

KÜRESELLEŞME, KÜLTÜREL ÇEŞİTLİLİK VE KÜLTÜRLERARASI MEDYA PEDAGOJİSİ

Emine UÇAR İLBUĞA *

ÖZET

Küreselleşme süreci ile birlikte, giderek farklı coğrafi ve kültürel uzamların yakınlaşması, insan hareketliliği, sermaye ve bilgi akışlarının hızlanması günümüzde sınırları ortadan kaldırırken, farklılıklara karşı duyarlı olmayı da gerekli kılmaktadır. Bilgi ve iletişim çağında ve giderek ağlaşan dünyamızda günümüz insanları medya yeterliliği gibi kültürlerarası iletişimi de geliştirmek durumundadırlar. Bu nedenle, medya okuryazarlığı çalışmaları kültürlerarası medya pedagojisinden ayrı düşünülmemelidir. Medya aracılığıyla farklı kültürleri tanımak, öğrenmeye açık olmak, düşmanca ve önyargılı düşünce ve davranışların azalmasına olanak sağlar. Bu çalışmada, Türkiye’de medya okuryazarlığı çalışmalarına bağlı olarak, kültürlerarası medya pedagojisinin neden eğitim sürecine dahil edilmesi gerektiği anlayışı tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kültürlerarasılık, ulus-ötesi iletişim, kültürlerarası medya pedagojisi.

GLOBALIZATION, CULTURAL DIVERSITY AND INTERCULTURAL MEDIA PEDAGOGY

ABSTRACT

In conjunction with the globalization process, increasing convergence of various geographical and cultural space, human mobility and capital and information flow require being aware towards the divergences while removing borders. This is because, at the information and communication age and increasing reticulation of the world, like media competency today’s people need to improve intercultural communication. Therefore, media literacy works should not be conceived apart from the intercultural media pedagogy. Becoming acquainted with the new cultures and being open to learn, through media, enable reducing hostile and prejudicial thoughts and acts. In this paper, depending on the media literacy works in Turkey, it is discussed why media pedagogy should be integrated into education process.

Keywords: Interculturalism, transnational communication, intercultural media pedagogy.

GİRİŞ

Küreselleşme süreci ile birlikte, giderek farklı coğrafi ve kültürel uzamların yakınlaşması (Tutal, 2006:79), insan hareketliliği, sermaye ve bilgi akışlarının hızlanması günümüzde sınırları ortadan kaldırırken, aynı zamanda farklılıklara karşı duyarlı olmayı da gerekli kılmaktadır. Günümüzde sınırlararası dolaşan ve kültürlerarası yaşamlarıyla yeni göçmen tipleri hem ‘yolcu’ hem de ‘ya-

* Yrd. Doç. Dr. Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü

bancı' (Moosmüller, 2006) olarak karakterize edilmektedir. İç ve dış göçler, turizm ve ulus-ötesi göçmenlik ve buna bağlı olarak insanlar, memleketleri ve içinde yaşadıkları yeni ortamlar arasında gidip gelen bir yaşam sürdürmektedirler. Schröder ve Seukwa (2007:13), ulus-ötesi göçmenlerin yeni modelini ulus-ötesi sosyal alanlarda hareket edenler olarak tanımlamaktadırlar. Mattelart (1996)'ın işaret ettiği gibi, 'iletişim sistemlerinin ve ekonomilerinin bütünleşmesi ülkeler ve bölgeler arasında olduğu gibi toplumsal gruplar arasında da yeni ayrımların-eşitsizliklerin oluşmasına" (aktaran Tural 2006: 30) neden olmaktadır. Schröder ve Seukwa'nın da dikkat çektiği gibi, söz konusu koşullarda ayrımcılık ve eşitsizliklerin önüne geçilebilmesi adına, 10-11 Mart 2005 tarihlerinde Kiev Avrupa Bakanlar Konferansı'nda sunulan 'Kitle İletişim Politikası' siyasi bildirisi ile "Küreselleşme Sürecinde Kültürel Çeşitlilik ve Medya Çoğulculuğu" konusunun ele alınması da tesadüf değildir. Söz konusu bildiri;

"Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nde belirlenen temel hak ve özgürlüklerin gerçekleşmesi için kültürel çeşitliliğin önemi" vurgulanmakta, medyanın, "özellikle azınlık gruplarına ait kişilerin çıkarlarına ve kültürlerarası diyalogun yararına özel önem gösterilmesini, kültürel ve dilsel çeşitliliğin tesis edilmesi ve geliştirilmesini, medya yoğunlaşmalarının çoğulculuk üzerindeki potansiyel zararlı etkilerinin engellenmesini, medyadaki çoğulculuğun ve çeşitliliğin korunmasına yönelik tasarlanmış sektöre özel kuralların, her ülkenin özellikleri de dikkate alınarak, benimsenmesinin genel rekabet hukukuna ek olarak önemli olabileceğini, kamu hizmeti yayıncılığının özellikle kültürel çeşitlilik ve medya çoğulculuğuna katkıda bulunmalarını teminen etkin bir biçimde görevlerini başarabilmeleri için hukuki, mali ve teknik şartların sağlanması sorumluluğunu üstlenmeleri"(2005:1-25)

gerektiğinin altı çizilir. Çünkü medya sahipliğindeki yoğunlaşma eğilimi artarak, yerel, bölgesel, ulusal ve ulus-aşırı düzlemlerde belirli medya şirketlerinin kamuoyunu etkilemesine yol açarak çeşitlilik ve çoğulculuk açısından bir tehlikeye oluşturmaktadır (Gencel Bek, 2008). Buna göre çoğulcu, demokratik toplumlarda 'farklılıklara' saygı, eşit muamele ve fırsat eşitliğinin sağlanabilmesi ya da talep edilebilmesi kültürlerarası değişim ve paylaşım için bir gerekliliktir. İnternet ortamının sağladığı (chat, mail grupları, posta adres listeleri ve mail üyelikleri gibi sanal ortamlar) iletişim olanaklarıyla oluşan sosyal birliktelikler, gençlerin dünyasında vazgeçilmez bir olgu haline gelmiştir.

Kültürlerarası medya pedagojisi, gelecek kuşakların medya pedagojisinin eleştirel ve eyleme yönelik olması gerektiği anlayışından hareketle, medyayı hem ulusal hem de uluslararası boyutta etkin kullanarak, farklı coğrafi ve kültürel uzamlardaki kültürler arasında bilgi alışverişi gibi, ortak deneyimler edinebilme ve etkileşimde bulunabilmenin gerekli koşullarını araştırır. Medya, günümüzde insan yaşamına eşlik eden bir araçtır. Dolayısıyla insan düşüncelerinin şekillenmesi ve yeni yaşam biçimlerinin oluşmasında önemli bir rol üstlenir. Bu nedenle günümüz medya dünyasında medya okuryazarlığının edinilmesi toplumun her kesimi için gereklidir. Diğer yandan göçler, turizm ve teknolojik ola-

naklarla kültürel heterojen toplumlar artmaktadır. Bu nedenle medya okuryazarlığı gibi kültürlerarası medya yeterliği de günümüz insanların sahip olması gereken özelliklerdir.

Bu çalışmada, medya okuryazarlığı konusundaki akademik çalışmalara bağlı olarak Türkiye’de kültürlerarası medya pedagojisinin eğitim sürecinde gerekliliği tartışılmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde kültürlerarasılık çerçevesinde, küreselleşme ve yeni medyanın koşulları, ikinci bölümde, kültürlerarası ve ulusötesi iletişim kapsamında medya pedagojisi ele alınmaktadır. Çalışmanın üçüncü bölümünde, kültürlerarası medya pedagojisi bu alanda yürütülen projelerden somut örneklerle değerlendirilmekte, dördüncü bölümde, Türkiye’de medya okuryazarlığı araştırmaları incelenmektedir. Çalışmanın son bölümünde ise küreselleşme süreciyle birlikte bir yandan kültürel homojenleşme, diğer yandan yerelliklerin önem kazandığı günümüz toplumlarında kültürlerarası medya pedagojisinin eğitim sürecinde neden gerekli olduğu anlayışı tartışılmaktadır.

1. KÜRESELLEŞEN İLETİŞİM VE KÜLTÜRLERARASILIK

İletişim, yalnızca karşılıklı bilgi alışverişi değil, aynı zamanda insanlar arası ilişkileri de inşa eden bir süreçtir. Kartarı’ya göre (2001:26) iletişimin üç temel işlevi vardır: Öncelikle enformasyon aktarımı, ikinci olarak, istemli ya da istem dışı sosyal ilişkileri etkilemesi ve son olarak da niyetin aktarımıdır; diğer bir ifade ile iletişimin amacı, tepki ve davranış değişikliği gerçekleştirmeye çalışmaktır. İletişim her şeyden önce arkadaşlar, tanıdıklar ve de yabancılarla kurulan sosyal ilişkilerin onaylanmasına ve güçlendirilmesine hizmet eder. Yabancılarla birlikte yaşamak, yalnızca siyasal, hukuki ve ekonomik sorunları ortaya çıkarmaz; yabancılara karşı belli bir duyarlılığı da gerektirir (Kim, 2007: 17). Kültürlerarası iletişim çeşitli yazarlarca farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Kartarı (2001: 22) kültürlerarası iletişimi, “kültürü aşan, farklı kültürlerle olan iletişim” ve disiplinlerarası bir araştırma ve uygulama” alanı olmak üzere iki boyutta ele almaktadır. Kültürlerarası iletişim, günlük iletişimde sözlü olabileceği gibi mimik ve jestlerle anlaşmayı da içermektedir (Alver, 2001: 56). Kültürlerarası iletişim, Niesyto’ya göre (2005) farklı kültürlere mensup en azından iki insan ya da grup arasındaki iletişimi kapsar. İletişim önceleri ulusal kültür temelinde önem taşımaktayken, küreselleşme çağında ülke sınırları ile ilgili kültür anlayışına odaklanma kırılmış ve kültürün durağan olmadığı anlayışından hareketle farklı kültürel örnekler ve kültürel farklılıklarla yüzleşmenin gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Yeni medya olanaklarıyla sınırların genişlemesi, iletişimin mekânsal ve zamansal bağımlılığının ortadan kalkması ve kullanım yoğunluğunun artmasıyla son yıllarda kültürlerarası ve ulusötesi iletişim kavramları daha da önem kazanmıştır.

