



**T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK
LİSANS
TEZİ**

**AVRUPA MEVZUATI İLE KARŞILAŞTIRMALI
OLARAK TÜRKİYE'DE MEDYA OKURYAZARLIĞI
VE KARŞILAŞILAN SORUNLAR**

PINAR GÖÇ EDİN

RADYO TV VE SİNEMA ANABİLİM DALI

MART 2019



**AVRUPA MEVZUATI İLE KARŞILAŞTIRMALI OLARAK TÜRKİYE'DE
MEDYA OKURYAZARLIĞI VE KARŞILAŞILAN SORUNLAR**

Pınar GÖÇ EDİN

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
RADYO TV VE SİNEMA ANABİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

MART 2019

Pınar GÖÇ EDİN tarafından hazırlanan “Avrupa Mevzuatı ile Karşılaştırmalı Olarak Türkiye’de Medya Okuryazarlığı ve Karşılaşılan Sorunlar” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile Gazi Üniversitesi Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan ve Danışman : Prof. Dr. Ahmet ÇİFTÇİ

Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum



Üye : Prof. Dr. Gülcan SEÇKİN

Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum



Üye : Dr. Öğr. Üyesi Sena COŞKUN

Güzel Sanatlar Fakültesi, Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı, Afyon Kocatepe Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum



Tez Savunma Tarihi: 22/03/2019

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

.....
Prof. Dr. Figen ZALF

Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.



Pınar GÖÇ EDİN

22.03.2019

AVRUPA MEVZUATI İLE KARŞILAŞTIRMALI OLARAK TÜRKİYE'DE MEDYA OKURYAZARLIĞI VE KARŞILAŞILAN SORUNLAR

(Yüksek Lisans Tezi)

Pınar GÖÇ EDİN

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Mart 2019

ÖZET

20. yüzyılda teknikten teknoloji dünyasına kayış hızla yayılırken her alanda temelden gelen değişiklik kendini göstermiştir. Böylece karmaşık sanayi toplumu, kitlesel toplum yavaş yavaş oluşmaya başlamıştır. Bu değişimin ortaya çıkardığı “kitle toplumu”, “kitle iletişimi” ve “kitle iletişim araçları” araştırmaların ilgi odağı haline gelmiştir. Kitle iletişim araçlarının, çok sayıdaki yararlarının yanında, bireyleri ve toplumu olumsuz yönde etkilediğine yönelik çeşitli araştırmalar yapılmış, kuramlar ortaya konmuş ve tüm bunların sonucunda “medya okuryazarlığı” ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Daha sonra başta Batı Avrupa Ülkeleri (Almanya, İngiltere, Fransa, vb.) ile Avustralya ve Kanada gibi devletler ile sivil toplum kuruluşları kitle iletişim araçlarının faydalı ve verimli bir şekilde nasıl kullanılacağı ve bunların sakınca ve zararlarından nasıl korunmak gerektiği hususlarında çeşitli faaliyetlerle öğrencileri, öğretmenleri ve anne-babaları eğitme ve bilinçlendirme yoluna gitmişlerdir. Bu çalışmada genelinde Avrupa nezdinde uluslararası antlaşma ve beyannamelerde düzenlenen ifade hürriyeti, kitle iletişim hürriyeti ve çocuğun kitle iletişim araçlarının zararlarından korunmasına ilişkin hükümler ve medya okuryazarlığı kavramı çeşitli yönleriyle incelenmiştir. Avrupa Birliği müktesebatı ise tez bakımından ayrı bir öneme sahiptir. 2005 yılında Türkiye Avrupa Birliği'ne “üye” olma yönünde müzakerelere başlaması ile birçok alanda olduğu gibi medya mevzuatında da uyumlaştırma çalışmalarına başlamıştır. 2011 yılında çıkarılan 6112 sayılı Kanun'un m. 37/(r) hükmünde medya okuryazarlığı düzenlenmiştir. Tezde güçlü medya karşısında çocukların savunmasız olma halleri dikkate alınarak medya okuryazarlığı (media literacy) eğitimine ciddiyle yaklaşılması gerektiği vurgulanmıştır. Fakat medya okuryazarlığının ders olarak okullarda hangi seviyede ve statüde verileceği, dersin içeriğinin ne olacağı, öğretmen ve aile eğitimi hâlâ tartışılan başlıca sorunlardır. Çalışmada medya okuryazarlığı bakımından Türkiye'de karşılaşılan meseleler tartışılmış ve çözüm önerileri sunulmuştur.

Bilim Kodu : 111506

Anahtar Kelimeler : Medya okuryazarlığı, Kitle iletişimi, Kitle iletişim araçları, Avrupa Birliği

Sayfa Adedi : 246

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Ahmet ÇİFTÇİ

MEDIA LITERACY AND PROBLEMS IN TURKEY IN COMPARATIVE WITH THE EUROPEAN LEGISLATION

(M.Sc. Thesis)

Pınar GÖÇ EDİN

GAZİ UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES

March 2019

ABSTRACT

In the 20th century, while transition from the technical to the technological world was spreading rapidly, fundamental changes in every field have manifested itself. Thus, the complex industrial society, the mass society has begun to develop slowly. 'Mass society', 'mass communication' and 'mass media' that have emerged from this change have become the focus of the studies. In addition to the numerous benefits of mass media, there have been various researches, theories that have been put forward about their negative effects on individuals and society; as a result, the need for 'media literacy' has emerged. Then, particularly the Western European countries (Germany, England, France, etc.), and countries such as Australia and Canada, and non-governmental organizations have sought to educate students, teachers and parents and to raise their awareness by various activities on how to use the mass media in a beneficial and efficient way and how to protect them from their defects and damages. In this study, freedom expression drawn up in international treaties and declarations in Europe, freedom of mass media, and provisions for the protection of the child from the damage of mass media, and the concept of media literacy have been analyzed in various aspects. The European Union acquis has a special importance in terms of thesis. As soon as Turkey started negotiations for becoming a 'member' of the European Union in 2005, Turkey has also begun harmonization studies in media legislation as in many areas. Media literacy was regulated in the provision (r)/ Article 37 of the Law no. 6112 adopted in 2011. The thesis has emphasized that media literacy education should be approached with seriousness considering children's vulnerability against strong media. However, what level and status of media literacy will be given in schools as a course, what the content of the course will be, and teacher and parent education are still the main problems still discussed. In the study, issues encountered in Turkey in terms of media literacy have been discussed and for solution suggestions have been presented.

Science Code : 111506

Key Words : Media literacy, Mass communication, Mass media, European Union

Page Number : 246

Supervisor : Prof. Dr. Ahmet ÇİFTÇİ

TEŞEKKÜR

Çocukluk insan hayatında geçip giden bir dönem değildir. Bu dönem ileride nasıl bir yetişkin olacağınızı belirleyen önemli bir güce sahiptir. Dünyada ve ülkemizde birçok sebeple çocuk istismarına ne yazık ki şahit olmaktayız. Çocuk istismarının yaşandığı en yaygın alan bugün medyadır. Bu bağlamda, bireysel beceri olarak medya okuryazarlığı bilinci günümüzde başta çocuklara olmak üzere tüm bireylere kazandırılmalıdır. Öncelikle çocukların ve gençlerin daha güvenli, sevgi ve hoşgörü temelli bir medya ile tanışması arzulanmaktadır. Elbette bu zemine kavuşmak için sadece medyaya, kurumlara ve ailelere sorumluluklar düşmektedir.

Lisans eğitimim sürecinde tanıdığım; bilgisinden, tecrübesinden ve disiplininden etkilendiğim kıymetli hocam, büyüğüm Prof. Dr. Ahmet ÇİFTÇİ ile çalışmam bir tesadüf değildir. Çalışmamın her aşamasında, her harfinde denetimi ve emeği vardır. Kendisine sonsuz şükranlarımı sunuyorum.

Tez çalışmama katkılarından dolayı hocam Dr. Öğr. Üyesi Sena ÇOŞKUN'a teşekkürü bir borç bilirim.

Tez sürecinde tecrübelerinden faydalandığım, yoğun iş yaşantılarına rağmen bana vakit ayıran değerli arkadaşlarım Emel EFE YAVAŞCAN'a ve Merve CAN MARAŞLI'ya çok teşekkür ediyorum.

Önüne çıkan her zorluğu yenerek çevresine örnek olan, benim hayatıma varlığı ile güç veren, dostum Aynur BAYRAM'a sonsuz teşekkürlerimi iletiyorum. Sevgi ve duaları ile her zaman yanımda olan fedakâr anneme ve babama, kardeşim Buket ÖLÇERLER'e ve Sergen GÖÇ'e, yeğenim Poyraz ÖLÇERLER'e ayrı ayrı teşekkür ediyorum.

Güçlü duruşu, sabrı, hoşgörüsü ve bilgisi ile lisans eğitimim başta olmak üzere, eğitim hayatımın her aşamasında, bana ışık olan; geç bile olsa bir gün istediğim meslekte var olabilmem için sabırla elinden gelen tüm çabayı sarf eden ve bana her zaman güvenen, destek olan, kıymetli ve sevgili eşim Burak EDİN'e minnettarım. Naçizane çalışmamı eşim Burak EDİN'e armağan ediyorum.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ŞEKİLLERİN LİSTESİ	xiv
KISALTMALAR	xv
1. GİRİŞ	1
2. MEDYA ORGANLARI (KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI)	21
2.1. İletişim Kavramı ve İletişimin Sınıflandırılması	21
2.1.1. Genel olarak.....	21
2.1.2. Yüz-Yüze İletişim – Yüz-Yüze Olmayan İletişim	25
2.1.2.1. Yüz-yüze iletişim	25
2.1.2.2. Yüz-yüze olmayan iletişim	26
2.1.2.2.1. Yazılı ve/veya resimli iletişim	27
2.1.2.2.2. Sesli iletişim	27
2.1.2.2.3. Sesli ve/veya görüntülü iletişim	27
2.1.3. Bireylerarası İletişim – Kitle İletişim.....	28
2.1.3.1. Bireylerarası iletişim (kişilerarası iletişim)	28
2.1.3.2. Kitle iletişimi	29
2.1.4. Çoğaltmaya Elverişli Olup Olmamasına Göre Kitle İletişim Araçları	31
2.1.4.1. Çoğaltmaya elverişli kitle iletişim araçları.....	31
2.1.4.2. Çoğaltmaya Elverişli Olmayan Kitle İletişim Araçları	31
2.1.4.3. Çoklu ortam (internet)	31
2.2. Kitle İletişim Araçlarının Tarihçesi	31

Sayfa

2.2.1. Yazılı Basın	31
2.2.1.1. Süreli yayınlar (duvar ilanı, gazete, dergi vb.)	33
2.2.1.1.1. Duvar ilanları	33
2.2.1.1.2. Gazete	33
2.2.1.1.3. Dergi (mecmua)	35
2.2.1.2. Süreli olmayan yayınlar - süresiz yayın (kitap, risale, armağan vb.)	36
2.2.1.2.1. Sinema filmleri	36
2.2.1.2.2. Radyo	42
2.2.1.2.3. Televizyon	45
2.2.1.2.4. İnternet	47
2.3. Kitle İletişim Araçlarının Nitelikleri ve İşlevleri	49
2.3.1. Nitelik ve Özellikleri	50
2.3.1.1. İfade aracıdır	50
2.3.1.2. Kitleye hitap ederler	50
2.3.1.3. Anonimdirler	50
2.3.1.4. Hızlı ve çabuk yayılma ve ulaşma özelliği gösterir	51
2.3.1.5. İnanırcılık kabiliyetleri yüksektir	51
2.3.1.6. Kitle iletişimi bir sektör haline gelmiştir	51
2.3.1.7. Kitle iletişimi bireyin hayatında önemli bir yer işgal eder	52
2.3.1.7. Propaganda amaçlı kullanılmaya elverişlidirler	52
2.3.1.8. Eğitici ve öğreticidir	52
2.3.1.9. Kültürü aktarırlar	52
2.3.1.10. Dördüncü erk niteliği	53
2.3.2. Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri (Hak ve Görevleri)	53
2.3.2.1. Haber verme ve bilgilendirme	53
2.3.2.2. Kamuoyunu oluşturma ve oluşan kamuoyunu açıklama	54

Sayfa

2.3.2.3. Kùltürü geliştirme ve koruma	54
2.3.2.4. Dili geliştirme ve koruma	55
2.3.2.5. Eğitim-öğretim işlevi	55
2.3.2.6. Devleti ulusal ve uluslararası tanıtma faaliyeti	55
2.3.2.7. Mal ve hizmetleri tanıtma	55
2.4. İfade Hürriyeti ve Kitle İletişim Hürriyeti	56
2.4.1. İfade Hürriyeti	56
2.4.1.1. Kitle iletişim hürriyetinin sùjeleri (tarafıları)	58
2.4.1.2. Türkiye’de ifade ve kitle iletişim hürriyeti	58
2.4.1.2.1. Anayasa ilgili hükümler	58
2.5. Medyanın Başlıca Sorumluluk Teorileri (Kuramları)	60
2.5.1. Tekelci/Otoriter Teori	60
2.5.2. Liberal Teori	60
2.5.3. Toplumsal sorumluluk Teorisi	61
3. MEDYA OKURYAZARLIĞI VE ÇOCUK	63
3.1. Genel Olarak	63
3.2. Medya okuryazarlığı Kavramının Ortaya Çıkışı	66
3.3. Medya Okuryazarlığı Kavramı ve Tanımları	72
3.4. Çocuk ve Medya Okuryazarlığı	78
3.4.1. Çocuk Kavramı	78
3.4.2. Çocuğun Savunmasız Oluşu Neden Önemlidir?	78
3.4.3. Çocuğun Gelişim Dönemleri	80
3.4.4. Medya Okuryazarlığının Çocukluk Döneminde Önemi	81
3.5. Medya Okuryazarlığı Yaklaşımları	86
3.5.1. Ana Akım Medya Okuryazarlığı (Korumacı Yaklaşım)	86
3.5.2. Eleştirel Yaklaşım	89

Sayfa

3.6. Medya Okuryazarlığı Dersinin İşlenişi Bakımından Yaklaşımlar.....	89
3.6.1. Ders Türü Bakımından.....	90
3.6.1.1. Ayrı bir ders olması	90
3.6.1.2. Diğer dersler içinde işlenmesi	91
3.6.2. Zorunlu-Seçmeli Olması	92
3.6.2.1. Zorunlu olması	93
3.6.2.2. Seçmeli Ders Olması	93
3.6.3. Avrupa Parlamentosu ve Konsey'in Yaşam Boyu Öğrenme İçin Temel Yeterlikler Hakkında Öneri.....	95
4. MEDYA OKURYAZARLIĞININ HUKUKÎ BOYUTU	97
4.1. Uluslararası Mevzuatta Medya Okuryazarlığı.....	97
4.1.1. Birleşmiş Milletler bünyesindeki çalışmalar	100
4.1.1.1. İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi (10 Aralık 1948)....	100
4.1.1.2. Çocuk Haklarına Dair Sözleşme (20 Kasım 1989).....	100
4.1.1.3. UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)	103
4.1.2. Avrupa Konseyi'nin Çalışmaları	106
4.1.2.1. Avrupa Konseyi İnsan Haklarını ve Ana Hürriyetlerini Korumaya Dair Sözleşme (Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi) (3 Eylül 1953):.....	107
4.1.2.2. Avrupa Konseyi Değiştirilmiş Avrupa Sınırötesi Televizyon Konvansiyonu (11 Eylül 1998).....	108
4.1.3. Avrupa Birliği.....	110
4.1.3.1. Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi	112
4.1.3.2. E-İçerik Artı Programı (2005-2008).....	121
4.1.3.3. Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı (7-8 Aralık 2000)	122
4.1.3.4. İngiltere örneği	123
4.2. Türk Mevzuatında Medya Okuryazarlığı.....	125

Sayfa

4.2.1. Anayasa (İlgili Hükümler)	127
4.2.2. Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun (5224) (R.G.: 21/ 7/ 2004).....	136
4.2.3. Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu (1117) (R.G.: 7/ 7/ 1927)	139
4.2.4. Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu (2954) (R.G.: 14/ 11/ 1983)	140
4.2.5. Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun (6112) (R.G.: 03.03.2011)	141
4.2.6. Aile ve Çocuk Dostu Yapım ve Dizilerin Teşvik Edilmesine Dair Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik	150
4.2.7. İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun (5651) (R.G: 23.05.2007)	152
4.2.8. İnternet Toplu Kullanım Sağlayıcıları Hakkında Yönetmelik (R.G.: 11/04/2017)	156
4.2.9. Türk Medeni Kanunu (4721) (R.G.: 8/12/2001).....	157
4.2.10. Türk Ceza Kanunu (5237) (R.G.: 12/10/2004)	158
5. TÜRKİYE'DE MEDYA OKURYAZARLIĞI ve KARŞILAŞIN SORUNLAR	161
5.1. Türkiye'de Medya Okuryazarlığına Genel Bakış	161
5.2. Medya Okuryazarlığı Dersinin Tarihçesi.....	163
5.3. İlköğretim Medya okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu	165
5.4. Medya Okuryazarlığı Ders Kitapları (Öğretmen-Öğrenci Materyalleri)	169
5.4.1. İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı	170
5.4.1.1. Ortaokul ve İmam Hatip Ortaokulu medya okuryazarlığı öğretim materyali.....	172
5.4.1.2. Ortaokul ve İmam Hatip Ortaokulu medya okuryazarlığı öğretim materyali (2018)	181
5.5. Medya Okuryazarlığı Resmî İnternet Sayfası	183
5.6. Medya Okuryazarlığı Çalıştayı	186

Sayfa

5.7. İlgili Kurum ve Kuruluşların Medya Okuryazarlığına Katkıları.....	186
5.7.1. Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu	186
5.7.2. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı	189
5.7.3. Gençlik ve Spor Bakanlığı.....	189
5.7.4. Özel Medya Hizmet Sağlayıcı Kuruluşlar	190
5.7.5. Sivil Toplum Kuruluşları (Çocuk Vakfı).....	192
5.7.6. Üniversitelerde Medya Okuryazarlığı (Marmara Üniversitesi Sempozyumu)	197
5.8. Medya Okuryazarlığı Dersinin İşlenişinde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri	198
5.8.1. Genel Olarak.....	198
5.8.2. Medya Okuryazarlığı Dersinin Gerekliliği Bakımından	200
5.8.2.1. Zorunlu-seçmeli ders olması	200
5.8.2.2. Medya okuryazarlığı dersinin ayrı (bağımsız) bir ders olarak okutulması	201
5.8.2.3. Medya Okuryazarlığı Dersinin Verileceği Seviye	203
5.8.2.4. Medya Okuryazarlığı Dersini Verecek Öğretmenler	204
5.8.2.5. Yetişkinlerin Medya Okuryazarlığı Eğitimi.....	205
6. SONUÇ.....	209
KAYNAKLAR.....	217
EKLER.....	231
EK-1. Takvim Gazetesi'nde 1 Temmuz 2013 tarihinde yayımlanan 'Nakavt' Başlıklı Haber.....	232
EK-2. Sinema filmlerinde içerik belirten işaret ve ibareler (koruyucu semboller)	233
EK-3. Uyarıcı nitelikteki işaret ve ibareler	234
EK-4. Koruyucu semboller.....	235
EK-5. Program örnek kodlama formu	236

Sayfa

EK-7. Radyo Televizyon Üst Kurulu İnsan Kaynakları ve Eğitim Dairesi Başkanlığı ile Medya Okuryazarlığı Dersi için e-posta yoluyla görüşme. .	243
ÖZGEÇMİŞ	246



ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 1.1. Medyada Sorumluluk Teorisi	7
Şekil 1.2. Medya Okuryazarlığında Sorumlular	7
Şekil 5.1. Medya okuryazarlığı logosu	183



KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
a.g.e.	adı geçen eser
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AİHS	Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi
AK	Avrupa Konseyi
akt.	Aktaran
ANY	Anayasa
ASTS	Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi
bkz.	Bakınız
BM	Birleşmiş Milletler
BMÇHDS	Birleşmiş Milletler Çocuk Haklarına Dair Sözleşme
BTK	Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
çev.	Çeviren
der.	Derleyen
ed.	Editör
GİMHY	Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi
m.	madde
MEB	Millî Eğitim Bakanlığı
No:	numara
PTT	Posta Telgraf Telefon
R.G.	Resmî Gazete
RTÜK	Radio ve Televizyon Üst Kurulu
s.	sayfa

Kısaltmalar**Açıklamalar****T.C.**

Türkiye Cumhuriyeti

TDK

Türk Dil Kurumu

TRT

Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu

TTK

Talim ve Terbiye Kurulu

TV

televizyon

UNESCOBirleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür
Teşkilâtı**vb.**

ve benzeri

y.t.y.

yayın tarihi yok

yay.

yayını, yayınları

1. GİRİŞ

İletişim, insanın sosyal bir varlık olmasının en tabîî gereği ve sonucudur. Kitle iletişim araçları (yazılı basın - süreli yayınlar ve süresiz yayınlar - radyo, televizyon, sinema filmleri, video, internet ve sosyal medya) insanların gündelik hayatlarının önemli bir kesimini işgal etmektedir. Bu araçlar çok sayıdaki yararlarının yanında genelde toplum ve özelde ise küçükler ve gençler üzerinde olumsuz tesirler de yapmaktadır. Günümüzde internet sayesinde bilgiye ulaşmak kolaylaşmıştır. İnsanlar, Tez konusu bakımından çocuklar, küçükler ve gençler kitle iletişim araçlarını kullanırken adeta bir bilgi bombardımanına tâbi tutulmakta, binlerce veri (data) ile karşı karşıya kalmaktadırlar. İnsanlar eksik bilgi, yanlış bilgi veya çarpık bilgi ile meşgul edilmektedirler. Neyin doğru; neyin yanlış olduğunu belirlemek zorlaşmaktadır. Ayrıca gereksiz bilgiler de verilmektedir. Bu suretle bir bilgi kirliliği ile karşı karşıya kalınmakta, insanın beyni kirlenmektedir. Bunda da en büyük rolü kitle iletişim araçları oynamaktadır. Oxford Sözlüğü'nün 2016 yılı baskısında geçen "post truth" (gerçek ötesi, hakikat sonrası) kavramı; yılın kelimesi seçilmiştir (Karagöz, 2018). Bu kavram, adeta doğru ve gerçeğin büyük oranda önemini yitirdiği bir dönemi kastetmektedir. Önemli olan, kitle iletişim araçlarından en iyi şekilde nasıl yararlanılacağı, zarar ve sakıncalarından nasıl korunma sağlanacağıdır. Bu itibarla "Medya Okuryazarlığı Dersi" (*Media Literacy Course*) önem arz etmektedir. Medya Okuryazarlığı, her türlü kitle iletişim araçlarına özgü okuryazarlığı ile teknoloji okuryazarlığını da içeren geniş kapsamlı bir kavram ve çalışma konusudur.

21. yüzyılda çocukluk çağının modern oyuncağı medyadır. Medya mesajını anonim hedef kitleye ulaştırdığı için tüm bireyleri eşitler. Eğitim-yaş vb. unsurlar tematik kanallar dışında pek dikkate alınmaz. Bu sebeple kitle iletişim araçları ile vakit geçiren özellikle çocuklar, yaş ve tecrübeye uygun olmayan birçok içerikle karşı karşıya kalır. Bu durum çocukların kişilik gelişimini olumsuz etkiler. Gençlik ve yetişkinlik ise çocukluk döneminin üzerine kurulur. Kısacası çocukluk hiç geçmez; diğer dönemlere evrilir. Gençlik, yetişkinlik ve yaşlılık çocukluğun temelinde oluşur. Fiziksel, zihinsel ve psikolojik olarak sağlıklı geçirilen çocukluk beraberinde sağlıklı yetişkinliği getirecektir. Toplumların en savunmasız ve hassas grubunu oluşturan çocuklar korunmalı, kendilerine de savunma yöntemleri öğretilerek hayata dair çeşitli beceriler geliştirmeleri sağlanmalıdır. Günümüzde bebeklik döneminden

itibaren kitle iletişim araçlarının iletilerine maruz kalan çocuk, yetişkinlere ait dünyaya bu araçlar sayesinde ulaşmaktadır. Çocuklar; kavga, cinayet, hırsızlık, madde bağımlılığı, cinsellik vb. olumsuz olayları izlemekte ve bunlara şahit olmaktadır. Normal şartlarda ebeveynler, çocuklarını bu çeşit olumsuzluklardan korumak için ellerinden geleni yapar; fakat söz konusu medya iletileri olduğunda aynı hassasiyeti göstermezler. Yukarıda bahsi geçen tüm olumsuz durumlar ve hadiseler medya marifetiyle çocuğun gözünün önünde vuku bulur. Anne-baba ise bunlara “haberler” dışında gerçekmiş gibi yaklaşmadığı için çocuğun izlemesinde sakınca görmemektedir. Önemli olan tüm bunların gerçekliği değil, çocuğun zihninde bu tarz ‘olumsuz’ imajların yer etmesidir. Çocuklar, aile ortamında bebeklikten çağından itibaren hem anne-baba hem de kardeş ya da bakıcılar aracılığıyla kitle iletişim araçları ile tanışır. Hatta ebeveynler, günlük işlerini rahatça yapabilmek adına “ses” olsun diye televizyon ya da radyoyu açarlar. Yaşı ilerleyen çocuk, yine aynı sebeplerden görüntülü olması sebebiyle televizyon ile arkadaş olmuş durumdadır. Bu hâl, işten eve gelmiş veyahut evde olsa da diğer faaliyetlerini rahatça yapmak isteyen yorgun anne-baba için kurtarıcı bir durumdur. Özellikle tablet ve akıllı telefonlardaki çocuklara uygun oyunlar ile anne-baba, çocuğun hem vakit geçirdiğini hem de farklı becerileri kazandığını savunurlar. Aileler tarafından kabul edilen bu durum, deneyimleme ediminin araçsal şekilde gerçekleşmeye başladığını göstermektedir.

Öte yandan bebeklerde videonun etkileri kapsamında bu durum incelenmiş ve “zararlı” etkileri ön plana çıkmıştır. Yapılan bir deneyde 2 yaşındaki çocukların bir kısmı, yan taraftaki bir odada oyuncağı saklayan yetişkini pencereden izlerken diğer grup aynı olayı videodan izlemiştir. Sonuç ise saklanan oyuncağı doğrudan izleyenler oyuncağı kolayca bulurken videodan izleyenlerin zorlandığını ortaya koymuştur (Troseth, Troseth ve Deloache’den akt. Berk, 2013: 213). Bebeklerin, videodan edindikleri bilgileri günlük yaşantıları yoluyla elde ettikleri bilgilere göre dikkate değer görmedikleri belirtilmiştir (Berk, 2013: 213).

Diğer bir alan ise sanayileşmiş ülkelerde hızla yayılan tüketim kültürünün medya aracılığıyla bireylere yayılmasıdır. Çocuklar bir tüketici grubu olarak keşfedilmiştir. Böylece çocuklar hem tüketicinin hem de programların nesnesi haline gelmiştir. Elbette içinde bulunduğumuz çağda kitle iletişim araçlarını dışlamak

mümkün değildir. Yöndeşme (*convergence*) ile birlikte günümüzde bilgisayar ve internet kullanımının yaygınlaşması sonucunda radyo, televizyon, gazete gibi geleneksel kitle iletişim araçlarının bütünleşmesi ve iletişime izleyicinin de katılımının sağlanması mümkün olmuştur. Bu gelişmeler ile medya hem yaşam alanlarını hem de ilişkileri kuşatmış durumdadır. Medyanın kurumsal varlığı başta çocuğa yapılan haksızlığı duyurmak, bilgilendirmek olması istenirken, ne yazık ki ticarî kaygı bu zemini sarsmış hatta tüm bu görevlerin ikinci plana atılmasına sebebiyet vermiştir.

İnternet bireylerin hayatında hızlı bilgiye erişim ve özgürlük gibi birçok kolaylık sağlamıştır. Özellikle insanların en temel hakkı olan ifade hürriyetini kullanabilmeleri kolaylaşmıştır. Şüphesiz demokratik toplumların en önemli unsurlarından biri ifade (söz) hürriyetinin varlığıdır. Sosyal medya aracılığı ile bu hak, her bireye eşit şekilde özgürce kendini ifade etme imkânı tanımıştır. İfade hürriyeti, uluslararası antlaşmalar ile anayasalarda (Amerika Birleşik Devletleri Anayasası, Ek madde 1; Alman Anayasası m. 5) güvence altına alınmıştır. Türkiye'nin de taraf olduğu Birleşmiş Milletler (BM) İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin (10 Aralık 1948) 19. maddesinde *"Her ferdin fikir ve ifade hürriyetine hakkı vardır. Bu hak, fikirlerinden ötürü rahatsız edilmemek, memleket sınırları mevzu bahis olmaksızın malûmat ve fikirleri her vasıta ile aramak, elde etmek ve yaymak hakkını gerektirir"* hükmü öngörülmüştür. Avrupa Konseyi tarafından 1950 yılında çıkarılan, 1953 yılında yürürlüğe giren ve Türkiye'nin 1954 yılında taraf olduğu Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinin 10. maddesinde ifade hürriyeti, diğer bir deyişle düşüncüyü açıklama ve yayma hürriyeti ve bunun makul sebeplerle sınırlanmasının sebepleri düzenlenmiştir. Bu hükme göre, *"herkes ifade ve anlatım hakkına sahiptir. Bu hak, haber veya fikir almak veya vermek serbestisini de ihtiva eder."* Çocukların da düşüncelerini özgürce yayma hakkı bulunmaktadır. BM Genel Kurulu tarafından 20 Kasım 1989 tarihinde kabul edilen ve Türkiye'nin 17., 29. ve 30. maddelerine ihtirazî kayıt koyarak taraf olduğu Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin 17. maddesinde *"Çocuk, düşüncesini özgürce açıklama hakkına sahiptir; bu hak ülke sınırları ile bağlı olmaksızın yazılı, sözlü, basılı, sanatsal biçimde veya çocuğun seçeceği başka bir araçla her türlü haber ve düşüncelerin araştırılması, elde edilmesi ve verilmesi özgürlüğünü içerir. Bu hakkın kullanılması yalnızca: a-Başkasının haklarına ve itibarına saygı b- Milli güvenliğin, kamu düzeninin, kamu sağlığı ve ahlakının*

korunması nedenleriyle ve kanun tarafından öngörölmek ve gerekli olmak kaydıyla yapılan sınırlamalara konu olabilir” hükmü öngörölmüştür. Böylece her hak gibi ifade hürriyetinin de sınırları uluslararası ve ulusal mevzuatta düzenlenmiştir. Avrupa Konseyi tarafından 1989 yılında kabul edilen ve Türkiye’nin 1993 yılında taraf olduğu Avrupa Sınırötesi Televizyon Konvansiyonu ile (Sözleşmesi’nde) (ASTS) televizyonun bireylerin siyasî, eğitsel ve kültürel ihtiyaçlarına cevap verebilmesine dikkat çekilirken, aynı zamanda özelde çocuğun korunmasına dair de hükümler yer almaktadır (m. 7/2, 11/3-4, 15/2).

1982 Anayasası’nda Tez konusuna ilişkin hükümler; düşünce ve kanaatlerini özgürce açıklama ve yayma hürriyeti (m. 26), bilim ve sanat hürriyeti (m. 27) ve basın hürriyeti (m.28-29) şeklinde Anayasanın “Kişinin Hakları ve Ödevleri” başlığı altında klâsik insan hakları (negatif statü hakları) olarak düzenlenmiştir. Başta ifade hürriyeti olmak üzere birçok hakkın kullanımına imkân veren, toplumlara birçok faydanın yanında zarar ve sakınca doğurabilecek niteliği de bulunan kitle iletişim araçları ise hem dünyada hem de ölkemizde gerek uluslararası gerekse ulusal düzeyde ilgili anlaşmalar ve kanunlarla mümkün olduğunca bireylerin lehine düzenlenmiştir. *“Kişi toplumun kurucu unsuru; varlık sebebidir. Bugünün küçüğü yarının büyüğüdür. Toplum içinde çocuklar (küçükler) önemli bir kesimini oluşturur. Devlet küçüklerin maddî olduğu kadar manevî gelişimlerini de sağlamak zorundadır”* (Çiftci, 2018: 354).

Kitle iletişim araçları kişilerin ve özellikle de çocukların ruhsal, zihinsel ve bedensel sağlıklarını etkileyecek olumlu ve olumsuz yayınlar yapmaktadır. Devlet başta çocukları etkileyecek her türlü olumsuzluğu önlemekle mükelleftir. Kitle iletişim araçları, hukuk açısından denetime tabi tutulurken, diğer yandan bunların rolleri, siyasi otorite ve toplum bakımından önem ve işlevleri bilimsel çalışmalara da konu olmuştur.

1900’lü yılların başında sinema ile başlayan süreç bir yandan kitle iletişim özgürlüğünü ve kitle iletişim hukukunu doğururken diğer yanda kitle iletişim araçlarının varlık nedenlerini ve etki alanlarını araştıran çeşitli kuramların ortaya çıkmasını sağlamıştır. 1930’lü yıllarda uyarı merkezli bakış açısını benimseyen ilk araştırma kuramları Lasswell ile başlamıştır. Süreç, alıcının pasifliği üzerine

konumlanmıştır. Kuramda göndericinin istediği her şeyi kodladığını ve mesaj olarak hedef kitleye yani alıcıya ulaştırdığı temel varsayılmıştır. Fakat daha sonra bu bakış açısı, yerini McQuail tarafından ortaya atılan kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına bırakmıştır. Yaklaşım, izleyicilerin çeşitli ihtiyaçları olduğunu ve bu ihtiyaçlarını karşılamak için kitle iletişim araçlarına yöneldiklerini vurgulanmıştır. Bu anlayış, halka yani izleyiciye vurgu yapan kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile aktif izleyici kavramını getirmiştir. Tüm bu tartışmalar, liberal politikalar ile birlikte devletlerin bireyleri medya karşısında koruma ihtiyacını doğurmuştur. 1970'li yıllarda başta İngiltere ve ABD olmak üzere çeşitli devletler “medya okuryazarlığı” (*media literacy*) eğitimine önem vermeye başlamışlardır. Fakat hem uluslararası sözleşmelerde hem de ulusal düzeyde medya okuryazarlığı kavramının ele alınması, internetin yaygın olarak ve çeşitli amaçlarla kullanılmasıyla birlikte mümkün olmuştur.

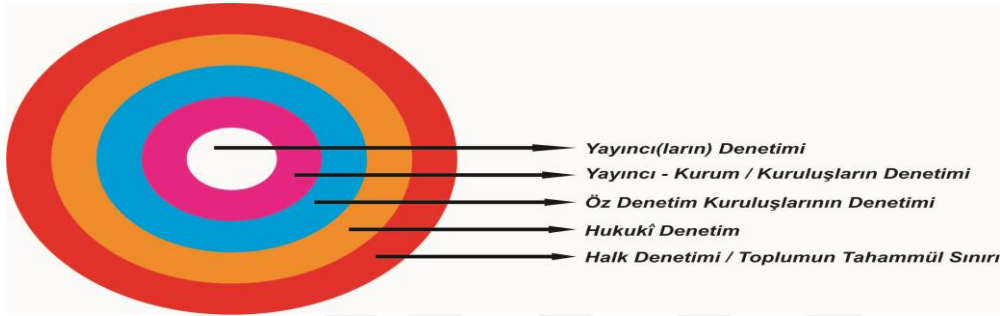
İnternet, geleneksel medyanın kodlarını yıkmış ve her bireye medyada özgürce yer alma hakkı getirmiştir. Bu hakkın en yaygın kullanım şekli ise sosyal medya olarak ifade edilmektedir. Geleneksel medyanın anonim nitelikteki hedef kitlesi, sosyal medya aracılığı ile görünür olmuş; bireyler istek, şikâyet ve eleştirilerini anında yayınlar duruma gelmiştir. Fakat internetin bu çok yönlü bilgi akışına imkân vermesi özelinde bireyleri genelinde ise devletleri zor duruma düşürmüştür. 2000'li yıllara gelindiğinde internet ve uydular aracılığı ile farklı ülkelere ait içerik erişimi kolaylaşmış ve yaygınlaşmıştır. Mevcut etkileşim, devletlerin önemli bir ayırt edici özelliği olan kültürü ve dili yozlaştırmaya başlamıştır. Küreselleşmenin olumsuz etkileri; devletler ve bireyler tarafından hissedilmeye başlanmıştır. İnternetin dolaşıma soktuğu, para, mal, hizmet ve düşünceler hukukî düzenlemelere rağmen kontrol edilemez bir duruma gelmiştir. Küreselleşmenin getirdiği sonuçlardan bugün başta ABD olmak üzere birçok ülke rahatsızdır. Arıboğan, uydudan eskiden bir tek Çin Seddi'nin duvarlarının gözüktüğünü, bugün ise yetmiş ülkenin sınırlarının görünür hale geldiğini belirtmiştir (akt. Ateş, 2018). Böylece internetin sınırsız dünyasına karşın gerçekte “yerelleşme” (*localization*) kavramı ön plana çıkmıştır. Fakat mesleklerin bilgisayar temelli gelişimleri yeni ihtiyaçları da beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda 21. yüzyıl gereklerine uygun olarak sayısal okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesi ile birlikte bireylerin medya okuryazarı olma ihtiyacı, devletlerin eğitim politikalarında “Medya Okuryazarlığı” dersine yer vermelerini zorunlu kılmıştır. Kanaatimizce bu enformasyon, imaj

bolluğu, bireylerin modern dünyada yalnızlaşma hâli ve tüketimin temel yaşam felsefesi olması devletlerin medya okuryazarlığına can simidi gibi sarılmasını sağlamıştır.

Bebeklik, çocukluk ve yetişkinlik dönemleri göz önüne alındığında Tezin kuramsal çerçevesini temelde üç sacayağı oluşturmaktadır. Birinci ayağını Anayasa'nın 12. maddesinin ikinci fıkrası ve Agee, Ault ve Emery tarafından geliştirilen “Medyada Sorumluluk Teorisi” oluşturmaktadır. Anayasa'nın 12. maddesinin ikinci fıkrası *‘Temel hak ve hürriyetler, kişinin topluma, ailesine ve diğer kişilere karşı ödev ve sorumluluklarını da ihtiva eder’* ibaresiyle herkesin temel hak ve özgürlükleri kullanırken ödev ve sorumlulukların çizdiği, sınırlara tâbi olduğunu ifade etmektedir. Böylece kitle iletişim alanını düzenleyen mevzuat, medya yoluyla kendilerini ifade etme hakkını kullanan gerçek ve tüzel kişiler bakımından hak, hürriyet (özgürlük) ve sorumluluk bağlamında incelenecektir. Medya okuryazarlığı çerçevesinde bireylerin ifade hakkı ve bu hakkın sınırları konusunda bilinçlendirme ihtiyacı da göz önünde tutulmaktadır.

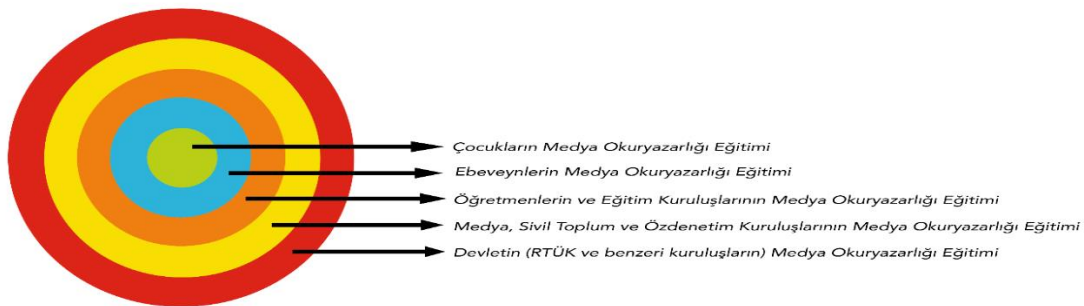
Agee, Ault ve Emery tarafından geliştirilen “Medyada Sorumluluk Teorisi” medyada toplumsal sorumluluğu biçimlendiren ve suya/havuza atılan bir taşın içten dışa doğru giderek genişleyen ve birbirine değmeyen daireler oluşturmada olduğu gibi, iç içe geçmiş beş halkadan oluşan bir kontrol mekanizmasının varlığını savunmuştur (Özgen, 2002: 111). Şekil 1’de de görüleceği üzere, bu halkalardan en içte olanı her bir medya mensubunun (haber muhabiri, foto muhabiri, sorumlu müdür, karikatürist, köşe yazarı, senaryo yazarı, film yönetmeni, oyuncular, radyo ve televizyonda program hazırlayanlar, program yönetmenleri, programları sunanlar, haber spikeri, internet ortamında yazarlar vb.), vicdanen ve ahlâken belirlediği ilke ve kurallar ile onların şahsî sorumluluğunu içerir. Bu halkada medya mensubunun kendi belirlediği ve uymayı kabullendiği etik kural ve ilkeler yer alır (örneğin gizli kamera kullanmamak, gerekmedikçe kişilerin özel hayatlarına girmemek). İkinci sıradaki halka, yayıncı kurum/kuruluş tarafından belirlenen prensipler doğrultusundaki sorumluluktur (örneğin. Doğan Medya Etik Kuralları). Üçüncü halka, özdenetim kuruluşlarınca belirlenen ve uygulanmakta olan, uyulması gereken ilkelerdir (örneğin 1988 yılında kurulan Basın Konseyi tarafından çıkarılan ve 16 maddeden oluşan Basın Meslek İlkeleri). Dördüncü halkada devletin

belirlediği kurallar (hukuk kuralları) yer alır (Anayasa m. 20, 26/2; 1117/m. 1, 4; 5187/m. 3, 20, 21; 2954/m. 5; 5224/m. 3, 4; 5651/m. 8; 6112/m. 8, 9, 10, 11, 12, 13, 17, 18). Teorinin son ve en geniş halkası ise, okuyucu/izleyici/dinleyici/seyirci kitlesinin yayınlara karşı tepkilerinin ölçüt alındığı, “*toplumun tahammül sınırı*” olarak da adlandırılan halk denetimini/halkın denetimdeki varlık ve sorumluluğunu temsil eder.



Şekil 1.1. Medyada Sorumluluk Teorisi

“Sudaki Halkalar Modeli” dikkate alınarak Tez Danışmanı ile birlikte geliştirilen ve aşağıdaki medya okuryazarlığı eğitiminde sorumluluğu gösteren Şekil 2’deki şemada ise; birinci halka çocukların, ikinci halka anne-babanın, üçüncü halka öğretmenlerin ve eğitim kuruluşlarının, dördüncü halka medya kuruluşlarının (basın-yayın mensupları ve basın-yayın organı sahipleri) ve özdenetim kuruluşlarının nihayet beşinci halka da devletin (RTÜK vb. kurumların) eğitimini ifade etmektedir.



Şekil 1.2. Medya Okuryazarlığında Sorumlular

Bu anlamda medya okuryazarlığı, sadece çocuğu ya da anne-babayı temel olarak çözümlenecek bir mesele değildir.

Özellikle çocukların yaşı, tecrübesizliği ve gerçek ile kurguyu ayırt edememeleri durumları esas alındığında kitle iletişimini açıklamaya çalışan Lasswell tarafından ortaya konulan uyarı merkezli bakış açısı, işbu Tezin kuramsal olarak ikinci sacayağını oluşturmaktadır. Süreç, alıcının pasifliği üzerine konumlanmıştır. Göndericinin istediği her şeyi kodladığı ve mesaj olarak hedef kitleye yani alıcıya ulaştırdığı varsayılmıştır. Piaget ise çocukların zihin gelişimi için şema kavramını ortaya koymuştur. Şema, çocukların çevreleriyle etkileşimleri sonucunda geliştirdikleri davranış ve düşünce kalıplarıdır. Şemalar top oynamak gibi davranışsal veya top çeşitlerini bilmek gibi bilişsel olabilir (Bacanlı, 2016: 84). Böylece dünyaya dair yeni şema oluşturan çocukların medya iletilerinden doğrudan etkilendiği kabul edilmiştir. Bu etkilerin daha az olmasını ise başta ebeveynlerin ve diğer ilgililerin eğitimi etkileyecektir.

Kuramsal çerçevenin diğer ayağını (3. sacayağı) ise 1970'lerde kitle iletişim araştırmalarının merkezine oturan "izleyici" medya iletileri ile ne yapar sorusunu gündeme getiren Kantz ve Kantz'ın ardından McQuail tarafından oluşturulan Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı'na bir eleştiri getiren ve bu alanı sistematik hale getiren "Medya Bağımlılığı Kuramı" oluşturmaktadır.

1976 yılında Sandra Ball-Rokeach ve Melvin DeFleur tarafından geliştirilen Medya Bağımlılığı Kuramı; kitle iletişim sürecine sosyolojik bir bakış açısı ile yaklaşmakta ve iletişim araçları, sosyal sistem ve izleyiciler arasındaki ilişkilere odaklanmaktadır (Işık ve Topbaş; 2015). Böylece sanayi toplumlarında medyanın bağımlılık unsuru taşımasını makro düzeyde ele alan kuram, medya okuryazarlığı çerçevesinde oluşturulmaya çalışılan anlayışın neden çok yönlü olması gerektiği konusunda bilgi vermektedir. Çocuklar, 12 yaşından itibaren soyut işlemler dönemine geçiş yaparlar. Kısacası birey bu dönemde yetişkin gibi düşünebilme özelliklerini kavrar (Bacanlı, 2016: 95). Dönem itibari ile çocuklar gerçek ve kurgu ayrımı arasındaki farkı kavrayabilir. Hayata dair bilgi edinme, arkadaşlık kurma, oyun oynama gibi temel ihtiyaçları medya marifetiyle yürütmeyi tercih etmektedirler. İnsanı insan yapan en temel ihtiyaçlar, sanayi öncesi toplumlar da olduğu gibi devam etmektedir. Bilgi edinme, arkadaşlık kurma, sohbet etme, paylaşma, eğlence; oyun oynama gibi ihtiyaçlar günümüzde kişilerarası iletişim yerine medya dolanımından geçerek yani medya vasıtasıyla giderilmektedir. Çocuklar (küçükler) ve gençler

günümüzde çelik-çomak, misket, ip atlama, saklambaç, körebe, suda kâğıttan kayık yüzdürme, seksek, yakan top vb. oyunları oynamamakta; bunların yerine kitle iletişim araçlarını (genellikle televizyon, internet ve sosyal ağlar) kullanarak vakit geçirmeyi ve eğlenmeyi tercih etmektedirler. Görsel-işitsel kitle iletişim araçları, çocukların ve gençlerin günlük hayatlarının önemli bir kesimini işgal etmektedir. Bir bağımlılık oluşmuş durumdadır. Tam da burada medya bağımlılık kuramından meselenin sosyal ve psikolojik etkileri doğrultusunda faydalanılacaktır.

Medya okuryazarlığı çerçevesinde ele anılan insanlık kültürünün değiştiğine vurgu yapmaktır. Medya kültürü ile bilinen anlamlar yerini başka anlamlara bırakmış durumdadır. İnsanın insandan azade edildiği bir dönem hızlı bir şekilde yükselmektedir. Yolda, parkta herkesin elinde telefonları en yakın arkadaşlarıdır. Günümüzde doğal olan her şeyden bir uzaklaşma durumu yaşanmaktadır. Medya kültürünün yanında, yemek kültürü, çevre, yaşam tarzı temelden değişikliklerle sarsılmış bir haldedir. Bugün hazır gıdaların ne kadar zararlı olduğunu sürekli işitmek ve okumak mümkün, iklim değişikliğinin etkisi günden güne hissedilir hale gelmiştir. Hızlı, hazır bilgiye alışan çocuklar yaşa, tecrübeye bakılmaksızın yoğun bilgi akışına maruz kalmakta; şehirlerin büyük yüzölçümlerinde temiz oksijen kadar, bir çocuğun medyada kendisi için faydalı bilgi bulması da zor hale gelmiştir. Elbette doğru ve işe yarar bilgi bulmak mümkündür. Fakat bilgiyi işlemenin belli bir bilinç seviyesini gerektirdiği açıktır. Diğer yanda medyanın genel itibarı ile eğlence ihtiyacına cevap verme durumu ön plandadır. Kitle iletişim araçlarının birinci işlevi “halkın eğlence ihtiyacını gidermek” olmuştur. Oysa kitle iletişim araçlarının haber verme, kamuoyu oluşturma gibi daha önemli başka işlevleri mevcuttur. Tezin ilerleyen bölümlerinde bu hususlar ele alınacaktır. Belki de çaba, medyaya eğlence kültürü olarak bakılmasının önüne geçmektir. RTÜK tarafından 2012 yılında yapılan “Medya Okuryazarlığı Dersi” araştırmasında, çocuklara boş vakitlerini nasıl geçirdiklerine ilişkin sorudan çıkan sonuç ve RTÜK tarafından yapılan yorum çarpıcıdır. *“Öğrencilerin önemli kısmının vaktini ders çalışarak veya televizyon seyrederek geçirdiği anlaşılmaktadır. Kitap okumak ve bilgisayarda vakit geçirmek de bu bağlamda dikkat çeken etkinlikler arasında yer almaktadır. Arkadaşlarıyla birlikte vakit geçiren öğrencilerin çok fazla olmadığını (% 31) belirtmek gerekir. Öğrencinin sosyalleşmesinde arkadaş ortamının önemini dikkate aldığımızda,*

öğrencilerin yaşamında bu bağlamda dikkate değer bir eksikliğin bulunduğunu söylemek mümkündür” (RTÜK, 2012: 4).

Medya Bağımlılığı Kuramının dayanağı ise şöyledir; *“İçinde yaşadığı toplumsal dünyayı anlamak, bu doğrultuda etkili ve anlamlı davranma şekilleri geliştirmek ya da günlük sorun ve gerilimlerden kaçmak için medyaya bağımlı hale gelen izleyicilerin algı, duygu ve davranışlarında değişime gideceği kuramın temel varsayımlarındandır” (Işık ve Topbaş: 2015).*

Medya okuryazarlığı, bu başkalaşım sürecini belki de yavaşlatmanın yollarından biridir. Robotların orkestra yönettiği, insan beyninin bilgisayarlara bağlandığı çağda belki birçok şey engellenemeyecek; fakat medya okuryazarlığının eleştirel yönü kuvvetli tutulursa başta tüketim kültürü değişecektir.

Çocuk ve medya ilişkisi, medya okuryazarlığı hakkında birçok makale ya da tezde “medya karşısında savunmasız olan çocuklar” ile başlayan yazılar okumak mümkündür. Çocuklar, en savunmasız yaş grubunu oluştururlar. Fakat savunmasız olma durumlarını bir tek medya ile ilişkilendirmek meseleye üstünkörü bakıldığı sonucunu doğurabilir. Şöyle ki, çocuklar yedikleri hormonlu yiyecekler karşısında, çevre kirliliği karşısında, şiddetli geçimsizlikler sonucu boşanmalarda, yaşam alanlarını dört duvar arasına sıkıştırmak zorunda kalmalarından dolayı da savunmasızdırlar. Bu sebeple medyaya yoğun bir ilgi ve medyayı kendi savunmasız dünyalarının en yaşanılır yeri ilan edip savunmaktadırlar. Medya ile güçlü duygusal bağlar kurulmaktadır.

Medya okuryazarlığının amacı, medya metinlerini eleştirmekten yana tavır almalıdır. Medyaya sıkı sıkıya sarılan insanlar için medyanın yerini doldurabilecek faaliyet alanları oluşturulmalıdır. Özellikle, medyanın eğlence ihtiyacına verdiği cevap sorgulanmalı, fakat yerine toplumsal, kültürel ve ekonomik bağlamı ilgilendiren bir alan oluşturmak gereklidir. Nihayetinde eleştiri sonucunda sunulan çözüm önerilerini uygulayabilmek önemlidir.

Endüstri devriminin 4,0’da geldiği durum; sürekli yenileşme (*innovation*) ile açıklanmaktadır. Bu doğrultuda bireylerin mesleki yeterlilikleri için bilgisayar ve

internet temelli bir eğitim mutlak bir ihtiyaçtır. Keza, hayatın diğer alanlarına dair tüm bilgiyi bu mecralardan sağlamak mümkündür. Medya okuryazarlığının hedefi, eğlence ve tüketim anlayışının diğer bileşenlerle birlikte medyadan ne kadar etkilendiğini ve bireylerin diğer yaşam alanlarını ne kadar etkilediğini bireylere fark ettirmektir. Medyadan meslek donanımı açısından yararlanmak, mutlak gerekli ve kaçınılmazdır. Modern hayatın vazgeçilmezi olan medya, sanayileşme ile birlikte gelen liberal ekonomik politikaların bir sonucudur. *“Özellikle endüstri toplumlarında medya en önemli enformasyon kaynağıdır. Bu nedenle hedef kitlenin medyaya yüksek derecede bağımlı olduğu varsayılır. Hedef kitle, çevresini ve içinde yaşadığı toplumu daha iyi anlamak için medyayı kullanır. Kitle iletişim araçlarıyla hayatına yön veren bireyler aslında medyanın sunduğu içeriklere bağımlı hâle gelir. Bu noktada bağımlılık ekonomik veya sosyolojik unsurdan öte sosyo-psikolojik bir yapı sergilemektedir”* (Ayhan ve Çavuş, 2014). Bireylerde tıpkı madde bağımlılığında olduğu gibi nesnenin yokluğunda fizyolojik ve psikolojik olarak bazı belirtiler ortaya çıkar. Erdoğan ve Alemdar’ın (2005: 172) ifade ettiği gibi, birtakım protesto gösterileri ya da karşı gösteriler ile medyanın oy verme davranışlarına ve reklâm yoluyla tüketime dönük harekete geçirme özelliği, medya bağımlılığının davranışsal etkilerine örnek verilmektedir. Medyaya duyulan ihtiyaç ve medyanın temel etkileri, günümüzde oldukça hissedilir olmuştur ve sonuçları ile daha fazla olacağı benzetilmektedir. Özellikle ihtiyaç ve gereklilikler, bağımlılık ile sonuçlanmaya başlamıştır. Ekonomik, siyasal ve sosyal koşullar, bireyleri medya üzerinden dolaylı ilişkilere mecbur bırakmıştır.

Böylece günümüzde pek çok toplumda medya bağımlılığından bahsetmek mümkündür. Özellikle Japonya’da araştırma konusu olan ve Japon gençliğini sosyal medya bağımlılığından (*hikikomori*) kurtarmayı amaçlayan bilimsel çalışmalar yapılmaktadır. *“Hikikomori”*, sosyal medya bağımlılığını ve bu suretle toplumdan soyutlanmayı, sosyal izolasyonu ifade eden, uluslararası nitelik kazanmış bir kavramdır. Aynı zamanda bağımlı hale gelen izleyicilerin özellikleri de değişmektedir. Örneğin, internet ve internet odaklı oyun bağımlılığının daha ziyade gerçek yaşam etkinliklerini ne pahasına olursa olsun çevrimiçi etkinliklere tahvil etmenin sonucu olarak ortaya çıktığı anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda obsesif davranış, belirli etkinliklerin yerini almaya ve bazı durumlarda ortaya çıkmaya başlar (Ayhan ve Çavuş, 2014). Bu anlamda tüm kitle iletişim araçlarının kullanım süreleri

de önem kazanmaktadır. Elbette geldiğimiz çağda kitle iletişim araçlarını dışlamak mümkün değildir. Hemen hemen herkesin kitle iletişim araçları iletileri ile haşır neşir olduğu ortadır. Fakat daha dünyaya ilişkin gerçeklik algısı yeni oluşan çocuğun bu kadar görüntü, enformasyon dünyasında tüm bunları nasıl bertaraf edeceği önemlidir. Burada sorulması gereken sorular, özellikle çocukların ve gençlerin medya ile nerede, ne zaman, nasıl ve ne kadar süre ile etkileşim içinde olduğudur. Bir diğer etmen de medyanın hangi amaçla kullanıldığıdır. Bu soruların toplamına 4N 1H (nerede, ne zaman, nasıl, ne kadar süre, hangi amaçla) kuralı da demek mümkündür (5N 1K'da olduğu gibi).

“Nerede” sorusu ile başladığımızda bebekler için geçerli olmasa da çocukların ev, okul ya da arkadaş ortamlarında medyayı takip etmeleri kastedilmektedir. Özellikle kişisel akıllı telefonların temel eğitim çağındaki çocukların (07-13 yaş arası) dahi ellerinde olması düşündürücüdür. “Ne zaman” sorusu ise çocukların serbest zamanlarında ya da tüm günü serbest zaman (!) gibi geçirmeleri sürecinde mi bu izleme faaliyetinin gerçekleştiğidir. “Nasıl” sorusu ile çocukların kitle iletişim araçlarını takip ederken anne-baba ya da kardeş vb. kişilerle mi yoksa yalnız mı izlediği üzerinde durulmaktadır. “Ne kadar süre” ile izlemelerinden kastedilen ise 24 saatlik zaman diliminde bu faaliyetin kapladığı süredir. Çocukların hangi amaçlarla kitle iletişim araçlarını kullandığı ise ailelerin ve çocukların bakış açısını belirlemek için ayrı bir önem taşımaktadır. Kitle iletişim araçlarının aileler tarafından çocuğun yalnız kaldığında yapabileceği en “tehlikesiz” faaliyet olarak mı, dışarıdaki dünyadan korunması için mi yoksa anne-babanın yorgunluğunu atarken bir çocukla uğraşmaması için mucizevi bir “oyalama” aracı olarak mı yahut ekonomik ve sosyal gerekçelerle mi tercih edildiğinin tespit edilmesi gerekir. Çocuklar açısından ise başta internet olmak üzere kitle iletişim araçlarının eğlence, bilgi vb. ihtiyaçlardan hangisi için kullanımı önceliklidir.

Yukarıdaki sorulara verilecek yanıtlar, her çocuk için farklı olabilmektedir. Medya okuryazarlığının temel hedef kitlesi çocuklardır. Bu hususta çocuğun dünyasında kitle iletişim araçları iletileri ve bunların yansımalarındaki olumsuz durumu fark etmek ilk önce; anne-babaya düşecektir. Çocuğun aile ortamından sonra ikinci en önemli çevresi okul olduğu için öğretmenler de ikinci derece sorumludur. Üçüncü derecede ise medya hizmet sağlayıcılar gelmektedir.

Nihayetinde hepsini kapsayan ise Devlet ve sivil toplum kuruluşlarının üzerlerine düşen görevleri yerine getirerek ciddi adımlar atmalarıdır. Devlet odaklı bakıldığında RTÜK, televizyon ekranlarında Koruyucu Sembol Sistemi aracılığıyla anne-babayı uyarmaktadır. Fakat bu çaba yetersizdir. Ekranlara yansıyan “İyi Uykular Çocuklar, Haydi Çocuklar Uykuya, Bugünlük Televizyon Yeter, Bütün Çocuklara İyi Geceler” animasyonu belirsiz bir zaman dilimini ifade etmektedir. Animasyonun akşam saatlerinde televizyon izleyen çocuklara mı yoksa tüm gününü televizyon izleyerek geçiren çocuklara mı hitap ettiği tam olarak anlaşılamamaktadır. Öğretmenlere bu hususta yüklenecek sorumluluklara bakıldığında seçmeli Medya Okuryazarlığı derslerinin verildiği yaş dönemi itibari ile medya kullanım alışkanlıkları konusunda çocuklarda bilinç oluşturulması güç gözükmemektedir. Bu duruma karşılık Medya Okuryazarlığı dersinin sadece ortaokul 7. ve 8. sınıf öğrencileri için seçmeli ders olarak verilmesi durumun gerçekliğinin yeterince analiz edilmediğini düşündürmektedir. Ayrıca seçmeli Medya Okuryazarlığı dersi, 2006-2007 eğitim dönemi ile başlamış olup mevcut derse ilişkin temel sorunlar halen çözülememiştir.

Türkiye, Avrupa Birliği’ne (AB) uyum süreci çerçevesinde her alandaki mevzuatını Birlik müktesebatına (*acquis communautaire*) göre uyumlaştırmaya ve güncellemeye başlamıştır. AB tarafından Türkiye’nin Birlik müktesebatına uyum sürecine ilişkin 35 fasıl başlığı belirlenmiş olup, Bilgi Toplumu ve Medya 10 nolu fasıldır. 23 Mayıs 2007 tarihinde yürürlüğe giren 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun ve 3 Mart 2011 tarihinde yürürlüğe giren 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, Birlik müktesebatına uyum amacıyla çıkarılmıştır. Avrupa Birliği tarafından 2007 yılında çıkarılan Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi ile ilk defa hukukî zemin kazanan medya okuryazarlığı kavramı, Ülkemizde 6112 sayılı Kanunun m.37/r bendi ile düzenlenmiştir.

Tezde kabul edilen varsayımları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

1. Kitle iletişim araçları, kitleye hitap ederler. Hedef kitleye ulaştırdıkları mesajları, algı açısından herkesi eşitleyerek ulaştırırlar. Bireylerin kişisel

özellikleri çok fazla dikkate alınmaz. Tüm hedef kitleyi homojen kabul ederler.

2. Kitle iletişim araçları, anonim nitelikte ve sayıda kitlelere hitap eder. Kitle iletişim araçları, teknolojiye bağlı olarak gelişen ve 21. yüzyılın en önemli gelişme ivmesini yakalayan sektör kümesinde yer alırken, üretirken bireyi tüketen bir yapı halini almıştır.
3. Medya “dördüncü güç olarak” anılmaktadır. Bireyler, gelişmiş internet ağı sayesinde, sosyal medya aracılığı ile medyanın “dördüncü güç” (dördüncü erk) olma özelliğini sarsmıştır.
4. Medyanın işlevleri arasında bulunan toplumu ve bireyi bilgilendirme ile haber verme, yerini gün geçtikçe ticarî kaygı güden yapımlara bırakmıştır.
5. Kişiyi edilgen hale getiren kitle iletişim araçları, toplum ve bireyleri adeta sarmış ve esir almıştır. Sürece bakıldığında, insanların medyayı günlük hayatlarının vazgeçilmez bir parçası olarak gördükleri bir gerçektir. Var olma çabası güden insan, ulaşamadığı her şeye sanal olarak, kısacası medya yolu ile ulaşarak hayallerini hayata geçirmektedir. Özellikle çocuklarda gerçekte hayal kurgusu gittikçe karışmaktadır. Kitle iletişim araçlarından, en çok çocukların etkilendiği yapılan araştırmalarla ortaya konulmuştur. Kitle iletişim araçları, çocuk ve gençlerin rol model seçiminde yönlendirici etkiye sahiptir. Kişiliğin oluşum sürecinde çok etkin rol oynayan medyanın, bu aşamada ne kadar sorumlu davrandığı tartışmalıdır.
6. Kitle iletişim araçlarını kullanmak, çocuklar için nitelikli kullanımın önüne geçmiştir. Özellikle internet denetlenemez bir hâl almıştır. Bireylerde medya bağımlılığı önemli tartışma konusudur.
7. Bireylerin hayâl dünyaları, kitle iletişim araçlarıyla şekillendirilmekte; bireyin düşünmesine gerek kalmamaktadır. Sunulan hayâller, bireyin zihin dünyasında tembelliğe yol açmaktadır. Çocuklar ya da gençler için özgürlük kavramı, cep telefonundan internete girebilme özgürlüğü olmamalıdır.
8. İnternet, daha şeffaf bir yönetim anlayışı için toplumları zorlamaktadır.
9. Anayasanın 10. maddesi, “kanun önünde eşitlik ilkesini” düzenlemektedir. Kanımızca, bilgiye eşit erişim hakkı da yine bu madde gereği sağlanmalıdır.

10. Çocuk ve gençleri, medya okuryazarlığı alanında yetiştirebilecek uzman kadro oluşturulmalıdır.
11. Medyanın insan hayatındaki rolü artık yadsınamaz bir durumdadır. Medya hayatımızla iç içedir. O halde, toplumlar ve bireyler medyayı daha yakından tanımakla mükelleftir. Bilinçli bir medya kullanımı, sadece çocuklara verilecek eğitimle mümkün değildir.
12. Yukarıdaki varsayımlar dikkate alındığında, kitle iletişim araçlarının pek çok yararının yanında, bazı ciddi sakıncaları ve hatta zararları da beraberinde getirdiği açıktır. Toplumun en dezavantajlı grubu olan çocuklar korunmalıdır.

Tezin kapsam ve sınırlıkları ise şöyledir: Kitle iletişim araçlarını daha bilinçli kullanmak amacıyla oluşturulan medya okuryazarlığı, yetişkin-devlet-sivil toplum üçgeninde ele alınacaktır. Bu üçgenin merkezinde çocuk olmak üzere, pergel misali üçgenin her ucu ayrı ayrı değerlendirilecektir. Televizyon programları, bilgisayar oyunları ve sosyal medyanın durumu çok geniş bir yelpazeyi kapsadığı için tezin sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Diğer yanda medya okuryazarlığı muhatapları olarak genelinde tüm bireyler olmakla birlikte detaylı şekliyle ele alınan grup çocuklar olmuştur. Tez çalışmasında özdenetim kuruluşları araştırmaya dâhil edilmemiştir.

Çalışmada öncelikle daha net bir analiz ortaya koyabilmek için “tanımlayıcı/betimleyici araştırma yöntemi” kullanılmıştır. Özellikle yapılan çalışmalar, uluslararası düzeyde (Uluslararası sözleşmeler ve AB) kapsamında ele alınmıştır. Ülkemiz açısından ise Anayasa başta olmak üzere ilgili mevzuat gözden geçirilmiştir. 6112 Kanun m.37/r bendi ile RTÜK ve Millî Eğitim Bakanlığı (MEB) medya okuryazarlığı projeleri incelenmiştir. Yeri geldikçe Türkiye’de okutulmakta olan “medya okuryazarlığı” ders müfredatı ve ders kitapları ile öğretmen kılavuz kitapları da ele alınıp çalışmaya dâhil edilmiş ve olumlu – olumsuz yönde kanaatler ortaya konulmuştur. Ayrıca bu çalışma, Toplumsal Sorumluluk Teorisine (kuramına) dayanılarak hazırlanmıştır. Zira yukarıda da belirtildiği üzere, basın-yayın organları (kitle iletişim araçları) ve basın-yayın mensupları toplumsal (kamusal) sorumluluk anlayışıyla faaliyet göstermeli ve hareket etmeli, hizmetlerini bu anlayış çerçevesinde görmelidirler (6112 sayılı Kanun m. 8/f.1; İçel, 2018: 48 vd, 130 vd.).

Dünyada ve Türkiye’de mevcut medya okuryazarlığı alanındaki çalışmalara genel olarak iletişim bilimi, özel olarak da iletişim hukukunun sınırları çerçevesinde değinilmiştir. Konu etraflıca ele alınarak mukayese edilmiştir. Medya okuryazarlığı konusu geniş bir yelpazeye yayıldığı için şüphesiz ki çeşitli bilim dallarından faydalanmayı gerektirmiştir. Dolayısı ile bu çalışma, ilgili olduğu ölçüde İletişim Bilimleri, Eğitim Bilimleri ve Pedagoji, Psikoloji, Etik ve Kitle İletişim Hukuku bağlamında vücuda getirilmiştir.

Türkiye’de iletişim ve eğitim fakültelerinde, yüksek lisans ve doktora eğitiminde “medya okuryazarlığı” konusu gelişen bir inceleme alanı olarak varlık göstermektedir. Tez konularını genel olarak şu şekilde sıralamak mümkündür:

1. Medya okuryazarlığı eğitiminin öğrenciler üzerinde etkilerinin tespitine yönelik, ortaokullarda öğrenci-veli-öğretmen görüşlerinin belirlenmesi,
2. Medya Okuryazarlığı dersinin, Sosyal Bilgiler, Türkçe gibi diğer dersler içinde işlenebilme imkânı,
3. Katılımcı bireyler yetiştirmek ve eleştirel kültürün oluşmasında medya okuryazarlığından faydalanabilme durumu,
4. Medya okuryazarlığı eğitiminin farklı ülkelerde ve Türkiye’deki uygulamaların mukayese edilmesi.

İşbu Tez konusu gereği Türkiye’de yapılan mukayeseli medya okuryazarlığı çalışmalarına benzerlikler bakımından ve Tezin özgün yönünü ortaya koymak açısından kısaca bakmakta fayda vardır:

Ebubekir Çakmak, 2010 yılında “İngiltere ve Türkiye’deki İlköğretim Medya Okuryazarlığı Eğitim Program ve Uygulamalarının Karşılaştırılmalı Olarak İncelenmesi” konulu doktora çalışmasında; İngiltere ve Türkiye’deki medya okuryazarlığı eğitimini incelemiştir. İngiltere’de medya okuryazarlığı eğitiminin anadil eğitimi içerisinde ve bir dil süreci olarak ele alındığını, Türkiye’de ise medya okuryazarlığı eğitiminde daha çok iletişim araçları bilgisinin ve iletişim sürecinin öne çıktığını tespit etmiştir. Çalışma, Türkiye’de korumacı medya okuryazarlığı öğretim yaklaşımı, İngiltere’de ise medya üretme-öğretme yaklaşımının benimsendiğini ortaya koymuştur. Medya okuryazarlığı konusunda temel farklılıklara rağmen her iki

ülkede medya okuryazarlığı eğitiminin amacı, toplumsal hayata daha fazla katılım olarak görülmesidir.

Özlem Apak ise, 2010 yılında “Türkiye, Finlandiya ve İrlanda İlköğretim Programlarının Medya Okuryazarlığı Eğitimi Açısından İncelenmesi” konulu yüksek lisans çalışmasında; üç ülkenin medya okuryazarlığı eğitiminde benzer ve farklı yönlerini tespit etmiştir. Bu bağlamda medya Okuryazarlığı dersi Türkiye’de seçmeli bir ders, İrlanda’da SPHE dersi altında bir ünite olarak, Finlandiya’da ise diğer derslerle tümleşik olarak disiplinlerarası bir anlayışla okutulduğu, ve son iki yaklaşımın daha etkili bir medya okuryazarlığı eğitimi sağladığını vurgulamıştır. Türkiye’de ve Finlandiya’da medya okuryazarlığı eğitimi 12-15 yaş, İrlanda’da ise okul öncesi eğitiminde 0-6 yaş arasında başladığı tespit edilmiştir.

Yavuz Selim Söylemez, 2012 yılında “Asya ve Okyanusya Ülkelerinde Medya Okuryazarlığı Eğitimi: Türkiye ve Yeni Zelanda Karşılaştırması” konulu yüksek lisans tez çalışmasında; Yeni Zelanda’da medya okuryazarlığı çalışma ve uygulamalarının 1970’li yıllardan itibaren başladığını, yaşam boyu medya okuryazarlığı eğitiminin sistemli bir şekilde ele alındığını göstermiştir. Medya okuryazarlığı eğitiminin devlet ve sivil toplum kuruluşları ile ortak bir çalışma alanı olduğunu vurgulamıştır.

Berkay Buluş, 2017 yılında “Yetişkin Yeni Medya Okuryazarlığı: Avrupa Birliği ve Türkiye Örnekleri” konulu yüksek lisans tez çalışmasında; yeni medya okuryazarlığı ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde araştırmaların büyük çoğunluğunun çocuklar ve gençlere yönelik olduğunu ifade etmektedir. Yetişkin bireylere yönelik de araştırmaların yapılması gerektiği vurgulanan diğer önemli bir husustur.

Melis Ekşioğulları, 2018 yılında “Medya Okuryazarlığı Eğitim ve Uygulamalarının Eleştirel Bağlamda, Kanada, Almanya, Norveç’in Türkiye ile Değerlendirilmesi” konulu yüksek lisans çalışmasında; medya okuryazarlığı eğitiminin eleştirel perspektiften ele alınması gerektiğini, araştırmaya konu olan ülkelerde ortak sorun olarak ise, medya okuryazarlığı alanındaki eğitimcilerin yeterli donanıma sahip olmadıklarını tespit etmiştir.

Medya okuryazarlığı eğitiminin amacı; özelinde çocukları, genelinde ise bireyleri medyanın olası sakınca ve zararlarından korumak, faydalı yönlerinden yine bireylerin yararlanmalarını sağlamaktır. Bu bağlamda işbu Tez’de, diğer çalışmalardan farklı olarak, Avrupa, Avrupa Birliği ve Türkiye’deki medya mevzuatının “ifade hürriyeti ve çocuğun kitle iletişim araçlarından faydalanabilme ve korunabilme durumu” analiz edilmiştir. Diğer yandan hem çocuk, hem de yetişkin medya okuryazarlığı eğitimine katkı sağlayacak çözüm önerileri sunulmuştur.

“Avrupa Birliği Mevzuatı ile Karşılaştırmalı Olarak Türkiye’de Medya Okuryazarlığı ve Karşılaşılan Sorunlar” başlıklı Tez çalışması, dört bölümden oluşmaktadır.

