

MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİ NEDEN GEREKLİDİR?

20. yüzyılda başlayan ve hâlen devam etmekte olan bilim ve teknolojiadaki hızlı gelişme, her alanda olduğu gibi iletişim alanında da etkili olmuş ve bilim adamlarının geçtiğimiz yüzyılı “enformasyon çağı” olarak tanımlamalarına yol açmıştır.

Kitle iletişim araçlarının gelişimine paralel olarak iletişim kanallarının çeşitliliğinin artması, bir yandan içerik doldurma sorununu beraberinde getirirken, diğer taraftan bu “bilgi” ve “enformasyon” bolluğunda “doğru bilgi”ye nasıl ulaşılabileceğine ilişkin sorunsalı da ortaya çıkarmıştır.

Bu yoğun enformasyon altında, özellikle çocuklar, sunulan malzemeyi seçme şansı olmadan ve bilinçsizce doğrudan almakta ve o oranda da etkilenmektedirler.

Bugün tartışmasız en etkili kitle iletişim aracı olan televizyonun, kişilerin sosyal yaşamlarının neredeyse “olmazsa olmaz”ı hâline geldiği de çok açıktır. Ülkemizde 90’lı yıllardan bu yana özel televizyon yayıncılığına geçiş ve televizyon programlarındaki görece çeşitlilik, ülkemiz insanının ekrana daha bağımlı hâle gelmesine yol açmıştır.

Yapılan bilimsel araştırmalarda, Türkiye’deki televizyon izlenme oranının günde ortalama 4–5 saat olduğu görülmektedir. Bir kişi yılın %19’unu televizyon izleyerek geçirmektedir. Kişinin yılın %33’ünü uyuyarak, %33’ünü çalışarak, %14’ünü de bu etkinliklerin dışında kalan etkinliklerle geçirdiği göz önüne alındığında bu oranın oldukça büyük olduğu çıkmaktadır. Bir boş zaman aktivitesi olarak görülen televizyon izleme süreleri, yapılan uluslararası istatistiklerde ortalama olarak günlük 2–4 saat olarak görülmektedir. Bu da tüm hayatı aktivitelerden arta kalan zamanın televizyon karşısında tüketilmesi anlamına gelmektedir.

Çocuklar için, televizyon mesajlarına bu kadar açık olmanın diğer büyük bir tehlikesi de gerçeklik ile kurguyu ayırt edecek bir yaşta ve donanımda olmadıklarından dolayı, gördükleri her şeyi gerçeklik olarak algılayıp olabilirliğine inanmalarıdır. Bilimsel araştırmaların düzenli olarak 2–2,5 yaşında televizyon izlemeye başladıklarını ifade ettikleri çocuklar için, bunun ne kadar vahim bir durum olduğu da ortadadır. Yapılan bazı araştırmalar ülkemizde çocukların televizyon izleme konusunda oldukça özgür olduklarını ortaya koymaktadır. 6–17 yaşları arasındaki çocuk ve gençler günde ortalama 3–4 saat televizyon izlemektedirler. Yine aynı yaş grubundaki çocuk ve gençlerin okul dışındaki birinci etkinliği televizyon izlemektir. Çocukların yılda yaklaşık olarak 900 saatini okulda, 1500 saatini ise ekran karşısında geçirdiği düşünüldüğünde durumun ciddiyeti daha da belirginleşmektedir. Ülkemizdeki çocukların %82’si televizyon izleme, istediği programı seçme ve istediği kadar ekran başında kalma kararlarını kendilerinin verdiğini söylemektedirler. Başka bir ifade ile söylersek televizyonun yoğun etkisinin en hassas alıcısı durumundaki çocukların maalesef %82’lik gibi büyük bir kısmı bu etkinliği, zamanını ve süresini kendileri tayin etmektedirler.

Bütün bu araştırmalar ve bunlar üzerinde yapılan değerlendirmeler; görsel, işitsel ve yazılı medya karşısında savunmasız bir alıcı durumunda bulunan çocukların, ilköğretimden başlayarak medya karşısında bilinçlendirilmelerinin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Böylelikle öğrenci; medya karşısında pasif bir alıcı olmak yerine, medyayı okuyabilecek, medyanın dilini çözebilecek bilinç düzeyine ulaşarak iletişim olgusunda aktif bir birey olarak yer alabilecektir. Batılı ülkelerin bazılarında tıpkı Matematik, Fen Bilgisi ya da Dil Bilgisi gibi Medya Okuryazarlığı dersi de diğer dersler arasında yerini almıştır. Bazı ülkelerde ise medya okuryazarlığına ilişkin konular başka derslerin (Sanat, Edebiyat, Vatandaşlık Bilgisi vb.) içerisinde verilmektedir.

Televizyon karşısında en hassas ve etkiye en açık grubu oluşturan çocukların ekranda izlediklerini, “gerçeklik” ve “kurgu” bakımında ayırt etme becerisini de kazanacakları Medya Okuryazarlığı dersinde, medyanın olayları ve olguları nasıl ve neden belli yönleriyle yansıttığı çocuklara anlatılacak ve insanımız ilköğretim çağından başlayarak medyaya eleştirel bakabilen, bilinçli alıcılar olarak yetiştirilecektir. Bireyler, var olan gerçeklik ile medyada sunulan gerçeklik arasındaki farkı ne kadar erken yaşta öğrenip idrak etmeye başlarsa, medyanın üzerlerindeki olumsuz etkilerini de o ölçüde aza indireceklerdir. Medya Okuryazarlığı dersinde öğrencilerin bazı medya yayınlarının sunduğu enformasyonun subjektif, dikkatlice seçilmiş, belli bir bakış açısına göre kurgulanmış ve birtakım etkilerle oluşturulmuş bir yeniden üretim olduğunu kavramaları sağlanacaktır. Ayrıca medya kuruluşlarının birer ticari aygıt olarak insanların üzerinde reklamlar, filmler, müzikler vb. aracılığıyla nasıl bir tüketim iştahı oluşturma işlevi üstlendikleri de vurgulanmaktadır.