Küresel medya dünyası, küresel eğlencenin, ulusal ve uluslararası bilgi kaynaklarının kapılarını aralamaktadır. İletişim teknolojilerindeki hızlı gelişme-

lerle birlikte, iletişimde bilginin toplanması, dağıtılması ve bilgiye ulaşma koşulları artmıştır. Uluç (2003: 15) yeni iletişim teknolojilerinin temel özelliklerini telekomünikasyon (sesin, görüntünün uzak mesafelere aktarılması), yeni endüstriler (video, kaset, diskler, iletişim oyunları, karşılıklı etkileşim) ve bilgisayar (bilginin özellikle bilgisayar ve benzeri elektronik aygıtlar aracılığıyla işlenmesi) olmak üzere üç başlıkta toplamaktadır. Aufenanger'e göre (2000) medya gelişmeleri a) hareketlilik, b) minyatürleşme ve dijitalleşme, c) entegrasyon ve küreselleşme, d) ticarileşme olarak dört aşamada incelenebilir. İletişim teknolojileri alanındaki gelişmelerden kitap basımı, gazete, dergi, telefon, radyo ve televizyonla birlikte iletişimsel bir hareketlilik doğmuştur. Binark (2007: 21) yeni medyanın gündelik yaşamın her alanında yer alan ve dolayısıyla gündelik yaşam pratiklerini etkileyen ve değiştiren/dönüştüren özellik taşıdığına ve giderek de toplumsal yaşamda kullanımının artması nedeniyle bedeninin bir parçası haline geldiğine vurgu yapmaktadır. "Bu denli bireysel ve toplumsal yaşama eklenen ve hem etkileyen hem de dönüştüren yapısıyla bilgisayar, internet kullanımı, cep telefonları, ipod, oyun konsolları, veri bankası kayıtlayıcıları gibi tüm dijital teknolojiler yeni medya" (2007: 21) olarak adlandırılırlar. Teknolojik devrimin öznesini oluşturan iletişimin alt yapısında meydana gelen değişimler, iletişim teknolojilerinin zamansal olarak eski ve yeni ayrımları içerisinde sıralanmasına neden olur. Burada yer alan "yeni" sıfatı ise iletişim teknolojilerinin kullanım boyutu, içerik ve teknolojinin kullanım olanakları temelinde bir önceki teknolojiyle karşılaştırılmasından kaynaklanmaktadır (Timisi, 2003: 80). "Yeni medyanın, geleneksel medyadan (gazete, radyo, televizyon, sinema) ayırt edici özelliği, etkileşimli ve çoklu medya biçimine sahip olmasıdır" (Binark, 2007: 21). Bilgisayar ortamında elektronik posta, www (world wide web), haber grupları ve tartışma listeleri, konferans, görsel konferans, sesli posta, sohbet sistemi ve MUD (Multi Object Oriented) olarak tanımlanan kullanıcıların eş zamanlı olarak metinler üzerinde etkileşimde bulunabilmeleri mümkün olabilmektedir. Bilgisayar ortamında iletişimin etkileşimsel özelliği yanında, eş zamanlı ve eş zamanlı olmayan iletişim de söz konusu olmaktadır" (Gümüş, 2004: 59-65). Hem biçimsellik hem telekomünikasyon veri iletişimi hem de kitle iletişiminin çok yönlü boyutlarıyla imge, ses, metin ve sayısal verilerin bir arada yer aldığı multimedyanın, aynı zamanda büyük kapasiteli depolama özelliği nedeniyle geleneksel medyaya göre iletişim sürecinde mekan ve uzam gibi iletişimin biçiminde de yeniden bir şekillenmenin meydana gelmesi söz konusu olmuştur (Binark, 2007: 24). Böylece yeni iletişim teknolojilerinin, çok fazla enformasyonu aynı anda aktarabilmesi yanında kullanıcının da geri dönüşümü mümkün olabilmektedir. Yeni medyanın bu etkileşimsel özelliği, kültürlerarası medya pedagojisi bağlamında düşünüldüğünde eğitim süreçlerinde hem yerel hem de geniş ağ olanakları ile farklı kültürlerden grupların ortak medya çalışmalarlarıyla etkileşim ve iletişimde bulunabilmeleri imkânının ortaya çıktığı görülür. Böylelikle "geleceğin enformasyon toplumunun, yeni medyanın temsil ettiği küresel enformasyon altyapısı üzerine kurulu olacağı öngörüsü ve bu öngörünün tele-

komünikasyon, yayıncılık ve bilgi-işlem teknolojilerindeki yöndeşleşmeyle gerçekleşebilecek ‘yeni ortama’ özgü bir durum olacaktır” (Törenli, 2005: 88). Castells (2005: 99-100), yeni medyanın ekonomik boyutuna dikkat çeker. Buna göre, küresel, enformasyon ve ağ temelinde yeni bir ekonominin ortaya çıktığına vurgu yapar. Bu ekonomide, birimlerin üretkenliği ve rekabet güçleri bilgiye dayalı enformasyon üretme, işleme ve uygulama kapasiteleri ile doğrudan ilgilidir. Küresel bir ölçekte örgütlenmiş olan birimlerin üretim, tüketim ve dolaşım bileşenleri gibi, kilit faaliyetleri de bir bağlantılar ağı üzerinden küresel ölçekte gerçekleşir. Böylece küreselleşme sürecinde yeni iletişim teknolojilerinin bireysel, toplumsal, siyasal ve ekonomik boyutlarıyla etkili ve dönüştürücü özelliği önem kazanır. Woyke’a göre (2000: 136) küreselleşme, siyasal, ekonomik ve bilimsel tartışmalarda bir yandan tehdit, diğer yandan şans olarak görülen, slogan bir kavram olmuştur. “Kapitalist dünya ekonomisi; ulus-devlet sistemi; askeri dünya düzeni ve uluslararası işbölümü” (Durugönül, 2002: 42) olmak üzere küreselleşme dört boyutuyla önem kazanır. Kültürel ve toplumsal küreselleşme denildiğinde, ekonomideki kartelleşme ve dünya ekonomisindeki genişleme, ürünlerin uluslararasılaşması, zaman ve mekânsal sınırların anlamını kaybetmesine neden olmakla beraber, kimlik ve yaşam biçimleri bakımından da çok önemli değişimleri beraberinde getirmiştir. Bu anlamda küreselleşme, ulusal sınırların anlamını kaybetmesi, iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve yaygınlaşması, uluslararası sermayenin sınırlar ötesi örgütlenmeleri ve bu bağlamda ekonomik, ekolojik, siyasal, eğitimsel, kültürel ilişkiler ve kitle iletişimi gibi farklı alanlarda uluslararası kartelleşme, bağımlılık, benzeşme ve ayrılaşmayla ilgilidir (Holzwarth, 2008: 69). Crochet (1996: 21-22), bir yandan dünya bilgi sisteminin ve enformasyon teknolojilerinin gelişmesine bağlı olarak bilgi ve haber mübadele ağlarının oluşması, öte yandan ise eğlence sektörünün küreselleşmesi olmak üzere kültürel küreselleşmenin farklı iki boyut taşıdığını belirtir (aktaran Tural, 2006: 28). Küreselleşme Uluç’a göre (2003: 174), “hareket ve dolaşım, sermayenin, ürün ve hizmetlerin, insanların, simgelerin, sembollerin, anlamların ve mitlerin akışını” kapsar. Castells’e göre “enformasyon çağında kültürel ifade ve kamuoyunun kökenlerinde yer alan düğümler, yeni medyanın küresel ağında, televizyon sistemleri, eğlence stüdyoları, bilgisayar grafiği ortamları, haber ekipleri, sinyaller üreten, gönderen, alan seyyar aygıtlardır” (2005: 622). Bu anlamda ağlar sınırsız genişleyebilen özellik taşır ve ağ çerçevesinde iletişim kurulabilmesi ya da aynı iletişim kurallarının paylaşımı durumunda yeni düğümlerle bütünleşebilen açık yapılar arz ederler (2005: 623).

Medyanın küreselleşmesi denildiğinde dünyayı kontrol eden büyük medya şirketleri hemen akla gelmektedir. Oysa burada vurgulanan nokta, medya aracılığıyla iletişimin küreselleşmesidir. Medya iletişiminin küreselleşmesi, dünya genelinde yaygın ve giderek artan iletişim ilişkilerinin çok katmanlı süreçlerine karşılık gelir. İletişim süreçlerinin çok katmanlılığı dijital medya örneğinde olduğu gibi yalnızca tek bir medya ya da gruba indirgenmemelidir. Çünkü in-

ternet, mobil iletişim gibi televizyon ve filmler de bu sürecin önemli birer parçasıdır (Hepp, 2008: 10).

Küreselleşmeye bağlı olarak, medya alanında küresel boyutta yapılanmalar çeşitlilik göstermektedir. Medya endüstrilerinde bölgesel, uluslararası ve küresel ölçekli yapısal ortaklıklar yer almaktadır. Göçmen toplumlarında çok dilli radyo yayıncılığında, ‘topluluk medya projeleri’, ‘yurttaş gazeteciliği’, TRT-INT, CNNTÜRK vb. bu yapılara örnek verilebilir. Bölgesel ve ortak dil/kültür üzerinden bağlarla kurulan yayıncılık anlayışı da önem taşımaktadır (Türkoğlu, 2009: 43). Alankuş (2005: 100) yeni küresel medya özelliklerini açıklarken, “ticari, kamusal ve sivil toplum (yerel, alternatif, topluluk vb.) medyaları aynı anda hem yerelleşme hem de küreselleşme eğilimi içerisinde” görmekte ve günümüz medya ortamının aslında ‘küre-yelleştiğine’ (glokalleşme) dikkat çekmektedir. Küresel haber tekellerinin yerelleşmelerine örnek olarak CNN’in büyüme sürecini örnek göstermektedir (CNN-en, CNN-Italia, CNN Türk vb.). Buna göre, küresel ticari medya ortamına hâkim olmaya çalışan medya devlerinin kurdukları yerel/ulusal ortaklıklarla ya da doğrudan satın almalarla yapıları, sermayeleri ve dilleriyle içerikleri yerelleşmektedir. Buna karşın, Türkiye’de ulusal pazarda tekel durumunda olan ticari medya, bir başka küresel eğilimi göstermektedir. Bu tür küreselleşmede yapılanmanın, sermayenin, içeriğin ya da dilin yerelleşmesi söz konusu olmamaktadır (Alankuş, 2005: 102). TRT ulusötesi yayıncılığa 1938 yılında başlamıştır. İki bölümden oluşan dış yayınların birinci bölümünde, yurtdışına yönelik Türkçe yayınlarla, yurtdışında bulunan Türk vatandaşlarının Türkiye ile bağlarını güçlendirmek, onlara karşı olumsuz propagandaların etkisini azaltmak, eğitim ve kültürlerini geliştirmek hedeflenir. İkinci bölüm ise yurtdışına yönelik yabancı dil yayınlarıdır; böylelikle dünyada Türk Devleti ve Türk Milleti hakkında olumlu bir kamuoyu oluşturmak amacıyla Türkiye’yi politik, kültürel, sosyal ve turistik açılardan tanıtmak amaçlanır. TRT radyolarının yurtdışına yönelik yayın yapan Türkiye’nin Sesi radyoları Türkçe yanında bugün için 25 dilde yayın yapmaktadır (Aziz, 2002: 227). 1990’lı yıllar ise Magic Box Star 1 adlı kanalla Türkiye’de özel televizyonculuğun başladığı bir dönem olur. 1991 yılında Körfez Savaşı gibi önemli bir olayın Star 1 kanalı tarafından, 24 saat Körfez’den anında çeviri yapılarak naklen yayınlanmasının özel televizyonculuğa olan ilgiyi arttırmasının yanında, TRT’nin bu yeni sürece uygun olarak yapısal değişikliklere gitmesi de kaçınılmaz olmuştur (Çankaya, 2003: 278-280; Akarcalı, 1997: 44-45). TRT-INT Türkiye’deki kamu hizmeti yayıncılığı anlayışından hareketle 1990’da ülke dışında yaşayan nüfusu hedef alan ulus-aşırı yayıncılığa başlamıştır. Böylece 24 saat kültür, sanat, din ve turizm ağırlıklı yayın yapan TRT-INT kanalının Batı Avrupa’nın yanısıra, Avrupa’da yaşayan Türk vatandaşları, Kuzey Afrika, Amerika ve Avustralya’dan da izlenebilmesi öngörülmüştür (Çankaya, 2003: 332). TRT ulusötesi yayıncılık alanındaki sınırlarını farklı ülkeleri hedef alarak genişletmiştir. Balkanlar, Kafkasya ve Orta Asya’ya yönelik yayın yapan TRT AVAZ

kanalı ile kültür olarak birbirine yakın bölgelerde ortak yayın yapan kanallarla Türkçe ve Türk kültürünün korunması ve yaygınlaşması amaçlanmaktadır. Alankuş, “Kamu hizmeti yayıncılığının küreselleşmesini, küresel, etnik, ideolojik dinamikler nedeniyle ulus-devlet sınırlarının artık mevcut siyasal sınırlar üzerinden tanımlanamayacak kadar genişlemesi veya daralmasına” bağlamaktadır (2005: 106). Bu anlamda kamu yayıncılığında Kürtçe yayın hayatına başlayan TRT 6 (TRT Şeş) kanalı, sadece Türkiye’de yaşayan Kürtleri değil, İran, Irak, Suriye’de yaşayan Kürtleri de hedef almaktadır.

