektedir. Dünyanın her köşesinden gelen metin, görsel ve işitsel içeriğe farklı ortamlarda etkileşimli erişim sağlanabilmektedir. Ne var ki, mevcut koşullar internet kullanıcılarına birçok imkânlar sağladığı gibi çeşitli tehlikelere de yol açmaktadır. Medya okuryazarlığının bu alandaki hedefi, internet kullanıcılarını çevrimiçi içerikleri eleştirel bir biçimde değerlendirmelerini sağlayacak çeşitli araçlar ile donatmak olmalıdır. Ayrıca sayısal yapım ve yaratım becerilerinin geliştirilmesi, telif hakları konusunda tüketicilerin bilinçlendirilmesi ve arama motorlarının doğru kullanımının teşvik edilmesi diğer başlıklar arasında yer almaktadır. Bildirimde vatandaşların 'medya okuryazarlığı eğitimi' sayesinde 'enformasyon toplumunun imkânlarından' önemli ölçüde faydalanacakları belirtilmiştir.

4.3. Rekabet Edebilirliği Daha Yüksek Bir Görsel-İşitsel İçerik Sanayi ve Kapsayıcı Bir Bilgi Ekonomisi için Sayısal Ortamda Medya Okuryazarlığı Başlıklı Avrupa Birliği Komisyonu Tavsiye Kararı (2009)

20 Ağustos 2009 tarihinde Avrupa Birliği Komisyonu *Rekabet Edebilirliği Daha Yüksek Bir Görsel-İşitsel İçerik Sanayi ve Kapsayıcı Bir Bilgi Ekonomisi için Sayısal Ortamda Medya Okuryazarlığı* başlıklı bir tavsiye kararı yayımlamıştır (European Commission, 2009:1-3). Buckingham'ın ifade ettiği gibi Avrupa Birliği Komisyonu'nun 2007 yılında başlattığı süreci tavsiye kararı ile somutlaştırması bu konudaki kararlılığını ortaya koyması açısından oldukça önemlidir. Kurumun bundan sonraki adımın üye ülkeler üzerinde baskı oluşturarak, medya okuryazarlığı konusundaki çalışmaların hızlandırılmasını sağlamak olduğu düşünülmektedir (2009:2). Düzenlemeyi inceleyecek olursak, Komisyonun başlıca iki gruba önerilerde bulunduğunu görmekteyiz.

Üye devlet ve ilgili otoritelere kısaca şunlar önerilmektedir:

1. Paydaşların etik kurallar gibi ortak düzenlemeler geliştirmeleri ve uygulamalar başlatmalarını sağlamak, özdenetim girişimlerini desteklemek,

2. Komisyonun Avrupa'daki medya okuryazarlığı düzeyini değerlendirmek üzere yaptığı güncel çalışmayı takip ederek, sayısal medya okuryazarlığının farklı boyutlarını araştırmak üzere çalışma ve projeler başlatıp teşvik etmek,
3. Medya okuryazarlığının zorunlu eğitimin bir parçası haline gelmesi için konferans ve çeşitli sosyal etkinlikler düzenleyerek bu konuda bir müzakere ortamının gelişmesine olanak sağlamak; medya okuryazarlığını 18 Aralık 2006 Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Konseyi'nin ilgili tavsiye kararına dayanarak hayat boyu eğitimi temel yetkinliklerden biri olarak değerlendirmek,
4. Vatandaşlara yönelik ulusal kampanyalar ile hem ulusal hem de Avrupa görsel-ışitsel mirası hakkında bilinç oluşturmak,
5. Kişisel verilerin bilgi ve iletişim ağlarına aktarımındaki olası riskler hakkında gençleri, öğretmen ve ebeveynleri çeşitli eğitim ve bilgilendirme kampanyaları ile uyarmak.

Medya sanayine ise şu önerilerde bulunulmuştur:

1. Enformasyon ve yaratıcı içeriğin sayısal dünyada nasıl oluşturulduğu, kurgulanıp dağıtıldığı ve arama motorlarının nasıl kullanılması gerektiği hakkında kampanyalar düzenleyerek halkı bilgilendirmek,
2. Ürün yerleştirme, çevrimiçi reklamcılık gibi ticari iletişimde kullanılan teknikler hakkında kampanyalar düzenleyerek vatandaşları kullanabilecekleri bilgiler ile donatmak; ayrıca reklam ve içerik arasındaki sınırı ayırt etmelerine yardımcı olacak bilgiler vermek,
3. Etkileşimli reklamlar hazırlanırken özellikle gençlere yönelik enformasyon paketlerinin nasıl tasarlandığı hakkında mevcut yasal hükümlere değinerek bilgi vermek,
4. Telif hakları gibi konuları da kapsayacak şekilde alanın ekonomipolitikleri hakkında bilgilendirici günler düzenlemek,