Medya Okuryazarlığı programından kısaltılarak alınmıştır.)

İÇİNDEKİLER

ÜNİTE 1 : İLETİŞİME GİRİŞ

İletişim Süreci	10
İletişim Nedir?	11
Okuma Parçası (<i>Toplumun İletişime Gerekmesi</i>)	12
İletişim Türleri	13
Okuma Parçası (<i>Her Şey İletişimle Başlar</i>)	15

ÜNİTE 2 : KİTLE İLETİŞİMİ

Kitle İletişimi	20
Okuma Parçası (<i>Kitle İletişiminin Amaç ve Yapısı</i>)	21
Kitle İletişimi Nedir?	22
Okuma Parçası (<i>Kitle Haberleşmesi</i>)	23

ÜNİTE 3 : MEDYA

Medya	27
Medyayı Tanıyalım	28
Medya ya da Kitle İletişim Araçları	29
Okuma Parçası (<i>Nitelikli Gazeteciler Toplum İçin Neden Gereklidir</i>)	30
Okuma Parçası (<i>Medyanın Sorumluluğu</i>)	32
Medya Toplum ve Kültür	33
Medya ve Ekonomi	35
Okuma Parçası (<i>Medyanın Öncelikli Görevi Güven Vermek</i>)	37
Okuma Parçası (<i>Etik Olarak Doğru Gazetecilik İçin Dört Temel Koşul</i>)	39
Basın Konseyi Meslek İlkeleri	40
Medya ve Etik	41
Okuma Parçası (<i>Etik Sorumluluk</i>)	41
Okuma Parçası (<i>Medyada Yaanan Etik Sorunlar</i>)	42
Okuma Parçası (<i>Medyada ve Etik</i>)	44
Nasıl Medya Okuryazarı Olunur	45
Okuma Parçası (<i>Prof. Dr. Ferhunde Öktem'den Çocuklara Mektup</i>)	48

ÜNİTE 4 : TELEVİZYON

Televizyon	54
Okuma Parçası (<i>Medya ve Gençlik</i>)	55
Televizyonun Etkin Nitelikleri	56
Kamu Yayıncılığı ve Özel Yayıncılık	58
Okuma Parçası (<i>Arşivlerden Bir Yazı</i>)	59
Program Türleri	60

ÜNİTE 5 : AİLE ÇOCUK VE TELEVİZYON

Aile Çocuk ve Televizyon	63
Okuma Parçası (<i>Çocuk ve Televizyonu</i>)	65
Niteliksiz Programlar	67
Televizyonlardaki Uyarıcı Simgeler	70
Okuma Parçası (<i>Çocuk ve Televizyon İzleme Alışkanlığı</i>)	71
Olumsuz Reklamlardan Korunma	73
Okuma Parçası (<i>Televizyon İzlemek</i>)	73

ÜNİTE 6 : RADYO

Radyo (Radyonun İşlevleri - Radyonun Özellikleri)	78
Radyoyu Tanıyalım	80
Okuma Parçası (<i>Radyo Yayınları ve Eğitim</i>)	81
Radyo Dinlerken Nelere Dikkat Edelim	82
Okuma Parçası (<i>Uyuşturuluyoruz</i>)	84

ÜNİTE 7 : GAZETE VE DERGİ

Gazete ve Dergi (Gazete)	86
Kitle İletişim Aracı Olarak Gazete	88
Bir Gazete İnceleyelim	90
Okuma Parçası (<i>Tarafsız Gazetecilik</i>)	91
Yazı Fotoğraf İlişkisi	62
Okuma Parçası (<i>Fotoğraf</i>)	94
Okuma Parçası (<i>Medyada Yabancılaşma</i>)	96
Dergiler	97
Dergilerin Dünyası	98
Okuma Parçası (<i>Oktay Ekşi ile Söyleşi</i>)	100

ÜNİTE 8 : İNTERNET (SANAL DÜNYA)

İnterneti Keşfedelim	102
İnternet Nedir?	104
İnternetin Temel Özellikleri	105
İnternette Sörf	106
Elektronik Posta	108
Okuma Parçası (<i>İnternet Ne Kadar Güvenilir</i>)	112
Okuma Parçası (<i>Medyada İnternet Dönemi</i>)	113
Bilinçli İnternet Kullanıcısı	115
İnternet ve Öğrenciler	116
Okuma Parçası (<i>İnternet Bağımlılığı</i>)	117
Okuma Parçası (<i>Çocuk ve İnternet</i>)	119
Yararlanılan Kaynaklar	120

ÜNİTE 1

İLETİŞİME GİRİŞ

Kazanımlar

1. İletişimi tanıyarak öğelerini fark eder.
2. İletişim türlerini sınıflandırarak örnekler verir.