Teknolojideki hızlı gelişmelere bağlı olarak iletişim alanındaki yeniliklerle birlikte, iletişim, bilgi, bilişim, çoklu ortam uygulamalarının bilgisayarlar aracılığıyla internet ortamları üzerinden sunulması da yaygınlık kazanmıştır. “İnternet yalnızca metinsel bilgilerin sunulduğu bir yer olmaktan öte, ses, resim ve video görüntülerinin de kümelendiği veri hanesi olmuştur”. Böylece internet bağlantıları ile radyo-tv kanallarına ulaşma, canlı ya da banttan yayınları dinleyebilme/izleyebilme olanağı artmış, çevrim içi iletişim araçlarıyla eş zamanlı olarak hem yazılı hem sesli hem de görüntülü iletişim kurabilmek mümkün olmuştur (Altun, 2005: 12-39). Bunun yanında internet kullanımı, her gruptan insanın yerel ve uluslararası koşullarda kendi ilgilerini, duygularını ve arzularını ortaya koyabilecekleri etnik, dinsel, kültürel, ulusal boyutlarıyla iletişime olanak sağlamıştır. Aslında ne küreselleşme ne de medyanın küreselleşmesi yeni bir süreç değildir; küreselleşme yapısal açıdan yeni olmamakla birlikte, yeni iletişim araçlarıyla radikal biçimde hızlandırılmıştır. Bu anlamda bilgisayar ağları ile yaratılan küresel çaptaki yaygın iletişimin olanakları yenidir. Söz konusu iletişim sürecine “her vatandaşın potansiyel katılım olanakları ile ekonomik, sosyal ve kültürel etkileşimin hızlanmasına” bağlı olarak, bu olanaklara sahip olanlar ve olmayanlar arasındaki uçurum giderek büyümektedir. Sosyo-kültürel etkileşim sürecinin toplumsal ve bireysel yaşamdaki değişiklikleri medya pedagojisi açısından önem taşımaktadır. Medya pedagojisi, iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmelerin toplumsal ve bireysel yaşamdaki sosyolojik, psikolojik ve ekonomik sonuçları çerçevesinde öneriler üretmek ve pedagojik açıdan yeni yapılanmaların koşullarını (Laufer, 2009) tartışmaya açmak durumundadır.

2. KÜLTÜRLERARASI VE ULUSÖTESİ İLETİŞİM

Bugün için dünya nüfusunun beşte biri, diğer bir ifade ile 1,3 milyar insan WORLDWEB kullanmaktadır. İnternet 15 yıldan bu yana yaygın medya olarak yer almaktadır. İnternet bir yandan diğer yeni medyaları olanaklı kılmakta, öte yandan dünya üzerinde genişleyerek iletişim ilişkilerinin bağlarını güçlendirmektedir. Böylece kültürötesi iletişimin dünya sınırlarını daha da genişletmektedir (Hepp, 2008). Hiç şüphesiz yeni iletişim ve bilgi teknolojisi aracılığıyla gerçekleşen küresel iletişim sonucunda ulusötesilik, ulusötesi iletişim ve ulusötesi sosyal alanlar üzerine tartışmalar da öne çıkmaktadır. Ulusötesilik, hareketlilik, mekân ve kimlik düzleminde tartışılmaktadır. Buna göre göçmenle-

rin, teknolojik gelişmeler sonucu iletişim ve bilgi medyasının olanaklarıyla ülke sınırlarını aşarak geride bıraktıklarıyla, yeni ortamlarındaki çoklu-yerel iletişim olanaklarıyla görüşüklerine, diğer bir ifade ile farklı yaşam alanları arasında gidip gelen yaşam koşullarına dikkat çekilir. Ulusötesi sosyal alanlar yeni sosyal birleşmelere bağlı olarak, coğrafik sınırlar olmadan hem çoklu hem de yerel olabilmektedir. Bu alanlar, yalnızca ulusötesi sosyal alanları ifade etmemekte, aynı zamanda günlük yaşam pratiklerinde de önemli bir referans oluşturmaktadır. Ulusötesi kimlikler dinamiktir. Bu anlamda günümüz insanları değişken kimliklere sahiptir. Löffelholz ve Hepp (2002: 12), kültürlerarası iletişim ve ulusötesi iletişim arasındaki farka dikkat çekmektedirler: Kültürlerarası iletişimde ya bölgesel ya devlet sınırları içinde ayrı kültürlerin birbirleriyle ilişkisi önem kazanır. Ulusötesi iletişimde ise kültür, bölge ya da ulusal sınırların önemi azalmakta, küreselleşme ve medya aracılığıyla yaşam biçimlerinin dünya çapında homojenleşmesi kabul görmektedir. Bu anlamda bir bölgeyi homojen olarak kabul edersek, onun içinde birbirinden farklı yaşam biçimleri ortaya çıkmıştır. Ulusötesi iletişimde kültür, mekâna bağımlılığını kaybetmiştir.

Castells ve Ince (2006: 64) “akışlar uzamı” kuramını açıklarken, “tarihe baktığımızda, insani pratiğin büyük bölümü açısından eş zamanlılığın komşu olmaya, bölgesel yakınlığa bağlı olduğunu belirtir ve “peki ya şimdi, gerçek zamanda, ama birbirimize çok uzak yerlerde birlikte bir şeyler yapabildiğimiz şimdiki durumda ne oluyor” sorusunu sorar. Bu soruyu ‘eşzamanlılık’ ile açıklarken de, “telekomünikasyona, bilgisayar sistemlerine, bu etkileşimin gerçekleştiği mekanlara bağlı bir uzamsal düzenlemenin olduğuna” dikkat çeker. Bununla birlikte Castells ve Ince (2006: 66) ‘akışlar uzamı’ pratiğini, “seçkinlere ve onların araçsal faaliyetlerine bağlamanın ve insanların çoğunun anlamı inşa ettikleri, hayatlarını yaşadıkları mekanlar uzamını akışlar uzamının karşısına koymasını” hata olarak değerlendirmekte, ‘egemen faaliyetlerin’ zaten küresel olduğuna vurgu yaparak, maddi olarak yeni iletişim teknolojilerine dayanan akışlar uzamında, bütün insanların akışlar uzamına yerleşebilir ve bu uzamı, kendi amaçları doğrultusunda kullanabilir’ olduğunu vurgulamaktadır.

Ulusaşırı sosyal alanlar ve sosyal ilişkiler hem insan hareketliliği aracılığıyla yüz yüze hem de iletişim ağlarının olanaklarıyla sanal ortamlarda ulusal sınırlar ötesine geçmiştir. Geleneksel göçmen araştırmalarının aksine, günümüzde (Römhild, 2003: 42) göç toplumlarında kültürel pratiklerin gösterdiği, insanların çokkültürlü, çok sosyal alan ilişkileri geliştirdikleri ve yaşayabildikleri, diğer bir ifade ile birden çok memlekete ait oldukları kabul edilir. Bu ortamda göçmenler, ulusal ve etnik özellikleriyle, hepsine de yaratıcı olarak girebilmekte ve dünyalarını ulusal sınırlar üzerinden tasarlayabilmektedirler (Hugger, 2005: 10). Ulus-ötesi sosyal alanların oluşmasına bağlı olarak yeni araştırmalar, küreselleşme ve göçmen çalışmaları üzerine yoğunlaşmıştır. Küreselleşme süreciyle birlikte, uluslararası göç artarak yeni göçmen profilleri ortaya çıkmıştır. Sözü edilen göçmenlerin farklı ülkelerde ve iki farklı yaşam dünyasında değişen

yaşamları artık bir defaya mahsus olmamakta, sürekli normal karşılanmakta, buna göre tüm yaşam alanları ülke sınırları dışında ama “çoklu-yerel” ortamlar arasında dağılmaktadır. Sosyal alanların ulusötesi hale gelmesinde internetin rolü ve ulusötesi alanların gençlerin yaşamındaki önemini araştıran Hugger’e göre (2005: 1-19), memleket ve içinde yaşadığı toplum arasında hızlı ve devamlılık arz eden bir karşılıklı bilgi alışverişi sağlanabildiğinden dolayı ulusötesi sosyal alanlar, yeni medyada kendini göstermektedir. Bu anlamda ulusötesi sosyal alanların gelişiminde medyanın, özellikle internetin rolü tartışılmazdır.

Binark ve Sütçü, gençlerin toplumsal ağlarını gündelik yaşamlarında sanal ortamlarda sürdürmeleri ve genişletmeleri açısından yeni medyanın rolüne dikkat çekmektedirler. Buna göre, gençler için öncelikle okul arkadaşlarıyla gerçek yaşamlarındaki yüz yüze iletişimlerini desteklemek ve yürütmek, okul dışı yaşamlarındaki ilişkileri, geçmişten gelen ilişkilerini devam ettirmek ve yeni arkadaşlıklar kurabilmek amacıyla yeni medyayı kullanmaları önem taşımaktadır (2007: 160). Genç kuşakların medya kullanımlarında medya, öncelikle eğlence, ardından bilgiye ulaşma ve son olarak iletişim ortamı olarak önem taşımaktadır. Böylece, hangi kökenden olurlarsa olsun, hem kızların hem de erkeklerin yaşamlarında uluslararası dolaşıma sokulan sinema filmleri, televizyon dizileri, bilgisayar oyunları, haber programları ve internet önemli rol üstlenmektedir (Eggert, 2008: 97-109). Eggert’in yürütmüş olduğu alan araştırmasına göre gençler arasında (kız ve erkeklerde) en fazla Harry Potter’in kitapları, filmleri, bilgisayar oyunları sevimlikte ve tercih edilmektedir (2008: 97-109). Bununla birlikte söz konusu medya kullanımında göçmen çocukları medyanın küresel içerikleri gibi, ana dillerinde filmleri, televizyon dizilerini, haberleri, şov ve müzik programlarını takip etmekte, chat, SMS ve e-mail aracılığı köken olarak geldikleri ülkelerdeki akraba ve arkadaşlarıyla ilişkiler kurabilmektedirler. Buna göre medya sunumlarının ulus-ötesi göçmenlerde çok yönlü ve çok dilli olarak kullanımında küresel medya, ulusal medya ve köken olarak gelinen kültüre ilişkin medya içerikleri (Niesyto, 2005) önemli olmaktadır.