Dolayısıyla düzenleme, rekabet edebilirliği yüksek ve kapsayıcı bir bilgi ekonomisinin gelişimi için medya okuryazarlığının önemine dikkatleri çekmektedir. Ne var ki Buckingham'ın kaydettiği gibi, tavsiye kararının sadece başlığı bile sorunu ortaya koymak açısından yeterlidir. Zira başlıkta 'sayısal ortamda medya okuryazarlığı' gibi ifadeler yer alsa da 'rekabet edebilirliği daha yüksek bir görsel-ışitsel içerik sanayi' ve 'kapsayıcı bir bilgi ekonomisi' gibi ifadeler genel olarak medya okuryazarlığı hedefleri ile örtüşmemektedir.

5. Avrupa Birliği'nin Medya Okuryazarlığı Konusundaki Bazı Çalışmaları

Bu bölümün alt başlıklarında sırasıyla *MEDIA 2007 Projesi*, *Medya Okuryazarlığında Mevcut Eğilim ve Yaklaşımlar Üzerine Bir Çalışma* (2008) başlıklı araştırma ve *Avrupa'daki Medya Okuryazarlığı Düzeylerini Değerlendirmek için Belirlenen Smama ve Geliştirme Kriterleri* (2011) başlıklı çalışma Avrupa Birliği'nin medya okuryazarlığı konusundaki 'eğilimlerini' tespit etmek üzere incelenecektir.

5. 1. MEDIA 2007 Projesi

Avrupa Birliği görsel-ışitsel sanayi desteklemek üzere ilk olarak *MEDIA I Projesi*'ni (Measures to Encourage the Development of the Audiovisual Industry: Görsel-İşitsel Endüstrinin Geliştirilmesi İçin Önlemler) 1991-1995 yılları arasında gerçekleştirmiş; bunu *MEDIA II* ve *Media Plus Projeleri* takip etmiştir. 2007 -2013 yılları için ise *MEDIA 7 Projesi*

başlatılmıştır. Bu proje öncekilerden farklı olarak medya okuryazarlığı eğitiminin önemini vurgulamakta ve bu bağlamda okullarla işbirliği içinde başlatılan film eğitimi gibi girişimlere destek olmaktadır. Avrupa Birliği Komisyonu özellikle genç neslin *MEDIA 7 Projesi* gibi çalışmalar sayesinde Avrupa görsel-işitsel eserlerine ulaşacağını, böylelikle görsel-işitsel mirasın korunup vatandaşlar arasında kültürel diyalogun gelişeceğini iddia etmektedir (European Commission, 2007).

5.2. Medya Okuryazarlığında Mevcut Eğilim ve Yaklaşımlar Üzerine Bir Çalışma (2008)

2007 yılının ikinci yarısında Universidad Autonoma de Barcelona Avrupa Birliği Komisyonu adına Avrupa Birliği ülkelerindeki medya okuryazarlığı uygulamalarını araştırmak üzere bir çalışma başlatmıştır. Söz konusu araştırma OFCOM gibi Avrupa'daki kimi düzenleyici kurullar ve Avrupa Konseyi tarafından da destek görmüştür (European Commission, 2007: 11). Çalışma özellikle medya okuryazarlığının zaman içindeki gelişimini ve Avrupa Birliği ülkelerindeki mevcut durumu irdelemesi açısından önem taşımaktadır.

Medya Okuryazarlığında Mevcut Eğilim ve Yaklaşımlar Üzerine Bir Çalışma (2008) başlıklı raporda özetlenen uzman görüşlerini inceleyecek olursak, dikkatlerin özellikle medyada yaşanan 'yöndeşme' olgusuna çekildiğini görmekteyiz. Bu bağlamda 'yeni medya'nın giderek önem kazandığı ve okuryazarlığın da farklı bir düzeye taşındığı fikri ileri sürülmektedir. Avrupa'daki medya okuryazarlığının gelişim evreleri ise raporda aşağıdaki gibi verilmiştir:



Şekil:1 (Kaynak: European Commission, 2008:30)

1960'lı ve 1970'li yıllarda Avrupa sineması⁷ ve pedagoji bilimindeki gelişmeler; ayrıca bu dönemde yeni bir estetik anlayışının ortaya çıkışı bazı okullarda film incelemelerinin yapılmasına neden olmuştur. 1970'lerin sonu 1980'lerin başında ise medya eğitimi giderek eleştirel bir yapıya kavuşmuştur. Bu değişime yol açan unsurlar arasında 1968 olayları, tüketim kültürünün yaygınlaşması, eleştirel ideolojideki gelişmeler, göstergebilim ve İngiliz Kültürel Çalışmalarının ses getirmesi gibi birçok olgu sayılabilir. Ayrıca 1980'lerde kitle iletişim araçlarına alternatif olabilecek yeni bir araç olan video piyasaya sürülmüş ve medya