İlk bölümde, kitle iletişim araçları sınıflandırılmaya tabi tutulmuş; kitle iletişim araçlarının özellik ve nitelikleri üzerinde durularak ve bu araçların işlevleri yani hak ve görevleri irdelenmiştir. Bu meyanda, kitle iletişim araçlarının birey ve toplum açısından önemi özellikle vurgulanmıştır. Ayrıca bu araçların tarihsel süreçleri, hem dünya hem de Ülkemiz ekseninde incelenmiştir.

Tezin ikinci bölümünde medya okuryazarlığı kavramı, tanımları ve önemi üzerinde durulmuştur. Ardından “medya okuryazarlığı eğitime neden erken yaşlarda başlanmalıdır?” sorusu bağlamında çocukların gelişim aşamaları incelenmiş ve çocukların medyadan nasıl etkilendiği ortaya konulmuştur. Tezin en önemli aşamasını oluşturan medya okuryazarlığı çerçevesinde betimlenen sorunlar, geniş bir çerçevede ele alınarak, psikoloji biliminin çocuğa ve aileye yüklediği anlamlar iletişim bilimine ait merceklerle incelenmiştir.

Üçüncü bölümde bir yanda ifade hürriyeti (*freedom of speech*) diğer yanda bu hakkın doğru kullanılmamasının sonucunda ilk etkilenen grup olan çocuklara hukuksal zeminde nasıl yer verildiği araştırılmıştır. Bu bağlamda ifade hürriyeti, kitle iletişim hürriyeti ve bu hürriyetlerin çocuklar lehine sınırlandığı düşünülen uluslararası ve ulusal mevzuat incelenmiştir. BM İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi, BM Çocuk Haklarına Dair Sözleşme; Avrupa Konseyi’ne taraf olan devletler açısından Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ve Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi, Avrupa Birliği açısından ise Sınırsız Televizyon Direktifi ile

Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi ve Temel Haklar Şartı mercek altına alınmıştır. Ülkemiz açısından AB mevzuatı ayrı bir önem taşımaktadır. Ülkemizde birçok alanda olduğu gibi kitle iletişiminde de düzenlemeler yapılmış, her bir kitle iletişim aracına münhasır mevzuat çıkarılmıştır. Bu bağlamda başta Anayasa'nın ilgili maddeleri olmak üzere genelinde kitle iletişimi özelinde ise çocuğun yararını düzenleyen mevzuat incelenmiştir. Kanunların yeterlilikleri tartışılırken kendi kanaatlerimize ve akademisyenlerin görüşlerine yer verilmiştir. Ayrıca örnek olaylarla durum somutlaştırılmaya çalışılmıştır.

Dördüncü bölümde ise; Devlet (ilgili kurum RTÜK ve ilgili bakanlıklar) aile ve medya (medya organları sahipleri, medya mensupları) sivil toplum kuruluşları ve üniversiteler temelinde Ülkemizde neler yapıldığı mercek altına alınmıştır. Medya okuryazarlığına dair 2000'li yıllarda başlayan çalışmaların nasıl bir seyirle günümüze ulaştığına dikkat çekilmiştir. Ülkemizde medya okuryazarlığı dersi alanına yönelik temel problemler dört başlık halinde incelenmiştir. Bunlar; medya okuryazarlığının verileceği seviye, dersin zorunlu-seçmeli olması, medya okuryazarlığı dersinin ayrı (bağımsız) bir ders olarak mı yoksa diğer derslerle birleşik olarak mı okutulması ve bağımsız bir ders olması kabul edilirse bu dersi hangi branş (dal) öğretmenlerinin vereceği yönünde belirlenmiştir. Nihayet önümüzdeki yıllarda bu alanda hangi çalışmalar daha verimli olabilir sorusuna cevap aranmaya çalışılmıştır.



2. MEDYA ORGANLARI (KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI)

2.1. İletişim Kavramı ve İletişimin Sınıflandırılması

2.1.1. Genel olarak

Kitle iletişim araçlarının varlık sebebi insanın iletişim ihtiyacıdır. Bu sebeple aşağıda öncelikle ‘iletişim’ kavramı ve iletişimin kısa tarihçesi ile sınıflandırılması ve önemi üzerinde durulacaktır.

“İnsanoğlunun bu gezegende 2.000.000 yıldan beri bir şeyler yapmakta olduğunu ve ilk belirgin insan tipinin bundan 500.000 yıl önce tarihin en eski çağ sahnesine çıktığını öğreniyoruz” (Evliyaoğlu, 1987: 1). Aristoteles, insanı sosyal bir hayvan olarak tanımlamıştır (Akıntürk ve Karaman, 2015: 5; Çiftci, 2018: 3; Güriz, 2011: 1; Bilge, 2005: 1; Atay, 2014: 3). İnsanın sosyal bir varlık olması; bireyin kendinden başlayarak diğer tüm canlılarla iletişim halinde yaşamasını olanaklı kılmıştır. Böylece iletişim, hem insanlık tarihi kadar eski bir olgu hem de bu tarihin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu tespit itibari ile *“iletişimin geçmişi insanlık tarihi ile başlar”* (Aziz, 2012: 25).

Hülâsa yeni bilim dallarının ortaya çıkışı, yapılan çeşitli araştırmalar insanlık tarihinin öncesine giderek iletişim kavramını evrenin oluşumuyla ilgili bir bütün olduğunu ileri sürmüştür. Kısacası iletişim kavramı insana özgü olmaktan çıkarılmış, canlı ve cansız en küçük yapı taşına kadar indirgenmiştir. Siberetik diliyle ifade edilecek olursa *“canlı ve cansız varlıkların en küçük sistemleri olan (atom-molekül) ve (hücre) yapılarında, bu sistemleri oluşturan temel tanecikler arasında bilgi alış-verişi biçiminde cereyan eden fiziksel ve kimyasal bir iletişim olgusu vardır diyebiliriz”* (Evliyaoğlu, 1987: 8). Bu mercek iletişim kavramını; insan, hayvan ve de bitkilerle birlikte canlı-cansız varlıklara kısacası evrendeki en küçük yapı birimi moleküllere kadar genişletmiştir.

İnsan, akıl yeteneği sayesinde diğer canlılardan ayrılmaktadır. İnsan dışında hayvanlarında haberleşme yöntemleri olduğu aşikârdır. Fakat insan sahip olduğu akıl sayesinde haberleşmeyi sistematik hale getirmiş ve bunları sürekli geliştirmiştir. Başta kendi kendisiyle olmak üzere, öteki insanlarla ve tabiatla ilişkilerinin derinliklerini ve sınırlarını zorlamış aralıksız bir şekilde genişletmiştir (Evliyaoğlu, 1987: 9).

Bu değişimin bir anda olmadığı yüzyıllarca şekillendiği açıktır. Bu değişimin arkasında insanın siyasî, ekonomik, çevresel ve kültürel faktörleri etkileyen ve bundan etkilenen her daim yenilik arayışı etkili olmuştur. İnsan tabiat başta olmak üzere kendi türü ve ortaya çıkardığı her ürüne hükmetmek istemiştir. Bu istek, onu hem kendi türünü hem de tabiatı ve diğer canlıları daha iyi tanımaya ve iletişim kurma yöntemlerini geliştirmeye zorlamıştır. İletişimin imkânsız olduğu dünyada, iletişim kurma yöntemleri bu sebeple her daim daha iyiye ulaşma arayışı içinde sürmektedir ve de sürecektir.

Tabiatla kurduğu ilişkinin dışında insanoğlu kendi çevresiyle de örgütlenmiş, sosyal ortamlar, kültürel ve teknolojik ortamlar oluşturmuş bu çevrelerle de ilişki, etkileşim ve iletişim modelleri meydana getirmiş ve bunlarda yine kendi eseri olan araçlardan, makinelerden yararlanmıştır. (Evliyaoğlu, 1987: 9). İnsanın sahip olduğu beşeri sermayesi olan “akıl”, teknikten teknolojiye giden süreci örmüştür.

“Böylece gelişmiş bir organizmanın, kendi iç ortamıyla ve dış ortamlarla iletişimini sağlayan, bir tür (haber alma) ve (cevap verme) mekanizması olan beyin ve sinir sistemi, bu sistemin ürünleri ve aynı zamanda uzantıları olan araçlar, makineler ve haberleşme araçları sayesinde dev boyutlara ulaşmıştır” (Evliyaoğlu, 1987: 9). İletişim kavramı; sadece insana özgü bir kavram olmayıp bu kavramın, insanlar arasında, hayvanlar arasında veya bunların birbirleriyle oluşturabilecekleri farklı türlerinden bahsedilebilir (Gedik, 2008: 23). Böylece canlı-cansız varlıklar arasında da iletişim olduğunu görmek mümkündür (Evliyaoğlu, 1987: 8).

Bu sebeple iletişim kavramının canlı-cansız varlıkları da içine alarak bir tanımının yapılabileceği ortadadır. Kanımızca sorun, iletişim kavramının haberleşme kavramını da ihtiva eder şekilde kullanılmasıyla başlamıştır. Şöyle ki;

haberleşme (iletişim) (*communication*, Lat. *Communis*) kavramı “ortak” kelimesinden gelmektedir. (İçel, 2018: 39). Kelimenin köküne bakıldığında Arapça kökenli “haber” sözcüğünden üretilen “haberleşme” kavramının yakın bir zamana kadar “iletişim” kavramının yerine kullanıldığı görülmektedir. Fakat bu sözcüğün giderek anlamının daralması, kitlelere haberleşme araçları ile daha dar anlamı ile olay niteliğinde mesajları kapsamaması bir kısım mesajları da dışta bırakması gibi nedenler ile daha kapsamlı olan “iletişim” sözcüğü kullanılmaya başlanmıştır (Aziz, 2012: 26).

İletişim kavramının çok geniş bir tanımının yapılabileceği ortadadır. Kısacası bahsi geçen kavram sadece insana özgü değildir. Fakat bu çalışma itibari ile iletişim kavramının haberleşme boyutu ve “insanın varlık sürdürme biçiminin” (Oskay, 2011: 1) bir ürünü olduğunu ortaya koyan tanımlama bağlamında kavram ele alınacak ve sınıflandırmalar buna göre yapılacaktır.

“İnsan, hayatını doğumundan ölüme kadar, toplumun çeşitli grupları (aile, okul, askerlik, iş ortamı, arkadaş çevresi, vb.) içinde geçirmektedir. Grup hayatının sürekliliği, insanların düşünce, görüş, haber ve izlenimlerini, duygularını birbirine aktarmalarını kısacası iletişimi zorunlu kılmaktadır” (Dönmezer ve Bayraktar, 2013: 3). Böylece “iletişim” (haberleşme) insanlığın var olması ile ortaya çıkan bir gereksinimdir” (Aziz, 2012: 25). İletişim insanlar için zaruridir (ihtiyaçtır) demek yanlış olmaz. “O halde iletişim, kişiden kişiye; kişiden gruba; gruptan kişiye; gruptan gruba bilgi tutum ve davranışların uygun ortamlar, kanallar kullanılarak aktarılması olarak tanımlanabilir” (Aziz, 2012: 28). İletişim kavramı “bilgi, düşünce ve tutumların ortak semboller sistemi aracılığı ile kişiler veya gruplar arasında değiş-tokuş edildiği bir süreç” olarak da tanımlanabilir (İçel, 2018: 40). Kanaatimizce, bu tanımlara üç önemli husus eklenebilir. Birincisi, kişinin kendisiyle iletişimi; ikincisi, iletişimin daimi süreç olması ve üçüncüsü, iletişimin engellenemez oluşudur.

Yeni tanıma göre, iletişim (haberleşme); kişinin kendisiyle, kişiden kişiye; kişiden gruba; gruptan kişiye; gruptan gruba bilgi, düşünce ve kanaatler ile tutum ve davranışların daimi süreç içerisinde engellenemez şekilde aktarılmasıdır.

İletişim olgusunda temel olarak beş öge vardır:

Mesajı gönderen ya da başlatan (verici/kaynak)

1. Mesajın hedefi (alıcı)
2. Aktarılan, verilen bilgi, tutum ve davranış (mesaj/ileti)
3. Mesajı ileten ortam (kanal)
4. Mesajın alıcı tarafından alınıp alınmadığı (geribildirim) (Aziz, 2012: 29; ayrıca bkz. İçel, 2018: 40).

İnsan yapısı gereği bilgi, duygu ve düşüncelerini başkalarına yani diğer bireylere aktarma isteği duyar (Işık, 2005: 4). İlk insanın tüm ihtiyaçlarını karşılamakta kullandığı ilkel yöntemler iletişim gereksinimini karşılamak ve gidermek için de kullanılmıştır. “İlkel insanın mağara duvarına çizdiği resimler, Kızılderililerin ateş yakarak çıkardıkları dumanlar, Afrika yerlilerin tam-tam sesleri ile yapmak istedikleri, iletişimden başka bir şey değildir” (Aziz, 2012: 25).

Kavramın 20. yüzyılda tartışılmaya başlanmış olması, insanların iletişim süreçlerinde geline bu noktaya kadar basit bir yöntem izledikleri fikrine bizi ulaştırmamalıdır. Özellikle milattan önceki dönemde “basit” olarak ifade edilebilecek yukarıda örneklendirdiğimiz bazı iletişim kurma teknikleri, kendi dönemleri içerisinde hâlâ tartışmaya değer önem taşıdıkları aşikârdır. O dönem içerisinde iletişimin görünür olduğu hâl; kaydetmek ve nakletmektir. Çünkü insanoğlu için var olduğundan beri en önemli şey, kaydetmek ve nakletmektir. Bu iki önemli husus bir arada bulunmayabilir. Yani ürettiğiniz buğday ile ilgili bilgiyi (ne kadar ürettiğiniz ve benzeri) kaydettiğiniz kil tablet aracılığıyla iletmek isterseniz de kil tabletler kırıldığı için nesillere aktaramayabilirsiniz ve yahut uzak bir mesafeye bir haberi kaydetmeden yaktığınız ateşten çıkan duman aracılığı ile iletebilirsiniz. Her ne şekilde olursa olsun iletişimin en temel gereği “aktarma” isteği o günden bugüne süregelmektedir.

İnsanoğlunun en temel ihtiyacı olan iletişim ve iletişim kurma yöntemleri, insanların, toplumların yaşadıkları çağdan etkilendikleri gibi bu şartları da şekillendirmişlerdir. Avcılık döneminde mağara duvarlarına çizilen resimler, tarımla

birlikte kil tabletler üzerine atılan çentikler, o dönemlerin imkânları dâhilinde şekillenip ortaya çıkmış olsalar da var oldukları andan itibaren ortaya çıktıkları dönemlerin şartlarına yeni bir biçim de kazandırmışlardır.

Yerleşik yaşam, mal ve hizmetlerin üretiminin artması sonucu ticareti doğurmuş ve yeni yaşam alanı olan kentler insanların yeni mekânları olmuştur. Daha kalabalık insan ilişkilerinin olduğu bu mekânlar yüzyıllardır yüz-yüze yapılan iletişimi de zorlamaya başlamıştır. Ticaret ve kent hayatı çeşitli meslek gruplarının oluşmasına yol açmıştır. “Mesleklerin kendilerini devamlı olarak yer değiştirmeye zorladığı bireylerden oluşan bu grupların ilişkileri, komşularla yüz-yüze düşünce ve haber alışverişi olmaktan çıkmış ve dolayısıyla iletişimin yöneldiği grupların ve insan yığınlarının sınırları genişlemiştir” (Dönmezer ve Bayraktar, 2013: 4).

2.1.2. Yüz-Yüze İletişim – Yüz-Yüze Olmayan İletişim

İletişim kavramının farklı tanımlarının yanında iletişim türlerinde de farklı sınıflandırmalar yapmak mümkündür. Bu bağlamda aşağıda iletişime dair farklı sınıflandırmalar incelenecektir.

2.1.2.1. Yüz-yüze iletişim

İnsanın tabîî bir özelliği olan iletişim, dönemlere göre farklı özellikler göstermiştir. 20. yüzyıl ortalarına gelinceye kadar genel olarak yaygınlık kazandığı şekil yüz-yüze (*face to face*) haberleşmedir. Yüz-yüze iletişimi kendi içinde sözlü ve sözsüz iletişim diye ayırmak mümkündür. Fakat böyle bir ayrıma gitmek yerine bir bütün olarak ele almak iletişim süreci bakımından daha anlamlı olacaktır. Çünkü sözsüz iletişim sözlü iletişimi etkiler. Şöyle ki; yüz ifadesinden üzgün olduğunuzu anladığınız birine “nasılsın?” diye sorduğunuzda aldığınız “iyiyim” yanıtı pek de inandırıcı bir cevap olmayacaktır.

Bu anlamda yüz-yüze iletişim; “Verici/kaynak ile alıcı/hedef arasında herhangi bir araç kullanmadan aynı ortam içinde yapılan iletişimdir. İletişimin 5. ögesi olan geribildirim ögesi bu iletişimde anında olur” (Aziz, 2012: 55). Ancak yüz-yüze haberleşmeyi bir araç kullanmadan yapılan bir haberleşme ile sınırlamamak gerekir.

“Bu nedenle, bir araç kullanılsa dahi, haberi alanın aynı anda cevap verme olanağının bulunması durumunda yüz-yüze haberleşme söz konusu olur. Bu durumda telefon ve elektronik posta yüz-yüze haberleşme arasında sayılabilir” (İçel, 2018: 41).

Diğer bir tanım ise, yüz-yüze iletişimin diğer bir özelliğine dikkat çekmektedir. “Yüz-yüze iki insan arasındaki basit iletişimde insanlar mesajlarını ve karşı mesajlarını kendilerindeki beş duyu aracılığı ile ve bu beş kanaldan karşılıklı olarak birbirlerine iletmektedirler” (Evliyaoğlu, 1987: 138). Bu iletişim biçiminde hem sözlü iletişim hem de sözlü olmayan iletişim (vücut dili) kullanılır (Aziz, 2012: 55).

İyi bir dinleyici iletişim kurduğu kişinin yalnız söylediklerini değil, yüzü, eli, kolu ve bedeniyle yaptıklarını önemser; çünkü yüz ifadeleri el ve kol hareketleri, beden duruş tarzı, sesin tonu gibi sözsüz mesajlar da iletişimi etkiler. Böylece sözlü ve sözsüz iletişimin toplamı yüz-yüze iletişimin iki önemli parçasıdır. Karşı karşıya gelerek kurulan kişilerarası iletişimlerde, hem sözlü hem de sözsüz mesajlar aynı anda kullanılır.

Sözlü ve sözlü olmayan mesajların birlikteliğinin toplamı yüz-yüze iletişimi oluşturmaktadır. Bu hususta yüz-yüze iletişimin önemli özelliklerinden biri olan geri bildirimin (*feedback*) aynı anda yapılmasından hareketle telefon ve elektronik posta iletişimini yüz-yüze iletişime dâhil etmek kanaatimizce bu haberleşme türünün özünü eksiltmektedir. Yüz-yüze iletişim aynı ortamda bulunan en az iki kişinin ileti alış-verişlerine hem konuşmanın hem de vücut (beden) dilinin bir bütün olarak dâhil edildiği iletişim türüdür.

2.1.2.2. Yüz-yüze olmayan iletişim

Aynı ortamda bulunmayan kişilerin çeşitli araçlarla yaptıkları iletişime yüz-yüze olmayan iletişim denir. “İnsanlar esasta iletişimi, haberleşmeyi yüz-yüze yaparlar. Ancak zaman geçip toplum her gün biraz daha karmaşık nitelik kazanınca mesajlar yöneltilecek gruplar büyük genişlik kazanır ve yüz yüze haberleşme; iletişim yetersiz hale gelir; kişinin artık bildiği tanıdığı komşusuna değil ve fakat ilk ilişkiler içinde

bulunmadığı diğer insanlara mesajlar yöneltmesi gerekir. Bu olgudan doğan iletişime ‘tali, ikinci türde iletişim’ denir” (Dönmezer, 1994: 383).

İçel’e göre, mesajı alanın aynı anda ya da daha sonra hemen cevap vermek imkânı yoksa bu tür iletişime yüz-yüze olmayan iletişim denir. Yüz-yüze olmayan iletişimi aşağıdaki alt sınıflandırmalara tabii tutmak mümkündür (2018: 41).

2.1.2.2.1. Yazılı ve/veya resimli iletişim

İnsan beş duyu organı ile gelen mesajları algılar ve buna göre tepki verir. Bazı mesajlar yalnızca göze seslenir. Göze seslenen bu mesajlar, görsel iletişimi öne çıkarır. Birey bu tür mesajları görerek; gözü ile algılar. Taşa kazılmış bir işaret, mağara duvarına çizilmiş resim yazılı ve/veya resimli iletişimin ilk örnekleridir. Bununla birlikte, görsel iletişimin yorumlanmaya açık yanı, daha sonraki çağlarda daha genel mutlaklığa sahip olan “yazılı” iletişimi doğurmuştur. Yazılı iletişim (*written communication*) iletinin/mesajın yazılı olarak yine sembollerle aktarılmasıdır. İletişimin olabilmesi için okuma, yazma ve yazılanı anlayabilme becerilerinin olması gerekir (Aziz, 2012: 53). Zamanla daha çok bilgiye işaret eden kil tabletleri ise yazıya giden yolu açmıştır. Posta ile iletişim de bu tür iletişime girer.

2.1.2.2.2. Sesli iletişim

Bir kısım mesajlar ise yalnızca kulağa, duyma organına seslenir; ses ile insan sesi (konuşma) ya da bir müzik melodisi yolu ile gelir ve sözlü olarak geri bildirimde bulunulur (Aziz, 2012: 56). Ses bantları, plaklar ve radyo ile iletişim bu tür iletişimi oluşturur.

2.1.2.2.3. Sesli ve/veya görüntülü iletişim

İnsanların aynı anda hem gözüne hem de kulağına hitap eden iletişim türüdür. İnsanların yüz-yüze gerçekleştirdikleri iletişim bunun ilk örnekleridir. Günümüzde en yaygın örnekler sinema filmleri, televizyon ve videodur. İnternet ise, birçoklu ortam kitle iletişim aracı olarak göze ve kulağa hitap ettiği gibi yazıcı marifetiyle çıktı alınmak suretiyle yazılı iletişime de vücut vermektedir (Geniş bilgi için bkz: İçel, 2018: 41-44).

2.1.3. Bireylerarası İletişim – Kitle İletişim

İletişimi bir başka açıdan “bireylerarası iletişim” ve “kitle iletişim” olarak ikiye ayırmak mümkündür.

2.1.3.1. Bireylerarası iletişim (kişilerarası iletişim)

Dönmezer’e göre toplumlar: 1- İçinde ilk grupların egemen bulunduğu cemaatçi, gelenekçi toplumlar 2- Menfaat birliklerine dayanan karmaşık sanayi toplumları, kitlesel toplumlar (*mass society*) olarak ayrılmıştır (1994: 223).

Daha önceki başlıklarda belirtildiği üzere iletişim türleri ortaya çıktıkları dönemlerin özelliklerini taşır. Her dönem; siyasî, ekonomik ve sosyal birlikteliğin bütünüdür. Bu hususta toplumların sergiledikleri davranışlar, iletişim şekilleri bu üç unsurdan sadece birine atfedilemez. Elbette siyasî gelişmelere bakarak bir dönemi açıklayabilirsiniz. Fakat diğer iki olguyu görmezden gelerek yapılan açıklama eksik olacaktır. Çünkü o dönemin içinde yaşayan toplumlar ve o toplumları meydana getiren bireyler her üç olguyu da hem etkilemiş hem de bu olgulardan etkilenmiştir.

Gelenekçi, cemaatçi toplumların özelliklerine bakıldığında; “...kuşaktan kuşağa sosyal normlarda değişme olmaz. İş bölümü ve uzmanlaşma geniş çapta değildir. Bu itibarla gelenekçi toplum, genellikle, ekonomik bakımdan kendi kendine yeter niteliktedir. Bu tür toplumlarda sosyal örgütlenmenin başlıca biçimi hısımlıktır. İnsanlar genellikle bulundukları toplumun coğrafi sınırları dışına çıkmazlar; fizik hareketlilik (yer değiştirme) çok azdır” (Dönmezer, 1994: 224). Günümüz koşulları itibari ile yaşadığımız toplum, özellikleri bakımından karmaşık sanayi toplumu ile özdeşdir. Karmaşık sanayi toplumunda işbölümü ve uzmanlaşma oldukça önemlidir. Sosyal örgütlenmenin başlıca biçimi ise insanların tanımadığı kişiler arasında gerçekleşmektedir. Fakat bireylerarası iletişim bağlamında değerlendirecek olursak gelenekçi cemaatçi toplumun içinde bireylerarası (kişilerarası) iletişimin daha yoğun olarak tercih edildiği aşîkârdır.

Kişilerarasında gerçekleşen iletişime kişilerarası iletişim denir. Bunun için biri verici (gönderici), biri alıcı (hedef) olmak üzere en az iki kişi gereklidir. “Yüz-yüze

olan bütün iletişimler, bu arada mektupla ya da telefonla yapılan haberleşmeler kişilerarası yani bireylerarası iletişim sayılabilir” (Dökmen, 2003: 26; Aziz, 2012: 59).

Böylece kişilerarası iletişim; hem yüz-yüze haberleşmeyi hem de yine kişiler tarafından fakat çeşitli iletişim araçları kullanılarak yapılan iletişimi de içine aldığı için daha kapsamlı olduğu söylenebilir (Aziz, 2012: 55). Kanaatimizce, basın, sinema filmleri, ses bantları, plaklar, radyo, televizyon, video ve internet kitle iletişimi, bunların dışında kalan diğer iletişim tür ve tipleri ise bireylerarası iletişimi oluşturur.

2.1.3.2. Kitle iletişimi

İngiltere’de başlayan sanayi devrimi, teknikten teknolojiye giden süreci doğurmuş ve evvela üretim ilişkilerinde çığır açmıştır. Bir ayakkabının üretim süreci tamamen insan marifetindeyken 1800’lü yılların sonuna gelindiğinde ise süreç makineler ile paylaşılmıştır. Üretimdeki bu hızlı artış, “artı ürün” kavramını ortaya çıkarmıştır. Teknikten teknoloji dünyasına kayış hızla yayılırken, her alanda temelden gelen değişiklik kendini göstermiştir. Bu alana damgasını vuran yeni bir kavram olan “artı ürün” sadece üretim ilişkilerini değil, aynı zamanda tüketim faaliyetlerini de etkilemiştir. Elbette bu süreci ortaya çıkaran da bu süreçten etkilenen de yine “insan” ve “insan ilişkileri”dir. Doğal olarak fazla üretilen emtia, fazla tüketecek insana ihtiyaç duyacaktır. Seri üretim yapmak için fazla insana ihtiyaç duyan fabrikalar, köylerden kentlere insan çekerek yeni bir yaşam tarzı ve birlikteliğin doğmasına sebep olmuşlardır. Yeni doğan bu toplum tarzı, yepyeni gelişmelere sahne olacaktır. Bu toplumun özellikleri gelenekçi topluma göre oldukça farklıdır. “Toplumun aslî örgütlenme aracı olarak hısımlığın yerini, uzmanlaşmış, ekonomik, siyasî, dinî, eğitimsel örgütlenmeler almıştır. Nüfus fazladır, şehirleşme ileri derecededir ve fizik hareketlilik çok hızlıdır” (Dönmezer, 1994: 225).

Karmaşık sanayi toplumu, kitlesele toplum yavaş yavaş oluşmaya başlamıştır. Nasıl ki sanayileşmeyle birlikte üretilen ayakkabı sayısı çoğaldıysa aynı şekilde makineleşen haberleşme sistemleri ile daha fazla enformasyon üretilmiştir. Bu çoğalmanın ortaya çıkardığı yeni toplum şekli “kitle toplumu” olarak ifade edilmektedir. Toplum, üretim, haberleşme vb. kavramların başına “kitle” kavramı

eklenmekte böylece; 21. yüzyıl kitle toplumunu ve kitle haberleşmesini sürekli mercek altına alarak incelemeye ve anlamaya çalışmaktadır. Bu doğrultuda “kitle” kavramına daha yakından bakmakta fayda olacaktır.

“Kitleler birbiriyle doğrudan doğruya, geçici ve örgütlenmemiş olarak temasa girişmiş insanlardan oluşmuş kümelerdir” (Dönmezer, 1994: 219). “Belirli bir mekânda bulundukları varsayılan büyük sayıdaki insanların meydana getirdiği her çeşit topluluklara ‘geniş anlamda kitle’ adı verilir” (İçel, 2018: 46). Özetle üretilen ürün ya da haberin artık kaç kişiye ve nerelere ulaşacağı anonimdir ve bu anonimliğe verilen isim “kitle”dir.

“Kimi zaman olumsuz bir anlam yüklenen kitle kavramı bir amaç birliği olmayan, sürekliliği bulunmayan, temel güdülerle bir araya gelmiş toplulukları ifade eder. Burada önemli olan iletilmek istenilen mesajın anonim nitelikte bir topluluğa ulaşmasıdır” (Gedik, 2008: 25). Gedik’in de belirttiği gibi kavram, ulaşılabilen bir topluluğu ifade eder ve bu topluluğun bir arada bulunma zorunluluğu yoktur. Sanayi devrimi ürün-insan arasına makineyi (aracı) eklediği gibi, üretilen insan ilişkileri arasına da kitle iletişim araçlarını eklemiştir demek yanlış olmayacaktır. Özellikle günümüzde bilgisayar boyutlarının küçülmesiyle durum kontrol edilemez bir hâl almıştır.

“Böylece, iletişimin bazı tekniklerle belirli bir teknoloji uygulanarak çoğaltılıp güçlendirilerek çok sayıda kişiyi etkileyecek biçime getirilmesine, kitle iletişimi (*mass communication*) adı verilmekte, bu konuda kullanılan araçlara da kitle iletişim araçları (*mass media*) denilmektedir” (Dönmezer ve Bayraktar, 2013: 4). Kısacası kitle iletişiminde kaynak ile hedef arasındaki kanallara yani mecralara kitle iletişim araçları adı verilir.

Bu tür iletişime örnek olarak kitap, gazete, dergi (mecmua), sinema filmleri, ses bantları, plâklar, radyo, televizyon, video ve internet verilebilir.

2.1.4. Çoğaltmaya Elverişli Olup Olmamasına Göre Kitle İletişim Araçları

“Kitle iletişim araçları çoğaltma tekniği yönünden üç kısma ayrılır” (İçel, 2018: 48). İçel’in yaptığı sınıflandırmaya göre bunlar; çoğaltmaya elverişli kitle iletişim araçları, çoğaltmaya elverişli olmayan kitle iletişim araçları, çoklu ortam (internet)’dir.

2.1.4.1. Çoğaltmaya elverişli kitle iletişim araçları

Gazeteler, dergiler, plaklar, ses ve video bantları ve diskleri belirli bir cisimleri olan ve sayısal çoğaltmayı gerçekleştiren kitle iletişim araçlarıdır.

2.1.4.2. Çoğaltmaya Elverişli Olmayan Kitle İletişim Araçları

Film, radyo ve televizyon gibi sadece ses ve görüntü ile yayın yapan iletişim araçları nitelikleri gereği kiteseldirler ve belirli cisimleri yoktur.

2.1.4.3. Çoklu ortam (internet)

İnternet ile iletişimde ise, yukarıda da belirtildiği üzere, diğer iki grubun tüm özellikleri bir arada bulunmaktadır. Gerçekten bu tür iletişimde ses, yazı ve görüntünün yanı sıra her yayını yazıcı ile sayısal olarak çoğaltma olanağı vardır.

2.2. Kitle İletişim Araçlarının Tarihçesi

Kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışları hem tarih, hem de dönem itibari ile farklılıklar göstermektedir. Aşağıda bu sebeple, her bir kitle iletişim aracı, ortaya çıktıkları dönemden itibaren tarihsel süreç içerisinde ele alınmıştır.

2.2.1. Yazılı Basın

Haberleşme merakı, her dönemde her topluma özgü, o toplumun ihtiyaçlarına göre farklı türlerde ortaya çıkmıştır. Ateş yakma, davul çalma, mağara duvarlarına resim çizme bunlardan bazılarıdır. Fakat her toplumda ilk ve en geniş haberleşme daha geniş anlamıyla iletişim kurma tekniği yüz-yüze haberleşmedir. “...Doğrudan

doğruya yapılan bu kişisel haberleşmenin yanında, haberlerin ulaştırılmasının mekânla ilgili olduğu, araya uzun mesafeler girdiği zamanlar, doğrudan doğruya haberleşmenin sosyal bir bağın devamını sağlamaktaki yetersizliği anlaşılabilir, yaya ve atlı haberciler gönderilmesi zorunluluğu doğmuştur” (İnuğur, 2002: 26).

Yazının icadından evvel haberin gönderilmesi kadar ulaştığı kişiye “aynen” aktarma olasılığının da düşük olduğu söylenebilir. İletecek kişinin “unutma” riski epey yüksektir. Bu anlamda bu sorunun varlığı “kaydetme” ve “aktarma” ihtiyacının karşılığı olan “yazı”yı doğurmuştur. Artık zamanla gerçek toplum haberleşmesi (kitlesele) haberleşme, duvar ilanı, kitap dergi, gazete vb. araçlarla sağlanmaya başlamıştır (Çapman, 1970: 19). En ilkel çağdan günümüze kadar çok çeşitli haberleşme sistemleri kullanılmış olsa da “söz”, “işaret” (belirtme) ve “yazı” diğer iletişim sistemlerinin temelini oluşturmaktadır.

Esaslı yenilik, geniş insan topluluklarına haber, duygu ya da düşüncelerin ulaşmasını sağlayan yazı ve akabinde esaslı bir şekilde tarihi değiştiren matbaadır. Yazı; olay, bilgi, düşünce ve duyguları başkalarına iletmek ya da unutulmaktan kurtarmak için kullanılan işaretler sistemidir (İnuğur, 2002: 27). Yazı elbette günümüze kadar çok çeşitli aşamalardan geçmiştir. Bu aşamalar; 1- Çivi 2- Hiyeroglif 3- Finike 4- Yunan, Arap, İbrani, Sanksrit Yazıları 5- Latin Yazısı 6- Modern Yazılar olarak sıralanabilir (Çapman, 1970: 72).

Yazının toplum haberleşmesinde geniş kesimlerce kullanılabilmesi için tamamlayıcı bir unsura gereksinim vardır. İşte o bütünleyici unsur, kâğıt olarak karşımızdadır. Mısırlılar papirüs, Bergamalılar parşömen ile bu ihtiyacı karşılarlarken nihayet günümüz anlamında kâğıt bir cebe sığmış kendi üzerine de birçok şeyi kaydedilmesine de fırsat tanımıştır. Matbaa ve günümüz anlamında kâğıt (papirüs) yazılı basının doğmasına sebebiyet vermiştir. Yazılı basını kendi içinde süreli yayınlar (mevkut yayınlar, dönemsel yayınlar, periyodik yayınlar) ve süreli olmayan yayınlar (gayri mevkut yayınlar, süresiz yayınlar, dönemsel olmayan yayınlar, periyodik olmayan yayınlar) diye ayırmak mümkündür.

2.2.1.1. Süreli yayınlar (duvar ilanı, gazete, dergi vb.)

Süreli yayın; belli aralıklarla yayımlanan gazete, dergi gibi basılmış eserler ile haber ajansları yayınlarını ifade eder (5187 Sayılı Basın Kanunu m. 2/c).

2.2.1.1.1. Duvar ilanları

İsrailli Tarihçi Flavius Josephe, Babilonyalılarda kamu ile ilgili olayları günü gününe yazan Vak'anüvislerden ve bunları duvar gazetesine asan görevlilerden bahsetmektedir. Eski Yunan sitelerinde ise daha çok duyuru yoluyla günlük olaylarla ilgili haberlerin aktarıldığı görülmektedir (İnuğur, 2002: 32).

“Julius Caesar çağında ülke genişledikçe haberleşme ihtiyacı artı, tarihte ilk defa Roma’da günlük olayları bildiren ‘Acta Diurna’ (günlük olaylar) adlı yazılı bir haber bülteni yayınlandı. Acta Diurna elden ele gezen, duvarlara asılabilen el yazması bir gazetedir” (Çapman, 1970: 99). Roma’da, Roma Senatosunun tutanakları Acta Senatus, Acta Urbis adıyla halka duyurulurken, ayrıca bugünkü resmî gazetenin ilk şekli Acta Publica adlı bir sayfalık haber bültenleri vardır. “Acta Diurna’lar bugünkü günlük gazetenin atası (ceddi) sayılmaktadır” (İçel, 2018: 129 vd.; İnuğur, 2002: 33).

2.2.1.1.2. Gazete

Fransızca olan “gazete” kavramını “genellikle gündelik ve büyük boyda çıkan, haber veren yayın organı” olarak tanımlamak mümkündür (Türkçe Sözlük, Yayın Tarihi Yok: 412; İçel, 2015: 171). Elster gazeteyi şöyle tanımlamıştır: “Bir ekonomik teşebbüs tarafından, mekanik yolla çoğaltılarak, düzenli bir biçimde ve kısa zaman aralıkları ile sürekli olarak yayınlanan basılı kâğıtlardan oluşan ve her şey ile ilgili, özellikle güncel konuları kapsayan içerikli bir yayındır” (İçel, 2018: 176).

Günümüz anlamında gazetenin mevcudiyetini matbaanın icadında aramak gerekir. Özellikle kalabalıklaşan nüfus ve şehirler elle yazılan haber mektuplarının çok ötesinde ihtiyaca cevap aramıştır. Matbaanın bulunuşu yazılı kitlesel iletişimde bir devrimdir. “Johannes Gutenberg baskıcılık tekniğinde yer değiştirebilen harflerle

basımevini 1446'da kurmaya başlamış ve 1456 yılında İncil'i basmıştır" (Çapman, 1970: 99).

Gazete, kitaptan her ne kadar daha sonra basılmış bile olsa, olaylara günlük olarak yer vermesi sebebiyle ve satış fiyatının kitaba nazaran daha düşük olması gazeteyi daha avantajlı bir duruma sokmuştur. "Bugünkü anlamda ilk gazete, 1609'da Strasbourg'da haftalık olarak Almanca yayınlanan Der Aviso isimli gazetedir. Bu gazete ve aynı yıl Strasbourg'da yayınlanan 'Die Strassburger Relation' gazetesi düzenli gazeteciğin öncüleridir. Bu sebeple 1609 yılı Avrupa gazeteciğinin doğum yılı olarak kabul edilir" (İçel, 2015: 126; İnuğur, 2002: 57).

Gazete, dergi ve kitap şeklindeki basılmış eserlerin kısa süre içinde çok sayıda nüshasının basılıp çoğaltılmasını sağlayan matbaa, pek çok toplumda yeni bir devrin yani çığırın açılmasını sağlamıştır. Toplumun her sınıfının bilgiye/habere ulaşılabilirliğini artıran gazete, okuma yazmanın da daha geniş çevrelere yayılmasına yol açmıştır. Elbette bu durum toplumdan topluma farklılık göstermiştir. Ülkelerin gelişmişlik durumu ve nüfusu bu nitelikleri belirleyen önemli etmenlerdir.

Matbaanın Osmanlı İmparatorluğuna gelmesi, iki yüz seneyi aşkın bir süreyi bulmuştur. Matbaa, Osmanlı Devleti'ne İbrahim Müteferrika tarafından 1726 yılında getirilmiştir. Basın bu topraklarda Fransızca ile görünür olmuş; ilk gazeteyi Fransızlar "Bulletin des Nouvelles" (haberler bülteni) olarak çıkarmışlardır (Topuz, 2003: 34). 1795 yılında çıkarılan gazete, Fransız İhtilâlini ve onun getirdiği kazanımları uzak topraklardaki soydaşlarına anlatmak için varlık göstermiştir. Fakat ilk Türkçe gazetenin çıkışı uzun yıllar sonra gerçekleşmiştir. Avrupa'nın ilk gazeteleri ile ilk Türk Gazetesi arasındaki zaman farkı 200 yılı geçmiştir.

İslahatçı bir Padişah olarak bilinen II. Mahmut'un çabasıyla 11 Kasım 1831'de ilk Türkçe gazete, "Takvim-i Vekayi" çıkarılmıştır Haftalık olarak yayınlanmak üzere çıkartılan "Takvim-i Vekayi" hiçbir zaman haftalık olmamıştır. Yılda ancak 15-20 ve en çok 31 sayı çıkartılabilmektedir (Topuz, 2003: 15; Takvim-i Vekayi konusunda geniş bilgi için bkz.: Nesimi Yazıcı: Takvim-i Vekayi- Belgeler, Gazi Üniversitesi Yayını No:32, BYYO Yayın No:2, Ankara-1983).

“Cumhuriyet Döneminde ilk çıkarılan gazete 1924 yılında yayına başlayan Cumhuriyet Gazetesidir” (Aziz, 2012: 198). Basın, varlık gösterdiği günden bugüne kadar çeşitli sorunlarla karşılaşmış olsa da demokrasi ile yönetilen ülkelerde hâlâ dördüncü güç olma özelliğini korumaktadır.

2.2.1.1.3. Dergi (mecmua)

Günümüzde hemen hemen her alanda çıkarılan dergi, gazetelere nazaran daha derinlemesine bilgi sunmaktadır. Türk Dil Kurumu’nda dergi: “Siyaset, edebiyat, teknik gibi sanat ve bilimle ilgili konuları gazeteden daha sıkı bir yolla inceleyen ve gündelik olmayan süreli yayın” olarak tanımlanmıştır. (y.t.y.: 829, İçel, 2018: 176). Löffler dergiyi “güncel olaylar hakkındaki günlük haber verme özelliğinden yoksun” süreli yayın olarak tanımlamakta ve böylece dergi ile gazete arasındaki farka işaret etmektedir. Löffler’e göre, “belirli özel sorunları ve olayları yazı ve resim şeklinde ele alması” dergiye özgü bir niteliktir. Scheer ise, gazete ile derginin farkını belirtirken yayının günlük olup olmamasına önem vermemekte ve yayının faaliyet alanına bakarak bir derginin mi yoksa gazetenin mi söz konusu olduğunu tespit etmektedir. Bu yazara göre, gazetelerin bütün toplumsal hayata ilişkin sınırsız haber verme özelliklerine karşılık, dergilerin toplumsal hayatın belirli bir alanı ile ilgili bulunmaları, bu iki yayın türü arasındaki başlıca farktır (İçel, 2018: 176-177). Kanaatimizce, gazeteler ile dergiler arasındaki fark bakımından her iki yazarın görüşlerinde gerçeklik payı vardır. Gerçekten, dergiler belirli bir yaşantı ve faaliyet alanını ilgilendiren ve günlük haber verme fonksiyonu olmayan süreli yayınlardır. Gazeteler ise, toplumsal hayatın yani yaşantının her kesimine ilişkin ve özellikle güncel konuları ele alan ve nihayet kısa zaman aralıkları ile sürekli olarak yayınlanan basılmış eserlerdir. Eskilerin deyimiyle mecmualar, belli bir okuyucu kitlesine hitap ederler. Eldeki verilere göre, dergiler gazetelerden daha eski bir geçmişe sahiptirler.

Sonuç olarak süreli yayınların özelliklerini, 1- süreklilik ve bağımsızlık olarak belirtmek mümkündür. Bağımsızlık özelliği basılmış eserin yayınlanan her sayısının diğer sayılardan bağımsız olması anlamına gelir.

2.2.1.2. Süreli olmayan yayınlar - süresiz yayın (kitap, risale, armağan vb.)

Süreli olmayan yayınlar; belli aralıklarla yayımlanmayan kitap, risale, armağan ve yıllık gibi basılmış eserleri ihtiva eder (5187 Sayılı Basın Kanunu m. 2/1-h).

Yazının icadı ile düşünce kalıcı olarak özgürlüğe kavuşmuştur. Hafızalardan bağımsız olarak yüzyıllarca kendini var ederek nesillere nakledilebilecek olan düşünce bu durumu esas itibari ile matbaaya borçludur. Hem yazının hem de matbaanın bütünleyicisi ise kâğıttır. Elle yazma yerini sistemli bir çoğaltma yöntemine bırakmış, okur-yazar kesim yavaş yavaş çoğalmaya başlamıştır. Kitlesele yayınlar kitlesele okumayı beraberinde getirmiştir. Bireylerin hayatında her çağda en önemli etkiye sahip olan “din” basılan kitaplar sayesinde halk arasında konuşulup tartışılmaya başlanmıştır. Orta çağda kilisenin basın ve yazarlar üzerindeki baskısı XVII. yüzyılda giderek azalmaya başlamış kilise ve din adamlarının otoriteleri sarsılmıştır. Bu sarsılma, beraberinde Avrupa Kıtası’na Rönesans ve Reform hareketini getirmiştir. Kiliseye isyan bayrağını açan din önderleri Reform ile ilgili düşüncelerini halka bu yeni araçla yayarak güçlendiler. O’nu halkın malı yaparak halka ulaştılar. Ucuz, küçük kitapçıklar üreterek düşüncelerini halka yaydılar ve destek kazandılar. Yeniçağa insanlık kitap denen o kutsal bilgi ışığı yayan araçla girmiştir (Çapman, 1970: 81).

Türkiye’de yazılı basını düzenleyen kanun, 15.7.1950 tarihli ve 5680 sayılı Basın Kanunu’nu ilga eden 9.6.2004 tarihli ve 5187 nolu Basın Kanunu’dur.

2.2.1.2.1. Sinema filmleri

1800’lü yıllar teknikten teknolojiye geçişi çağrıştırmaktadır. Bahsi edilen geçişle birlikte yeni iş alanları, yaşam alanları ortaya çıkmış yeni bir dünya düzeni tanzim edilmiştir. Yeni dönem, yeni sanat dallarının da ortaya çıkmasını sağlamıştır. Yüzyılların bilgi birikimiyle meydana gelen bilimsel gelişmeler; elektrik, telgraf, telsiz, telefon, fotoğraf, sinema ve nihayet radyoyu insanlığın hizmetine sunmuş ve hâlâ sunmaya da devam etmektedir.

İki Fransız, Jacques Mandé Daguerre ile Joseph Nicéphore Niépce, karanlık odada çekilen resimleri cıva buharı aracılığıyla duyarlı tabanlar üzerinde saptamayı başarmış ve buluşu 19 Ağustos 1839 günü Fransız Bilimler Akademisine tanıtmışlardır. Bu buluşun adı “fotoğraf” olarak isimlendirilmiştir. Böylece sinemanın doğmasının önünde artık iki engel kalmıştır: Poz süresinin kısalması ve fotoğraf filminin bulunması (Teksoy, 2009: 21).

Görüntünün ilk kaynağı ışıktır. Çalışmaların temeli bunun üzerine yoğunlaşmıştır. Bilimsel ilerlemeler sadece Fransa’da değil diğer ülkeler tarafından da takip edilmekte ve çalışmalar bir üst seviyeye çıkartılmaya çalışılmaktaydı. Bu meyanda “fotoğraf” bir üst merhaleye çıkarılması gereken buluşlardan sadece biri olmuştur. Amerika Birleşik Devletleri’nde (ABD) ise fotoğrafın takipçisi Edison’du. 24 Ağustos 1891 tarihinde kurmuş olduğu laboratuvarında bir mercek aracılığı ile hareket eden filmin seyredilmesini olanaklı kılan kinetograf (kinetograph) adını verdiği alıcıyla, saniyede 12 resim çekeabilen ve kineteskop (kinetoscope) adını verdiği cihazın buluş belgelerini almış yani tescil ettirmiştir (İçel, 2018: 451, Teksoy, 2009: 28-29; Briggs ve Burke, 2011: 199). Telgrafı, gramofonu ve elektrik ampulünü bulan Edison, sinemaya giden yolda çok önemli bir adım daha atmıştır.

Fransa’da ise fotoğrafçılıkla uğraşan Antoine Lumiér, Paris’ten getirdiği kineteskobu çocuklarına hediye etmiştir. Bu alet Auguste ve Louis’in dikkatini çekmiştir. Lumiér Kardeşler’de kineteskop, görüntüyü yüzlerce kez büyütüp perdeye yansıtma fikrini doğurmuştur. Louis Lumiér, 1894 yılının sonuna doğru “sinematograf”ı tasarlamıştır. Kısacası sinema hareketi anlamındadır. Görüntüyü içeren filmin her iki yanına delikler açılmış ve bu deliklere sırasıyla girecek tırnaklar tasarlanmıştır. Bu mekanizma, tıpkı dikiş makinesindeki yönteme benzer şekilde yukarıdan aşağıya doğru hareket etmekteydi (Teksoy, 2009: 30). 28 Aralık 1895 tarihinde Paris’te Grand Cafe’de Lumiér Kardeşler tarafından halka açık ilk gösteri düzenlendi. İlk biletli gösterinin yapıldığı bu geceye hokkabazlık ve gözbağcılık yaparak geçinen ve daha sonra sinemanın kurmaca yönünü oluşturan George Meliés katılmıştır. Sinema iki ayrı kulvarda işlerken kurmaca yönünü George Meliés, belgesel yönünü ise, Lumiér kardeşler oluşturmuştur (Erkılıç, 2012; Seminer Notu, Teksoy, 2009: 13). 1905 yılında Amerika’da Nickelodeon Tiyatrosu isimli ilk sinema açılmıştır.

Dünyada bu gelişmeler olurken Osmanlı topraklarında da sinema hareketliliği yaşanmaya başlamıştır. Basın, diğer ülkelere bakıldığında iki yüz yıl gibi çok geç bir zaman sonra Ülke'nin topraklarına girse de sinema 1896 yılında Ülke'de varlığını göstermiştir. Lumiér kardeşler farklı ülkelere temsilci göndererek hem film gösterimi aynı zamanda da temsilcilerine film çekimi yaptırmışlardır. Osmanlı topraklarındaki çekimler İstanbul Boğazının genel görüntüsü ya da bir vapurun kalkmasından oluşmaktaydı. İstanbul'daki ilk gösterime dair çeşitli fikirler varsa da güçlü birlik, 1896-1897 sıralarında Sigmund Weinberg'in İstanbul Galatasaray'daki Sponeck birahanesinde gösterilen Bir Trenin La Ciotat Garına Girişi filmidir (1895) (Scognamillo, 1993: 12; Özgüç, 1998: 5).

Birçok devlet, sinemanın önemini daha ilk yıllarda fark etmiştir. Bu önem sinemanın; eğitim, eğlence ve propaganda gibi işlevlerinden kaynaklanmaktadır. Başlangıçta işletenler ticarî, izleyenler ise eğlence yönüyle ilgilenseler de sinema, devletler için propaganda amacıyla kullanılmaya başlamıştır. Sinemanın doğduğu yıllar, tüm dünyanın özellikle de Osmanlı topraklarının hem iç hem de dış karışıklıkların yaşandığı dönemi işaret etmektedir Savaş boyunca devletler yeni fakat hızla gelişen kitle iletişim aracı sinemayı propaganda amacıyla kullanmışlardır. Enver Paşa bu sebeple 1915 yılında Merkez Ordu Sinema Dairesi'ni kurmuş ve başına da birçok gösterim yapan Sigmund Weinberg'i getirmiştir.

Ruslar tarafından 1876-1878 savaşının sonunda İstanbul Yeşilköy'de yapılan Ayastefanos Zafer Anıtı'nın yıkılışını 14 Kasım 1914 tarihinde Fuat Uzkınay çekmiş ve bu kayıt ilk Türk filmi olarak kayıtlara geçmiştir. 1919 yılında ise Türk Tiyatrosuna ömrünü adayan Ahmet Fehim'in yönettiği Mürebbiye filmi sansür edilen ilk Türk Filmidir. Hüseyin Rahmi Gürpınar'ın eseri olan Mürebbiye'de Fransız fettan bir kadının bir Türk ailesine mürebbiye olarak katılmasını konu edilir. Romana adını veren kadın kahraman, bir Türk ailesine mürebbiye olarak katılır. Bu kadın, ailenin bütün fertlerini birbirine düşüren bir Fransız yosmasıdır (Scognamillo, 1993: 28).

“Sinema” sonsuz çeşitlilikte gramer özelliği bulunan görsel-işitsel dile sahip modern bir sanat dalıdır (Erkılıç, 2012: Seminer Notu). Sinema uzun bir dönem Türkiye'de tiyatrunun etkisinde kalmıştır. 1950'li yıllar sinema dilinin kurulmaya başlandığı yıllar olmasının yanında sinema tarihine adını yazdıracak yönetmenlerin

de sahneye çıktığı dönemdir. Lütfi Ömer Akad'a Kanun Namına (1952) filmi "otör" (auteur) yönetmen unvanını getirmiştir.

Sinema yol aldıkça kendi içinde de temel olarak 3 gruba ayrıldığı söylenebilir: Sinema dilini, tekniğini bir adım daha ileriye taşımak isteyenler ya da kendi meselesini anlatmak için sinemayı araç olarak kullananlar ve 3. grup ise her iki yöntemi de birleştirerek ilerlemeye çalışanlar. Kanımızca sinemanın bu varoluş tartışması hala devam etmektedir. Eskiye oranla Türk Sinemasında daha az tartışılan mevzu "sansür" kavramıdır. Bu doğrultuda Türk Sinema Tarihine "denetim" ve "sansür" kavramları açısından bakmakta fayda olacaktır.

5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nda (R.G.: T. 13/12/1951) Sinema Eseri: *"Öğretici ve teknik mahiyette olan veya günlük olayları tesbit eden filimler; her nevi ilmi, teknik veya bedii mahiyette projeksiyon diyafragramları"* olarak tanımlanmıştır (m.5). 5224 sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun'da *"sinema filmi; Sinema sanatına özgü dil ve yöntemler ile meydana getirilen belgesel, kurgu, animasyon ve benzeri türlerde; konulu veya konusuz, uzun veya kısa metrajlı, tespit edildiği materyale bakılmaksızın elektronik, mekanik veya benzeri araçlarla gösterilebilen, sesli veya sessiz, birbiriyle ilişkili hareketli görüntüler dizisinden ibaret filmleri ifade eder"* şeklinde tanımlanmıştır.

Sinema, diğer kitle iletişim araçları gibi "sansür" kavramı ile doğduğu andan itibaren karşılaşmış ve uzun süre kol kola yürümek mecburiyetinde kalmıştır. Sansür: Her türlü neşriyatın ve postayla yollanan mektupların hükümetçe kontrolüdür (TDK, 1038). Sansür bir yayını ortaya çıkmadan önce inceleme ve denetleme işidir. Film sansürü ise, bir filmin gösterime girmeden önce bir kurul tarafından denetlenmesidir (Çiftci, 2001). Yukarıdaki tanımda önemli hususların altını çizmekte fayda vardır. Kanımızca denetim kavramını sansür kavramından ayıran denetimin ne zaman ve kimler tarafından yapıldığıdır. Bu anlamda aşağıda genel hatları ile incelenecek olan sinemanın denetim şekli, kanımızca sansürden modern anlamda denetime geçiş örnektir.

Türkiye’de sinema-video rejimi

Sinemanın Osmanlı topraklarına girmesinden 1932 yılına kadar geçen sürede hukukî olarak bir düzenleme getirilmemiş olsa da mevcut durum valilikler tarafından denetlenmek suretiyle kontrol altında tutulmaya çalışılmıştır. En nihayetinde sinema, eğitim, kültür, ahlâk vb. konularda halkı ve hatta devlet(ler)i olumlu olduğu gibi olumsuz anlamda da etkileyebileceği görülmüştür. Devletin o günkü koşulları içinde bireyden çok devletin ve genel ahlâk kurallarının etkilenebileceği göz önünde bulundurulmuştur. Çünkü sinema da tıpkı basın gibi önemli bir kitle iletişim aracı olacağının sinyallerini vermiştir. Üstelik sinema; hem göze hem de kulağa hitap ettiği için etki alanı daha geniştir. Nihayetinde kitleleri bu kadar çok etkileme kabiliyeti olan sinemanın da basının geçtiği o zorlu sansür yollarından geçtiği görülmektedir. Denetim önceleri katı bir şekilde sansür olarak uygulanmış; 1986 yılında kısmen, 2004 yılında ise modern anlamda denetim şekline kavuşulmuştur.

9 Haziran 1932 yılında “*Sinema Filmlerinin Kontrolüne Ait Talimatname*” (yönetmelik) çıkarılmış ve hukuk normları yönetmelik seviyesinde sinemada işlemeye başlamıştır. 26 Aralık 1933 tarihinde yönetmeliğe yeni madde eklenerek sansür bir adım öne çıkmıştır. Madde hükmü gereğince film senaryoları çekilmeden önce denetime tabi tutulacaktır (İçel, 2018: 458). Bu Talimatname ile İstanbul’da Sansür Komisyonu ve Ankara’da Üst Sansür Komisyonu kurulmuştur (Sinema filmlerinin denetimi konusunda ayrıntılı bilgi için bkz.: Çiftci, 2001: 16-35).

4 Temmuz 1934 tarih ve 2559 sayılı *Polis Vazife ve Salahiyet Kanunu*’nun 6. maddesine göre, “*Hariçten gelen filmlerin gösterilmesi ve dâhilde yapılacak filmlerin çekilmesi polisin iznine bağlıdır. Polis, filmlerin ve senaryoların tetkik ve muayene işini alakalı makamlarla birlikte ve nizamnamesine göre yapar*”. Daha sonra 31 Temmuz 1939 tarihinde *Filmlerin ve Film Senaryolarının Kontrolüne Dair Nizamname* yürürlüğe girmiştir. Sinema bir üst hukuk normu olan tüzükle denetime tabi tutulmuştur (İçel, 2018: 459).

1939 Nizamnamesi’nin 7. maddesi sansür ölçütleri ile ilgiliydi. Yabancı devletlerin siyasî propaganda yapması, herhangi bir devletin, milletin veya ırkın küçük düşürülmesi, Türkiye Cumhuriyeti rejimine aykırı siyasî, ekonomik, ideolojik

ya da ahlâkî filmlerin yapılması başlıca sansür ölçütleridir. Denetimden geçen film senaryoları filme alındıktan sonra yine denetime tabi tutulurdu. Her iki denetimden geçmiş filmi, Nizamname'nin 28. maddesi uyarınca İçişleri Bakanlığı, senaryoların filme çekilmesini ve yahut sinema filmlerinin gösterime girmesini yasaklayabilmektedir.

1977 yılına kadar çeşitli şekillerde sinemaya dair önemli adımlar atılmaya çalışılsa da olumlu anlamda netice alınamamıştır. 26.08.1977 tarihinde *Filmlerin ve Film Senaryolarının Denetlenmesi Hakkında Tüzük* Yürürlüğe girmiştir. Tüzük gereğince Film Denetleme Kurulu ve Film Denetleme Yüksek Kurulu olarak yine ikili yapı devam etmiştir. 1977 Tüzüğü 1979 yılında yapılan bazı ufak değişikliklerle 6 yıl uygulanmış; yerini Bakanlar Kurulu'nun 23.08.1983 tarih ve 83/7006 sayılı kararı ile yürürlüğe konulan "*Filmlerin ve Film Senaryolarının Denetimine ilişkin Tüzük*"e bırakmıştır. İki ayaklı sansür sistemi devam etmiştir. 1983 Tüzüğünde daha önceki hukukî düzenlemelerde bulunmayan "amaç" başlıklı bir detayın altı vurgulanmış ve böylece ilk defa resmî olarak bir filmin Devletin iç ve dış güvenliğini olumsuz yönde etkileyebileceği belirtilmiştir (Özonur, 2005: 202-203). Bu amaçla denetleme kurulları ve kriterleri sertleştirilmiştir.

1983 Tüzüğü sinemanın denetimine üç yıl şekil verdikten sonra yerini bir üst hukuk normu olan 3257 sayılı Kanun'a bırakmıştır. Sinemaya ilişkin ilk defa çıkarılan bu kanun, beraberinde birçok yeniliği getirmiştir. 23.01.1986 tarihinde kabul edilen *Sinema, Video ve Müzik Eserleri Kanunu* ile sinema; Polis, Vazife ve Selâhiyet Kanunu'nun dışına çıkmıştır. Bu bağlamda sinema denetiminden sorumlu bakanlık Kültür Bakanlığı olmuştur. Artık filmlerin sadece denetim açısından değil, desteklenmesi ve bu eserlerden doğan hakların korunması da kanun kapsamına alınmıştır. 1986 yılında çıkarılan 3257 sayılı Kanun'da 1987, 2001, 2003 ve 2004 yıllarında değişikliğe gidilmiştir.

Nihayet 2004 yılında sinema filmleri, AB'ye uyum amacıyla ve yeni gelişmeler dikkate alınarak Kanun Koyucu tarafından yeniden ele alınmış *5224 sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun* çıkarılarak 3257 sayılı kanun yürürlükten kaldırılmıştır. 5224 sayılı yeni Kanun'a dayanarak; *Sinema Filmlerinin Desteklenmesi Hakkında Yönetmelik* ve

Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik çıkarılmıştır. 5224 sayılı Kanun ile “denetim” kavramı yerini “değerlendirme ve sınıflandırmaya” bırakmıştır. Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılmasına İlişkin Usul ve Esas Hakkında Yönetmelik’e (R.G. 18.02.2005) göre Değerlendirme ve Sınıflandırma Kurulu 9 kişiden oluşmaktadır. Alt kurullar ise, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan (bir), psikolog (bir) ve meslek birliklerince önerilen Bakanlıkça seçilen (bir) kişi olmak üzere toplam üç kişiden oluşmaktadır. Alt kurullar; cinsellik, korku veya şiddet unsurlarının ağırlıklı olup olmadığı, yaş bakımından ve genel izleyici kriterleri göz önüne alınarak değerlendirme yapmaktadırlar. Gerekli görüldüğü takdirde ise, filmlerin denetime tabi tutulacağına dair rapor hazırlamaktadırlar.

Önce basın daha sonra sinema ve nihayet radyo, televizyon ve internet hukukun uluslararası standartlarda özgürlüğü temel alıp kamu düzeni bağlamında denetimin yapıldığı kanaatinde olmakla birlikte tüm bu gelişmeler Ülke’nin Avrupa Birliği yolunda kaydettiği kazanımlar olarak değerlendirilmektedir.

2.2.1.2.2. Radyo

XVI. yüzyılda elektrikli mıknatısın icadı telgrafın yapımını sağlamış 1840 yılında Samuel F.B. Morse tarafından ilk telgrafın gönderilmesi ve ardından 1876’ da bu gelişmelere Alexander Graham Bell, tellerle yalnız nokta ve çizgilerin değil konuşmaların da iletilmesini sağlamıştır (İçel, 2018: 363-364). İngiliz James Clerk Maxwell, 1860 yıllarında sesin kablolar olmadan da elektro manyetik dalgalar yolu ile başka bir yere aktarılabilceğini savunmuştur. Fakat bu kuramın uygulayıcısı 1880’li yıllarda Alman Heinrich Hertz olmuştur. Hertz, sesin elektromanyetik dalgalar yolu ile boşlukta yayıldığını ve özel araçlar yardımı ile tekrar sese dönüştürülebileceğini kanıtladı (Çiftci, 1999: 5). İtalyan Guglielmo Marconi, insan sesini ilk defa 1895 yılında 1 mil uzaklığa göndermeyi başarsa da 1907 yılında bulduğu telsiz ile yepyeni başarıya imza atmıştır. Denizciler arasında önemli bir haberleşme aracı olan telsizin radyoya dönüşme süreci ise Fransız Lee de Forest tarafından ortaya konmuştur. Forest, radyodan gelen sinyallerin devamlılığını sağlayan boşluk tüpünü bulmuştur (Aziz, 2002: 6-7). “Radyo yayın hizmetlerinde görülen en temel özellik hayal gücünü çalıştırması ve bu yönüyle de dinleyicilerin

yaratıcılık güçlerini ortaya çıkarmada ya da artırmada üstlendiği etkin roldür” (Çoşkun, 2018b: 17).

İlk radyo yayını, 1920’li yıllarda Amerika Birleşik Devletleri’nde özel teşebbüsler tarafından yapılmıştır. Kasım 1920’de ABD’de Frank Conrad adındaki bir şahsın Pittsburgh’daki garajından KDVK adlı radyosundan yayınlar yaptığı bilinmektedir (Aziz, 2002: 7; İçel, 2018: 363-364). “İlk sürekli radyo yayını 14 Kasım 1922’de İngiltere’de BBC radyosu tarafından gerçekleştirilmiştir” (Çiftci, 1999: 6). Daha sonra Fransa, Almanya ve Rusya’da radyo yayınları başlamıştır.

Ülkemizde radyo yayınlarının başlama süresi diğer ülkelerden çok farklı değildir. Elbette ABD’de olduğu gibi özel teşebbüsün gerçekleştirdiği radyo yayınları 1990’lı yılların başında gerçekleştirilmiştir. Fakat Devlet desteği ile radyo yayınları için 1920’li yıllarda çalışmalara başlanmış ve bu hususta gerekli adımlar atılmıştır. Bu amaçla telsiz-telefonla haberleşmeyi düzenleyen ilk metin, 21 Şubat 1924 tarihli ve 406 sayılı Telgraf ve Telefon Kanunu’dur (Çiftci, 1999: 10).

Bu adım, radyoya giden yolda ilk hukukî adımdır. Ardından Hükümetin direktifiyle Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi (TTTAŞ) 1926 yılında kurulmuş ve radyo yayıncılığı 10 yıl süreyle bu şirkete verilmiştir. Şirket İstanbul ve Ankara’da olmak üzere iki radyo açmıştır. Şirketin en büyük iki ortağı radyoların haber ihtiyacını da karşılayan Anadolu Ajansı ve Türkiye İş Bankası’dır. Sermaye yetersizliği, gerekli meslekî bilgi yoksunluğu gibi sebeplerle verilmiş olan 10 yıl iyi değerlendirilememiş 1938 yılında radyolar Posta, Telefon, Telgraf (PTT) idaresine verilmiştir. 1940 yılına kadar geçen sürede yine istenilen başarı sağlanamamıştır.

“Radyo ile iletişimde Devlet tekeli 1940 yılına kadar PTT tarafından yürütülmüştür. 22 Mayıs 1940 tarih ve 383 sayılı kanunla Başbakanlığa bağlı Matbuat Umum Müdürlüğü’nün kurulmasından sonra ise, radyo hizmetini yürütme görevi bu kuruluşa geçmiştir” (İçel, 2018: 78-79).

1943 yılında Matbuat Umum Müdürlüğü, Basın ve Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü oluşturuldu. Radyolar Dairesi ve Radyo Fen Heyeti olmak üzere iki birim

kurulmuş ve bütün radyolar bu bölümlere bağlanmıştır. Radyolar Dairesi yayınların içeriğinden, Fen Heyeti ise teknik yönünden sorumlu tutulmuştur.

Radyolar da diğer kitle haberleşme araçları gibi (örneğin basın) mevcut siyasî rejimden etkilenmişlerdir. 1950 yılında ülkemizin çok partili hayata geçmesi radyonun yeniden yapılandırılmasını gerektirmiş; fakat bu yapılandırma radyonun farklı seslere yer verme özelliğini yok ederek hükümete “propaganda” aracı olarak hizmet etmesini sağlamıştır. 1960 darbesine kadar sürecek bu durum 1961 Anayasası ise iletişim alanında yeni özgürlükler tanıyacaktı. “1961 Anayasası ile Türk yayıncılık tarihinde ilk kez elektronik yayıncılık (televizyonun da eklenmesi ile) Anayasa güvencesine alınıyordu” (Aziz, 2002: 216).

1961 Anayasasının 121. maddesinde radyo ve televizyonların “özerk” ve “tarafsız” bir yayın kuruluşu halinde düzenleneceği hükmüne göre 24 Aralık 1963 tarih ve 359 sayılı *Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu Kanunu* çıkarılmış ve bu Kanunla Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu (TRT) kurularak yayınların tekeli TRT bünyesinde toplanmıştır. Fakat 1971 Muhtırası ile TRT’nin “özerk” yapısı kaldırılmış ve sadece “tarafsızlık” statüsü korunmuştur (Çiftci, 1999: 13). Siyasette açılan her yeni dönem, her çalkantı, daha öncede belirtildiği gibi iletişim alanını da etkilemiştir. 12 Eylül 1980 Askerî Harekatı’nın sonunda yeni bir Anayasa yapılmıştır. 1982 Anayasasının 133. maddesi ile radyo ve televizyon yayıncılığı yeniden düzenlenmiş ve bu madde hükmü gereğince 11 Kasım 1983 tarihli ve 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu kabul edilerek 359 sayılı TRT Kurumu Kanunu yürürlükten kaldırılmış ve bu Kanun 14 Kasım 1983 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu Kanun ile ayrıca Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu (RTYK) kurulmuştur.

Dünyadaki liberal ekonomi politikaları Ülkemizde de 1990’lı yılların başında hissedilmeye başlanmış Devlet tekeli birçok sektörde yıkılmaya çalışılmıştır. Radyo ve televizyon yayıncılığı alanında Anayasa’nın 133. maddesinde öngörülen “Devlet tekeli” fiilen delinmiştir. Uydu aracılığı ile farklı ülkelerden televizyon yayını ülkemizde de başlamış, radyolar ise karasal yayınlarla durumu zorlamışlardır. Özel radyo ve televizyon kanallarının bu fiili durumu, 1993 yılı Temmuz ayında Anayasasının 133. maddesinde yapılan değişikliğe kadar sürmüştür. 1982 Anayasasının 133. maddesinin 1. fıkrasında, “radyo ve televizyon istasyonları,

ancak Devlet eli ile kurulur ve idareleri tarafsız bir kamu tüzel kişiliği halinde düzenlenir” iken, bu hüküm, 8 Temmuz 1993 tarihinde TBMM tarafından değiştirilerek, “Radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir” hükmü getirilmiştir.

2.2.1.2.3. Televizyon

20. yüzyılın önemli bir buluşu olan ve görsel-işitsel özelliği ile kişileri ve toplumları etkileme ve ikna etme kabiliyeti yüksek televizyon, iletişim teknolojisindeki baş döndürücü gelişmeler neticesinde bugünkü halini (renkli, uydu, kablolu, dijital yayıncılık) almıştır. Televizyon, günümüzde en yaygın kullanılan kitle iletişim araçlarından biridir.

1920’li yıllar sadece radyoya değil televizyona dair de gelişmelerin yaşandığı yıllardır. Radyonun öncüsü olan ABD, televizyon alanında da gelişmelerin yaşandığı ülkedir. Fakat I. Dünya savaşından yeni çıkmış olan ülkeler daha toparlanmadan yaklaşan II. Dünya Savaşının ayak sesleri nedeniyle savaş sanayine yeniden ağırlık vermiş; diğer sektörlerdeki gelişmelere dair yatırımlar savaş sonrasına bırakılmıştır. 1920’lerde yaşanan televizyon üretimi, 1945 yılından sonra ağırlık kazanmış ve diğer tüm kitle iletişim araçlarını geride bırakan bir hızla yayılmıştır.

“Deneme şeklindeki ilk televizyon yayınları 1920’li yıllarda ABD’de başlamış ve 1939 yılında da programlı yayınlara geçilmiştir” (İçel, 2018: 364-365). İlk düzenli televizyon yayınları, Kasım 1936’da İngiltere’de gerçekleştirilmiştir (Çiftci, 1999: 9).

Siyah-beyaz olarak başlayan, 1958 yılında ise renkli yayınlara devam eden televizyonlar her geçen gün evlerdeki yerini sağlamlaştırmıştır. Ülkemizde ise ilk televizyon yayınları İstanbul Teknik Üniversitesi’nde (İTÜ) kapalı devre televizyon yayını olarak 1952 yılında başlatılmıştır. Ülkede çok az sayıda televizyon alıcı cihazı olduğu için yayınlar ufak bir topluluğa ulaşmıştır. Yayınların kalitesi ise izleyicilerden gelen telefonlarla ya da mektuplarla değerlendirilmiştir.

1968 yılında Ankara’da Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu tarafından televizyon yayınlarına başlandığı için İTÜ’nün yayınlarına son verilmiştir. İstiklal

marşı ile açılıp kapanan TRT1, Devlet tekeli hukukî olarak sürdürmüştür. 1990'lı yılların başında Türkiye'nin ekonomi politikalarında devletçilikten uzaklaşıp serbest piyasa ekonomisine geçmesi (kitle) iletişim sektöründe de uluslararası alanda yaşanan gelişmeleri takip etmesini sağlamıştır. Bu yıllarda Türkiye iletişim gelişmelerini yakından takip etmiş ve uluslararası sözleşmelere taraf olmuştur.

“Türkiye, Avrupa Konseyi'nin bir üyesi olarak Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesini 7 Eylül 1992 tarihinde imzalamış ve Sözleşme Anayasanın 90. maddesine göre 1993 yılında TBMM tarafından bir kanunla kabul edilerek 12 Aralık 1993 tarihinde Resmî Gazete'de yayımlanarak Türk iç hukukunun bir parçası olmuştur” (Çiftci, 1999: 66).