Ulusötesi medya, iletişim açısından etnik ve ulusal kökenlerinden bağımsız olarak tüm genç kuşaklar için temel oluşturmaktadır. Çocuklar aynı medyayı kullanmakta ve ortak içerikleri tercih etmektedirler (Eggert, 2008: 104). Bu açıdan medya pedagojisinin amacı, cinsiyet, sosyal düzey ve söz konusu kültürel kökeninden bağımsız olarak yetişmekte olan tüm gençlere, bir yandan medya içeriklerini sıralayabilme ve anlama yanında, öte yandan her bir amaca uygun olarak kendilerini ifade edebilme ve paylaşım olanakları için medya yeterliğini kazandırmaktır. Kültürel açıdan homojen toplumlar, sınırlar ötesi, ulusötesi iletişim ortamları ve yeni sosyal alanlar bağlamında küresel medya içeriklerinin tüketimi, bir yandan farklılıkların biraradalığını mümkün kılmakta, diğer yandan farklılıklara karşı duyarlı olmayı gerektirmektedir. Günümüz eleştirel görsel-işitsel kültürü içinde doğmuş olarak yeni genç kuşaklar ne yeni medya okuryazarı ne de yeni medyaya eleştirel bir bakış açısına sahip değildir-

ler. Bu nedenle günümüz küresel koşullarında eleştirel medya okuryazarlığının kapsamı hem demokratik ve katılımcı yurttaşlık politikası (Binark, www.yenimedya.wordpress.com/calismalar/24.05.2010) çerçevesinde hem de kültürlerarasılık, kültürötesilik ve ulusötesilik temelinde bilinçli ve duyarlı birer dünya vatandaşı olabilecek şekilde düşünülmelidir.

3. KÜLTÜRLERARASI MEDYA PEDAGOJİSİ

İletişim teknolojisi, dünyadaki ekonomik gelişmeler ve küreselleşme süreciyle direkt ilgili olmakla birlikte, aynı zamanda iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmelerin toplumsal ve bireysel yaşam koşulları üzerindeki sosyo-psikolojik değişimleri medya pedagojisinin önemli tartışma konusunu oluşturmaktadır. Yeni medya, günlük yaşamda yaygın olarak siyasal, bilimsel, ekonomik ve toplumsal güç olarak belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu bakımdan, yeni medya ve küreselleşme sürecine pedagojik açıdan yaklaşmak önemlidir. Yeni medya, bir bölümü bilgisayarlara (bilgi işlem) özgü işlemleri, bir bölümü ise iletişim araçlarına (haberleşme-telekomünikasyon ve yayıncılık) özgü yapıları barındıran iki yönlü, ‘melez’ bir oluşumdur (Törenli, 2005: 87). Bilgisayar ve çoklu medya teknolojisi, yeni biçimlerde yetenekler ve yeterlilikleri gerektirmektedir. “Bilgisayar ortamında iletişimin en önemli özelliklerinden birisi etkileşimdir. Etkileşim, gerçek zamanlı iletişim sürecinde, taraflardan birinin veya tümünün, iletişim sürecini ya da iletişim sırasındaki ilişkiyi etkilemek, içeriğini ve biçimini değiştirmek olarak tanımlanmaktadır. Bilgisayar ortamında iletişimde sohbet odaları, anında etkileşimi sağlayan sistemlerdir” (Gümüş, 2004: 56).

Kültürlerarası medya araştırmaları çerçevesinde, çeşitli kültürel gruplardan insanlar medya ile karşı karşıya gelmekte ve medya pedagojisinin yol göstericiliği ile çeşitli biçimde medya ürünlerini ortaya koymaktadırlar. Örneğin, fotoğraf, video, internet sayfası, poster, kolaj, radyo oyunları, müzik vb. ürünleriyle farklı estetik, teknik ve sosyal öğrenme süreçleri oluşturulabilir (Holzwarth, 2008: 306). Aufenanger (2002: 44), kültürlerarası medya eğitiminin boyutlarını iki yönelimle açıklamaktadır. Birinci yönelimde, “farklı kültürel deneyimleri olan çocuk ve gençlerin yeterlilikleri ve sosyal sorumluluklarını eski ve yeni medya ile ilişkilerinde öne çıkarmak önemli olurken; ikinci yönelimde, meslek eğitimi ve kültürel olarak biçimlendirilmiş dünya anlayışı üzerinden, medyanın etkileri anlamlı” kılınmaktadır. Her iki yönelim de medya yeterliği için önemlidir. Aufenanger (2002: 45), bu yeterliğin yalnızca yeni medyanın donanım ve yazılımı ile sınırlı olmadığına vurgu yaparken, medyanın bilişsel, sosyal ve etik boyutlarına da dikkat çekmektedir. Medyanın bilişsel boyutundan anlaşılması gereken, medya sunumlarının içerikleri, gösterme biçimlerinin kavranması ve işlenebilmesidir. Medya yeterliğinin sosyal boyutu ise iletişim hizmetlerine açıklık getirmekte ve bununla sosyal ilişkilerini de etkilemek mümkün olabilmektedir. Uygun iletişim aracını kullanmak, sosyal ilişkilerde medya aracılığıyla iletişimin etkilerinin eleştirel olarak takip edilebilmesi bu boyutun temel koşuludur. Böylece Aufenanger’in de altını çizdiği gibi, küreselleşme sürecine

pedagojinin yanıtı, küresel öğrenme olmalıdır (2002: 45). Bu koşullarda okullar sadece meslek eğitime ilişkin alan bilgisinin taleplerine değil, artan oranda iletişim becerilerinin kazanılmasında da önem taşımaktadır. Günümüz dünyasında kültürlerarası yeterlilik, yalnızca farklı kültürlerden insanlarla karşılaşmalarda uygun davranışların gösterilmesi ya da mesleki bir vasıf olarak düşünülmemelidir. Çünkü farklı kültürleri tanımak, öğrenmeye açık olmak düşmanca ve önyargılı düşünce ve davranışların azalmasına olanak sağlar. Böylece Huntington'un "medeniyetleri matematiksel olarak kategorize etmesi; uygarlıkları homojen ve bir bütün olarak farklılıklara kapalı bir şekilde değerlendirmesi" (Dağtaş, 2001: 106) sonucu, "medeniyetler çatışması" tezi ile yaratılmış olan huzursuzluk ve korku, eğitimin olanakları ile kırılabilecektir (Siegel, 2001: 43-44). Niesyto kültürlerarası pedagoji çalışmalarında karşılaşma ve problem ortantasyonlu pedagoji olmak üzere iki yaklaşıma dikkat çekmektedir:

"Karşılaşma (Begegnung) pedagojisi öncelikle, çoğunluk ve azınlık kültürlerine ait bireyler ve gruplar arasındaki kültürlerarası iletişim sürecini destekler. Karşılaşma pedagojisi, karşılaşma seminerleri çerçevesinde kültürlerarası iletişim biçimiyle dil ve ülkeler arasındaki sınırları kaldırır. Problem yönelimli kültürlerarası pedagoji ise, yabancı düşmanlığı, ırkçılık ve etno-merkezciliğe karşı pedagojik çalışmaları kapsar. Toplumun üyelerinin tümünün eşit şansa sahip olması için çaba harcar. Özellikle gelenek, anlayış, değerler ve kalıp düşüncelerden kaynaklı çelişiklere dikkat çeker" (2005).

Niesyto'nun ifade ettiği kültürlerarası pedagojinin problem odaklı ve karşılaşma pedagojisi yönelimlerine, Hobbs'un medya okuryazarlığında "sembolik metinlere karşı açık, eleştirel, sorgulayıcı, düşünsel ve eleştirel duruşun temeli olarak 'sorgulama pedagojisi'ni de (2004: 122-140) eklemek gerekmektedir. Böylece farklı kültürlerden insanların anlaşma sürecine olumlu katkı sağlayacak olan empati yeteneği gibi, karşılıklı tanıma ve saygının kazanılmasında sorgulayıcı tutum kültürlerarası medya pedagojisinin vazgeçilmez bir unsuru olarak önem kazanmaktadır. Bunun için (Niesyto, 2005), tüm farklılıklara karşın ortak demokratik ve dayanışmacı ilişki biçimleri desteklenmelidir. Kültürlerarası medya pedagojisi, medya didaktiği kapsamında geniş yelpazede film, video, müzik, fotoğraf çalışmaları ve internette kültürlerarası yönelimli birçok etkinliği kapsar. Anaokullarından ilköğretime, lise eğitiminden üniversite ortamlarına kadar, bu alanda yürütülebilecek workshoplar, karşılıklı ziyaretler ile uluslararası işbirliği çerçevesinde okullar arası diyaloglar geliştirilebilir; etkileşimli medya aracılığı ile uluslararası ortak 'okul web siteleri' oluşturularak, öğrencilerin eğitsel ortamlarda kültürlerarası medya çalışmalarına etkin katılımları sağlanabilir/sağlanmalıdır.

Uluslararası ve kültürlerarası medya pedagojisi, bu alanda yürütülen iki proje örneğinden hareketle somutlaştırılabilir: Uluslararası Video Cultur (Video Kültür) Araştırma Projesi, Almanya, Macaristan, İngiltere, Çek Cumhuriyeti, Amerika Birleşik Devletleri arasında, 1997-1999 tarihleri arasında yürütülmüştür (Niesyto, 2005). Bu proje ile farklı sosyo-kültürel ortamlardan 10-19 yaş

grubu gençler tarafından çekilen video filmleri internet sitelerinde sergilenerek, diğer gençlerin yorumlarına ve değerlendirmelerine olanak sağlanmıştır. Gençler tarafından çekilen video filmler katılımcı gruplar ve diğer gençler tarafından izlenmiş ve yorumlanmıştır. Bu proje aracılığı ile gençler, kültürlerarası medya pedagojisi kapsamında hem film estetiği temelinde video filmleri çekerek, senaryo oluşturarak, dramaturji ve evrensel sembolleri kullanarak küresel medya diline bağlanmışlar hem de gençlik konuları ve sorunları temelinde duygularını, fantezilerini, deneyimlerini müzik, resim ve film aracılığı ile ifade edebilmişlerdir. Ayrıca gençler, bu ürünlerini etkileşimli medya ortamında farklı gruplarla paylaşabilme şansına da sahip olmuşlardır. İkinci araştırma ise Avrupa Uygulama ve Araştırma Projesi (CHICAM) kapsamında, Londra, Roma, Atina, Stockholm ve Utrecht'te 2001-2004 tarihleri arasında 10-14 yaş arası göçmen ve mülteci çocukları ile yürütülmüştür. Göçmen çocuklarının bölgesel – CHICAM- kulüpleri aracılığıyla kendi yaşamları üzerine fotoğraf ve video çalışmaları yapmaları sağlanmıştır. Bu çalışmalar daha sonra farklı ülkelerde yaşayan çocuk ve gençlere internet platformlarında gösterilmiş ve onların değerlendirmelerine olanak tanınmıştır. Aynı zamanda bu fotoğraflar ve filmler farklı sosyal ortamlarda yerel enstitülerde (okullarda) ve siyasi kurumlarda eş zamanlı olarak gösterilerek, göçmen ve mülteci çocuklarının sorunlarına dikkat çekilmiş, böylece insanlar ve kurumlar bu konuda bilinçlendirilmiştir. Bu projeler kültürlerarası iletişim bağlamında farklı kültürel gruplara ve sorunlarına yeni medyanın olanaklarıyla, yine o kültürel grupların çocukları ve gençleri tarafından dikkat çekilmesi ve dile getirilmesine (Holzwarth, 2008: 18) olanak tanımıştır. Bu süreçte yalnızca toplum ve siyasi kurumların bilgilendirilmesi değil, göçmen çocukları gibi farklı sosyo-kültürel gruplardan çocukların kültürlerarası medya pedagojisi çalışmaları kapsamında etkin medya yeterliğini kazanmaları da hedeflenmiştir.