⁷ Fransa'da 'nouvelle vague'; İngiltere'de 'free cinema'; İtalya'da 'cinematographic neo-realism' gibi akımlar dikkatleri sinemaya çekmiştir.

eğitimi zenginleşmiştir. 1980'lerin sonu 1990'ların başında özel kanalların yayına başlaması ile şiddet, tüketim kültürü, reklamların etkileri, denetim ve öz-denetim gibi konular tartışılmaya başlanmıştır. 1991 yılında internetin küresel çapta kullanılması ve sayısal teknolojideki yenilikler iletişim sistemlerinde önemli değişikliklere yol açmıştır. Bu da daha çok yeni teknolojileri kullanma becerisini geliştirmeye dayanan sayısal okuryazarlığı gündeme getirmiştir. 2000'li yıllarda medyada yaşanan 'yönleşme' ise, sayısal okuryazarlık ile geleneksel görsel-işitsel okuryazarlığın 'medya okuryazarlığı' kavramında birleştirilmesine neden olmuştur.

Raporda Avrupa Birliği ülkelerindeki genel eğilimler sekiz maddede şu şekilde özetlenmiştir (European Commission, 2008: 41-71):

1. Avrupa'da gözlenen yönleşme olgusu yeni deneyimlerin yaşanmasına neden olmakta ve bu konuda araştırmalar gerçekleştirilmektedir.
2. Medya okuryazarlığı 'korumacı' bir anlayıştan 'destekleyici' bir yaklaşıma doğru evrilmektedir. Avrupa vatandaşlarının güçlenmesi, özerklik kazanması ve aktif vatandaşlar olarak topluma katılımları amaçlanmaktadır.
3. Ticari iletişim hakkında vatandaşların duyarlılığı artmaktadır.
4. Medya Okuryazarlığı dersi zorunlu bir ders olarak müfredattaki yerini almaktadır.
5. Okul medyası çocukların üretim yeteneklerini geliştirmektedir.
6. Medya sektörü medya okuryazarlığı hakkında daha duyarlı olup, eğitimin gelişimini çeşitli aktiviteler ile desteklemektedir.
7. Medya Okuryazarlığı faaliyetlerinde düzenleyici kurullar, medya endüstrisi, sivil toplum, Avrupa Enstitüleri gibi aktif paydaşlar yer almaktadır.
8. Medya okuryazarlığı sürecine düzenleyici kurullar gibi otoritelerin katılımı artmaktadır.

Rapor daha sonra 'politika gelişimi', 'teknolojik yenilik', 'yaratıcılık', 'aktif vatandaşlık' ve 'eğitim' gibi başlıca dört alanda öneriler getirerek bunları alt başlıklarda detaylandırmaktadır. Öneriler ifade edilirken amaçlanan hedefler de kısaca açıklanmaktadır (European Commission, 2008: 80-118). İşte bu noktada David Buckingham gibi kimi uzmanlar raporda sıralanan bazı ifadelerin medya okuryazarlığının temel hedefleri ile ilgili olmadığını yazmışlardır. Buckingham'ın eleştirisi getirdiklerine şu örnekler verilebilir (2009: 2):

Avrupa görsel-işitsel mirasının takdir edilmesini sağlamak, teknoloji kullanımında dışlanmış grupların sürece ve bilgi toplumuna katılımını sağlamak, kamuya hizmet odaklı bağımsız medyanın gelişimini sağlamak, kişileri yeni pazarlama teknikleri hakkında bilgilendirmek, aktif yurttaşlığın gelişimi ve sivil topluma katılımı sağlamak, yeni medya kullanımını teşvik ederek yaratıcı ve sanatsal kendini ifade ediş biçimleri geliştirmek, fırsat eşitliği, tolerans ve çeşitliliği arttırmak, ayrıca insan haklarının gelişimini sağlamak, Avrupa içerik endüstrisinin küresel çapta rekabet edebilirliğini teşvik etmek.

Bu amaçların birçoğunun bir şekilde medya okuryazarlığı süreçleri ile ilgisinin olabileceği; ancak hiçbirinin direkt olarak medya okuryazarlığının hedefinde yer almadığı birçok uzman tarafından önemle kaydedilmiştir (Livingstone 2011, Drotner 2011). Buckingham ise bu

durumu istenen bir dizi gelişmeyi medya okuryazarlığı paketine 'dâhil etmek' olarak yorumlamış ve dikkat edilmediği takdirde medya eğitiminin amacından uzaklaşabileceğini hatırlatmıştır.