1982 Anayasasının 133. maddesinin orijinal hükmü özel radyo-televizyon yayıncılığına hukukî olarak imkân tanımamaktaydı. Fakat buna rağmen dönemin siyasi otoritenin desteği ile yurtdışından uydu aracılığı ile Ülke'de ilk özel televizyon yayını, 1990'lı yılların başında Magic Box isimli kuruluşun Star1 olarak yayına başlamasıdır. Fiili durumu Teleon, Show TV, Kanal 6, HBB, ATV, TGRT, Flash TV ve Kanal D aynı şekilde izlemiştir. Özel televizyon furyası, özel radyolar çılgınlığına dönüşmüş, 1994 yılında kurulan yasal zemine kadar Anayasanın 133. maddesi ihlâl edilmiştir. (İçel, 2018: 423, vd.).

Anayasanın çiğnenme durumu 1993 yılı Temmuz ayında Anayasa'nın 133. maddesi değiştirilip Devlet tekelinin kaldırılması ve çoğulcu sisteme (rejime) hukuken geçilmesi ile son bulmuştur. Anayasanın emredici hükmüne göre, 20 Nisan 1994 T. ve 3984 sayılı “*Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun*” çıkarılmıştır. Böylece özel radyo ve televizyonların hem yayın içerikleri hem de yapıları yasal zemine oturtulmuştur.

Bu döneme kadar tekel konumunda olan 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu ile kurulan RTYK; radyo ve televizyonların kurulması, denetlenmesi hususundaki görevini 3984 sayılı Kanunla kurulan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'na (RTÜK) bırakmıştır. Düzenleyici ve denetleyici bir bağımsız idarî otorite olan RTÜK 9 üyelidir. Aynı zamanda bu Kanun gereği özel radyo ve televizyonlar anonim şirket olarak kurulurlar.

İletişim teknolojilerindeki hızlı değişim ve 3984 sayılı Kanunda karşılaşılan eksiklikler, Anayasa Mahkemesi tarafından verilen iptal kararları ve Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne uyum süreci yeniden düzenleme (re-regulation) süreci hızlandırmıştır. Bu bağlamında 19 Aralık 2007 tarihinde çıkarılan, 2010 yılında yürürlüğe giren ve 1989 yılında çıkarılmış olan "Sınırsız Televizyon Yönergesi'nin (Television without Frontiers Directive)" tadil edilmiş hali olan 89/552/EEC sayılı Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi hükümleri esas alınarak hazırlanan ve 15.02.2011 tarihinde kabul edilen 6112 sayılı "*Radio ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun*" (RG. 03.03.2011) çıkarılarak, 3984 sayılı Kanun yürürlükten kaldırılmıştır (İçel, 2018: 425).

Avrupa Birliği'ne uyum sürecinde 6112 sayılı Kanunla radyo ve televizyon kuruluşu yerine "medya hizmet sağlayıcı" kavramı getirilmiş ve radyo ve televizyon yayıncılığı topluma hizmet olarak düzenlenmiştir. Medya hizmet sağlayıcıların uymakla yükümlü oldukları ilkeler, 6112 sayılı Kanunun 8. maddesi "yayın hizmet ilkeleri" başlığı altında yeniden düzenlenmiştir.

2.2.1.2.4. İnternet

İnsanlık bu çağa büyük savaşlardan, göçlerden, kıtlıklardan geçerek gelmiştir ve hâlâ dünyanın birçok yerinde mevcut durum en kanlı şekilde devam etmektedir. Rönesans, Reform ve nihayet Fransız Devrimi ile basın, I. Dünya Savaşı'nın evvelinde sinema, sonrasında ise radyo ortaya çıkmış ve kitleleri etki altına almıştır. Bu etki, elbette olumlu olduğu kadar olumsuz da olmuştur. II. Dünya Savaşı'ndan sonra ise televizyon yaygınlık kazanmıştır. Bilginin varlığı kadar, onun paylaşılması, paylaşılma hızı da önemli bir hâl aldığı için bu ihtiyaçların cevabı karşılığında interneti doğurmuştur.

"İnternet, iki veya daha çok sayıda bilgisayarın birbiriyle bağlantısı anlamına gelen bilgisayar ağlarının (*network*) aralarında tekrar bağlantı kurmalarıyla oluşan ve bu şekilde gittikçe büyüyen, dünya çapında yaygın bilgisayar ağlarına dayalı bir iletişim sistemidir" (İçel, 2018, 491).

İnternetin doğuş yerinin Amerika olması tesadüf değildir. Amerika, II. Dünya Savaşını uzaktan takip ederken kendilerine yapılabilecek saldırıyı tahmin etmelerine rağmen bilgi notunun bir saatlik gecikmesi Pearl Harbour baskını ile sonuçlanmıştır. Bu anlamda artık bilginin değil, paylaşma ve paylaşma hızının önemli olduğu haberleşme sistemlerine ihtiyaç olduğu ortaya çıkmıştır. Akabinde Rusya ile dünya liderliğinin paylaşılıyor olması yeni bir haberleşme sistemi için çalışmaları hızlandırmıştır. Bu amaçlarla 1960'lı yıllarda Amerika'nın ünlü eğitim kurumu olan MIT (Massachusetts Institute of Technology)'nin önderliğinde Savunma Bakanlığı kuruluşu olan ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network/ Amerikan Gelişmiş Savunma Araştırmaları Dairesi Ağı) Devletin desteği ile kurulmuştur (Briggs ve Burke, 2011: 329; İçel, 2018: 491). Askeri güvenlik amacıyla kurulan bilgisayar ağlarına ARPANET adı verilmiştir. Daha sonraları bu ağ sivil kullanıma açılmıştır. 1994 yılının sonunda internete bağlı bilgisayar sayısı 2 milyon civarında iken şuanda bu rakam milyonlarla ifade edilebilmektedir. İnterneti diğer kitle iletişim araçlarından ayıran en önemli özelliği, iletilerin karşılıklı bir süreç dâhilinde paylaşılmasıdır. İletişim sürecinin önemli iki ögesi olan gönderen-hedef kitle sürekli yer değiştirebilme özelliğine kavuşmuştur.

Türkiye'de internetin başlaması, 1990'lı yılların başında TÜBİTAK-ODTÜ (TR-NET) işbirliği ile gerçekleşmiş ve 12 Nisan 1993 tarihinde Türkiye Global İnternete bağlanmıştır. ODTÜ'den sonra Ege Üniversitesi (1994), Bilkent (1995), Boğaziçi (1995), İstanbul Teknik Üniversitesi (1996) bağlantılarını gerçekleştirmiştir.

1995 yılında Türk Telekom öncülüğünde yapılan çalışmalar TURNET olarak 1996 yılında hizmet vermeye başlamıştır. TÜBİTAK bünyesinde ise internet alanında hizmet verebilmek amacıyla çalışmalar, Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi (ULAKBİM) tarafından yürütülmüştür. En yeni teknoloji ile akademik dünyaya ULAKNET adıyla hem bilgi hem de iletişim ağı sağlamak amaçlanmıştır. TURNET daha sonra TTNET olarak 1999 yılında ticarî ağ yapısını devam ettirmiştir. Ülke'de akademik ve ilgili kuruluşlar ULAKNET, ticarî kuruluşlar ise TTNET üzerinden erişim sağlamışlardır.

“Türkiye’de Transmisyon hatlarını kurma yetkisi ve bunlar üzerindeki mülkiyet hakkı 10.06.1994 tarih ve 4000 sayılı kanunla değişik 406 sayılı Telgraf ve Telefon

Kanunu'nun 1. maddesi gereğince Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi'ne ait iken 05.11.2008 kabul tarihli 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu bu yetkiyi Türk Telekom'dan alarak bu kuruluşun internet omurgası konusunda sahip olduğu tekel yetkisine son vermiştir" (İçel, 2018: 502). Bu kanun ile Türk Telekom'un yukarıda belirtilen görevleri Ulaştırma Bakanlığı'na verilmiştir. Ayrıca elektronik haberleşmenin 5809 sayılı Kanuna göre düzenleneceği belirtilmiştir. Elektronik Haberleşmeye alanında Ulaştırma Bakanlığından sonra en önemli kurum Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK)'dur.

İnternet ortamındaki yayıncılığı düzenlemek amacıyla 23.05.2007 T. ve 5651 sayılı *İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun* çıkarılmıştır. Kanunun amaç ve kapsamı m.1-(1)'de şöyle açıklanmaktadır: *"Bu kanunun amaç ve kapsamı; içerik sağlayıcı, yer sağlayıcı, erişim sağlayıcı ve toplu kullanım sağlayıcıların yükümlülük ve sorumlulukları ile internet ortamında işlenen belirli suçlarla içerik, yer ve erişim sağlayıcıları üzerinden mücadeleye ilişkin esas ve usûlleri düzenlemektedir."* İnternet ortamında yapılan ve içeriği suç oluşturan hususlar dâhilinde erişimin engellenmesi ve yerine getirilmesi m.8, İnternet ortamında yapılan yayın içeriği nedeniyle kişilik haklarının ihlal edildiğini iddia eden gerçek ve tüzel kişiler ile kurum ve kuruluşlar içeriğin yayından çıkarılması ve erişimin engellenmesi m.9, özel hayatın gizliliği nedeniyle içeriğe erişimin engellenmesi m.9/A gereğince yerine getirilmektedir.

2.3. Kitle İletişim Araçlarının Nitelikleri ve İşlevleri

Kitle iletişim araçlarının nitelikleri (özellikleri) ve işlevleri (hak ve görevleri) vardır. Medya okuryazarlığının amaçlarından biri de kitle iletişim araçlarının temel nitelikleri ve işlevleri hakkında halkı bilgilendirmektir. Bu doğrultuda aşağıda konu etraflıca ele alınacaktır.

2.3.1. Nitelik ve Özellikleri

Kitle iletişim araçlarının farklı türde olmalarına rağmen birden fazla ortak nitelikleri (özellikleri) vardır. Mevcut ortak nitelikler, kitle iletişim araçlarının doğasını anlayabilmek adına oldukça önem arz etmektedir.

2.3.1.1. İfade aracıdır

Daha önceki başlıklarda ifade edildiği gibi iletişim; kişiden kişiye, kişiden gruba; gruptan kişiye, gruptan gruba bilgi tutum ve davranışların daimi süreç içerisinde uygun ortamlar, kanallar kullanılarak engellenemez şekilde aktarılmasıdır. Her çağda iletişim modelleri farklılık göstermiştir. Ekseriyetle kullanılan yüz-yüze iletişim çeşididir. Fakat 20. yüzyılın sonundan itibaren teknolojiye bağlı olarak gelişen kitle iletişim araçları ile iletişim çağı yaşanmaya başlamıştır. Bu süreç hâlâ devam etmektedir. Klasik iletişim şekillerinin yerini kitle iletişim araçları ile yapılan ilişkiler ağı almıştır. Modern insanın bilgi, duygu, düşünce veyahut kendini ifade etme şekli kitle iletişim araçları diğer bir adıyla medya sayesinde gerçekleşmektedir. Akıllı telefon ya da bilgisayarlardaki mesajlaşma bölümlerindeki yüz ifadeleri de medya ile gerçekleştirilen iletişimin eksik olan yönünü tamamlamaya çalışmaktadır.

2.3.1.2. Kitleye hitap ederler

Basın, sinema filmleri, radyo, televizyon ve nihayet internet aracılığı ile mesajlar, geçici insan kümelerine iletilirler. Sanayi toplumunun oluşturduğu şehirlerde insanların ortak tutum ve değer ve semboller oluşturulmasında en önemli rolü kitle iletişim araçları üstlenmektedir (Dönmezer, 1982: 239-247).

2.3.1.3. Anonimdirler

Kitle iletişim araçları yolu ile iletilen mesajlar milyonlarca sayıda insana ulaşmaktadır. Gönderilecek mesajlar, elbette hedef kitlenin istek, tutum ve beğenileri analiz edilerek oluşturulmaktadır. Diğer bir taraftan da mesajı üretenler kendi isteklerini cazip hale getirerek hedef kitleyi yönlendirebilmektedir. Amaç, kitlelerin belirgin istek ve ihtiyaçlarını saptamak ve bunu devamlı hale getirmektir. Tüm bu analizlerin sebebi ise hedef kitleyi anonim olmaktan kurtarıp bireysel

özellikleri yakalamaktır. Gelişen sosyal medya ise geleneksel kitle iletişim araçlarına göre daha homojen bir yapı sağlamaktadır.

2.3.1.4. Hızlı ve çabuk yayılma ve ulaşma özelliği gösterir

Diğer bir adıyla medya olan kitle iletişim araçları sayesinde iletiler, radyo, televizyon ve nihayet internet yolu ile tek bir tuşla tüm dünyaya hızlı ve çabuk yayılma akabinde ise ulaşma özelliği gösterirler. Sadece bilginin değil mal ve hizmetlerin de tüm dünyaya aynı hızla yayılma ve ulaşma özelliği mevcuttur.

2.3.1.5. İnanırcılık kabiliyetleri yüksektir

Basın; önce matbaa sayesinde kişilere bağımlı olmaktan kurtulmuş kısa bir süre sonra da fotoğraf sayesinde inanırcılığını artırmıştır. Sinema ise görsellikle yerini alırken sesi de kendine eklemesiyle muazzam bir etkiyle kitleleri kendine çekmeyi başaramıştır. Fakat amaç hedef kitleyi evinde yakalamaktır. Böylece radyo evlere ses aracılığı ile girmişse de en önemli etki hem ses hem görüntüyü buluşturan televizyon ile yakalanmıştır. 1990'lı yılların sonunda oldukça popüler olan televizyon 2000'li yıllara gelindiğinde bu şöhreti internet ile paylaşmak zorunda kalmıştır. İnternet; göze, kulağa ve anında cevap verebilme özelliğiyle bireylerde yeni ufuklar açmıştır. Bu özelliklerin toplamı, alınan mesajların bireylerin zihin dünyasında önemli bir etkiye sahip olduklarını da göstermektedir. Kanaatimizce reklam verenlerin kitle iletişim araçlarına oldukça yüksek pay ayırmalarının sebebi de bilinç ve bilinçaltına yaptığı etkidir. Radyo ile kitleyi evde yakalama arzusu internet ve nihayet akıllı cep telefonları ile kitleyi her yerde bulma ve yalnız bırakmama isteğine dönüşmüştür.

2.3.1.6. Kitle iletişimi bir sektör haline gelmiştir

1980 yılından sonra yaşanan ekonomi politikalarındaki değişim serbestleşme yani liberalizm, basın başta olmak üzere radyo ve televizyon yapılarının holding şeklinde varlık göstermelerine ardından ise bu alanda tekelleşmeye sebebiyet vermiştir. Böylece kitle iletişim alanı yüksek miktarda sermaye gerektiren bir sektör halini almıştır.

2.3.1.7. Kitle iletişimi bireyin hayatında önemli bir yer işgal eder

Her geçen gün kitle iletişim alanına yapılan yatırımların artması, bireylerin ve kitlelerin bu alana ne derece önem verdiğinin kanıtıdır. Her evde en az bir radyo, akabinde televizyon ve nihayet bilgisayar yerini almıştır. Özellikle son zamanlarda akıllı telefonlar bir nevi kişisel bilgisayarlara dönüşmüş durumdadır. Bireyler bu sayede ilgi alanları, yetenekleri ve okur-yazarlık düzeyleri seviyesinde dünyada yaşanan gelişmelere bir tıkla ulaşabilmekte ve kişisel bilgisayar durumunda olan cep telefonları ile sürekli takip halindedirler.

2.3.1.7. Propaganda amaçlı kullanılmaya elverişlidirler

Medyanın bilerek propaganda aracı olarak kullanıldığını savunan en önemli isimlerden biri Noam Chomsky'dir (Tekinalp ve Uzun, 2009: 177). Propaganda; semboller, söz, hareket, jest, resim, müzik ve diğer araçlar yardımı ile kişilerin düşünce, inanç, değer, tutum ve davranışlarında bazı sun'î (araçlar ve manevralarla) etki yapmak metodudur. Propaganda şiddetten uzak bir etkileme usulüdür. (Dönmezer, 1982: 397). Propaganda daha önceki tutum ve davranışları da değiştirme amaçlı yapılabilir. Propagandanın meslek olarak anılması 20. yüzyıldan sonra başlar. Dönmezer'e göre propagandayı taşıyan araçların başında milletlerin okuma kabiliyetlerine göre; basın, radyo, film ve televizyon gelmektedir.

2.3.1.8. Eğitici ve öğreticidir

Toplumların, bireylerin eğitilmesinde basın-yayın organları önemli bir yer tutmaktadır. Elbette ki bu husus kamusal yayıncılık anlayışı bağlamından uzaklaşan yayıncıların/yapımcıların tekrar gözden geçirmeleri gereken önemli bir kriterdir. Günümüzde bu özellik dergi, gazete, sinema ve internet üzerinden diğer kitle iletişim araçlarına göre daha sorumlu devam etmektedir.

2.3.1.9. Kültürü aktarırlar

İletişimin devamı ortak anlamlar dünyasının oluşturulması ve geliştirilmesine dayanır. Her toplumun ayrı bir tarihi mirası ve kültürü vardır. Kültür kavramı; o toplumda yerleşmiş belli yetenekleri, duyarlılıkları, alışkanlıkları kısacası yüksek

değer verilen bir dizi etkinliği ve onları üreten yaratıcı pratikleri (sanatsal ve entelektüel etkinlikleri ve ürünleri) ifade eder (Aziz, 2012: 48).

Bu anlamda basın-yayın organlarının gelişimi, kültürlerin aktarılması ve uluslararası anlamda farklı kültürlerin tanıtılmasını da ifade etmektedir.

2.3.1.10. Dördüncü erk niteliği

Yasama, yürütme ve yargı demokratik toplumların vazgeçilmez unsurlarıdır. Bu üç önemli demokratik öge, bir arada olmanın yanın da işlevlerini yerine getirirken bir o kadar da uzak ve birbirlerinden bağımsız olmalıdırlar. İşte bu önemli birliktelik ve ayrılığın ne derece hukukî ve kamu yararı gözetilerek yapıldığının somut halini medya ortaya koymaktadır. Bu anlamda, basın yayın organları adeta bir kontrol ve denetleme mekanizması kurarlar (Çiftci, 2018: 352). Üç önemli ögenin hem gereği gibi işlemesi hem de denetlenmesinin zorunluluğu *dördüncü erk* olarak ifade edilen basına önemli bir nitelik kazandırmıştır (İçel, 2018: 141).

2.3.2. Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri (Hak ve Görevleri)

Kitle iletişim araçlarının niteliklerinin yanında birden çok işlevi vardır. Basın-yayın organları iletilerini oluştururken kitle iletişim araçlarının işlevlerine uygun hareket etmelidirler. Her bir işlevin kitleler açısından ayrı bir öneme sahip olduğu unutulmamalıdır.

2.3.2.1. Haber verme ve bilgilendirme

Demokrasi ile yönetilen ülkelerde, haber verme ve bilgilendirme kitle iletişim araçları ile yapılmaktadır. Bu araçlar bilgi ve haber vermenin ötesine geçerek kamuoyu adına eleştirme ve değer yargısında bulunma hakkına sahiptirler. Böylece, kitle iletişim araçları ile bir dünya imajı çizilmekte ve çizilen bu imaj hakkında ne düşünülmesi gerektiği kitlelere aşılansarak, kitleler yönlendirilmektedir (Çoşkun, 2018b: 54). Kitle iletişim araçları haber verme ve bilgilendirme işlevini yerine getirirken; yasama, yürütme ve yargı erklerinin işleyişi olmak üzere; insan hakları, ulusal ve uluslararası gibi önemli meselelerde haber zemini olarak gerçek ve tarafsızlığı kabul etmelidirler. Kamu yararı ve kamusal ilgi, güncellik ile haberin

veriliş şekli ile haberin konusu arasında fikrî bağılılık unsurları da haberin diğer önemli parçalarıdır. Haberin oluşturulması beraberinde denetim amaçlı eleştiriyi de getirebilir. Eleştiri özgür basın olmazsa olmaz haklarından. Elbette bu durum diğer hak ve özgürlükler gibi kendi içinde sorumlu olmayı gerektirir. Bu meyanda önemli olan “hür fakat sorumlu basın-yayın anlayışı”dır (İçel, 2018: 134-135; Çiftci, 2018: 351).

2.3.2.2. Kamuoyunu oluşturma ve oluşan kamuoyunu açıklama

“Kamuoyu yani halkoyu (*public opinion*) belli bir zamanda kamusal meseleler hakkında bireysel kanaatlerin toplam sonucu olan ve toplumda kişilerin karşılıklı etkilerinden doğan genel yargıyı ve ortak kanıyı ifade eden kavramdır” (Çiftci, 2018: 350; İçel, 2018: 50). Bireyler fikir, düşünce ve kanaatleri kitle iletişim araçları aracılığı ile oluştururlar. Basın-yayın organları iletileri oluştururken milyonlarca insanı istedikleri biçimde yöğurabilecekleri bir hamur saymaları demokrasinin temel ilkesi olan millete saygı ilkesine aykırıdır (Dönmezer, 1982: 414,415).

Demokratik toplumlarda tek bir konuda tek bir kamuoyundan bahsetmek neredeyse imkânsızdır. Bir ülkede farklı kamuoylarını görmezden gelerek tek birini kendine rehber ittihaz eden kitle iletilerinin üretim sürecindeki her kişi görevini kötüye kullanmış demektir (İçel, 2018: 50-53; Dönmezer, 1982: 417).

2.3.2.3. Kültürü geliştirme ve koruma

Kültür, milletlerin en önemli ortak değerlerinden biridir. Kitle iletişim araçları yani medya, kültürü aktardığı kadar değiştirme etkisine de sahiptir. Gelişen yeni iletişim teknolojileri sayesinde farklı ülkelerdeki yapımlar tek bir tuşla evlerimizde izlenmektedir. Farklı kültürlere ait içeriklerin takip edilmesi önce bireylerde ardından toplumlarda karma bir kültür yapısını ortaya çıkarmıştır.

Aynı ülkede dahi farklı coğrafi bölgeler, farklı sosyal sınıflar düşünce, yeme, içme, giyim, kuşam ve eğlence anlamında farklı kültürlere sahipken basın, sinema filmleri, radyo, televizyon ve nihayet internet genel itibari ile aynı modeli devamlı sunmakta ve alt kültür farkları devamlı azalmaktadır (Dönmezer, 1982: 425).

2.3.2.4. Dili geliştirme ve koruma

Çin Filozofu Konfüçyus, bir ülkeyi yönetmeye önce dili düzeltmekle başlayacağını belirtmiştir. Dil, iletişimin temel ögesidir. Kişilerin kelimelerini doğru ifade edebilmeleri dili doğru kullanmaktan geçer. İletişim sürecinde temel hedef olan anlama ve anlatma edimi dilden geçerek vücut bulur. Bu anlamda ortak payda olan dili korumak onu doğru kullanmaktan geçer. Her basın-yayın organı dili düzgün kullanmakla mükelleftir. Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu (TRT) başta olmak üzere diğer özel basın-yayın organları da bu çizgide yürümelidir.

2.3.2.5. Eğitim-öğretim işlevi

Jean Cazeneuve'e göre insanları eğitmek üzere radyo ve televizyonu kullanmak istiyorsak, onların arzu, zevk ve davranışlarını bilmemiz gereklidir. Eğitmek demek bir milleti çocuk gibi sayıp terbiye etmeye teşebbüs etmek değildir. Eğitmekten maksat geniş halk kitlelerinin bilmelerine imkân olmayan konularda, onlara çeşitli maksatlarla yol göstermek ve yeni bilgi edinmelerini sağlamaktır (Dönmezer, 1982: 416). Mektupla öğretim, açık öğretim ve uzaktan eğitim uygulamaları kitle iletişim araçları ile yapılmaktadır.

2.3.2.6. Devleti ulusal ve uluslararası tanıtma faaliyeti

İnternet aracılığı ile küreselleşen dünyada tanınma kavramı devletler için bir hayli önem taşımaktadır. Ulusal düzeyde oluşturulan imaj, tüm dünyada kitle iletişim araçları vasıtasıyla tanıtılmaktadır. Devletlerin tanıtım için interneti en geniş bir şekilde kullanma çabası içinde oldukları bir gerçektir (İçel, 2018: 52-53).

2.3.2.7. Mal ve hizmetleri tanıtma

Reklam, hem basın yayın organları için hayati önem taşımakta hem de mal ve hizmetleri üreten firmalar açısından önemlidir. Mal ve hizmet üreten firmalar geniş kitlelere kendini göstermektedir. Kitle iletişim araçlarının varlıklarını sürdürmelerinin en iyi çıkış yolu da reklamlardır. "Reklamlar dışında haber programları ve diğer yayın hizmetlerinin içeriğinde de zaman zaman bu işlevin yerine getirildiği görülmektedir. 'Gizli reklam (surreptitious advertising), ürün yerleştirme' gibi şekillerde adlandırılan

ticarî iletişim türündeki yayınlarda, dolaylı da olsa, mal ve hizmetlerin reklamı yapılmaktadır” (Çoşkun, 2018b: 70).

2.4. İfade Hürriyeti ve Kitle İletişim Hürriyeti

Kitle iletişim araçlarının, yukarıda belirtilen görev ve haklarını yerine getirebilmeleri için “düşünce ve kanaatleri açıklama ve yayma hürriyeti”nin anayasal güvenceye kavuşturulmuş olması gerekmektedir.

2.4.1. İfade Hürriyeti

Bu hak, toplumların her döneminde çeşitli düzeylerde sorunlarla, sansürlerle karşılaşmış ve Antik Yunan’dan bu yana düşünürleri, bilim insanlarını canlarından etmiştir. Elbette burada problem önemli meselelerde düşünme ve düşündüğünü ifade etme kavramının sıradan insanlara tanınmamasından ileri gelmektedir. Uzun zaman geçip yoğun mücadeleler sonucunda bu hak, tüm insanlar için hem uluslararası hem de ulusal düzeyde; başta anayasa olmak üzere yasalarda yerini almıştır.

Genelinde iletişim, özelinde ise kitle iletişim özgürlüğü amacıyla Birleşmiş Milletler tarafından 1948 yılında Cenevre’de İletişim Özgürlüğü Konferansı düzenlenmiştir. Konferans’ta kabul edilen metin, kişinin hükümetlerin müdahalesi olmadan düşüncelerini açıklamak hürriyetine sahip olduğu ve bu hürriyeti sözlü, yazılı, basılı biçiminde veya resim yoluyla yayabileceğini belirtilmiştir. Bu hak kendi içinde üç serbestliği kapsamaktadır: Haber ve fikirleri “serbestçe araştırmak”, “serbestçe almak”, “ulaştırmak” (İçel, 2018: 70; Dönmezer ve Bayraktar, 2013: 140-141).

Yine aynı yıl kabul edilen Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Bildirisi’nin 19. maddesinde *“Her ferdin fikir ve ifade hürriyetine hakkı vardır. Bu hak, fikirlerinden ötürü rahatsız edilmemek, memleket sınırları mevzuu bahis olmaksızın malûmat ve fikirleri her vasıta ile aramak, elde etmek ve yaymak hakkını gerektirir”* şeklinde düzenlenmiştir.

1950 yılında Avrupa Konseyi İnsan Hakları ve Ana Hürriyetlerini Koruma Sözleşmesi, iletişim özgürlüğü alanında atılan önemli diğer adımdır. Türkiye tarafından 10 Mart 1954 tarih ve 3666 sayılı Kanunla onaylanmış olan bu Sözleşme'nin 11. Protokol ile değiştirilen metninin 10. maddesi şu şekildedir:

“Her fert ifade ve izhar hakkına maliktir. Bu hak içtihat hürriyetini resmî makamların müdahalesi ve memleket sınırları mevzuu bahis olmaksızın, haber veya fikir almak veya vermek serbestisini ihtiva eder. Bu madde, devletlerin radyo, sinema veya televizyon işletmelerini bir müsaade rejimine tâbi kılmalarına mâni değildir.

Kullanılması vazife ve mes'uliyeti tazammun eden bu hürriyetler, demokratik toplulukta, zaruri tedbirler mahiyetinde olarak, millî güvenliğin, toprak bütünlüğünün veya âmme emniyetinin, nizamı muhafazanın, suçun önlenmesinin, sağlığın veya ahlâkın, başkalarının şöhret veya haklarının korunması, gizli haberlerin ifşasına mani olunması veya adâlet kuvvetinin üstünlüğünün ve tarafsızlığının sağlanması için ancak ve kanunla, muayyen merasime, şartlara, tahditlere veya müeyyidelere tâbi tutulabilir” (İçel, 2018: 71; Çiftci ve Kırğıl, 2018: 712, Çolak, 2013: 26,27).

Avrupa boyutunda 1989 yılında imzalanan önemli bir uluslararası sözleşme de “Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi”dir. Türkiye tarafından 7 Eylül 1992 tarihinde imzalanmıştır (RG. 7.11.1993/21751). Bu Sözleşme ile taraflar arasında televizyon program hizmetlerinin sınırötesi yayını ve tekrar yayını kolaylaştırılması amaçlanmıştır (İçel, 2018: 374; Çiftci, 1999: 104-105; Çolak, 2013: 28; Cankaya, 1997: 96-97; Sözleşmenin metni için bkz.: Çiftci ve Kırğıl, 2018: 713).

Avrupa Birliği'nin 1989 yılında çıkardığı Sınırsız Televizyon Direktifi, gelişen koşullara ayak uydurmak amacıyla 2007 yılında çıkarılan Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi ile önemli surette tadil edilmiştir. Avrupa Birliği'nin medya politikası ifade hürriyeti ve çoğulculuğuna dayanır. 1989 yılında BM tarafından kabul edilen Birleşmiş Milletler Çocuk Haklarına Dair Sözleşmesi ile yine önemli bir adım atılmış, fakat Türkiye bu Sözleşmeyi, 17, 29, 30. maddelere ihtirazî kayıt koyarak kabul etmiştir (Çiftci, 2018: 339; İçel, 2018: 374; Yönergenin tam metni için bkz.: Çiftci ve Kırğıl, 2018: 729).

2.4.1.1. Kitle iletişim hürriyetinin süjeleri (tarafları)

İletişim hürriyetinin tarafları arasında önem sırası önce devlette iken daha sonra birey ön plana geçmiş ve kitle iletişim hürriyeti anayasalar ile güvence altına alınmıştır. Bir tarafta diğ  er hürriyetler gibi kitle iletişim hürriyetini de güvence altına alan devlet diğ  er yanda bu haklardan yararlanan kişiler gelmektedir. Kısacası iletişim özgürlüğünde aktif süje kişiler, pasif süje ise devlettir (İçel, 2018: 100).

2.4.1.2. Türkiye’de ifade ve kitle iletişim hürriyeti

şüphesiz demokrasi ile yönetilen ülkelerde en önemli aranan özellik ifade hürriyetidir. Bireyler ise, kendilerini ifade ederken kitle iletişim araçlarından faydalanmak zorundadır. Böylece ifade hürriyeti ve kitle iletişim hürriyeti ayrılmaz bir bütündür.

2.4.1.2.1. Anayasa ilgili hükümler

İletişim   zg  rl  ğ   ve kitle iletişim özgürlüğünün temel   er  evesi Anayasa’da belirtilmiştir. 1982 Anayasası’nın 22. maddesinde öngörülen “haberleşme hürriyeti” PTT haberleşmesini düzenlemektedir. Buna göre, “*Herkes, haberleşme hürriyetine sahiptir. Haberleşmenin gizliliğ  i esastır.*” Bu hükmün kitle iletişim hürriyeti ile doğ  rudan ilişkisi yoktur. Zira hükümde “haberleşmenin gizliliğ  i esastır” denilmektedir. Kitle iletişiminde ise açıklık söz konusudur. Anayasanın 25. maddesinde ise düşünce ve kanaat hürriyeti düzenlenmiştir: “Herkes düşünce ve kanaat hürriyetine sahiptir”. Bu hüküm, düşünce ve kanaat hürriyetinin statik yönünü düzenlemektedir. Düşünceyi açıklama ve yayma hürriyeti ise Anayasanın 26. maddesinde düzenlenmiştir:

“Herkes, düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya baş  ka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir. Bu hürriyet resm  i makamların müdahalesi olmaksızın haber veya fikir almak ya da vermek serbestliğ  ini de kapsar. Bu fıkra hükmü, radyo, televizyon, sinema veya benzeri yollarla yapılan yayımların izin sistemine bağ  lanmasına engel değıildir.

Bu hürriyetlerin kullanılması, (Ek ibare: 3/10/2001- 4709/9 md.) millî güvenlik, kamu düzeni, kamu güvenliği, Cumhuriyet'in temel nitelikleri ve Devletin ülkesi ve milleti ile bölünmez bütünlüğünün korunması, suçların önlenmesi, suçluların cezalandırılması, Devlet sırrı olarak usulünce belirtilmiş bilgilerin açıklanması, başkalarının şöhret veya haklarının, özel ve aile hayatlarının yahut kanunun öngördüğü meslek sırlarının korunması veya yargılama görevinin gereğine uygun olarak yerine getirilmesi amaçlarıyla sınırlanabilir”.

1982 Anayasası'nda, Bilim ve Sanat Hürriyeti 27. maddede düzenlenmiştir: *“Herkes, bilim ve sanatı serbestçe öğrenme, öğretme, açıklama, yayma ve bu alanlarda her türlü araştırma hakkına sahiptir”.* Basın Hürriyeti ise m.28'de ele alınmıştır: *“Basın hürdür, sansür edilemez. Basımevi kurmak izin alma ve teminat yatırma şartına bağlanamaz. Basın hürriyetinin sınırlanmasında, Anayasanın 26 ve 27'nci madde hükümleri uygulanır. Süreli ve süresiz yayın hakkını ise madde 29 ile güvence altına almıştır”.*

Kitle iletişim hürriyeti hususunda yasal düzenlemeleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

1. 5187 sayılı 26.06. 2004 tarihli Basın Kanunu,
2. 2954 sayılı 14.11.1983 tarihli Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu,
3. 6112 sayılı 03.03.2011 tarihli Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun,
4. 5224 sayılı 14.07.2004 tarihli Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun,
5. 5651 sayılı 23.05.2007 tarihli İnternet Ortamında yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun,

Bu anlamda Basın Kanunu (m.3) *“Basın özgürdür. Bu özgürlük; bilgi edinme, yayma, eleştirme, yorumlama ve eser yaratma haklarını içerir”* maddesi basının özgür olduğuna vurgu yaparken diğer kitle iletişim araçlarını düzenleyen hiçbir kanunda özgürlük kavramına doğrudan atıf yapılmamıştır. Bu husus diğer araçların

hızlı bir şekilde ve çok sayıda anonim nitelikte kitlelere ulaşması ve yayınların tekrar yolu ile birçok kez iletilme özelliği ile açıklanabilir.

2.5. Medyanın Başlıca Sorumluluk Teorileri (Kuramları)

Kitle iletişim araçlarının işlevlerini yerine getirirken özgürlük ve sorumluluk alanlarının sınırları devletlerin, siyasî, ekonomik ve toplumsal koşullarından etkilenmiştir. Bu bağlamda aşağıda medyanın özgürlük ve sorumluluk alanlarını farklı bakış açıları ile açıklamaya çalışan teoriler incelenmiştir.

2.5.1. Tekelci/Otoriter Teori

Platon'un 'Devlet' adlı eserinde ideal devlet içerisinde tüm kurumların varlığı devlete hizmet içindir ve en ufak bir tehlike görüldüğü zaman kurumlar kapatılır, kişiler ise sınır dışı edilir. Özellikle mutlakiyetçi rejimlerde dinî ve cismani davranışlarının sözle veya yayın araçları ile eleştirilmesinin küfür ve tanrının iradesine karşı koyma olarak anlamlandırıldığı görülür (İçel, 2018: 62-63). Bu tarz yönetim anlayışlarında medya da hükümdara ve onun nezdinde devlete hizmet etmek zorundadır. Medya diğer tüm kurumlar gibi siyasi iradenin buyruğunda onun isteklerine hizmet etmek için vardır.

2.5.2. Liberal Teori

Liberal, serbest ya da kapitalist sistem olarak adlandırılan ekonomik ve siyasi temelli bu anlayış, kendini tüm alanlarda köklü bir yeniliğe mecbur bırakmıştır. Locke ile başlayan bu süreç Adam Smith 1776'da "The Wealth of Nations" adlı kitabıyla "bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler" ilkesi ile kapitalist sistemin serbest ve çoğulcu yanını ortaya koymuştur. Böylece devletten bireye olan güç vurgusu ile eksen kayması yaşamış bireyin önemi vurgulanmaya başlamıştır. Bu akımın basın ve iletişim alanındaki temsilcisi John Milton olmuştur. Milton, Her çeşit sansürden uzak basın özgürlüğünü 1644 yılında yazdığı Areopagitica isimli kitabında savunmuştur (İçel, 2018: 62-63). Milton insanlar için gerekli gerçekliğin özgür düşünce ortamından geçtiğini savunmuştur. 1776 yılında Amerika'da Virginia Bill of Rights'da basın özgürlüğü ve 1789 tarihli Fransız İnsan ve Yurttaş Hakları

Bildirisi'nde fikir ve düşüncelerin serbestçe yayınlanması ve nakledilmesinin hak olduğunu ortaya koymuşlardır (İçel, 2018: 63-64).

2.5.3. Toplumsal sorumluluk Teorisi

Bu yaklaşım, basın özgürlüğünün serbest pazardan doğan eksiklikleri üzerine ABD'de ortaya çıkmıştır. 1947 yılında basın özgürlüğünün uygulamadaki durumu üzerine araştırma yapan Hutchins Komisyon Raporu, basın özgürlüğü ve basın sorumluluğu arasındaki çelişkiye, basının kamu hizmetinden doğan sorumluluğuna, basındaki ticarî ve gelişmiş yapının bazı bireylere öncelik tanıdığına dikkat çekmiştir (Arvas, 2011). Demokrasinin bir gereği olan basının topluma hizmet ederken çeşitli çıkar grupları arasında herhangi bir etkiye girmeden özgür fakat bununla birlikte sorumlu davranmaları gerektiği vurgulanmıştır. Kısacası “hür fakat sorumlu basın-yayın” anlayışı benimsenmelidir (Çiftci, 2018: 351). Bu anlayış da ancak, hür parlamenter rejimle yönetilen hukuk devleti olan devletlerde geçerli olur; teokratik, komünist, faşist rejimlerde bu düstur uygulanmaz. Medya işletmecilerinin bu durumu liberal ekonominin doğasına aykırı buldukları söylenebilir. Fakat medyanın kültürel ve sosyal önemi dikkate alındığında tamamen sınırsız bir anlayış çerçevesinin çizilemeyeceği ortadır. Sorun yapısalıdır. Aynı haberi, benzer programları farklı kanallarda görmek mümkündür. Özellikle toplum tarafından haberler gerçek ve doğruluk ilkelerinden sapılmadan yapıldığı farz edilen programlardır. Ancak, haberlerin de popülerlik deryasında yerini bulduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu anlamda zihinlerin manipölasyonu ile özgür seçimlerden bahsetmek imkânsızdır. AB medya mevzuatı çerçevesinde çok sesliliği sağlamak bağlamında yerel medyayı güçlendirmek temel felsefedir. Elbette yeterli görmek eksik olacaktır. Fakat yine de bu anlayışın ülkemizde oluşması önemlidir. Liberal anlayışla törpülenen etik kuralların da yeniden kaldırılmış olan raflardan indirilmesi medyanın sağlıklı işlemesi için gereklidir.

Toplumsal sorumluluk teorisinin dayanağı Anayasanın m. 12/2 hükmünde de öngörülmüştür. İfade hürriyeti ile basın-yayın hürriyeti (kitle iletişim hürriyeti) de birer temel hak ve hürriyettir. Bu maddenin 1. fıkrasında temel hak ve hürriyetlerin nitelik ve özellikleri belirtildikten sonra, 2. fıkra bu hürriyetlerin kişinin (basın-yayın mensuplarının) ve kitle iletişim araçlarının topluma, ailesine ve diğer kişilere karşı

ödev ve sorumlulukları da ihtiva ettiği öngörölmüştür. O halde, önemli olan demokrasi ile yönetilen ölkelerde “hür fakat sorumlu basın-yayının varlığı”dır. Diğer bir deyişle, basın-yayın “hür” olmalı, hür olduğu kadar da “sorumlu” olmalıdır.



3. MEDYA OKURYAZARLIĞI VE ÇOCUK

3.1. Genel Olarak

Medya okuryazarlığı; iletişim kaynaklarından ve iletişim teknolojilerinden de faydalanarak yapılan, şifreleme ve şifre çözümü becerileri bütünüdür (Altun, 2005: 75). Medya okuryazarlığı kavramı, 20. yüzyılın sonunda medyanın güçlü etkilerinin kabul edildiği gerçeğiyle ortaya çıkmıştır. Ayrıca medya, gelişen teknoloji sayesinde daha fazla yaygınlaşarak kişisel bilgisayarlar ve cep telefonları sebebiyle kontrolsüz bir güç haline gelmiştir. Böylece devlet eliyle ve sivil oluşumlarla başta Amerika, İngiltere, Fransa ve Kanada gibi devletler çeşitli faaliyetlerle çocuk, öğretmen ve anne-babaları eğitime yoluna gitmişlerdir.

Medya okuryazarlığı kavramının gerekli olmasının diğer bir sebebi ise; liberal ekonomik sistemde medya sahiplik yapılarının holdingleşmesidir. Medya sektörü, medya baronları olarak adlandırılan az sayıdaki sermaye sahibinin elinde tekelleşmektedir (Binark ve Gencel Bek, 2010: 48). Uluslararası medya organları küresel bir güç haline gelmiş ve yasal çerçeveler içinde istedikleri içerikle tüm dünyaya ulaşabilmektedir. Kanaatimizce medya okuryazarlığının, devletlerin kamu yararı için sınırsız ve fütursuzca yayılan enformasyon akışına önlem niteliğinde yeni bir eğitim alanı olarak görülmesi gerekir. Çünkü küresel medya organları dördüncü güç olma özelliğini cesurca kullanmaktadırlar. Bu sebeple vatandaşların, birey-toplum ve ülke çıkarlarının bilincinde yetiştirilmeleri, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişim için şarttır (Bilici, 2014: 2).

Özellikle internetin 1990'lı yılların sonuna doğru tüm dünyada hızla yayılması insanoğlunun bugüne kadar görmediği bir enformasyon şebekesiyle karşı karşıya kalması sonucunu doğurmuştur. Medyanın güçlü yapısının üstesinden gelmek amacıyla oluşturulmuş medya okuryazarlığı, bir zorunluluğun sonucudur. Çocuklar tarafından medyaya ayrılan zaman neredeyse örgün eğitimle yarışır haldedir. Cep telefonlarının küçük yaş gruplarında kullanımı, hem zaman hem de ulaşılan içeriğin denetimi açısından büyük bir sorundur. Medya, çocuklara istedikleri zaman büyüklerin dünyasına girme imkânı tanımaktadır. Çocukların sağlıklı gelişimi için bu durum büyük bir tehlike arz etmektedir. Önceleri çocuk ve gençleri korumak için ilk

hedef televizyon yayınları iken 2000'li yılların başından itibaren ise internet gözlem altına alınmıştır. Bilgiye erişebilirlik, fırsat eşitliği, hız, aktif katılım gibi oldukça yararlı yönleri bulunan internet, diğer medya araçlarının önüne geçmiştir. İnternette olumlu yönde yaralanmak için iyi bir eğitim ve doğru bilinç oluşturmak elzemdir. Geline durum itibari ile çocuk ve gençlerin interneti özellikle oyun oynama (Mavi Balina), yaş gruplarına uygun olmayan videolar izleme, sosyal medyanın kendisinden ise görsel bir şov alanı olarak yararlanmanın ön planda olduğunu söylemek mümkündür.

İnternetin denetimi ise diğer medya araçlarına göre daha zordur. Bir kere cep telefonları aracılığıyla internet bireysel ve yalnız kullanım için muazzam bir özgürlüktür. İnternet, anne-baba denetiminden televizyona göre daha uzak bir alandır. Elbette her geçen gün güvenli internet kullanımı için anne babalara kolaylık sağlayacak programlar geliştirilmektedir. Fakat sorun şu ki, çocuklardan önce anne-babalar medya dünyasındaki tehlikelerden bihaberdir. 1990'lı yıllarda çoğu çocuk, belki de ebeveynlerinin televizyonu açmasıyla Tom ve Jerry'le tanışmış ve zamanını onları izleyerek geçirmiştir. En sıradan ev eşyalarının (tencere ve tavalar) silaha dönüşmesinin çocukların izlediği bir çizgi filmde ne işi vardı diye sormak maalesef daha sonralara denk düşer. Televizyon içeriğinin denetiminin daha kolay olduğu, internetin yaygın kullanımıyla anlaşılmıştır demek yanlış olmayacaktır. Geline noktada internet sadece bir şeyler izlediğimiz yer değil, günlük birçok ihtiyacımızı; bilgi edinme, haberleşme, sosyal medya aracılığıyla aktif katılım, alışveriş gibi birçok işlevi karşılamaktadır. Bu işlevlerin bireylerin kendi istek ve ihtiyaçlarından doğduğu ise çoğu zaman şüphelidir. Reklamlardan diğer tüm programlara kadar muazzam düzeyde ikna teknikleri ile bireylerden sürekli bir şeylerin arzulanması beklenmektedir. Böylece medya okuryazarlığın amacı, halkı kitle iletişim sürecinde aktif katılımcılar kılmak ve güçlü kitle iletişimcilerinin piyonları olmak yerine halkın kendi anlamının yaratılmasını sağlamaktır (Massey, 2005'ten akt. İnal, 2016: 50).

Özellikle bilgisayarla birlikte insanın bilgiyi saklama yani ezber gücü yerine; eleştirel bakma, analiz etme ve değerlendirme özelliğinin geliştirilmesi savunulmaktadır. Bilgisayar temelli okuma-yazma ön plana çıkmıştır. Bu sebeple medya, eğitim sisteminin zorunlu bir parçası haline gelmiştir. Aynı zamanda medyanın kendi doğasından (tarihsel süreç içinde medyanın sorgulanmayan yapısı

her şeyin doğal kabul edilmesi) kaynaklanan riskler de artmaya başlamıştır. Bu zorunlu hali iki noktada açıklamak mümkündür. Birincisi, “medya tarafından hazırlanan mesajlar, basit ve açıkça anlaşılabilir gibi görünse de, aslında bu mesajlar kendine özgü kuralları olan, dünya hakkında çok değişik kavram ve düşünceleri içeren, karmaşık görsel ve işitsel bir ‘dil’ kullanmaktadır” (Jols ve Thoman, 2008: 11). Medya dilinin çözümlenmesi gereken yanı, kısaca bu tezde var olma sebebi hedef kitleye ulaştırdığı anlam, oluşturmaya çalıştığı değer ve tutumlarda saklıdır. Yapılan araştırmalar; “Türkiye’de televizyondaki şiddetin çocuklara, denetimsiz bir biçimde izletildiği ve çocukların, şiddet unsuru içeren programlara direkt ulaştığını göstermiştir” (RTÜK, 2004: 20). Medya mesajlarının şiddet, müstehcenlik, ayrımcılık içerdiğini ortaya koymuştur. Dünyada son yıllarda hızla yayılan terörist saldırılarında medyayı kullanmaya çalıştığı da bir gerçektir. Farklı bir ifadeyle medya, terörün vazgeçemeyeceği bir araçtır (RTÜK, 2008: 25). Diğer yanda reklamlar ise çocuğu en fazla etkileyen program türleri arasında yer almaktadır. Reklamlar çocuklar üzerinde taklit etme, tüketime yöneltme gibi olumsuz etkiler yapmaktadır (Çiftci, 2018: 355). Sorunun kaynağı aslında burada yatmaktadır. Dünyada ve Türkiye’de 2000’li yıllara doğru çocuklukta yaşanan dönüşüm, çocukları sokaktan eve doğru iten bir değişimle neticelenmiştir. Önceleri televizyon en iyi arkadaş iken günümüzde cep telefonları bu unvanı almıştır. Bu anlamda medya okuryazarlığının okullarda ‘medya’ bilinci kazandırılmak suretiyle okutulması elzemdir. Başta çocuklar olmak üzere genç ve yetişkinlerin de neden medyaya bu kadar ihtiyaç duyduğu üzerinde durulmalıdır.

Günümüzde geleneksel kitap, defterin yerini hızlı bir şekilde bilgisayarlar almaktadır. Cep telefonları, aynı zamanda cep bilgisayarı şeklinde de kullanılmaktadır. Şimdi de sorun nitelikli bir teknoloji okuryazarlığı eğitiminin etrafında kümelenmektedir. Eğitim, tam da bu sebeple medyayı dışlayamaz duruma gelmiştir. Çocukların dijital teknoloji kullanımının -sosyal medya hesapları dışında- nitelikli ve üretken bir hâl alması için çalışılmalıdır. Sosyal medyanın en önemli gücü olan iyi olanı göstermenin yanı sıra kötü olanı ifşa etme özelliği kıymetli olsa da olumsuz olabilecek şeyleri engellemedeki rolü üzerinde de durulmalıdır. Geniş kitleleri etkileme gücü olan sosyal medya kişilerin temel iletişim şekli olan yüz-yüze iletişimi derinden sarsmıştır. İnsanın en tabii özelliği olan sosyal yönü medya dolanımı ile gerçekleşmektedir. Tüm bu sebeplerle medya etki, kapsam ve

yönlendirme (ya da manipölasyon) gibi özellikleri nedeniyle öncelikle çocuk ve gençlerin üzerinde muazzam bir kontrol gücü kazanmakta ve bu nedenle de medyanın bu kontrol etkisinin olumsuz sonuçlara yol açmaması için medya okuryazarlığı önem kazanmaktadır (İnal, 2016: 19). Bu anlamda medya okuryazarlığı bir yanda bireyleri teknolojinin getirdiği imkânlardan faydalanmasını sağlamak için diğer yandan medya iletilerine karşı bir duruş sergilemek üzere konumlanmalıdır.

3.2. Medya okuryazarlığı Kavramının Ortaya Çıkışı

Kitle iletişim araçları, 1900'lü yılların başından günümüze değin toplumlar tarafından hemen benimsenen ve takip edilen konumda olmuşlardır. Elbette bu araçlara sahip olanlar da sürekli yeni enformasyon üreterek toplum nezdinde kitle iletişim araçlarının yerlerini korumaya çalışmaktadır. İletişim sürecini en temel anlamıyla açıklamak için kullanılan gönderici ve hedef kitle tanımlamasında hangi tarafın daha çok sorumlu olduğu, hangi tarafın aktif olarak etkileyen ya da pasif olarak etkilenen olduğu ise her zaman tartışma konusu olmuştur. Bu durumun netlik kazanmaması kitle iletişim araçlarının yarar, sakınca ve zararlarının tespitini de zorlaştırmıştır. Aslında bu tartışmanın özünü bilimsel bir değere taşımak için çeşitli kuram ve araştırmalar ortaya konmuşsa da her yeni yapılan araştırma ya da ortaya atılan kuram/teori yeni sorun ve soruları beraberinde getirmiştir. Bu teorilerin tartışılması, medyanın doğasını anlamaya yönelik iken aynı zamanda medya okuryazarlığının da ilk adımları olarak görülebilir. Bu alanda belli bir bilimsel araştırma ve toplu bir veri bulmaktan ziyade parçalı teori ve araştırmalardan faydalanmak daha anlamlı olacaktır.

Elbette bu parçalanmışlıkta kitle iletişim araçlarının kendilerine has doğalarının farklılığı da etkilidir. Çünkü gazete, radyo, televizyon ve nihayet internet hem bir endüstridir, hem teknolojik bir araçtır; hem kültür sanat üretimidir, hem de eğlence kaynağıdır; ayrıca siyasal ve toplumsal bir kurumdur. Tüm bu farklılıkların kendine özgü gereklilikleri vardır (Mutlu, 2008: 28, Postman ve Powers, 1996: 27). İşte bu gereklilikler sebebi ile kitle iletişim araçlarının tek yanlı olarak yarar, sakınca ya da zararlarından bahsetmek, kalın çizgilerle birbirinden ayırt etmek mümkün değildir. Medya okuryazarlığı farklı ülkelerde bu üç temel üzerinde inşa edilmiştir. AB ülkeleri

dijitalleşen medya ile birlikte internet temelli bir bilgi toplumu ve e-Avrupa oluşumuna yönelik medyadan faydalanırken, medyanın sakınca ve zararlarını göz önüne alarak medyanın algı ve inanışları nasıl süzgeçten geçirdiğini, popüler kültürü ve kişisel tercihleri nasıl etkilediğinin ve yönlendirdiğinin bilincinde medyanın sakınca ve zararlarını da önlemeye yönelik eleştirel düşünce merkezli medya okuryazarlığı eğitimini hayata geçirmişlerdir (Pekman, 2016: 40-41).

Medya okuryazarlığının temeli olan iletişim ve kitle iletişim alanlarına yönelik kuramsal yaklaşımların parçalanmışlık halinin bir diğer sebebi bu alanların farklı disiplinlerle iç içe geçmiş olmasıdır. İletişim önceleri psikoloji, sosyoloji, sosyal psikoloji, tarih, felsefe ve ekonomi gibi alanların iç içe geçtiği karma yapıli bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 33-56, Alemdar ve Kaya, 1983: 47-48, Gökçe, 2003: 1). Yapılan kuramsal açıklamalarda iletişim alanına katkı sunmaktan ziyade kitle iletişim araçlarının bireyler üzerindeki etkileri üzerinde durulmuştur. “İletişim araştırmalarında etki kavramı ise kitle iletişim araçlarının iletileri ile izleyicilerin bilgilerinde, tutumlarında ve davranışlarında, uyarıcı olarak meydana gelen değişim anlamında kullanılmaktadır” (Merten, Maletzke, Hackfort, Burkart, McCombs/Shaw’dan aktaran Gökçe, 2003: 184). İletişim ve kitle iletişim sürecini açıklamaya yönelik farklı bakış açıları mevcuttur. Bu yaklaşımların ilki genel kabul gören ve kitle iletişim araçların gücü ve etkisi üzerinde duran uyarı merkezli bakış açısıdır.

Uyarı merkezli bakış açısını benimseyen ilk araştırma kuramları Lasswell ile başlamıştır. Süreç alıcının pasifliği üzerine konumlanmıştır. Göndericinin istediği her şeyi kodladığını ve mesaj olarak hedef kitleye yani alıcıya ulaştırdığı temel varsayılmıştır. Şırınga Modeli bu anlayışın en somut göstergesidir. Model gereği kitle iletişim araçları mesajlarını üretir ve şırınga misali herkese enjekte eder. İstenilen etki-tepki sağlanmış olur (Mutlu, 2008: 24; Erdoğan ve Alemdar, 2005: 60). 1940’lı yıllarda başlayan süreçle birlikte mesaj etki kavramını ortaya koymak için incelenmeye alınmıştır. Fakat iletişim sürecinin psikolojik, sosyolojik ekonomik yönüne dair bir vurguya rastlanmamıştır. 1959 yılında ise Riley ve Riley iletişimin sosyolojik yönü üzerinde durmuştur (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 91, Gökçe, 2003: 21).

Kanadalı Innis, iletişim araçlarının maddi biçimini imparatorlukların tarihsel dönüşümü ve yıkılışına bağlarken, teknolojik belirleyicilik görüşünün öncüsü Marshall McLuhan'a göre ise, medya teknolojilerinin toplumda bireylerin nasıl düşüneceğini, hissedeceğini veya hareket edeceğini belirleyen güç olarak tanımlanır (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 139-142, Alemdar ve Kaya, 1983: 9-10). Ayrıca Festinger'in zihinsel denge modeli ve Klapper'in iletişimde güçlendirici/destekleyici modeli bu alana önemli katkıları olan araştırmalardır.

1960'lı yıllara girerken iletişim dünyasını anlamaya yönelik önemli bir adım daha atılmıştır. Hedef kitlenin yanı sıra alıcı konumunda değerlendirilenlerin ne yaptığı gündeme gelmiş izleyici merkezli kuramlar ve bu kuramları taban alan etki araştırmaları ortaya çıkmıştır.

Katz, iletişim araçlarının halka ne yaptığından çok halkın bu araçlarla ne yaptığına dikkat edilmesi gerektiğini vurgulamıştır (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 161, Alemdar ve Kaya, 1983: 53). Katz, Lazarsfeld, Berelson Gaudet iki aşamalı bilgi akımı görüşünü ve kanaat önderleri kavramlarını ortaya atmışlardır. McQuail ise izleyicilerin çeşitli ihtiyaçları olduğunu ve izleyicilerin bu ihtiyaçlarını karşılamak için kitle iletişim araçlarına yöneldiklerini vurgulamıştır. Bu anlayış, halka yani izleyiciye vurgu yapan Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı ile aktif izleyici kavramını getirmiştir. Lasswell'in; kim, neyi, hangi kanaldan kime ve hangi etkiyle söyler şeklindeki etkili iletişim süreci formülünün yerini kim, hangi mesajları, neden ve ne gibi yarar getirdiği amacıyla seçmektedir şeklindeki sorusu almış bulunmaktadır. Defleur ve Ball Rokeach bu yaklaşımı temel alarak kuramı bir adım ileriye götürmüş ve bu durumu medya bağımlılığı olarak açıklamaya çalışmışlardır. Buna göre sanayileşmiş toplumlarda izleyiciler, kitle iletişim araçlarına enformasyon kaynağı olarak yüksek derecede bağımlıdırlar.

Kitle iletişim araçları geliştikçe yaklaşımlar değişerek yeni boyut kazanmıştır. Etki araştırmaları çerçevesinde kitle iletişim araçlarının etkilerinin uzun vadeli olarak izleyicilerde düşünce, tutum ve davranışlarda değişikliğe yol açacağı ileri sürülmüştür. Geçerli olan "medya merkezli yaklaşım" daha öncekilerden özellikle uyarı merkezli bakış açısından etkilense de farklı bir anlayış ile açıklamalar getirmiştir. Medya merkezli bakış açısı dört önemli görüşü de tartışmaya açmıştır.

İlk görüş “Gündem Koyma ve Gündem Belirleme” olarak adlandırılmıştır (Gökçe, 2003: 208). Bu görüşün özünü şu anlayış oluşturmaktadır. Medya, birçok ileti içerisinden kendince önemli olanları seçer ve gündem oluşmasına etki eder. Halkın ne düşüneceğini değil fakat ne hakkında düşüneceğini belirler.

Diğer önemli görüş Bilgi Boşluğu varsayımdır. “Amerika’da 1970’li yıllardan itibaren yüksek statüdeki nüfus kesiminin düşük statüdeki nüfus kesimine kıyasla, kitle iletişim araçlarının içeriklerinden daha yoğun faydalandıkları ve bunun doğal bir sonucu olarak da, her iki kesim arasında giderek büyüyen bir bilgi uçurumunun fark edilmesinden kaynaklanmaktadır” (Gökçe, 2003: 212). Tichenor, Donohue ve Olien tarafından ortaya konulan bu duruma göre, sosyal bir sistem içerisinde bilgi akışının hızı arttığı zaman, daha yüksek bir sosyo-ekonomik statüye sahip kimseler, daha düşük bir sosyo-kültürel statüye sahip kimselere nazaran haberi (enformasyonu) daha iyi algılayacaklar ve özümseyeceklerdir (Gökçe, 2003: 2012).

Üçüncü varsayım ise televizyon ve gerçeklik ilişkisi olarak adlandırılan Yetiştirme varsayımdır. George Gerbner’in öncülüğünü yaparak araştırma üzerinden kanıtlamaya çalıştığı savından çıkan sonuç ise televizyon izleyicileri, toplumsal güvenlik ile ilişkili düşünce ve inançlarını televizyon gerçeği üzerinden yapılandırmaktadır. Kanaatimizce sadece televizyon izleyicileri değil, gazete, dergi okuyucuları da düşünce ve inançlarını bu araçlar yoluyla oluşturmaktadır.

Medya merkezli önemli diğer görüş ise, Noello-Neumann ortaya koyduğu Suskunluk Sarmalı’dır. Bu görüş, “kitle iletişim araçlarının tutum değişimi olgusundaki etkisinin ve rolünün yetersiz olduğunu belirterek; kitle iletişim araçlarının daha çok dinleyici-okuyucu kitlesinin çevrelerine ilişkin tasavvurlarının oluşumundaki rolü üzerinde durmuştur” (Gökçe: 2003: 218).

Birey, kitle iletişim araçlarında sunulan fikirlerle kendi fikri örtüşmediği zaman susmayı tercih etmektedir.

İletişim ihtiyacının hangi araçlar ile karşılandığı ve bu araçların bireylerde ne kadar etkili olduğu hep bir tartışma konusu olmuştur. Birçok farklı yaklaşımla açıklanmaya çalışılsa da medyanın bireyler üzerinde etkileri olduğu her yaklaşımda

kabul edilen görüştür. En yalın gerçeklik ile bakılacak olursa medya iletilerinin varlığının devamı ne kadar reklam aldığına gizlidir. Bu hususta reklam verenler hangi etki araştırmalarını temel alıyor tartışmasına girmeden şunu söylemek mümkündür: Mal, hizmet, düşünce her neyin tanıtılması ve satılması isteniyorsa kitle iletişim araçlarından vazgeçilmemesi gerekir.

Kitle iletişim araçlarından geçen tüm iletilerin tüm izleyici gruplarında farklı etkiler bıraktığı ve bırakabileceği de diğer önemli bir husustur. Bireysel farklılıklarda görülen cinsiyet, yaş, eğitim durumu gibi sosyal farklılıklar da önemli bir etkidir. Sosyal bir varlık olan insanın toplumla ilişkisi de önemli bir husustur. Etki hususunda toplumsal etkenlerin başlıcaları şunlardır:

1. Alıcının kaynak ile olan toplumsal ilişkisi,
2. Alıcının ait olduğu grup,
3. Alıcının toplumsal iletişim durumu,
4. Kanaat önderleri ve çok aşamalı iletişim (Gökçe, 2003: 222).

Hem özel hem de toplumsal düzeyde kitle iletişim araçlarının yarar, sakınca ve zararlarının olduğu bir gerçektir. Özellikle çocuklar söz konusu olduğunda bir kere daha düşünülmesi gerektiği kanaatindeyiz. Hem bireysel hem de toplumsal farklılıklar, özellikle 0-6 yaş grubu çocuklarda henüz ortaya çıkmamıştır. Rol model alınacak örnekler, kitle iletişim araçları marifetiyle oluşturulmaktadır. Bireyin yaşam şeklinin değiştiği günümüzde kişilerarası iletişimin yerini kitle iletişim araçları ile yapılan birey-medya ilişkisi almıştır demek yanlış olmayacaktır. Enformasyon ve bilgi arasındaki farkın yok edilmeye çalışıldığı bir ortamda bireylerin tek kaynak olarak kitle iletişim araçlarını alması önemle üzerinde durulması gereken bir noktadır. Bu hususta bireylerin özellikle çocukların sınırsız enformasyon arasından kitle iletişim araçları iletileri ile yetinmeleri tedirgin edicidir. Özellikle medya sahiplik yapılarında tekelleşmenin bu kadar yoğun olması, farklı düşüncelerin bastırılma, yok sayılma durumu kaygı vericidir. Devlet tekelinden özel yayıncılığa geçiş çok seslilik açısından ve demokrasi çerçevesinde bakıldığında bir hayli umut verici olsa da devamında gelen süreç olayı bir probleme dönüştürmüştür, medyanın karmaşık yapısı uluslararası anlaşmalar, yasalarla kontrol edilmeye çalışılmıştır. Medyadaki tekelleşme olgusu, 1990'lı yılların sonuna doğru öylesine hız kazandı ki, artık

üzerinde konuşulması ve konuya dair uyarılarda bulunması zorunlu bir noktaya gelmiştir. Sektörde irili ufaklı pek çok firmanın faaliyette olmasına karşın, iki grubun egemenliği giderek nitelik kazanmıştır. Bu grupların egemenliği, sadece sahip oldukları işletmelerle sınırlı kalmayarak, kendi aralarında yaptıkları çeşitli anlaşmalar ve kurdukları özel şirketlerle dağıtım, reklam gibi alanlarda da egemenliklerinin sınırlarını genişlettikleri görülmüştür. Bu sorun sadece medyada değil tüm sektörlerde tekel kavramını tartışmaya açmıştır.

Her ne kadar bazı kişiler tarafından izleyicilerin aktif olarak seçtikleri iletilere maruz kaldıkları ileri sürülse de tek sorumlunun birey olarak gösterilmesi eksiktir. Bireylerin yaşı, eğitimi, sosyal yapı içindeki statüleri etkilidir; bu durum çocuklar için ise farklıdır. Özellikle 0-6 yaş grubu çocuklarda yukarıda saydığımız hiçbir nitelik daha oluşmamıştır. Bu yaş grubu çocukları ebeveynlerin eğitimi, gelir düzeyleri, sosyal statüleri de elbette etkilemektedir. Fakat hepsinden önemlisi ailelerin çocuklara ne kadar kaliteli vakit ayırdıklarıdır. Tüm etmenler anne-baba olmanın verdiği gerçek sorumluluk bilinciyle birleştiğinde anlam kazanır. Kitle iletişim araçlarının haber verme, eğlendirme, farklı kültürleri tanıtmaya, internet sayesinde sanal ortamda daha özgür olma hissi, kendini ifade etme gibi olumlu özellikleri sayılabilir. Genel anlamda ise özellikle çocuklar üzerinde sakınca ve zararları şöyle sıralanabilir: Şiddet, müstehcenlik, erotizm, pornografi ve cinsel istismar (özellikle çocuklarda), tüketim kültürünü yayma, kurgusal bir dünya, daha çocuk yaşta yetişkinlerin dünyasına ait zevk, eğlence ve sorunları tanıma ve anlamlandırma, hareketsiz kalma, hem çizgi yapımlarında hem de diğer yapımlardaki karakterle daha küçük yaşta bütünleşme.

Sayılan sakınca ve zararlar bireysel nitelik taşısa da gelecekte toplumsal problemlere dönüşeceği kanaatindeyiz. 21. yüzyıl hastalığı olarak tanımlanan diğer tehlikelerin başında “teknoloji bağımlılığı” ve “Hikikomeri hastalığı” gelmektedir. “Bağımlılık”, fiziksel ve ruhsal olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Fiziksel bağımlılık, kullanılan maddeye karşı bir adaptasyon gelişmesine bağlı olarak maddenin varlığına karşı duyulan fizyolojik bir istektir. Ruhsal bağımlılık ise, kişinin duygusal ya da kişilik yapısı gereği, gereksinimlerini tatmin etme/giderme amacı ile o maddeye düşkünlüğüdür (Yeşilay, 2019).

Teknoloji Bağımlılığı ise, internet kullanımına sınırlama getirememe, yol açtığı sosyal ve fizyolojik sorunlara rağmen kullanmaya devam etme ve erişimin kısıtlandığı durumlarda yoğun endişe duyma gibi belirtilerle kendini gösteren bir bağımlılık türüdür. Televizyon izleme gibi pasif bir bağımlılık şeklinde olabileceği gibi, bilgisayar oyunları oynama gibi aktif bir bağımlılık şeklinde de olabilir (Çoşkun, 2018a: 151).

Sosyal hayattan elini ayağını çekme anlamına gelen, Japonca bir kavram olan, Hikikomeri hastalığı da 21. yüzyıl hastalığı olarak ifade edilmektedir (Simav, 2014).

Tüm bu sakınca ve zararların ötesinde çocuk ve gençler bilgiye erişimin, sosyalleşme gereksiniminin aile, okul kısacası kişilerarası iletişimden değil bu araçlardan geçtiğini kabullenmiş durumdadırlar. Anne ve babalar bilmelidirler ki evin içinde gelişip hayat bulan medya dünyası tıpkı dışarıdaki dünya kadar risklerle çevrilidir. Çocukların özellikle medyaya bağımlı durumuna gelmesinde ailelerin ev ortamını dışarıya göre daha güvenli bulmaları ve çocukların tek eğlence kaynağı olan ekranlarına dokunmamalarıdır. Aileler, mutlak suretle çocuklarının kendi odalarındaki bilgisayarlarda ya da kişisel cep telefonlarında neyi izlediği kadar ne kadar süre ile medyada vakit geçirdiğini de takip etmelidirler. Ailelere ve erken yaşta çocuğa verilecek medya okuryazarlığı eğitimi birçok sakınca ve zararı önleyebilir. Nihayet erken dönemlerde diğer bireylerle ve medya aracılığıyla girilen karşılıklı ilişkiler kısa süreli davranışları değil bir şekilde çocuğun ileriki yaşlardaki davranışlarını da etkileyen davranışlardır. Piaget'in gelişim evrelerinden ikincisi, "evreler bir hiyerarşi oluştururlar; sonraki evre önceki evrenin kazanımlarını da içerir" ve çocuğun gelişimini doğrudan etkiler (Bacanlı, 2016: 87). Böylece çocuğu zihinsel, fiziksel ve ruhsal yönden etkileyecek her türlü olumsuzluğun önlenmesi gerekmektedir.

3.3. Medya Okuryazarlığı Kavramı ve Tanımları

Medya okuryazarlığı kavramı, 1980'li yıllardan beri tartışılan fakat üzerinde fikir birliği sağlanamayan bir konudur. Medyanın yararlı yönlerinin yanı sıra sakınca-zarar gibi olumsuz özellikleri de kuramlar ve araştırmalar tarafından net bir şekilde

ortaya konulamadığı için aynı sorun medya okuryazarlığı kavramında da karşımıza çıkmaktadır. 1970'lerden itibaren ABD ana akım araştırma geleneğinin ampirik yaklaşımları çerçevesinde araştırma odağının izleyici olduğu araştırmalar medyanın etkilerini konu alırken, İngiliz Kültürel Çalışmaları ise odağını izleyiciden aracın ideolojik rolüne ve medya mesajlarının üretim ve denetim süreçlerine yöneltmişlerdir (Uysal, 2016: 24).

Kavramın farklı anlamlarının yanında medya eğitimi, medya pedagojisi, medya okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, yazılı basın medya okuryazarlığı, görsel-işitsel medya okuryazarlığı ve teknoloji okuryazarlığı olarak farklı isimlerle de eğitimin içerisinde yer almaktadır. Her ne kadar farklı isim ve farklı anlamlarda medya okuryazarlığı kullanılmış olsa da UNESCO'nun 1982 yılında Almanya'da 19 ülkeden uluslararası uzmanların katılımıyla gerçekleştirdiği toplantıda "Medya Eğitim Bildirgesi"nin yayınlanması ve ardından 1992 yılında ABD'de düzenlenen "Medya Okuryazarlığı Ulusal Liderlik Konferansı" ülkelerin medya eğitimine verdiği önemi vurgulamaktadır (Binark ve Gencel Bek, 2010: 52,53; Uysal, 2016: 25). ABD merkezli olan konuyu eğitim sorunu olarak gören bakış açısı ile medya okuryazarlığını ideolojik ve politik iktidar ilişkileri çerçevesinde inceleyen bakış açısının konumlanma noktalarının farklılığıdır. Bu anlamda konunun uzmanlarının farklı tanımlarına bakmakta fayda olacaktır.

Medya okuryazarlığı "büyük çeşitlilik gösteren formlardaki mesajlara ulaşma, bunları çözümüleme, değerlendirme ve iletme yeteneği" (Aufderheide, 1993'den akt. Bağlı, 2004: 1) olarak tanımlanmaktadır. Patrica Aufderheide'ye göre;

1. **"Tüm Medya Kurgusaldır:** Medya basitçe gerçeği yansıtmaz, aynı zamana spesifik amaçları olan yapımlar(ürünler) sunar,
2. **Medya Gerçekliği Kurgular:** Medyanın kendisi kurgusalken ürünleri bireylerin kafasında bir gerçeklik kavramı oluşturmaktadır,
3. **İzleyiciler Medyanın Anlamını Tartışır:** Medya mesaj taşısa bile bu mesajlar herkes tarafından aynı biçimde alımlanmaz. Her birimiz farklı yaşantılarımız (sosyo-ekonomik statü, kültürel geçmiş, toplumsal cinsiyet vb.) içinde anlamı filtreleriz,

4. **Medyanın Ticarî Faaliyetleri Vardır:** Çoğu medya ürünü ticari nitelikte ve kâr yönelimlidir. Medyanın şifresini çözerken kendinize şunu sormalısınız: Bunun parasını kim ödedi? Bu medya ürününün altında yatan ekonomik yapı nedir? Yapımcı, yazar, ya da direktör konuyu seçtiği ve yapıma başladığında onun seçimlerini mali baskılar nasıl etkilemektedir?
5. **Medya İdeoloji ve Değerli Mesajları İçerir:** Medya okuryazarı olan bir birey, medya metinlerinin değerleri taşıdığının ve ideolojik mesajlar barındırdığının farkındadır,
6. **Medyanın Toplumsal ve Politik Söylemleri Vardır:** Gerçekliği kurgulayan medya, ekonomik koşullar altında mesajları şekillendirmektedir,
7. **Medyada Biçim ve İçerik Yakından İlişkilidir:** Her medya kuruluşunun kendine has özellikleri mevcuttur. Gazeteleri okuyarak, televizyonu izleyerek, radyo dinleyerek önemli olaylara ilişkin çok farklı deneyimler elde edeceksinizdir. Bir medya okuryazarı kişi şöyle sorar: Bu aracın biçimi içeriği nasıl etkiliyor? Bu biçimsel kapasite iyi kullanılıyor mu yoksa boşa mı harcanıyor? Biçim içeriği ne kadar kısıtlıyor,
8. **Her Medya Kuruluşunun Kendine Has Estetik Bir Biçimi Vardır:** Medyayı nasıl 'okuyacağınızı' anlamak, medyanın bilgi aktarıcıları olduğu kadar sanat biçimleri olduğunu da anlamak demektir. Medyanın nasıl inşa edildiğini gördüğümüzde medyanın estetik değerlerini yargılayabilecek konuma gelebiliriz. Birbiriyle bağlantılı iki soru sorarız: Medya beni eğlendirdi mi? Dikkatimi çekti mi? Beni içine dâhil etti mi ve tüm bunları nasıl yaptı? Medya bana dünya ve insan ilişkilerine yönelik daha fazla şey verdi mi ve bunda benim payım ne oldu? Bunu nasıl yaptı?" (Aufderheide, 1993; İnal, 2016: 58-62, Alagözlü, 2013: 13-14).