Küresel medya içerikleri, farklı kültürlerden çocuk ve gençler arasında ortak deneyimler temelinde bir bağ oluşturabilir. Ortak medya içeriklerinin tüketilmesi yeni kuşaklarda sınırları ortadan kaldırarak ortak bir kültüre ait olmayı sağlar. Çünkü aynı medya her yerde ve her zaman kullanılabilir. Yurtdışında birkaç yıl yaşayan birisi, daha sonra yerleştiği yeni ortamında o ülke, şehir ya da kasaba üzerine güncel bilgileri internet aracılığı ile edinebilir (Eggert, 2008: 105). Medya pedagojisi çerçevesinde okullarda hazırlanacak medya projeleri aracılığıyla farklı kültürlerden gençlerin karşılıklı oryantasyonu sağlanabilir.

Holzwarth ve Maurer'a göre (2008: 201), kültürlerarası medya çalışmalarıyla öğrenciler audio/podcasting ve web alanlarında medya bilgilerine sahip olabilecek şekilde, audio katkılarını alımlama ve kendi üretimleri için gerekli teknik kullanım bilgilerini (kurgu yapabilme) kazanabilmenin olanaklarını elde edeceklerdir. Söz konusu teknik yeterlilikler yanında, öğrencilerin grup içinde tartışma sürecini yaşamaları ve geri bildirim gibi kabul etmeyi de öğrenmeleri önemlidir. Böylece öğrencilerin kendi ürettikleri ürünlere kendi etkilerini ko-

bilme, deneyimlerini yaşayabilmeleri mümkün olabilecektir. Gençlerin medyayı teknik olarak kullanabilme ve bu anlamda kendi yaratılarını ortaya koyabilme yetkinliklerini kazanma süreçlerinde, tıpkı farklı kültürler üzerine bilgi ve deneyim edinmek gibi kültürel farkındalık bilincinin de bu süreçte kazanılabilmesinin olanakları yaratılmalıdır. Lauffer, toplum içinde enformasyon zengini ve enformasyon yoksulu gruplar arasında bir uçurumun varlığına, küresel çapta var olan haksızlıkların iletişim ağının olanaklarıyla dengelenmediğine, hatta daha çok arttığına dikkat çekmektedir. Buna göre, medyanın yeni küresel sunuları var olan toplumsal, kültürel ve ekonomik gelişmelere hız kazandırırken, aynı hızlandırma toplum içindeki gruplar, ülkeler ve kültür çevreleri arasındaki uçurumu artırmaktadır (Lauffer, 2009). Burada sözü edilen gruplar ve ülkeler arasındaki uçurumu kapatmak ve küresel çapta önlemlerle bu eşitsizliğin önüne geçmek eğitimin görevidir. Yukarıda yürütülmüş olan uluslararası ve kültürlerarası projeler bu önlemlere bir örnek oluşturabilir. Buraya kadar, küresel dünyada yeni sosyal alanlar, kültürlerarası ve ulusötesi iletişimin olanakları yanında göçmen toplumlarında kültürlerarası medya pedagojisi araştırmalarının koşulları ele alınmıştır. Çalışmanın bundan sonraki kısmında önce Türkiye’de medya okuryazarlığının amaçları ve hedefleri incelenecek, ardından bu yönde önerilere yer verilecektir.

4. TÜRKİYE’DE MEDYA OKURYAZARLIĞI ÇALIŞMALARI

Günümüzde medya araştırmaları, çocukların toplumsallaşmasında medyanın önemine dikkat çekmektedir. Kişilik ve kimlik gelişmeleri sürecinde aile, arkadaş grubu, kurumlar ve medya en önemli toplumsallaşma ortamlarıdır. Çocukların toplumsallaşması herşeyden önce medya toplumsallaşmasıdır (Körber ve Schaffar, 2002: 81). Medya pedagojisinin uzun yıllar bireyi medya karşısında koruma ve kollamayı hedefleyen anlayışı, hızlı teknolojik gelişmelere bağlı olarak değişmiştir. Koruyucu medya pedagojisi gibi bireyi edilgin olarak ele alan eleştirel yaklaşım, bireyin düşüncesinin iktidardan bağımsız olamayacağını, medyanın yönlendirici gücü ile insanlarda ‘yanlış bilinç’ yaratarak düzenin devamlılığının sağlandığı anlayışından hareket eder. Eleştirel ve eyleme dönük medya pedagojisi anlayışında ise bireyin sürekli etki altında kalan ve yönlendirmeye açık olduğu düşüncesi kabul görmez; tam tersi medya sunumları karşısında kendi eleştirilerini ortaya koyabilecek, medya içeriklerini seçebilecek ve medyayı kendi amaçları doğrultusunda bilinçli kullanabilecek medya yeterliğine sahip bireyler amaçlanır.

“Okuryazarlıklar dünyayı anlamamıza yarayan araçlardır” (Street, 2003’den aktaran Altun, 2005: 2); burada ifade edilen dünya sözcüğü genişletilmiş anlamıyla bilgi, beceri ve sosyal yaşantımızın bir parçası olan etkileşim normlarını ifade etmektedir (Altun, 2005: 2). Günümüz küresel dünyasında, teknolojik gelişmeler, minyatürleşen ve bütünleşmiş medya olanaklarıyla değişen sosyo-kültürel koşullarda okuryazarlık kavram olarak yeniden tartışılmalıdır (Altun, 2005: 4). Aufderheide medya okuryazarlığında sekiz genel ilkedен söz

eder. Buna göre tüm medya kurgusaldır; medya gerçekleri kurgular; izlerkitle medyada anlamı tartışır; ticari dolayimler yapar; ideoloji ve değer iletileri barındırır; toplumsal ve siyasal dolayimler yapar; biçem ve içerik yakından ilişkilidir; her medyanın tek bir estetik biçimi vardır (aktaran Öncel-Taşkıran, 2007: 103-107).

Burada yer alan genel prensipler medya içeriklerinin eleştirel olarak değerlendirilebilmesi ve bu içeriklere analitik yaklaşabilme açısından önemlidir. Çünkü insan yaşamının her anında önemli bir araç olarak yer alan medyanın etkileri karşısında bireylerin bilinçli, eleştirel ve sorgulayıcı olmaları gerekmektedir. Kejanlıoğlu (2007: 286)'nın dile getirdiği gibi bütün bu “değerlendirmeleri yapabilmek için bilgi birikimine sahip olmak” gerekmektedir. Bu anlamda, medya yeterliğinin kazanılabilmesi için örgün ve örgün olmayan eğitim ortamları yanında, yetişkinleri de kapsayacak genel bir medya okuryazarlığının tüm bireylere kazandırılması günümüz dünyasının vazgeçilmez bir koşulu olmuştur. Bununla birlikte, bir yandan dünyada hızla artan insan hareketliliği, ulusötesi yaşamlar ve kültürel açıdan heterojen toplumlar, çok kimliklilik, çok dillilik, çokkültürlülük kavramlarını öne çıkarırken, öte yandan küreselleşme ile yitirilen değerlerin ardına düşme, kimlik arayışları, dinsel, etnik ve geleneksel değerler, kısaca farklılıklar daha bir önem kazanmıştır. Bu koşullarda birinin diğerine göre farklı olması, birinin diğerini ‘öteki’ olarak sınıflandırmasına ya da genellikle çoğunluk kültürünün kendinden olmayana eksik, yetersiz ya da aşağı görmesine neden olmuştur. Böylesi karmaşık ve zorlu bir süreçte kültürel, ulusal, etnik farklılıkların medyada temsili daha bir önem kazanmaktadır. Çünkü günlük yaşama eşlik eden, insan yaşamını etkileyen ve şekillendiren en önemli araç olarak medya, farklılıkları öne çıkararak çelişkilerin yaratılmasında ya da farklılıklarıyla birlikte insanların yaşamlarında önemli bir rol üstlenir.

Türkiye’de medya pedagojisi çalışmaları, uzun yıllar koruyucu boyutuyla önem taşımış ve medya karşısında korunmaya muhtaç, edilgen kullanıcıdan hareket etmiş, bireyi merkeze alan, aktif medya kullanıcılarını hedefleyen medya pedagojisi çalışmaları ise göz ardı edilmiştir. Medya okuryazarlığı, 2006-2007 eğitim-öğretim yılında RTÜK ve Milli Eğitim Bakanlığı tarafından önce 5 ilde pilot proje olarak başlatılmıştır. 2007-2008 Eğitim ve Öğretim Yılında ilköğretim okullarında 6., 7. ve 8. sınıflarda medya okuryazarlığının seçmeli ders olarak ders müfredatına girmesi, gecikmiş bir çalışma olmakla birlikte önemli bir adımdır. Öğretmen Kılavuz Kitabında, medya okuryazarlığı dersinin amaçları şu şekilde verilmektedir: “Bu programı başarı ile tamamlayan öğrenci; medyayı farklı açılardan değerlendirir, yaşadığı çevreye duyarlı, ülkesinin problemlerini bilen ve medyada gördüklerini aklın süzgecinden geçirebilen bir birey olur. Televizyon, video, sinema, reklâmlar, basın, internet vb. ortamlardaki mesajlara ulaşarak bunları çözümlene, değerlendirme ve iletme yeteneğini elde eder, yazılı ve de görsel-işitsel medyaya yönelik eleştirel bakış açısı kazanarak, mesajların oluşturulmasına ve analizine dönük olarak soru sorma sürecine doğru