5.3. Avrupa'daki Medya Okuryazarlığı Düzeylerini Değerlendirmek için Belirlenen Sınama ve Geliştirme Kriterleri (2011) Başlıklı Araştırma

2007 yılında kabul edilen *Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi* daha önce de kaydedildiği gibi Avrupa Birliği Komisyonu'nun her üç yılda bir üye devletlerdeki medya okuryazarlığı düzeyleri hakkında rapor sunmasını kural haline getirmiştir. Bunun başlıca nedenlerden biri, medya okuryazarlığı alanında Avrupa Birliği çapında güncel veri ve deneyimlerin paylaşımını sağlamak, bu bağlamda alınacak önlemleri saptayarak geliştirilecek politikalara yön vermektir. Bu noktada üye devletlerdeki medya okuryazarlığı düzeylerini belirlemek, medya okuryazarlığı girişimlerinin sağlıklı bir biçimde yürütülmesi açısından önem kazanmıştır. Bu nedenle Avrupa Birliği Komisyonu medya okuryazarlığı düzeylerini objektif bir biçimde irdeleyecek, geçerli bir yöntem geliştirmek üzere çeşitli araştırmalar başlatmıştır. Bunlardan Danimarka Teknoloji Enstitüsü, Avrupa İzleyici Çıkarları Birliği ve Oxford Internet Enstitüsü'nün (DAO: Danish Technological Institute, European Association for Viewers and Oxford Internet Institute) Avrupa Birliği Komisyonu adına gerçekleştirdiği ortaklaşa çalışma en çok ses getiren uygulama olmuştur. 2010 yılının Haziran ayından başlatılıp on bir ay gibi bir sürede tamamlanan DAO araştırmasının sonuçları *Avrupa'daki Medya Okuryazarlığı Düzeylerini Değerlendirmek için Geliştirilen Sınama ve Geliştirme Kriterleri (2011)* başlıklı raporda özetlenmiştir.

Raporun ilk sayfaları bu alanda yapılmış eski araştırmaların yöntem ve içeriklerini değerlendirmektedir. Örneğin *Eurobarometer* ve *Eurostat* gibi kuruluşların çalışmalarında daha çok araç kullanımıyla ilgili sayısal verilere ulaşıldığı; oysa medya okuryazarlığı çalışmaları için araç kullanım miktarlarının ötesinde araçların 'neden' ve 'nasıl' kullanıldıklarının tespitinin önemli olduğu kaydedilmiştir. İşte *Avrupa'daki Medya Okuryazarlığı Düzeylerini Değerlendirmek için Belirlenen Sınama ve Geliştirme Kriterleri (2011)* başlıklı DAO Çalışması bu varsayımdan yola çıkılarak gerçekleştirilmiştir. Avrupa Birliği vatandaşlarının örneğin cep telefon kullanımı incelenirken, 'Cep telefonu ne amaçla (konuşmak, mesaj yollamak, resim çekmek, resim yüklemek, veri paylaşmak, iş amaçlı, sosyal amaçlı v.s.) kullanılmaktadır?' 'Kişiler cep telefonlarını kullanırken aracın özellikleri hakkında kendilerini yeterince bilgili hissetmekte midir?' gibi sorular yöneltilmiştir.

DAO Raporunda Avrupa İzleyici Çıkarları Birliği'nin 2010 yılında tamamladığı *Medya Okuryazarlığı Düzeyleri için Değerlendirme Kriterleri Üzerine Çalışma* başlıklı çalışması da ayrıntılı bir biçimde değerlendirilmiştir. Rapora göre 2010 *Çalışması*'nda geliştirilen medya okuryazarlığı tanımı önemli ölçüde Avrupa Birliği'ninki ile örtüşmekte; ayrıca ülkelerde

medya okuryazarlığı düzeylerini belirlemek için geliştirilen teorik çerçeve ve belirlenen değişkenler⁸ uygulanabilir niteliktedir.