Amerika'da Medya ve Sosyal Etki merkezinin kurucusu da olan Aufderheide, medyayı kamusal bilgi ve eylem için yaratıcı araçlar olarak kullanmak için stratejilerin sergilendiği ve analiz edildiği yer olarak görür. Aufderheide'in, medya okuryazarlığını medyanın üzerindeki perdeyi kaldırmak olarak yorumladığı görülmektedir. Medyanın doğasının çözülmesi beraberinde doğal olarak

eleştirel tutumunda geleceği varsayımına işaret etmektedir. ‘Medya beni eğlendirdi mi?’ sorusu yerine ‘beni eğlendiren şey neden medya?’ sorusu kanaatimizce daha önemlidir.

“Medya okuryazarlığı, yazılı medyadan videoya, videodan internete çeşitli yapılarda bulunan medyaya erişme, analiz etme, değerlendirme ve yaratma yeteneği için bir çerçeve sağlar” (Jolls ve Thoman, 2008: 33).

Medya iletilerine ulaşma, analiz etme, değerlendirme ve yaratma yeteneği çerçevesinde değerlendirilen medya okuryazarlığı kanaatimizce daha çok 21. yüzyılda başlayan ve daha sonraki yüzyıllarda da devam edecek gibi duran “teknoloji okuryazarlığına” yatkın bir tanım olarak değerlendirilmektedir.

“Medya okuryazarlığı kendimizi medyaya maruz bıraktığımız ve karşılaştığımız mesajların anlamını yorumladığımız bir perspektifler dizisidir. Perspektiflerimizi bilgi yapılarından inşa ederiz. Bilgi yapıları, medyanın çok yönlü olgularını, faaliyetlerini, içeriğini kişiler ve kurumlar üzerinde etkilerini görebileceğimiz platformlar oluşturur. Ne kadar bilgi yapısına sahipsek o kadar medya olgusunu görebiliriz. Bilgi yapımız ne kadar gelişmişse gördüğümüzü anlamaya yardımcı olacak bağlama o kadar sahip oluruz” (Potter, 2004: 58).

Çocukların bilgi yapılarının henüz oluşmadığı, hayata ve insanlara karşı tecrübesizlikleri göz önüne alındığında, medya okuryazarlığının erken çocukluk döneminde önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Sadece çocukların değil ailelerin de eğitim, sosyo-ekonomik durumları ve kültürleri de medyadan etkilenme halini etkilediği için yetişkin medya okuryazarlığı da önemlidir. Özellikle medyaya dair bilgi yapılarının hangi koşullarda ve nasıl oluştuğu konusunda bilinç kazandırılması ve medyanın bu yapılar içindeki rolü tartışılmalıdır. Medyanın kurgusal bir ticarî dünya olduğunu anlamak ve yorumlamak için medya okuryazarlığı geniş bir çerçeveden yorumlanmalıdır. Medya okuryazarlığı medya dünyasına girdiğimizde, karşılaştığımız iletilerin anlamını yorumlarken sergilediğimiz bir duruş veya bakış açısıdır (Potter, 2010’dan akt. Şahin, 2011: 6). Medyaya karşı sergilenecek duruş ve bakış açısı ancak medya okuryazarlığı eğitimi ile sağlanabilir. Potter’e göre, medya okuryazarlığının yüksek ve düşük olmak üzere iki farklı düzeyi vardır. Potter,

yüksek medya okuryazarlığının bireyin yararına olduğunu varsaymakta ve bu düzeye erişmek için de medya okuryazarlığının sürekliliğini, geliştirilmesi gerektiğini, çok boyutlu olduğunu vurgulamaktadır (Binark ve Gencel Bek, 2010: 54). Medya okuryazarlığı eğitiminin sadece okullarda verilmesinin sorunu çözemeyeceği açıktır. Sürekli bir eğitim için hem devlet hem de sevil toplum kuruluşları çaba sarf etmelidir. Potter, medya okuryazarlığının çok boyutlu yönünü (becerilerini) ise; bilişsel donanım, estetik donanım, ahlakî donanım ve duygusal donanım olarak belirtmektedir (Binark ve Gencel Bek, 2010: 54).

Medya okuryazarlığı becerileri olarak da ifade edilen bilişsel donanım; medya ile etkileşirken gerekli olan zihinsel beceri ve işlemleri ifade eder. Zihinsel süreçler, sembollerin yüzeysel anlamını yakalamak gibi basit bir süreç olabileceği gibi; iletinin olduğu bağlamın çözümlenmesi ve kaynağın örtük niyetinin fark edilmesi de olabilir. Duygusal donanım; medya ile etkileşirken yaşanan korku, heyecan, sevinç, üzüntü, panik, mutluluk, kaygı gibi hislerle ilgilidir. Estetik donanım ise; medya iletilerini sanatsal ve estetik bakış açısıyla okuyabilmeyi gerektirir. Değerler donanımı ise; iletilerin temelinde yatan açık ve örtük biçimde sunulan değerlerin farkına varabilmeyi ifade etmektedir (Potter 2010'dan akt. Şahin, 2011: 8-11).

Douglas Kellner'e göre medya okuryazarlığı, medyanın nasıl işlediği, anlamları nasıl kurduğu, kültürel bir pedagoji formu olarak nasıl hizmet gördüğü ve günlük yaşamda nasıl bir işlev kazandığına ilişkin bilgiyi içermelidir (İnal, 2016: 100). Medya okuryazarlığı kavramının ortaya çıktığı Anglosakson ülkelerde, medya okuryazarlığının eleştirel çözümleme sürecine ve kişinin kendi mesajlarını (basılı, işitsel, görsel, çoklu medya ile) oluşturmayı öğrenmesine gönderme yaptığı genel kabul görür (Hobbs, 2004'ten akt. Pekman, 2016: 39).

“Öğrencilerin medya üzerinden sunulan tüm materyallerin hazırlanış süreçlerini ve amaçlarını tanıyıp seçicilikle, eleştirel bir gözle tüketmesi medyayı ‘okuması’; kendi çevresinden topladığı bilgileri alternatif bir format ve ortamda sunması, imkân varsa yayınlaması ise, ‘yazma’ olarak kabul edilmektedir” (Bilici, 2014: 29).

Medya okuryazarlığına yönelik farklı yaklaşımlar, aynı şekilde kavramın farklı anlamlarını doğurmuştur. Genel olarak farklı bakış açılarını şu şekilde toplamak mümkündür:

1. Kamu politikası sorunu olarak- düzenleyici kurallar ve ebeveyn denetiminin öngörülmesi,
2. Kültürel üretim ve tüketim sorunu olarak- medya temsil pratiklerinin ve izler küme alımlama pratiklerinin incelenmesi,
3. Bilişsel beceri sorunu olarak- birtakım becerilerin kazandırılması,
4. Medya etkileri sorunu olarak- şiddet, cinsiyetçi içerik ve basmakalıp yargıların denetlenmesi,
5. Ekonomi-politik sorunu olarak- medya sahipliğinin ve ideolojinin sorunsallaştırımı,
6. Üretim sorunu olarak- türsel uzlaşıların ve teknolojinin incelenmesi,
7. Estetik sorun olarak- medya dilinin, gramerinin ve artistik ifadenin incelenmesi (Binark ve Gencil Bek, 2010: 60-61).

Türkiye’de medya okuryazarlığı bir kamu politikası olarak Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ile Milli Eğitim Bakanlığı işbirliği içinde ele alınmaktadır. Bu bağlamda ele alınan medya okuryazarlığı tanımına bakmakta fayda vardır. RTÜK internet sitesinde Medya okuryazarlığı; *yaygın kabul gören tanımıyla, çeşitli türden (görsel, işitsel, basılı, vb.) medya mesajlarına erişebilme, erişilen medyaları eleştirel bakış açısıyla çözümleyip değerlendirebilme ve kendi medya iletilerini üretebilme becerisidir.* (RTÜK, 2016a).

Kanaatimizce medya okuryazarlığı; bireylerin çeşitli türden medya mesajlarına erişebilme, erişilen medyaları eleştirel bakış açısıyla çözümleyip değerlendirme ve kendi medya iletilerini oluşturabilmelerinin yanı sıra medya ile aralarına mesafe koyabilme becerisinin geliştirilmesidir. Mesafe koyabilme becerisinden kastedilen bireylerin yüz-yüze iletişime daha fazla önem verilmesinin gerekliliğini fark edebilmeleridir.

3.4. Çocuk ve Medya Okuryazarlığı

Çocukluk, insan hayatında geçip giden bir dönem değildir. Bu dönem ileride nasıl bir yetişkin olacağınızı belirleyen önemli bir güce sahiptir. Bu sebeple çocukların, zihinsel, fiziksel ve ahlâkî gelişimine zarar verebilecek, onları istismar edebilecek her şeyden korunması gerekmektedir. Ne yazık ki çocuk istismarının yaşandığı en yaygın alan bugün medyadır. Bu sebeple çocuk ve medya ilişkisini incelemekte oldukça fayda vardır.

3.4.1. Çocuk Kavramı

“Çocuk, en eski uygarlıklardan başlayarak insan soyunun kaynağı, varlığının göstergesi ve gelecekteki temsilcisi olarak görülmüştür” (Mutluay, 2007: 7). Çocuk, korunmaya muhtaç olandır. Bu sebeple çocuğa her geçen dönem daha fazla önem verilmeye çalışılmıştır. Özellikle 20. yüzyıl bu konuda dönüm noktasıdır. Uluslararası mevzuat ve Türk mevzuatı açısından herkes 18 yaşını dolduruncaya kadar küçük addedilir. Çocuğa “sabi” de denilmektedir.

3.4.2. Çocuğun Savunmasız Oluşu Neden Önemlidir?

Yukarıdaki tanımdan çıkarılacak önemli ifade, çocuğun savunmasız olma halidir. Çocuk ve çocukluk dönemi, savunmasız olma sürecini ifade etmektedir. Bu süreç gelişimle birlikte sorumluluğu anneden ve babadan (ebeveynden) alarak bireyin sorumluluğuna bırakır. Sorumluluğu çocuğun üzerine alma durumu gelişimle birlikte paralellik gösterir denilebilir. Gelişim, bireyin doğum öncesinden başlayıp ölümüne kadar bedensel, zihinsel, duygusal, sosyal, ahlâkî ve cinsiyet gelişimi bakımından geçirdiği tüm değişim ve gelişmelerdir (Başal, 2012: 4). Gelişim, anne rahminde ilk oluşma evresinden itibaren başlayan ölüme kadar devam eden düzenli ve sürekli değişimler olarak ele alınır (Yavuzer, 1995: 29). Geriye dönüş ya da durma olmaksızın, bazen yavaş, bazen hızlı ileriye doğru sürer. Gelişme hızı her yaşta aynı değildir, gelişim alanlarının da farklı zamanlarda gerçekleştiği görülmektedir (Cirhinlioğlu, 2010: 6).

Gelişimin üç alandan oluştuğu söylenebilir: Duygusal (psikososyal), bilişsel (zihinsel, algısal) ve fiziksel (davranışsal) (Ertürk ve Akkor Gül, 2006: 19).

Çocuğun bilişsel gelişimi kanımızca diğer iki alanı etkilemektedir. Çünkü doğuştan getirilen sinir hücreleri her gecen gün artmaktadır. Beyinde oluşan değişiklik sinir hücrelerinin birbirine bağlanmasıdır. Sinir hücreleri sinaps adı verilen küçücük boşluklarla birbirine bağlanmaktadır. Yaşamın ilk aylarından itibaren oluşan bu bağlantılar, dışarıdan gelen uyaranlar tarafından güçlendirilip kalıcı hale gelmekte ve bu bağlantıları kalıcı hale getirmektedirler. Bebeğe ilk yıllardan itibaren ilk uyaranları veren anne-baba ve yakın çevresidir (Başal, 2012: 40). Aile ve yakın çevre gelişim evresinde önemli rol oynamaktadır. Çocuğun gelişimine yönelik farklı bakış açıları olsa da Freud kişilik oluşumunda ilk altı yıla ayrı bir önem vermektedir. Freud'un kişilik gelişimi birbirini izleyen beş psikoseksüel döneme ayrılır.

Bu dönemler oral, anal, faillik, gizil (latent) ve genital olarak adlandırılmıştır. Her evreye ait sorun çözülmemesi durumunda ya da ihtiyaçların aşırı doyurulması halinde bu dönemde kişinin o dönemde saplanma yaşayacağı vurgulanmıştır (Ergin ve Yıldız, 2014: 8; Başal, 2012: 202-204). Freud'un kişilik kuramında anne, baba ve cinsellik kavramları önemli yer tutmaktadır. Erikson ise Freud' a göre iki farklı noktaya dikkat çekmiştir. Çocuklar ebeveynleri tarafından biçimlendirilen pasif bireyler değildir ve cinsel dürtüler daha az önemlidir. Çevreye uyum sağlama ön plandadır (Ergin ve Yıldız, 2014: 9). Bu hususta çocuğun gelişimi; bilişsel, duygusal ve fiziki gelişim açısından incelendiğinde ortak bir kuramsal yaklaşım görmek zordur. Lâkin burada ifade edilen ya da edilemeyen diğer kuramların önemle vurguladığı nokta “çocukluk” dönemi diyebiliriz. Bu çalışmada hem gelişimin açıklanması hem de somut olması hususunda Jean Piaget'in Bilişsel Gelişim Kuramı temel alınacaktır.

“Piaget, ‘zeka’yı organizmanın çevreye uyum sağlamasını kolaylaştıran süreç olarak tanımlar” (Bacanlı, 2016: 83). Piaget, çocuğun dünyaya gelir gelmez dünya hakkında bilgi toplamaya başladığını, bilgisi şekillendikçe birbirine bağlı zihinsel gelişim evrelerinden geçtiğini savunur. Biliş (cognition) sözcüğü dünyayı anlamayı öğrenmeyi içeren zihinsel faaliyetlerdir (Yavuzer, 1995: 42). Bu kuramın temelini “şema” kavramı oluşturmaktadır. Piaget zihinsel bir tasarım olarak şemayı

tanımlamıştır. Piaget, doğuştan var olan bilgi veya düşünceleri kabul etmediği gibi çocukların kendi deneyimlerine dayanarak dünyayı anlamlandırmak üzere yeni yapılar kurduğunu söyler (Yavuzer, 1995: 42-44; Bacanlı, 2016: 83-85; Ergin ve Yıldız, 2014: 13).

Çocukların dünyaya dair bilgisizliği ve deneyimsizliği dikkate alındığında, sınırsız bilgi bombardımanı sağlayan kitle iletişim araçlarına karşı çocuğun bilinçlendirilmesinin diğer bir ifade ile medya okuryazarı olmasının önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır.

3.4.3. Çocuğun Gelişim Dönemleri

0-2 Yaş Duyu Hareket Dönemi: Duyu ve hareketler aracılığıyla çevreyi tanımaya çalışan bebeğin, doğuştan getirdiği refleksler zamanla istendik davranışlara dönüşür. Dönem sona ermeden nesne sürekliliği kazanılır. Çocuklarda doğumdan sonraki birinci yılda bebeğin ilk cinsel duyguları, yıkanma ve altının değiştirilmesi ile ortaya çıkmaktadır. Bu dönemin en önemli kazanımı hedefe yönelik davranıştır (Yavuzer, 1995: 124).

2-7 Yaş İşlem Öncesi Dönemi: Görüntünün etkisi altındaki çocuk benmerkezcidir. Korunum ilkesi gelişmemiştir. Korumum ilkesi, eşit miktarlardaki maddelerin (sıvı miktarı, sayı, ağırlık, uzunluk, alan ya da hacim) farklı görünecek şekilde yeniden düzenlenmiş olsalar bile aynı kaldıklarını kavrayabilme yeteneğidir (Köksal Akyol, 2015: 58). İnsana ait tüm duygular gibi bu duygu da zamanla gelişecektir. Bu dönemde çocukların ilk kullandıkları şemalar nesnelerin taklit edilmesi ve yüz ifadelerine dayanır. Çocuklar cansız varlıkları da canlı kabul eder ve onların kendilerini anladıklarını düşünürler (Bacanlı, 2016: 91-93).

7-11/12 Yaş Somut İşlemler Dönemi: Korunum ilkesi kazanılır, somut nesneler üzerinde işlem yapabilir, benmerkezci düşünce ortadan kalkar, diğer insanların da düşünceleri olduğu kabul edilir. Sınıflama, gruplama becerileri gelişir. (Köksal Akyol, 2015: 57-58).

11/12 Yaş ve Sonrası Soyut İşlemler Dönemi: Soyut kavramları anlayıp bunlar üzerinde düşünce üretebilir (Shaffer ve Kipp'ten akt. Ergin ve Yıldız, 2014: 13). Çocuk her öğrendiği bilgiyi zihnindeki şemaya uydurmaya çalışır. Mevcut şemalar yeterli gelmeyince yeni şemalar oluşturur. Yaş ile doğru orantılı bir şekilde beyin ve sinir sistemi geliştikçe daha karmaşık şemalar kurabilir (Ergin ve Yıldız, 2014: 104-107). Çocuğun gelişiminde aile ve çevre doğrudan etkilidir. Böylece çocuğun gelişim dönemine katkı sağlayacak uyarıcıların varlığı önem kazanmaktadır. Şehirleşme ile birlikte başta çocukların evde vakit geçirme zorunluluğu dikkatleri medyaya yöneltmiştir. Bu haliyle çocuğun zengin bir uyarıcı dünyası olan medya ile ilişkisi sorgulama zeminine oturturulmuştur. Zengin uyarıcı dünyası ile çocuk arasında zamanla sıkı bir duygusal bağ kurulmaktadır. Aileler çocuğun öğrenme, vakit geçirme gibi temel ihtiyaçlarını medya ile gidermesinde çoğu zaman bir bahis görmemektedir. Tabir yerinde ise bebeklikten çocukluğun önemli bir kısmına kadar çocuğun medya ile olan ilişkisini “gözünün önünde” olması bakımından onaylamaktadır. Bu durumda aileler çocukların zihinlerini tanımadıkları kişilere emanet ettiklerini fark etmelidirler.

3.4.4. Medya Okuryazarlığının Çocukluk Döneminde Önemi

0-2 Yaş Grubu: Birçok yeni doğan bebeğin televizyon ya da bilgisayar ekranına gözünü dahi kırpmadan baktığı gözlenmiştir. Hızlı, renkli ve sesli bu görüntüler, bebek için oldukça dikkat çekicidir; fakat hızlı ve akıcı görüntüler, bebeğin kalıcı şemasal alışkanlıklar oluşturmasını güçleştirebilir. Erken dönemde çocuğun aşırı bir şekilde televizyona maruz kalması, çocuğun etkili bağlantılar kurmasını sağlayan fiziksel beyin gelişimini etkileyeceğinden dikkat sürekliliği açısından bozucu etki oluşturmaktadır (Morgan'dan akt. Ertürk ve Akkor Gül, 2006: 34; RTÜK, 2006: 59).

Televizyon karşısında zaman sınırı olmadan bırakılan bu yaş grubu çocuklar, sürekli kendilerine konuşan bir dünya ile karşı karşıya kaldıkları için konuşma, anlamlı jest ve mimikler, ses çıkarma ve cümle kurma gibi gerekli olan fonksiyonların gelişiminde gecikmeler ve yetersizlikler oluşabilir (Ertürk ve Akkor Gül, 2006: 34). Konuşmayı öğrenmeden bir çocuğun televizyon seyretmesi, onu tembel bir iletişim faaliyetine alıştırmaktadır. Böylece çocuk okumayı öğrenme ve okumayı devam

ettirme becerisinden yoksun kalabilmektedir (Amerikan Psikiyatri Derneği'nden aktaran Ertürk ve Akkor Gül, 2006: 34). Bu dönem için ailelerin bilinçli olması ve bu konuda hassasiyet göstermesi gerekmektedir.

2-7 Yaş Grubu: Bu yaş dönemi çocuklar dış dünyayı zihni semboller ile tasarımıyacak güçtedir. Piaget bu dönemi mantık öncesi olarak adlandırmış ve çocukların mantıksal düşünme yeteneğinden yoksun olduğunu vurgulamıştır. Bu yaş grubundaki çocuklar aktarılan tüm görüntüleri somut olarak yorumladıkları için gerçek ve hayal olanı ayırt edemezler. Cansız nesnelere insan özellikleri yükledikleri için çizgi film karakterlerini taklit edebilirler. Taklitçilik model alma özelliği olduğu için çocuk model aldığı kişilerin özelliklerini benimser ve özdeşim kurar. Kendini Pokemon sanıp atlayan birçok çocuk vardır. Keza çocuklar evde bir koltuktan diğerine kendilerini Süpermen zannederek de atlar. Kötülerin peşinden gideceklerini savunurlar. Superman hangi kötü ile savaşıyorsa çocuğun “kötü” algısı da ona göre şekillenecektir. ABD’de Superman karakteri, 1933 yılında bir çizgi roman kahramanı iken 1942 yılından sonra güvenlik güçlerinin safına katılmıştır (Alemdar ve Kaya, 1983: 4-5).

Çocukluğun en önemli özelliği olan oyun oynama davranışı, bu dönemde kitle iletişim araçları nedeniyle kesintiye uğramakta hatta yok olmaktadır. Çocuğun gelişimi açısından oyunun önemi yadsınamaz bir gerçektir. Çocuklar bu çağlarda oynadığı oyunların hikâyelerini kendileri uydurur. Kendi hikâyelerindeki farklı karakterin yerine kendisini koyar. Bazen emir alır, bazen emir verir. Hem öpen olur, hem öpülen. Böylece kendisini “öteki” olarak algılar. Süreç içerisinde kimliğinin olasılıklarını bu özdeşleşmelerle oluşturur. Böylece ileride “kimim ben?” sorusunu yanıtlayacaktır (Tisseron, 2010’dan akt. Tural Cheviron, 2013: 74).

Sorunlar karşısında şiddet, yalan söyleme genel ve toplumsal ahlâka aykırı işlere başvurulması çocukların dünyasında aile, çevre ve yahut kitle iletişim araçları ile yer etmektedir. Şiddet kültürü şiddeti meşrulaştıran ve/veya şiddeti çatışmalı durumlarda başvurulabilecek en uygun araç olarak gören bir ilişkiler bütünü ve ifade tarzı pratiklerdir (Galtung, 1998’den akt. Çoban, 2016: 168). Prime time olarak ifade edilen 20:00 ila 22:59 arası zaman dilimlerinde “Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz, Çukur” vb. dizileri, ilköğretim çağındaki çocuklar tarafından ilgiyle izlenildiği

gözlemlenmiştir. Bazı 6. sınıf öğrencilerin kollarına “çukur” dizisinin ismini dövme şeklinde yazdığı ise diğer bir gerçektir. Ahlâk ve dil gelişimi de televizyondan etkilenmektedir. Neyin iyi, neyin kötü olduğu olaylara nasıl yaklaşılması gerektiği yine televizyon dünyası tarafından çizilmektedir. Kötü anlamlı sözcük kullanımı (aptal vb.) sinirlendiğinde kendini karşı tarafa ifade etmede kullanılabilmektedir.

Bu yaş grubu çocuk, olumsuz bir iletiden olumlu bir özellik çıkaramaz (RTÜK, 2006: 59). Bu anlamı kurgulamak ve yanlış bağlantılarla olaylara anlam yükleme durumu sakıncalı düşünce yapısının oluşmasına yardım etmektedir.

İnsanın en önemli yönü olan sosyal olma özelliği, daha öncede vurgulandığı gibi zarar görür. Hem göze hem de kulağa hitap etmesi açısından önce televizyon, özellikle 2000’li yıllarda kullanımı çok yaygın olan bilgisayar-internet ikilisi, bireylerin en önemli özelliği olan kişiler arası iletişimde yüz-yüze iletişime zarar vermektedir. Bu husus, bireylerde insana dair duyguların makine üzerinden aktarıldığı kadarıyla yaşayarak “gerçekmiş” algısı yaratmaktadır. Duyguların ve çok yönlü ilişkilerin sınırlı bir şekilde yaşanmasına sebebiyet vermektedir. İnsana dair beş duyu olan; görme, koklama, işitme, tat alma ve dokunma yetilerinden sadece görme ve işitme yetisi sürekli çalışmaktadır.

Dünyaya dair yeni bilgi toplayan çocuklar, özellikle haberlerden olumsuz iletileri alarak dışarıdaki hayatın ne kadar kötü ve güvenilmez, korkulması gereken bir yer olduğu düşüncesine sahip olacaktır. Bunun yanında ailede de şiddet ortamı var ise çocuk hem evin hem de dışarısının ne kadar yaşanması ve tahammülü zor bir yer olduğu algısına sahip olacaktır. Her insanın bir yaşam zemini vardır. Bu zemin ne kadar sağlıklı ve umut dolu olur ise atacağı adımlar da o kadar güzel olacaktır. Bu hususta alınan her ileti o yaşam zeminine bir taş ekler. İlk alınan iletilerin sağlıklı olması bunun yanında sağlıklı değilse bile aile tarafından açıklanarak algı dünyasına bu şekilde yerleştirilmesi önemlidir. Birazdan açıklanacak olan somut işlemler dönemini şekillendirecek olan bu zemindir.

Bu dönemde çocukta aşırı duyarlılık ve kolay etkilenme görülmektedir. Kendi yaş grubunun görüş ve önerileri kabul edilirken erişkinlerin görüşlerine karşı koyulur (Yavuzer, 1995: 118).

7-12 Yaş Grubu: Bu yaş dönemi çocuk, somut fikirlere sahip olsa da gelişmeye başlayan soyut düşüncenin etkisiyle, televizyondaki görüntüleri erişkin düzeye yakın bir biçimde yakalamaya başlar (Ertürk ve Akkor Gül, 2006: 35). Fakat bu dönem, çocukları yalnızca doğrudan kişisel deneyim yaşadıkları şeyler hakkında akıl yürütebilirler (Ergin ve Yıldız, 2014: 118). Kimlik ve kişilik özelliklerinin farkına varmaya başlar ve kazanılan yeni özellikler güçlü şekilde savunulur. Bu nedenle kaybetme, yitirme ve değişme olasılığı çocuğu korkutur ve güvensiz kılar (RTÜK, 2006: 61). Özellikle reklamlar bireylerde eksiklikler üzerine odaklanarak, daha güzel olabilmeyi tüketilecek ürün ile özdeşleştirdiği için bu yaş döneminde reklam mesajları ayrı bir önem taşımaktadır. Kadın ve erkek rollerinin medya içeriklerinde tekrar tekrar üretilmesi ile herkes ve her şey aynılaştırılır. Kadın çamaşır yıkar. Ama erkeğin çamaşır yıkayıp astığı pek gösterilmez ya da hiç gösterilmez.

Bu dönem aile ya da arkadaşların bakışı ve yorumlarıyla, düşünme yeteneğinin şekillenebildiği bir süreçtir (Ertürk ve Akkor Gül, 2006: 35, Ergin ve Yıldız, 2014: 118-119). Özellikle haber izleme edimi, tüm ailenin birlikte olduğu saatlerde gerçekleşmektedir. Haber programlarının “gerçek” algısı diğer programlara göre çok yüksektir. Genellikle kamuoyu yoklamalarında haber eşittir gerçek olarak yorumlandığı görülmüştür. Böylece çocuğun şaşırma-korkma durumu 7 yaşında daha fazla; 12 yaşında ise daha düşük düzeyde kalmaktadır.

Haberlerin erken yaşta bir stres kaynağı olduğunu söylemek mümkündür. Batı ülkelerinde yapılan araştırmalar, ortalama olarak bir çocuğun 14 yaşına gelinceye denk televizyonda 11.000 cinayet sahnesine tanık olduğunu ortaya koymaktadır. Bu hususta araştırmalar çocukların çizgi filmlerde %94 oranında şiddet ve cinayet olaylarına maruz kaldıklarını göstermektedir (Yavuzer, 1995: 239). Tom ve Jerry çizgi filminde çatal bıçaklar dahi şiddet aracı olabilmektedir. Bu, evdeki herhangi bir eşyanın her an suç işlemek için kullanılmasına kötü bir örnek teşkil etmektedir. Ayrıca kavga, cinayet, hırsızlık gibi kötü olaylara tanıklık çocukta yalnız kalamama uyku bozukluğu ve kötü rüyalar yahut kötü hayaller kurma yolu ile anne ya da babaya aşırı bir ilgi doğurabilir. Ayrıca Yavuzer’e göre bu kadar aşırı şiddet eylemlerinin zamanla cinsel haz yerine de geçmeye başladığı görülmektedir (Yavuzer, 1995: 239). Bu hususta şiddet içeren yapımlara maruz kalan okul öncesi ve ilkokul dönemi çocukları izledikleri şiddeti taklit etmeye eğilimli oldukları için

sadece anne-baba ya da arkadaşları ile kısa vadeli sorunlar yaşamakla kalmadığı çeşitli araştırmalarla gösterilmiştir. Böylece çocukluktan getirilen sorunlar erginliğe aktarılmış olur.

Dünyada ve ülkemizde çeşitli intiharlarla ilişkilendirilen Mavi Balina isimli bilgisayar oyunu verdiği talimatlarla öldürme üzerine kurgulanmıştır (BBC Türkçe, 2019). Bu çocukların ilk yetişkinlikte saldırgan davranışları önceden tahmin ettikleri görülmüştür (Berk, 2013: 388). Medya yolu ile şiddet sonucunda saldırganlığa karşı duyarsız kalındığı görülmektedir. Kısacası gerçek hayatta korkuya ve dehşete nasıl alışılabilirse, bazı görüntülerin uyandıracığı korkulara ve acılara da alışılabilir (Berk, 2013: 388, Sontag, 2003: 82). Özellikle bu yaşlarda çocukların benmerkezcilikten çıkmış olması nedeniyle onların anne-baba, öğretmen ve arkadaşları ile kurdukları bağ önemlidir. Anne ve babanın çocuğun yanında olmaları kendilerini güçlü hissetmelerine sebep olur (Yavuzer, 1995: 121).

Cinselliğin ekranlarda fütursuzca sergilenmesi, uyarılma sorununu da beraberinde getirmektedir. Elbette ki bu tür filmlerin, oyunların kısacası aynı konulu tüm medya mesajlarının bireyleri etkilemesi yaşa, kişilik özelliklerine, aile içi iletişime ve bulundukları coğrafyada cinselliğe nasıl yaklaşıldığına kadar bağlı bir gerçektir. Bu tarz içeriklere maruz kalınması bazı çocukları aşırı uyarmakta, bazılarında nefret ya da suçluluk duygusunun oluşumuna, bazı çocuklarda cinsel suçun işlenmesine ya da normalden sapan davranışa neden olmaktadır (Yavuzer, 1995: 239). Erken uyarılma ile birlikte çocuklarda tıpkı diğer fizyolojik ya da psikolojik ihtiyaçları karşılama hissi doğacak ve bu durum özellikle Ülke coğrafyasında konuşulması “ayıp” karşılandığı için hem bu yaş dönemi hem de ileriki yaş döneminde ciddi sıkıntılar doğurabilecektir. Bu sebeple aile, cinsel konularla ilgili sorulara yaşa uygun olarak cevaplar vermeli, çocuğun merakı giderilmelidir (Cırhinlioğlu, 2010: 153).

13-18 Yaş Grubu: Bu yaş grubu, mantık kurallarını soyut olaylara uygulayabilir ve soyut kavramları anlayabilir. Neden-sonuç kurabilme durumu gelişmiştir (Köksal Akyol, 2015: 60). Piaget’e göre, içinde yaşanılan toplum ve kültürel çevre çocuğun bilişsel gelişimini etkilemektedir. Çocuk bir aşamadan diğerine, daha önceki aşamalardaki düşünce tarzı yetersiz kaldığı ve çevreye uyum sağlamak zorunda olduğu için geçer (Cüceloğlu, 1998’den akt. Köksal Akyol, 2015: 62).

Toplumun yapısı, değerleri ve inançları soyut işlemler dönemindeki ergenlerin ilgisini çekmektedir. Bu dönemi diğer dönemlerden ayıran önemli bir farklılık ise, bir olayın değişik yollarını görebilme ve bilginin soyut olarak iletilmesi durumudur (Ergin, Yıldız, 2014:121). Bu yaşlarda aile ortamından ziyade arkadaş ilişkileri ön plana çıkmaktadır. Bu dönemde ahlâkî akıl yürütmelerinde sosyal standartlar başkalarının yargılamalarına odaklanır (RTÜK, 2006: 64). Özellikle sosyal medyanın gelişimi ile birlikte “görünürlük” artmıştır. Sosyal medya araçlarındaki şekli farklı olsa da “beğenme” butonu, aslında daha doğru bir ifade ile beğenilme arzusu, takip edilme arzusu için “her yol mubahtır” anlayışı benimsenmiştir demek yanlış olmayacaktır. Takdir edilme duygusu, daha ilk yaşlarda başlamakta ve çocuklukta bu duygunun tatmin edilmesi en önemli değerlerden biri olan özgüven duygusunu oluşturmaktadır. Özgüven duygusunun oluşumunda yaşlıların sevgi ve onayını kazanmak en önemli gereksinimlerden biri olarak gösterilmektedir (Mckay ve Fannig, 2012: 117). Fakat bu takdir edilme, herhangi bir üretim gerçekleştirip sergileme yönünden çok mahrem ya da daha özel anları paylaşmak üzerine kuruludur. Sadece çocukların değil ailelerinde sosyal medyayı ne amaçla kullandığı ve sosyal medyada ne paylaştığı önemlidir.

3.5. Medya Okuryazarlığı Yaklaşımları

Medya okuryazarlığı kavramına getirilen farklı tanımlamalar beraberinde çeşitli medya okuryazarlığı yaklaşımlarını getirmiştir. Medyanın etkilerine karşı bireyleri korumayı amaçlayan korumacı yaklaşım, diğer yanda ise siyasal ekonomik ve kültürel zeminde medya mesajlarının eleştirel gözle okunmasını hedefleyen eleştirel yaklaşım alanın iki farklı temel zemini oluşturmaktadır. Burada korumacı yaklaşım ve eleştirel yaklaşım temel hatları ile incelenecektir.

3.5.1. Ana Akım Medya Okuryazarlığı (Korumacı Yaklaşım)

Hedef olarak çocukların medyanın zararlı içeriklerinden korunması gerektiği fikrine temel oluşturan bu anlayış, ebeveynlere, öğretmenlere ve devlete çocukları “koruma” görevini yüklemektedir. Böylece konuyu eğitim sorunu olarak gören ve daha çok medyanın olumsuz etkilerinden korunmayı hedefleyen ABD merkezli korumacı yaklaşım okullara önemli görevler vermiştir (Uysal, 2016: 32).

Savunmasız yaş grubunu oluşturan çocukların gönderilen mesajları algılayıp yorumlayamayacakları öne sürülmektedir. Ebeveynlere ve öğretmenlere hangi medya içeriklerinin zararlı olduklarını ve hangi medya ürünlerini takip edip etmemeleri gerektiği konusunda çocuklara yol gösterici görevini yüklemektedir. Özellikle medyanın başta çocuklar olmak üzere tüm bireyleri etkilediğini savunan iletişim kuramcıları, medya okuryazarlığı aracılığıyla kitle iletişim araçlarının okullarda öğretilmesi gerektiğini savunmuşlardır. Popüler kültür hakkında öğretim, radikal bir keşif değil, fakat öğrencilere kitle iletişim araçlarının ayartıcı (doğru yoldan saptırıcı) etkisinden kendini korumayı öğrenme yöntemi olarak sunulmuştur (İnal, 2016: 85). Eğitim çerçevesinde düşünüldüğünde, korumacı yaklaşım, genellikle öğretmenin öğrenciye medyanın olumsuz etkileri konusunda gerçeklerin ve mesajların manipülasyonunu anlattığı ve öğrencinin sessizce dinlediği ve sınav için not tuttuğu öğretici odaklı bir sınıfa yol açmaktadır (Hobbs'dan aktaran Alagözlü, 2013: 6). Ayrıca medyanın yaygınlığı ile birlikte çocuk ve gençlerin ilgisi düşünüldüğünde dışarıdan gelen uyarıcının çok da anlamlı olmayacağı açıktır. Önemli olan çocuğun kendisi için doğru ve yanlış iletiyi seçebilmesidir.

Korumacı yaklaşım eğitimcilerin; öğrencilerin iletişim becerilerini geliştirme, ırk, sınıf ve cinsiyet eşitsizliğine dikkat çekme, demokrasi, yurttaşlık ve politik katılımıyla ilgili tavırları iyileştirme, iletişim politikalarını ve medya endüstrisi pratiklerini gözden geçirme, kişisel gelişime yardımcı olma, gençleri kimyasal madde bağımlılığı, şiddet, materyalizm ve kültürün ticarileşmesi gibi konularda bilinçlendirme ve kariyer becerilerini ve eğitim kalitesini iyileştirmek gibi çeşitli amaçları olduğunu belirtmektedir (Hobbs, 1998, s.18'den akt. Algan, 2016: 67).

Bu yaklaşımda, medyanın olası olumsuz etkilerinin medya okuryazarlığı sayesinde önlenebileceği anlayışından yola çıkılmaktadır. Şırınga Modeli bu anlayışın en somut göstergesidir. Model gereği kitle iletişim araçları mesajlarını üretir ve şırınga misali herkese enjekte eder. İstenilen etki-tepki sağlanmış olur (Mutlu, 2008: 24; Erdoğan ve Alemdar, 2005: 60). Bu modeli doğrular örnekler bulmak hiç de zor değildir. Gençlerin bir dönem dizi karakteri Polat Alemdar gibi giyinme ve davranış sergilemeleri, çocukların kendilerini Pokemon sanıp camdan atlamaları, dizide ölen bir karakter için gıyabi cenaze namazı kılınması bunlardan bazılarıdır. Böylece medyada olumsuz etkinin daha çok olduğu varsayımından

hareketle çocukların zihinlerine medya okuryazarlığı eğitimi ile kendileri için olumsuz olabilecek her şeye karşı kalkan oluşturulmak istenmektedir. Bu amaçla verilecek eğitim, yine medya aracılığı ile verileceği için çocuk ve gençlerin medya ile kurdukları duygusal bağ göz ardı edilmemelidir. Hobbs, bu anlayışın gençlerin medyayla olan duygusal bağımlılığın göz önüne almadığını ve medyayı kullanmaktan aldıkları zevki küçümsemediğinden dolayı, medya analizi ve sorgulamasını gerçekleştirmek yerine gençlerde şüphecilik uyandırdığını ifade etmektedir (Akt. Algan, 2016: 68).

Çocuk ve gençleri zararlı olan herhangi bir şeyden öğretmen ya da anne babalar istedikleri için vazgeçirmeye çalışmak oldukça zordur. Medyanın olumsuz yanlarını görmelerini sağlamak, istenilen bir medya okuryazarlığı için yeterli değildir. Medya, bireylerin birçok duygusuna hitap etmektedir. Günümüzde bireylerin yalnızlaştığı hemen her uzman tarafından vurgulanan bir gerçek iken kitle iletişim araçlarından korumak, onları kötü ilan etmekten değil, aksine onlar üzerinde detaylı bir eleştiriyi beraberinde getirmelidir. Şöyle ki, okul ortamında medya okuryazarlığı dersi kapsamında fark ettirilmesi amaçlanan medyanın olumsuz etkileri, bireylerde eleştiri ve analiz yeteneğini geliştirmede yetersizdir. Çocuklar üzerinde etkili olamayacaktır. Çocuklar ve gençler, evde annenin ve babanın izlediği her türlü mesaja da savunmasız kalmaktadır. Bu amaçla izlenilen yol yeterli olmadığı gibi kalıcı da olamayacaktır. Medyanın popüler üretim tarzının da çocuklar üzerinde istenilen gelişimi sağlamayacağı açıktır. Medyanın ülkelerin siyasî, ekonomik ve kültürel yapılarını etkilediği ve tüm bunlardan etkilendiği gerçeği göz ardı edilerek nitelikli bir eğitim verilemez. Öncelikle çocukların medya ile kurduğu duygusal bağ dikkate alınarak medya okuryazarlığı eğitimi verilmelidir.

Kısacası toplumsal, kültürel ve ahlâkî olarak uygun görülmeyen medya metinlerinden çocukların korunması şeklindeki medya metinlerini okuma veya değerlendirme eğitiminin muhafazakâr bir bakış açısından beslendiğinde medya metinlerinde belirli verili başat ideolojinin ve temsil pratiklerinin sorgulanmasına olanak tanımamaktadır (Binark ve Gencel Bek, 2010: 61). Fakat okulöncesi ve ilkokul dönemi için korumacı anlayıştan beslenmek faydalı olacaktır.

3.5.2. Eleştirel Yaklaşım

Bu yaklaşım medya okuryazarlığı eğitimi konusunda kitle iletişim araçlarını tanıma, mesajların hangi bağlamda oluştuklarını öğrenme, analiz etme beraberinde medyayı anlama konusunda bir yeterlilik oluşturacağını kabul etmektedir. Medya okuryazarlığı eğitiminde en temel yapı taşı olan eleştirel analiz için bireylerin konuyu çok iyi bilmeleri, mesajların olduğu arka plan ve koşulları, karşıt savlardan haberdar olmaları gerekmektedir (Bilici, 2014: 51).

“Eleştirel yaklaşımdan kasıt, önyargılı temsiller, yanlış ifadeler ve hatalar ve/veya bir metnin değer ihtiva eden mesajlarını ortaya çıkarmak için öğrenilmiş medya becerilerini kullanarak kitle iletişim araçları üzerinde uyanık bir gözleme/izleme sürecidir”(İnal, 2016: 93). Medyanın sahiplik yapısı, arka planda nelerin dışlandığı, mesajların üretim aşamasında kullanılan dil, görseller, kadının temsil edilişi gibi konularda Douglas Kellner eleştirel kültürel bir çalışmanın, medya kültürü metnilerindeki sınıf, toplumsal cinsiyet, ırk, etnisite, cinsel tercih ve diğer kimlik göstergelerinin temsillerini, bunların kültürel temsillere nasıl eklemlendiklerini ve izleyiciler arasında bu farklılıkların, kültürel metnilerin bu farklı okuma ve alımlamalarını nasıl oluşturduğunu analiz etmelidir (Akt. İnal: 2016: 99). Eleştirel medya okuryazarlığı, eleştirel pedagojik bir yaklaşımla, Freire'nin “Ezilenlerin Pedagojisi” kitabında ifade ettiği gibi eğitimin tarafsız olmadığı temel kabulünden yola çıkar (Uysal, 2016: 35).

3.6. Medya Okuryazarlığı Dersinin İşlenişi Bakımından Yaklaşımlar

Medya okuryazarlığında her ülkede farklı yaklaşım ve politikalar benimsenmiştir. İngiltere medya okuryazarlığına dair çalışmalarını 1930'lı yıllarda başlatmışken Japonya, Güney Afrika, Latin Amerika Ülkeleri'nde medya eğitimi zayıf kalmıştır. Küba ve Meksika'da medya eğitimi okul dışında yürütülen faaliyetlerle gerçekleştirilir (Binark ve Gencel Bek, 2010: 70). Türkiye gibi ülkeler 1990'lı yılların sonu ve hatta 2000'li yılların başlarında konuyla ilgilenmişlerdir. Kitle iletişim alanında önemli bir üretici firma konumunda olan ABD'de medya okuryazarlığı, 1970'li yıllarda çeşitli sivil toplum kuruluşları, kilise ve gönüllülerden oluşan bir hareket olarak gelişim göstermiştir. Hükümetlerin bu konuya formel eğitim

açısından ciddiyle yaklaşmadığı görülmüştür. Fakat kitle iletişim alanında yaşanan hızlı gelişmeler ülkeleri bu alanda eğitimin zorunlu olduğu gerçeğiyle yüzleştirmiştir. Ülkeler konuyla ilgili kendi yasal düzenlemelerini yapmalarının yanı sıra uluslararası antlaşmalarda konunun önemi vurgulanarak uluslararası bir zemin oluşturulmuştur.

Elbette bunda en büyük payı internet teknolojisinin sınır tanımaz ilerleyişine vermek gerekmektedir. Böylece korumacı yaklaşım ve eleştirel yaklaşım gibi temel iki eksen üzerinden yükselen medya okuryazarlığı eğitimi, ülkelerin eğitim müfredatında gittikçe önemsenen bir hâl almıştır. Bazı ülkeler zorunlu, bazıları seçmeli bazıları ise zorunlu seçmeli olarak eğitim müfredatlarına medya okuryazarlığı eğitimi yerleştirmişlerdir. ABD, Kanada, İngiltere gibi ülkelerde medya okuryazarlığı zorunlu olarak İngilizce dersinin içinde okutulmaktadır. Türkiye’de ise “Medya Okuryazarlığı Projesi” 2006-2007 eğitim-öğretim yılında hayata geçirilmiştir. Başta Türkiye olmak üzere 2000’li yıllarda medya okuryazarlığı alanına eğilen ülkeler diğer ülkelerin bilgi, birikim ve tecrübelerinden faydalanmaktadır.

3.6.1. Ders Türü Bakımından

Medya okuryazarlığı alanında çeşitli yaklaşımlar mevcuttur. Teorik yaklaşımların yanında dersin hangi statüde (zorunlu, seçmeli, zorunlu-seçmeli) verileceğine yönelik de farklılıklar mevcuttur. Eğitim müfredatlarında Medya Okuryazarlığı dersinin ayrı bir ders olarak mı, yoksa diğer derslerin içinde birleştirilerek ve medya ile ilişkilendirilerek mi verileceği, hem tartışma hem ülkeler arasında temel farklılık konusu olmuştur. Kanada’da medya eğitimi zorunlu ders olan İngilizcenin içerisinde verilmektedir (Binark ve Gencel Bek, 2010: 98). Aşağıda konu başlıkları ayrıca ele alınmıştır.

3.6.1.1. Ayrı bir ders olması

Türkiye’de seçmeli bir ders olan medya okuryazarlığı, 2007-2008 eğitim-öğretim yılından itibaren ilköğretim okullarının 6, 7 ve 8. sınıflarında okutulmaya başlanmıştır. İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu’nda Medya Okuryazarlığı Dersi, ilköğretim okullarının 6, 7 ve 8. sınıflarında

bir dönemlik toplamda 36 saat okutulacak seçmeli bir ders olarak belirtilmiştir. Ders notla değerlendirilmeyecek, sadece karnede öğrencinin bu dersi aldığı belirtilecektir (RTÜK, 2008: 13-16). 2012-2013 eğitim-öğretim yılı itibari ile medya okuryazarlığı ders saati 72'ye çıkarılmıştır. Mevcut durumda sadece ortaokul 7. ve 8. sınıf öğrencileri dersi seçebilmektedir. Orta Avrupa ülkesi olan Slovenya, medya okuryazarlığı ilköğretimin ilk kademesinde Slovenca dersi ile birleşik verirken ilköğretimin ikinci kademesinde seçmeli olarak vermektedir (Alagözlü, 2013: 76).

3.6.1.2. Diğer dersler içinde işlenmesi

Amerika Birleşik Devleti'nde resmî düzeyde medya eğitimi; ilk ve ortaöğretimdeki İngilizce Dil Sanatları (*English Language Arts*) dersinde zorunlu olarak, Sosyal Bilgiler ve Sağlık Eğitimi, Video Üretimi gibi derslerde seçmeli olarak verilmektedir (Domaille ve Buckingham, 2001'den akt. Bilici, 2014: 74). ABD'nin eyalet sistemi ile yönetilmesi eğitimde de bütünlükçü yapıyı etkilemiş, eyaletlerin farklı eğitim politikalarını zorunlu kılmıştır.

İngiltere'de 1930'lı yıllarda film alanında medya dersleri olarak başlayan medya eğitimi, daha sonra hem eğitim kurumlarının hem de sivil toplum kuruluşlarının çabalarıyla önemli bir ilerleme kaydetmiştir. Ulusal düzeyde ele alınan medya okuryazarlığı öğrencilere, İngilizce dersi ile Vatandaşlık Bilgisi dersinin içinde verilmektedir (Alagözlü, 2013: 63).

Avusturalya yerel yönetim, eyalet yönetimi ve federal yönetim olmak üzere üç katmanlı bir yönetim şekline sahip olsa da genelde eğitim özelde ise medya okuryazarlığı eğitiminde oldukça başarılıdır. Bu başarının en büyük sebebi ise sivil bir hareket olarak doğan medya okuryazarlığının okullarda uzman öğretmenler tarafından verilmesidir. Ayrıca eğitimin başarılı olmasının diğer bir sebebi, ABD'deki parçalanmış eğitim müfredatı yerine tüm eyaletlerde ortak bir eğitim müfredatının benimsenmiş olmasıdır. Avustralya'da ortaokullardaki (8. Sınıftan 12. Sınıfa, 12-17 yaş arası) öğrencilere yönelik medya çalışmaları dersi bulunmaktadır. Medya çalışmaları ilköğretim düzeyinde ise, İngilizce dersinin dörtte birini oluşturmaktadır (İnal, 2016: 76).

Kanada'da 1960'lı yıllarda film eğitimi olarak başlayan medya eğitimi, tüm bölgelerde eğitim müfredatının içerisine eklenmiştir. Kanada'da medya okuryazarlığı İngilizce Dil Bilimleri programının bir parçası olarak temel eğitim seviyesinde etkin olarak uygulanmıştır. Sonraki yıllarda, Sosyal Bilgiler ve Sağlık Eğitimi başta olmak üzere diğer dersleri de kapsayacak şekilde genişletilmiştir (Altun, 2010).

Medya okuryazarlığı İrlanda'da ortaöğretimin alt ve üst seviyelerinin ikisinde de İngilizce, Görsel Sanatlar ve Matematik programı içerisinde Medya Okuryazarlığı uygulamaları olarak değerlendirilmiştir (Tanrıverdi ve Apak, 2013).

Avrupa Birliği'nin en kalabalık nüfusuna sahip ülkesi Almanya, medya okuryazarlığı eğitimini Sosyal Bilimler, Sanat, Coğrafya gibi derslerin içerisine eklemlenmiş olarak vermektedir (Federov, 2006'dan akt. Bilici, 2014: 102).

Yunanistan'da medya eğitimi zorunlu olmamakla birlikte Edebiyat dersi kapsamında ele alınmaktadır.

Rusya'da dil, sanat, tarih, edebiyat gibi değişik alanların içerisinde medya eğitimi verilse de açık liselerde öğrencilerin iletişim becerilerini geliştirmeyi, medya ürünleri ile medya mesajlarını kritik edebilmeyi ve sosyo-politik farkındalığı geliştirmeyi amaç edinmektedir (Alagözlü, 2013: 47).

Finlandiya'da medya okuryazarlığı eğitimi ilköğretim birinci kademedan başlamakta (7 yaş) ve bazı derslerle tümleşik olarak disiplinler arası bir anlayışla gerçekleştirilmektedir (Tanrıverdi ve Apak, 2013). Fince dersinin içine yerleştirilmiş olan medya eğitimi birinci sınıfta başlamakta ve dokuzuncu sınıfa kadar devam etmektedir (Alagözlü, 2013: 54).

3.6.2. Zorunlu-Seçmeli Olması

Medya okuryazarlığı eğitimi, ülkeden ülkeye çeşitli farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıklardan biri de medya okuryazarlığının eğitim müfredatlarında zorunlu veyahut seçmeli olarak yer almasıdır.

3.6.2.1. Zorunlu olması

Genel olarak bakıldığında gelişmiş ülkelerde medya okuryazarlığı derslerinin dil dersleri içinde zorunlu olarak yer aldığı tespit edilmiştir. Özellikle cep telefonları marifetiyle bireylere her türlü mesaj her saniye ulaştırılmaktadır. Böylece internetin sürekli iletişimi olanaklı kılması mesajları algılamada bilinçli bir tüketici olmanın yanı sıra kullanım alışkanlıklarını sosyal medya üzerinden yapan özellikle çocuk ve gençlerin daha üretken olması için ülkelerin gerekli çabaları göstermeye çalıştığı ifade edilebilir.

AB ülkelerinde çeşitli oluşumların önemli çabaları, diğer ülkelere örnek teşkil etmektedir. Avrupa Medya Okuryazarlığı Sözleşmesi (The European Charter for Media Literacy), Avrupa Çocuk Filmleri Derneği (European Children's Film Association), Uluslararası Çocuk Bağlantı Ağı (Childnet International) bu oluşumlara örnek verilebilir. Medya okuryazarlığında örnek alınan Avustralya ve Yeni Zelanda'da da ise öğretmenler büyük çabayla medya okuryazarlığı alanında hizmet vermesi için bağımsız, çıkar eksenli olmayan bir meslek örgütü oluşturmuşlardır: ATOM (The Australian and New Zealand Teachers of Media) (Binark ve Gencel Bek, 2010: 69).

3.6.2.2. Seçmeli Ders Olması

Başta Türkiye, Slovenya olmak üzere çok az ülkenin medya okuryazarlığını seçmeli olarak eğitim müfredatına aldığı gözlemlenmiştir. Diğer ülkelerin medya okuryazarlığı eğitimini temelde dil derslerinin içinde zorunlu olarak verdiği yukarıda ifade edilmeye çalışılmıştır. Alanda epey yol kat etmiş olan ülkeler uluslararası antlaşmalarda, konferanslarda ve seminerlerde sürekli medya okuryazarlığı eğitimine vurgu yapmaktadır. AB kurumsal düzlemde medya okuryazarlığını Mart 2000'de yapılan Lizbon Zirvesi ile ele almıştır. Zirve, Avrupa Birliği'nin yeni enformasyon ve iletişim teknolojisine dayalı bilgi toplumu ve bilgi ekonomisinin şekillendireceği topluma dikkat çekmiştir. O tarihten itibaren Komisyon medya okuryazarlığı konusunda çalışmalar düzenlemenin yanında medya okuryazarlığı projesi için 3,5 milyon Euro destek vermiştir (Pekman, 2016: 42-43). AB bünyesinde yer alan Avrupa Komisyonu medya okuryazarlığı ile ilgili çalışmaları desteklemek ve

geliştirmek için Medya Okuryazarlığı Uzman Grubu (The Media Literacy Expert Group) oluşturmuştur.

22 Ocak 1982 tarihli UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) Medya Eğitimi Bildirgesi'nden sonra, yine UNESCO tarafından 1990 yılında Fransa'da "Medya Eğitiminde Yeni Eğilimler" başlıklı bir konferans düzenlenmiştir (Binark ve Gencel Bek, 2010: 52-53). Bilgi toplumunda medyanın önemi, hayatların ve hatta kişilerin ayrılmaz bir parçası haline gelen internet yoluyla iletişim, üretim ve tüketim kültürünün eğitim müfredatında zorunlu olarak yer almasının ön plana çıkacağı düşüncesindeyiz. "İzleyicinin medyayı bilinçli okumasını sağlayan medya okuryazarlığı, aynı zamanda insanın kendini özgürce ifade etmesi, bireyin toplumsal hayata daha aktif ve yapıcı olarak katılımını sağlaması, medyanın iyileştirilmesi ile ilgili hareketleri desteklemek için bilinç oluşturması açısından önem taşımaktadır" (Avşar, 2014).

3.6.3. Avrupa Parlamentosu ve Konsey'in Yaşam Boyu Öğrenme İçin Temel Yeterlikler Hakkında Öneri

Bu Öneri, Üye devletlerin yaşam boyu öğrenim stratejilerinin bir parçası olarak, evrensel okuryazarlığa ulaşmada kendi stratejilerini de kapsayan, temel yeterlilikler hususunun herkes için geliştirilmesini tavsiye eder (Taşkiran ve Varlı, 2012: 17). Medya okuryazarlığının eğitim müfredatı içinde zorunlu olarak yer almasının yanında eğitim sonrası için de genç ve yetişkinlerde yaşam boyu öğrenmeyi destekleyecek çalışmaların yapılması elzem görülmektedir. Bu mânâda Medya Okuryazarlığı dersi, çocukların seçiminden ziyade zorunlu olarak eğitim müfredatında yer alması daha anlamlı olacaktır. Ayrıca çeşitli sivil örgütlenmelerle medya okuryazarlığı eğitimi “yaşam boyu eğitim” kapsamında değerlendirilmeli çağın gereklerine göre de güncellenmelidir.

RTÜK 2012 Medya Okuryazarlığı Çalıştay Sonuç Bildirisi'nde konu ile ilgili aşağıdaki görüşü ortaya koymuştur:

“Okul öncesinden itibaren bütün eğitim kademelerinde (ilkokul, ortaokul ve lise) ilgili derslerin öğretim programlarıyla ilişkilendirilerek verilmelidir. Ortaokul düzeyinde bu dersin bağımsız bir seçmeli ders olarak yerini alması ağırlıklı olarak önerilmiştir. Bu derste ölçme değerlendirme alternatif yöntemlerle (portfolyo düzenlenmesi vs..) yapılmalıdır. Seçmeli dersin veliler tarafından değerlendirilebilmesi için yeterli bilgilendirme yapılmalı ve bu seçimin elektronik ortamdan yapılabilmesi için gerekli teknik altyapı oluşturulmalıdır. Ancak bu düzeyde zorunlu olmasını destekleyen fikirler de vardır. Lise düzeyinde ‘medya okuryazarlığı ve uygulamaları’ veya başka adlar altında aynı temada bir ders, seçmeli olarak sunulmalıdır” (RTÜK, 2016b).



4. MEDYA OKURYAZARLIĞININ HUKUKÎ BOYUTU

4.1. Uluslararası Mevzuatta Medya Okuryazarlığı

Kitle iletişim araçları her toplum için hususî bir öneme sahiptir. Özellikle radyo, televizyon ve internet yayınlarının anonim nitelik ve sayıdaki kitleye çok kısa bir sürede ulaşma imkânı bu önemi artırmıştır. Medyanın bireyler üzerindeki etkileri sürekli tartışılmakta; geniş kabul gören fikir ise etkilerin olumsuz olması yönündedir. Dünyada ve Türkiye’de “Mavi Balina” isimli bilgisayar oyunu çocuklarda intihar etme davranışını tetiklediğine dair tartışmalar uzun bir süre kamuoyunun gündeminde kalmıştır. Keza çizgi film ve dizilerdeki şiddet sahneleri nedeniyle çocukların saldırgan olma hâlleri arasında bağlantı olabileceği birçok araştırma sonuçlarında ve akademik kitaplarda doğrulanmıştır. Dünyanın da kabul ettiği şey, bu iletilerin çocuklar için özdeşim modeli olmasıdır. Çocukların bu tür özdeşim modellerine kapılmaları, erişkinlerden çok daha kolay olmaktadır (Semerci, 2005: 51).

Medya aracılığıyla fiziksel şiddet yanında psikolojik şiddetin de oldukça yaygın olduğu görülmektedir. Psikolojik şiddet genelde reklamlar nedeniyle bireylere etki etmektedir. Şöyle ki, reklamlarda tanıtılan mal ve hizmetlerden ziyade o mal/ürün/hizmet alındığında bireylerde oluşacak duygu/his ön plana çıkmaktadır. Böylece bireylerde psikolojik olarak o ürünleri aldığı anda kendinde oluşacak his önemli olmaktadır. Radyo ve televizyon yayınlarının çocuklar üzerindeki etkisi fiziksel ve zihinsel olarak 1930’lardan beri tartışılmaktadır. Medyanın ekonomik politik yönü ise pek gündeme gelmemektedir. 1980 sonrası dönemde küresel medya sektöründeki hızlı yükseliş ile birlikte sosyal devlet anlayışının bir gereği olan kamu hizmeti medyası ya da kamusal yayıncılık anlayışının aşınması medya iletilerine de yansımıştır (Uysal, 2016: 23-24).

Bu sebeple liberal ekonomik politikalarla birlikte kamu yayıncılık anlayışının yerini tecimsel yayıncılığının alması yayınların çeşitliliğini beraberinde getirmiştir. Bu çeşitlilik demokratik toplumlarda bireylerin seçme özgürlüğüne vurgu yapmaktadır. Ancak çok çeşitli yayın-yayımların artışı nitelik olarak aynı beklentiyi karşılamamıştır. Tecimsel yayınların denetlenme durumu medya etkilerinin bireylerde oluşturduğu ya da oluşturabileceği olumsuzlukları bertaraf etmeye

çalışmaktadır. Bu açıdan şunu söylemek yerinde olacaktır. Kitle iletişim araçlarının yasal anlamda hem ulusal hem de uluslararası düzeyde düzenlenmesi, denetime tabi tutulması oldukça önemlidir ve bu husus eskilere dayanmaktadır. İletişim özgürlüğü ve bu özgürlüğün sınırlanması ayrılmaz bir bütünün parçalarıdır. ABD, 1787 yılına yürürlüğe giren Anayasaya 1791 yılında konulan 1. Ek Madde (*First Amendment*) (*Congress shall make no law ... abridging the freedom of speech or of the press*) yani “Kongre söz veya basın özgürlüğünü sınırlayan kanun yapamaz” hükmü ile basın özgürlüğünü anayasal güvenceye alan ilk ülke olmuştur. Amerikan Yüksek Mahkemesi ise bu özgürlüğün de her özgürlük gibi, mutlak olmadığını ve sınırlanabileceğini kabul etmiştir (İçel, 2018: 68). Sinema, radyo, televizyon ardından internet ve mobil telefonların ve sosyal ağların varlığı ise devletleri yeni hukuksal düzenlemelerle birlikte öncelikle medya eğitimi ardından ise medya okuryazarlığı konusunda düşünmeye ve harekete geçirmeye sevk etmiştir.

Yaşanılan teknolojik gelişmeler sayesinde bireyler kitle iletişim araçları iletilerine anında eleştiri/öneri getirebilme imkânına sahiptirler. Bireyler çeşitli sosyal medya platformlarından kendi canlı yayınlarını tüm dünya ile paylaşabilmekte, kendi kanallarını kurma ve kendi köşe yazılarını geniş kitlelere bir tuşla ulaştırma durumuna erişmişlerdir. Özellikle 1970’lerden itibaren ABD ana akım araştırma geleneğinin deneysel yaklaşımları çerçevesinde odağının izleyici olduğu araştırmalar medyanın etkilerini konu almışken, İngiliz Kültürel Çalışmaları ise; odağını izleyiciden aracın ideolojik rolüne ve medya mesajlarının üretim ve denetim süreçlerine yöneltmişlerdir. Medya okuryazarlığı yaklaşımında yeni olan ise izleyicinin medya metinlerine karşı olan tutumların nasıl olması gerektiği ve bunun nasıl gerçekleştirilebileceği üzerine düşünülmesidir (Uysal, 2016: 24-25).

Böylece ifade hürriyeti ve bu hürriyetin sınırları, medya içeriklerinde çocuğun yararı, toplumsal, ruhsal ve ahlaki esenliği ile bedensel ve zihinsel sağlığını geliştirmeye yönelik çeşitli ulusal ve uluslararası kaynaklardan bilgi ve belge edinmesi, azınlıkların temsili gibi konularda ulusal ve uluslararası alanda yasal düzenlemelere gidilmiştir. Ulusal ve uluslararası mevzuat, sözleşme ve belgelerde ‘şiddet’ kavramının önemli yer tuttuğu gözlenmiştir. Toplumda en dezavantajlı grubu oluşturan çocukların olabildiğince şiddetten korunması göze çarpan olgudur. Bu anlamda şiddet kavramının hangi anlamda kullanıldığı önemlidir. Şiddet, etimolojik

olarak Arapçadan Türkçeye geçmiş ve sertlik, sert, katı davranış, kaba kuvvet kullanımı; duygu ve düşüncede aşırılık anlamına gelmektedir (TDK, 2018). Günümüzde şiddetin en önemli toplumsal etkilerinden biri de kitle iletişim araçlarının şiddet kavramıyla ilişkisidir. Kitle iletişim araçları, şiddet üzerine negatif bir etkide bulunabileceği ve şiddeti olumlayarak bireylerin bu eylemleri içselleştirmesine neden olabileceği söylenebilir (Gökulu ve Hosta, 2013).

Tezin konusu itibari ile Avrupa ve Avrupa Birliği müktesebatı incelenmiştir. Avrupa Birliği organları olan Avrupa Komisyonu, Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Konseyi (The European Council) ile Türkiye'nin de üyesi bulunduğu Avrupa Konseyi (Council of Europe) ve UNESCO gibi diğer milletlerarası kuruluşlar medya okuryazarlığına üye devletler hükümetlerinin ve ilgili uluslararası toplulukların önemli ölçüde dikkatini çekmede anlamlı rol oynamışlardır (Taşkiran ve Varlı, 2012: 13).

Öncelikle BM bünyesinde ifade hürriyeti ve çocuk haklarının korunmasıyla ilgili yasal düzenlemeler ele alınmış, Birleşmiş Milletler Teşkilatı nezdinde kurulan UNESCO'nun medya okuryazarlığı alanında yapmış olduğu çalışmalara değinilmiştir. Ardından Avrupa Konseyi ve AB'nin yasal düzenlemeleri incelenmiştir. Avrupa Birliği'nden çıkma kararı alan Birleşik Krallık ülkelerinden İngiltere'nin medya okuryazarlığı eğitimi incelenmiştir. Öne çıkan ise, çocuğun ifade hürriyetinin korunması ve bu hürriyetin sınırları konusunda bilinçlendirilmesidir. Diğer yandan çocuğun savunmasız olma durumu internetin sunduğu sınırsız koşullarla bir kez daha ciddiyetle vurgulanmıştır. Medyanın çocukların dünyasında sağlam bir yer bulması aileden okula kadar çeşitli nedenlere dayandığını söylemek mümkündür. Bu nedenlerin temelinde ekonomik, sosyal ve kültürel sebeplerin yattığını söylemek yerinde olacaktır. Anne ve babanın uzun çalışma saatleri, çocuğun sokakta oyun oynamak yerine kitle iletişim araçlarından faydalanması, dünyadaki dijitalleşme ile birlikte okullarda eğitim süreçlerinde medyadan faydalanma çabaları konunun gündeme gelmesinin temel sebepleridir. Küresel bir ağ ile herkes tek tuşla istediği mal, hizmet ve bilgiye ulaşabilmektedir. Ulusal güvenlik politikaları bu sınırları aşan iletişim politikalarından endişe duymaktadır. Bu sınır tanımaz iletişim karşısında başta çocuklar olmak üzere herkesin kendi sınırlarını belirleyeceği bilinçli ve eleştirel

bir medya tüketicisi olma çabası tüm dünyada devletler tarafından her geçen gün önem kazan bir konu haline gelmiştir.

Aşağıda “medya okuryazarlığı” ana ekseninde ifade hürriyeti ve kitle iletişim hürriyetinin çocuğa ve diğer bireylere karşı hak, görev ve sorumlulukları uluslararası mevzuat, ilgili uluslararası kuruluşlar ve Türk Mevzuatı çerçevesinde ele alınacaktır.

4.1.1. Birleşmiş Milletler bünyesindeki çalışmalar

4.1.1.1. İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi (10 Aralık 1948)

BM Genel Kurulu tarafından 10 Aralık 1948 tarihinde kabul edilen Beyannamenin 19. maddesi ifade hürriyetini düzenlemektedir: *“Her ferdin fikir ve ifade hürriyetine hakkı vardır. Bu hak, fikirlerinden ötürü rahatsız edilmemek, memleket sınırları mevzu bahis olmaksızın malûmat ve fikirleri her vasıta ile aramak, elde etmek ve yaymak hakkını gerektirir”* (İçel, 2018: 70, Çiftci ve Kırğıl, 2018: 711). Türkiye bu Beyannameye 6.4.1949 tarihli 9119 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile taraf olmuştur.

4.1.1.2. Çocuk Haklarına Dair Sözleşme (20 Kasım 1989)

BM Genel Kurulu tarafından 20 Kasım 1989 tarihinde kabul edilen bu Sözleşmede çocuğun kitle iletişim araçlarından yararlanması hakkı ve bu hususta Sözleşmeye taraf Devletlere düşen yükümlülükler düzenlenmiştir. Bu hükümler aşağıda yer almaktadır.

Madde 3- *“Kamusal ya da sosyal yardım kuruluşları, mahkemeler, idari makamlar veya yasama organları tarafından yapılan ve çocukları ilgilendiren bütün faaliyetlerde çocuğun yararı temel düşüncedir.”*

Madde 12 - *“Taraf Devletler, görüşlerini oluşturma yeteneğine sahip çocuğun kendini ilgilendiren her konuda görüşlerini serbestçe ifade etme hakkını bu görüşlere çocuğun yaşı ve olgunluk derecesine uygun olarak, gereken özen gösterilmek suretiyle tanırlar.”*

Madde 13 - “1) Çocuk, düşüncesini özgürce açıklama hakkına sahiptir; bu hak ülke sınırları ile bağlı olmaksızın yazılı, sözlü, basılı, sanatsal biçimde veya çocuğun seçeceği başka bir araçla her türlü haber ve düşüncelerin araştırılması, elde edilmesi ve verilmesi özgürlüğünü içerir.

2- Bu hakkın kullanılması yalnızca:

- a) Başkasının haklarına ve itibarına saygı,
- b) Millî güvenliğin, kamu düzeninin, kamu sağlığı ve ahlakının korunması nedenleriyle ve kanun tarafından öngörülmek ve gerekli olmak kaydıyla yapılan sınırlamalara konu olabilir.”

BM Çocuk Haklarına Dair Sözleşme ile taraf devletler kitle iletişim araçlarının önemini ve etkinliğini kabul etmekle kalmamış çocukların lehine medyadan faydalanmak üzere yayın ve yapımları teşvik edeceğini ilan etmiştir.

Madde 17 - “Taraf Devletler, kitle iletişim araçlarının önemini kabul ederek çocuğun; özellikle toplumsal, ruhsal ve ahlâkî esenliği ile bedensel ve zihinsel sağlığını geliştirmeye yönelik çeşitli ulusal ve uluslararası kaynaklardan bilgi ve belge edinmesini sağlarlar. Bu amaçla Taraf Devletler:

- a) Kitle iletişim araçlarını çocuk bakımından toplumsal ve kültürel yararı olan ve 29 uncu maddenin ruhuna uygun bilgi ve belgeyi yaymak için teşvik ederler;
- b) Çeşitli kültürel, ulusal ve uluslararası kaynaklardan gelen bu türde bilgi ve belgelerin üretimi, değişimi ve yayımı amacıyla uluslararası işbirliğini teşvik ederler;
- c) Çocuk kitaplarının üretimini ve yayılmasını teşvik ederler;
- d) Kitle iletişim araçlarını azınlık grubu veya bir yerli ahaliye mensup çocukların dil gereksinimlerine özel önem göstermeleri konusunda teşvik ederler;
- e) 13 ve 18’inci maddelerde yer alan kurallar göz önünde tutularak çocuğun esenliğine zarar verebilecek bilgi ve belgelere karşı korunması için uygun yönlendirici ilkeler geliştirilmesini teşvik ederler.”

Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, BM Genel Kurulu'nun 20 Kasım 1989 tarih ve 44/25 sayılı Kararıyla kabul edilip imza, onay ve katılıma açılmıştır. Sözleşme 49. maddeye uygun olarak 2 Eylül 1990 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Türkiye Sözleşmeyi 14 Eylül 1990 tarihinde imzalamış ve 9 Aralık 1994 tarihinde ihtirazî kayıtlarla onaylamıştır. 4058 Sayılı Onay Kanunu 11 Aralık 1994 gün ve 22138 Sayılı Resmî Gazete'de yayınlamıştır. Türkiye'nin koyduğu ihtirazi kayıt şöyledir: *"Türkiye Cumhuriyeti BM Çocuk Hakları Sözleşmesi'nin 17., 29. ve 30. maddeleri hükümlerini T.C. Anayasası ve 24 Temmuz 1923 tarihli Lozan Anlaşması hükümlerine ve ruhuna uygun olarak yorumlama ve uygulama hakkını saklı tutar"*. Zira Lozan Antlaşması'nda azınlık olarak Rum, Ermeni ve Yahudi cemaatleri öngörülmüş olup, Türkiye başkaca bir azınlık grubunun varlığını kabul etmemekte ve ayrıca Türkiye 'yerli ahali' kavramı konusunda ihtiyatlı davranmaktadır. Anayasanın 3. maddesine göre, *"Türkiye Devleti, ülkesi ve milleti ile bölünmez bir bütündür"*. Bu ise, üniter devlet demektir. Ayrıca Anayasanın 42. maddesinde, *"Türkçeden başka hiçbir dil, eğitim ve öğretim kurumlarında Türk vatandaşlarına ana dilleri olarak okutulamaz ve öğretilemez"* hükmü öngörülmüştür.