bir değişimi gündeme getirir". Böylece gelecekte bilinçli birer medya okuryazarı olacak olan öğrenciler, toplumsal yaşama daha aktif ve yaratıcı şekilde katılacak, hem kamu hem de özel yayıncılığın "daha olumlu noktalara taşınması noktasında duyarlılık oluşturulmasına da katkı sağlayacaklardır" (MEB, 2008: 21). Aynı kılavuz kitapta, medya okuryazarlığı dersi öğretim programı ile öğrencilere kazandırılmak istenen değerler, "özel yaşamın gizliliğine saygı, estetik duyarlılık, dürüstlük, sorumluluk, etik kurallara bağlılık, farklılıklara saygı duymak, kültürel mirası yaşatmaya duyarlılık, aile içi iletişime önem vermek, bilinçli tüketim, toplumsal hayata aktif katılım, bilimsellik, eşitlik, yardımlaşma, dayanışma ve paylaşma" olarak belirtilmektedir. Medya okuryazarlığı dersinin amaçları ve öğrencilere kazandırılacağı varsayılan değerler, medya içerikleri karşısında sosyal sorumluluk çerçevesinde çocukların bilincine, tutumlarına ve davranışlarına yönelik hedeflerdir. Ayrıca medya okuryazarlığı dersleri ile öğrencilere, "gözlem, araştırma, eleştirel düşünme, iletişim, problem çözme, bilgi teknolojileri kullanma, girişimcilik, Türkçeyi doğru, güzel ve etkili kullanma sosyal ve kültürel katılım" (MEB, 2008: 21) becerilerinin kazandırılması da amaçlanmaktadır. Burada belirtilen amaçlar, kazandırılması hedeflenen değerler ve beceriler oldukça geniş yelpazede yer almaktadır. Bu değerler ve becerilerin bir eğitim-öğretim döneminde, haftada bir saat olan seçimlik ders programı kapsamında kazandırılması kolay olmayacaktır. Çünkü hem karmaşık medya içeriklerini akılcı ve eleştirel değerlendirebilme hem de çocuk ve gençlerin kendi katkılarını ortaya koyabilecekleri şekilde teknik olarak kullanabilecekleri becerilerin kısa sürede nasıl kazandırılacağı tartışmalı bir konudur. Bununla birlikte medya alanındaki gelişmeler durağan değildir; çocuk ve gençlerin okul dışında medya deneyimleri sürekli ve çocukların medya içeriklerine ilişkin ilgilerinin de göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bunun yanında iletişim teknolojilerindeki yeni gelişmeler ve bu teknolojik olanaklara sahip olma ve onları kullanabilme koşullarının eşit olamaması, bu bakımdan sınıfların heterojen gruplardan oluşması sorun oluşturacaktır. Bunun yanında medya okuryazarlığı dersleri birçok öğrenci için aynı zamanda medyaya ulaşma olanağı anlamına da gelecektir. Bu nedenle ders planları, öğretmen merkezli değil, öğretmen kontrolünde öğrenciyi aktif kılan, doğru ve yanlış öğrencilere dikte edilmesi şeklinde değil, öğrencilerin eleştirel yetenekleri kazanabilecekleri şekilde esnek ve somut bir şekilde hazırlanmalıdır. Genel olarak Türkiye'de medya okuryazarlığı çalışmaları örgün eğitimle sınırlı olup, öğrencilerin nesnel "gerçeklikle medya gerçekliğini ayırt edebilmeleri, medya içeriklerine karşı bilinçli olabilmeleri ve medya tarafından belirlenen yaşam alanının korunması" (RTÜK, 2007: 38-41) amaçlanmaktadır.

Türkiye'de medya okuryazarlığı derslerinin sosyal bilgiler öğretmenlerinin 15 günlük hizmet içi eğitim ile vermeleri öngörülmüştür. Ancak sosyal bilgiler öğretmenlerinin az sayıda olması nedeniyle çoğu okullarda bu derslerin seçmeli olarak da açılması mümkün olamamaktadır. Oysa bu denli karmaşık ve kapsam-

lı bir alanda eğitim verecek, alanında yetkin eğitim elemanlarının olmaması en önemli eksikliklerden birini oluşturmaktadır. Türkiye’de medya okuryazarlığı çalışmalarının değerlendirilmesi, henüz erken olmakla beraber, yeterli alt yapının oluşturulmamış olması ve alanında yetkin eğitici kadroya ilişkin çalışmaların olmaması, üniversitelerin bu alana ilişkin suskunluğu, Milli Eğitim Bakanlığı ve RTÜK’ün işbirliğinin alana ilişkin belirleyici rolü ve alanın disiplinlerarası özelliğinin bu iki kurum tarafından tam olarak kavranamamış olması sorun oluşturmaktadır. Öte yandan medya okuryazarlığı ilköğretim ders müfredatına girmekle birlikte, Türkiye’de yeterli alan araştırması yapılmamıştır ve medya okuryazarlığı kavramı medya pedagojisinin kapsamından uzak, moda bir kavram olarak yaygınlaşmaktadır.

Bu sorunların yanında kültürlerarası medya pedagojisine ilişkin yaklaşım Medya Okuryazarlığı Dersi Yıllık Planı’nda hedeflenen değerler arasında ‘farklılıklara saygı duyma’ ibaresi ile yer almasına karşın, kültürlerarası yeterlilik veya farkındalık bilincinin bu derslerde nasıl yaratılacağına yönelik somut bilgiler hem Yıllık Plan’da hem de okulların ders planında yer almamaktadır. Sonuç olarak, eski ve yeni medya aracılığıyla farklılıklara karşı ‘farkındalık’ bilincinin nasıl yaratılacağı, yeni medya olanaklarında etkileşimsel iletişimin olanakları ve de küresel düzeyde kültürlerarası düşünebilmenin gelecek kuşaklara nasıl kazandırılacağı sorusu/sorunu açık bir alandır.

5. NEDEN KÜLTÜRLERARASI MEDYA PEDAGOJİSİ?

Kalıp düşünceleri, bir kültür, ulus ya da üyeleri ile ilgili basit, genel geçer ve çoğu zaman üzerinde düşünülmeyen peşin hükümler olarak tanımlamak mümkündür. Kalıp düşünceler (Kartarı, 2001: 189-190), ilgili ulus ya da kültürün bireyin zihnindeki resmini oluşturur. Bu resmin oluşmasında bireyin yaşantılarına koşut olarak, rastlantısal enformasyon da rol oynar. İzlenimler çok farklı ve ayrıntılı olabilmekle birlikte, çoğu zaman söz konusu ulus ya da kültürün yalnızca birkaç niteliği üzerine de kurulu olabilir. Sosyal psikoloji ve sosyoloji alanlarında önyargı üzerine anlaşılmış tek bir tanım bulunmamaktadır. Ancak önyargı, bir grubun üyelerinin diğer grubun üyelerine karşı negatif düşünceleri olarak tanımlanabilir. Kalıp düşünceler ve önyargılar, negatif olabileceği gibi olumlu da olabilir.

Önyargı, toplumsal açıdan istenmeyen bir davranış da olsa toplumsal yaşama nüfuz etmiştir. Böylece çoğu zaman bir gruba ya da grubun üyelerine yalnızca kendi gruplarının üyesi olmadıkları için, bilişsel inanç, aşağılayıcı tutum, olumsuz duygular beslemek ya da onlara karşı ayrımcı ve düşmanca tutum ve davranışlar sergilemek önyargı olarak tanımlanır. Önyargı, kültürel ya da tarihsel sınır tanımaz. Yalnızca orta yaşlılara, beyazlara, heteroseksüellere ya da erkeklere özgü bir olgu değildir. İrk, etnik köken, cinsiyet, yaş, cinsel tercih ile fiziksel ve ruhsal sağlık temelinde ayrıştırılmış olan belli gruplar öteden beri önyargıların hedefi haline getirilebilmektedir (Hogg ve Vaughan, 2007).

Kültürlerarası iletişim sürecinde çoğunlukla bilinçli ya da bilinçsiz, istemli ya da istemsiz daha önceden sahip olunan deneyimler, kalıp düşünceler ya da ön yargılar belirleyici olur. Karşılaşılan insanlar, gruplar ya da kültürler üzerine var olan kalıp düşüncelerden hareketle bir sınıflandırma, bilinenlerle bir karşılaştırma yaparak, karmaşık ve bilinmez olanı anlaşılır hale getirmek adına genellemeler yapılır. Genellemelerin temelinde özne veya nesnelerin algılanması yatmaktadır. Genelleme bir özne veya nesneye dış özellikleri, davranışları ve eylemlerine bağlı olarak bir anlam yüklemeyi içermektedir (Kartarı, 2001: 190; Alver, 2001: 63; Lauber, 2003: 39). Bir özne olarak farklı olanın algılanması, doğrudan bireyin kendi gözlemleriyle, aile ve sosyal çevresi ya da medya aracılığıyla oluşabilir.

Bir gruba karşı geliştirilen imaj, kalıp düşünce ve önyargılar, dünyayı daha basit bir şekilde algılamada önemli bir işlev üstlenir. Ancak bu basit imajların önyargılarla zenginleştirilmesi durumunda, iletişim bariyerleri oluşturabilmeleri de kaçınılmaz olur (Alver, 2001: 63). Bireyler, başkalarından duydukları veya karşılaştıkları, etkileşimde buldukları ya da gözlemledikleri farklı kültürden bireyler ya da grupların davranışlarını kendi kültürel normlarıyla karşılaştırarak o bireyler ya da ait oldukları kültürlerle ilişkin 'kötü', 'yanlış', 'garip' gibi değerlendirmelerde bulunabilirler.

Küresel dünyada, iletişim, bilgi ve ağ toplumu gibi tanımlarla bir yandan iletişimin olanakları ile sınırlar ortadan kalkmakta, kültürel heterojenlik olağan hale gelmekte, diğer yandan bilgiler yüzeyselleşmekte, yeni kuşakların elde ettikleri bilgiler ise birbiriyle bağlantısız ve kopuk olmaktadır. Spanhel (1999: 9)'in vurguladığı gibi, "kırık dökük, birbiriyle bağlantısız, ayrıntılı bilgiler ve ilgileriyle gelen öğrenciler karşısında okulların önünde oldukça zor görevler durmaktadır". Çünkü medyanın olanaklarıyla 'tüm dünya' yeni kuşak 'medya çocuklarının' ellerinin altındadır. Medya, yeni kuşaklara okul dışında ilginç konular ve sorularla yeni öğrenme yollarının ve biçimlerinin de kapılarını açmaktadır.

Yeni iletişim araçlarıyla iletişim kurabilmenin koşulları toplumdan topluma, ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. OECD'nin 1999 yılına ait verilerinde ülkelerin donanım, dağıtım sistemi, yazılım ve telekomünikasyon sunuları Gayri Safi Milli Gelir paylarına da yansımaktadır. Türkiye bu tabloda en son sırada yer alırken, ülkenin farklı gelişmişlik düzeyine sahip olmasının bunda büyük payı vardır. Modern iletişim yöntemlerinde etkin rol oynayan faktörlerden biri de dil üstünlüğü olmaktadır. Bir taraftan bilgi, eğlence ve ticari sunuların dev dünyasına katılma fırsatı sağlayan uluslararası bir standart (dil) yaratılırken, diğer yandan belli bir iletişimle (online) diğer diller bir kenara (Laufer, 2009) itilmektedir.