Ne var ki, DAO Raporunda 2010 Çalışması'nın veri toplama açısından bir takım sorunlar içerdiği kaydedilmiştir. Çalışmanın alan araştırması kısmının medya okuryazarlığı uzmanlarının görüşleri ile Eurostat, Eurobarometer ve Internet World Stats gibi kuruluşlardan alınan raporlar ile sınırlandırılmış olması buna örnek olarak gösterilebilir. Öte yandan ülke verilerine dayanarak kişilere yönelik çıkarımlarda bulunulması, araştırmadaki en önemli sorun olarak kaydedilmiştir. Ayrıca 2010 Çalışması'nda 'katılımcı vatandaşlığın' medya okuryazarlığının bir değişkeni olarak tanımlanması tartışılan diğer bir unsur olmuştur. DAO araştırmacıları aktif bir vatandaş olmadan da iyi bir medya okuryazarı olunabileceği görüşünü savunmuş; ancak medya okuryazarlığının normatif amaçları arasında vatandaşların toplumsal hayata katılımının arttırılmasının hedeflenebileceğini kaydetmişlerdir (European Commission, 2011a: 100-101). Hatta çalışmalarında Avrupalıların 'vatandaşlık katılımının' ölçülebilmek için beşli bir tutum ölçeği geliştirmişlerdir.⁹

Avrupa'daki Medya Okuryazarlığı Düzeylerini Değerlendirmek için Belirlenen Sınama ve Geliştirme Kriterleri (2011) başlıklı rapor daha sonra DAO uzmanlarının pilot uygulamasının ulaştığı sonuçları vermektedir. Çalışma evreni 27 Avrupa Birliği üyesi ve üç Avrupa Ekonomik Alanı devletleridir. Ülkelerdeki medya okuryazarlığı düzeyleri yaş, eğitim düzeyi, gelir, erişim ve coğrafi konuma göre karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Yaş aralığı 16 ila 74 yaş olarak belirlenmiştir. Çalışmanın aynı zamanda önemini de vurgulayan iddiası önceki araştırmalardan farklı olarak 'neden' ve 'niçin' gibi soruların cevaplarının aranacağı şeklindedir. Bu nedenle ülkelerdeki kullanım pratiklerinin nedenleri ve eleştirel okuryazarlık düzeylerine ulaşabilmek için derinlemesine mülakat tekniği kullanılmıştır.

Çalışmada önce farklı medya okuryazarlığı ve erişim düzeyleri olduğu varsayılan yedi ülke bir ön çalışma ile belirlenmiş ve her ülkeden yaklaşık bin kişi olmak üzere toplam 7051 kişiye ulaşılmıştır. Araştırmada ülkelerdeki medya okuryazarlığı düzeyleri üç alanda test edilmiştir: 'kullanım becerisi', 'eleştirel anlama' ve 'iletişim yetkinliği'. Kullanım becerisi televizyon, kitap, gazete, sinema, radyo, bilgisayar, video oyunları ve cep telefonu gibi araçları kapsayacak şekilde yedi anket sorusu ile ölçülmüştür. Eleştirel anlama konusu medyanın güvenilirliği, medya sunumlarının etkileri, enformasyonun yeniden üretimi, yasal düzenlemeler hakkında farkındalık ve medya okuryazarlığı düzeyleri ile ilgili öz değerlendirme gibi konularda yirmi altı anket sorusu ile sınırlanmıştır. DAO Çalışmasında iletişim yetkinliği ise içerik yaratımı hakkında dört anket sorusu ile değerlendirilmiştir.

⁸ 2010 Çalışması'nda medya okuryazarlığı 'kullanım becerisi', 'eleştirel düşünme', 'iletişim yeteneği', 'medyaya erişim' ve 'medya bağlamı' (medya endüstrisi, medya eğitimi, medya okuryazarlığı politikası, sivil toplum) gibi değişkenler çerçevesinde ölçülmüştür:

⁹ DAO ölçeği şu ifadelerden oluşmaktadır: Son bir sene içinde 'medyayı kullanarak bir politikacı ya da parti ile iletişim kurdum', 'sivil ya da politik bir davaya bağışta bulundum', 'sivil ya da politik bir davayı desteklemek için imza attım', 'barışçıl bir gösteriye katıldım', 'sivil ya da politik bir konu hakkında çevrimiçi yorumda bulundum'. (European Commission, 2011a: 67).

Anket sonuçlarına göre örneklemdaki kişilerin üç alandaki medya okuryazarlığı gelişmişlik düzeyleri temel, orta ve gelişmiş olmak üzere aşağıdaki oranlarda tespit edilmiştir (European Commission, 2011a: 106):

<u>Kullanım Becerisi</u>	<u>Eleştirel Anlama</u>	<u>İletişim Yetkinliği</u>
% 16'sı temel düzeyde	% 28'i temel düzeyde	% 64'ü temel düzeyde
% 50'si orta düzeyde	% 41'i orta düzeyde	% 20'si orta düzeyde
%34'ü gelişmiş düzeyde	%31'i gelişmiş düzeyde	%16'sı gelişmiş düzeyde

Çalışmaya göre 'kullanım becerisi', 'eleştirel anlama' ve 'iletişim yetkinliği'nin en gelişmiş düzeyde olduğu grup gençlerdir. Ayrıca eğitim düzeyi yükseldikçe söz konusu alanlardaki gelişmişlik düzeyleri artmaktadır. Cinsiyet değişkeni açısından ise anlamlı bir fark kaydedilmemiştir.