Sözleşme, çocuklara genç ve yetişkinler gibi 'ifade hürriyeti' tanımaktadır. Çocuklar kendi düşüncelerini yine kendi tercihleri doğrultusunda istedikleri kitle iletişim aracı vasıtasıyla "yayma" hakkına sahiptir.

Sözleşme, Devletlerin temel görevinin her türlü faaliyette çocuğun yararının ilk amaç olarak belirlenmesi gerektiğini vurgulamıştır. Devletler vatandaşların zihinsel, ahlâkî ve ruhsal gelişiminden de sorumludur. Bu hususta kitle iletişim çağında olduğumuz gerçeği göz önünde bulundurulursa kitle iletişim araçlarının faydasının olduğu kadar zarar ve sakıncaların da olduğu görülecektir. Ruh bilimcileri sık sık teknoloji diğer bir ifadeyle medya bağımlılığına dikkat çekmektedir. Tıpkı alkol, sigara bağımlılığı gibi bilgisayar, televizyon bağımlılığı da tedaviye muhtaç durumdadır. Medya, çocuğun fizik ve ruh sağlığının ciddi hasar almasına sebebiyet verebilmektedir. Kitle iletişim araçları; çocuğun faydasına her türlü bilgi ve belgeyi yaymak uluslararası alanda işbirliği sağlamak ve çocukların azınlık veya bir ahaliye mensup olma durumunda dil gereksinimlerini karşılamak gibi önemli görevlerin yanında çocuğun esenliğine; fizik, ruh ve ahlâk gelişimine zarar verecek her türlü bilgi ve belgeye karşı koruma yükümlülüğü doğmaktadır.

4.1.1.3. UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)

Medya okuryazarlığı eğitiminde uluslararası bilinç oluşturmada UNESCO'nun yapmış olduğu çalışmalar da önemlidir. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatı (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) UNESCO, eğitim alanına giren çeşitli konularda uluslararası konferans ve seminer düzenlemekte, kitaplar yayımlamaktadır.

Toplumların ekonomik, siyasî ve kültürel anlamda gelişmesinin temelinde eğitim yatmaktadır. UNESCO açısından okuryazarlık, temel insan haklarından biridir ve hayat boyu öğrenmenin temelini oluşturur. Okuryazarlık, bireyleri, aileleri ve toplumları güçlendirir ve yaşam kalitesini yükseltir. Aynı zamanda yoksulluğun ortadan kaldırılması; çocuk ölümlerinin azaltılması, nüfus büyümesinin kontrol altına alınması; toplumsal cinsiyet eşitliği, sürdürülebilir kalkınma, barış ve demokrasinin sağlanması okuryazarlığın geliştirilmesiyle olur (Oğuz ve Ürün, 2014: 9). Fakat internet kullanımı ile birlikte sınırların sanal ortamda kalkması devletlerin temel ayırt edici özelliği olan kültür kavramını da özgün olmaktan çıkarmaya başlamıştır. Kitle iletişim araçlarına yüklenen en önemli görevlerinden biri “kültürü tanıtmak” işlevi maalesef günümüzde devletlerin beklentilerini karşılayamamaktadır. 21. yüzyıl medya kültürü ile anılmaktadır. Toplumsal kaynaşmaya zarar veren iç dinamiklere paralel olarak modern toplumun ulusal kültür yapısı, dışarıdan gelen küreselleşme ve uluslararası kültür süreçleriyle tehdit edilmektedir (RTÜK, 2007: 36). Bu da üstü kapalı bir şekilde değerler üzerine olan tartışmalarda hassas dengeleri dikkate alma temeline oturtulmuş ve partizanlıktan uzak ‘medya eğitimi’ için etik değerleri ifade etmektedir (UNESCO, 2006’dan çev. RTÜK, 2006: 2).

Yaşam boyu eğitimin herkes için; ırk, dil, din, yaş ve cinsiyet ayrımı yapmadan sürdürülmesini, uluslararası boyutta tartışılmasını ve gereklerinin yapılmasını sağlamak UNESCO için temel amaçlardan biridir. Okuma-yazma eyleminin teknoloji ile yeni boyutlara taşınması 21. yüzyılda medya eğitimini zorunlu kılmıştır. Bir tarafta teknolojinin getirdiği imkânlar sayesinde çocuk, genç ve yetişkinlerin medya yetkinliğini artırmak diğer tarafta kitle iletişim araçlarının risklerine karşı toplumu bilinçlendirme gereği medya okuryazarlığının tartışılmasını haklı kılmaktadır.

1945 yılında kurulan UNESCO, eğitim konusundaki çalışmalarına medya eğitimini 1980'li yıllarda dâhil etmiştir (Taşkiran, 2012: 207). 1982 yılında Almanya'da yapılan "Uluslararası Medya Eğitimi Sempozyumu" ile medya eğitiminin önemi ve gerekliliği ortaya konulmuştur. Sempozyum sonrasında yayınlanan bildiride; medya metinlerini kullananlar arasında eleştireliliği geliştirmede aileler, öğretmenler, medya çalışanları ve karar vericilerin belli bir sorumluluğu olduğu vurgulanmıştır (Buckingham, 2001'den akt. Binark ve Gencel Bek, 2010: 52). Yaşam boyu sürdürülebilir olmasının tek yolu ise medya eğitiminin okulların dışında da varlık göstermesidir.

Okul öncesi dönemde çocukların medya iletilerine maruz kalmasının önlenmesi daha sonraki yaşlarda ise çocukların bilinçli, eleştirel bir medya okuryazarı olması için anne-baba ve öğretmen eğitiminin yanı sıra medya çalışanları ve medya sahiplerinin de konu dâhilinde bilinçlendirilmeleri gerekmektedir.

Bugün hızla değişen, sosyal ve politik katılımın hem fiziksel hem de sanal olarak yer aldığı bilgi temelli toplumlarda, temel okuryazarlık becerilerinin kazanılması ve bu becerilerin hayat boyu uygulanması ve geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır (Oğuz ve Ürün, 2014: 9). Medya okuryazarlığı içinde anılan dijital okuryazarlık, 21. yüzyıl eğitim anlayışının içinde bir ihtiyaç halini almıştır. Dijital okuryazarlık bilgi ve iletişim becerilerini içine almaktadır. Bunlar arasında; temel bilgisayar kullanım yeterlilikleri, masaüstü ve web üstü yayıncılık yeterlilikleri, araç yazılım programlarından faydalanabilme yeterlilikleri ve dijital medyadan yararlanabilme yeterlilikleri sayılabilir (Altun, 2005: 40). Bu yeterlilikler dijital medyanın taşıdığı risklere vurgu yapmamaktadır.

UNESCO'nun yapmış olduğu medya okuryazarlığı ve medya okuryazarı tanımları incelendiğinde yaygın olarak benimsenen medya okuryazarlığı tanımı "çeşitli biçimlerde mesajlara ulaşma, analiz etme, değerlendirme ve iletme yeteneğidir" (Aufderheide, 1993, akt. Altun, 2011). UNESCO 1990 yılında Fransa'da "Medya Eğitiminde Yeni Eğilimler" başlıklı bir konferansı desteklemiş ve 2000 yılı baharında Avusturya'nın Viyana kentinde ilgili uzmanları bir araya getirmiştir. Ayrıca Sydney, İngiltere ve Fransa'da çeşitli konferans ve birleşimler düzenlemiştir. Francois Mariet ile Avrupa Konseyi için ortak hazırladıkları Media Education in

1990s Europe (1994) medya okuryazarlığı ile ilgili tartışmalara yön vermiştir (Binark ve Gencel Bek, 2010: 53). UNESCO'nun medya okuryazarlığı olgusunu ele aldığı beş temel yasa bulunmaktadır.

UNESCO Medya Okuryazarlığı Beş Yasası;

“Yasa 1: Bilgi, iletişim, kütüphaneler, medya, teknoloji, internet bununla birlikte diğer bilgi sağlayıcı formları eleştirel sivil katılım ve sürdürülebilir gelişmede kullanılmak içindir. Önem sırası açısından eşittirler ve hiçbirisi diğerinden daha çok amacına uygun değildir.

Yasa 2: Her yurttaş bilgi üreticisidir ve bir iletiye sahiptir. Kendilerini ifade etmek adına ve yeni bilgilere ulaşmak adına desteklenmelidir. Medya okuryazarlığı eşit derecede tüm kadınlar ve erkekler içindir ve insan haklarının bağlantı noktasıdır.

Yasa 3: Bilgi ve iletiler her zaman tarafsız ve önyargıdan arınmış değildir. Medya okuryazarlığı hakkındaki kavramsallaşma, kullanım ve uygulama bu gerçeği tüm yurttaşlar için şeffaf ve anlaşılabilir kılmalıdır.

Yasa 4: Her yurttaş, yeni bilgiyi ve iletiyi bilmek, iletmek ve yaptığıının farkında olmanın yanı sıra bile ifade etmek, kabul etmek ister. Yurttaşların bu haklarından asla taviz verilmemelidir.

Yasa 5: Medya ve bilgi okuryazarlığı bir kereliğe mahsus değildir. Bu canlı ve dinamik bir deneyimdir ve süreçtir. Bu süreç erişim, değerlendirme, belirleme, kullanım, üretim, teknoloji, medya ve bilgi içeriğinin iletimi gibi kavramları kapsadığında biter.” (UNESCO, 2019).

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması farklı fikir ve görüşlerin dile getirilmesi için oldukça önemlidir. Küreselleşme tüm dünyada büyük şirketlerin varlığının daha da sağlamlaştığı bir zemin oluşturmuş bu durum medya sahiplik yapısını da etkilemiştir. Medya içerikleri, sürekli genişlemekte olan bu alanda içerik için yeterli finansman bulunamayan bir pazarda şiddetli rekabet yaşayan firmalar arasında satılıp alınan bir uluslararası mal halini almıştır (RTÜK, 2007: 21). Böylece ebeveynler ve eğitimcilerin, genç insanların ve çocukların medya tüketimi

konusunda söyleyecek söze sahip olmaları zorunluluktur. Çünkü kısmen de olsa medya ticarî ve endüstriyel dürtüleri uyandırmaktadır (UNESCO, 2006'dan çev. RTÜK, 2006: 4).

UNESCO Bilgi ve İletişim Sektörü günümüzdeki şekliyle 1990 yılında kurulmuştur. Bilgi ve İletişim Sektörü, İfade Özgürlüğü ve Medya Gelişimi Birimi, Bilgi Toplumlari Birimi, İdari Ofis, İdari Birim ve Genel Direktör Yardımcılığı Ofisi adlı beş ayrı birimden oluşmaktadır (Oğuz ve Ürün, 2014: 66). UNESCO, başta çocuğun olmak üzere tüm bireylerin ifade hürriyetini savunmaktadır. Demokrasi için elzem olan ifade hürriyeti ve bu hürriyetin kullanılması beraberinde sorumluluğu da getirmektedir. Bu sorumluluk başkalarının hak ve itibarını zedelemekten, özel hayata saygı çerçevesinde kullanılmalıdır. Çocukların internet ortamında karşılaşabilecekleri riskleri önleyebilmek amacıyla UNESCO İnternet'te Çocuk Pornografisi ve Pedofili Bildirgesi'nde; *“Çocukların internette korunması bir sansür sorunu değildir. Çocuklar için çevrimiçi güvenli bir çevre yaratılması, zararlı ve yasal olmayan materyalden korunma hakkını sağlayarak, ifade özgürlüğü, enformasyon özgürlüğü ve mahremiyet hakkı gibi temel özgürlükleri korumalı ve genişletmelidir”* (UNESCO, 2010'dan akt. Tatal Cheviron, 2013: 77). Teknolojinin getirdiği yeni bilgi ve becerileri kullanabilmek için erişim fırsatı sağlayarak bilgi toplumunu oluşturabilmek temel gayedir.

Sektör programının üç önemli stratejik hedefi:

1. Özgür bilgi akışını ve bilgiye evrensel erişimi sağlamak,
2. Medyada kültürel çeşitliliği, çoğulculuğu ve dünya bilgi ağını desteklemek,
3. Herkesin Bilgi ve İletişim Teknolojilerine (ICT) erişimini sağlamak şeklinde belirlenmiştir (Oğuz ve Ürün, 2014: 66-67).

4.1.2. Avrupa Konseyi'nin Çalışmaları

5 Mayıs 1949 tarihinde on Avrupa devleti tarafından bir statü ile kurulan Avrupa Konseyi (*Council of Europe*), insanın temel hak ve güvenceleri için çalışmaktadır. Avrupa Konseyi'nin amaçlarından biri, hayat şartlarını iyiye götürmek; insanî değerleri canlı tutmak ve geliştirmektir. Konsey; eğitim, kültür, gençlik alanlarında ve özellikle de insan haklarının korunması ve geliştirilmesi için kurulmuştur (Çiftci,

2018: 361). Böylece insanın en temel özelliği olan ‘düşünme’ ve ‘düşüncesini özgürce ifade etme’ hakkı için Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi önemli bir adımdır. Kitle iletişim araçlarından hem göze hem de kulağa hitap eden televizyon yayınları sürekli mercek altına alınmış ve etkileri tartışılmıştır. Avrupa Konseyi Değiştirilmiş Avrupa Sınırötesi Televizyon Konvansiyonu, halkın; siyasî, kültürel ve eğitim beklentilerine cevap verebilme zemininde hazırlanmıştır.

4.1.2.1. Avrupa Konseyi İnsan Haklarını ve Ana Hürriyetlerini Korumaya Dair Sözleşme (Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi) (3 Eylül 1953):

Konsey’in başlıca çalışma alanları arasında insan hakları ve eğitim yer almaktadır. Avrupa Konseyi tarafından kabul edilen bu Sözleşme’de ifade hürriyeti (m.10) temel bir hak olarak düzenlenmiştir.

“Her fert ifade ve izhar hakkına maliktir. Bu hak içtihat hürriyetini resmî makamların müdahalesi ve memleket sınırları mevzuu bahis olmaksızın, haber veya fikir almak veya vermek serbestisini ihtiva eder. Bu madde, devletlerin radyo, sinema veya televizyon işletmelerini bir müsaade rejimine tâbi kılmalarına mâni değildir.

Kullanılması vazife ve mes’uliyeti tazammun eden bu hürriyetler, demokratik toplulukta, zaruri tedbirler mahiyetinde olarak, millî güvenliğin, toprak bütünlüğünün veya âmme emniyetinin, nizamı muhafazanın, suçun önlenmesinin, sağlığın veya ahlâkın, başkalarının şöhret veya haklarının korunması, gizli haberlerin ifşasına mani olunması veya adâlet kuvvetinin üstünlüğünün ve tarafsızlığının sağlanması için ancak ve kanunla, muayyen merasime, şartlara, tahditlere veya müeyyidelere tâbi tutulabilir” (İçel, 2018: 71; Çiftci ve Kırğıl, 2018: 712; Çolak, 2013: 26,27).

Türkiye bu Sözleşmeyi 18 Mayıs 1954 tarihinde onaylamış 10.03.1954 gün ve 6366 sayılı ‘İnsan Haklarını ve Ana Hürriyetlerini Koruma Sözleşmesi ve Buna Ek Protokolün Tasdiki Hakkında Kanunla kabul etmiştir

4.1.2.2. Avrupa Konseyi Değiştirilmiş Avrupa Sınırötesi Televizyon Konvansiyonu (11 Eylül 1998)

Konvansiyonun önsözünde *“Avrupa Konseyinin amacının üyelerinin ortak mirası olan idealleri ve ilkeleri korumak ve gerçekleştirmek amacıyla üyeleri arasında daha fazla birlik sağlamak olduğunu göz önünde bulundurarak...”* ifadesi ülkelerin kitle iletişim araçlarının özellikle de televizyonun birleştirici niteliğine vurgu yapmaktadır. Avrupa Konseyi, Avrupa kültürel kimliğini ve çeşitliliğini geliştirmeyi ve farkındalığını teşvik eder (Taşkiran ve Varlı, 2012: 25).

Önsözün devamında *“Halk için artan sayıda program hizmet seçenekleri sunarak Avrupa’nın mirasını genişletmeye ve işitsel-görsel evrenini geliştirmeye istekli ve bu kültürel hedefi yüksek kaliteli programların yapımını ve dolaşımını artırma çabalarıyla halkın siyasî, eğitsel ve kültürel alanlardaki beklentilerine cevap vererek gerçekleştirmeye kararlı şekilde...”* anlaşılmaya varıldığı belirtilmiştir. Sözleşmenin temelde; kitle iletişim araçlarının bireylerin siyasî, eğitsel ve kültürel ihtiyaçlarına cevap verebilmesine dikkat çekilirken aynı zamanda özelde çocuğun korunmasına dair de hükümler yer almaktadır. Aşağıda değinilmiş olan bu hükümler yapılacak programların sınırlarını da çizmiştir.

Madde 7/2: *“Gençlerin ve çocukların fiziksel, zihinsel ve ahlakî gelişimini zedeleyebilecek türden program hizmetleri, bunların seyredebileceği zaman ve saatlerde yayınlanmayacaktır.”*

Madde 11/3: *“Çocuklara yönelik olan veya çocukları kullanan reklamlar ve tele-alışveriş onların çıkarlarına zarar verebilecek şeylerden kaçınarak ve onların özel hassasiyetlerini göz önünde bulunduracaktır.”*

Madde 11/4: *“Tele-alışveriş küçükleri mal ve hizmetleri satın almaya veya kiralamaya teşvik etmeyecektir.”*

Madde 15/2: *“Her çeşit alkollü içeceğin reklamı ve tele-alışverşi aşağıdaki kurallara uygun olacaktır:*

a) *bunlar özellikle küçüklere yönelik olmayacak ve reklamlarda veya televizyonda alkollü içeceğin tüketilmesi ile ilgili hiç kimse küçük olarak görülmemeyecektir...”*

Avrupa Konseyi; eğitim, kültür, gençlik alanlarında ve özellikle de insan haklarının korunması ve geliştirilmesi amacıyla kurulduğu için insanın en temel hakkı olan düşünce ve düşüncesini ifade etme hakkını sözleşmelerle garanti altına almıştır. Günümüzde kitle iletişim alanındaki gelişmeler beraberinde yeni eğitim alanlarını da doğurmuştur. Örneğin; medya okuryazarlığı eğitimi 2000’li yıllarla birlikte başlatılan bir organizasyon olarak Avrupa Konseyinin eğitim politikalarını bu yönde belirmesinde belirleyici olmuştur. Tavsiye 1466 Medya Eğitimi (2000), Tüm Avrupa Forumu “Bilgi Toplumunda İnsan Hakları: Önemli aktörlerden sorumlu davranış” (2005), Avrupa Konseyi Çocukların Yeni Bilgi ve İletişim Çerçevesiyle İlgili Yetkilendirmeleri Hakkında Öneri (2006) (Detaylı bilgi için bakınız Taşkiran ve Varlı, 2012: 25-26). Medya okuryazarlığı için gerekli araç-gereç, çevrimiçi ağlarda güvenlik, çocukları zararlı içerikten korumak vb. konularda çocuk ve gençlerin gerekli ve yeterli eğitimi almaları için çalışmalar sürdürülmektedir.

Önemle üzerinde durulan bir diğer nokta dijital ortamda çocuk kullanıcıların varlığıdır. Bu durum yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı imkânlar kadar taşıdığı riskler sebebiyle de çocukların bilinçlendirilmesi gereğinden doğar. Öncelikli olarak dijital ortama çocuğun katılımı için eşitsizliğin kaldırılması, fırsat eşitliğinin sağlanması gerekmektedir. Fırsat eşitliği ile çocuğa ifade hürriyeti hakkını kullanabilme şansı tanınmış olacaktır. Bu hak kullanımı aynı zamanda başkalarının hak ve özgürlüklerine saygıyı da beraberinde getirmektedir. Dijital ortamda başkalarının haklarına saygı duyulması, reklamlara, programlara karşı eleştirel bir bilinç kazanılması, internet ortamındaki bilgiyi biçimlendirebilen bireylerin yetiştirilmesi devletler için önceliklidir. Bu dijital değişimde devletlere önemli görevler düşmektedir. Konuyla ilgili Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi, dijital dünyada çocuk hakları, bu haklara nasıl saygı gösterileceği ve bu hakların nasıl korunacağına ilişkin bir tavsiye kararı yayınlamıştır. 4 Temmuz 2018 tarihli karar, Avrupa hükümetlerinin konuyla ilgili faaliyetlerini geniş kapsamlı şekilde ele alırken devletlere de önemli sorumluluklar yüklemektedir. (Avrupa Konseyi, 2018).

Raporda dijital ortamın imkânlarına ve risklerine dikkat çekilmektedir. İnternet kullanım imkânıyla insan haklarının temel zemini olan ifade hürriyetinin her çocuk tarafından kullanılması için güvenli ve ücretsiz internet erişimi, çocukların dijital ortamı eleştirel anlamalarını sağlayacak dijital okuryazarlığın güçlendirilmesine yönelik önlemler ve eğitici kaynaklar vurgulanmıştır. Öte yandan Rapor, risk ve tedbirler açısından ise; çocuğun erken yaşta dijital ortama maruz kalmaması için önlemler, başkalarının hak ve onuruna saygı gösterilmesi konusunda farkındalık, çocuklara yönelik ürünler/hizmetler prensibinin belirlenmesi, çocuğun zihinsel, fiziksel ve ahlâkî gelişimini olumsuz etkileyebilecek her türlü içerikten korunması için devletlere sorumluluklar yüklemektedir. (Avrupa Konseyi, 2018).

4.1.3. Avrupa Birliği

Avrupa Parlamentosu ve AB Konseyi'nin 3 Ekim 1989 Tarih ve 89/552/EEC Sayılı Üye Devletlerin Görsel İşitsel Medya Hizmetlerinin Sağlanmasına İlişkin Belirli Yasal, Düzenleyici ya da İdari Hükümlerin Eşgüdümüne İlişkin Yönergesi (Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi)

Avrupa Birliği (AB) üye ülkeler arasında siyasal, ekonomik, kültür ve eğitim politikalarında ortak bir zeminde çalışmalar yapmayı amaç edinmiştir. 21. yüzyılın modern eğitim anlayışında teknolojik yeniliklerin kökten sağladığı değişimler yeni okuryazarlık alanlarının ciddiyle tartışılmasını gerekli kılmıştır. Medya okuryazarlığı, AB'de ortak bir Avrupa vatandaşlığı oluşturma amacına hizmet edecek araçlardan birisi olarak görülmektedir (Alagözlü, 2013: 45).

1930'lı yıllarda sinema filmlerinin yaygınlaşması, aynı zamanda radyonun kitlesel iletişime imkân vermesi, basın sektöründeki yenilikler eğitim alanında kitle iletişim araçlarından nasıl faydalanırız sorusunu gündeme taşımıştır. 1970'li yıllarda medya eğitimi bazı ülkelerde müfredata konulmuştur. Fakat ilerleyen yıllarda teknolojiye yenileşme iletişim alanı da derinden etkilemiş daha önce medyadan eğitim alanında faydalanma düşüncesi medya iletilerinden çocuk ve gençleri nasıl koruruz sorusuna dönüşmüştür. Okuryazarlık kavramının bilgisayar okuryazarlığı, teknoloji okuryazarlığı, medya okuryazarlığı gibi kavramlara evrilmesi bu alanda karmaşaya sebep olmuştur. Öte yandan mobil telefonların yaygınlaşması, sosyal

medyanın çocukluktan itibaren bireylerin hayatlarında azımsanamayacak bir hâl almasına sebebiyet vermiştir. Yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu imkânlar aynı zamanda belli riskleri de beraberinde getirdiği için Avrupa Birliği medya okuryazarlığı çerçevesinde önemli yasal adımlar atmıştır.

İngiltere, İrlanda ve İskandinav ülkelerinde medya okuryazarlığı uzun zamandır tartışılrsa da Avrupa Birliği kurumsal düzlemine girmesi 2000 Mart'ında yapılan Lizbon zirvesi ile mümkün olmuştur (Uysal, 2016: 27). Lizbon Zirvesi Avrupa Birliği'nin yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerine dayalı bilgi toplumu ve bilgi ekonomisinin şekillendirdiği geleceğin Avrupa'sını oluşturma konusundaki stratejilerin belirlendiği ve kararların alındığı bir zirvedir (Pekman, 2016: 42). Birlik, e-Avrupa Eylem Planı çerçevesinde Avrupa Komisyonu 2000 yılının Mayıs ayında E-öğrenme girişimini benimsemiştir (Binark ve Gencel Bek, 2010: 73). Bu eylem planı ile sayısal okuryazarlığı desteklemek ve bu alana dair becerileri geliştirmek için toplumda aktif katılım amaçlanmıştır. İletişim alanında ihtiyaçlara cevap verebilmek amacıyla da yasal düzenlemelere gidilmiştir. Böylece mevzuat alanında iletişim sektörünü düzenleyen Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi 2007 yılının sonunda yürürlüğe girmiş ve "medya okuryazarlığı" kavramı hukuken ilk defa bu Yönerge'de kullanılmıştır.

Birlik nezdinde medya okuryazarlığı tanımı ise, hareketin başlamasına önemli katkıları olan Anglosakson ülkelerde, medya okuryazarlığının 'eleştirel çözümleme sürecine ve kişinin kendi mesajlarını (basılı, işitsel, görsel, çoklu medya ile) yaratmayı öğrenmesine' gönderme yaptığı genel kabul görür (Hobbs, 2004'ten akt: Pekman, 2016: 39). AB bünyesinde yer alan Avrupa Komisyonu medya okuryazarlığı alanında çalışmaları yürütmek amacıyla Medya Okuryazarlığı Uzman Grubu (*The Media Literacy Expert Group*) oluşturmuştur (Alagözlü, 2013: 45). Medya Okuryazarlığı Uzman Grubu, farklı yetenekleri ve geçmişleri olan karma bir Avrupa medya okuryazarlığı uzmanlarından oluşur ve senede üç kez Brüksel'de toplanır. Grubun hedefleri arasında, medya okuryazarlığı hedeflerini, eğilimlerini çözümlemek ve tanımlamak, Avrupa düzeyinde iyi uygulamaları desteklemek ve dikkatleri çekmek ve alanda eylemler önermek gelmektedir (Taşkiran ve Varlı, 2012: 18).

4.1.3.1. Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi

Yönergenin 47. maddesinde “medya okuryazarlığı” düzenlenmiştir.

‘Medya okuryazarlığı’, “tüketicilerin medyayı etkin ve güvenli kullanmalarına imkân sağlayacak becerileri, bilgiyi ve anlayışı ifade etmektedir. Medya okuryazarı insanlar, bilinçli seçimler yapabilir, içerik ve hizmetlerin özelliğini anlayabilir ve yeni iletişim teknolojileri tarafından sunulan fırsatların tamamından yararlanabilir. Kendilerini ve ailelerini zararlı ve saldırgan unsurlardan daha iyi koruyabilirler. Bu sebeple, medya okur-yazarlığının toplumun tüm kesimlerinde gelişmesi desteklenmeli ve gelişimi yakından takip edilmelidir...”

47. madde ile medya iletilerini alımlayan bireylerin ‘tüketici’ olarak kabul edilmesi ve teknolojik yenilikler ile birlikte üretici konumuna geçmesi gerektiği önemle vurgulanmıştır. Güvenli kullanım ise; medya okuryazarlığı amacının zeminini oluşturmaktadır. Kişisel verilerin korunması konusunda bireyler eğitilmelidir. Diğer yanda bireylerin ve ülkelerin güvenliği için de bireylerin bilinçli seçimler yapmaları için çaba sarf edilmelidir. Güvenlik güçlerine ve sivil halka karşı eylem yapan silahlı terör örgütü IŞİD, sosyal medya aracılığı ile de şaşırtıcı bir şekilde sempatican kazanmıştır. Sosyal medyayı son derece iyi kullanan ve bu sayede kıtalar arasından bile grubuna savaşçı çeken IŞİD, sosyal paylaşım sitelerinden yayınladığı işkence ve propaganda videoları ile de dünyada büyük ses getirmiştir (Erdin, 2017).

Avrupa Parlamentosu ve AB Komisyonu 20 Aralık 2006 tarihli Küçüklerin ve İnsan Onurunun Korunması ve Avrupa Görsel İşitsel ve Çevrimiçi Bilgi Hizmetleri Endüstrisinin Rekabet Edebilirliğine İlişkin Cevap Hakkı konulu tavsiye kararı, hâlihazırda medya okur-yazarlığının teşvik edilmesi için bir dizi olası önlemleri içermektedir. Örneğin; öğretmen ve öğrencilerin sürekli eğitimi, çok erken yaştan çocuklara dönük, ebeveynlere açık oturumların da dâhil olduğu özel internet eğitimi verilmesi veya interneti sorumlu kullanımı hakkında bilgi sağlamak amacıyla tüm iletişim medyasının dâhil olduğu yurttaşları hedefleyen ulusal kampanyaların düzenlenmesi. Güvenli İnternet Artı Programı, internet ve diğer çevrimiçi teknolojilerini güvenli kullanımını destekler ve çocuk istismarı görüntülerinden

ırkçılığa kadar uzanan yasadışı ve zararlı içerikle mücadele eder. Bu programın hedefi ebeveynleri ve öğretmenleri internet güvenlik araçlarıyla güçlendirmektir (Taşkiran ve Varlı, 2012: 20).

“Görsel-İşitsel medya hizmetlerindeki zararlı içeriğin varlığı, yasa koyucular, medya endüstrisi ve ebeveynler için bir kaygıdır. Ayrıca, özellikle yeni platformlar ve ürünlerle bağlantılı yeni zorluklarda da olacaktır. Bu yüzden görsel-işitsel ticari iletişimlere de içeren tüm görsel-işitsel medya hizmetlerinde insan onurunun yanı sıra küçüklerin de fiziki, zihinsel ve ahlâkî gelişimlerini koruyan kuralların getirilmesi gereklidir” (m. 59).

Günümüzde bilişim teknolojindeki gelişmeler ve bu gelişmelerin hayatımıza sağladığı katkılar yadsınamaz. Hizmet sektörünün daha hızlı sunulması, dünyanın herhangi bir yerinden mal ve hizmet alımı, güncel ve kamu olaylarına aktif katılım (twitter, facebook vb), seçme özgürlüğü, şeffaflaşma ve bilgiye anında erişim imkânı bu katkıların başında gelmektedir. Sosyal ağlar; “bireyleri internet üzerinde toplum yaşamı içinde kendilerini tanımlayarak, aynı kültürel seviyede rahatlıkla anlaşabilecekleri insanlara internet iletişim metotları ile iletişime geçmek için ve aynı zamanda normal sosyal yaşamda yapılan çeşitli jestleri simgeleyen sembolik hareketleri göstererek insanların yarattığı sanal ortamlarda sosyal iletişim kurmaya yarayan” araçlar olarak tanımlanmaktadır (Yavanoğlu, Sağıroğlu ve Çolak, 2012). Özellikle sosyal hesapların ücretsiz kullanımı ve sahte hesaplarla dahi açılabilme durumu göz önüne alındığında özellikle çocukların bilinçsiz bir şekilde bu ağlarda paylaşım yapmaları ya da uygunsuz içeriklere maruz kalma durumları ancak çocuğun eğitimiyle aşılabilmektedir.

“İnsan onurunun ve küçüklerin fiziksel, zihinsel ve ahlâkî gelişimin korunması için alınan önlemler, Avrupa Birliği’nin Temel Haklar Şartında belirtilen temel ifade özgürlüğü hakkı ile titizlikle dengelenmelidir. Kişisel kimlik numaraları (PIN kodları) kullanımı, filtreleme sistemleri veya sınıflandırma gibi önlemlerin amacı, insan onuru ve küçüklerin fiziksel, zihinsel ve ahlâkî gelişimine, özellikle isteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmetleri bağlamında yeterli düzeyde korumayı güvence altına almak olmalıdır...”(m.60).

İnsan hayatının en zor dönemi olan ergenlikte gençler, gündelik yaşam pratiklerinde, sorunlarıyla baş edebilme, çözüm üretebilme, kendilerini bir yere, bir şeye "ait" hissedebilme amacıyla davranırlar. Medya tüketimi de bu pratiklerden biri, hatta en önemlilerinden biri olarak onların bazı gereksinimlerini karşılama olanağı sunar (Uğur Tanrıöver, 2008: 85). Çocukların ve gençlerin kimlik gelişim dönemlerinde, kendilerinden memnun olmadıkları birçok özellikleri vardır. Bunları değiştirmekle mücadele etmeleri gereken dönemde; sosyal medyada oluşturdukları sahte hesaplarla (*fake account*), kendilerini kolayca bambaşka birisi olarak tanıtabilirler. Bu da gelişmekte ve olgunlaşmakta olan kimlik süreçlerini olumsuz yönde etkileyebilir (Üney, 2016).

"... Küçüklerin ve insan onurunun korunması cevap hakkı konulu Tavsiye Kararı, filtreleme sistemlerinin ve sınıflandırmanın önemini daha önceden benimsemiş ve kullanıcılara erişim sağlayıcısına abone olduklarında düzenli olarak etkili, güncellenebilir ve kolay kullanımlı filtreleme sistemini sağlamak veya özellikle çocukları hedefleyen, otomatik filtreleme sistemli hizmetlere erişimle donatmak gibi küçüklerin yararına bir dizi olası önlemleri içermiştir" (m. 60).

Siteler; çocukları korumak, toplum güvenliğini ve çevrimiçi işlemleri artırmak ve aynı zamanda yasal standartlara uymak amacıyla sınıflandırılır. Web sitesinin içeriği sınıflandırıldığında, web sayfasına html bir şifre yazılır, içerik ayrıntıları verilerek sayfanın ölçümlenmesi sağlanır. Sayfa üzerinde görülmeyen bu ölçümlenme, içeriğin yapısı ile ilgili ayrıntıları verir ve filtreleme mekanizmaları ile kontrol edilir ve bunun sonucunda ya sayfanın faaliyetini engeller ya da yüklenmesini sağlar (RTÜK, 2006: 71).

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, internet ortamında karşılaşılabilecek risk ve zararları, başlıklar halinde sıralamış ve bireyleri bu konuda bilgilendirmiştir. İnternetin risk ve zararları kısaca şöyle açıklanabilir:

Yanlış ve/veya zararlı bilgiye erişim; siber zorbalık, sanal dolandırıcılık, kişisel bilgilerin paylaşımı ve kimlik hırsızlığı (*identity theft*), zararlı yazılımlar, iltalama (phishing), pornografi /çocuk istismarı/ fuhuş, yasadışı kumar, internet bağımlılığı, sağlık sorunları (internetin başında aşırı zaman geçirmeye bağlı olarak

gorülebilecek fiziki rahatsızlıklar) yabancılarla çevrimiçi ve çevrimdışı iletişim, şiddet/nefret/ırkçılık faaliyetleri, silah ve madde kullanımı (BTK, 2016).

“Üye Devletlerin yargı yetkisindeki medya hizmet sağlayıcıları, çocukların cinsel istismarı ve çocuk pornosuyla mücadele hakkındaki 22 Aralık 2003 tarih ve 2004/68/JHA sayılı Avrupa Birliği Konseyi Çerçeve Kararı hükümlerine göre, çocuk pornografisinin dağıtımına ilişkin yasağa her halükarda tabi olmalıdır” (m. 61).

Yaşa uygun olmayan cinsel içerikli filmlerin izlenmesi bazı çocukları aşırı uyarmakta, bazılarında nefret ya da suçluluk duygusu oluşturmakta, bazılarında ise cinsel içerikli suçların işlenmesine ya da normalden sapan davranışlara neden olabilmektedir (Earles 2002’den akt. Esenay ve Conk, 2006). Cinsellik, gelişimsel olarak belli evrelerden geçerek kavranır. Bu gelişimi göstermemiş bir çocuğun, kavrayamayacağı düzeyde cinsellikle medyada karşılaşması, bu konudaki sağlıklı gelişimini çeşitli biçimlerde etkileyebilir (RTÜK, 2006: 43).

“Bu Yönerge ile insan onurunun ve küçüklerin fiziksel, zihinsel ve ahlâkî gelişiminin korunmasına dair getirilen hükümlerin hiçbiri, bu çıkarları korumak için alınacak önlemlerin görsel-işitsel medya hizmetlerinin kamu otoritelerince önceden denetimi yoluyla uygulanması hususunu gerektirmez” (m. 62).

Çocuk, genç ve yetişkin tüm vatandaşların korunması esas ilke olsa da yayın özgürlüğüne engel teşkil edecek şekilde denetim yapılamaz. Görsel-işitsel medya hizmetleri yayın öncesinde kamu otoriteleri tarafından denetlenemez. Bu madde ile yayıncılık özgürlüğünün bir kez daha korunmaya çalışıldığı görülmektedir.

“Bu Yönergenin amaçlarını; örneğin, görsel-işitsel medya hizmetleri iç sınırları olmayan bir alan yaratma, aynı zamanda özellikle küçüklerin ve insan onurunun korunmasının yanı sıra engelli kişilerin haklarının geliştirilmesi gibi genel çıkar amaçlarının yüksek düzeyde bir koruma altına alınmasının sağlanması, Üye Devletlerin tek başlarına yeterli biçimde başarabilmeleri mümkün olmayacağından dolayı bu amaçlar, bu Yönergenin etkileri ve kapsamı nedeniyle Birlik çerçevesinde daha iyi düzeyde başarılabılır...” (m. 104).

Medya içeriklerine bakıldığında yetişkinler tarafından ve yetişkinler için biçimlenen medya, çocuk ve çocukluğu görünür kılmamakta tam tersine çocuğu özne olarak görmeyen ve yetişkin gözüyle çocukluk sürecine yaklaşan bir görünüm çizmektedir (Yetim, 2008: 93). Çizgi filmler, bilgisayar oyunları çocuklar için tasarlanmış olsa da şiddet, belirli ideolojileri yansıtmaya gibi yönleri ile sık sık kamuoyunda tartışma konusu olmaya devam etmektedir.

Madde 3/4 (a) Önlemler:

(i) *“Aşağıda yer alan sebeplerin her birisi için gereklidir:*

- *Küçüklerin korunması ve ırk, cinsiyet, din veya milliyet temellerine dayalı nefret uyandırmaya karşı mücadeleyi ve bireylerin kişiliklerini ilgilendiren insan onuru ihlallerini de içeren, özellikle adli suçların önlenmesi, araştırılması, incelenme ve kovuşturmasını da içeren kamu politikası,*
- *Kamu sağlığının korunması,”*

(b/i) *“Hizmet sağlayıcının yargı yetkisi altına girdiği Üye Devlete önlemler almasını talep etmiş olmalıdır ve ikinci ülkenin bu tür önlemleri almamış veya alınan önlem yetersizdir,*

(b/ii) *Komisyonu ve hizmet sağlayıcının yargı yetkisi altında olduğu Üye Devleti bu tür önlemleri alma niyeti hakkında bilgilendirmiş olmalıdır.”*

21. yüzyılda hızla gelişen çalışma alanlarından biri de medya okuryazarlığıdır. Konuyla ilgilenen eğitimcilerin, öğrencilerin iletişim becerilerini geliştirme, ırk, sınıf ve cinsiyet eşitsizliğine dikkat çekme, demokrasi, yurttaşlık ve politik katılımı ilgili tavırları iyileştirme, iletişim politikalarını ve medya endüstrisi pratiklerini gözden geçirme, kişisel gelişime yardımcı olma, gençleri kimyasal madde bağımlılığı, şiddet, materyalizm ve kültürün ticarileşmesi gibi konularda bilinçlendirme ve kariyer becerilerini ve eğitim kalitesini iyileştirmek gibi çeşitli amaçları vardır (Hobbs, 1998'ten akt. Algan, 2016: 67).

Uysal ve Yıldız'a göre medya bilinci ya da eleştirel medya okuryazarlığının odaklandığı noktalardan bir tanesi de; medya tarafından üretilen toplumsal cinsiyet

rolleri, ırkçılık, tüketim kültürü, şiddet gibi değerleri sorgulama bilinci geliştirilmelidir (akt. Binark ve Gencel Bek, 2010: 113).

Çocukların ilk önce anne ve babaları rol model aldığı düşünüldüğünde ebeveynlerin medya iletileri karşısında daha dikkatli davranmaları gerekmektedir. Kimliğin şekillenmesinde çocuk ve gençler kadar ebeveynlerde risk altındadır. Tisdell ve Thompson (2007) yetişkin eğitiminde medya okuryazarlığı eğitiminin giderek yaygınlaştığını yetişkinlerin ırk, cinsiyet, sınıf ve cinsel tercihe ilişkin bilinç düzeylerini yükseltmenin eğitimin birinci aşaması olduğunu ikinci aşamanın ise, bireylere farklılığını anlayabilecek etkili yollar geliştirmesine yardım etmenin olduğunu ifade etmektedirler (Ayrıca bkz: m. 9/1-c (i), Uysal, 2016: 40).

(m. 9/1-b) *“Görsel-işitsel ticarî iletişimler bilinçaltı teknikler kullanmamalıdır,*

(m. 9/1-e) *Alkollü içecekler için yapılan görsel-işitsel ticari iletişimler, özellikle çocukları hedef almamalı ve bu tür içeceklerin aşırı tüketimini teşvik etmemelidir.”*

Medya metinlerinin görsel-işitsel içeriğinde yer alan mesajların, reklam-haber-senaryo vb. nitelikler çerçevesinde birbirinden giderek daha az ayırt edilebilir oluşunun, kendiliğinden bir akışın sonucu olduğunu söylemek, medya metinlerine özgü kurgusalılığı ve medyanın tecimsel boyutunu görmezden gelmek olur (Taşkaya, 2016: 89). Kamu sağlığının korunmasının başında alkol, sigara, madde bağımlılığı, hareketsiz yaşam gibi sorunlar gelmektedir. Medyada gazete köşe yazılarından televizyondaki programlara kadar birçok alanda sağlıkla ilgili bilgilendirici medya iletilerine rastlamak mümkündür. Bu programların yayın kuşaklarında bu kadar var olması, aynı zamanda izlenme oranlarının yüksek olmasında yatmaktadır. Fakat mevcut bilgilerin anonim nitelikte hedef kitleye gönderildiği bireysel sorunlara çare olamayacağı da vurgulanmalıdır.

(m. 9/1-g) *“Görsel-işitsel ticarî iletişim çocuklarda fiziksel veya ahlâkî zarara neden olmamalıdır. Bu nedenle deneyimsizliklerini veya saflıklarını istismar ederek, çocukları bir ürün veya hizmeti satın alma veya kiralamaya doğrudan yönlendirmemeli; çocukları, reklamı yapılmakta olan ürün veya hizmetleri satın almak için ebeveynlerini veya başkalarını ikna etmeye doğrudan teşvik etmemeli;*

çocukların ebeveynlerine, öğretmenlerine veya diğer kişilere duyduğu güveni istismar etmemeli veya sebepsiz olarak çocukları tehlikeli durumlarda göstermemelidir.”

Reklam pazarının en önemli hedef kitlelerinden biri de çocuklardır. Çocuklara yönelik yapılan reklamlarda gıda sektörü önemli bir paya sahiptir. Televizyonda çoğunlukla çocukların kendi paraları ile alabilecekleri ürünlerin reklamı yapılmaktadır. Çocukların harçlıkları ile alabildikleri ürünler şekerleme, sakız, içecek, dondurma, bisküvi ve *fast food*'lardır (Karaca, Pekyaman ve Güney, 2007). Çocuklar gerçek ve hayal ürünü olan şeyleri ayırt edemez. Reklamlarda kullanılan ikna tekniklerine karşı oldukça savunmasız durumdadırlar. Özellikle kırtasiye malzemelerinde çizgi film kahramanlarının baskıları mevcuttur. Aynı şekilde çocuk giysileri de çizgi film karakterleri ile donatılmış durumdadır. Çocuğun bu karakterlerle kurduğu duygusal bağ reklam pazarının merkezine oturmuş durumdadır. Ninja Kaplumbağalar ve pizza tüketimi arasındaki ilişki birçok akademik makaleye konu olmuştur. Böylece çizgi filmler, reklamlar kısacası medya iletileri nedeniyle çocuklar, daha önce televizyon, internet ve sinema ekranlarından tanıdıkları kurgusal varlıkları nereden alacaklarını ve onlara nasıl gerçeklik kazandıracaklarını öğrenirler (Tutal Cheviron, 2013: 71). Tam da bu nedenle çocukların dünyasına dair sunulan çizgi filmlerden reklamlara kadar tüm medya iletileri dikkatle incelenmelidir. Fakat dünyada ürün yerleştirme olarak yayıncılık literatürüne giren reklam tanımına girmeyen, senaryoda programın doğasına uygun bir şekilde belirli bir ürünün yer almasına artık tüm programlarda rastlamak mümkündür (Taşkaya, 2016: 192). Kamu sağlığının korumasının ilk hedefi çocuklar olmalıdır. İster televizyon izlesin, ister bilgisayarda oyun oynasın temelinde çocuktan fiziki bir hareket beklenmemektedir. Böylece çağın en temel sorunu olan obezite hastalığı küçük yaşlardan itibaren ciddi bir sorun olarak karşımızdadır.

(m. 9/2) *“Üye Devletler ve Komisyon, medya hizmet sağlayıcılarını besinsel veya fizyolojik etkisi olan, özellikle de yağ, yağa dönüşen asitler, tuz/sodyum ve şeker gibi genel beslenme diyetlerinde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıda ve maddeleri içeren yiyecek ve içeceklerin çocuk programlarıyla birlikte veya bu programların içinde yerleştirilen uygun olmayan görsel-işitsel ticari iletişimine ilişkin mesleki ilkeleri oluşturmak üzere teşvik ederler.”*

Reklamlarda çocuğu olumlu davranışlara teşvik edecek görüntüler mevcuttur. Örneğin; süt içme. 1990'lı yıllarda yayınlanan Temel Reis çizgi filmi ile çocukların ıspanağa karşı olumlu tutum geliştirdiği bilinmektedir. Kanada'da ve ABD'de ise pek çok okul yönetim kurulu Pepsi-Cola şirketine genellikle açıklanmayan bedeller karşılığı tek yetkili satış hakkı vermiştir (Klein, 2002'den akt. Taşkaya, 2016: 213). Kamu yayıncılık anlayışının özellikle çocuklara yönelik programlarda daha baskın olması gerektiği kanaatindeyiz.

(m. 10/4) *“Haber ve güncel olay programları desteklenmeyecektir. Üye Devletler çocuk programları, belgeseller ve dini programlar sırasında program destekleyenin logosunun gösterilmesini yasaklamayı tercih edebilirler.”*

Haber programları gerçeklik algısının en yüksek olduğu medya iletileridir. Medyaya yöneltile en sık eleştirilerden bir tanesi de dezenformasyon (*disinformation*) kavramıdır. Hedef kitleyi kasıtlı olarak yanıltmayı amaçlayan yanlış enformasyonu ifade eder ve ‘yanıltma haber’ olarak da ifade edilir (Jowett, 2008'den akt. Şahin, 2011: 20). Aynı olayı birçok kanalda farklı şekillerle izlemek mümkündür. Haberlerin sorumluluk duygusu ile verilmesi sadece çocuklar açısından değil toplum psikolojisi açısından da oldukça önemlidir.

Sponsorluk uygulamaları günümüzde oldukça yaygınlaşmıştır. Sponsor olan firma bu sayede sürekli gündemde olacaktır. Çocuklara yönelik programlarda herhangi bir marka veya kurumun tanıtımına ilişkin tüm ibareler çocukların ismi geçen marka veya kurumlara fark etmeden iyi niyet beslemesine sebebiyet verebilir. Bu durumda firmalar çocuğun zihinsel olarak savunmasız oluşlarından faydalanmış olacaklardır.

(m. 12) *“Üye Devletler, yargı yetkileri altındaki medya hizmet sağlayıcıları tarafından sağlanan küçüklerin fiziksel, zihinsel veya ahlâkî gelişimlerini ciddi şekilde olumsuz etkileyebilecek isteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmetlerinin, küçüklerin bu tür isteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmetlerini normal olarak duymayacakları veya görmeyecekleri bir şekilde sunulmasını güvence altına almak için uygun önlemleri alacaktır.”*

(m. 27/1) *“Üye Devletler, yargı yetkileri altındaki yayıncıların televizyon yayınlarında, küçüklerin fiziksel, zihinsel veya ahlâkî gelişimlerine ciddi şekilde zarar verebilecek, özellikle pornografi veya ölçüsüz şiddet içeren programlara yer vermemelerini sağlamak amacıyla uygun önlemler alırlar.”*

Medyada şiddet olgusu sürekli tartışılan bir konudur. Gerçek ve hayal ayrımı yapamayan çocuklar uçmak, peri olmak peşinde bir süre oyalanırlar. He-man çizgi filminde “güç bende artık” sloganını özellikle erkek çocuklarından duymak mümkündür. Çizgi filmler genellikle başkahramanın belli bir sorunu çözmesi üzerine dayanır. Sorun çözme yöntemi de genellikle dövüşmekten geçmektedir. Bazen eline bir kılıç bazen de silah aldıkları bile görülür. Haberlerdeki cinayet, intihar sahneleri; polisiye filmlerdeki sahneler dolayısı ile de çocuklar şiddetle hemhal olmaktadır. Ayrıca bilgisayar oyunları, internet ve televizyon söz konusu olduğunda şiddet evreninin oldukça geniş olduğu görülmektedir. Medyadaki şiddet görüntülerinin, çocukların davranışlarının yapısal bir unsura dönüşmesi için şiddetin ailede, okulda ve arkadaş çevresinde maruz kalınan bir şiddet olması gerekmektedir (Tutal Cheviron, 2013: 65). Ülkelerin eğitim düzeyi ve ebeveynlik bilincinin de gelişmiş olması şiddetin önlenmesinde etkilidir.

(m. 27/2) *“Paragraf 1’de alınabilecek önlemler, yayının yapıldığı bölgede bulunan çocukların bu tür yayınları görmelerine veya duymalarına engel olabilmek için yayın saatlerinin belirlenmesi veya teknik araçların kullanılması halleri istisnası kaydıyla, çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlâkî gelişimlerini etkilemesi muhtemel diğer programlara da uygulanabilir.”*

(m. 27/3) *“Buna ilaveten, bu tür programların şifresiz yayınlanması halinde, Üye Devletler, bu programlardan önce sesli bir uyarının yapılmasını veya yayın süresince görsel bir sembolle tanımlanmasını sağlarlar.”*

Ülkemizde 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş Ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun ile çocuk ve gençlerin yayın hizmetlerinin zararlı içeriklerinden etkilenmemesi için “korumalı saatler” belirlenmiş olup bu saatler Yayın Hizmetleri Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelikte “Çocuk ve gençlerin, yayınları izleme veya

dinleme ihtimali olan 24:00-05:00 saat aralığı dışındaki zaman dilimi olarak tanımlanmıştır” (m. 4/1-o).

(m. 33) *“19 Aralık 2011 tarihinden sonra olmamak kaydıyla ve bu tarihten sonraki her üç yılda bir olmak üzere, Komisyon, işbu Yönergenin uygulanmasına dair bir raporu Avrupa Parlamentosuna, Konseye ve Ekonomik ve Sosyal Komiteye sunacak ve gerekli olduğu takdirde, özellikle son teknolojik gelişmeler, sektörün rekabet gücü ve tüm Üye Devletlerde medya okuryazarlığı seviyesi ışığında Yönergeyi görsel-işitsel medya hizmetleri alanındaki gelişmelere uyarlamak için ilave önerilerde bulunacaktır. Bu rapor, çocuk programlarına yerleştirilen veya bunlarla birlikte sunulan televizyon reklamı hususunu ve özellikle bu Yönergede yer alan niteliksel ve niceliksel kuralların arzu edilen koruma seviyesini karşılayıp karşılamadığını da değerlendirecektir.”*

4.1.3.2. E-İçerik Artı Programı (2005-2008)

Avrupa’da sayısal içeriği daha erişilebilir, kullanılabilir ve işletilebilir hale getirmeye çalışan çok yıllık bir Topluluk programıdır. Program, gelişimin yavaş olduğu özel piyasa alanlarına, (kamu sektörü içeriği temel bileşeni olarak) coğrafya, eğitim, kültür, ilim ve bilim içeriklerine hitap eder (Taşkiran ve Varlı, 2012: 19-20).

AB çocuğun kitle iletişim araçlarından faydalanmasının yanında zararlı ve sakıncalı yönlerinden korunması amacıyla da Medya Okuryazarlığı kavramını Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi’nde hukuken ilk kez kullanmıştır.

Böylece yayınlarda yayıncı ve devletin sorumluluk alanları ifade edilirken çocukların, gençlerin ve ebeveynlerin bilinçli seçimler yapabilme, içerik ve hizmetlerin özelliğini anlayabilme ve yeni iletişim teknolojileri tarafından sunulan fırsatların tamamından yararlanabilme niteliklerini geliştirmeyi amaç edinmiştir. Kanaatimizce bu durum gelişen kitle iletişim teknolojileri karşısında devletlerin önlem almasının ne kadar önemli olduğu ortaya koymaktadır. Hukuksal düzenlemenin yanında Avrupa Birliği’nde medya okuryazarlığı alanında hizmet veren bazı teşkilatlanmalarda mevcuttur. Örneğin; Uluslararası Çocuk, Genç ve Medya Merkezi (*The International Clearinghouse on Children, Youth and Media*),

Avrupa Medya Okuryazarlığı Sözleşmesi (*The European Charter for Media Literacy*), Uluslararası Çocuk Bağlantı Ağı (*Childnet International*).

4.1.3.3. Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı (7-8 Aralık 2000)

Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı ile ifade hürriyeti, basın hürriyeti ve medyada çoğulculuk düzenlenmiştir.

Madde 11 - İfade ve haber alma özgürlüğü

(m. 11/1) *“Herkes ifade özgürlüğü hakkına sahiptir. Bu hak, kamu makamlarının müdahalesi olmaksızın ve ulusal sınırlarla kısıtlanmaksızın bir görüşe sahip olma, haber ve düşünceleri elde etme ve bunları ulaştırma özgürlüğünü içerir.”*

(m. 11/2) *“Basının özgürlüğü ve çoğulculuğuna saygı gösterilmelidir.”*

Avrupa Birliği tarafından 2000 yılında Temel Haklar Şartı’nda hiçbir ayırım gözetmeksizin herkesin ifade özgürlüğüne sahip olduğu bir kez daha vurgulanırken aynı zamanda haber ve düşüncelere ulaşma ve bunları ulaştırma özgürlüğünün de beraberinde geldiğinin altını çizmiştir. Demokratik ülkelerin temel özelliği olan çoğulculuk anlayışı basının özgür biçimde var olması ve yayılabilmesi için elzemdir. Çoğulcu demokraside uzlaşma, karşılıklı hoşgörü ve saygı esastır (Çiftci, 2018: 235). Çoğulculuğun bir karmaşaya dönüşmemesi için bu üç ilke hem basın hem de devletlerin diğer faaliyetlerinde mutlak suretle benimsemesi gereken bir anlayışı ifade etmektedir.

Yaşanan hızlı teknolojik değişimler medyayı, yayıncılık kurallarını, programların içeriğini, izleyici eleştirilerinin yayınlara etkisini de beraberinde getirmiştir. Uydu sayesinde dünya kanallarına ulaşabilme imkânı yerini internete bırakmıştır. İnternet ve bilgisayar ise 2000’li yılların başında gösterdiği etkinliği bugünlerde mobil telefonlara devretmiş gözükmektedir. Bilgisayar aracılığı ile yapılan tüm işler interneti olan cep telefonlarıyla da yapılabilmektedir. Yukarıda ifade etmeye çalıştığımız Avrupa Kıtası’ndaki iletişim hukuku alanındaki gelişim, teknolojik değişimin bir sonucudur. Kontrol edilemeyen bilgi akışı, okuryazarlık kavramının teknoloji ile bağdaştırılması medya okuryazarlığı sayesinde bireylerde

ve toplumda oluşan bir ihtiyaca cevap arama durumudur. Sınır tanımayan bilgi akışı popüler kültürün oluşmasına etki etmiş, bir devletin en önemli belirleyici özelliği olan kültür yapısının kalın çizgilerini inceltmeye başlamıştır. Bu durum her devlet için aslında oldukça önemli bir sorun olarak görülmektedir.

Avrupa Konseyi'nin ve AB'nin temel gayesi Avrupa kültürünü korumak ve geliştirmektir. O halde bu amacın kültüre en çok hizmet eden ve zaman zaman kültürün tahribatını yapan medya yoluyla korunması veyahut medyadan faydalanmasını gerektirmektedir. Bu sebeple Avrupa Konseyi Değiştirilmiş Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Konvansiyonu önsözünde, "Avrupa Konseyinin amacının üyelerin ortak mirası olan idealleri ve ilkeleri korumak ve gerçekleştirmek amacıyla üyeleri arasında daha fazla birlik sağlamak olduğunu göz önünde bulundurarak", ortak mirasa vurgu yapmıştır. Diğer yandan AB'nin Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi'nin 3. maddesi *"Görsel-İşitsel medya hizmetleri, ekonomik hizmetler oldukları kadar kültürel hizmetlerdir. Bu hizmetlerin toplumlar, demokrasi –özellikle haber alma özgürlüğünün, düşünce çeşitliliğinin ve medya çoğulculuğunun güvence altına alınması- eğitim ve kültür için artan önemi, bu hizmetler için özel kurallar uygulanmasını haklı kılmaktadır"* hükmüyle kültürün önemini vurgulamaktadır.

İngiltere medya okuryazarlığına 1920'li yıllarda önem vermeye başlamıştır. Bu önem zorunlu olarak medya eğitiminin okullarda verilmesinin yanı sıra sivil toplum kuruluşlarının çocuklardan ebeveynlere kadar ulaşma çabasıdır.

4.1.3.4. İngiltere örneği

İngiltere, İskoçya, Galler ve Kuzey İrlanda Birleşik Krallık Hükümeti düzeyinde medya okuryazarlığı eğitimini ciddiyle ele almaktadır. İngiltere'de medya okuryazarlığına yönelik ilk çalışmalar, 1920 yıllarının sonlarında film çalışmalarıyla başlamıştır. Televizyonun yaygınlaşmasıyla birlikte ekran eğitimi ön plana çıkmıştır. İngilizce derslerin içinde verilen medya eğitimi çocuklarda medya aracılığıyla alınan mesajların yanlış bilinç oluşturmalarını önleme girişimi olarak korumacı bir anlayışla başlamıştır. "1929 yılında Londra Eğitim Kurulu'nun yayınladığı *Handbook of Suggestions for Teachers*, adlı günün düşük standartlı filmlerini değerlendirme ve direnç geliştirmede öğretmenlere yol gösterici olan bu kılavuz ve bir takım ilk

çalışmalara bakılırsa, İngiltere medya okuryazarlığının doğduğu yer sayılabilir” (Heins ve Cho, 2003’ten akt. Bilici, 2014: 78).

İngiltere, İrlanda ve İskandinav ülkelerinde medya okuryazarlığı uzun zamandır tartışılan ve çeşitli uygulamaları görölen bir konu olmasına karşın, AB kurumsal düzlemine medya okuryazarlığı kavramının girmesi 2000’li yılların sonlarına doğru olmuştur (Pekman, 2016: 42). İngiliz Film Enstitüsü (*British Film Institute*) öğretmenlerin sınıf içi teknik donanımları, medya eğitimi için dersler üretilmesi ve öğrencilerin derslerde filmlere eleştirel bakabilmelerini sağlamak için öğretmen eğitimlerine katkı sunmaktadır.

Medya Eğitim Merkezi (MEC) çocuk, genç ve yetişkinler için politik olmayan ve kâr amacı gütmeyen bir kuruluştur. Dil, edebiyat ve medyaya dair en iyi uygulamaları ve yenilikçi yaklaşımları geliştirmeyi yaymayı hedeflemektedir. Öğretmenlerin öğrencilerine 21. yüzyılın gereklerine uygun olarak kendilerine güven, yaratıcı, eleştirel, yaratıcı okuyucular, yazarlar, konuşmacılar ve dinleyiciler olmaları konusunda yardımcı olmalarını desteklemektedir. İngilizce ve medya öğretiminde lider bir kurum olmayı hem öğretmenleri hem de daha geniş kitleleri etkilemeyi amaç edinmişlerdir. Çeşitli meslekî kurslar, basılı ve indirilebilir yayınlar gibi faaliyetleri abonelik usulü gerçekleştirmektedir. (Medya Eğitim Merkezi, 2018). Bunun yanında Medya Eğitimi Birliği (*Media Education Association*), medya eğitiminin özellikle günümüzde üzerinde önemle durulması gereken bir konu olduğunu vurgulayarak öğretmen ve öğrencilerin eğitilmesi konusunda internet sitesinde alanda uzman olan kişilerin görüş ve makalelerine yer vermektedir (Medya Eğitimi Birliği, 2018).

İngiltere yayıncılık düzenleyici otoritesi OFCOM (*Office of Communications*) bireylerin saldırgan ve zararlı içeriklerden korunmasını, haksız muamele ve mahremiyetin ihlâl edilmesi durumlarını önlemeye çalışır (OFCOM, 2018). Böylece medya okuryazarlığını tüketicilerin bilinçlendirilmesi için önemli bir alan olarak görmektedir. OFCOM bünyesinde yer alan Parlamentoyla İlişkili Medya Okuryazarlığı Grubu (*Associate Parliamentary Media Literacy Group*) düzenli olarak bir araya gelerek parlamento içinde medya okuryazarlığının önemini ve daha geniş çaplı bir anlayışı teşvik etmek için kurulmuştur. Tüm bu gelişmelerle birlikte medya okuryazarlığı öğretmen eğitimi İngiltere’de yeterince önemsenmemektedir.

İngiltere’de medya eğitimi esas olarak öğrencileri medyanın eleştirel ve bilgili tüketicileri şeklinde güçlendirme amacıyla gelişse de yeterince eğitim almamış öğretmenler ve medya eğitiminin ne anlama geldiği konusunda net bir fikir birliğinin olmaması korumacı anlayışın hâkim olmasına sebebiyet vermiştir (Binark ve Gencel Bek, 2010: 85). OFCOM’un görev alanlarından bir tanesi de bireylerin yayınlar yoluyla oluşabilecek saldırgan ve zararlı içeceklerden korunması, haksız muamele ve mahremiyetin korunması olarak ifade edilmiştir. İngiltere’de medya okuryazarlığı hükümet düzeyinde desteklenmediği yıllarda İngiliz Film Enstitüsü’nün bu konuda yapmış olduğu çalışmalar ön plana çıkmıştır. Ardından Yayıncılık Düzenleme Kurulu OFCOM’un medya okuryazarlığına destek vermesi de önemli adımlar olarak görülmektedir. Çoğu ülkede temel tartışma konusu olan öğretmenlerin bu konuda yetiştirilmesi meselesi ise İngiltere’de de halen devam etmektedir. İngiltere’de medya okuryazarlığı için oluşturulan kurum, kuruluş ve dernekler sadece çocuklar için değil genç ve ebeveynleri de kapsamaktadır (Alagözlü, 2013: 64). Birleşik Krallık 2016 yılında yapmış olduğu referandum gereği AB’den ayrılık sürecini (BREXIT) başlatmış bulunmaktadır. Bununla birlikte AB’nin medya okuryazarlığı müktesebatına en önemli katkısı İngiltere’nin yapmış olduğu söylemek yerinde olacaktır.

Ülkemizde 1927 yılında çıkarılan 1117 sayılı Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu ile basılı yayınların çocukların maneviyatı üzerinde zararlı etkileri önlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca diğer bölümde çocukların kitle iletişim araçlarından korunmasına yönelik ulusal mevzuat detaylı olarak incelenecektir.

4.2. Türk Mevzuatında Medya Okuryazarlığı

Kitle iletişim araçlarının haber verme ve bilgilendirme, kamuoyu oluşturma ve oluşan kamuoyunu açıklama, kültürü ve dili geliştirme ve koruma, eğitim, devleti ulusal ve uluslararası alanda tanıtma ve mal ve hizmetleri tanıtma, propaganda, vb. işlev ve faaliyetleri vardır. Kitle iletişim araçları bu görevleri yerine getirirken belli kurallar çerçevesinde hareket etmek zorundadır. Bir tarafta başta Anayasa olmak üzere hukuksal zemin diğer yandan meslek örgütleri medya faaliyetlerinin özgürlük alanlarını ve sınırlarını belirlemektedir. Medya varlık gösterdiği tüm zamanlarda manipülasyon, dezenformasyon, propaganda, yanlış bilinçlendirme, gerçekleri

çarpıtma, kişilik haklarına saldırı vb. ithamlara maruz kalması, hem medyanın ne derece güçlü olduğunun kanıtı hem de bu kurumun çeşitli biçimlerde denetim altında tutulması gerektiğinin üstü örtük bir biçimde dile getirilmesidir (İnal, 2016: 20).

Ayrıca medya sahiplik yapılarının büyük sermayedarların elinde olması tekelleşme sorununu tüm dünyada tartışılır kılmıştır. Tekelleşme dikey, yatay ve çapraz olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Yatay tekelleşme, sermaye sahibinin aynı türde (radyo yahut televizyon yahut yazılı basın yani gazete ve/veya dergi) birden çok medya organına sahip olması; dikey tekelleşme, sermaye sahibinin farklı kitle iletişim araçlarına aynı anda sahip olması; çapraz tekelleşme ise sermaye sahibinin medya sektörü dışında farklı sektörlerde de yatırım ve girişim sahibi olması anlamına gelir (Binark ve Gencel Bek, 2010: 48). Ülkemizde Doğan Holding bünyesinde bulunan Doğan Medya Şirketler grubu 21 Mart 2018'de Demirören Grubuna satış yoluyla devredildi. Medyaya ilişkin; Kanal D, CNN Türk, tv2, Dream TV, Dream Türk, Hürriyet, Posta, Fanatik, Hürriyet Daily News, TME, Doğan Burda Dergi, Doğan Egmont, Doğan Kitap, Dergi Pazarlama ve Planlama (DPP) diğer grubun bünyesine geçti. Demirören grubu da Doğan Holding gibi medya dışında çeşitli iş kollarında faaliyet gösterdiği için tekelleşme yapısını üç yönüyle de içinde barındırmaktadır. Tekelleşme ile birlikte sermaye sahiplerinin çıkarları çok sesliliğinin önünde engel oluşturmaktadır.

Reklamların kitle iletişim araçlarının en önemli gelir kaynağı olması sebebiyle de medya iletilerinin ticarî kaygı (*reyting*) taşıdığı önemli bir gerçektir. Böylece kamu yararının ticarî kaygı karşısında kan kaybettiği söylenebilir. Bahsedilen endişelerin merkezinde 'çocuk' ve 'medya iletilerinin günlük hayatın içerisinde büyük yer kaplaması' yer almaktadır. Haber ve diğer program türlerine bakıldığında başlıca içerik malzemesi olarak; şiddet, aldatma, aldatılma, cinayet, hayat biçimlerinin sunumu (lüks hayatlar, çete oluşumlarının övgüyle işlenmesi), reklamlar aracılığıyla tüketime yapılan övgü gelmektedir. Tematik kanalların varlığı çocuklar için önemli olsa da yeterli değildir. Ayrıca çocukların büyüklerin izlediği yapımlara olan ilgisi bellidir. Diğer yanda çocukların oyun oynama ihtiyacının sadece sanal ortamda karşılık bulması düşünülmeli gereken ayrı bir husustur.

Özelinde çocukları koruma düşüncesiyle tartışılmaya başlanan medya okuryazarlığı kavramı gerçek anlamda yaygınlaşabilmesi için ebeveyn, öğretmen ve medya mensuplarının da konuya dâhil edilmesi gerekmektedir. Konuyla ilgili Türkçe akademik kaynaklarda yapılan taramada medya mevzuatının tartışılmasından çok konunun uygulamadaki eksiklerine değinildiği görülmektedir. Böylece 3 Ekim 2005 tarihi itibarıyla Ülkemiz ve AB arasında resmen başlayan müzakere sürecinde AB'nin ilgili müktesebatı Görsel-İşitsel Medya hizmetleri Yönergesi'ne uyum amacıyla çıkarılan 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun 3 Mart 2011 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Ayrıca 2007 yılında çıkarılan 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu yayınlar Yoluyla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun teknolojinin getirdiği teknik ve içerik yönünden yeniliklere göre değişikliklere uğramıştır.

4.2.1. Anayasa (İlgili Hükümler)

“Anayasa (constitution), devletin temel yapısını, yönetim şeklini, kuruluş ve işleyişini temel organlarını ve bunların birbiriyle olan ilişkilerini ve görev yetkilerini, temel hak ve hürriyetlerini düzenleyen kurallar bütünüdür” (Çiftci, 2018: 51). Herkesin kişiliğine bağlı, dokunulamaz, devredilemez ve vazgeçilemez temel hak ve hürriyetleri vardır. Bu temel hak ve hürriyetler, kişinin topluma, ailesine ve diğer kişilere karşı ödev ve sorumluluklarını da ihtiva eder (Anayasa, madde 12). Tüm hak ve özgürlükler kişiden kişiye hiçbir imtiyaz gözetilmeden işler. Kişinin özel hayatının gizliliği (m. 20) başta olmak üzere, haberleşme hürriyeti (m. 22), düşünce ve kanaatlerini özgürce açıklama ve yayma hürriyeti (m. 26), bilim ve sanat hürriyeti (m. 27) ve basın hürriyeti (m. 28-29) Anayasanın ‘Kişinin Hakları ve Ödevleri’ başlığı altında klâsik insan hakları (negatif statü hakları) olarak öngörülmüştür. Her hak kendi içinde belli bir sorumluluğu ve ödevi içerir.

Bu bakımdan Ziya Gökalp tarafından yazılan ve 1915 yılında Yeni Hayat Dergisinde yayımlanan “AHLÂK” isimli şiirinde geçen aşağıdaki dördlük önem arz etmektedir.

*“Ahlâk yolu pek dardır;
Tetik bas, önü yardır.*

*Sakın hakkım var deme,
Hak yok, vazife vardır!”*

Bu dörtlükte ahlâk ve vazifenin (ödevin) önemi vurgulanırken, aslında “medyanın toplumsal sorumluluğu”na da dolaylı olarak vurgu yapılmaktadır (Çiftci, 2018: 251). Basın yayın organları ve mensupları, faaliyetlerini yürütürken ve ifade hürriyeti (ANY. m. 26), bilim ve sanat hürriyeti (ANY. m. 27) ile basın-yayın hürriyetini (ANY. m. 28, 29, 133) kullanırken, Anayasanın 12. maddesinin 2. fıkrasında da öngörüldüğü üzere, topluma, ailelerine ve diğer kişilere (özellikle de küçüklere ve gençlere) karşı ödev ve sorumluluk duygusu, düşünce ve bilinciyle hareket etmelidirler.

Anayasa ve kanunlarla koruma altına alınan düşünce ve kanaat hürriyeti; öncelikle çocukları ve toplumun diğer kesimlerini başta kişilik hakkı olmak üzere Anayasa’da belirlenmiş diğer hakları da güvence altına alarak ve bu hususta keyfi uygulamalara yer vermemek adına uluslararası mevzuat ile eşgüdümlü bir şekilde yeniliklere yer vermektedir. İfade hürriyeti ve bu hürriyetin sınırlandırılması demokrasinin sağlıklı işleyebilmesi için elzemdir. Mevcut haklar kullanılırken diğer bireylerin zarar görmemesi için belli kısıtlamalar (tedbirler) getirilebilir. *“Zaruri tedbirler mahiyetinde getirilen bu sınırlamalar, ancak Anayasa ve kanunla düzenlenebilir; tüzük ve yönetmelik şeklindeki düzenleyici işlemlerle sınırlama getirilemez”* (Çoşkun, 2018a: 119). Özellikle toplumun savunmasız yaş grubunu oluşturan çocukların medyanın sunduğu olanaklardan yararlanırken aynı zamanda çocukları medyanın zararlı etkilerinden korumanın önemi Anayasa ve medya mevzuatında vurgulanmıştır.

Madde 12 - *“1) Herkes, kişiliğine bağlı, dokunulmaz, devredilmez, vazgeçilmez temel hak ve hürriyetlere sahiptir.*

2) Temel hak ve hürriyetler, kişinin topluma, ailesine ve diğer kişilere karşı ödev ve sorumluluklarını da ihtiva eder.”