Türkoğlu'nun da vurguladığı gibi, küreselleşme sürecinde yeni medya olanaklarıyla karşılaşmalar yerini kesişmelere, giderek de kırılmalara bırakmakta-

dır. Bu karşılaşmalar ile farklı merkezler arasında birbirine ilgi ve merak doğrultusunda bir bağlantı kurulması ve karşılıklı etkileşim olabileceği gibi yıkıcı boyutu da önem kazanır. Çünkü günümüz koşullarında yer ve zamandan bir kopuş, dolayısıyla hareketle birlikte değişkenleri taşıyan bir akış ve merkezsizlik duygusu bir yol ayrımına işaret eder. Söz konusu karşılaşmalar ve kesişmeler ise ‘sarsıntılar’ ve ‘direnişlerin’ birikimiyle oluşan ‘kırılmalar’ neden olmakta, bu kırılmalar da ‘parçalanma’ ve ‘kutuplaşmaları’ beraberinde (Türkoğlu, 2009: 42) getirmektedir.

Küreselleşme ile birlikte ekonomik ve kültürel birleşmeler gözlemlenirken, diğer yandan bir parçalanma yaşanmaktadır. Burada ifade edilen parçalanma, kültür ve zenginlik farklılıklarını da öne çıkarmaktadır. Bir diğer ifade ile küreselleşmenin tüm olanaklarına sahip olanlar ve bu olanakların dışında kalanlar olarak bu süreçte yeni bir modern aristokrasi oluşmakta, bu da yeni bir dışlanma ya da reddetmeyi beraberinde getirmektedir (Tutal, 2006: 37). Bu koşullarda medya pedagojisinin sorunsalı, toplumlar ve bireyler arasında iletişim araçlarına ulaşabilmedeki eşitsizliklerin nasıl giderileceği ve çoklu medya aracılığı ile iletişim sürecine eşit koşullarda katılabilmenin olanaklarının nasıl sağlanacağı olmalıdır. Medya içeriklerine karşı Binark ve Gencil Bek, eleştirel medya okuryazarlığının gerekliliğine vurgu yaparlarken, eleştirel medya okuryazarlığının tüm sözcüklerin, anlam ve üretimlerinin, anlatıların ve temsillerin ardyöresine bakabilme bilinci ve toplumsal dönüşüm yetileri kazandırarak önem taşıdığını belirtmektedirler (2007: 11). Bu anlamda medya okuryazarlığına eleştirel pedagojinin temel öğeleri olan özdüşünümsellik, diyalog ve bağlam vurgusunu da katmak gerekmektedir. Böylece “kolaycı, bildik, tanıdık varsayımlara, basmakalıp yargılara ve çerçevelenmiş hazır imgelere karşı estetik, pratik, siyasi ve ahlaki pratiklerle beslenen bir bakış açısının” yaşam biçimi haline getirilmesi söz konusu olacaktır (Binark ve Gencil Bek, 2007: 102). Medya okuryazarlığının TV, sinema, radyo, müzik, basılı medya, internet ve diğer tüm yeni dijital (sayısal) medyayı kapsadığını belirten İnal, iktidar yapılarına karşı kültürel farkındalık yaratması açısından eleştirel okuryazarlığın hayati yönüne işaret eder. “Eleştirel yaklaşımla, önyargı, önyargılı temsiller, hatalar ve yanlış ifadeler gibi, metnin değer ihtiva eden mesajlarını ortaya çıkararak kitle iletişim araçları üzerinde uyanık bir gözleme ve izleme süreci” (2009: 89-90) gerçekleşir. Medya okuryazarlığı eğitiminde; medya içeriklerine karşı eleştirel, analitik ve yaratıcı olabilme, etkileşimde bulunabilme, medya gerçekliğinin ikincil gerçeklik olduğunun bilincinde, medyanın aracı olmaktan öte medyayı araç (Schorb, 1998: 7) olarak kullanabilme yönündeki bilgi ve becerilerin yanında, günümüz dünyasında kültürlerarası medya çalışmalarını da kapsamı sağlanmalıdır. Çünkü günümüz çağdaş toplumlarının yaşam koşulları insanların farklılıklarıyla birlikte birarada yaşamasını gerektirmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Medya, günlük yaşamın vazgeçilmez temel taşlarından biri olmuştur ve genç kuşaklar için yalnızca televizyon, video, DVD, VCD, sinema ve müzik çalar önemli olmamakta, aynı zamanda, cep telefonları, mp3 çalarlar ve internet olanaklarıyla iletişim sıradan hale gelmiştir. Bununla birlikte, medya iletilerini ve içeriklerini değerlendirebilmek, eleştirebilmek, iletişim ortamlarına katılabilmek, araştırma yapabilmek, bilgiye ulaşmak ve kendi ilgilerini ve iletilerini topluma iletebilmek için belli başlı yeterliliklere ve bilgi birikimine sahip olmak gerekmektedir. Bu yeterliliklerin ve bilgi birikiminin sağlanabilmesi için medya okuryazarlığı çalışmalarının her yaştan, her cinsiyetten, her alandan grupları hedef alması ve yaygınlaştırılması önemlidir.

İçinde yaşadığımız küresel bilgi, iletişim ve ağ dünyasında, kültürlerarası iletişim önemli bir olgudur. İletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler ve insan yaşamında medyanın artan rolü, serbest bilgi akışı, insan hareketliliği bir yandan uzakları yakın kılmakta, sınırları ortadan kaldırmakta, diğer yandan farklılıkları öne çıkarmaktadır. Bu koşullarda son yıllarda sıklıkla kültürlerarası iletişim, kültürlerarası iletişim yeterliği gibi medya pedagojisi kapsamında, medya eğitimi ve bu bağlamda medya okuryazarlığı çalışmaları yaygınlaşmaktadır. Çünkü medyanın insanların düşüncelerine yön veren, etki eden ve şekillendiren önemli bir araç olduğu anlayışı kabul görmektedir. Bu nedenle medya, günümüzün kültürel açıdan heterojen toplumlarında, kültürel farklılıklar temelinde bir ayrımcılığa da yol açabilir; farklılıkları birleştirici rol de oynayabilir. Ancak iletişim teknolojisinin olanaklarıyla bilgiye ulaşma ve iletişimde bulunabilme olanaklarının zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldırmasına rağmen, nüfusun büyük çoğunluğunun bu iletişim olanaklarından yararlanamadığı da bir gerçekliktir. Ayrıca iletişim araçlarının kullanımındaki bilgi eksikliği nedeniyle nüfusun çoğunluğu, yeni medyanın avantajlarından yararlanamamaktadır. Bu nedenle medya eğitiminin örgün ve yaygın eğitim ortamlarında toplumun tüm üyelerini kapsayacak şekilde geniş bir yelpazede düşünülmesi gerekmektedir. Böylece toplum içindeki grupların medya olanaklarından yararlanabilmesi ve iyi birer medya okuryazarı olabilmelerinin önü açılacaktır.

Medya okuryazarlığı ile medya kullanıcılarının medya ve medya içerikleri karşısında daha da bilinçli, eleştirel ve etkin olması amaçlanmaktadır. Bilgi toplumunda, her gün enformasyon bombardımanı altında kalan bireylerin, bilinçli birer medya okuryazarı olmalarıyla, yollarını bulmaları mümkün olacaktır. Medya okuryazarlığı geniş ve kapsamlı bir alandır. Bu nedenle eğitim kurumlarının hem teknik donanımları hem de alanında yetkin eğitici kadrosu yanında, ders planlarının da koşullara uygun hazırlanması önemli olacaktır. Çünkü küresel ve yaygın iletişimin kültürel sonuçları ile medyanın biçimlendirdiği tüketim alışkanlıkları ve yaşam biçimleriyle şekillenen bireysel yaşam dünyaları oluşmakta, aynı şekilde, küresel medya içerikleri ve yaygın medya aracılığıyla bilgiler yüzeyselleşmekte, bir yandan dünya toplumları arasında mekân

ve zaman yakınlaşmakta, diğer yandan bilgi kirliliğinin yaşandığı bir süreç öne çıkmaktadır. Bütün bunlara karşın, bilinen ve kabul edilen gerçek ise “yaygın medyanın program içeriklerinin günümüz bireysel yaşam dünyasında önemli bir yapı taşı işlevi görmekte” olduğudur (Bachmair, 2005: 257). Bondafelli'nin (2008: 78) dikkat çektiği gibi, modern medya günlük olarak haber değerleri temelinde olayları güncellik, farklılık, şiddet ya da kriminal olarak ivediliğine göre seçmekte, bu olayları seçtiği dil, resimler ve mecazi olarak kendi perspektifiyle, çoğu zaman bağlamından, koşullarından, nedenlerinden yoksun olarak sunarken, farklı kültürler ya da gruplar üzerine bilinçli ya da bilinçsiz kalıp düşüncelerin ve önyargıların oluşmasına da ortam hazırlamaktadır. Bu nedenle, kültürlerarası medya pedagojisi, hem kültürlerarası yeterliğin geliştirilmesi ve medya içeriklerine karşı eleştirel ve duyarlı olabilmeyi hem de medya aracılığıyla kültürlerarası diyalogun geliştirilmesine ortam hazırlayabilir.

Türkiye’de medya okuryazarlığı çalışmalarının belirli kitleleri hedef alması, ilköğretim ile sınırlı olması, bu derslerin seçimlik olması sorun oluşturmaktadır. Ayrıca medya okuryazarlığı derslerinin nasıl, kimler tarafından verileceği konusu tartışmalıdır. Daha çok medya örneklerinden yola çıkarak doğru ve yanlışın öğrencilere gösterilmesi medya yeterliğinin hedefi olamaz. Medya okuryazarlığı dersleri ile amaçlanan değerler ve beceriler çok geniş kapsamlı ve soyut olmaktadır. Ders planlarının daha uygulama ağırlıklı yapılması, öğrenci merkezli, öğrencilerin okul dışı medya deneyimlerini de içine alan, onların hem medya ile üretmelerini hem de medyayı içerik olarak değerlendirebilmelerini sağlayacak etkin ders planlarının oluşturulması gerekmektedir. Merkezi olarak hazırlanmış ve ders içerikleri belirlenmiş olan ve daha çok öğretmenin merkezde olduğu ders planı ile öğrencilerin gazete, dergi çıkarmaları, radyo yayınları hazırlamaları mümkün olabilir; ancak bu tam anlamıyla medya yeterliğinin kazandığı anlamına gelmez. Bunun için üniversitelerle işbirliği içinde eğitim kadrosunun yetiştirilmesi yönünde çalışmalara ağırlık verilmelidir. Ayrıca medya okuryazarlığı derslerinin hedefleri daha somut olmalıdır. İnal’ın belirttiği gibi, medya okuryazarlığı dersi ilköğretimde zorunlu ders olmalı, bu dersler korunmacı olmaktan öte eleştirel bir bakış açısı kazandırmayı hedeflemelidir (2009: 193). Derslerin öğretmen merkezli olmaktan öte, öğretmen ve öğrencinin günlük yaşam pratiklerinden de beslenerek tartışmacı bir zihniyetle, öğrencilerin hem medyayı üretirken hem de bilginin yaratılması ve dolaşıma sokulmasında özne olduklarının farkına varabilecekleri kapsamda verilmesi desteklenmelidir (Binark ve Gencil Bek, 2007: 209-210).