Çalışmanın hem sınırlılıkları hem de sonuçlarına dayanarak uzmanlar gelecek araştırmalar için bir dizi öneri sunmaktadır. Örneğin, İnternet kullanımının bundan sonraki uygulamalarda ölçülmesi, ayrıca 16 yaşından küçük çocuklara yönelik araştırmaların yapılması bunlardan bazılarıdır. DAO araştırmacılarının yeni araştırmalar için önerdikleri yeni alt başlıklar şu şekildedir (European Commission, 2011a: 108):

Kullanım Becerisi

- Kitap okuma (basılı ya da elektronik kitap),
- Gazete okuma (basılı ya da çevrimiçi),
- Bilgisayar oyunları veya video oyunları,
- Sinemaya gitme,
- İnternet kullanma,
- Dosya eklentili mail yollama,
- İnterneti telefon açmak için kullanmak,
- Arkadaşlar arasında dosya paylaşımı,
- Web sayfası oluşturmak,

Eleştirel Anlama

- Gazetelerin güvenilirliği (basılı ya da çevrimiçi),
- Farklı web sitelerindeki enformasyonun farkında olma,
- Gizli reklamın farkında olma,
- Gerçekçi olmayan vücut ölçülerinin farkında olma,
- Başkalarını üzen içeriğin farkında olma,
- Ürün yerleştirme ile ilgili düzenlemeler hakkında bilgisi olma,
- Bilgi ihtiyaçlarını tanımlama serbestisi,
- Toplanan enformasyonu değerlendirme serbestisi,
- Yeni web sitelerine girildiğinde bilginin doğruluğunu diğer kaynaklardan doğrulamak,
- İstenmeyen mesaj ve e-mailleri engellemek,

İletişim Yetkinliği

- Her türlü içerik yazmak,
- Her türlü video ve işitsel malzeme geliştirmek,
- Kendi ürettiği içeriği web sitesine paylaşmak üzere yüklemek,
- Ortak bir proje üzerinde çevrimiçi ortamda birlikte çalışmak.

6. Tartışma ve Sonuç

Uluslararası kurumun 'medya okuryazarlığı' konusuna eğilmesi, UNESCO gibi oluşumlarınki ile karşılaştırıldığında oldukça gecikmiş bir adım olarak nitelendirilebilir. Avrupa Parlamentosu 2005 yılında Avrupa Birliği Komisyonu'ndan bu alanda politika üretim sürecini başlatmasını istemiş; bunun üzerine 'Medya Okuryazarlığı Uzman Grubu' medya okuryazarlığı tanımını geliştirmiş ve bunu çeşitli çalışmalar takip etmiştir. Dolayısıyla Avrupa Birliği'nde medya eğitimi 2000'li yıllarda giderek önem kazanmıştır. Uluslararası kurum bu konudaki kararlılığını ise, medya okuryazarlığı konusunu üye devletler için bağlayıcılığı olan *Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi*'nde (2007) düzenleyerek göstermiştir.

Öte yandan Avrupa Birliği'nin geleceğe yönelik sosyo-ekonomik hedefleri 1999 yılında benimsenen *eAvrupa Girişimi* ile netlik kazanmıştır. Avrupa'yı gerçek bir enformasyon toplumuna dönüştürmeyi hedefleyen *eAvrupa Girişimi*'ni, 2000 yılının Mart ayında *Lizbon Stratejisi* izlemiştir. Avrupa Birliği'ni 2010 yılı itibarıyla dünyadaki 'en dinamik' ve 'rekabet edebilirliği en yüksek' 'bilgi ekonomisine' dönüştürme hedefi, yeni iletişim ve bilgi teknolojilerine olan ilgiyi arttırmıştır. *Lizbon Stratejisi* ve onu takip eden *eAvrupa+*, *eAvrupa 2002 Eylem Planı* ve *eAvrupa 2005: Herkes için Enformasyon Toplumu Eylem Planı* gibi girişimler çerçevesinde daha hızlı ve güvenli internet erişimi, tüm öğretmen ve öğrencilerin internet kullanım becerilerinin geliştirilmesi, Avrupa gençliğinin sayısal çağa hazırlanması, yaşam boyu eğitimin desteklenmesi, e-egitim gibi alanlarda ciddi projelerin başlatılması sağlanmıştır. Ne var ki bu noktada medya eğitimi çalışmalarının, tamamen sayısal okuryazarlığa kaydığı; üstelik sayısal okuryazarlığın da teknolojiyi öğretmek anlamında çok sığ bir biçimde ele alındığı yazılmıştır.