II. Temel Hak ve hürriyetlerin sınırlandırılması

Madde 13 - (Değişik: 3/ 10/ 2001-4709/2 md.)

“Temel hak ve hürriyetler, özlerine dokunulmaksızın yalnızca Anayasa’nın ilgili maddelerinde belirtilen sebeplere bağlı olarak ve ancak kanunla sınırlanabilir. Bu sınırlamalar, Anayasanın sözüne ve ruhuna, demokratik toplum düzeninin ve lâik Cumhuriyetin gereklerine ve ölçülülük ilkesine aykırı olamaz.”

Kişinin dokunulmazlığı, maddî ve manevî varlığı

Madde 17 - *“1) Herkes, yaşama, maddî ve manevî varlığını koruma ve geliştirme hakkına sahiptir.”*

IV. Özel hayatın gizliliği ve korunması

Madde 20 - *“Herkes, özel hayatına ve aile hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir. Özel hayatın ve aile hayatının gizliliğine dokunulamaz.”*

(Değişik: 3/ 10/ 2001-4709/ 5 md.) *“Millî güvenlik, kamu düzeni, suç işlenmesinin önlenmesi, genel sağlık ve genel ahlâkın korunması veya başkalarının hak ve özgürlüklerinin korunması sebeplerinden biri veya birkaçına bağlı olarak gecikmesinde sakınca bulunan hallerde de kanunla yetkili kılınmış merciin yazılı emri bulunmadıkça; kimsenin üstü, özel kâğıtları ve eşyası aranamaz ve bunlara el konulamaz.”*

Uluslararası ve ulusal düzeyde korunan ‘özel hayat’ bir diğer ifade ile gizli yaşam alanı kişiye kalması gereken alan olduğundan, başkalarının bu alana sızarak kişinin gizlerini öğrenmeleri ve başkalarına aktarmaları, kişilik haklarına saldırı niteliğindedir (Çalgüner, 2000). Çocukların ve gençlerin de özel hayatlarının bulunduğunu özellikle belirtmek gerekir. Çocuklar iyi niyet ile sosyal medya ile kendilerine dair bilgi, fotoğraf ve videolar paylaşabilirler. Bu noktada ailelerin dikkatli davranmaları gerekmektedir. Özellikle mahremiyet kavramı medya okuryazarlığı içinde hem uluslararası hem de hem de ulusal düzeyde sık sık gündeme getirilmektedir. Çocuklara mahremiyet eğitiminin verilmesi kanaatimizce de önemlidir.

C. Haberleşme hürriyeti

Madde 22 - (Değişik: 3/ 10/ 2001-4709/ 7 m.)

“1) Herkes, haberleşme hürriyetine sahiptir. Haberleşmenin gizliliği esastır.

2) Millî güvenlik, kamu düzeni, suç işlenmesinin önlenmesi, genel sağlık ve genel ahlâkın korunması sebeplerinden biri veya birkaçına bağlı olarak usulüne göre verilmiş hâkim kararı olmadıkça; yine bu sebeplere bağlı olarak gecikmesinde sakınca bulunan hallerde de kanunla yetkili kılınmış merciin yazılı emri bulunmadıkça haberleşme engellenemez ve gizliliğine dokunulamaz.”

VII. Düşünce ve kanaat Hürriyeti

Madde 25 - “1) Herkes düşünce ve kanaat hürriyetine sahiptir.”

“2) Her ne sebep ve amaçla olursa olsun kimse, düşünce ve kanaatlerini açıklamaya zorlanamaz; düşünce kanaatleri sebebiyle kınanamaz ve suçlanamaz.”

VIII. Düşünceyi açıklama ve yayma hürriyeti

Madde 26 - “1) Herkes, düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir. Bu hürriyet resmi makamların müdahalesi olmaksızın haber veya fikir almak ya da vermek serbestliğini de kapsar. Bu fıkra hükmü, radyo, televizyon, sinema veya benzeri yollarla yapılan yayımların izin sistemine bağlanmasına engel değildir.”

“2) Bu hürriyetlerin kullanılması, (Ek, ibare: 3/ 10/ 2001 – 4709/ 9 md.) millî güvenlik, kamu düzeni, kamu güvenliği, Cumhuriyetin temel nitelikleri ve Devletin ülkesi ve milleti ile bölünmez bütünlüğünün korunması, suçların önlenmesi, suçluların cezalandırılması, Devlet sırrı olarak usulünce belirtilmiş bilgilerin açıklanmaması, başkalarının şöhret veya haklarının, özel ve aile hayatlarının yahut kanunun öngördüğü meslek sırlarının korunması veya yargılama görevinin gereğine uygun olarak yerine getirilmesi amaçlarıyla sınırlanabilir.”

IX. Bilim ve sanat hürriyeti

MADDE 27 - “1) Herkes, bilim ve sanatı serbestçe öğrenme ve öğretme, açıklama, yayma ve bu alanlarda her türlü araştırma hakkına sahiptir.”

“2) Yayma hakkı, Anayasanın 1 inci, 2 nci ve 3 üncü maddeleri hükümlerinin değiştirilmesini sağlamak amacıyla kullanılamaz.”

“3) Bu madde hükmü yabancı yayınların ülkeye girmesi ve dağıtımının kanunla düzenlenmesine engel değildir.”

X. Basın ve yayımla ilgili hükümler

A. Basın hürriyeti

MADDE 28 - “1) Basın hürdür, sansür edilemez. Basımevi kurmak izin alma ve malî teminat yatırma şartına bağlanamaz.”

“2) (Mülga: 3/10/2001-4709/10 md.) Devlet, basın ve haber alma hürriyetlerini sağlayacak tedbirleri alır. Basın hürriyetinin sınırlandırılmasında, Anayasanın 26 ve 27’nci maddeleri hükümleri uygulanır.”

“3) Devletin iç ve dış güvenliğini, ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü tehdit eden veya suç işlemeye ya da ayaklanma veya isyana teşvik eder nitelikte olan veya Devlete ait gizli bilgilere ilişkin bulunan her türlü haber veya yazıyı, yazarlar veya bastırılar veya aynı amaçla, basanlar, başkasına verenler, bu suçlara ait kanun hükümleri uyarınca sorumlu olurlar.”

Çocuk, genç ve yetişkin ayrımı yapılmaksızın herkesin temel hak ve özgürlüklerinin olması demokrasinin olmazsa olmazıdır. Bu hakların dokunulamaz, devredilemez ve vazgeçilemez olduğu Anayasa’da belirtilmiştir (m.12/1). İnsanın en tabii özelliği olan düşünme ve düşündüklerini özgürce ifade etme hakkı da yine Anayasa’ da güvence altına alınmıştır. Ayrıca Birleşmiş Milletler tarafından kabul edilen Çocuk Haklarına Dair Sözleşme’nin 17, 29 ve 30. maddeleri hükümlerine Türkiye ihtirazî kayıtla (çekince koyarak) taraf olmuştur. Düşünce özgürlüğü ve bu

özgürlüğün kullanımı Anayasa ve uluslararası antlaşmalardan, sözleşmeler ve belgelerden aldığı güvenceyle medya mevzuatının dayanağı oluşturmaktadır.

E. Düzeltme ve cevap hakkı

Madde 32 - *“1) Düzeltme ve cevap hakkı, ancak kişilerin haysiyet ve şereflerine dokunulması veya kendileriyle ilgili gerçeğe aykırı yayınlar yapılması halinde tanınır ve kanunla düzenlenir.”*

Kişilik hakkını oluşturan hayat, vücut bütünlüğü, sağlık, şeref ve haysiyet, özel hayat, isim, resim gibi kişilik değerleri üzerindeki hak, bir bütün olarak kişilik hakkını ifade etmektedir (Çiftci, 1999: 79). Kitle iletişim faaliyetinin hukuka uygun olup olmadığına bakılırken; kamu yararı, gerçeklik, güncellik ve ölçülülük esaslarına bakılmaktadır (Çolak, 2013: 340). Yapılan yayınlarda kişilerin haysiyet ve şereflerine dokunulması iddiasında bu ölçütler temel alınmaktadır. Elbette kişilerin kamudaki durumları da bu noktada önem arz etmektedir. Kamuya mâl olmuş kişilerin özel hayatının sınırları ile sıradan bir kişinin sınırları aynı olmamaktadır. Dolayısı ile kamuya mâl olmuş kişilerin tahammülünün daha fazla olması gerekmektedir. İletişim özgürlüğünün kötüye kullanılması durumunda küçük ve gençlerinde kişilik haklarına zarar verilebilir. Küçüklerin de düzeltme ve cevap hakları vardır. Diğer bir deyişle küçükler ve kısıtlılarda bu hakkı bizzat kullanabilecekleri gibi, kanunî temsilcileri ile birlikte de kullanabilirler. (İçel, 2018: 220).

MADDE 41 - *“1) Aile, Türk toplumunun temelidir ve eşler arasında eşitliğe dayanır.”*

“2) Devlet, ailenin huzur ve refahı ile özellikle ananın ve çocukların korunması ve aile planlamasının öğretimi ile uygulanmasını sağlamak için gerekli tedbirleri alır, teşkilâtı kurar.”

(Ek fıkra: 7/ 5/ 2010-5982/4 md.) *“Devlet her türlü istismara ve şiddete karşı çocukları koruyucu tedbirleri alır.”*

Ülkemizde ne yazık ki kadın ve çocuğun istismarına yönelik hem haberlere hem de programlara çok sık rastlanılmaktadır. Devlet, medya aracılığıyla aktarılan şiddete karşı daha duyarlı davranmak zorundadır. Kocası, sevgili, ağabeyi ve

babası tarafından öldürülen kadının cansız bedeni fütursuzca reyting malzemesi olarak sunulmaktadır. Takvim Gazetesi sevgilisi tarafından parkta dövülen ve yere yığılan kadın resmini basmıştır. Yetmezmiş gibi ise boks sporunda yerden kalkamayan yarışmacı için kullanılan “nakavt” terimini sevgilisi tarafından hunharca darp edilen kadın için kullanmıştır (Ek-1). Böyle bir fotoğrafın kullanılması yetmiyormuş gibi kanlar içinde yatan kadının fotoğrafının sağ alt köşesine ise “Genç kızın hayati tehlikesi bulunmamaktadır” bilgisi verilmiştir. Saygısız ve hadsiz başlığın yanı sıra fotoğrafın sağ alt köşesine eklenen o bilgi, meseleyi ne kadar küçümsediklerini göstermektedir. Yaralanan ya da hayatını kaybeden kişiye yapılan saygısızlık bir yana geride kalan aile, çocuk ve yakınlar düşünülmemektedir. Kadının kurban olarak temsilinin yanı sıra cinsel nesne olarak sunumu da oldukça popüler bir durumdur.

Böylece medya kadına yönelik her türlü şiddeti dayaktan, cinsel tacize ve tecavüze kadar, genellikle ya kadınlara atfedilen “kışkırtma” ya da erkeklere atfedilen “cinsel dürtüleri engelleyememe” açıklamaları ile sunarak, cinsiyetçi bakış açısını meşrulaştırmaktadır (Binark ve Gencel Bek, 2010: 158). Maalesef bu madde Türkiye’de içselleştirilememiştir. Ne yazık ki medyanın en iyi reyting malzemesi kadınlar ve çocuklardır. Kadın ve çocuklar sadece bireysel değil toplumsal ve kurumsal anlamda da şiddete uğramaktadır. Şiddete, tecavüze uğramanın yanı sıra bunları dile getirmek dahi büyük bir cesaret gerektirmektedir. Söz sahibi olup meramı dile getirmek ne yazık ki bir nebze olsa çalışan kadınların hakkı olarak görülmektedir. Ataerkil toplum yapısı mevcut durumda eşitlik kavramına oldukça mesafelidir.

Madde 58 – “1) Devlet, istiklâl ve Cumhuriyetimizin emanet edildiği gençlerin müsbet ilmin ışığında, Atatürk ilke ve inkılâpları doğrultusunda ve Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü ortadan kaldırmayı amaç edinen görüşlere karşı yetişme ve gelişmelerini sağlayıcı tedbirleri alır.”

“2) Devlet, gençleri alkol düşkünlüğünden, uyuşturucu maddelerden, suçluluk, kumar ve benzeri kötü alışkanlıklardan ve cehaletten korumak için gerekli tedbirleri alır.”

Kitle iletişim araçlarının temel görevi olan kamu hizmeti, medya iletilerine bir zemin teşkil etmektedir. 7.11.1996 tarihli ve 4207 sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun çıkarılarak genelde toplumun özelde ise küçüklerin ve gençlerin tütün ürünlerinin zararlarından korunması amacıyla medya hizmet sağlayıcılara uyarıcı ve eğitici mahiyette zorunlu yayın yapma yükümlülüğü getirilmiştir. Bu hüküm şöyledir: “Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu ile ulusal, bölgesel ve yerel yayın yapan özel televizyon kuruluşları ve radyolar, ayda en az 90 dakika tütün ürünleri ve sağlığa zararlı diğer alışkanlıkların zararları konusunda uyarıcı, eğitici mahiyette yayınlar yapmak zorundadır ...” (m. 4/7). Bu hükmün dayanağı ise, Anayasanın yukarıda belirtilen ve “Gençliğin korunması” matlabını taşıyan 58. maddesidir (f.2).

Medya, madde kullanımının birey üzerinde yarattığı sahte ve geçici iyi hissetme duygusunun vurgulanmasından, madde kullanımı ve seks arasında doğru orantılı bir ilişki olduğunu ima etmekten kesinlikle kaçınmalıdır.

Basın Kanunu (5187) (R.G.: 26.6.2004)

Basın özgürlüğü

Madde 3 - “1) *Basın Özgürdür. Bu özgürlük; bilgi edinme, yayma, eleştirme, yorumlama ve eser yaratma haklarını içerir.*”

“2) *Basın özgürlüğünün kullanılması ancak demokratik bir toplumun gerekliliklerine uygun olarak; başkalarının şöhret ve haklarının, toplum sağlığının ve ahlâkının, millî güvenlik, kamu düzeni, kamu güvenliği ve toprak bütünlüğünün korunması, Devlet sırlarının açıklanmasının veya suç işlenmesinin önlenmesi, yargı gücünün otorite ve tarafsızlığının sağlanması amacıyla sınırlanabilir.*”

Avrupa Birliği medya politikası ve mevzuatına (*acquis communautaire*) uyum çerçevesinde düzenlenen bu hükme göre basın hürriyeti başlıca şu beş hakkı kapsamaktadır: Bilgi edinme, yayma, eleştirme, yorumlama ve eser yaratma.

Düzeltilme ve Cevap Hakkı

Madde 14 - “1) *Sürelî yayınlarda kişilerin şeref ve haysiyetini ihlâl edici veya kişilerle ilgili gerçeğe aykırı yayım yapılması halinde, bundan zarar gören kişinin yayım tarihinden itibaren iki ay içinde göndereceği suç unsuru içermeyen, üçüncü*

kişilerin hukuken korunan menfaatlerine aykırı olmayan düzeltme ve cevap yazısını; sorumlu müdür hiçbir düzeltme ve ekleme yapmaksızın, günlük süreli yayınlarda yazıyı aldığı tarihten itibaren en geç üç gün içinde, diğer süreli yayınlarda yazıyı aldığı tarihten itibaren üç günden sonra ilk nüshada, ilgili yayının yer aldığı sayfa ve sütunlarda, aynı puntolarla ve aynı şekilde yayımlamak zorundadır.”

Kitle iletişim araçlarının niteliklerine göre hazırlanmış tüm kanunların ortak özelliği düzeltme ve cevap hakkı tanınmasıdır.

Cinsel saldırı, cinayet ve intihara özendirme

Madde 20 - *“Cinsel saldırı, cinayet ve intihar olayları hakkında, haber vermenin sınırlarını aşan ve okuyucuyu bu tür fiillere özendirebilecek nitelikte olan yazı ve resim yayımlayanlar birmilyar liradan yirmimilyar liraya kadar ağır para cezasıyla cezalandırılır. Bu ceza bölgesel süreli yayınlarda ikimilyar liradan, yaygın süreli yayınlarda onmilyar liradan az olamaz.” (Yazarın notu: Bu para cezalarındaki altı sıfır yapılan kanun değişikliği ile silinmiş olup, bu şekilde anlaşılmalıdır).*

Bir sosyal olay olarak intihar, basın-yayın organlarının da ilgisini çekmekte, ister ölümle sonuçlansın ister teşebbüs safhasında kalsın intihar vak’aları basın-yayın organları tarafından haber konusu yapılmaktadır (Çiftci, 2000). Yazılı ve görsel medyada kadına, çocuğa yönelik taciz, tecavüz ve her türlü saldırıyı reyting malzemesi yapmamak adına önemli bir madde olsa da yeterli olduğu kanaatinde değiliz. Özellikle haberlerde kullanılan fotoğraf ve dil yani ifade tarzı oldukça önemlidir. Gazetelerde kadının cansız kanlı bedeninin öylece yayımlanması kabul edilebilir bir durum değildir. Mağdurun özel hayatı tüm detaylarıyla haberlere konu olmaktadır. Ayrıca haberlerde şiddet uygulayan kişilerin ceza alma hallerinin verilmiş şekli diğer kişilere özendirici nitelikte olabilmektedir. Haberleri sunuş şekillerine örnek olarak “Skandal Karar! Tecavüz Mağdurunun Yaşı Büyütüldü, Sanık Kurtuldu”, “Bakireye Çocuk İndirimi”, “Tacizci Öğretmene Akıl Sağlığı İndirimi”, “Erkek Çocuğa Tecavüz Davasında Beraat”, “Koruma Altında Tecavüze Uğradı”, “Rapor Değişti, Ceza 10 Yıla Düştü”, “Cinsel İstismar Sanığına 20 Bin Lira Kefaletle Tahliye” gibi başlıklar kullanılmaktadır (Kaya, Akgündüz vd, 2018; 19).

Uluslararası Ergen İntiharları ile Mücadele Çalıştayı'nda Doç. Dr. Serpil Aygün Cengiz'in ifadesi şöyledir:

"Etik kurallara göre haberi olabildiğince kısa vermek gerekiyor. Yöntem ve yerle ilgili detay da vermemek gerekiyor. Boğaz Köprüsü'ndeki intiharlar ile ilgili ne kadar çok haber yaparsanız oradaki intihar sayısı o derece artıyor. Yurt dışında bununla ilgili çalışmalar var. Hangi mekânda intihar haberleri anlatılırsa ardından o bölgede, o mekânda intihar vakalarının sayısının arttığını biliyoruz. Aynı şekilde yöntem ile ilgili detay bilgi verildiğinde bunun da kopya edildiğini biliyoruz. Türkiye'deki intiharların birçoğunda detaylar oldukça çarpıcı bir şekilde veriliyor. Evin hangi bölümünde, nasıl intihar ettiğine varıncaya kadar yazılıyor." (Cengiz, 2012).

Basın, kamuoyunu bilgilendirirken habere konu olan kişi ve kurumların özel hayat hakkına saygılı olması gerektiği kadar haberde kullanılan görsel malzeme ve dilin okuyucu üzerinde etkisi düşünülmeli; haber bilgi vermenin ötesinde satış amaçlı kullanılmamalıdır.

4.2.2. Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun (5224) (R.G.: 21/ 7/ 2004)

Sinema sanatının Ülkemizde geçirdiği dönüşümü yukarıdaki bölümlerde detaylı bir şekilde açıklamakla birlikte şunu tekrar vurgulamakta fayda vardır. Özellikle 1990'lı yılların ortalarında Türk sinema filmleri çağdaş sinema dilini yakalamıştır. Böylece Ülkemizi dışarıda da uluslararası festivallerde tanıtma olanağı doğmuştur. Sinema sanatının desteklenmesi ve değerlendirilmesi için düzenlenen Kanun; kamu düzeni, genel ahlâkın yanı sıra yine çocuk ve gençlerin korunması durumunu da içermektedir.

Madde 1 - *"Bu Kanunun amacı, bireyin ve toplumun sinema sanatının sunduğu olanaklardan yararlanarak çağdaş ve etkin bir kültürel iletişim ortamının yaratılması için sinema sektörünün eğitim, yatırım, girişim, yapım, dağıtım ve gösterim alanlarında geliştirilmesi ve güçlendirilmesi ile kayıt ve tescile de esas olacak şekilde*

sinema filmlerinin değerlendirilmesi ve sınıflandırılmasını ve bu alanda yerli ve yabancı yatırım ve girişimlerin desteklenmesini sağlamaktadır.”

Sinema filmlerinin ticarî dolaşıma konu olmadan önce değerlendirme ve sınıflandırmasının hangi ölçütlere göre yapılacağını ise Kanunun m. 3/f bendi açıklamaktadır. Buna göre Değerlendirme ve Sınıflandırma Kurulu şu ölçütleri almak zorundadır:

Madde 3/f - *“Değerlendirme ve sınıflandırma: Ülke içinde üretilen veya ithal edilen sinema filmlerinin ticarî dolaşıma ve gösterime sunulmadan önce, gösterim ve iletim biçimleri dikkate alınarak kayıt ve tescile de esas olacak şekilde kamu düzeni, genel ahlâk ile küçüklerin ve gençlerin ruh sağlığının korunması, insan onuruna uygunluk ve Anayasada öngörülen diğer ilkeler doğrultusunda denetlenmesi, değerlendirilmesi ve sınıflandırılması,”*

Madde 4 - *“5) Bakanlık, insan onurunun, kamu düzeninin, genel ahlakın, çocukların ve gençlerin ruh sağlığının korunması amacıyla; şiddet, pornografi ve insan onuruyla bağdaşmayan görüntü ve etkiler içeren filmleri yeniden değerlendirebilmek üzere Değerlendirme ve Sınıflandırma Kuruluna sevk edebilir.”*

Madde 7 - *“1) Ülke içinde üretilen veya ithal edilen sinema filmlerinin, ticarî dolaşıma ve gösterime sunulmasından önce kayıt ve tescile de esas teşkil edecek şekilde değerlendirilmesi ve sınıflandırılması yapılır. Değerlendirme ve sınıflandırma sonucunda uygun bulunmayan filmler, ticarî dolaşıma ve gösterime sunulamaz. Değerlendirme ve sınıflandırma sonrası uygun bulunan filmler kayıt ve tescil edilir ve bu filmleri içeren taşıyıcı materyaller bandrollenir.”*

“2) Filmlerin, değerlendirme ve sınıflandırma sonucu gösterir işaret veya ibareleri taşıması zorunlu tutulduğu takdirde, bu işaret veya ibarelerin her türlü tanıtım ve gösterim alanında ve taşıyıcı materyal üzerinde kullanması zorunludur.”

Ayrıca daha sonra diğer kitle iletişim araçları (televizyon, internet) üzerinden dolaşıma sokulması durumu da yönetmelikte düzenlenmiştir.

Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılmasına İlişkin Usul Ve Esaslar Hakkında Yönetmelik:

Değerlendirme ve Sınıflandırma Esasları:

Madde 11 - “4) Yaş bakımından sınıflandırılan sinema filmlerinin, radyo-televizyon gibi araçlarla veya dijital iletim de dâhil olmak üzere işaret, ses, ve/veya görüntü nakline yarayan araçlarla yayın ve/veya iletiminin günün hangi saatlerinde yapılamayacağı Kurullar tarafından karara bağlanır.”

Sinema sanatı hem dünyada hem Ülkemizde teknik imkânlarla birlikte sürekli değişmekte ve gelişmektedir. Bununla beraber bu gelişim toplumlarda karşılık bulmaktadır. Düşüncelerin özgürce kamera vasıtasıyla hayat bulması kadar her düşüncenin geniş kitlelere ulaşması durumu da beraberinde bir denetimi mecburî kılmaktadır. Sinemanın geçmişinden buyana sansürle tabir yerindeyse kol kola gezmesi onun propaganda aracı olarak kullanılmasında yatmaktadır. Özellikle 1900’lü yılların dünya savaşları ile başlaması 1895 yılında doğmuş olan sinema için zorlu bir başlangıç olmuştur. Günümüzde demokrasinin yerleşme çabasının sinema ile ilgili kanunlara da yansıdığı görülmektedir. Düşünceyi özgürce ifade edebilmenin yanında sorumlu davranmak da demokrasinin vazgeçilmezleri arasındadır. Çocukları ve aileleri bilgilendirmek için çeşitli ‘Akıllı İşaretler Uygulaması’ sinema filmleri içinde geçerlidir. Sinema filmlerinin değerlendirme ve sınıflandırma kriterleri sonucunda akıllı işaretler kullanılması zorunludur. Akıllı işaretler sinema filmleri için yaş ve içerik olarak toplam on bir görselden oluşmaktadır (Ek-2). Ayrıca ticarî gösterime giremeyecek olan filmler için de uyarıcı nitelikte belirlenmiş görsel mevcuttur (Ek-3). Yaş ve içerik olarak Bu kapsamda Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılmasına İlişkin Usul Ve Esaslar Hakkında Yönetmelik m. 12 işaretler ve ibareler başlığı ile bu hususu düzenlemektedir.

Madde 12 - “1) “Yapılan değerlendirme ve sınıflandırma sonucu kullanılması zorunlu tutulabilecek işaret ve ibareler şunlardır:

a) (Değişik:RG-8/11/2008-27048) “İçerik gösteren işaret ve ibareler: Ticari dolaşıma veya gösterime sunulması uygun bulunan ancak içerikleri nedeniyle

seyircinin bilgilendirilmesi veya izleyici kitlesi için yaş sınırı uygulanması gereken filmlerde; bu Yönetmelik ekinde yer alan işaret ve ibarelerin kullanılması zorunlu tutulabilir. Zorunlu tutulan bu içerik gösterici işaret ve ibarelere “aile ile birlikte izlenebilir” i ifade eden (Değişik ibare:RG-18/11/2008-27058) (A) işareti eklenebilir. Bu durumda, söz konusu işaret ve ibarelerin, on iki puntodan küçük olmayacak şekilde, filme ilişkin tüm taşıyıcı materyal, afiş, broşür ve diğer tanıtıcı malzeme ile jenerikte kullanılması; ayrıca, gösterim veya tanıtım yapılan tüm mekânlarda rahatça görülebilecek şekilde bulundurulması da zorunludur. Ayrıca bir sinema filminin gösterimi öncesinde veya film arasında seyirciye sunulan diğer film fragmanlarının o anda gösterimi yapılan film için belirlenmiş olan içerik gösteren işaret ve ibarelere ve yaş sınırına uygun olması zorunludur.”

“b) Uyarıcı nitelikteki işaret ve ibareler: Ticari dolaşıma veya gösterime sunulması uygun bulunmayan filmlere bu Yönetmelik ekinde yer alan uyarıcı nitelikteki işaret ve ibare verilir ve bunlar filme ilişkin rapora işlenir.

Genel izleyici kitlesi tarafından izlenebilecek filmler için herhangi bir işaret ve ibare kullanılmaz, ayrıca, eğitim amaçlı olduğu belirlenen filmlerde yalnızca "eğitim amaçlıdır" ibaresi kullanılır.”

Aile ve çocuğun film seçim tercihlerini de oluşturmaya yardımcı olması beklenen Akıllı İşaretler uygulamasının başarıya ulaşması için öncelikle ailelerin bilinçli olması beklenmektedir. Devamında Medya Okuryazarlığı dersi sayesinde çocukların kendi yaş gruplarına uygun filmleri seçmeleri sağlanabilir. Bugün internet aracılığı ile birçok sinema filmine ulaşmak mümkündür. Bu yüzden bireyin kendi oto kontrolü daha ön plana çıkmaktadır.

4.2.3. Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu (1117) (R.G.: 7/ 7/ 1927)

Madde 1 - (Değişik: 6/ 3/ 1986 – 3266/ 1 md.): “18 yaşından küçüklerin maneviyatı üzerinde muzır tesir yapacağı anlaşılan mevkute ve mevkute tanımına girmeyen diğer basılmış eserler aşağıdaki maddelerde gösterilen sınırlamalara tâbi tutulur.”

Madde 4 – (Değişik: 6/ 3/ 1986 – 3266/ 4 md.)

(Değişik: 11/ 5/ 1988 – 3445/ 10. Md.): *“Bir aydan az süreli mevkuteler ile sinema ve her türlü film afişleri, ilanlar, fotoğraflar, kabartma ve her türlü posterler, kartpostallar, takvimler hariç olmak üzere kurulca tetkik edilerek küçükler için muzır olduğuna karar verilmiş basılmış eserlerin sahiplerine, sorumlu müdürlerine ve telif hakkı sahiplerine, basılmış eserlerin küçüklerin maneviyatına muzır olduğu kurulca tebliğ edilir. Tebligat, Tebligat Kanunu hükümlerine göre yapılır. Kurul bu kararı ilgililere derhal duyurmak için gerekli tedbirleri alır.”*

Bu Kanunla, Kanun kapsamına giren basılmış eserlerde yer alan ve küçüklerin maneviyatı üzerinde olumsuz tesir yapan yayınlardan küçükler ve gençler korunmak amaçlanmıştır. Kanuna göre, bu tür eserler okul ve benzeri yerlere hiçbir surette sokulamaz. Bunların reklam ve propagandası da yapılamaz (m. 4).

4.2.4. Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu (2954) (R.G.: 14/ 11/ 1983)

Tarafsız bir kamu tüzel kişiliğine sahip Türkiye Radyo Televizyon Kurumu yayınlarını 2954 sayılı kanunda belirtilen esaslara göre yapmaktadır. Bu Kanunda “Yayın Esasları” madde kenar başlığı altında tüm vatandaşların radyo ve televizyondaki zararlı yayınlara karşı korunmasını öngören hükümler bulunmaktadır. “2954 sayılı Kanunun önceki Kanundan en önemli farkı TRT Kurumu Kanunu olmayıp ‘Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu’ adını taşımasıdır” (İçel, 2018: 401).

Madde 5 - “d) “Devletin bir kişi veya zümre tarafından yönetilmesini veya sosyal bir sınıfın diğer sosyal sınıflar üzerinde egemenliğini sağlamak yahut Devleti ve Devlet otoritesini ortadan kaldırmak veya dil, ırk, din ve mezhep ayrımı yaratmak yahut sair herhangi bir yoldan bu kavramlara ve görüşlere dayanan bir Devlet düzeni kurmak amacı güden rejim ve ideolojilerin propagandasına yer vermemek,”

Madde 5 - “e) Genel ahlakın gereklerini, millî gelenekleri ve manevi değerleri gözetmek,

“h) Toplumun beden ve ruh sağlığına zarar verecek hususlara yer vermemek,

“i) *Karamsarlık, umutsuzluk, kargaşa, dehşet, saldırganlık gibi olumsuz duygular uyandırmak ve telkin etmek amacına yönelik yayın yapmamak,*

“j) *Kişilerin özel hayatlarına, şeref ve haysiyetlerine saygılı olmak ve dürüstlük anlayışına bağlı kalmak.*”

Kamu yayıncılığının gerektirdiği hak ve görevlere uygun olarak yayın ilkelerinin genel de toplum, özelde ise kişilerin bireysel haklarının korunması yolunda genel hükümleri içerdiği söylenebilmektedir. Çocuklara yönelik direk bir ifadenin bulunmuyor olması, bünyesinde çocuklara yönelik tematik kanal barındıran TRT'nin bir eksikliğidir. 6112 sayılı Kanunun 45. maddesinde; 8 inci maddede belirtilen yayın ilkeleri ile bu Kanunun yayın hizmetlerinde ticarî iletişimi düzenleyen hükümleri, Türkiye Radyo Kurumu yayınları hakkında da uygulanır ifadesi bu eksikliği gidermektedir.

4.2.5. Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun (6112) (R.G.: 03.03.2011)

Dünyada değişen siyasî, ekonomik ve teknolojik değişimler yayın dünyasına da yansımıştır. Ayrıca Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne uyum süreci çerçevesinde yasalarını düzenlemesi gerekliliği ile birlikte yeni yasalar kabul edilmiştir. Türkiye'de özel radyo ve televizyon yayınlarını ilk defa düzenleyen ve 1994 yılında çıkarılan 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, yapılan çok sayıdaki değişiklikle günün koşullarına uyarlanmak istenmişse de, yayın teknolojisindeki hızlı değişim ve program düzenleme serbestliği çerçevesinde, Anayasa Mahkemesi tarafından verilen iptal kararları gibi temel nedenlerle yasal çerçevenin yeniden düzenlenmesi zorunluluğu doğmuştur (İçel, 2018: 425).

AB Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi hükümleri esas alınarak hazırlanan 3.3.2011 tarihli ve 6112 sayılı bu Kanunla, izleyicinin programların içeriği hakkında bilgilendirilmesini sağlayan koruyucu sembol sistemini ve ayrıca medya okuryazarlığını toplumun tüm kesimlerine yaygınlaştırmayı amaç edinmiştir. Böylece hem çocuklarda hem yetişkinlerde 'medya bilinci' oluşturulma çabası olduğu görülmektedir. Yönerge'de medya okuryazarlığı tanımının yapılmış olduğu fakat 6112 sayılı Kanun'da konuyla ilgili tanıma yer verilmemiştir.

Kanunun 34. maddesinde “*Radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetleri sektörünü düzenlemek ve denetlemek amacıyla, idarî ve malî özerkliğe sahip, tarafsız bir kamu tüzel kişiliği niteliğinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu kurulmuştur*” hükmüyle düzenleme ve denetleme kurulunun RTÜK olduğu belirtilmiştir. Bu Kanun’da küçüklerin ve gençlerin radyo ve televizyon yayınlarındaki zararlı içeriklere karşı korunmasını öngören hem kamu hizmeti yayıncı kuruluşu olan TRT hem de özel medya hizmet sağlayıcıları bağlayan hükümler bulunmaktadır. İnceleme konusuna dair hükümler Kanunun 8. maddesinde “yayın hizmeti ilkeleri” başlığı altında bentler halinde düzenlenmiştir:

Yayın Hizmeti İlkeleri

Madde 8 - “1) Medya hizmet sağlayıcılar, yayın hizmetlerini kamusal sorumluluk anlayışıyla bu fıkra da yer alan ilkelere uygun olarak sunarlar. Yayın hizmetleri;

- a) Türkiye Cumhuriyeti Devletinin varlık ve bağımsızlığına, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, Atatürk ilke ve inkılâplarına aykırı olamaz.
- b) Irk, dil, din, cinsiyet, sınıf, bölge ve mezhep farkı gözeterek toplumu kin ve düşmanlığa tahrik edemez veya toplumda nefret duyguları oluşturmaz.
- c) Hukukun üstünlüğü, adalet ve tarafsızlık esasına aykırı olamaz.
- ç) İnsan onuruna ve özel hayatın gizliliğine saygılı olma ilkesine aykırı olamaz, kişi ya da kuruluşları eleştiri sınırlar ötesinde küçük düşürücü, aşağılayıcı veya iftira niteliğinde ifadeler içeremez.
- d) Terörü övermez ve teşvik edemez, terör örgütlerini güçlü ve haklı gösteremez, terör örgütlerinin korkutucu ve yıldırıcı özelliklerini yansıtıcı nitelikte olamaz. (Mülga ikinci cümle:2/1/2017-KHK-680/18 md.; Aynen kabul:1/2/2018-7072/17 md.) (...)
- e) Irk, dil, din, tabiiyet, cinsiyet, engellilik, siyasi ve felsefi düşünce, mezhep ve benzeri nedenlerle ayrımcılık yapan ve bireyleri aşağılayan yayınları içeremez ve teşvik edemez.
- f) Toplumun milli ve manevi değerlerine, genel ahlaka ve ailenin korunması ilkesine aykırı olamaz.

g) Suç işlemeyi, suçluyu ve suç örgütlerini övücü, suç tekniklerini öğretici nitelikte olamaz.

ğ) Çocuklara, güçsüzlere ve engellilere karşı istismar içeremez ve şiddeti teşvik edemez.

h) Alkol, tütün ürünleri ve uyuşturucu gibi bağımlılık yapıcı madde kullanımı ile kumar oynamayı özendirici nitelikte olamaz.

ı) Tarafsızlık, gerçeklik ve doğruluk ilkelerini esas almak ve toplumda özgürce kanaat oluşumuna engel olmamak zorundadır; soruşturulması basın meslek ilkeleri çerçevesinde mümkün olan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğundan emin olunmaksızın yayınlanamaz; haberin verilişinde abartılı ses ve görüntüye, doğal sesin dışında efekt ve müziğe yer verilemez; görüntülerin arşiv veya canlandırma niteliği ile ajanslardan veya başka bir medya kaynağından alınan haberlerin kaynağının belirtilmesi zorunludur.

i) Suçlu olduğu yargı kararı ile kesinleşmedikçe hiç kimse suçlu ilan edileme veya suçluymuş gibi gösterilemez; yargıya intikal eden konularda yargılama süresince, haber niteliği dışında yargılama sürecini ve tarafsızlığını etkiler nitelikte olamaz.

j) Haksız çıkarlara hizmet eden ve haksız rekabete yol açan unsurlar içeremez.

k) Siyasi partiler ve demokratik gruplar ile ilgili tek yönlü veya taraf tutar nitelikte olamaz.

l) Genel sağlığa, çevrenin ve hayvanların korunmasına zarar verecek davranışları teşvik edemez.

m) Türkçenin, özellikler ve kuralları bozulmadan doğru, güzel ve anlaşılır şekilde kullanılmasını sağlamak zorundadır; dilin düzeysiz, kaba ve argo kullanımına yer verilemez.

n) Müstehcen olamaz.

o) Kişi veya kuruluşların cevap ve düzeltme hakkına saygılı olmak zorundadır.

ö) Bilgi iletişim araçları yoluyla yarışma veya lotarya içeremez, dinleyici ve seyircilere ikramiye verilemez veya ikramiye verilmesine aracılık edemez.

p) Medya hizmet sağlayıcıları tarafından yapılan veya yatırılan anket ve kamuoyu yoklamalarının, hazırlık aşamasından sonuçların ilânına kadar noter nezaretinde gerçekleştirilmesi zorunludur.

r) Kişileri fal veya batıl inançlar yoluyla istismar edemez.

s) Toplumsal cinsiyet eşliğinde ters düşen, kadınlara yönelik baskıları teşvik eden ve kadını istismar eden programlar içeremez.

ş) Şiddeti özendirici veya kanıksatıcı olamaz.

t)(Ek:2/1/2017-KHK-680/18 md.; Aynen kabul: 1/2/2018-7072/17 md.) Terör eylemini, faillerini ve mağdurlarını terörün amaçlarına hizmet edecek sonuçlar doğuracak şekilde sunamaz.

1994 yılında çıkarılan ve RTÜK'ü de kuran mülga 3984 sayılı Kanun yerine getirilen 6112 sayılı Kanunun önemli değişikliklerinden birisi de 'yayın ilkeleri' yerine "yayın hizmet ilkeleri" başlığının kullanılmasıdır (m. 8). Böylece yayınların kamu hizmeti olarak kabul edildiğini söylemek yerinde olacaktır. Yayın hizmet ilkelerinin düzenlendiği 8. maddenin birinci fıkrası *kamusal sorumluluk* anlayışına vurgu yapmaktadır. Modern toplumun vatandaşları "kasaba meydanlarını" ('kasabanın hikâyelerini' birbirlerine anlattıkları yer olan kasaba meydanlarını) terk etmişler, kendilerine ait özel evlere çekilmişlerdir. Kamu medya hizmeti bu "kasaba meydanını" kişilerin özel evlerine taşıma durumunda olup, en azından kaybolmuş olan bazı sosyal ve kültürel değerleri yeniden oluşturmak durumundadır (RTÜK, 2007: 35).

Televizyon ile birlikte herkesin kendi evine çekilme durumunun oluşturduğu endişe, internet ve mobil telefonlarla aynı evdeki insanların bile ayrı dünyalara çekilme sorununu gündeme getirmiştir. Kamusal yayıncılık sorumluluğu tecimsel yayıncılık karşısında set oluşturma görevini üstlenmek zorundadır.

Her şeyin izlenme kaygısıyla yapıldığı medya dünyasında, kişilerin şeref ve haysiyetlerini, özel hayatlarının gizliliğini ihlal eden yayınların yapılamaz m. 8/ ç bendi ise insan hakları gereği önemlidir.

"Yayın hizmetlerinin" "toplumun millî ve manevi değerlerine, genel ahlaka ve ailenin korunması ilkesine aykırı olamaz" şeklindeki "s" bendi ise, genel kabul

görmüş değerler çerçevesinde değerlendirilmektedir. Özellikle “genel ahlâk” kavramı konusunda İdare Mahkemesi ve Danıştay bazı davalarda ters düşmüştür. Özellikle ‘genel ahlak’ kavramı konusunda İdare Mahkemesi ve Danıştay bazı davalarda farklı kararlar vermiştir. Neticede Danıştay genel ahlak kavramını doktrinde belirli bir dönemde toplumda mevcut olan ortak, genel ve ortalama bir hayatla ilgili değer yargıları ve anlayış olarak ifade etmiştir. (Vatan Gazetesi, 2013).

Medya, kimlik inşasında biz ve ötekiler olgularının sınırlarının çizilmesine ve bir sosyal harita oluşturulmasına yardımcı olur. Medyada ötekine dair yer bulan görsel göstergeler, izleyicide bu olguyla ilgili anlam şemalarının oluşmasını sağlar (Posos Devrani, 2017). Medyada kullanılan dil ve göstergelerin bir diğerinin ırk, cinsiyet, din, mezhep farklılığını övücü ya da yeren ifadeler içermesi kabul edilemez. Eleştiri sınırı bir diğer ifadeyle toplumun tahammül sınırı her zaman dikkate alınmak zorundadır.

6112 sayılı Kanunun 8. maddesinin 2. ve 3. fıkrası tez konusu bakımından ayrı bir önem arz etmektedir.

“2) Radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlâkî gelişimine zarar verebilecek türde içerik taşıyan programlar bunların izleyebileceği zaman dilimlerinde ve koruyucu sembol kullanılsa dahi yayınlanamaz”.

“3) İsteğe bağlı yayın hizmeti sağlayıcıları, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlâkî gelişimini olumsuz etkileyebilecek nitelikteki yayın hizmetlerinin, bunların bu tür hizmetleri normal şartlar altında duymayacakları ve görmeyecekleri şekilde sunulmasını sağlamakla yükümlüdür.”

Mevcut medya iletilerine bakıldığında çocukları ve gençleri fiziksel, ruhsal ve ahlâkî gelişim açısından olumsuz etkileyecek yayım-yapımların olduğu bir gerçektir. RTÜK bu durumun bir nebze olsa önüne geçebilmek için Akıllı İşaretler sembol sistemini 23 Nisan 2006 tarihinde uygulamaya konulmuştur. Gönüllülük esasıyla başlayan proje 6112 sayılı Kanunun 24. maddesi kapsamında akıllı işaretler sembol sistemini zorunlu kılmıştır.

Yayın Hizmetlerinde Ticarî İletişim

Madde 9 - “2) Ticarî iletişimde bilinçaltı teknikleri kullanılamaz.”

9/6 - “ç) Çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlâkî gelişimine zarar vermemek, deneyimsizliklerini veya saflıklarını istismar ederek, çocukları bir ürün veya hizmeti satın almaya veya kiralamaya doğrudan yönlendirmemek; çocukları reklamı yapılmakta olan ürün veya hizmetleri satıl almak için ebeveynlerini veya başkalarını ikna etmeye doğrudan teşvik etmemek; çocuklarını ebeveynlerine, öğretmenlerine veya diğer kişilere duyduğu güveni istismar etmemek veya sebepsiz olarak çocukları tehlikeli durumlarda göstermemek.”

Liberal ekonomik sistemde kurum ve kuruluşların temel amacı; mal ve hizmet üretip bunları tüketiciye tanıtmak ve en yüksek kâr beklentisine ulaşmaktır. Herhangi bir ürünün kaliteli olmasının ya da bir takım fiziksel faydalar sağlamanın tercih edilerek satın alınması için yeterli görülmediği bu yeni dönemde tüketiciler, ilgili ürün veya markanın kendilerine saygınlık kazandıracağına veya sosyal statülerine uygun olduğuna ilişkin inanç ve tutumlarının güç derecesine bağlı olarak, satın alma davranışlarının yönünü belirlemektedir (Karaosmanoğlu ve Dinçer Durmuş, 2016: 226-227). Yukarıda bahsi geçen satın alma davranışını belirleyen etkenler tüketici grubunun en fazla korumaya muhtaç olan bireylerini yani küçükleri (çocukları) ve gençleri olumsuz yönde etkilemektedir.

Öncelikle çocuk kanallarının çocuklara yönelik “Bizden Ayrılmayın” sloganı dikkat çekicidir. Çocuklardan her an ekran başında olması beklenmektedir (Tutal Cheviron, 2013: 61). Çocukların reklam filmlerinde oldukça etkili senaryo eşliğinde var olması diğer çocukların o ürüne karşı olumlu his beslemesine neden olmaktadır. Reklamlarda çeşitli ikna etme tekniklerinin kullanımı sonucu çocukların payına isteme, ailelerinin payına da bu istekleri yerine getirme zorunluluğu düşmektedir. Böylece reklam iletilerinin iyi bir yurttaş olmaktan ziyade iyi bir tüketici olma kavramına hizmet ettiği ve bu duruma sadece yasal önlemlerle çözüm üretmekle yetinmeyip yaşamın tüketime indirildiği anlayışın değişmesi ve anne-baba-çocuk kimliklerinin salt bir ürün olarak görülmesinden vazgeçilmelidir (Karaosmanoğlu ve Dinçer Durmuş, 2016: 233). Özellikle ihtiyacın giderilmesinden çok hangi marka ile

ihtiyacın giderildiğinin önemli olması marka bağımlılığına sebebiyet vermektedir. Okul çantasının üzerinde sevdiği çizgi film kahramanı görseli olmadığı için üzülen çocuk sayısı az değildir. Bu pek âlâ basit bir gözlem yoluyla fark edilebilir bir durumdur. Çocukların isteklerine cevap verilmemesi durumu; çocukta kızgınlık, öfke, eksiklik duygusu oluştururken, bu medya kültüründe sınır tanımayan ihtiyaçlar duygusuna sürekli cevap verilme çabası da sonu gelmeyecek duygusal bir doyumsuzluğu beraberinde getirecektir. Klein (2002) bu durum sonucunda “insanların marka, markaların da kültür olduğu bir çağa” dönüştüğünü vurgulamaktadır (Akt. Taşkaya, 2016: 190).

Hem reklamların oluşturulma ve yayınlanma durumu hem de diğer medya iletilerine topluca bakıldığında yaşanan dönemin yeni bir çocukluk anlayışı vardır. Bu anlayış bir yandan çocuk yanlısı gibi görünürken, diğer taraftan çocuklukla gerilimli-çocukluğa uygun olması beklenemeyecek bir ilişkiyi ihtiva etmekte ve/hatta çocuğun üzerinde yükseldiği toplumsal bağlamı yıkıma uğratmaktadır (Karaduman ve Gökgöz, 2017).

Özellikle anne ve babalar gününde markaların genelde çocukları reklam filmlerinde oynattığı bilinmektedir. Kemal Tanca ve Kiğılı markaları babalar günü (2018) reklamları bunlara örnek verilebilir. Kemal Tanca babalar günü reklamında “Babalar hatırlanmak ister ama belli etmez. Babalar gününüz kutlu olsun” sloganı ana temayı oluşturmakta ve babaların bu marka aracılığı ile mutluluğu vaat edilmektedir. Böylece reklamların ana karakterlerinin çocuk olduğu reklam piyasasında çocuğun metalaştırıldığı görülmektedir. Dizilerde, reklamlarda çocuk karakter kullanımına çok sık rastlanmaktadır. Çocuğun seyirlik nesne haline getirilmesi üstü örtük bir çocuk pornografisine zemin hazırlamaktadır (Tutal Cheviron, 2013: 60).

Ürün Yerleştirme

Madde 13 - “4) Haber bültenlerinde, çocuk programlarında ve dinî programlarda ürün yerleştirmeye izin verilmez.”

Haber programları toplumdaki “gerçeklik” algısının en yüksek olduğu programlardır. Çocuk programları ise toplumun en ‘savunmasız’ yaş grupları tarafından izlenmektedir. Her ne sebeple olursa olsun çocukların istismar edilmesi kabul edilemez. Dinî programlar kişilerin ‘inanç’ dünyasını yansıttığı için herhangi bir marka ile özdeşleşme durumunda o inanca sahip kişilerin durumundan fayda sağlanmaya çalışılması din tüccarlığına sebebiyet vermek demektir.

Düzeltilme ve cevap hakkı

Madde 18 - “1) Gerçek ve tüzel kişiler, kendileri hakkında şeref ve haysiyetlerini ihlâl edici veya gerçeğe aykırı yayın yapılması halinde, yayın tarihinden itibaren altmış gün içinde, üçüncü kişilerin hukuken korunan menfaatlerine aykırı olmamak ve suç unsuru içermemek kaydıyla, düzeltme ve cevap yazısını ilgili medya hizmet sağlayıcıya gönderir...”

Düzeltilme ve cevap hakkı gibi diğer hakların da kullanılması vatandaşların bilinçli olmasını gerektirir. Bu madde genelde kamuya mâl olmuş kişiler tarafından sık sık gündeme taşınmaktadır.

Koruyucu sembol sistemi

Madde 3 - “j) Koruyucu sembol: Yayın hizmetinin içeriği hakkında izleyicilerin bilgilendirilmesi amacıyla medya hizmet sağlayıcılar tarafından kullanılan ortak sembolleri.”

Madde 24 - “1) Medya hizmet sağlayıcılar, koruyucu sembol sistemi kullanarak, izleyicileri program hizmetlerinin içeriği hakkında sesli veya yazılı olarak bilgilendirir.”

Koruyucu sembol sistemi radyo ve televizyonlarda (Akıllı İşaretler) (smart figures) yaş ve içeriğe göre iki gruba ayrılır. Yaşa göre; genel izleyici, 7+ yaş ve üzeri için, 13+ yaş ve üzeri için, 18+ yaş ve üzeri için dört gruba, içerik olarak ise; şiddet/korku, cinsellik, olumsuz örnek olabilecek davranışlar olmak üzere üç gruba ayrılır (Ek-4).

Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkındaki Yönetmelik (m. 23/5); 13+ ve 18+ sembolleri programın yayını süresince ekranın bir köşesine sabit ve sürekli olarak yayınlanacağı, 7+ bir programın günün her saatinde yayınlanabileceğini, 13+ bir programın 21:30'dan sonra yayınlanabileceği, 18+ bir programın 24:00-05:00 aralığı dışında yayınlanamayacağı anlamına gelmektedir. Yayın Hizmet Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik m. 4/1 (o) bendi ile Korumalı saatler *“Çocuk ve gençlerin, yayınları izleme veya dinleme ihtimali olan 24:00-05:00 saat aralığı dışındaki zaman dilimini”* ifade etmektedir.

Sınıflandırma işleminin hangi esas ve usullere göre yapılacağı Yönetmelik m. 23/6 fıkrasında düzenlenmiştir. Böylece, medya hizmet sağlayıcıların görevlendirildiği ve sistem hakkında önceden eğitilmiş sertifika sahibi kodlayıcıların Üst Kurul'un resmî internet sitesinde yer alan örnek kodlama Formunun elektronik ortamda doldurulması sonucunda verilen cevaplara göre otomatik olarak saptanır (Ek-5).

Koruyucu sembol sistemi haber programları hariç tüm programlarda kullanılmaktadır. Fakat haber deyince; kan, gözyaşı, intihar vb. olaylar akla geldiği için haber programlarına da koruyucu sembol sistemi uygulanabilir. Haber programlarının da reyting kaygısı taşıdığı unutulmamalıdır. Akıllı işaretlerin yanlış kullanımı durumunda vatandaşlar 444 1 178 RTÜK İletişim Merkezine ve <https://www.rtuk.gov.tr/gorus-ve-onerileriniz> web adresine şikâyetlerini bildirebilirler. Kanaatimizce bu uygulama önemlidir. Çünkü sorunlu veya rahatsız edici olarak görülen yayınlar, doğrudan yayınların muhatapları yani izleyiciler tarafından denetlenmektedir. Ayrıca, bu uygulama ile medya hizmet sağlayıcılar kendi yayınları hakkında oluşan kamuoyunu kolay bir şekilde görebilmektedirler (Can Maraşlı, 2017). 1994 yılında ilk defa 3984 sayılı Kanun ile özel radyo ve televizyon yayıncılığı düzenlenmiş ve RTÜK düzenleyici ve denetleyici bir kurum olarak varlık göstermeye başlamıştır. Aynı zamanda medya ile ilgili gelişmeler sonucunda kamu yararı gözetilerek gerekli ihtiyaçların belirlenmesi ve gereğinin yapılması da Üst Kurul'un görevleri arasındadır. Bu bağlamda medya okuryazarlığının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması da Üst Kurul'un görev alanına girmektedir.

Görev ve yetkiler

Madde 37/1 - Üst Kurulun görev ve yetkileri şunlardır:

“r) Medya okuryazarlığının toplumun tüm kesimlerini içerecek şekilde yaygınlaştırılması amacıyla, başta Millî Eğitim Bakanlığı olmak üzere diğer kamu kurumları ile işbirliği yapmak.”

RTÜK çocuk, genç ve yetişkin olmak üzere tüm bireylere medya okuryazarlığı konusunda bilinç oluşturmak için ilgili kamu kurumları ile işbirliği yapmakla mükelleftir. 6112 sayılı Kanun'da 'medya okuryazarlığı' kavramının yer alması Ülkemizde medya okuryazarlığına dair akademik tartışmaların yapıldığı 2005 yılından sonraya denk gelmektedir. Kanun 3 Mart 2011 tarihinde kabul edilmiştir. Fakat Ülkemizde medya okuryazarlığının ders olarak kabul edilmesi RTÜK ile Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı arasında 22 Ağustos 2006 tarihinde Öğretim Kurumlarında Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Okutulmasına Dair İşbirliği Protokolü imzalanmasına dayanır. Ardından MEB Talim ve Terbiye Kurulu 31 Ağustos 2006 tarihinde İlköğretim Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programını kabul etmiştir. Kanunda belirtildiği üzere toplumun tüm kesimlerini içeren medya okuryazarlığı eğitimi hayata geçirilmiş değildir. Bazı kesimler ve RTÜK televizyondaki korumalı saat uygulamaları, Akıllı İşaretler ve 'iyi uyuklar çocuklar' projesini ailelerin eğitimi olarak yorumlamaktadır. Kanaatimizce medya okuryazarlığına derinlemesine bakıldığında bu uygulamaların ne kadar yetersiz olduğu ortadadır. Özellikle ülkemizin okuma-yazma oranları ve çocuklara yönelik haber içeriklerine bakıldığında ebeveyn eğitiminin çocuklardan daha fazla çaba ve zaman gerektirdiği açıktır. Ayrıca Kanun'da belirtildiği üzere RTÜK doğrudan doğruya ve tek başına medya okuryazarlığının yaygınlaştırılması için diğer kurumlarla işbirliği yapmak üzere görevlendirilmiştir (Saygın, 2016: 348).

4.2.6. Aile ve Çocuk Dostu Yapım ve Dizilerin Teşvik Edilmesine Dair Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik

Madde 1 - “1) Bu Yönetmeliğin amacı, yayın hizmetlerinde ailenin ve çocukların korunması ilkesini gözeterek, ailenin bütünlüğü ve sürekliliği ile çocuk ve

gençlerin fiziksel, zihinsel ve ahlâkî gelişimlerini destekleyecek nitelikteki aile ve çocuk dostu yapım ve dizilerin yayınlanmasının teşvik edilmesine ilişkin usul ve esasların belirlenmesidir.”

Madde 2 - *“1) Bu Yönetmelik, ailenin bütünlüğü ve sürekliliği ile çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel ve ahlâkî gelişimlerini destekleyecek nitelikteki aile ve çocuk dostu yapım ve dizileri yayınlayan medya hizmet sağlayıcılarını teşvik etmek üzere verilecek ödüller ile bunların usul ve esaslarını kapsar.”*

Aile ve çocuk dostu yapım ve dizilerin teşvik edilmesi, toplumun iki önemli ögesinin; ailenin ve çocuğun korunması ve geliştirilmesi için bir çaba olarak görülmektedir. Bununla birlikte medyanın bireyler üzerindeki etkileri de bir kez daha kabul edilmiştir. Özellikle medyanın olumsuz etkilerini önlemek, medya karşısında bireyleri bilinçlendirmek amacıyla medya okuryazarlığı eğitiminin önemi bir kez daha ortaya çıkmıştır. Aile ve çocuk dostu yapımların bireyler açısından ne kadar kabul göreceği ise şüphelidir. Zira Türkiye’de en çok izlenen; kan, gözyaşı, çatışma kısacası duyguların sömürüldüğü ve birçok duyguya bireylerin duyarsızlaştırıldığı yapımlardır. Aile ve çocuk dostu yapım ve dizileri değerlendirme ilkeleri incelendiğinde 6112 sayılı Kanunun 8. maddesi ile paralellik gösterdiği söylenebilir. Yönetmelik değerlendirme ilkelerinden, özellikle beş madde doğrudan medya okuryazarlığı kavramına işaret etse de “*medya okuryazarlığı*” kavramı açıkça ifade edilmemiştir. Oysa toplumda medya okuryazarlığı kavramının tanıtılmasına ve bireylerde bu eğitime yönelik bilinç oluşturulmasına ihtiyaç vardır. Aile ve çocuk dostu yapım ve dizi değerlendirme ilkelerine bakıldığında aşağıdaki maddeler doğrudan medya okuryazarlığı kavramını işaret etmektedir;

Madde 6 - *“3) Aile ve çocuk dostu yapım ve dizileri yayınlayan medya hizmet sağlayıcılarına teşvik ödülü ile aile ve çocuk dostu yapım ve dizi unvanı verilmesinde, Bakanlık ile birlikte belirlenen;*

h) Medya içeriklerini analiz edebilen, bilinçli medya kullanıcısı olmanın vurgulanması,

k) Çocuklara doğru bilgi edinme yollarının öğretilmesi,

m) Çocuklara eleştirel düşünme ve karar alma becerilerinin kazandırılması,

r) *İnternet cep telefonu, sosyal medya, dijital oyunlar gibi medya araçları ve uygulamalarının aile içi iletişim üzerindeki olumsuz etkilerini ortadan kaldırmaya yönelik bilgilendirme ve bilinçlendirme yapılması.”*

4.2.7. İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun (5651) (R.G: 23.05.2007)

Günümüzde internet kullanımı hemen her yaş gurubunda oldukça yaygınlaşmıştır. Yeni nesil cep telefonları ile internet kullanımı tamamen özelleşmiş çocuk ve gençler için vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir. İnternet ortamında yararlı bilgiler kadar zararlı içeriklerin tür ve sayısı oldukça fazladır. Bir tıklama ile zararlı içeriklere erişmek mümkündür. Bu hususta, çocuk ve gençlerde bir merak duygusu da ağır basmaktadır. İnsanlarda zararlı ve yasak olanlara karşı bir ilgi ve temayülün olduğu varsayımı tamamen inkâr edilemez. Kanun yeni olmakla birlikte, özellikle kişilerin internet ortamındaki zararlı içeriklere karşı korunması ve kişilik hakkının korunması bakımından bugüne kadar birkaç defa değişikliğe uğramıştır.

Erişimin engellenmesi kararı ve yerine getirilmesi

Madde 8 – “(1): İnternet ortamında yapılan ve içeriği aşağıdaki suçları oluşturduğu hususlarda yeterli şüphe sebebi bulunan yayınlarla ilgili olarak erişimin engellenmesine karar verilir:

a) 26/9/2004 tarihli ve 5237 sayılı Türk Ceza Kanununda yer alan;

1- İntihara yönlendirme (madde 84),

2- Çocukların cinsel istismarı (madde 103, birinci fıkra)

3- Uyuşturucu veya uyarıcı madde kullanılmasını kolaylaştırma (madde 190),

4- Sağlık için tehlikeli madde temini (madde 194),

5- Müstehcenlik (madde 226),

6- Fuhuş (madde 227),

7- Kumar oynanması için yer ve imkân sağlama (madde 228), suçları.”

b- “25/7/1951 tarihli ve 5816 sayılı Atatürk Aleyhine İşlenen Suçlar Hakkında Kanunda yer alan suçlar.”

Erişimin engellenmesi veya içerige erişimin engellenmesi somut suçlara dayandığında yapılabilmektedir. Örneğin, sosyal medya hesaplarınızın şifresi çalındığında sizin adınıza yapılan paylaşımları engelleme mümkün. Fakat yukarıda bahsi geçen hükümlerin yanında özellikle çocuklarda internetin doğası gereği ilk önce en büyük zararı yine kendilerinin göreceği tehlikeli durumlar mevcuttur. Sosyal medya hesaplarının ücretsiz ve sahte hesaplarla açılması öncelikle çocuklarda kişilik gelişimi üzerinde ciddi hasarlara sebebiyet verebilir. Çocukluktan başlayan ve ergenlikte büyük şekil alan kimlik oluşumu bireylerin hem eksik hem de iyi yanlarının toplamından oluşur. Fakat daha çocukluktan bireylerin teknolojinin yardımıyla farklı isimlerde farklı rol ve düşüncelere bürünebildikleri gözlemlenmektedir. Bu anlamda “kimlik” kavramının anlamına yakından bakmakta fayda vardır.

TDK sözlüğünde “kimlik”: 1. isim Toplumsal bir varlık olarak insanın nasıl bir kimse olduğunu gösteren belirti, nitelik ve özelliklerinin bütünü. 2. Kişinin kim olduğunu gösteren belirti, nitelik ve özelliklerin bütünü. Çocuklar kendilerine ait nitelik, belirti ve özellikleri teknoloji sayesinde saklama ve değiştirme durumunu keşfetmiş durumdadır. “İnternet bireylerin çevrimdışı kimliklerinin dışına çıkıp kendilerinin keşfedilmemiş yanlarını keşfettikleri ve kimlik deneyleri yaptıkları gerçek hayata alternatif bir mecradan ziyade, bireylerin çevrimdışı kimlikleriyle ve yaşamlarıyla bütünleşik bir performanslar alanıdır” (Kara, 2014: 51). Fakat gerçek ve sanal ayrımını yapamayan çocuk grubu için böyle bir tanımlama yapmak oldukça iyimser bir tablo çizmek olur. Kendi fiziksel yeterliliklerini dahi bilemeyen çocuklar (kendilerini pokemon sanıp atlamaları) bu ayrımı yapamazlar. Yukarıda Kara’nın bahsettiği sanal ve gerçek dünyanın bütünleşik olma durumu çocuklar için ne kadar mümkündür? Sanal dünyada başka ben fırsatı mümkün olsa da gerçek dünya buna izin vermeyecektir. Diğer yandan sosyal medyanın sohbet etme ve özelden fotoğraf gönderme imkânı sağlaması karşı tarafın bu durumdan faydalanabilmesine de yol açabilmektedir. Çocuklarda mahrem kavramı henüz oluşmadığı dönemlerde internet ile kurdukları sıkı bağ çocuğun ileriki dönemlerde sorun yaşamasına sebebiyet verecektir.

Çocuklar dijital dünyanın getirdiği fırsatları kullanırken kişilik gelişimine zarar verecek birçok tehditle baş başadır. Örneğin; phostoshop gibi programlar fiziki birçok kusuru örtmede kullanılmaktadır. Diğer yandan kimliklerini gizleyerek sahte sosyal medya hesapları kullanmalarının bir nedeni “daha fazla beğeni” alma durumu iken bir başka nedeni ise gerçek kimliklerinin sınırlılıklarından kurtulabilmeleridir. Rekabet daha çocuk yaşta ve sosyal medya üzerinden başlamaktadır. Beğeniye konu olan şeyler ise; fotoğraf, yiyecek-içecek, gezi vb. paylaşımlardır. Çocukların kendilerini kandırmaktan kurtulmaları ve hem fiziksel, hem de zihinsel yönden gelişimlerini tamamlayabilmeleri için kişisel sınırlarının farkında olabilmeleri gerekir. Dijital dünyanın sunduğu üretim kavramını hayata geçirebilmek için medya okuryazarlığı eğitiminin okul öncesi dönemden başlaması, çocuklar için; ebeveyn eğitimi de, aileler için faydalı olacaktır.

İnternetin çocuklar üzerinde en önemli etki alanlarından bir diğer ise, bilgisayar oyunlarıdır. Çocuklar çevrimiçi olarak genelde hiç tanımadıkları kişilerle gruplar halinde oyun oynamaktadırlar.

Oyunların genelde kamuoyuna “şiddet” içeriği ile yansması televizyonda maruz kalınan şiddet sahnelerinin yerine bilfiil çocukların oyun aracılığıyla şiddete katılmalarını sağlamaktadır. Ölüm yaşadığımız toplumlarda medyanın ve özellikle internetin eğlence içeriğinin önemli bir malzemesi haline gelmiştir. Ölüm görüntülerinin çoğalması ve ölümün medyatik temsil rejimine dâhil edilmesi ancak duyguları harekete dönüştüren bir koda dönüşmüştür. Bu durumun sonucunda düşünme ortadan kalkmaktadır. Çünkü fotoğraflara ve görüntülere sıkıştırılan ölüm, birey için dışsal bir olguya dönüşmektedir... (Bacguê, 2009’dan akt. Tatal Cheviron, 2013: 55).

Ayrıca bilgisayar oyunlarından bazıları haftalarca sürmektedir. Bu durum bilgisayar bağımlılığını da beraberinde getirmiştir. Medya okuryazarlığı bakımından üzerinde durulması gereken hususlardan biri de internet ve sosyal medya bağımlılığıdır. Bunu ifade etmek üzere Japonya’da “hikikomori” kavramı ortaya atılmıştır. Gerçekten Japonya’da 10-35 yaş arası kişilerde internet ve sosyal medya bağımlılığı oldukça artmıştır. Japon gençlerini bu illetten kurtarmak için Japon bilim insanları çalışmaktadırlar. Hikikomori “sosyal izolasyon, yalnızlık, içe kapanma”

anlamlarına gelmektedir. Bu durumdaki kişiler, günlerini internette ve sosyal medyada dolaşmakla geçirmekte toplumdan ve çevrelerinden kopmakta ve soyutlanmaktadırlar. Ayrıca uzun süre sabit oturma ve hareketsiz kalma gözlerin sürekli ekranda olması, oturma şeklinin insan fizyolojine uygun olmaması bireylerin bedensel sağlığını da etkilemektedir. Bu tehlikenin Türkiye’de de ortaya çıkması çok yakındır. Hatta bazı çevrelerde bu tehlikenin baş gösterdiğini söylemek mümkündür (Hürriyet, 2007). Kanaatimizce “Medya Okuryazarlığı” dersinde bir ünite olarak bu tehlike üzerinde durulmalıdır. Fakat derslerin dönemlik değil okul öncesi ve ilköğretim dönemlerinden itibaren verilmesi bu durumun önüne geçilmesinde faydalı olacaktır.

İnternet dünyasını dipsiz bir kuyuya benzetmek yerinde olacaktır. Ayrıca “*deep (dark) web*” olarak Türkçe karşılığı “derin internet” olan gizli ağların da varlığı bilinmektedir. İnternetin karanlık yüzünün de olduğu özellikle aileler tarafından unutulmamalıdır. Özellikle sadece çocuklara değil ailelere de güvenli internet kullanımı konusunda eğitimler verilmesi gerektiği kanaatindeyiz.

Çocuklara faydalı olma durumu ve zararlı olan (sürekli gelişmekte olan teknoloji karşısında etkileri sadece bugünkü yansımaları ile ifade edilmektedir) ‘şeyler’ karşısında yasaların yeterli olamayacağı vurgulanmaya çalışılmıştır. Bu hususta medya okuryazarlığının önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Nitekim RTÜK tarafından Türkçeye çevrilen Avrupa Konseyi tarafından hazırlanan İnternet Okuryazarlığı El Kitabı’nda (2006) 21 kılavuz metin hazırlanmıştır. Bunlar; bağlantı sağlama, web sitesi oluşturma, bilgi araştırma, ana kapılar, elektronik posta, istek dışı gönderilen e-postalar, sohbet, haber grupları, dünya çapında kütüphaneler, internet üzerinde müzik ve görüntüler, yaratıcılık, oyunlar, uzaktan eğitim, etiketleme ve filtreleme, özel hayatın gizliliği, güvenlik, satış ve taciz, çevrimiçi alış-veriş, katılımcı bir e-vatandaş olmak, mobil teknoloji, bloglar. Böylece internetin doğası gereği “internet okuryazarlığı” dersinin de ayrı olarak ele alınması gerekmektedir. Kılavuz metinde sıralanan başlıklardaki becerileri edinmek her çocuğun hakkıdır. Böylece müfredatta Seçmeli Medya Okuryazarlığı dersinin varlığı meseleye çözüm getirmede yetersizdir. Diğer yandan alan uzmanı öğretmenler tarafından verilme durumunda bu dersin amacına ulaşacağı kanaatindeyiz.

Özel hayatın gizliliği nedeniyle içeriğe erişimin engellenmesi

Madde 9/A- (Ek: 6/ 2/ 2014 – 6518/94 md.)

“1) İnternet ortamında yapılan yayın içeriği nedeniyle özel hayatının gizliliğinin ihlal edildiğini iddia eden kişiler, Başbakanlığa doğrudan başvurarak içeriğe erişimin engellenmesi tedbirinin uygulanmasını isteyebilir.” İnternet ve teknoloji ile birlikte kişisel verilerin korunması her geçen gün zorlaşmaktadır. Bu durum beraberinde yeni çözüm arayışlarını getirmektedir. Bununla birlikte hukuk alanına giren *“unutulma hakkı”*ndan bahsetmek mümkündür. Unutulma hakkı, bireyin internet ortamında yer alan ve üçüncü kişilerin bilmesini istemediği kişisel verilerinin silinmesini, dolayısıyla dijital dünyada unutulmayı, hatırlanmamayı isteme hakkı şeklinde tanımlanmaktadır (Akgül, 2016).

İdarî yapı ve görevler

Madde 10/4 - *“b) İnternet ortamında yapılan yayınların içeriklerini izleyerek, bu Kanun kapsamına giren suçların işlendiğinin tespiti halinde, bu yayınlara erişimin engellenmesine yönelik olarak bu Kanunda öngörülen gerekli tedbirleri almak.”*

4.2.8. İnternet Toplu Kullanım Sağlayıcıları Hakkında Yönetmelik (R.G.: 11/04/2017)

Madde 9 - *“1) İşyerlerinde uyulması gereken kurallar şunlardır:*

a) 12 yaşından küçükler, ancak yanlarında veli veya vasileriyle işyerlerine girebilirler.

b) 15 yaşından küçükler yanlarında veli veya vasileri olmadan saat 20.00'den sonra işyerlerine alınmazlar.”

Hem yaş hem de filtreleme sayesinde içerik denetimi çocukların zihin, ahlâk ve kişisel gelişimleri için önemlidir. İnternet toplu kullanım sağlayıcıları da çocukların yaş gruplarına dikkat etmelidir. Özellikle mahalle aralarında bile çok sayıda internet kafe olduğu göz önünde tutulursa *İnternet Toplu Kullanım Sağlayıcıları Hakkında Yönetmelik* gereği denetim iş yeri sahipleri tarafından titizlikle yapılmalıdır. Burada önemli olan denetimin ilgili kurum ve kişiler tarafından yapılmasıdır. Toplumda esas

sorun teşkil eden durum ise internetin evde, okulda, parkta ve sokakta kısacası mobil telefonlar aracılığı ile her yerde özel kullanım imkânının olmasıdır. Bu durum ile ailelerin sadece içeriğin filtrelenmesi yoluyla baş edemeyecekleri açıktır. Aile içi iletişim ne kadar güçlü ve sağlıklı olursa çocuğun medyadan beklentileri o denli azalacaktır.

4.2.9. Türk Medeni Kanunu (4721) (R.G.: 8/12/2001)

Türk Medenî Kanunu'nda kişilik hakkının korunmasına dair hükümler öngörülmüştür (m.24, 25). Bilinmelidir ki, küçüklerin ve gençlerin de şeref ve haysiyet, özel hayat hakkı, ailesini sevmek, kendisine saygı duyulmasını talep etme hakkı, cinsel hürriyet hakkı, kendisine ilişkin kişisel verilerin korunmasını talep etme gibi çeşitli değerlerden oluşan kişilik hakları vardır.

B. Kişiliğin korunması

Türk Medenî Kanunu'nda kişilik hakkının korunması için aşağıdaki hükümler öngörülmüştür:

I. Vazgeçme ve aşırı sınırlamaya karşı

Madde 23 - *“Kimse, hak ve fiil ehliyetlerinden kısmen de olsa vazgeçemez. Kimse özgürlüklerinden vazgeçemez veya onları hukuka ya da ahlâka aykırı olarak sınırlayamaz.”*

Madde 24 - *“Hukuka aykırı olarak kişilik haklarına saldırılan kimse, hâkimden saldırıda bulunanlara karşı korunmasını isteyebilir.”*

Kişilik hakkı zedelenen kimsenin rızası, daha üstün nitelikte özel veya kamusal yarar ya da kanunun verdiği yetkinin kullanılması sebeplerinden biriyle haklı kılınmadıkça, kişilik haklarına yapılan her saldırı hukuka aykırıdır.