Kültürlerarası medya pedagojisi çalışmaları gereklidir ve önemsenmelidir; çünkü günümüzde farklılıklardan kaynaklı çelişkilerin en aza indirgenmesi, farklı olanın kalıp düşünceler ve önyargılardan uzak algılanması ve değerlendirilmesi, birlikte yaşamın ön koşuludur. Bu nedenle bilgi ve iletişim çağında ve giderek ağlaşan dünyamızda medya yeterliği gibi kültürlerarası yeterlilik de günümüz insanların sahip olması gereken koşullardandır. Bu bakımdan kül-

türlerarası medya pedagojisi alanında bilimsel olarak daha fazla kuramsal ve ampirik araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü medya olanakları ile bilgiye erişim daha açık ve kolaydır; bu bilgilerin alımlayıcılar tarafından doğru sınıflandırılması, değerlendirilmesi ve kullanımı için eğitsel ortamların yeni medya koşullarına aynı hızla yanıt vermesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Akarcı, Sezer (1997). *Türkiye’de Kamusal Radyodan Özel Radyo ve Televizyon’a Geçiş Süreci*. Punto: Ankara.
- Alankuş, Sevda (2005). “Demokratik Bir Medya Ortamı İçin Yerel/Sivil Medya ve Yeni İmkanlar”. Habercinin El Kitabı-*Medya ve Toplum*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı. 99-132.
- Altun, Arif (2005). *Gelişen Teknolojiler ve Yeni Okuryazarlıklar*. İstanbul: Anı.
- Alver, Füsün. (2001). “İnterkültürel İletişimde Bariyer Problemi ve Bariyerin Aşılması İçin Çözüm Önerileri.” *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 11: 55-70.
- Aufenanger, Stefan (2000). “Medien-Visionen und die Zukunft der Medienpädagogik: Plädoyer für Medienbildung in der Wissensgesellschaft. Medien Praktisch”. *Zeitschrift für Medienpädagogik*. Heft 93. 4-8.
- Aufenanger, Stefan (2002). “Interkulturelle Bildung im Medienzeitalter”. *Computer und Unterricht*. 45: 44-45.
- Aziz, Aysel (2002). *Radyo Yayıncılığı*. Ankara: Nobel.
- Bachmair, Ben (2005). “Themenfelder der Medienpädagogik”. *Jahrbuch Medienpädagogik* 5. Ben Bachmair ve Peter Diepold (ed.) içinde. Wiesbaden: Verlag für Wissenschaften: 255-269.
- Binark, Mutlu (2007). “Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorunlar ve Yöntem Sorunu”. *Yeni Medya Çalışmaları*. Mutlu Binark (ed.) içinde. Ankara: Dipnot. 21-44.
- Binark, Mutlu ve Bayraktutan Sütçü, Günseli (2007). ”Teknogünlüklerdeki Çok(lu) Sessiz Yaşamlar: Yeni Medyanın Sessiz Enstrümanları-Yeni Orta Sınıf Gençlik”. *Yeni Medya Çalışmaları*. Mutlu Binark (ed.) içinde. Ankara: Dipnot. 147-203.
- Binark, Mutlu ve Mine Gencil Bek (2007). *Eleştirel Medya Okuryazarlığı*. İstanbul: Kalkedon.
- Binark, Mutlu (2010). “Yeni Medya Dolayimli İletişim Ortamında Olanakların ve Ol(a)mayanların Farkında Olmalı”. <http://yenimedya.wordpress.com/2010/01/03/yeni-medya-dolayimli-iletisim-ortaminda-olanaklarin-ve-olamayanlarin-farkinda-olmali>. Erişim tarihi: 24.05.2010.
- Bonfadelli, Heinz (2008). “Mit Medien unterwegs: Globale Medien und kulturspezifische Nutzung”. *Interkulturell mit Medien*. Helga Theunert (ed.) içinde. Muenchen: Kopaed. 77-95.
- Castells, Manuel (2005). *Ağ Toplumunun Yükselişi*. Ebru Kılıç (çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Castells, Manuel ve Martin Ince (2006). *Manuel Castells’le Söyleşiler*. Ebru Kılıç (çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Çankaya, Özden (2003). *Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi:1927-2000*. İstanbul: Yapı Kredi.

- Dağtaş, Erdal (2001). “Küreselleşme ve Yeni Kimlik Politikaları Çerçevesinde Mikro-Milliyetçiliğin Yükselişi”. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 12 (Kış): 106-125.
- Durugönül, Esmâ (2002). “Göç Yolları”. *Görüş*. Haziran: 38-47.
- Eggert, Susanne (2008). “Mit Medien Interkulturalität gestalten: Medien als Mittel interkultureller Verständigung”. *Interkulturell mit Medien*. H. Theunert (ed.) içinde. München: Kopaed. 97-111.
- Földes, Csaba (2007). *Interkulturelle Kommunikation: Positionen zu Forschungsfragen, Methoden und Perspektiven*. Wien: Universitaet Verlag Veszprém.
- Gencel Bek, Mine (2008). “Kamu Hizmeti, Kültürlerarası Diyalog ve Çoğulculuk”. *Radikal Gazetesi*. http://www.radikal.com.tr/yazici.php?ek=r2&haberno=6889&tarih=06/05/2008&ek_t. Erişim tarihi: 06.05.2008.
- Gümüş, Ağâh (2004). *Bilgisayarlı İletişim*. İstanbul: Değişim.
- Hepp, Andreas (2008). “Globalisierung der Medien und Transkulturelle Kommunikation”. *Neue Medien Internet Kommunikation*. Aus Politik und Zeitgeschichte. 39/2008. Beilage zur Wochenzeitung das Parlament. 9-17.
- Hogg, A. Michael ve Graham M. Vaughan (2007). *Sosyal Psikoloji (Birinci Baskı)*. İbrahim Yıldız ve Aydın Gelmez (çev.). Ütopya: Ankara.
- Holzwarth, Peter (2008). *Migration, Medien und Schule*. München: Kopaed.
- Holzwarth, Peter ve Björn Mauer (2008). Interkulturelle Medienarbeit mit Fotografie, Video und Audio. *Interkulturell mit Medien*. H. Theunert (ed.) içinde. München: Kopaed. 191-203.
- Hugger, Kai- Uwe (2005). “Transnationale Soziale Räume von deutsch-türkischen Jugendlichen im Internet”. *Medienpädagogik*. <http://www.medienpaed.com/zs/>. Erişim tarihi: 12.02.2007.
- Hugger, Kai- Uwe (2008). Migration und Medien. 7-12. www.gmk.medienpaed.de/medienbil/pdf/einleitung.pdf. Erişim tarihi: 12.02.2008.
- İnal, Kemal (2009). *Medya Okuryazarlığı El Kitabı*. Ankara: Ütopya.
- Kartarı, Asker (2001). *Farklılıklarla Yaşamak. Kültürlerarası İletişim*. Ankara: Ürün.
- Kejanlıoğlu, D. Beybin (2007). “Türk Medyasında Haberin Manipülasyonu ve Dezenformasyon”. *Medya Okuryazarlığı*. Nurçay Türkoğlu ve Melda. C. Şimşek (ed.) içinde. İstanbul: Kalemus. 284-291.
- Kim, Svetlana (2007). “Deutsch im interkulturellen Interviewgespräch-Kommunikationsstrategie, Sprechweise und Prosodie”. *Zeitschrift für interkulturellen Fremdsprachenunterricht*. Erişim tarihi: 12.02.2007: 1-17.
- Avrupa Kitle İletişimi Politikaları 7. Bakanlar Konferansı (2005). Bütünleşme ve Çeşitlilik: Avrupa Medya ve İletişim Politikalarının Yeni Ufukları. Kiev (Ukrayna), 10-11 Mart 2005. <http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/Dosya/indir.aspx?icerikid=a586249c-9bab-4fae-9803-6f8385a40787>. Erişim tarihi: 05.05.2008.
- Körber, Christian ve Andrea Schaffar (2002). “Identitätskonstruktionen in der Mediengesellschaft”. *Medien Impulse*. September: 80-86.

- Laubber, Achim (2003). "Die Rezeptionsanalyse". Was guckst du, was denkst du? Der Einfluss des Fernsehens auf das Ausländerbild von Kindern im Alter von 9 bis 14 Jahren". İçinde: Bernd Schorb vd. (Ed.), Kiel:ULR. 34-42.
- Lauffer, Jürgen (2005). *Medyanın Globalleşmesi ve Kültürel Sonuçları*. <http://www.konrad.org.tr/index.php?id=133>. Erişim tarihi: 04.05.2009.
- Löffelholz, Martin ve Andreas Hepp (2002). "Transkulturelle Kommunikation Einführung in die Grundlagentexte". *Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation*. Andreas Hepp ve Martin Löffelholz (ed.). içinde. Konstanz: UVK. 11-33.
- Milli Eğitim Bakanlığı Talim Terbiye Kurulu (2008). *Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen Kılavuz Kitabı*. Ankara: İlköğretim Genel Müdürlüğü Ders Kitapları Dizisi.
- Moosmüller, Alois (2006). *Interkulturelle Kommunikation*. Münster/NewYork/München/ Berlin: Waxmann Verlag.
- Niesyto, Horst (19.11.2005). Chancen und Perspektiven interkultureller Medienpädagogik. Vortrag auf dem 22.GMK-Forum in Bielefeld.
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (2007). *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu*. Ankara.
- Römhild, Regina (1990). Histourismus, Fremdenverkehr und lokale Selbstbehauptung. Schriftenreihe des Institutes für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie der Universität Frankfurt am Main. Band 32.
- Schorb, Bernd (1998). "Stichwort Medienpädagogik". *Zeitschrift für Erziehungswissenschaft*. 1: 7-22.
- Schröder, Joachim und Louis H. Seukwa (2007). *Flucht Bildung Arbeit, Fallstudien zur beruflichen Qualiifizierung von Flüchtlingen*. Karlsruhe:Loeper Verlag.
- Siegel, Ralf (2001). "Interkulturelle Kompetenz Durch Globales Lernen". *Forum 4. Jahrestagung-Ags*. 43-44.
- Spanhel, Dieter (1999). *Integrative Medienerziehung in der Hauptschule. Ein Entwicklungsprojekt auf der Grundlage responsiver Evaluation*. München: Kopaed.
- Taşkıran, Ö. Nurdan (2007). *Medya Okuryazarlığına Giriş*. İstanbul: Beta.
- Timisi, Nilüfer (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost.
- Törenli, Nurcan (2005). *Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat.
- Türkoğlu, Nurçay (2009). "Küresel Medya Akışında Görünmeyenler ve Kırılmalar". *Medya ve Kültür*. Nurçay Türkoğlu ve Sevilen Toprak Alayoğlu (der.). içinde. Karaelmas 2009. İstanbul: Urban.
- Tural, Nilgün (2006). *Küreselleşme, İletişim, Kültürlerarasılık*. İstanbul: Kırmızı.
- Uluç, Güliz (2003). *Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı*. İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- Woyke, Wichard (2000). Handwörterbuch Internationale Politik. Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn:Leske+Budrich, Opladen.