2004 yılının Kasım ayında *Lizbon Stratejisi*'nin hedeflerinin tutturulamadığı ve dolayısıyla 'istihdam' ve 'büyüme' odaklı yeni bir sosyo-ekonomik girişimin başlatılması gerektiği kaydedilmiştir. Bunun üzerine 2005 yılında iki yeni eylem planı kabul edilmiştir. Öte yandan Avrupa'yı beklenmedik bir biçimde vuran ekonomik kriz, 2008 yılından itibaren yeni bir gözden geçirme sürecinin başlamasına neden olmuştur. Avrupa Birliği 2020 yılı hedeflerini güçlü, sürdürülebilir ve kapsayıcı bir ekonomi için istihdam, verimlilik ve sosyal bütünleşmenin geliştirilmesi şeklinde açıklamıştır (European Commission, 2011b). Avrupa Birliği'nin ileriye yönelik bu hedeflerinin medya okuryazarlığı düzenlemelerine de yansıdığı görülmektedir. Örneğin, *Sayısal Ortamda Medya Okuryazarlığına Bir Avrupa Yaklaşımı* (2007) başlıklı Avrupa Birliği Komisyonu bildiriminde, *Lizbon Stratejisi*'nden bahsedilmiş ve bu bağlamda medya okuryazarlığının rolüne dikkatler çekilmiştir. Ayrıca vatandaşların medya okuryazarlığı eğitimi sayesinde 'enformasyon toplumunun imkânlarından' önemli ölçüde faydalanacakları belirtilmiştir.

20 Ağustos 2009 tarihinde yayımlanan *Rekabet Edebilirliği Daha Yüksek Bir Görsel-İşitsel İçerik Sanayi ve Kapsayıcı Bir Bilgi Ekonomisi için Sayısal Ortamda Medya Okuryazarlığı* (2009) başlıklı Avrupa Birliği Komisyonu tavsiye kararında da benzer bir biçimde rekabet edebilirliği yüksek ve kapsayıcı bir bilgi ekonomisinin gelişimi için medya okuryazarlığının önemine vurgu yapılmıştır. Oysa medya okuryazarlığının kişi odaklı olup gelişim hedeflerinin kişiler ile sınırlı kalması önerilmektedir. Ayrıca vurgunun 'bilgi ekonomisi', 'rekabet edebilirlik',

'kapsayıcılık' gibi kavramlardan ziyade 'anlam yaratma ve deşifre etme' ekseninde yoğunlaşması gerektiği yazılmaktadır. Uzmanlar bu durumu istenen bir dizi gelişmeyi medya okuryazarlığı paketine 'dâhil etmek' olarak yorumlamakta ve dikkat edilmediği takdirde medya eğitiminin amacından uzaklaşacağını ileri sürmektedir.

Avrupa Birliği'nin yürüttüğü çalışmalara baktığımızda ise  rneğin, *Medya Okuryazarlığında Mevcut Eğilim ve Yaklaşımlar  zerine Bir alışma* (2008) başlıklı araştırmada medya okuryazarlığı hedefleri ile uyuşmayan birçok ifadenin yer aldığı tespit edilmiştir. 'Avrupa görsel-işitsel mirasının takdir edilmesini sağlamak', 'teknoloji kullanımında dışlanmış grupların sürece ve bilgi toplumuna katılımını arttırmak, 'kamuya hizmet odaklı bağımsız medyanın gelişimini hızlandırmak, 'aktif yurttaşlığın gelişimi ve sivil topluma katılımı sağlamak', 'fırsat eşitliği, tolerans ve çeşitliliği arttırmak', 'insan haklarının gelişimini sağlamak' ve 'Avrupa içerik endüstrisinin küresel çapta rekabet edebilirliğini teşvik etmek' bunlardan bazılarıdır. Dolayısıyla Avrupa Birliği Komisyonu medya okuryazarlığını demokratik katılım, aktif vatandaşlık ve sosyal bütünleşme için önemli bir araç olarak görmektedir.