4.2.10. Türk Ceza Kanunu (5237) (R.G.: 12/10/2004)

Çocuk tüm toplumların geleceğidir. Sağlıklı bir yetişkin olma hali fiziksel ve ruhsal açıdan bir bütündür. Bu bütünlüğün temelleri çocuklukta atılır. Böylece dünya genelinde de bakıldığında çocukluk dönemi için daha fazla sağlıklı ortam oluşturulmasının gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Türk Ceza Kanunu'nda da küçükleri ve gençleri koruyucu hükümler öngörülmüştür. Genel ahlaka karşı suçlar bölümde çocuğun müstehcen sayılabilecek her türlü görüntü, yazı veya sözleri içeren ürünlerden korunması amaçlanmıştır.

Ceza Kanunun Amacı

Madde 1 - “1) *Ceza Kanunun amacı; kişi hak ve özgürlüklerini, kamu düzen ve güvenliğini, hukuk devletini, kamu sağlığını ve çevreyi, toplum barışını korumak, suç işlenmesini önlemektir.*”

Genel Ahlâka Karşı Suçlar

Müstehcenlik

Madde 226/1 - “a) *Bir çocuğa müstehcen görüntü, yazı veya sözleri içeren ürünleri veren ya da bunların içeriğini gösteren, okuyan, okutan veya dinleten,*

b) *Bunların içeriklerini çocukların girebileceği veya görebileceği yerlerde ya da alenen gösteren, görülebilecek şekilde sergileyen, okuyan, okutan, söyleyen, söyleten,*

c) *Bu ürünleri, içeriğine vakıf olunabilecek şekilde satışa veya kiraya arz eden,*

d) *Bu ürünleri, bunların satışına mahsus alışveriş yerleri dışında, satışa arz eden, satan veya kiraya veren,*

e) *Bu ürünleri, sair mal veya hizmet satışları yanında veya dolayısıyla bedelsiz olarak veren veya dağıtan,*

f) *Bu ürünlerin reklamını yapan,*

Kişi, altı aydan iki yıla kadar hapis ve adlî para cezası ile cezalandırılır (Sulh Ceza).”

“2) Müstehcen görüntü, yazı veya sözleri basın ve yayın yolu ile yayınlayan veya yayınlanmasına aracılık eden kişi altı aydan üç yıla kadar ve beşbin güne kadar adlî para cezası ile cezalandırılır. (sulh ceza)

Çocuğun basın ve yayın yoluyla müstehcen görüntü, yazı veya sözlere maruz kalmasının fiziksel, ruhsal ve ahlâkî gelişime olan olumsuz etkisi yukarıda detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Fakat yine belirtmekte fayda vardır ki kanunların varlığı özellikle internet yayınlarının olumsuzluklarını denetlemede “ifade hürriyeti” bağlamında sınırlıdır. Denetlemek de pek mümkün görülmemektedir. Sosyal medya hesaplarından canlı yayın ile intihar eden birçok kişi vardır. Bu sebeple çocuğun kendi tercihlerini şekillendirmede önemli rol oynayacağı belirtilen medya okuryazarlığı bilinci için daha kapsamlı çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Ve fakat bireyler sorumluluğu üzerine alırken ifade hürriyeti ve bunun içinde yer alan kitle iletişim hürriyeti ve bunun içerisinde yer alan her bir kitle iletişim aracı hürriyeti, hukuk kurallarının koyduğu sınırlar içerisinde kullanılmalıdır (Çiftci ve Baykal, 2009).



5. TÜRKİYE'DE MEDYA OKURYAZARLIĞI ve KARŞILAŞIN SORUNLAR

5.1. Türkiye'de Medya Okuryazarlığına Genel Bakış

Teknolojik ilerlemeler; ekonomik, sosyal ve kültürel olarak değişiklere sebebiyet vermiştir. Teknoloji ile kol kola ilerleyen kitle iletişim araçları daha fazla yaygınlaşmış ve bireylerin dünyasında geniş yer kaplamaya başlamıştır. Özellikle dijital medya, genç nesillerin özel ve sosyal hayatında vazgeçilmez bir iletişim şeklini almıştır. Okur-yazar kavramının bilgisayar temelli bir anlayışa bürünmesi, 21. yüzyılda bireylerde dijital okur-yazarlık becerilerinin mutlak suretle edinilmesini gerektirmiştir.

Fakat teknolojik gelişmelerin bu seviyeye ulaşmadan önceki hallerinde medya, sürekli eğitim açısından değerlendirilen bir kurum olarak varlık göstermektedir. Etki kavramının medya iletileri doğrultusunda incelemeye alındığı ve bunun sonucunda farklı bakış açıları olduğu tespit edilmiştir. Etki kavramı özellikle; şiddet, ahlak, toplumsal cinsiyet, ırk (*etnisite*) açısından değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bireylerin kendilerine, topluma ve dünyaya dair bilgi edinme gereksinimlerinin karşılayıcısı büyük oranda medya kabul edildiği için bu alan gözlem altında tutulmaya çalışılmıştır. Medyanın başta çocuklar olmak üzere diğer bireyler üzerinde de güçlü etkileri olduğu varsayımından yola çıkılarak olumsuz etkilerinin medya okuryazarlığı eğitimi ile en aza indirgenmesi hedeflenmiştir.

Dijital medyanın tüm dünyada hızla yayılması ise geleneksel söylemlerin sorgulanmasına sebebiyet vermiştir. Özellikle Batılı ülkeler, gelişen, yayılan ve etki alanı giderek genişleyen medya karşısında öncelikle çocuk ve gençlerini bilgilendirme ve bilinçlendirme ihtiyacını her zamankinden daha fazla hissetmektedir (İnal, 2016: 72).

Geleneksel öğrenme biçimi kendine has kural ve yöntemleri ile okullar aracılığıyla yürütülürken bugün “medya” aracılığı ile öğrenme okullara eş değer tutulmaktadır. Oysaki medya iletileri arasında bilgi ve enformasyon arasında “amaca götüren”, “sistemli öğrenme” gibi öğeler nitelik sorgulamasına tabiidir. Dijital

medyanın öneminin artması ve bunları kullanan bireylerin yeni becerilere de ihtiyaç duyması gündemde yerini korumaktadır. Ayrıca küreselleşen medyada “içerik” sorunu doğmuş ve kültürel öğelerin aşındığına dikkat çekilmiştir. Böylece devletler, bireyleri medya okuryazarlığı eğitimi ile bilinçli hale getirme çabasına girmiştir.

Avrupa Birliği’nde özellikle “Avrupa Kültürü” oluşturma fikrine dayanan medya okuryazarlığı Birliğin Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi çerçevesinde ele alınarak “medya okuryazarlığı” kavramının hukuken düzenlenmesini sağlamıştır. Diğer yanda çağdaş toplumların bireylerde aradığı temel beceri alanlarından birinin de “dijital okuryazarlık” olması, bu alanı medya okuryazarlığının ayrılmaz bir parçası haline getirmiştir. Bu anlamda çağdaş eğitim çerçevesinde uygulamada ülkeden ülkeye farklılık olmakla birlikte medya okuryazarlığı eğitimi tartışılmakta ve bu doğrultuda eğitim politikalarına dâhil edilmektedir.

Türkiye, 3 Ekim 2005 tarihi itibari ile Avrupa Birliği’ne uyum süreci çerçevesinde birçok alanda olduğu gibi medya mevzuatında da düzenlemelere gitmiştir. Bu kapsamda 3.3.2011 tarihinde 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanunun yürürlüğe girmiştir. Kanun, 37. maddesinin (r) bendi ile “medya okuryazarlığı”nın toplumun tüm kesimlerini içerecek şekilde yaygınlaştırması amacıyla, RTÜK’ün başta Millî Eğitim Bakanlığı olmak üzere diğer kamu kurumları ile işbirliği yapmasını öngörmüştür. Ayrıca konu, Marmara Üniversitesi Sempozyumu’nda (2005) ve Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi’nde (2013) akademik ve çocuk katılımcılar ile tartışılmıştır.

Çocukların aktif birer medya kullanıcısı olması beraberinde “medya bağımlılığı” ve yaşa ve tecrübeye bakılmaksızın her türlü ileti ile karşılaşma durumu ebeveynlerde bir tedirginlik yaratmış ve bunun çözümü olarak ebeveynlerin de eğitime zorunluluğunu doğurmuştur. Bununla birlikte dijital dönüşümün hızlı dünyasındaki yenilikleri bilmek, bu dönüşüm ekseninde bireyler yetiştirmek elzemdir. Fakat sorun iletişimin çeşitli alanlarının (yüz-yüze iletişim) arka plana hızla itilmesinden kaynaklanmaktadır. 2000’li yılların başında doğan çocukların en önemli iletişim şekli “medya” aracılığı ile olan dolaylı iletişimdir.

Bu doğrultuda Türkiye’de medya okuryazarlığının gelişim sürecine bakıldığında kurumsal anlamda bir dönüşüm yaşandığını söylemek yerinde olacaktır. Bu dönüşüm “korumacı yaklaşımdan” çocukların medya dışındaki dünya ile bağlarını kuvvetlendirmek yönündedir. Kısacası medya ve birey arasına mesafe koyabilme çabası verilmektedir. Tezde medya okuryazarlığına yüklenen anlam da burada yatmaktadır. Medya okuryazarlığı; günlük hayatın ve iş hayatının gerektirdiği dijital okuryazarlık becerilerinin kazandırılması, medya metinlerinin eleştirel okuma ile çözümlenmesi diğer yanda sosyalleşmenin tek yolunun medyadan geçmediği bir farkındalık oluşturma çabasıdır.

5.2. Medya Okuryazarlığı Dersinin Tarihçesi

Türkiye’nin medya okuryazarlığı tartışmalarına hem idari hem de akademik anlamda 2000 yılından sonra ağırlık verdiği görülmüştür. Kanaatimizce bu tarihler internet kullanımının yaygınlaştığı ve bu yayınların denetim açısından daha zor olması konunun gündeme gelmesinde etkili olmuştur.

2002 yılında RTÜK tarafından “Radyo ve Televizyonlarda Şiddet ve İntihar Haberlerinin Sunumunun Toplum Üzerindeki Etkileri” konulu Sempozyum düzenlenmiştir. Sempozyumda; şiddet, çocuk ve medya ekseninde tartışmalar yapılmıştır. Netice itibari ile televizyon izlerken izleyicilerin neyle karşı karşıya olduklarını bilerek yayınları değerlendirmesi kararına varılmıştır (RTÜK, 2002: 5).

Böylece izleyicinin yayınları “değerlendirme” durumu için medya okuryazarlığı dersi zikredilmemiş olsa da sorun karşısında çözüm arayışlarının olduğunu söylemek yerinde olacaktır.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’nun organizasyonu, Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM) ve TRT Kurumu’nun da katkılarıyla 20-21 Şubat 2003 tarihlerinde Ankara’da İletişim Şûrası düzenlenmiştir.

Şûra’nın çalışma komisyonlarından biri olan Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Komisyonu Sonuç Raporu’nda önerilen konulardan biri de “medya okuryazarlığı dersi” olmuştur. Komisyon sonuç raporunda; "Toplumsal ve bireysel eğitim ve kültüre katkı sağlayacak, ruh sağlığını zedelemeyecek bir yaklaşımla ve özellikle

çocukların zararlı yayınlardan korunması için Avrupa Birliği'ne uyumlu çalışmaların başlatılması ve ilk ve orta öğretim ders programlarına, çocuklar ve gençlerin bilinçlendirilmesini sağlayacak medya okuryazarlığı dersinin eklenmesi" gerekliliğine vurgu yapılmıştır (RTÜK, 2016b).

RTÜK, 2004 yılında Devlet Bakanlığı bünyesinde kurulmuş olan ve Türkiye'nin önde gelen kamu kurumlarının, sivil toplum örgütlerinin ve üniversitelerin temsil edildiği Şiddeti Önleme Platformu'nda ilk kez ilköğretim okullarında Medya Okuryazarlığı dersinin okutulmasına dair bir öneride bulunmuştur (RTÜK, 2016b).

Çözüm arayışlarının nihayetinde iki yıl sonra RTÜK medya okuryazarlığı dersi önerisini çeşitli platformlarda dile getirmiştir.

Bu doğrultuda RTÜK, ders programlarına medya okuryazarlığının geliştirilmesine yönelik bir ders konulması amacıyla 22 Eylül 2004 tarihli ve 2004/70 No'lu toplantıda alınan 19 sayılı karar gereğince, Milli Eğitim Bakanlığı'yla 25 Ekim 2004 tarihinde resmî temasa geçmiştir (Treske, 2016: 36).

RTÜK ve MEB Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı (MEB TTK) arasında 22 Ağustos 2006 tarihinde Öğretim Kurumlarında Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Okutulmasına Dair İşbirliği Protokolü imzalanmıştır. Protokolün ardından MEB Talim ve Terbiye Kurulu (MEB TTK) 31 Ağustos 2006 tarihinde İlköğretim Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programını kabul etmiştir (Alagözlü, 2013: 20-21).

2006-2007 öğretim yılında proje, beş pilot ilde (Ankara, İstanbul, İzmir, Erzurum ve Adana) 7. sınıf öğrencileri için uygulamaya konulmuş ve dersi verecek 20 sosyal bilgiler öğretmeni hizmet içi eğitimden geçirilmiştir. Böylece MEB tarafından 2007-2008 öğretim ders yılında seçmeli medya okuryazarlığı dersi müfredata alınmıştır. 25-28 Haziran tarihleri arasında dersi verecek 103 öğretmene hizmet içi eğitim verilmiştir (İnal, 2016: 76).

2007-2008 eğitim-öğretim müfredatına alınan seçmeli Medya Okuryazarlığı dersi 81 ildeki 35 bin ilköğretim okulunun 6, 7 ve 8. sınıflarında haftada bir ders saati üzerinden toplam 36 saatlik bir süre öngörülerek okutulmaya başlanmıştır. Ayrıca

bu dersin notla değerlendirilmeyeceği sadece karnede öğrencinin bu dersi almış olduğu belirtilecektir (MEB ve RTÜK, 2008: 13-16). 2012-2013 eğitim-öğretim yılında uygulamaya konulan 4+4+4 kesintisiz 12 yıllık eğitim sistemi ile birlikte ortaokul haftalık ders çizelgelerinde değişiklik yapılmıştır (Gün ve Kaya, 2017). Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı'nın 25.06.2012 tarihli ve 69 sayılı Kararı ile "İlköğretim Kurumları (İlkokul ve Ortaokul) Haftalık Ders Çizelgesi"nde yapılan değişiklikle Medya Okuryazarlığı dersinin 7 ve 8. sınıfların birinde bir defa ve haftada iki saat olarak okutulması kararlaştırılmıştır (Arhan ve Yavuz, 2016). Ölçme ve değerlendirmeye seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi için imkân vermeyen 2006 öğretim programı yerine 2013 öğretim programı ile sınav zorunluluğu getirilmiştir (Tağrikulu ve Kesten, 2018).

5.3. İlköğretim Medya okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu

MEB TTK ve RTÜK tarafından 2006 yılında bir grup akademisyen, öğretmen ve uzmanlar tarafından görsel, işitsel ve yazılı medya karşısında savunmasız yaş grubunu oluşturan çocukların, ilköğretimden başlayarak medya karşısında bilinçlendirilmelerinin gereği olarak İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu hazırlanmıştır (MEB ve RTÜK, 2006: 6).

RTÜK tarafından yapılan araştırmalarda, televizyon izleme oranının günde ortalama 4-5 saate tekabül ettiği, kanal ve program olarak niceliksel artışın nitelik yönünden zayıf kalması ve çocukların gerçek ve kurguyu ayırt edememeleri sebebiyle medya konusunda bilinçlendirilme gereğinden bahsedilmektedir. En önemli vurgu ise yapılan uluslararası araştırmalarda televizyonun hayati aktiviteler dışında tüm zamanı kapladığıdır (2006: 5-6). 2018 yılında RTÜK tarafından yapılan araştırmada yeni medya araçlarıyla televizyon izleme eğiliminin gençlerde daha yüksek olduğu saptanmıştır (RTÜK, 2018: 117). Bir tarafta özellikle çocukların medya ile bu kadar haşır neşir olmaları diğer yanda kişilerarası iletişimin yüz-yüze olma açısından zayıflaması sorunu, günümüzde en çok konuşulan meselelerden biridir. Aynı zamanda çağın temel özellikleri olan dijital verilere ulaşma ve bunları işleme becerisi de kazanılması gereken önemli bir niteliktir.

Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı oluşturmacı (inşacı) yaklaşımla hazırlandığı belirtilmiştir. Bu yaklaşıma dayanarak öğrenciler, uzak ya da yakın geçmişte, çevresinde gözlediği ve bilgiye dönüştürdüğü veriler veya eğitim kurumunda edindiği bilgilerle bu derste elde edeceği veriler ve edineceği bilgileri birbiri ile ilişkilendirecek, böylelikle öğretmenin de rehberliğinde kendisi yepyeni bazı beceri ve değerlere ulaşacaktır (MEB TTK ve RTÜK, 2006: 7).

Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı'nın şu anlayış çerçevesinde oluşturulduğu ifade edilmiştir: "Bilginin taşıdığı değeri ve bireyin var olan deneyimlerini dikkate alan; böylelikle etkinlik merkezli, bilgi ve beceriyi dengeleyen, öğrencinin kendi yaşantısını ve bireysel farklılıklarını dikkate alan, çevresiyle etkileşimine olanak sağlayan bir çerçevede oluşturulmuştur" (MEB TTK ve RTÜK, 2006: 7).

Medya okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı (2006), ilköğretim düzeyinde diğer derslerle birlikte verilen 8 beceriyi kazandırmanın yanında, kendine özgü iki beceriyi de kazandırmayı amaçladığı belirtilmiştir. Hedeflenen beceriler şunlardır:

1. Gözlem becerisi
2. Araştırma becerisi
3. Eleştirel düşünme becerisi
4. Yaratıcı düşünme becerisi
5. İletişim becerisi
6. Problem çözme becerisi
7. Bilgi teknolojilerini kullanma becerisi
8. Girişimcilik becerisi
9. Türkçeyi doğru, güzel ve etkili kullanma becerisi
10. Sosyal ve kültürel katılım becerisi (MEB TTK ve RTÜK, 2006: 7-8).

Medya okuryazarlığı genel amaçları 2006 yılında hazırlanan program dâhilinde özetle şöyle sıralanabilir:

1. Medyayı farklı açılardan okuma, yaşadığı çevreye duyarlı, medyada gördüklerini aklın süzgecinden geçirme,

2. Medyadaki ortamlara ulaşarak bunları çözümleme, değerlendirme yeteneği,
3. Medyaya yönelik eleştirel bakış açısı kazanma,
4. Medya iletilerine yönelik soru sorma,
5. Bilinçli medya okuryazarı olma,
6. Toplumsal yaşama daha aktif ve yapıcı şekilde katılma,
7. Kamu ve özel yayıncılığın daha olumlu noktalara taşınması için çaba harcama (MEB TTK ve RTÜK, 2006: 7-8).

Medya okuryazarlığı dersi öğretim programı, 4+4+4 eğitim sistemine geçilmesinin ardından 2013 yılında ikinci, 2018 yılı itibari ile üçüncü kez yenilenmiştir. Ortaokul ve imam hatip ortaokulları 7 ve 8. sınıflar için oluşturulan programın (2018) özel amaçlar bölümü girişinde kısaca şu ifadeler yer verildiği görülmüştür: “Medya okuryazarlığı dersi ile öğrencilerin geleneksel medyaya ek olarak sosyal ağlar, dijital medya ve video oyunları gibi diğer sayısal ağlara erişme, eleştirel bakış açısı ile çözümleme, değerlendirme ve kendi üretimlerini yapabilmeleri beklenmektedir” (RTÜK, 2018a).

2006 yılı Öğretim Programında içerik açısından hedeflenenler ise kısaca şöyle özetlenebilir;

1. Öğrencilerin medyayı ve medya ürünlerini bilinçli seçip seçmediklerinin sorgulanması,
2. Öğrencilerin medyadan kendileri için faydalı olduklarını düşündükleri bilgileri elde edebilme düzeyine gelmeleri,
3. Öğrencilerin medya ürünlerinin kurgu olduğu gerçeğini kavramaları,
4. Medya mesajlarının olumlu-olumsuz, bilinçli-bilinçsiz ve önyargılı olup olmadığını sorgulayabilmeleri,
5. Medya ürünlerinin ekonomik kaygıyla ortaya konulduğunun farkına varılması,
6. Medya mesajlarının öğrenciler tarafından aile ve arkadaş ortamında tartışılabilmesi,
7. Reklamların insanları bilinçsiz tüketime özendirme işlevinin bilinmesi,

8. Medya ürünlerinin oluşturulma sürecinde istenilen etkinin sağlanması için farklı teknik ve yöntemlerden yararlanıldığıının sağlanması,
9. Öğrencilerin medya ürünlerinin oluşturulma aşaması hakkında bilgilendirilmesi,
10. Medya okuryazarlığı dersi sırasında medya kurumlarının imkân dâhilinde ziyaret edilmesi olarak ifade edilmiştir (MEB TTK ve RTÜK, 2006: 13-14).

Eğitsel açıdan ise;

1. Öğretmen okulun bulunduğu çevreye göre Programdaki etkinlik örneklerini seçmeli ya da kendisi etkinlik hazırlamalıdır. Etkinlikler hazırlanırken öğrencilerin farklı ilgi ve ihtiyaçları göz önünde tutulmalıdır,
2. Öğretmen bilgi sunmak yerine öğrencilerin gözlem ve araştırma yapmalarına yardımcı olmalıdır,
3. Medya okuryazarlığı dersi üniteleri Sosyal Bilgiler dersi ile ilişkilendirilerek işlenmelidir,
4. Üniteler işlenirken ortak becerilerin yanı sıra öğrencilerin gözlem, sosyal ve kültürel katılım gibi bu derse özgü becerileri kazanmaları üzerinde önemle durulmalıdır,
5. Programdaki değerler medya okuryazarlığı konuları etrafında ortaya çıkan uygulamalardan hareketle verilmelidir.
6. Öğretmen ders sırasında kitle iletişim araçlarından faydalanmalıdır,
7. Öğretmen değerlendirmede geleneksel yöntemlerle alternatif değerlendirme yöntemlerini birlikte kullanmalıdır (MEB TTK ve RTÜK, 2006: 14).

Medya Okuryazarlığı Öğretim Programı özel amaçları (2018) ise, on başlık altında toplanmıştır. Kısaca maddeler aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

1. Medyanın tarihsel gelişimi ve bunun bireysel ve toplumsal yaşama yansımalarını kavrama,
2. Medya okuryazarlığının önemini kavrama,
3. Medya iletilerinin üzerinde düşünülebileceğini fark etme,
4. Farklı medyaları etkin şekilde kullanma,

5. Medya iletilerini içerik ve biçimsel yönden çözümleme,
6. Medya iletilerini toplumsal, kültürel, ekonomik ve politik bağlamlarında değerlendirme,
7. İnsan hakları, sorumluluk, etik, mahremiyet ve kişisel güvenlik konularını dikkate alarak ileti oluşturma,
8. Medyanın güçlü bir kültür endüstrisi olduğunu fark etme,
9. Dijital medyaya yönelik yaratıcı ve yenilikçi fikirler geliştirme,
10. Medyada karşılaşılan sorunlara tepkide bulunma. (RTÜK, 2018a: 7).

2006 yılı öğretim programında “bilinçli bir medya okuryazarı olma” ifadesi ön plandayken 2018 yılı itibari ile hazırlanan programda “medya okuryazarlığının önemini kavrama” ifadesi yer almıştır. Diğer önemli bir yenilik ise medyanın “güçlü bir endüstri” alanı olduğunun vurgulanmasıdır. Aradan geçen süre içerisinde özellikle dijital medya, bireylerin kendi duygu ve düşüncelerini ifade etmesine olanak sağlamış bu durum arkasından; insan hakları, sorumluluk, etik, mahremiyet ve yeni güvenlik alanları konusunda bilinçlendirme gereğini ortaya çıkarmıştır. Bununla birlikte RTÜK ve MEB tarafından ortaya konulan 2018 yılı Medya Okuryazarlığı Öğretim Programı’nı bu sorunlara çözüm bulma arayışının somut örneği olarak değerlendirmek mümkündür. Öğretim Programı’nın temel gündem maddesi ise dijital medya okuryazarlığıdır.

İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu içerisinde yer alan eğitsel açıdan medya okuryazarlığı dersi üniteleri, Sosyal Bilgiler dersi ile ilişkilendirilerek işlenmesi konusunda uzmanlar tarafından görüş bildirilmişse de uygulamada 7 ve 8. sınıf öğrencileri için seçmeli ders statüsündedir.

5.4. Medya Okuryazarlığı Ders Kitapları (Öğretmen-Öğrenci Materyalleri)

Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimi, seçmeli ders statüsünde verilmekte olup, MEB TTK ve RTÜK tarafından öncelikle öğretmenlere yönelik ders için kaynaklar oluşturulmuştur. Öğretmenler için hazırlanan İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı ve İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu basılı materyal olarak hazırlanmıştır. 2014 yılına kadar medya okuryazarlığı dersi için çocuklara hazırlanan herhangi bir materyal

bulunmamaktadır. Bu durumu RTÜK Başkanı Prof. Dr. Davut Dursun şöyle açıklamıştır: “Öğrencileri ezbere alıştırmamak, çocukların özgürce düşüncelerini ve kendilerini ifade etmelerini sağlayarak, bir benzetmeyle her bir öğrencinin bir ‘lego’ parçasını sınıfa getirerek birlikte yaptıkları uygulamalar ve çalışmalarla medya okuryazarlığı dersinin uygulamasını klasik derslerden farklı hale getirmek” (Asrak Hasdemir, 2012). Fakat daha sonra konu itibari ile uygulamada farklılığa gidilmiş ve MEB tarafından 2014 yılında Ortaokul ve İmam Hatip Ortaokulu Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali hazırlanmıştır.

5.4.1. İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı

İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı, 2007 yılında akademisyenlerden oluşan bir komisyon tarafından hazırlanmıştır. Medya okuryazarlığı dersini verecek öğretmenlere temel kaynak oluşturulmaya çalışılmıştır. Dönemin RTÜK Başkanı Zahit Akman tarafından kitabın önsözünde medya okuryazarlığı, “Medya okuryazarlığı, yazılı ve yazılı olmayan, büyük çeşitlilik gösteren biçimlerdeki (televizyon, video, sinema, reklamlar, internet v.s.) mesajlara ulaşma, bunları çözümüleme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak tanımlanmaktadır” (MEB TTK ve RTÜK, 2007: VI). Akman, Medya Okuryazarlığı dersinin amacının çocukların medya ile ilgili doğru soruları sorup doğru yanıtları bulmalarını sağlamak olduğunu ifade etmiştir. Bu dersi verecek öğretmenlerden ise; kitle iletişim araçlarının zararlı mesajlar ve etkileri ile, demokratik sistemin ve toplum hayatının vazgeçilmez bir parçası haline gelen kitle iletişim araçlarının kullanımı konusunda hassas dengeyi gözetmeleri beklendiğini ifade etmiştir (a.g.e. VI). Korumacı anlayışın temel özelliği kitle iletişim araçlarının etkileri üzerine odaklanmasıdır. Bahse konu olan dersin fayda sağlaması ise kanaatimizce eleştirel bir okuma sayesinde mümkündür. Aksi çocuklar için de sıkıcı olabilecektir.

Kitabın giriş bölümünde öğretmenlerin konu hakkında daha detaylı bilgilendirilerek medyaya eleştirel yaklaşan bir neslin yetişmesine katkı sağlamanın önemine değinilmiş; ayrıca sorumluluğun sadece öğretmenlere bırakılmayacağı bu konuda ebeveynler için de bir kılavuz hazırlanması gerektiğine dikkat çekilmiştir.

Kitapta sekiz ünite bulunmaktadır. Birinci ünite olan İletişime Giriş'te; iletişim süreci ve öğeleri, iletişim türleri açıklanmıştır. İkinci ünite ise; medya kavramı ve medyanın işlevlerine yer verilmiştir. Medya okuryazarlığı kavramı ve Türkiye'deki uygulamaları ise üçüncü üniteye yer almıştır. Dördüncü ünite ise; aile çocuk ve televizyon başlığı ele alınmış ve televizyonun etkilerine değinilmiştir. Beşinci ünite televizyon, televizyonun tarihi ve televizyon tarihinin özellikleri üzerine odaklanılmıştır. Beraberinde altıncı ünite radyo, yedinci ünite gazete ve dergi, sekizinci ünite ise internet hakkında detaylı bilgiler içermektedir. Ünitelerin sonunda medya ile ilgili çeşitli akademisyenlerin serbest yazılarına yer verilmiştir.

Fakat medya okuryazarlığının gelişmesi için diğer bileşenlere de ihtiyaç duyulduğu açıktır. Şöyle ki David Buckingham (2001) medya eğitiminin geliştirilmesi için karşılıklı bağımlı bir dizi öğenin varlığının gerektiğini belirtmektedir. Bunlar ise şöyle sıralanabilir;

1. Siyasal müdahale,
2. İzlenim çevreleri,
3. Öğretmenler ve diğer uygulayıcılar için mesleki eğitim,
4. Medya endüstrilerinin katkısı,
5. Ebeveynlerin katkısı,
6. Gençlik gruplarının katkısı,
7. Eğitim malzemeleri ve kaynaklarının geliştirilmesi (akt. Binark ve Gencel Bek, 2010: 61).

Bu ölçütler göz önüne alındığında; Türkiye'de Millî Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu, RTÜK, TRT Çocuk Medyası Konferansı; üniversitelerde akademik çevreler (Marmara Üniversitesi I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı), sivil toplum kuruluşları (Çocuk ve Medya Kongresi) dışında geniş katılımlı ortak bir çalışmadan bahsetmek pek mümkün değildir. Gençlik gruplarının katkısı ise genelde dersi verecek öğretmenlere yöneliktir. Bu durum, medya okuryazarlığı dersini iletişim öğrencilerinin vermesi yönünde yine iletişim fakülteleri öğrencileri tarafından dile getirilmektedir. Ayrıca yakın zamanda fakültelerin bazılarında medya okuryazarlığı dersi açıldıysa da pek çok iletişim fakültesinde doğrudan medya

okuryazarlığı dersi ya da uygulama atölyeleri yoktur (Binark ve Gencel Bek, 2010: 21).

Ailelerin eğitim düzeylerinin düşük olması da medya okuryazarlığına yaklaşımları etkilemektedir. Diğer yandan medya endüstrisi ise kâr amaçlı yaklaşıma devam etmekte; RTÜK'ün yaptırımıyla “Akıllı İşaretler” ve “Haydi Çocuklar Uykuya” projeleri dışında özel medya hizmet sağlayıcılar somut bir çalışmaya katılmamaktadırlar. Eğitim malzemeleri ve kaynakların geliştirilmesi ise yine RTÜK ve MEB TTK tarafından basılı olarak sınırlı çeşitlilikte yerine getirilirken internet üzerinden RTÜK aile-çocuk web sayfalarına ulaşılabilir. Fakat bu konuda ailelerin ve çocukların bilgilendirilme durumu kanaatimizce yeterli değildir. Özellikle Avustralya’da öğretmenlerin kendi çabaları ile medya okuryazarlığı konusunda gösterdikleri çaba diğer tüm dünya ülkelerine örnek olmaktadır. Avustralya ve Yeni Zelanda’da medya eğitimcileri ve endüstri temsilcilerini bir araya getiren bağımsız çıkara dayanmayan meslek örgütü olan ATOM (*The Australian and New Zeland Teachers of Media*) düzenlediği konferanslarla medya eğitimini tartışmaya açmakta ve ders için dergi ve materyaller üretilmektedir (İnal, 2016: 76).

“Akademiden Aileye Medya Okuryazarlığı” sloganıyla yola çıkan sivil toplum kuruluşu Medya Okuryazarlığı Derneği, Türkiye açısından önemli bir adım olarak görülmektedir (Medya Okuryazarlığı Derneği, 2018). Fakat geniş kitlelere medya okuryazarlığının tanıtılması için daha fazla çabaya ihtiyaç vardır.

5.4.1.1. Ortaokul ve İmam Hatip Ortaokulu medya okuryazarlığı öğretim materyali

“Milli Eğitim Bakanlığı Temel Eğitim Genel Müdürlüğü ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Arasında İlköğretim Öğrencilerinde Medya Okuryazarlığı Bilincinin Geliştirilmesi ve Medya Okuryazarlığına İlişkin İş Birliği Protokolü” kapsamında güncellenen “Ortaokul ve İmam Hatip Ortaokulu Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı”, 2014-2015 eğitim öğretim yılından itibaren uygulanmak üzere Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı’nın 11.12.2013 tarihli ve 239 sayılı Kurul Kararı ile kabul edilmiştir (Çoşkun, 2018a: 143; Arhan ve Yavuz, 2016). MEB 2014 yılı Öğretim Dönemi Materyali öğrenciler için hazırlanmıştır. Medya okuryazarlığının dört temel

becerisi olan; erişim, çözümleme, değerlendirme ve üretim programın belirleyici unsurlarıdır. Toplam dört üniteden oluşan medya okuryazarlığı materyali temelinde koruyucu yaklaşımdan beslenmektedir. Materyalin giriş bölümünde “Kitabımızı Tanıyalım” başlıklı bilgilendirici bölüm bulunmaktadır. Böylece ünitelerin bölümlere ayrıldığı, her ünitenin özel bir rengi olduğu, üniteye dair açıklayıcı bilgilerin ve kavramlar sözlüğünün hangi formatta yapıldığı ve tüm bunların sayfa düzenlemesinin neresinde yer aldığına dair bilgilere yer verilmiştir. İçerik açısından her bölümün veya konunun başlangıç soruları olduğu, “sıra sizde” başlığı altında öğrencilerin konu ile ilgili düşünce, araştırma ve çalışmalarına yer verileceği belirtilmiştir. Her ünitenin sonunda “kendimi değerlendiriyorum” başlığı altında değerlendirme soruları vardır. Ünitelerin bölüm başlıkları tarafımızca katkı sağlamak amacıyla eleştirilmiştir.

Eğlencem Medya isimli birinci ünite; “*medyanın hayatımızdaki yeri*” başlıklı konuda düşündürme amaçlı “*Dün akşam evinizde televizyon, radyo, bilgisayar, telefon, gazete, kitap veya internet gibi araçlar veya ortamlar olmasaydı ne yapıyor olurdunuz ve ne hissederdiniz? Tartışınız.*” sorusu önemlidir. Fakat çözüm odaklı bakıldığında kitle iletişim araçları olmama durumunda karmaşık şehir hayatının ve uzun süren çalışma saatlerinde yorgun düşen ebeveynlerin çocuklara vaat ettiği şeylerin ne olduğu, çocukların bu boşluğu ne ile dolduracakları sorularının cevabı projeye aileler katıldığında anlam bulacaktır. Böylece medyanın eğlence amaçlı kullanımına dikkat çekilmesinin ardından medya tarihine kısaca değinildiği ve bu noktada kitle iletişim araçlarının etkilerinin düşünülmesi konusunda çocukların yönlendirildiği görülmektedir. “Medya kullanıcısı mı, medya tüketicisi mi?” bölüm başlığı içerisinde ise yine medyanın bireylerin hayatındaki rolüne dikkat çekilirken medyanın neden bu kadar önemli olduğu sorusuna dikkat çekilmediği görülmüştür. Ayrıca materyalin hazırlandığı dönem itibari ile “medya üreticisi mi?” sorusunun da eklenebileceği söylenilebilir.

Aynı bölüm içerisinde medya okuryazarlığı tanımı şöyle verilmiştir: “*Medya okuryazarlığı görsel, işitsel, yazılı gibi çeşitli biçimlerdeki medya iletilerine erişilebilmeyi ve erişilen bu iletilerin analiz edilip değerlendirilmesini ayrıca kişinin kendi medya iletilerini oluşturabilme becerisi olarak tanımlanmaktadır*” (MEB, 2014: 16). Böylece Potter’ın medya okuryazarlığı tanımındaki; “bireyin ne şekilde medyaya

maruz kaldığını anlama” kısmına değinilmemektedir (Binark ve Gencel Bek, 2010: 54).

Medya Diyeti kavramı önemli olmakla birlikte “Medyayı ihtiyacımız olduğundan ve gerekenden fazla kullandığımızı nasıl anlayabiliriz?” sorusu, medya ve ihtiyaç kavramını bütünleştirmekte; ihtiyaçtan fazla kullananlar için ise medya diyeti tavsiye edilmektedir. Kanaatimizce medya okuryazarlığı derslerinin başında bütün öğrenciler medyaya eşit mesafede yaklaşık anlayışının terk edilmesi zorunludur. Öyle ki, bugün sık sık farklı isimlerle dile getirilen; medya bağımlılığı, internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, bilgisayar oyunu bağımlılığı gibi riskler tartışılmaktadır. Böylece geliştirilmesi gereken farklı tekniklerle “bağımlılık” noktasında olan ya da buna yakın bireylerin saptanması, ardından okulların rehber öğretmenleri eşliğinde ve hatta bir üst aşamada pedagoglar tarafından tedavi süreci başlatılmalıdır. Bağımlılığın her çeşidi ancak konunun uzmanları tarafından gerçekleştirilecek tedavi süreciyle aşılabılır. Medya Okuryazarlığı dersi medyaya bağımlı öğrenciler için yetersiz kalacaktır. Bu ders medyaya olan her çeşit bağımlılığı önleyici niteliktedir. Bu sebeple birçok çocuk için geç kalınmış olabilir.

Ünitenin devamında “medyaya özellikle de cep telefonları ve internete neden bu kadar zaman ayrıldığı” tartışılırken konunun ekonomik, sosyal ve kültürel boyutuna hiç değinilmemiş; kişilerin sadece bu araçlar aracılığıyla eğlence ve bilgi edinme ihtiyacına değinilmiştir.

İkinci bölümün sonu itibari ile Akıllı İşaretler (Koruyucu Sembol Sistemi) hakkında bilgilendirilme özdenetim açısından önemlidir. Fakat medya okuryazarlığı derslerinin seçilebilme durumunun 7. sınıf itibari ile mümkün olması, akıllarda bu kadar önemli bir konuda 7. sınıf öncesi çocukların bu konudaki bilgilendirme hakkının nasıl karşılandığı yoksa bu hakkın görmezden mi gelindiği sorusunu gündeme getirmektedir. Bugün gelinen noktada bireysel televizyon ve internet kullanımı bu kadar yaygın iken bu eğitimin okul öncesi eğitime kadar indirilmesinin elzem olduğu kanaatindeyiz. Potter (1998), özellikle medyanın kısa ve uzun dönemli etkilerinin farklı olduğunun ve medya etkilerinin davranışsal, tutumsal, bilişsel ve psikolojik olduğunun bilinmesinin medya okuryazarlığı açısından önemli olduğunu vurgulamıştır (akt. Binark ve Gencel Bek, 2010: 55).

Birinci ünitenin üçüncü bölümü; “Medyada İçerik ve Biçim” olarak tasarlanmıştır. Bölüm “Pokemon” isimli çizgi film üzerine çocukların düşünmesini istemektedir. Burada çizgi filmi izleyen bir çocuğun balkondan atlamasında aile ve medyaya düşen görev sorgulanmaktadır. Böylece çocukların gerçek ve kurguyu ayırt edemedikleri dönemlerde aile ile birlikte çocuklara ait yapım olarak kabul edilen çizgi filmleri dahi izlemenin önemi ortaya çıkmaktadır. Kendini “Pokemon” sanıp camdan atan Ferhat Ağrıbaş’ın o dönemde henüz dört yaşında olduğunu belirtmekte fayda vardır. Psikolojik etkileri ise ayrı bir tartışma konusudur. Bu noktada çizgi filmlerin de diğer medya iletileri gibi kâr sağlama amacının sonucu olduğu unutulmamalıdır. Böylece ailenin ve medya çalışanlarının da medya okuryazarlığı konusunda bilinçlendirilme gereği bir kez daha vurgulanmalıdır. Ayrıca bu örnek, 7 ve 8. sınıf öğrencileri için uygun değildir. Bu yaş grubu çocuklar fiziksel yeterliliklerinin farkındadır.

Dördüncü bölümde ise; “Eğlence Medyası Üretimi” ile çocuklardan kendi istekleri doğrultusunda bir video hazırlamaları istenmektedir. Özellikle “senaryo, çekim senaryosu, kurgu” kavramlarından bahsedilmektedir. Tam da bu aşamada hizmet içi eğitimlerle bu dersleri verecek olan öğretmenlerin donanımlarının yeterli olamayacağını belirtmek de fayda vardır. Kanaatimizce dersler iletişim fakültesi öğrencilerinden pedagojik formasyon alan kişilerce verilmedir. Bölüm sonundaki günlük ve haftalık medya izleme takip formu, bireylerin kendi kullanım alışkanlıklarını fark edebilmeleri açısından önemlidir. Fakat medyayı ne kadar süre ile takip ettikleri kadar, neyi takip ettiklerini de önemlidir.

İkinci ünitenin başlığı ise “*Medyaya Soru Soruyorum*” olarak tasarlanmıştır. Birinci bölümde “Bilgiye erişim” başlığı ile bilgi edinmede medyanın yeri ve internet üzerinden bilgiye erişme ile ilgili bazı stratejilerden bahsedilmiştir.

İkinci başlık ise; “Gündemimiz Medya” başlığı ile “hayat kurtaran/karartan medya” kavramı ekseninde hazırlanmıştır. Bu başlık ile medyanın ticarî yönüne dikkat çekilmek istenmişse de “medyanın ayakta durabilmesi için kazanç elde etmesi gerekmektedir” cümlesi ile medya sahiplik yapılarına hiç değinilmeden konunun geçildiği görülmektedir. Dünyada ve Türkiye’de medya sahiplik yapılarının genelde yüksek gelirli (holding) şirket sahipleri olduğu gerçeğine vurgu

yapılmamıştır. Bu yaklaşım şekli reklamları ve para için her türlü içeriğin oluşturulma durumunu haklı kılmaktadır. Bilgilendirme amacı ile kâr sağlama amacıyla ticarî kaygının galip geldiğinin belirtilmesi ise olumludur.

“Medya Büyük Kalabalıkları nasıl etkileyebiliyor?” konu başlığı, Orson Welles’in radyo tiyatrosu programıyla kitleleri nasıl etkilediğini anlatmaktadır. Ardından medyanın gündem belirleme ve kamuoyu oluşturma görevinden bahsedilmekte fakat oluşturulan gündeme kimin karar verdiği ve hangi süreçlerden geçilerek karar verildiğine yönelik eleştirel düşünme zemini oluşturulmamaktadır. Medyanın gündem oluşturma gücüyle bireylerin artık bu gündem hakkında düşündükleri, gündemi konuştukları ve merak ettikleri şeyler de yine gündem olarak ifade edilmiştir. Medya okuryazarlığı ile medya üzerindeki perde kaldırılması gerekirken bu yaklaşımla medya gücü tescillenmektedir.

İkinci ünitenin üçüncü başlığı ise, “Medyanın Kurgusu” ile haberlerdeki yanlış bilgiye dikkat çekilmiştir. Medya tüketiminde doğru-yanlış, yararlı-yarasız ayrımı yapmamanın ise medyadaki çeşitli tuzaklara düşme olarak sonuçlanabileceği ifade edilmiştir. Devamında medyada öteki temsiline yüzeysel olarak değinilmiştir.

Dördüncü bölüm ise; “Anlamlandırmak: Anlam Bizde” başlığı ile iki okuma parçası üzerinden kişilerin okudukları ve gördükleri şeylerin herkesin zihninde yatan etkiyle anlam bulduğuna dikkat çekmektedir. Fakat ilk okuma parçasında iki öğrenci arasında durum farkını ortaya koymak için birinin maddi durumları çok iyi olmadığından sahip olamadığı bisiklet hakkındaki hissiyatından kaynaklanan sonuç ile diğerinin sahip olduğu fakat kaza sonucu bisikletten soğumasından çıkan sonuca dikkat çekmek kanaatimizce anlamsızdır. Fakat “töre” kavramına farklı bakış açılarını yansıtan hikâye yerindedir.

Beşinci bölüm ise; “Gerçeğin Peşinde” isimli başlıkla medyadaki kişilik ihlallerinin sonucunda ilgili tarafa “cevap ve düzeltme” hakkının doğduğuna dikkat çekmektedir. Asparagas ya da yalan haber yapımının birilerinin çıkarları için yapıldığı konusuna değinilirken ‘medya neden yalan haber üretiyor olabilir?’ başlığı ile içerik arasında bir anlam birliği kurulamadığı ifade edilebilir. İçerik itibarı ile yalan haber üretiminin nedenine değil doğru haber yapılmasının yayıncılığın etik ilkelerinin

bir gereği olduğuna vurgu yapılmıştır. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin (TGC) Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi örnek verilerek haber yapılırken “gazetecinin sonuçları kendi açısından ne olursa olsun doğrulara ve gerçeklere saygı duymak zorunluluğu” vurgulanmıştır. Bu bölümde; muhabir, editör, genel yayın yönetmeni gibi kavramlara yer verilmemiştir. Muhabirin yaptığı haber içerik açısından başta editörler tarafından denetlenmektedir. Bu sebeple haberin verilmesinde muhabir tek başına sorumlu değildir. Medyanın gerçek işleyiş yapısına dair bilgilerin de verilmesi beklenmektedir.

Altıncı bölüm ise; “Farklı Pencereleden Bakmak” başlığı ile haberi farklı kaynaklardan takip etme sonucunda farklı bakış açılarına sahip olunabileceğine dikkat çekmektedir. “Medya Okuryazarının Gözlüğü” başlıklı metinde çocuklardan medya okuryazarı gözlüğü takmış gibi haberleri sorgulamaları beklenmektedir. Tam da bu noktada John Carpenter'ın 1988 tarihli “*They Live*” (Onlar Yaşıyor) filmi'nden bahsetmek de fayda vardır. Hikâyede uzaylı yaratıklar insan ırkının içine sızarak, televizyon yayınlarını şifreleyerek toplum üzerinde yapay bir uyku durumuna sebep olurlar. Medyanın bizi yapay mutluluğa sürükleyen, uyaran ve tüketime zorlayan alt-metinlerini fark etmek için insanların özel güneş gözlükleri takması gereklidir. Fakat filmde en şaşırtıcı sahne, yaklaşık 10 dakika süren, başkarakter Nada ve onun arkadaşıyla yaptığı kavga sahnesidir. Nada, gerçekliği görmesini sağlayan siyah gözlükleri takması için arkadaşını ikna etmeye çalışır, arkadaşını bunu kabul etmez ve kavga başlar. Böylece kavga sahnesi üzerinden kişilerin inandığı doğrulardan, gerçeklerden kolay kolay vazgeçirilemeyeceğini gösterge bilim açısından seyirciye aktarır. İşte tam da bu sebeple “medya okuryazarı gözlüğü” somutlaştırılmasında olduğu gibi 12-13 yaşına gelmiş çocukların medya ile kurduğu duygusal bağ yerini, sorgulama düzeyine tek dönemlik seçmeli ders olan medya okuryazarlığı ile ne yazık ki bırakamaz. Böylece erken yaşta medya okuryazarlığı eğitiminin önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır.

Altıncı bölümün devamında “Bilgi Diyeti” ve “Dijital Mikrop” kavramları açıklanmış ve bu konuda farkındalık yaratılmaya çalışılmıştır. “Medya okuryazarlığı konusunda eğitilmiş, bilinçli insanlar medyadaki bilgi kirliliğinden etkilenmeyeceklerdir. Aynı zamanda medyadaki artan bilgi miktarıyla başa

çıkabilmenin yanı sıra abartılı gereksiz bilgilerden uzak durabilmeyi başarabileceklerdir” (İlgaz Büyükbaykal, 2018: 54).

Yedinci bölüm; “Okul Gazetesi Hazırlıyoruz” başlığıyla gazete hazırlanırken nelere dikkat edilmesi gerektiği ve gazete hazırlık sürecinin hangi aşamalardan geçtiğine dikkat çekmektedir.

Üçüncü ünite “*Önce Bir Düşünelim*” sloganıyla hazırlanmıştır. Birinci bölüm “Gördüklerim Ne Anlatıyor” başlığı ile reklamı yapılan ürünlerin gerçek hallerinin farklı olabileceği düşüncesini ortaya çıkarmaya yöneliktir.

İkinci bölümde; “İkna Etme Teknikleri” üzerinde durulmuş ve çeşitli alıştırma tekniklerine yer verilmiştir. İletilerin yalnızca anlamına değil gönderen tarafına da bakılmasının önemli olduğu vurgulansa da yine arka plan hakkında detaylı bir bilgi verilmediği görülmüştür.

Üçüncü bölüm ise; “Medyada Karakter Yaratmak” başlığı ile “yarı kurgu, gerçekçi kurgu, gerçekçi olmayan kurgu” eserleri hakkında bilgi verilmiş ve örneklendirmelerle çocukların bu ayrımı yapmaya çalışmaları hedeflenmiştir.

Dördüncü bölüm ise; “Beni İkna Et” başlığıyla reklam dünyasına dair bazı sorular sormayı amaçlamaktadır. Medyanın ticarî yönünün vurgulandığı ve Medya Okuryazarlığı Merkezi (*Center for Media Literacy*)’nin yayınladığı 21.yüzyıl Okuryazarlığı: Medya Okuryazarlığına Genel Bir Bakış ve Uygulama Rehberi’nde yer alan “gözleri kiralamak” kavramından faydalandığı görülmektedir (2008: 126). Konu itibarı ile “Gözlerimi Kim Kiraladı” başlığıyla çocukların medya ve reklam firmaları arasındaki ilişkileri fark edebilmesi amaçlanmaktadır. Akabinde de reklam üretim aşamaları öğrencilerin tasarlayacağı örnek çalışmalarla gösterilmeye çalışılmaktadır.

Son ünite ise oldukça güncel bir konu olan “*Benim Medyam*” olarak belirlenmiştir. Birinci bölüm “sosyal medyam” olarak tasarlanmıştır. Geleneksel medya hakkında kısaca bilgi verildikten sonra sosyal medyanın genel özellikleri

ifade edilmiş ve konu katılım hakkı bağlamında incelenmiştir. Fakat internete “eşit erişim” hakkına değinilmediği gözlemlenmiştir.

İkinci bölümde ise; “Ne Kadar Özgürlük, O kadar Sorumluluk” başlığı ile öncelikle dijital hikâye oluşturma aşamalarına dair bilgi verilmiş ve öğrencilerden konuyla ilgili örnek çalışma istenmiştir. Devamında sosyal medyadaki yararlar ve riskler üzerine kurallar listesi oluşturulmuştur. Bu bölümde Avrupa Birliği’nde Medya Okuryazarlığı alanında faaliyet gösteren Uluslararası Çocuk Bağlantı Ağı tarafından oluşturulan çeşitli klip ve kısa filmlere yer verilebilir (Alagözlü, 2013: 50). Özellikle iletişim fakülteleri ile özgün çeşitli projeler üretilmesi daha anlamlı olacaktır.

Üçüncü bölümde “Seksen Günde Devr-i Âlem” başlığı ile 1872 yılında Jules Verne’nin yazdığı kitabın kısa bir özeti verilirken günümüzde tek bir tuşla internet vasıtasıyla dünya turu yapıldığının altı çizilmiştir. Elbette bu yolculukta tıpkı kitaptaki gibi büyük tehlikelere gebedir. İnternette karşılaşılabilecek tehditler ise şöyle sıralanmaktadır; bağımlılık, taciz ve siber zorbalık, uygunsuz içerikler, kimlik hırsızlığı, çevrimiçi dolandırıcılık, dosya paylaşımı dolandırıcılıkları. Ardından ise güvenli internet için on altın kural sıralanmıştır. Böylece medya okuryazarlığı eğitimi kitle iletişim araçlarının ayartıcı (doğru yoldan saptırıcı) etkisinin istilasından kendini koruma yöntemi olarak özellikle internet okuryazarlığının etrafında kümелendiğini söylemek mümkündür (Frechette (2002)’den akt. İnal, 2016: 85). Diğer yanda tek bir tuşla dünya turu yapılma yanılsaması üzerinde çocukların düşünceleri sağlanabilir.

Dördüncü bölümde “Afiş Tasarlama” başlığı ile afiş tasarlama süreçleri hakkında bilgi verilmiş ve öğrencilerden kendi afişlerini hazırlamaları istenmiştir. Önceki bölümlerde öğrencilerden gazete, dergi, haber, reklam hazırlanması istenmiştir. Bu süreçler medya okuryazarlığı eğitiminde harekete geçme olarak isimlendirilmektedir. Bu noktada hatırlanması gereken; harekete geçmenin anlamının mutlaka eylemde bulunmanın, hayatı değiştirmek ya da dünyayı yerinden oynatmak anlamında olmadığıdır. En etkili eylemler genellikle basit etkinliklerdir ki bunlar sembolleşerek veya rutin hale gelerek içsel bilinçliliği artırır (Jolls ve Thoman, 2008: 47). Harekete geçme eyleminin süreklilik sağlaması sadece bir dönemlik seçimlik medya okuryazarlığı ile istenilen düzeye ulaşamayacağı açıktır.

Medya okuryazarlığı becerilerinin içselleştirilmesi bu eğitimlerin sürekliliğine bağlıdır.

Son ünitenin son bölümü ise; “*Medyada Dil Farkındalığı*” olarak belirlenmiştir. Kanaatimizce iletişimin en temel aracı olan dil, daha ilk bölümlerde vurgulanması gereken bir öneme sahiptir. Böylece dil farkındalığı ile öğrencilerin medya okuryazarlığı dersi uygulamalarında kendilerini daha iyi ve daha doğru ifade etmeleri sağlanmış olacaktır.

Kitabın sonunda yer verilen “Medya Okuryazarlığı Şenliği Yönergesi” ile medya okuryazarlığının okullarda tanıtılması hedeflenmiştir. Fakat hedeflenen amaçlara ulaşılması için öncelikle öğretmenlerin yoğun bir çaba harcaması gerektiği açıktır. Daha iyi bir medya okuryazarlığı eğitimi içi öğretmen sorununu çözmek gerekmektedir.

Medya okuryazarlığı materyali görseli üzerine yapılan araştırmada ise kitabın görsel içerik açısından tekrardan revize edilmesi ve ilgili alan uzmanlarından fikir alınması yönündedir. Özellikle kitapta kullanılan yazı karakteri, konu-görsel uygunluğu ve görsellerin akılda kalıcılığı düşük oranda ortalananmıştır. Bunun üzerinde gerekli düzenlemeler yapılmalı ve alan uzmanlarına danışılmalıdır” (Uslu, 2017).

2012 yılında düzenlenen Medya Okuryazarlığı Çalıştayı Sonuç Bildirisi’nde medya okuryazarlığı materyalleri ile ilgili şu sonuca varılmıştır: “Medya okuryazarlığı dersinin öğretim materyalleri hem yazılı hem de kitle iletişim araçları ortamlarında düzenlenmelidir. Bu materyaller, belli bir platformda (www.medyaokeyazarligi.org.tr) öğretmenlerin, ailelerin ve öğrencilerin hizmetine sürekli güncellenerek sunulmalı, FATİH Projesi kapsamında ve Z-kitap ortamlarında yerini almalıdır. Öğretmenler, bu kaynaklardan hem kullanıcı, hem üretici olarak faydalanmalıdır” (RTÜK, 2016b).

5.4.1.2. Ortaokul ve İmam Hatip Ortaokulu medya okuryazarlığı öğretim materyali (2018)

Öğrenciler için Medya Okuryazarlığı dersinin daha verimli olmasını sağlamak için medya okuryazarlığı eğitim materyali güncellenmiştir. (MEB, 2018). Güncellenen Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali toplam beş üniteden oluşmaktadır. Ünite başlıkları ilk materyalde olduğu gibi korunmuş sadece sıralama da farklılığa gidilmiştir. Yeni eklenen başlık “Çevrem Medya” ise birinci üniteye yer almaktadır. İlk materyal için getirilen eleştiriler yine temelde devam etmektedir. Fakat çeşitli platformlarda tarafımızca dile getirilen bazı sorunların (Pokemon örneğinin bu yaş grubu için uygun olmaması, dilin öneminin ilk ünitelerde yer alması gerektiği) çözülmesi de umut vericidir. Güncellenen materyalin ilk ünitesinde “*Medyanın Hayatımızdaki Yeri*” bölümü mevcudiyetini korurken ikinci bölüm “Neden Medya Okuryazarlığı?” üçüncü bölüm “Medya Alanındaki Meslekleri Tanıyalım” dördüncü bölüm ise “Medya Okuryazarı Oluyorum” başlıklarından oluşmaktadır. Birinci üniteye medya okuryazarlığının çocuklara tanıtılması ve çocuklara sağlayacağı becerilerden bahsedilmesi diğer ünitelerin çocuklar tarafından daha iyi kavranmasına katkı sunacağı açıktır. Çocuklar, medya okuryazarlığının önemine inanmalı ve hayatlarının devamında bu konudaki bilinçlerinin sürekli geliştirilmesi ve canlı tutulması için çaba sarf etmeye yönlendirilmelidir. Diğer yandan Medya Okuryazarlığı Şöleni ile hem dersi alan öğrencilerin uygulama yaparak öğrenmesine hem de ders ile tanışmamış diğer öğrencilere tanıtım yapılması hedeflenmiştir.

İkinci ünite “*Eğlencem Medya*” başlı ile şu bölümlerden oluşmaktadır: Birinci bölüm “Bilgi Çağı”, ikinci bölüm “Medya Kullanıcısının Hakları”, üçüncü bölüm “Medyanın Etkileri”, dördüncü bölüm ise “İnternet’in Getirdikleri” başlıklarından oluşmaktadır. Bilgi Çağı başlıklı bölümde özellikle internetin risk ve zararları üzerinde durulmuştur. Risk ve zararlar şu başlıklarda incelenmiştir: Uygunsuz içerik, internet bağımlılığı, kimlik hırsızlığı, siber zorbalık ve sanal dolandırıcılık. Dilin doğru kullanımının ilk ünitelerde işlenmesinin önemine ilk materyal incelemesinde değinilmiştir. Güncellemede bu yanlışlığın fark edildiğini söylemek mümkündür. Özellikle medyanın aldatıcı yönü üzerinde durularak çocukların bunları fark etmeleri halinde başvuruda ya da şikâyetinde bulabilecekleri kurum ve kuruluşlar belirtilmiştir. Sofya’daki Açık Toplum Enstitüsü (*Open Society Institute*) tarafından

35 Avrupa ülkesindeki eğitim, medya özgürlüğü ve kamu güveni alanlarının incelendiği 2018 Medya Okuryazarlığı Endeksi yayınlanmış ve Rapor'da Türkiye medya okuryazarlığı alanında 34. sırada yer almıştır. Raporda Balkan ülkeleri, “dedikodu” “işletme” “doğrudan yalan söyleme” “dezenformasyon” gibi sahte haberlerin kolaylıkla yayıldığı ülkeler olarak öne çıkmıştır (Ek-6). Oxford Dictionaries, 2016 yılının kelimesi olarak “post-truth”u seçmiştir. Kavram, Türkçe’ye “gerçek ötesi, hakikat sonrası” olarak çevrilmiştir. Bu konuda yapılan araştırmalar bilginin gerçek ve sahte olmasının bireyler tarafından önemsenmediğine, sadece bireylerin kendi görüşlerini destekleyecek olan bilgiye yöneldiklerini vurgulamaktadır. Toplamlar ancak doğru ve gerçek bilgi üzerinde şekillenirse sağlıklı ilerleyebilir. İletişim çağı olarak adlandırılan 21. yüzyılın taşıdığı riski en iyi açıklayan “post-truth” kavramıdır. Sahte haberler karşısında alınabilecek önlemler konusunda tavsiyede bulunmak üzere Ocak 2018’de Avrupa komisyonu tarafından oluşturulan Yüksek Düzey Uzman Grubu (High Level Expert Group – HLEG) tarafından “*Yanılıcı Habere Çok Boyutlu Yaklaşım – A Multi-Dimensional Approach to Disinformation*” başlıklı Rapor’da “fake news - sahte haber” terimi yerine kâr elde etme veya zarar verme amacıyla tasarlanan, sunulan ve teşvik edilen her türlü yanlış, aldatıcı veya eksik bilgiyi kapsayan “yanılıcı haber - disinformation” teriminin kullanılmasının daha yerinde olduğu belirtilmiştir (RTÜK, 2018b).

Çocukların sadece haberlere değil medyadaki her türlü bilgiye karşı şüpheli yaklaşarak doğru konusunda kendilerine yardımcı olacak becerilere ihtiyaçları olduğu fark ettirilmelidir.

Üçüncü ünite ise “*Medyaya Soru Soruyorum*” başlığında düzenlemiştir. Bu ünitenin birinci bölümü “Medyada Diyabet” ikinci bölümü “Doğru ve Güvenilir Bilgi: Engeller” üçüncü bölüm “Doğru ve Güvenilir Bilgi: Çözümler” dördüncü bölüm ise “Benim Mesajım” başlıklarından oluşmaktadır. Medyanın aldatıcı yönüne vurgu yapılan ikinci ünitenin devamı olarak üçüncü ünite medyada doğru ve gerçek bilgi edinme yollarını üzerine eğilmiştir.

Dördüncü ünite “*Eğlence Kaynağı Olarak Medya*” başlığı ile “Eğlencem Medya”, “Eğlence Medyası Üretiyorum”, “Medyam ve Kültürüm”, “Medya ve Popüler Kültür” bölümlerinden oluşmaktadır. Bu ünite de meydanın sadece eğlenme

ihtiyacının giderildiği bir ortam olmadığı bireyleri genel olarak kültür özel olarak ise tüketim kültürü açısından etkilediği ele alınmıştır.

Beşinci ünite “*Önce Bir Düşüneyim*” başlığı ile “İkna Dili”, “İkna Sanatı” “Bakmak, Görmek ve Göstermek Arasında Fark Vardır” bölümlerinden oluşmaktadır. 2014 Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali’nde geleneksel medya ve internet eşit oranda ele alınırken yapılan güncelleme ile Materyal’de özellikle internet üzerinde durulduğu ve medyanın ortak dili olan ikna etme tekniklerinin detaylıca ele alındığı görülmüştür. Fakat Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali’ne getirdiğimiz en temel eleştiri, bireylerle duygusal bağı bu kadar kuvvetli olan medyanın tek dönemlik seçmeli Medya Okuryazarlığı dersi ile istenilen düzeye erişilemeyeceği ve dersin alan uzmanları tarafından verilmediği takdirde mevcut materyalin doğru şekilde kullanılamayacağıdır. Bu bağlamda materyalin güncellenmesi tek başına yeterli değildir.

5.5. Medya Okuryazarlığı Resmî İnternet Sayfası

Medya okuryazarlığının sadece okul ortamında değil, uzman kişiler öncülüğünde internet ortamında da çocuklara, ailelere, öğretmenlere ve medya çalışanlarına RTÜK tarafından destek sağlanmaya çalışıldığı gözlenmiştir. Medya okuryazarlığı kavramı ve dersi hakkında ilk başvurulacak adres, Türkiye’de <https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/>. “M, O ve Y harflerinin bir araya gelmesinden oluşan medya okuryazarlığı logosu, Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin desteğiyle hazırlanmıştır. “Okur” sözcüğünün “O” harfi, iç içe geçen “M” ve “Y” harflerinden oluşan emniyet kemeriyle bağlanarak, yoğun mesaj ortamında güvenle yol almayı sembolize eden bir trafik işaretine benzetilmiştir”(RTÜK, 2017).

Medya okuryazarlığı logosu:



Şekil 5.1. Medya okuryazarlığı logosu

Mevcut internet sitesinde temel başlıklar şu şekildedir: Medya Okuryazarlığı, Araştırmalar, Proje, Yayınlar, Galeri, Arşiv, Basında Medya Okuryazarlığı, Faydalı Linkler ve İletişim bölümü. Sayfanın ortasında ise medya okuryazarlığı ile ilgili hem RTÜK tarafından yapılan çalışmalara hem de dünyadaki güncel çeşitli araştırmalara yer verilmektedir.

Özellikle akademi çerçevesinde değerlendirildiğinde uluslararası kitap ve makalelerin Türkçe'ye çevrilmesi açısından oldukça eksiklerin olduğu gözlenmiştir. Bu bağlamda daha fazla Türkçe çevirinin olması hem akademik araştırma yapanlar için hem öğretmenler hem de diğer kişiler için faydalı olacağı kanaatindeyiz.

Sayfanın devamında duyurular/haberler bölümü yer almakta ve bu bölümün sağ tarafında sırasıyla; yetişkinler, öğretmenler, öğrenciler ve medya çalışanları için başta UNESCO'nun ilgili taraflar için oluşturduğu medya okuryazarlığı elkitabı ve çeşitli materyaller bulunmaktadır. Bu bölümün hemen altında ise önemli linkler başlığı ile; Koruyucu Sembol Sistemi, RTÜK Çocuk Sitesi, Geleneksel Çocuk Oyunları, 10 Soruda Medya Okuryazarlığı, Tanıtım Filmi, RTÜK Kurumsal Web Sitesi yer almaktadır.

<https://www.rtuk.gov.tr/aile-cocuk-3704> internet sitesiyle çocuk ve ailelere medya kullanımı hakkında bilgiler, videolar ve çeşitli araştırmalar sunulmaktadır. Diğer yanda çocukların medya alanında en çok ilgilerini çeken internet dünyası hakkında başta çocuk ve aileler güvenli internet programları hakkında bilgilendirilmektedir. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu ise, (<http://www.guvenlinet.org/>) adresi ile çocuk, genç ve yetişkinlere daha güvenli ve bilinçli internet kullanımı hakkında fayda sağlayabilecekleri bir platform oluşturmuştur. Program temelinde "internet servis sağlayıcıları tarafından ücretsiz olarak sunulan ve internetteki zararlı içeriklerden sizi ve ailenizi büyük oranda koruyan alternatif bir İnternet erişimidir" diye tanımlanmıştır (BTK, 2019).

Ayrıca RTÜK'ün uygulamaya koyduğu, Koruyucu Sembol Sistemi ve İyi Uykular Projesi, çok daha geniş kitlelere ulaşması açısından önemlidir. Türkiye medya mevzuatı çerçevesinde konu detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ile Televizyon Yayıncıları Derneğinin işbirliği sonucunda hazırlanan “İyi Uykular Projesi”, okul öncesi ve ilköğretim çağı çocuklarına erken yatma alışkanlığının kazandırılması amacıyla başlatılmıştır. Çocukların televizyon izleme saatlerinin “İyi Uykular Çocuklar Projesi”, okul öncesi ve ilköğretim çağı çocuklarına akşamları erken yatma alışkanlığının kazandırılmasını, anne ve babaların çocukların erken yatırılması konusunda duyarlılıklarının ve etkinliklerinin artırılmasını ve çocukların geç saatlerdeki televizyon yayınlarının olası zararlı etkilerinden korunmasını amaçlamaktadır.

Projenin önemli olduğunu söyleyebiliriz. 21:30’dan sonraki yayınların zararlı içeriklerinden elbette çocukları korumak elzemdir. Fakat tez konusu itibari ile çocuklara zararlı olan yayınların sadece akşam 21:30’dan sonra yayınlandığı kanaatinde değiliz. Gündüz kuşak programları, çocukların aile denetimi olmadan izledikleri çizgi filmler ve maruz kaldıkları reklamlar oldukça zararlı içeriğe sahiptir. Proje, akşamları saat 21:30’dan itibaren çocukların uyku saatinin geldiğini hatırlatan canlandırmaların (çizgi animasyon), tüm ulusal televizyon kanallarında yayınlanmasını kapsamaktadır. Canlandırmalar, yayın kuruluşlarına kullanım kolaylığı sağlamak amacıyla, bant reklam formunda hazırlanmış ve ses kullanılmamıştır. Böylece yayın kuruluşlarının program akışlarını bozmadan canlandırmaları kullanmalarına olanak sağlanmıştır.

Akıllı İşaretler Sembol Sisteminin logosu olan Tele karakterinin oynadığı, birbirinden farklı üç canlandırmada, çocuklara, “İyi Uykular Çocuklar”, “Haydi Çocuklar Uykuya” ve “Bugünlük Televizyon Yeter, Bütün Çocuklara İyi Geceler” mesajları verilmektedir.

“Bugünlük Televizyon Yeter” sloganı ise ne kadarlık bir süreyi ve hangi yaş aralığındaki çocukları kapsadığının net olmaması bakımından tartışmalıdır. Okuldan gelip yatıncaya kadar televizyon izleyen çocukları mı ya da okul öncesi yaş aralığını mı? Okulöncesi çocukların özellikle kent hayatında genelde evde zaman geçirme mecburiyeti ortadadır. Bu sebeple can sıkıntısının giderilmesi için en az maliyet ve enerji gerektiren modern oyuncak “medya”dır. Bu sebeple aileler daha iyi bilinçlendirilmelidir. Örneğin, Fransa’da 2008 yılından bu yana Sağlık Bakanlığı ile Görsel-İşitsel Yüksek Konsey (CSA), üç yaşından küçük çocuklara yönelik yayın

yapan televizyon kanallarını “sadece çocuklara yönelik televizyon kanalları bile söz konusu olsa, televizyon izlemek üç yaşından küçük çocukların gelişimini engelleyebilir” uyarısını zorunlu kılmıştır (Tutal Cheviron, 2013: 74). Ayrıca internet kullanımı da göz önüne alınarak bu mecraya yönelik uyarıcı projeler de üretilmelidir.

5.6. Medya Okuryazarlığı Çalıştayı

Medya Okuryazarlığı Çalıştayı RTÜK, MEB ve Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı İşbirliği ile 30 Haziran - 01 Temmuz 2012 tarihlerinde Ankara’da düzenlenmiştir. Çalıştay; çocuklara, gençlere ve yetişkinlere medya okuryazarlığının kazandırılmasını amaçlanmıştır. Çalıştay’da üç kurumunun personelinden ve akademisyenlerden oluşan iki çalışma grubu oluşturulmuştur. Medya Okuryazarlığı Çalışma Grubu’nda medya okuryazarlığı dersinin müfredatta ne şekilde yer alması gerektiği, dersin içeriğinin ve kazanımlarının neler olması gerektiği, dersi veren öğretmenlerin formasyonlarının ve bu derse yönelik olan hizmet içi eğitimlerinin nasıl olması gerektiği ve öğretmen ve öğrencilerin derste kullanmaları için ne tür materyallerin kullanılması gerektiği tartışılmıştır.

Yaşam Boyu Medya Okuryazarlığı Çalışma Grubunda ise; yaşam boyu medya okuryazarlığı eğitiminin hangi şekilde verilmesi gerektiği tartışılmıştır (Alagözlü, 2013: 43-44). Henüz toplumun tüm kesimini kapsayacak yaşam boyu medya okuryazarlığı için somut adımlar atılmamıştır.

5.7. İlgili Kurum ve Kuruluşların Medya Okuryazarlığına Katkıları

5.7.1. Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu

Kâr amaçlı yayınların yanında kamusal sorumluluk anlayışı ile yayın yapılması her ülke için mutlak bir ihtiyaçtır. Özellikle çocuk ve gençlerin ardından yaşam boyu eğitim çerçevesinde yetişkinlerin nitelikli yayınlara ihtiyacı vardır. Türkiye’de kamusal sorumluluk anlayışı ile kâr amacı gütmeyen yayın yapması gereken kurum ise TRT’dir. TRT genel izleyici kitlesi dışında çocuklara TRT Çocuk Kanalı, TRT Okul Kanalı ile de her kesimden vatandaşları bilgilendirme ve eğlendirme amacıyla yayınlar yapmaktadır. Fakat Türkiye’de medya okuryazarlığı bilincinin oluşması ve

geniş kitlelerce benimsenmesi için TRT'nin daha fazla sorumluluk alması gerekmektedir. TRT Çocuk Kanalı ile çocuklara yönelik medya okuryazarlığı bilinci oluşturacak yayın ve yapımların olması hem okul öncesi hem de ilköğretimin düzeyinde (1,2,3,4.) sınıf öğrencilerinin ihtiyaçlarına cevap verebilecektir. Ayrıca TRT okul ile genç ve yetişkinlerin yaşam boyu eğitim çerçevesinde medya okuryazarlığı eğitimine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

TRT Çocuk kanalının resmî internet sayfasında (<http://www.trtcocuk.net.tr/kurumsal/hakkimizda>), “TRT Çocuk, 3-12 yaş grubu çocukların fiziksel ve bilişsel gelişimlerine artı değerler katmak, toplumsal, bilimsel ve teknolojik konularda farkındalık oluşturacak içerikler üretmek için çalışır. 360 derece yaklaşımı ile çocuklara her platformda içerik sunan TRT Çocuk, ürünleriyle çocukların farklı ve eleştirel düşünebilmesini sağlar. TRT Çocuk, millî eğitimin temel görüş ve amaçlarına uygun, eğlence ve eğitimi birleştiren, çocukların yaşamlarını olumlu etkileyen içerikleri; kendi ilke standartları, kalite ve yayın bütünlüğünü gözeterek hazırlar ve bu içeriklerin üretilmesine katkı sağlar” şeklinde yayın politikalarını oluşturdukları belirtilmiştir.