Öte yandan Avrupa Birliği, medya okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı eğitimi konusunda oldukça kapsamlı ve sistematik çalışmalar gerçekleştirmektedir. Örneğin, *Avrupa'daki Medya Okuryazarlığı Düzeylerini Değerlendirmek için Belirlenen Sınama ve Geliştirme Kriterleri* (2011) başlıklı araştırmada, Avrupa Birliği evreni 'kullanım becerisi', 'eleştirel anlama' ve 'iletişim yetkinliği' gibi değerkenler açısından irdelenerek, objektif denilebilecek verilere ulaşılmakta ve gelecek çalışmalara çeşitli öneriler sunulmaktadır. Dolayısıyla medya eğitimi ve medya okuryazarlığı konusunda hem düzenlemeler, hem de çalışmalar düzeyinde kısa sürede ciddi mesafeler kat edilmiştir. Ancak, medya eğitiminin sağlıklı bir biçimde yürütülebilmesi, önemli ölçüde medya okuryazarlığı tanımında yer alan hedeflerin hatırlanması ile mümkün olabilir.

Kaynaklar

Buckingham, D. (2003). **Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture**, Cambridge: Polity Press.

Buckingham, D. (2009). "The Future of Media Literacy in the Digital Age: Some Challenges for Policy and Practice", **Medienimpluse-online**, Ausgabe 2/2009, <http://medienimpluse.at/articles/view/143,14.11.2012>.

Drotner, K. (2011). "Domains of Digital Literacy Learning: Beyond Easy Oppositions", **Media Literacy: Ambitions, Policies and Measures**, Cost, LSE http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20120410/asocfile,20 Ocak 2013.

European Commission (2002). Lisbon Strategy Evaluation Document, SEC(2002)263final. http://ec.europa.eu/information_society/europe/2002/news_library/documents/eeurope2005/eeurope2005_en.pdf, 10 Aralık 2012.

- European Commission (2005a). Working Together for Growth and Jobs: A New Start for the Lisbon Strategy, http://europa.eu.int/information_society/eeurope/i2010/docs/launch/lisbon_com_2005_24_en.pdf, 10 Aralık 2012.
- European Commission (2005b). i2010-A European Information Society for Growth and Employment, http://europa.eu.int/information_society/eeurope/i2010/docs/communications/com_229_i2010_310505_fv_en.pdf, 10 Aralık 2012.
- European Commission (2007). A European Approach to Media literacy in the Digital Environment. http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber&lg=en&type_doc=CO, 24 Aralık 2012.
- European Commission (2008). Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe. http://www.mediamillion.com/wp-content/uploads/2011/05/Estudio_Current-trends-and-approaches-ML-Europe.pdf, 24 Aralık 2012.
- European Commission (2009). Commission Recommendation of 20 August 2009 on Media Literacy in the Digital Environment for a More Competitive Audiovisual and Content Industry and Inclusive Knowledge Society. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32009H0625:EN:NOT>, 25 Aralık 2012.
- European Commission (2010). Lisbon Strategy Evaluation Document, SEC(2010)114final. http://ec.europa.eu/archives/archives/growthandjobs_2009/pdf/lisbon_strategy_evaluation_en.pdf, 10 Aralık 2012.
- European Commission (2011a). Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe, Final Report. <http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/study.pdf>, 14 Aralık 2012.
- European Commission (2011b). Europe 2011, http://ec.europa.eu/europa2020/index_en.htm, 14 Aralık 2012.
- European Parliament (1999). Helsinki Council 10 anad 11 December 1999 Presidency Conclusions. http://www.europarl.europa.eu/summits/hel1_en.htm, 28 Aralık 2012.
- European Parliament (2000). Santa Maria da Feira European Council: Conclusions of the Presidency. http://www.europarl.europa.eu/summits/feil_en.htm, 17 Aralık 2012.
- European Parliament and Council (2010). Directive 2010/13/EU of the European Parliament and of the Council of 10 March 2010 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive) codified version,
- Gül, A. A. & Tekinalp, Ş (2011). "Eleştirel Medya Okuryazarlığında Anahtar Kavramlar: Okullarımızdaki Medya Okuryazarlığı Programı", **Çocuk Hakları ve Medya**, Şirin R. (Der), İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Harcourt, E. (2006). **The European Union and the Regulation of Media Markets**, Manchester: Manchester University Press.

Livingstone, S. (2006). "What is media literacy?"

<http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/pdf/whatismedialiteracy.doc>, 11 Eylül 2006.

Livingstone, S. (2011). "Media Literacy for all? On the Intellectual and Political Challenges of Implementing Media Literacy Policy", **Media Literacy: Ambitions, Policies and Measures**, Cost, LSE

http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20120410/asocfile,20 Ocak 2013.

Kubey, R. (1998). "Obstacles to the Development of Media Education in the United States, **Journal of Communication**, Winter.

Reding, V. (2003). "Towards A More Effective Protection Workshop for Scientists in the Field of the Protection of Minors on Media Violence, Self-Regulation and Media Literacy" http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-03-400_en.html?locale=en, 12 Ocak 2013.