Çocukların beş yaşından sonra hikâyeleri algıladığı ve yedi yaşından itibaren ise kendilerine yönelik programlara ilgisiz kalmaya ve yetişkinlere yönelik programlara ilgi gösterilmeye başlandığı belirtilmektedir (Tutal Cheviron, 2013: 72). Böylece çocuklara yönelik tematik kanalların varlığının meseleye çözüm getirmeyeceği açıktır. RTÜK'ün özellikle internet ortamında çocuklara sağladığı yayınların da varlığı aynı sebeple yetersiz kalmaktadır. Çocuklar aile ortamında yetişkinlerin izlediği medya iletilerine maruz kalmakta ve bu iletileri yorumlama ve eleştirme becerisine sahip olmadıkları takdirde medyadan çoğu zaman olumsuz etkilenen taraf olacaklardır. Aynı zamanda yetişkinlerin dünyasına duyulan merakla takip edilen medya iletileri çocukta zihinsel, ruhsal ve ahlâkî olumsuz etkileri oluşturacaktır.

TRT Çocuk Kanalı'nda “Şimdi Medya Okuryazarlığı Saati” başlığıyla kısa tanıtıcı-eğlendirici çizgi animasyonlar yapılabilir. Böylece daha küçük yaşta çocuklarda medya okuryazarlığı kavramı aşinalık kazanmış olur. Çocukların diğer kitle iletişim araçlarını kullanım durumları da dikkate alındığında oldukça yerinde ve

ihtiyaca cevap veren bir çalışma yapılmış olacaktır. Diğer yandan TRT Kurumu “Seçmeli Medya Okuryazarlığı” dersi tanıtım videoları ve paylaşımları ile dersin daha fazla öğrenci tarafından seçilmesine katkı sağlayabilir.

Medya okuryazarlığının ilk hedef grubu olan çocuklar için TRT tarafından “TRT 7. Uluslararası Çocuk Medyası Konferansı” düzenlenmektedir. 2011 yılında başlayan konferans bu yıl 28-29 Kasım tarihlerinde İstanbul’da düzenlenmiştir. Konferans tanıtım bültenine “Türkiye’nin Çocuk Odaklı Tek Medya Konferansı” olarak not düşüldüğü görülmektedir. Her yıl farklı başlıkla düzenlenen konferans, 2018 yılında; “Çocuk Medyasında İçerik Seçimi ve Ekran Süresi Yönetimi” başlığı ile düzenlenmiştir. Şakiroğlu, “Çocukları Sanal Dünyadan Koruma Kılavuzu” başlığı ile sanal dünyanın olumlu ve olumsuz yönlerini irdelemiş ve medya bağımlılığına dikkat çekmiştir. Türkiye’deki hanelerin %96,8’inde cep telefonu veya akıllı telefon, %80.7’sinde internet erişimi bulunduğunu belirtmiştir. Sanal ortamın katılım açısından kadın-erkek eşitliğine imkân sağladığını diğer yandan ise sosyal medyada ve internette bitme hissi olmadığı için sürekli tekrarlanan davranışlara dönüştüğüne dikkat çekmiştir (Şakiroğlu, 2018).

Konferans’ta katılımcılara hitap eden Millî Eğitim Bakanı Ziya Selçuk ise aile-çocuk-medya ilişkisine değinerek şunları söylemiştir: “Ailelerde ‘Biz medyadan çocuğumuzu korursak çocuğumuz zarar görmez’ gibi bir algı var. Bu tür bakış açıları zararlı. Medya kendi başına iyi ya da kötü değil. Medyanın içeriğinin ne olduğu ve nasıl sunulduğu önemli. Medyayla çocuk ilişkisini kontrollü bir şekilde ele almakta yarar var.” (Selçuk, 2018). Fakat medyanın bağımlılığa ve sosyal hayatın tek yönlü olmasına yol açtığı bazı olumsuz etkiler sebebiyle medya ile bireyler arasına mesafe koyulması gerektiği kanaatindeyiz.

Konferans ile medya okuryazarlığı gündeme gelmiş olsa da ailelerin bilinçlendirilmesinin önemi bir kez daha ortaya çıkmıştır. TRT’nin medya okuryazarlığı konusunda daha ciddi adımlar atması beklenmektedir.

RTÜK ve MEB örgün eğitim içerisinde birçok eksiklik olmasına rağmen konuya dair belli bir çaba gösterirken TRT’nin mevcut yapısı ve bütçesi ile medya okuryazarlığı eğitimine daha fazla önem vermesi gerekmektedir. Toplumsal olarak

bu kadar gerekli bir konuda daha geniş kitlelere ulaşılması açısından TRT'nin desteği önemlidir. Ayrıca TRT kendi bünyesinde yapacağı programlar ile özel medya hizmet sağlayıcılara da örnek olabilecektir.

5.7.2. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı

Bakanlığın “Aile Eğitim Programı” çerçevesinde, internet üzerinden (<https://www.aep.gov.tr/egitim-icerikleri/medya/>) bireylerin erişim sağlayabilecekleri çeşitli başlıklarda modüller oluşturulmuştur. Bu modüllerden biri de “medya” başlığını taşımaktadır. Bu alandaki eğitimlerin amacı ise şu şekilde belirtilmektedir: “Eğitimler aile üyelerine, medya imkânlarından azami düzeyde yararlanabilme, ve medyadan gelebilecek zararları en aza indirebilme bilgi ve becerilerini kazandırmaktadır.” Medyayı Tanımak, Medyayı Kavramak, Bilinçli Medya Kullanımı ve Aile ve İnternet olmak üzere dört modül üzerinden eğitim verilmektedir.

Diğer yandan Aile ve Çocuk Dostu Yapım ve Dizilerin Teşvik Edilmesine Dair Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik m. 16 “*Bu Yönetmelik hükümlerini Üst Kurul ile Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı birlikte yürütür*” hükmü ile aile ve çocuk dostu yapım ve dizilerin teşvik edilmesinde Bakanlığın RTÜK ile sorumlu kılmasıdır.

5.7.3. Gençlik ve Spor Bakanlığı

Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın internet sayfasında (<http://farkındayiz.gov.tr>) projeler bölümünde “Farkındayız” projesi ile medya içeriklerini eleştirel bir gözle inceleme gayretinin özellikle İslami Fobi, tarihte önemli kişi, kurum ve olaylar hakkında yanlış ya da küçük düşürücü yayınların tespiti yapıldığı ve kamuoyuna bu yayınlar ile ilgili bilgi verildiği görülmektedir.

<http://farkındayiz.gov.tr/> sayfasının sonunda İslam düşmanlığı içeren görüntü ve seslerin kendilerine iletimini sağlayacak bilgilendirme formu eklenmiştir. Bakanlığın Gençlik Merkezli Projeler kapsamında medya okuryazarlığı eğitimine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

5.7.4. Özel Medya Hizmet Sağlayıcı Kuruluşlar

Özel Medya Hizmet Sağlayıcılar için 6112 sayılı kanun gereği (m. 22) İzleyici Temsilciliği ve (m. 24) Koruyucu Sembol Sistemi uygulaması zorunlu hale gelmiştir. Koruyucu Sembol Sistemi mevzuat bölümünde detaylı ele alındığı için bu bölümde yer verilmeyecektir. İzleyici Temsilciliği uygulaması ise m. 22’de şu şekilde ele alınmıştır:

“Medya hizmet sağlayıcılar, ortak denetim ile öz denetim mekanizmalarının oluşturulması, izleyici ve dinleyicilerden ulaşan şikâyetlerin değerlendirilip kuruluşun yayına sunulması ve sonuçlarının takip edilmesi amacıyla en az on yıllık meslekî tecrübeye sahip bir izleyici temsilcisini görevlendirirler. Belirlenen izleyici temsilcisi uygun vasıtalarla kamuoyuna duyurulur ve Üst Kurula bildirilir.” Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanı Nurullah Öztürk, vatandaşlardan telefon, e-posta, faks veya yazılı olarak gelen şikâyetleri günübirlik olarak yayıncı kuruluşlara ilettiklerini ayrıca tüm şikâyetlerin bir veri tabanına kaydedildiğini ve dosyalandığını belirtmiştir. (Öztürk, 2012).

RTÜK’e iletilen şikâyetlerden bazıları ise şu şekildedir:

“RTÜK Uygunsuz Reklamlar! Ailecek izlediğimiz film kanallarında çıkan şu adap yoksunu reklamların çıkmasından şikâyetçiyiz. Lütfen buna artık bir çare bulun. Bu tür reklamların çıkmasını yasaklayın, kaldırın. Yeter artık bu kanalları çocuklar izliyor, ailecek de izleniyor bu kanallar ve birden pat diye bu uygunsuz reklamlar çıkıyor. Gerçekten yeter artık bir çözüm bulun.”

“RTÜK Sen Anlat Karadeniz İçerik Sorunu! RTÜK ATV’de yayımlanan sen anlat Karadeniz dizisini görmek istemiyoruz. Olayları normalleştirip gençlerin bilinçaltına her türlü sapıklığı yerleştiren diziler neden hala yayınlanıyor. Lütfen artık çeki düzen verin kaldırılınsın artık ve daha fazla böyle kötü diziler için bütçe ayrılmasın.”

“RTÜK Çukur Dizisi Kaldırılmalıdır! Çukur dizisi yeterince güçlü olan herkesin toplumu ve hatta kanunu bile kontrol altına alabileceği algısını yaratarak, gençleri

silahlanmaya ve çeteciliğe özendiriyor. Sokak ortasında 15 yaşındaki yaşıtları pompalı tüfekle vurmaya normalize eden düşünce yapısının sorumlusu bu tip diziler ve onları yayınlayan sorumsuz yayıncılardır. RTÜK, çocuklarımızı bu korkunç sorumsuzluğun ellerine bırakmamalı, toplumun ruh sağlığını ve güvenliğini tehdit eden bu dizileri engellemelidir” (RTÜK, 2018b).

Birçok medya hizmet sağlayıcı kuruluşun kendi yayın ilkeleri de olmasına rağmen RTÜK’e iletilen şikâyetlerin genelinde programların “ailecek” izlenilme durumunda rahatsız edici birçok ögenin mevcudiyetinden dem vurulduğu görülmektedir. Halkın beklentilerinin hem özel medya hizmet sağlayıcılara hem de RTÜK’e iletmeleri medya okuryazarlığı açısından olumlu karşılanabilir.

Özellikle AB’ye uyum amacıyla 2002 yılında mevzuatta yapılan değişiklikle “yayın kuruluşuna yaptırım” uygulaması yerine “programa yaptırım uygulaması”na geçilmiş ve “yayın kuruluşunun sorumluluğu” devreden çıkarılmıştır. Bu durum, bir yayın kuruluşunda birden fazla programın aynı anda birçok yayın ilkesini ihlâl etmesinin ve bu ihlâllerin yalnızca “uyarı” yaptırımıyla cezalandırılmasının önünü açmıştır (Çiftci ve Baykal, 2009).

Diğer yandan Türkiye’de şikâyet, eleştiri kültürünün “cinsellik, şiddet” üzerinden algılandığı göz önünde bulundurulduğunda yetişkinlerin medya okuryazarlığı eğitimine önem verilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Türkiye’de özel medya hizmet sağlayıcıların ve de TRT’nin konuya mesafeli yaklaştığını vurgulamakta fayda vardır. Televizyon muhabiri Oğuz Haksever medya okuryazarlığını, 24 Kasım 2006’da RTÜK tarafından Ankara’da düzenlenen Medya Okuryazarlığı Uluslararası Paneli’nde “kendine kurşun sıkmak” olarak yorumlamaktadır (Binark ve Gencel Bek, 2010: 106).

Akıllı İşaretler ve İzleyici Temsilciliği Projesini değerlendiren RTÜK Uzmanı Osman Ardoğan ise projelere medya kuruluşları tarafından sahip çıkılmadığını ifade etmektedir. Ardoğan: “...Olayın ticarî boyutlu oluşu, yayıncı kuruluşlar arasında sorumluluğun paylaşılmamasına yol açtı. Her ay toplanılması gereken izleyici

temsilcileriyle RTÜK yetkilileri ancak yılda üç kez bir araya gelmeye başladı” (akt. Yılmaz ve Taylan, 2016: 309).

Bugün geline nokta vatandaşların istek ve eleştirilerini açıkça paylaştıkları platformların varlığı önemli olmakla birlikte tezin özü itibari ile eleştirel medya okuryazarlığı çerçevesinde pek değerlendirilememektedir. Yukarıdaki şikâyetçi yorumları göz önünde tutulduğunda bireylerin çabası medya ile aralarına bir mesafe koymak değil daha çok kendi isteklerine uygun kurgusal bir dünya yaratılmasını beklemektir. Bu durum bireylerin istek ve eleştirilerini sunarak kurgusal dünyanın bir parçası olma arzuları olarak yorumlanmıştır. Yukarıda şikâyet edilen yapımlar farklı isimler ile benzer içerik açısından her dönem izleyici tarafından yoğun ilgi ile karşılanmaktadır. Bu durumda sorgulanması gereken izleyicilerin bu tür yapımlarda hangi duygusal ihtiyaçları giderdiği.

5.7.5. Sivil Toplum Kuruluşları (Çocuk Vakfı)

Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Çocuk Vakfı, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu iş birliğinde Birinci Çocuk ve Medya Kongresi düzenlenmiştir. Kongre başkanlığını Halûk Yavuzer üstlenmiştir. 27 Mayıs 2013 tarihinde başlayan Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi çocuk delegelerin de katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Çocukların sorunlarının ilk ağızdan dile getirilmesi Kongre'ye ayrı bir önem katmıştır.

Kongre'nin önemini Çocuk Vakfı Başkanı Kongre Genel Yönetmeni Mustafa Ruhi Şirin sunuş bölümünde şöyle açıklamıştır: “Türkiye’de çocuk ve medya ilişkisinden kaynaklanan sorunlar üzerinde konuşulmasına rağmen bu sorunların çözümüne yönelmek şimdiye kadar mümkün olmamıştır. Bu nedenle, 2013 yılının ilk günlerinden bu yana çocuk ve medya sorunlarının tespitine yönelik yapılan çalışmalar çocukluk tarihimiz açısından önemlidir” (Şirin, 2013).

I. Türkiye Çocuk ve Medya Stratejisi ile I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi hazırlanmış ve sonuçlanmıştır. I. Türkiye Çocuk ve Medya stratejisi ve Uygulama Planı 2014-2018 Strateji Belgesi'nin Vizyonu ise şöyle açıklanmıştır: “Çocuğa saygı ve çocuk hakları kültürü temelinde bir çocuk-medya ilişkisi için; paydaşların

sorumluluklarının bilincinde olduğu medya okuryazarı bir Türkiye". Çalışmaların Ülke genelinde sivil bir hareket olarak örgütlenmesinin gereği de vurgulanan Kongre’de 12 stratejik amaç ve 95 eylem öngörülmektedir.

Kongre’de çocuk komisyonları 9-12, 13-15 ve 16-18 yaş grubu çocuklardan; yetişkin grubu ise Türkiye’den ve diğeri Ülkelerden gelen akademisyenler tarafından oluşturulmuştur.

Kongre’de Çocuk Sözcüsü Aleyna Saral medya karşısında savunmasız olma hallerini şu cümlelerle dile getirmektedir: "...Çocuklar kurgu ve gerçeği ayırt edemiyorlar. Çocuklar için tehlike sadece çizgi filmlerde değil. Haberlerin ve programların da çocukların izlediği düşünülerek hazırlanmadığı için fiziksel ve ruhsal gelişimini tamamlamamış olan çocuklarımız olumsuz etkileniyorlar, şiddetin direkt muhatabı olabiliyorlar. Reklam ve tanıtımlarda da çocuk bir obje olarak düşünülüyor. Ya duygu sömürücü araç olarak kullanılıyor ya da annesini taklit eden üç yaşında bir kadın olarak görülebiliyor. Aynı zamanda kendi kültüründen küçücük yaşta koparılıyor" (a.g.e. 2013: 15).

Medyadan en çok etkilenen taraf olan çocukların ağızıyla bilinçli bir medyaya duyulan ihtiyaç dile getirilmektedir. Kâr amaçlı çalışan medyanın bu beklentiyi karşılması pek mümkün durmamaktadır. Böylece çocukların kendileri için doğru olan medya iletilerini seçebilmeleri için "medya okuryazarı" olma ihtiyaçlarının ne kadar gerekli olduğu ortadır.

Kongre Başkanı Yavuzer medya okuryazarlığının çocuklara getirisini şöyle açıklamaktadır: "Medya okuryazarlığı, sizlere bilgiyi değerlendirmeyi ve onu yerinde kullanmayı öğretecektir" (a.g.e. 2013: 17). Tezin dayanak noktalarından biri olan medya okuryazarlığının tek başına yeterli olmayacağını Yavuzer de dile getirmiştir: "...Ancak medya okuryazarlığı, başta kitap okuma alışkanlığı olmak üzere, farklı kültürel etkinliklerle desteklendiğinde bir anlam kazanır" (2013: 17).

Medya ile kurulan sıkı ilişkinin temel tehlikesi de klasik okuryazarlığın terkedilme durumudur. Orhon, bu tehlikenin Avrupa Ülkelerinde de fark edildiğini şöyle ifade etmektedir: "Avrupa Birliği özellikle en son raporunda radikal bir

değişikliğe gidiyor. Ne istiyor biliyor musunuz? Biz temel okuryazarlığa geri dönmek istiyoruz diyor... Araştırmalar özellikle İskandinav Ülkelerinde, diğer ülkelerde neyi gösteriyor? Okuryazarlığın hızla düştüğünü gösteriyor. Yani içeriğini üretme taraftarı olduğumuz özellikle Türkiye gibi bir ülkede neredeyse %25'i doğrudan 18 yaşın altında olan bir kitlede bu kadar içerik üretmeye hevesliyken ama bir yandan da çok temel okuryazarlığı yitirme eğiliminde olduğunu görüyoruz" (2013: 34). Türkiye'de kitap okuma alışkanlığının düşük olduğu ve medya ile kurulan bağın bu alışkanlığı daha da örselediği gerçeğinin Kongre'de vurgulanması önemlidir. Kongre'nin Okuma Kültürü ve Medya Komisyonu, sadece işitsel ve görsel, bir dijital medya okuryazarlığı değil kitap üzerine, okumak üzerine bir yolculuğa çıkılmasına işaret etmektedir (Şirin, 2013: 62).

Medya okuryazarlığı medyayı bilinçli ve eleştirel okumanın ötesinde hayatın diğer renklerinden de faydalanmayı gerektirir. Fakat ne yazık ki çocukların temel yaşam alanlarının okul-ev arasına sıkıştırıldığı bir yaşam gerçeği de unutulmamalıdır. Şehirleşmelerde güvenli çocuk park alanları yeterli düzeyde değildir. 30 Ekim 2018'de İstanbul'da çocuk parkında saklambaç oynarken hayatını kaybeden 8 yaşındaki çocuk maalesef parktaki büyük ihmalkârlığa kurban gitmiştir. (Hürriyet, 2018).

Anne ve babaların çocuklara zengin bir uyarıcı çevre oluşturması gerektiğini vurgulayan Yavuzer ise, sergi, tiyatro, müze gezileri ile ekranın yegâne uğraş alanı olmaktan çıkarılabileceğini belirtmiştir (2013: 17). Ekonomik yaşamın çerçevelediği sosyal hayat ile özellikle gelir dağılımı makasının çok açık olduğu ülkelerde bireyler ev içerisine hapsolmaktadır. Böylece anne ve babaların çaresiz medya kültürüne bağlandığını da söylemek mümkündür. Medya okuryazarlığı bilinci ile yetişkinlerin siyasî çevrelerden bu alanda çalışma yapılması beklentisinin doğmasını sağlamak önemlidir. İktidar ya da muhalefet partilerinin bu alana dikkat çekmesi sağlanabilir. Yetişkinlerin beklentileri çocuk hakları ve bu hakların kullanılması doğrultusunda oluşturulursa üst makamların da bu ihtiyaca cevap verme arayışları ortak bir bilinç oluşturulması açısından önemli olacaktır. Akademik çevreler ve çocuklar tarafından ciddiyle tartışılmaya başlanılan bu mesele toplumun tüm kesimlerine yayıldığında anlam bulacak ve çözüm arayışları için istek doğacaktır. Nihayetinde çocuğun

kimliğinin ilk oluştuğu yer ailedir. Medya okuryazarlığı okulların dışında da sivil toplum kuruluşlarınca desteklendiğinde yetişkinlere de ulaşma imkânı doğacaktır.

Bu bağlamda Medya Okuryazarlığı Eğitimi Komisyon Raporu'nda öne çıkan görüşün medya okuryazarlığının hayat boyu öğrenme çerçevesinde geliştirilecek disiplinlerarası bir beceri olduğudur (Çiftci, 2013: 103). Komisyon Raporunu sunan Komisyon Başkanı Çiftci, medya okuryazarlığı eğitime anne-babalardan başlanılmasına, öğretmenlerin eğitim fakülteleri, iletişim fakülteleri ve yükseköğretim kurumlarında yürütülen lisansüstü programlar içerisine, medya okuryazarlığı dersinin yerleştirilmesi ve konu ile ilgili araştırma ve tezlerin üretilerek alana katkı sağlaması gerekliliğine vurgu yapıldığını belirtmiştir. Raporda aynı zamanda medya çalışanlarının eğitime tabii tutulmalarına değinilmiştir. Öğrencilerin eğitiminde ise; Medya Okuryazarlığı dersi ile ilgili altyapının oluşturulması, medya okuryazarlığı kulüplerinin kurulması, ders olarak disiplinler yaklaşım ile gerekli alanlarla ilişkilendirilerek, okul öncesi eğitimden başlamak üzere, Hayat Bilgisi, İnsan Hakları ve Demokrasi, Sosyal Bilgiler, Vatandaşlık gibi derslere ünite, tema olarak eklenmesi böylece tek yılda değil 12 yıl içerisinde programda tekrarlar şeklinde yürütülmesinin öne çıktığı vurgulanmıştır (Çiftci, 2013: 103-104).

Çocuk Hakları ve Çocuk Komisyonlarının Raporlarında ise; ortak nokta medya okuryazarlığının zorunlu ve ilköğretim düzeyinden itibaren verilmesi gerekliliğine dayanmaktadır. Alan uzmanları tarafından verilmesi istenen dersin sadece çocuklara değil anne ve babalara da verilmesi gerektiği dile getirilmiştir (2013: 83-98).

Mevcut Durum ve Strateji Geliştirme Komisyonu Raporu'nda stratejik amaçlar şu şekilde sıralanmıştır;

1. Çocuk Haklarının tüm taraflarca bilinirliği
2. Medya okuryazarlığı
3. Öz denetimin önemi
4. İlgili mevzuat eksiklerinin giderilmesi

Çocuk bakış açısının dile getirilmesi açısından önem taşıyan Kongre, özellikle klasik okuryazarlığa dikkat çekmiş ve medya okuryazarlığı, “yaşam boyu” eğitim içerisinde konumlandırmıştır. Medya okuryazarlığının merkezinde çocuk yer alırken diğer dayanakları mutlak suretle anne-baba-öğretmen ve medya çalışanları olarak belirlenmiştir. 2018 yılı itibari ile medya okuryazarlığı zorunlu ders statüsüne geçememiş, öğretmenlerin eğitimi ise hizmet içi eğitimler ile devam etmektedir. Özellikle aile için topluma yayılmış bir eğitimden bahsetmek mümkün değildir. Medya ise medya okuryazarlığına gönüllü bir katkı sunmamıştır. Çocuk delegelerin yapmış olduğu sunumlarda medyadaki şiddet vurgusu ön plana çıkmıştır. Akıllı işaretlerin ise bir merak duygusunu cezbediği dile getirilerek yetersiz kaldığı vurgulanmıştır. Mevcut Durum ve Strateji Geliştirme Komisyonu Raporu’nda dikkat çekilen sorunlar kısaca şöyle ifade edilebilir:

1. Mevcut durumda üç ana ilkeden (koruma, katılma ve içerik geliştirme) katılım ilkesinin mevcut yasalarda yer almadığı ve uygulanmadığı,
2. Çocuk hakları konusunda farkındalığın eksikliği,
3. Medya paydaşlarında öz denetim yetersizliği,
4. 15 yaşın altındaki çocukların ‘çocuk oyuncu’ olarak çalıştırılması,
5. Türkiye Çocuk Hakları Strateji ve Uygulama Planı 2013-2017 Strateji Belgesi ulusal politika belgesi haline getirilememesi,
6. Medyada çocuğun gelişimini destekleyecek programların yer almaması,
7. 10.Kalkınma Planında (2014-2018) çocuklara ait politikalar arasında medya boyutuna yer verilmemesi,
8. Tematik televizyonlarda çocukların reklamlarla karşılaşmasına ve reklamlardan korunmasına yönelik düzenlemelerin yetersizliği,
9. Gerekçe kısmında bulunan ikinci paragraftaki Türkiye’nin taraf olduğu “BM Çocuk Hakları Sözleşmesi” yerine “Uluslararası İnsan Hakları Sözleşmesi ve İhtihatları” yazılması.

Çocuk ve Medya Hareketi, çocukları medyanın olumsuz etkilerinden korumak ve çocukların medyanın olumlu etkilerinden daha fazla yararlanmalarını sağlamak amacıyla oluşturulan ilk örgütlü çaba olarak ifade edilmektedir.

Yoğun medya iletilerinin varlığı su götürmez bir gerçek iken çocukları olumsuz iletilerden korumak elbette kolay olmayacaktır. Anne-babanın uzun çalışma saatleri göz önüne alındığında çocuk yalnız kalma durumunda olumsuz olan iletiyi nasıl ayırt edebilecektir. Bu anlamda koruma kavramı okul öncesi ve ilkokul dönemi için önemli olmakla birlikte devamında eleştirel bir medya okuryazarlığı bilinci elzemdir. Ardından ise medyanın kurgusal dünyası yerine aile içi diyalogu merkeze almak önemlidir. Bu durum bireylerde yüz-yüze iletişimin benimsenmesine sebebiyet verecektir.

5.7.6. Üniversitelerde Medya Okuryazarlığı (Marmara Üniversitesi Sempozyumu)

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından 23-25 Mayıs 2005 tarihleri arasında düzenlenen, I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı Türkiye’de yapılan ilk geniş kapsamlı akademik toplantıdır. Konferansın önemi, konuya ilişkin geniş bir akademik topluluğu bir araya getirmesi ve konunun Türkiye gündemine gelmesinin sağlanmasıdır (İnal, 2016: 162). Konferansta 34 akademisyen tarafından 30 bildiri sunulmuş yurtiçi ve yurtdışından pek çok akademisyen, medya çalışanı, medya ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri ve öğrenciler konferansa katılmıştır.

Konferansın amacını Türkoğlu şöyle dile getirmektedir: “Bilgi edinme ve edinilen bilgiyi kullanma hakkı, temel yurttaşlık hakkıdır. Kitle iletişim araçları, bu hakkın gerçekleştirilmesi için vazgeçilmez kaynaklardır. Yazılı ve görsel tüm kaynakların oluşturduğu iletilerle donatılmış bir dünyada yaşamak için yeni iletişim becerilerine gerek var. Gazeteler, dergiler, radyo, televizyon, sinema ve internet, hızla gelişen teknolojiye yararlanırken, yurttaşların da yeni bir kavram olan ‘medya okuryazarlığı’ ile tanışması gerekmektedir (2016: 9). Bilinçli kamuoyu için kaliteli medya onun içinde kaliteli iletişim gereğinden yola çıktıklarını ifade eden Cinman Şimşek özellikle iletişim fakülteleri ile işbirliği içinde olunması gerektiğini vurgulamaktadır (2016: 11).

Medyayı Doğru Okumak başlıklı bildiride ise İnCEOğlu, Medyanın bize sunduğu dünyanın gerçeğin kendisi olmadığı bu sebeple medya mesajlarının doğru

algılanması temeline oturan medya okuryazarlığının her ülkede müfredata girmesini ve ders olarak okutulması gerektiğini vurgulamıştır (2016: 19).

Seçkin ise, “Piyasanın Tahakküm Yolu, Modern Tüketicinin Kırılgan Bir Kimlik Aracı Kredi Kartları’nın Reklamlarla Sunumu” başlıklı bildirisi’nde neoliberal politikalarla birlikte bireyler için problemlerin çözümü, en saygın bireysel yaşam tarzı olan kendine odaklı bireysel tüketimde yattığını ifade etmiştir. Diğer yandan anlık yaşamak, anlık haz nesneleri olarak söylenen tüketim nesnelerini almak, göstermek ve yenilerini almaya devam etmek kendini güvende hissetmek için bir zorunluluk olarak belirtilmektedir (2016: 321). Problemlerin çözüm odağını ise bankalar-kredi kartları ve kusursuz ikna teknik yöntemleri ile oluşturulmuş reklamların eleştirel olarak incelenmesi oluşturmaktadır.

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından düzenlenen I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı bildirilerinin eleştirel yaklaşım çerçevesinde hazırlandığı görülmektedir. Fakat ne yazık ki hem Çocuk Vakfı’nın düzenlemiş olduğu “Medya ve Çocuk Kongresi” hem de “I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı”nın devamı gelmemiştir.

5.8. Medya Okuryazarlığı Dersinin İşlenişinde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Medya Okuryazarlığı dersi eğitim müfredatlarında Dünyada ve Türkiye’de statü olarak çeşitli şekillerde yer almaktadır. Bu bölümde Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitiminin işlenişinde karşılaşılan sorunlar tespit edilmiş ve bu sorunlara çözüm önerileri getirilmiştir.

5.8.1. Genel Olarak

Kitle iletişim araçlarının mevcut durumu ve mobil telefonların yaygın kullanımı bireylerin küçük yaşlardan itibaren medya iletilerine maruz kalması ile sonuçlanmıştır. Sosyal, ekonomik ve kültürel sebeplerin de toplamında medya, bireylerin temel yaşam alanları haline gelmiştir. Günlük hayattan profesyonel iş hayatına kadar bilgisayar temelli okuma-yazma klasik okuryazarlık kadar gerekli ve

elzem olmuştur. Bu hususta bir yandan medya karşısında bireylerin korunma ihtiyacına çeşitli yaklaşımlarla çözüm aranmış diğer yanda da bilgi toplumu temelinde bireylere yeni beceriler kazandırmak için uğraş verilmiştir. Eğitimin bilgisayar üzerinden yükselmesi geleneksel öğretim yöntemlerinin terk edilmesiyle sonuçlanmıştır. Jolls ve Thoman 19. ve 20. yüzyılda geleneksel eğitimin nasıl örgütlendiği açıklamıştır. Jolls ve Thoman'a göre geleneksel eğitim-öğretim kısaca şöyle açıklanabilir:

1. Bilgiye ve habere basılmış materyaller aracılığıyla sınırlı ulaşım, tek kaynağa dayalı öğrenme,
2. İçerik bilgisine dayalı öğrenme,
3. İçerik bilgisinde hâkim olmayı amaçlar (örneğin tarih, edebiyat),
4. Öğrenciler bilgi ve gerçeklere öğretmenlerin “beslemesiyle” ulaşması,
5. Düşünceleri ifade etmek için kalem, kâğıt ve sözcükler kullanılması,
6. İçerik bilgisinin yaş temelli ve sıkı bir şekilde “basamaklandırılarak” verilmesi.

21. yüzyılda eğitim-öğretim alanında yaşanan dönüşümler ise şöyle ifade edilebilir:

1. Bilgi ve habere artan şekilde internet yoluyla hızlı ulaşım,
2. İşlem becerisine (erişim, analiz, değerlendirme, yaratma) dayalı ömür boyu öğrenme,
3. Öğretmenlerin keşfetmeye yönelik araştırma temelli yaklaşımlar kullanması,
4. Çeşitli medya temelli bilgi analizi,
5. Düşünceleri ifade etmek için güçlü medya teknolojilerin kullanılması,
6. Öğretmenlerin sınırlarını çizdiği ve rehber olduğu eğitim-öğretim (Jolls ve Thoman, 2008: 13).

Dünyada ve Türkiye’de bu bağlamda medya okuryazarlığı “yaşam boyu eğitim” içerisine konumlandırılmıştır. Okul öncesi dönemden itibaren medya okuryazarlığı eğitiminin verilmesi çocukların zihinsel, fiziksel ve ahlâkî gelişimi açısından önemli olduğu kadar dijital okuryazarlık becerileri kazanabilmeleri bakımından elzemdir.

Türkiye’de 2006-2007 yılında pilot uygulama başlayan seçmeli Medya Okuryazarlığı dersi ise dersin verildiği yaş grubu, dersin beslendiği teorik yaklaşım ve dersi veren öğretmenler açısından hala tartışılan bir konu olarak akademik gündemde yerini korumaktadır. 21. yüzyılda medya okuryazarlığı becerilerini edinmek her çocuğun hakkıdır. Çocuklar medyaya karşı savunmasız bırakılmalıdır. Bu bağlamda medya okuryazarlığı konusunda lokomotif kurum olan RTÜK İnsan Kaynakları ve Eğitim Dairesi ile e-posta aracılığıyla fikir alışverişinde bulunulmuştur (Ek-7). Medya okuryazarlığına dair karşılaşılan sorunlar karşısında RTÜK’ün çözüm önerilerine de yer verilmiştir.

5.8.2. Medya Okuryazarlığı Dersinin Gerekliliği Bakımından

Medyanın faydalarından en üst seviyede yararlanmak, sakınca ve zararlarından korunmak için eğitim müfredatında medya okuryazarlığı okul öncesi dönemden başlamalıdır. Eğitimin çeşitli kademelerinde de devam ettirilmelidir.

5.8.2.1. Zorunlu-seçmeli ders olması

Türkiye’de medya okuryazarlığı seçmeli ders statüsünde verilmektedir. Ortaokul 7 veya 8. sınıf öğrencileri tercih etmeleri durumunda bir dönemlik seçmeli ders kapsamında bu konuda eğitim almaktadır. Çocukların medyadan daha az etkilenmesi, sosyal yaşantılarının tek yönlü yanını oluşturan medya ile aralarına mesafe koyması diğer yandan ise dijital okuryazarlık becerilerinin gelişmesi için medya okuryazarlığı eğitimi erken yaşlarda ve zorunlu verilmelidir. Medya iletilerine maruz kalmanın bireyi edilgen kıldığı, bireylerin hayal dünyasını sınırlandırdığı, özellikle çocuklarda fiziksel ve zihinsel tembelleşmeye yol açtığı temel etkilerdir. Eğitimin temel görevi bireyleri çağın ihtiyaçlarına göre hazırlamaktır. Bu anlamda bilgi çağında bu alanda yetiştirilmiş bireyler toplumlar için elzemdir. Ve fakat aynı zamanda teknoloji bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, bireylerde yoğun yalnızlık hissinin var olması, bireylerin tüketim kültürü içinde ihtiyaçlarının markaların kontrolüne geçmesi gibi temelde bireyleri genelinde ise toplumları etkileyecek sonuçlar göz önünde tutularak medya eğitimi verilmelidir. Kısacası bireylerin temel iletişim şeklini alan medya ile öğrenme-eğlenme anlayışlarına bir mesafe getirilme çabası şarttır. 2018 Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı’nın İşlenişinde

Dikkat Edilecek Hususlar başlığında birinci madde şu şekildedir: Öğrenci, öğretmen ve ailenin; medya okuryazarlığını sadece medya ile yürütülen bir süreç olarak değerlendirmemeleri gerektiği, medyasız da bir hayatın var olabileceği ve öğrencilerin ilgi alanları doğrultusunda spor, doğayı keşfetme, arkadaşlara ve akrabalara da zaman ayırması gerektiği vurgulanmıştır (RTÜK, 2018a: 9).

Medya okuryazarlığı eğitimi çocuklar için bu kadar elzem iken bireylerin tercihinin bırakılamaz. Seçmeli ders olması toplumun geniş kesimine yayılması amaçlanan medya okuryazarlığı eğitimine gölge düşürmektedir. RTÜK bu konuda fikrini şu şekilde belirtmiştir: “Üst Kurul olarak medya okuryazarlığı dersinin zorunlu ders olmasını destekliyoruz” (Ek-7, Soru: 2). Üst Kurul, çocukların ve gençlerin gelişimini olumsuz etkileyebilecek yayınlarla mücadele ederken yalnızca müeyyide uygulamakla kalmayıp, önleyici ve düzenleyici çalışmalarına da devam etmektedir (Avşar, 2014). Bu anlamda medya okuryazarlığı daha mutlu, bilinçli çocuklar yetiştirmek için önleyici ve zorunlu bir çaba olarak görülmelidir. Dersin zorunlu olmasını ise belirleyecek olan Millî Eğitim Bakanlığı’dır.

5.8.2.2. Medya okuryazarlığı dersinin ayrı (bağımsız) bir ders olarak okutulması

Türkiye’de seçmeli ve diğer derslerden bağımsız olarak medya okuryazarlığı eğitimi verilmektedir. Medya Okuryazarlığı dersinin diğer dersler içinde birleştirilerek verilmesi konusunda tartışmalar yaşanmaktadır. Bu fikirlerin dayanak noktası ise Kanada, Finlandiya ve ABD gibi ülkelerde medya okuryazarlığı eğitiminin diğer dersler ile birleşik olarak verilmesidir. Çocukların oyunla matematik bilgilerini pekiştirmeyi hedefleyen sosyal medya üzerine yazılar yazan, sosyal medya uzmanı Marcus Guido, çocuklara disiplinlerarası medya eğitimi vermenin faydalarını aşağıdaki şekilde sıralamıştır:

“Bakış Açısını Anlamak: Medya içeriklerinin hedefleri vardır. Açık ya da tartışmalı olsun bakış açısını anlamak, öğrencinin medya içeriğinden almış olduğu bilgiyi sorgulamasına olanak verir.

Eleştirel Düşünme Becerisini Geliştirmek: Medya iletilerini değerlendirebilmek, kendi fikrini doğrulamak için örneklerden yararlanarak mesajın anlaşılır olup olmadığını belirleyebilmesini sağlar.

Farklı Ürünler Üretmeyi Öğrenmek: Pek çok medya okuryazarlığı etkinliği, öğrencilerin uygulayarak öğrenmelerine, basılı reklam aracından (afiş) senaryoya kadar çeşitli ürünler üretmelerine olanak vermektedir.

Farklı konularla ilişki kurabilmek: Medya okuryazarlığı dersleri farklı konular arasındaki ilişkilere işaret ettiğinden disiplinler arası öğrenmeye de katkı sağlar. Örneğin reklamlarda kullanılabilecek güçlü renklerin farkında olan öğrenci, görsel sanatlar dersinde kendi logosunu yaratırken vermek istediği mesaj doğrultusunda hareket eder.

Mevcut içerik ile öğrencinin ilgi alanları arasında bağlantı kurabilmek: Müfredat içeriğini öğrencinin ilgilendiği medya konularıyla ilişkilendirmek, öğrencinin derslere ilişkin algısını artıracaktır.” (Guido, 2017 akt. RTÜK).

Medya okuryazarlığının 21. yüzyıl eğitim müfredatı içerisinde yer alması mutlak bir zarurettir. Bu anlamda Medya Okuryazarlığı dersi becerilerinin sadece branş öğretmenlerine değil eğitimin her kademesinde görev yapan tüm öğretmenlere kazandırılması gerekmektedir.

Öğrencilere bu faydaların sağlanabilmesi için Guido’nun öğretmenlere önerdiği 10 medya okuryazarlığı etkinliği ise kısaca şöyle özetlenebilir:

- “1. Logo İncelemesi,
2. Karakter Betimlemesi,
3. Marka Yaratma,
4. Logo İncelemesi Bölüm II,
5. Film Mesajları Bulma,
6. Medyayı Ayırt Etme,
7. Reklam Dilini Ayrıştırarak Çözümleme,

8. Gazete Hazırlama,
9. Haberleri Şekillendirme.”

Fakat diğer derslerle birleştirilerek medya eğitimi verilmesinde bazı temel sakıncalar vardır. Renee Hobbs medya okuryazarlığını tartıştığı makalesinde (1998) öğretmenlerin kendi derslerine olan ilgiyi artırmak için medya iletilerinden faydalanma durumlarının medya okuryazarlığı olarak kabul edilemeyeceğini vurgulayarak bu tarz çalışmaların nasıl uygulanması gerektiğini bilmeyen öğretmenler tarafından verildiğinde medya analiz ve üretim aktivelerinin yüzeyselleştirilme tehlikesi taşıdığını belirtmektedir (Akt. Algan, 2016: 73). RTÜK ise medya okuryazarlığı dersinin ayrı bir ders olarak ele alınması gerektiğini fakat diğer yandan medya okuryazarlığı kavramının diğer ders içeriklerinde de bulunmasını desteklediklerini belirtmiştir (Ek-7, Soru: 3).

Kanaatimizce medyadan ders işlenirken fazlasıyla yararlanıldığı için medya kavramının diğer dersler içerisine eklenmesinde fayda vardır. Fakat bu durumun medya bilinci oluşturulmasından daha ziyade medya hakkında bilgi sahibi olma durumunu beraberinde getireceği için medya okuryazarlığı dersi ayrı bir ders olarak ele alınmalıdır.

5.8.2.3. Medya Okuryazarlığı Dersinin Verileceği Seviye

Türkiye’de medya eğitimi mevcut durumda ortaokul 7. veya 8. sınıflarda bir dönemlik seçmeli ders statüsünde verilmektedir. 2006-2007 eğitim-öğretim döneminde seçmeli Medya Okuryazarlığı dersi 6. sınıflar tarafında da seçilirken daha sonra 7 veya 8. sınıf öğrencileri tarafından seçilebilir hale gelmiştir. Kişilik gelişimin ana hatlarının erken çocukluk döneminde olduğu ve bu anlamda medya bilinci için okul öncesi dönemi de kapsayacak şekilde medya okuryazarlığı dersinin ele alınması gerekmektedir. Ayrıca eğitimin kitle iletişim araçları üzerinden yapılandığı bu yüzyılda çocukların internet temelli bilgi ve becerilerine ulaşması için de erken dönemde bu eğitimin verilmesi şarttır. Çocukların kitle iletişim araçları ile kurdukları duygusal bağ göz ardı edilmeden ve bu bağ daha fazla güçlenmeden erken çocukluk döneminde medya okuryazarlığı eğitimi verilmelidir. RTÜK medya

okuryazarlığı dersinin okul öncesinden itibaren verilmesi gerektiğini belirtmektedir (Ek-7, Soru: 4).

5.8.2.4. Medya Okuryazarlığı Dersini Verecek Öğretmenler

RTÜK'ün ve MEB TTK'nın ortak çalışmaları sonucunda medya okuryazarlığı dersini sosyal bilgiler öğretmenlerinin vermesi Milli Eğitim Bakanlığı tarafından uygun bulunduğu belirtilmiştir (Yılmaz ve Taylan, 2016: 307). Millî Eğitim Bakanlığı (MEB) Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı tarafından 2018 Temmuz ayı itibari ile Mart 2014 tarihli ve 2678 sayılı Tebliğler Dergisinde yayımlanan Öğretmenlik Alanları, Atama ve Ders Okutma Esaslarının “Bazı Derslerin Hangi Alan Öğretmenleri Tarafından Okutulacağına İlişkin Açıklamalar” bölümünde değişikliğe gidilmiştir. Böylece “Medya Okuryazarlığı: Öncelikle üniversitelerin Basın Yayın Yüksekokulları/İletişim Fakültelerinden mezun olup hâlen Sınıf Öğretmeni olarak görev yapanlar ile Gazetecilik alanı, Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri alanı, Radyo-Televizyon alanı Öğretmenleri olmak üzere, Sosyal Bilgiler, Türkçe ve Bilişim Teknolojileri Öğretmenleri tarafından okutulur” şeklinde yeniden düzenlenmiştir. Seçmeli medya okuryazarlığı dersi MEB tarafından 2007-2008 yılı ders müfredatına alınmış ve 25-28 Haziran tarihleri arasında 103 öğretmene konuya ilişkin hizmet içi eğitim verilmiştir (İnal, 2016: 176). Kanaatimizce Medya Okuryazarlığı dersinin, iletişim fakültelerinden mezun, pedagojik formasyonu olan ve ayrıca hizmet-içi eğitimden geçirilen kişiler (öğretmenler) tarafından verilmesi amaca daha uygundur. Dört yıl boyunca lisans eğitimini iletişim üzerine alan iletişim fakültesi mezunu kişilerin (iletişim uzmanlarının) yukarıda ifade edilen şartları yerine getirmesi durumunda bu dersi lâıkiyla vereceği kanaatindeyiz.

Mevcut duruma ilişkin ise Cinman Şimsek de şu eleştirileri getirmiştir: “Bir sosyal bilgiler öğretmeni veya herhangi bir daldaki başka bir öğretmen, bu konulara kendisi tam olarak vakıf olamayacağından, öğrencilere tam ve doğru bir bilgi veremez. Bir kere medyayı tanımak lazımdır 15 Temmuz sonrası bazı medya organlarına kayyum atandı. Öncesine dönün. 17-25 Aralık sonrası bu tür bir medyanın mesajları ile başka bir medyanın mesajlarını örneğin manşetlerini karşılaştırın bakalım, neler göreceksiniz! Medya okuryazarı, medya mensuplarını ve medya organlarını tanımak durumundadır. Böylece okuduklarını anlamlandırır

ve körü körüne inanmaz. Medya okuryazarlığı dersini doğru öğretmenden almamış öğrenciler eksik yetişir. İçinde yaşadıkları dünyayı algılayamazlar. Propagandaya maruz kalır; anlamazlar. Bu nedenle, medya okuryazarlığı illa zorunlu ders olmalı ve iletişimciler tarafından okutulmalıdır” (2018). Medya okuryazarlığının önemini ve eğitimcilere düşen görevleri Taşkiran, şöyle ifade etmektedir: “Hedef kitlesi toplum olan iletiler tam anlamıyla gerçekliği yansıtmamaktadır. Buna uyarıcı olarak dışarıdan bir müdahale gerekmektedir ki iletişim sistemi düzene girsın, her şey yolunda olmasa da toplum bunu görebilecek iç görüye, eğitime sahip olup sağduyusunu koruyabilsin, yerinde kararlar alabilsin. Burada uyarıcılık görevi bilgi özneleri olan akademisyenlere ve eğitimcilere düşmektedir” (2017: 90).

RTÜK, Medya Okuryazarlığı dersini hangi öğretmenlerin vermesi gerektiğine dair fikir açıklamamış durumun MEB’in takdirinde olduğunu belirtmiştir. İşbu Tez’in Danışmanı Prof. Dr. Ahmet Çiftci ise, İzmir, Ankara ve İstanbul’da bulunan köklü eğitim fakültelerinde medya okuryazarlığı bölümünün veya sınıf öğretmenliği bölümlerinde medya okuryazarlığı anabilim dalının açılması ve ayrıca medya okuryazarlığı dersinin, bilinç oluşturulması amacıyla, Eğitim Fakültelerinde bütün bölümlerdeki diğer öğretmen adaylarına da verilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Fakat eğitim fakültelerinde bu alana dair öğretmenlik branşı açılması yerine iletişim fakültelerinin ders içeriklerinin konuya dair güncellenmesi daha anlamlı olacaktır. Bununla birlikte, bu hususun MEB, Üniversiteler, Yükseköğretim Kurulu, RTÜK, TRT Kurumu, Basın Konseyi, Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü yerine Cumhurbaşkanlığı bünyesinde kurulan İletişim Başkanlığı ve diğer ilgili kurum ve kuruluşlar nezdinde ortaklaşa tartışılması ve kamuoyu oluşturulması gerekmektedir.

5.8.2.5. Yetişkinlerin Medya Okuryazarlığı Eğitimi

Anne-baba, medya çalışanları kısacası tüm yetişkinlerin ivedilikle medya okuryazarlığı ile tanıştırılması elzemdir. Çocukların okulda aldıkları eğitimin ev ortamında pekiştirilmesi gerekmektedir. RTÜK Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması (2018) kapsamında katılımcılara “Çocukların Uygun Olmayan Televizyon Yayınlarını İzleyip İzlememesi Hususunda En Çok Sorumlu Olan Kurum

Hangisidir?” sorusu yöneltilmiştir. Seçeneklerde kurum olarak ise; aile, yayıncı ve devlet yer alırken katılımcıların %45,8’i öncelikli olarak ailenin bu konudan sorumlu olduğunu belirtmişlerdir (RTÜK, 2018: 164). Medya okuryazarlığı eğitiminin en önemli ayağı olan ebeveyn eğitimi ise hâlâ eksiktir. RTÜK ve Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı internet üzerinden aileleri bilgilendirme amaçlı hizmet vermektedir. Fakat kanaatimizce yeterli değildir. Bu doğrultuda pilot uygulamayı yürüten öğretmenlerden biri olan Sosyal Bilgiler Öğretmeni Haydar Hat ailelerin de eğitime dâhil edilmesi gerektiğini şu sözlerle açıklamaktadır: “Çocuklar burada bizimle aile arasında çelişki yaşıyor, ailenin kültür yapısı farklı. Bizim yönlendirmemiz onların ailesine uygun düşmüyor” (Yılmaz ve Taylan, 2016: 308). Türk mevzuatı çerçevesinde (Koruyucu Sembol Sistemi) yayıncıların ve ailelerin özdenetim yapmalarını sağlayacak uygulamaların yasal zemine kavuşması önemlidir. Ancak yeterli değildir. Yayıncılıkta “*co-regulation*” olarak ifade edilen “*birlikte düzenleme ve denetlemeye*” dikkat çeken RTÜK Başkanı Yerlikaya, “Sadece RTÜK’ün ceza vermesiyle yayıncılığı düzenlenip denetlenemeyeceğini, yayıncının ve izleyicinin de sorumluluklarını yerine getirmesi gerektiğini izleyicinin program seçerken yayıncıların iletilerini oluştururken sorumlu davranmaları gerektiğini vurgulamıştır” (Yerlikaya, 2018). Fakat izleyicilerin özellikle yetişkinlerin medya iletilerine karşı sorumluluk almaları konusunda farkındalık yaratacak çalışmalara diğer bir deyişle yetişkin medya okuryazarlığı konusunda yeterli çaba gösterilmemektedir. “Hâlbuki olması gereken, tüm bireylerin birtakım ticarî kaygılarla hazırlanan, belli bir ideolojiye sahip, kurgusal enformasyonlara karşı daha eleştirel bakmayı öğrenebilmeleri amacıyla, MEB bünyesinde sınırlı kalan medya okuryazarlığı eğitiminin yaygınlaştırılmasıdır” (Çoşkun, 2018a: 143). Böylece birlikte düzenleme ve denetleme (“*co-regulation*”) açısından taraflar sorumluluklarının farkında olabileceklerdir.

Çocuğun medya ile olan bağı ailenin bilinçli olması etkileyecektir. Günümüzde ne yazık ki çocuğun dış dünya (sokak) yerine evde oturması aileler için daha güvenlidir. Fakat evdeki durum bu kadar net değildir. Livingstone (2007), yeni medyanın bir yandan gençlerin kendilerini ifade etmelerine ve kimliklerini oluşturmalarına bir alan sağladığını, öte yandan çocuk ve gençleri değişik şekillerde tehdit eden yeni tehlike alanlarını yarattığını belirtmektedir. Çocuk ve gençlerin gündelik medya pratiklerinin odaların ardında özelleşerek gizlenmesi maruz

kaldıkları ya da kalacakları tehlikelerin de üstünün örtülmesi anlamına gelmektedir (RTÜK, 2018: 107). Çocukların hangi programları izlediği, hangi oyunları oynadığı ve sanal dünyadaki arkadaş çevresi aileler tarafından gözetilmedir. Sadece öğretmenlerin değil ailelerinde çocuğa rehberlik etmeleri gerekmektedir. Projenin başladığı ilk yıllarda Medya Okuryazarlığı Program Danışmanı olarak görev yapan Uysal, medya okuryazarlığı projesinin öğretmen-öğrenci arasında tasarlanmış bir proje olduğuna şöyle dikkat çekmiştir: “Aileleri soyutluyorsunuz, ‘sadece sınıf ortamı yetmez’ dediğimiz zaman bu bir başlangıçtır deniyor. Aşama aşama süreç içerisinde çocuklar bilinçli yetişecekler, giderek de ailelere dönecek. Üçünü bir ele alalım gibi bir yaklaşım yok. Ailelere nasıl ulaşacaksınız, okul sisteminin dışındalar, ailelerine hangi kanalı kullanacaksınız?” (Yılmaz ve Taylan, 2016: 311).

RTÜK tarafından ailelere yönelik <https://www.rtuk.gov.tr/aile-cocuk-3704> internet adresi üzerinden medya hakkında bilgilendirme yapılmaktadır. “Yetişkinlere yönelik internet temelli eğitim dışında neler yapılmaktadır?” sorusuna RTÜK, “çalışmalar devam etmektedir” yanıtını vermiştir (Ek-7, soru 12). Medya okuryazarlığı bilincinin oluşturulmasına yardımcı olacak nitelikte 6112 sayılı Kanunun 32. maddesi gereği yayını durdurulan programların yerine medya okuryazarlığı eğitimine yönelik tanıtıcı filmler gösterilebilir. Böylece yetişkin eğitimi için kanaatimizce bir adım olur. Bu anlamda “yayını durdurulan programların yerine ‘medya okuryazarlığı’ tanıtıcı filmler yayınlanmakta mıdır?” sorusu RTÜK’e sorulmuştur. RTÜK’ün verdiği yanıt ise şöyledir: “Hayır, Üst Kurul’un böyle bir kaynağı yoktur” (Ek-7, soru 7).

Diğer yanda kamu spotu niteliğinde tanıtıcı programların yararlı olacağı düşüncesiyle RTÜK’e bu bağlamda “Medya okuryazarlığı tanıtıcı program ya da filmlerin TRT’de ve özel radyo-televizyonlarda kamu spotu olarak yayınlanması mümkün müdür?” sorusu sorulmuştur

“Üst Kurul, RTÜK Kamu Spotu Yönergesi hükümleri kapsamında uygun görülen kamu spotlarının yayınlanmasını tavsiye edebilmektedir” (Ek-7, Soru: 8).

Üst Kurul 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanunun m. 37/r bendi ile medya okuryazarlığının toplumun tüm

kesimlerini içerecek şekilde yaygınlaştırılması amacıyla, başta MEB olmak üzere diğer kamu kurumları ile işbirliği yapma görevini üstlenmiştir. Bu bağlamda RTÜK dışında MEB, Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Gençlik ve Spor Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, TRT Kurumu kamu spotu niteliğinde geniş kitlelere ulaşmak ve bu konuda farkındalık oluşturmak için kitle iletişim araçlarının yapısına uygun olarak içerik geliştirebilirler. Böylece halktan bu konuda daha fazla talep gelmesi sağlanabilir. Ayrıca “Halk Eğitim Merkezleri”nde bu konuda düzenli eğitimler verilebilir.



6. SONUÇ

Günümüzde “medya” yahut “basın-yayın” adı da verilen kitle iletişim araçları (yazılı basın, ses bantları, plaklar, sinema filmleri, radyo, televizyon, video, internet ve sosyal medya) oldukça yaygın olarak kullanılmakta ve bireylerin hayatında önemli bir yer tutmaktadır. Bu kitle iletişim araçları, bireylerin gündelik hayatlarının birer parçası olmuş ve kişiler her gün bu kitle iletişim araçlarının biri veya birkaçıyla -tabiri caizse- haşır neşir olmaktadır. Kitle iletişim araçlarının başta çocuklar ve gençler olmak üzere toplumun tüm bireylerini olumlu ve olumsuz mahiyette etkilediği bir gerçektir. Bilgi toplumunun oluşmasında kitle iletişim araçlarının büyük yararı vardır.

Televizyonun, görsel-işitsel bir kitle iletişim aracı olarak ikna kabiliyeti yüksektir. İnternet ve sosyal medya sınırsız ve yaygın kullanımı dolayısıyla hızlı bir bilgi akışı sağlamaktadır. Kitle iletişim araçlarının bir yandan demokrasi bakımından önemi, diğer yandan bireyleri yönlendirme ve etkileme durumu sürekli tartışılan bir meseledir. Bireylerin demokratik haklarını medya yoluyla daha iyi kullanabilmesi, diğer yandan medya iletilerinin bireylerdeki olumsuz etkilerinin en aza indirilme ihtiyacı, medya okuryazarlığı kavramını doğurmuştur.

Siyasi partiler gibi (ANY. m.68/2), “hür fakat sorumlu bir basın-yayın” da demokratik hayatın vazgeçilmez unsurudur. Medya; bireylere, en temel hakları olan ifade hürriyetini kullanabilme imkânı sağlamaktadır. Demokrasinin vazgeçilmez bir şartı olan fikir ve ifade hürriyeti uluslararası beyanname ve sözleşmelerde (BMİHEB m. 19, AİHS m. 10) teminat altına alınmıştır. Ayrıca, Avrupa Konseyi tarafından 1989 yılında çıkarılan Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi’nde televizyonla yayın hürriyeti düzenlenmiştir. Çocuğun, başta ifade hürriyeti olmak üzere temel haklarını düzenleyen, Birleşmiş Milletler tarafından 1989 yılında kabul edilen Çocuk Haklarına Dair Sözleşme’nin (BMÇHDS) 13. maddesi işbu tez konusu itibari ile ayrı bir öneme sahiptir. Söz konusu maddenin birinci fıkrasının 13/1 “*Çocuk, düşüncesini özgürce açıklama hakkına sahiptir; bu hak ülke sınırları ile bağlı olmaksızın yazılı, sözlü, basılı, sanatsal biçimde veya çocuğun seçeceği başka bir araçla her türlü haber ve düşüncelerin araştırılması, elde edilmesi ve verilmesi özgürlüğünü içerir*” hükmü, çocukların ifade hürriyetini düzenlemektedir.

Ülkemizde ise 1982 Anayasası'nın 25-32. maddelerinde düşünce ve kanaatleri açıklama ve yayma hürriyeti ile basın hürriyeti düzenlenmiş; 133. maddesinde ise radyo-televizyon hürriyetine yer verilmiştir.

Çocukların erken yaşta sosyal medya hesaplarında ister kendi kimlikleriyle ister sahte hesaplarla yaptıkları paylaşımların, kendilerini kendini ifade ederken mahremini ortaya koyma tehlikesi, başta çocukları, ardından aileleri zor duruma, düşürebilmektedir. Kendi özel hayatına sahip çıkma ve başkalarının özel hayatına da saygı duyma medya ile büyüyen çocuklara kazandırılması gereken önemli bir beceri alanıdır. Nihayetinde herkesin temel hak ve hürriyetlerinin olması, aynı zamanda bireylere belli bir sorumluluk da yüklemektedir (ANY. m. 12). Bu ihtiyaçlar doğrultusunda dijital teknolojinin getirdiği sayısal okuryazarlık 21. yüzyıl eğitim anlayışının merkezine oturmuş vaziyettedir. Bu sebeple çocuklarda mahremiyet-özel hayat bilinci erken yaşta verilecek eğitimle sağlanabilir. Çünkü çocuklar medya ile çok erken yaşta tanışmaktadır. Böylece okuma-yazma bilmeyen, dijital dünyanın sakıncalarından haberdar olmayan çocuklar için okullarda dijital okuryazarlık ve medya okuryazarlık becerilerinin erken yaşta kazandırılmasının önemi ortaya çıkmaktadır. Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler sonucu medya hizmet sağlayıcılar yayınlarını internet üzerinden de sunmaya başlamıştır. Lisanslı veya lisanssız birçok medya kuruluşunun internet üzerinden yaptıkları yayınlar, çocukları fiziksel, zihinsel, ruhsal, ahlâkî ve psikolojik yönden olumsuz etkileyebilmektedir. Bu bakımdan 6112 sayılı Kanuna 21.3.2018 tarihli ve 7103 sayılı Kanunla 29/A maddesi ilâve edilerek internet ortamında yayın yapan radyo ve televizyon yayınları RTÜK denetimine tâbi tutulmuştur.

MEB tarafından ortaya konulan Medya Okuryazarlığı 2018 Öğretim Programı Genel Amaçlar m. 7 *“İnsan hakları, sorumluluk, etik, mahremiyet, kişisel güvenlik konularını dikkate alarak etkili ve özgün iletiler oluşturma”* becerilerinin medya okuryazarlığı ile geliştirilmesini hedeflemektedir.

İnternette birlikte ötekine duyulan merak artmakta ve bireyler ev ortamında aileleri yerine, tanımadıkları, bilmedikleri kişilere ve olaylara takılıp kalmaktadırlar. Bireyin sosyal yönünü zedeleyen bu durum, kalabalıklar içerisinde yalnızlığı getirmiştir. 2000'li yıllarda doğan çocukların imaj çağına doğduğu, kaynağını

bilmedikleri iletilerle günlük yaşamlarını sürdürme biçimi kişilik gelişimlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu durum bireyler için doğru ve gerçek olan bilgi yerine, amaca götüren, popüler olan bilgiyi tercih etmelerini beraberinde getirmiştir. Kişilerin en önemli hakkı olan bilgi edinme hakkı gasp edilmektedir. Bu konuda yapılan araştırmalar, bilginin gerçek ve sahte olmasının bireyler tarafından önemsenmediğini, sadece bireylerin kendi görüşlerini destekleyecek olan bilgiye yöneldiklerini vurgulamaktadır. Toplamlar ancak doğru ve gerçek bilgi üzerinde şekillenirse sağlıklı ilerleyebilir. İletişim çağı olarak adlandırılan 21. yüzyılın taşıdığı riski en iyi açıklayan kavram “post-truth”tır. Kavram, Türkçe’ye “gerçek ötesi, hakikat sonrası” olarak çevrilmiştir.

Medya mevzuatını düzenleyen AB GİMHY, ASTS ile ülkemizdeki ilgili mevzuat, medyanın ticarî yönünün kamusal anlayışa nispeten üstün geldiğini kabul etmektedir. Medya iletileri bireyleri tüketim kültürünün bir nesnesi haline getirmektedir. Diğer yanda tüketim kültürünün bir sonucu olarak bireyler kişilik gelişimlerini medya baskısı altında oluşturmaktadır. Çeşitli teknikler kullanılarak ortaya çıkan medya iletileri, bireyleri duygusal olarak baskı altına alarak popüler olana yönlendirmekte ve bireylerde medya ve tüketim bağımlılığına sebebiyet vermektedir. Bu hususta tüketim kültürünün, medya bağımlılığının, genelinde bireyleri, özelinde ise çocukları ve gençleri nasıl etkilediği dikkatle incelenmelidir.

Özellikle çocukların ve gençlerin bilgisizliğinden, tecrübesizliğinden çeşitli sebeplerle yararlanma durumu, onların medya dolanımından geçen iletişime kıymet vermeleri, diğer yandan ise sayısal okuryazarlığa duyulan ihtiyaç, devletleri bir can simidine sarılır gibi medya okuryazarlığı eğitimine zorlamıştır. AB, e-Avrupa Eylem Planı çerçevesinde Avrupa Komisyonu, 2000 yılının Mayıs ayında e-öğrenme girişimini benimsemiştir.

Toplamların yarınlarını inşa eden bugünün çocuklarıdır. Toplamlara özgü değerleri, kültürü ve dili taşıyacak olan da çocuklardır. Küreselleşmenin sonucu olarak popüler kültürün ulus devletlerin temel niteliklerini sarstığı görülmüştür. Medya okuryazarlığı, AB’de ortak bir Avrupa vatandaşlığı oluşturma amacına hizmet edecek araçlardan birisi olarak görülmektedir. Medya okuryazarlığı dersi Finlandiya, İngiltere, Almanya, İrlanda, Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada gibi ülkelerde

temelde “dil” dersleri ve diğer derslerin içerisinde birleşik olarak verilmektedir. Diğer yandan öğretmen yetiştirilme meselesi, medya okuryazarlığının yükseleceği kuramsal zemin ve yaşam boyu medya okuryazarlığının sürdürülebilir olması hâlâ tartışılmaktadır.

Türkiye’de 6112 sayılı Kanunun 37. maddesinin (r) bendi ile medya okuryazarlığı düzenlenmiştir: *“Medya okuryazarlığının toplumun tüm kesimlerini içerecek şekilde yaygınlaştırılması amacıyla, başta Millî Eğitim Bakanlığı olmak üzere diğer kamu kurumları ile işbirliği yapmak”* hükmüyle medya okuryazarlığının toplumun tüm kesimlerini içerecek şekilde yaygınlaştırılmasında görevli kurumlar belirtilmiştir. Diğer yandan, Kanun’da medya okuryazarlığı tanımına yer verilmemiştir.

Türkiye’de Millî Eğitim Bakanlığı ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu arasında yapılan işbirliği ve 2006 yılında imzalanan Protokol sonucu, MEB Talim ve Terbiye Kurulu tarafından ilköğretim okulları müfredatına “Medya Okuryazarlığı” dersi konulmuş ve 2007 yılında pilot okullarda okutulmaya başlanmıştır. RTÜK tarafından medya okuryazarlığı şöyle tanımlanmaktadır: *“Medya okuryazarlığı; yaygın kabul gören tanımıyla, çeşitli türden (görsel, işitsel, basılı, vb.) medya mesajlarına erişebilme, erişilen medyaları eleştirel bakış açısıyla çözümleyip değerlendirebilme ve kendi medya iletilerini üretebilme becerisidir.”* Kanaatimizce medya okuryazarlığı; bireylerin çeşitli türden medya mesajlarına erişebilme, erişilen medya mesajlarını eleştirel bakış açısıyla çözümleyip değerlendirme ve kendi medya iletilerini oluşturabilmelerinin yanı sıra, medya ile aralarına mesafe koyabilme becerisinin de geliştirilmesidir. Mesafe koyabilme becerisinden kastedilen, bireylerin yüz-yüze iletişime daha fazla önem verilmesinin gerekliliğini fark edebilmeleridir. MEB TTK tarafından oluşturulan 2018 Medya Okuryazarlığı Öğretim Programı da işbu tezde kullanılan tanımı destekler niteliktedir. Medya Okuryazarlığı Öğretim Programı’nın Uygulanmasında Dikkat Edilecek Hususlar bölümünde *“Öğretmen, öğrenci ve ailenin; medya okuryazarlığını sadece medya ile yürütülen bir süreç olarak değerlendirmemeleri gerekir. Medyasız bir hayatın da var olduğunun ve özel ilgi alanları, spor, doğayı keşfetme, arkadaşlara ve ailelere vakit ayırma, kitap ve süreli yayınlar okuma, geleneksel çocuk oyunları oynama, el sanatları ve zanaatlar gibi etkinliklere önem verilmesinin gerektiğinin bilincinde olunmalıdır”* açıklaması ile

bireylerin yüzünü ekranlardan sosyal hayatın diğer bileşenlerine çevirme amacının olduğunu söylemek mümkündür. Amaç, medya ile bireyler arasında anlamlı bir mesafe koyma çabasıdır.

Mevcut durumda Medya Okuryazarlığı dersi, ortaokul ve imam hatip ortaokullarında 7 ve 8. sınıflarda bir dönemlik seçmeli ders olarak sosyal bilgiler öğretmenleri ya da diğer branş öğretmenleri tarafından okutulmaktadır. Dersin seçmeli olması, bu alanda öğretmen atamasının önünde engel teşkil etmektedir. Böylece medya okuryazarlığı dersinin ortaokul düzeyinde seçmeli ders olarak verilmesi ve uzman kadrolar yerine çeşitli branşlardaki öğretmenlerin bu dersi yürütmeleri beklenen sonucu getirmemiştir. Medya okuryazarlığı dersinin uzun yıllardır tartışılmasına rağmen, öğretmen eğitimi konusunda Millî Eğitim Bakanlığı altyapı oluşturmamıştır. Kanımızca medya okuryazarlığı dersini verecek öğretmenleri yetiştirmek üzere konuda uzman ve yabancı dil bilen öğretmenler belirlenmeli ve bunlar medya okuryazarlığı dersinin en iyi verildiği ülkelere eğitim-öğrenim amaçlı (formatör öğretmen yetiştirmek için) gönderilmelidir. Bu durum medya okuryazarlığı içerisinde etraflıca ele alınmalıdır. Medyadan edinilen bilgilerin doğruluğu kadar, bireyler hayatlarında sağlıklı kararlar alabileceklerdir. Özellikle sahte ve yalan haberlerin nispeten fazla olduğu Türkiye’de bu hâl dikkatlice incelenmelidir. Nitekim RTÜK ile yapılan görüşmede medya okuryazarlığı dersinde “dezenformasyon” üzerinde özellikle durulması gerektiği belirtilmiştir. Güncellenen medya okuryazarlığı ders materyalinde üçüncü ünite “Medyaya Soru Soruyorum” temasında doğru ve güvenilir bilgiyi araştırma üzerine odaklanmıştır. Görülmektedir ki, medya okuryazarlığı kendi içerisinde oldukça geniş ve sürekli güncellenen bir alandır.

Alan uzmanları tarafından ve erken yaşta medya okuryazarlığı eğitimi verilmediği takdirde, materyal ne kadar güncellenirse güncellensin tam anlamıyla başarıya ulaşılması beklenmemelidir. Başta sosyal bilgiler öğretmenleri ve diğer branşlardaki öğretmenler tarafından verilen bu dersin kendi içindeki potansiyeli ancak alan uzmanları tarafından ortaya çıkarılabilir. Ayrıca dersin haftada iki saat seçmeli olması ve ortaokul 7 ve 8. sınıflarda tek bir dönemlik olarak verilmesi, dünyadaki gelişmelere bakıldığında yetersiz kalmaktadır. Çocuklarda medya okuryazarlığı bilinci oluşturulması ve dijital okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesi

için medya okuryazarlığı dersi okul öncesi dönemden başlamak suretiyle eğitim-öğretim müfredatına dâhil edilmelidir. Ayrıca çocuklarda ve gençlerde “medyayı zaten biliyoruz” algısı vardır. Bu algı değişmeden, medya okuryazarlığı dersi de seçmeli olduğu sürece daha fazla öğrenciye ulaşması pek mümkün değildir. Böylece her branştaki öğretmenin medya eğitiminin önemine inanmaları ve çocukları da buna ikna etmeleri beklenmektedir. Ailelerin de bu eğitime destek vermeleri geniş bir katılımı getirecektir. Mevcut medya okuryazarlığı muhatapları çerçevesinde çocukların eğitiminin sadece okul içerisinde olması, ebeveynlerin sürece dâhil edilmemesi süreci olumsuz etkilemektedir. Bu durum, öğretmenlerin işini de zorlaştırmaktadır. Kanaatimizce medya okuryazarlığı dersini verecek öğretmenler bakımından aşağıdaki iki yoldan biri seçilmelidir:

- 1- Medya okuryazarlığı dersi iletişim fakültelerinde bir yıl boyunca (iki dönem) sürececek şekilde ve mecburî ders olarak müfredatta yerini almalıdır. Ayrıca bu öğrenciler formasyon eğitiminden geçirilerek atamaları yapılmalıdır. Ancak iletişim fakültelerinde bu ders uzmanlık alan dersi olarak öngörülmesi ve bu dersi verecek öğretim elemanının da dersi verme yeterliliği olmalıdır. Diğer bir deyişle, bu dersi verecek öğretim elemanı medya okuryazarlığı üzerine akademik ve bilimsel çalışmalar yapmış olmalıdır.
- 2- Ankara, İstanbul ve İzmir illerindeki köklü eğitim fakültelerinde (Gazi, Atatürk, Marmara ve Buca Eğitim Fakültesi) medya okuryazarlığı anabilim dalı kurulmalıdır. Bu suretle bu öğrenciler hem medya okuryazarlığı alanında uzmanlaşmış hem de eğitim-öğretim boyunca formasyon eğitimi almış olacaklardır. Bununla birlikte, kısa yoldan bir çözüm olarak ülkemizdeki okullarda bu dersi vermekte olan çeşitli branşlardaki öğretmenler behemehâl en az bir ay hizmet içi eğitimden geçirilmelidir. Nihayet medya okuryazarlığı alanı bir uzmanlık alanı olarak lisansüstü eğitime (tezli-tezsiz) açık olmalıdır.

Ailelerin medya okuryazarlığı eğitimi için de ivedilikle harekete geçilmelidir. RTÜK ve MEB dışında konuyla ilgili diğer kurumların yeterince sorumluluk almadığı görülmektedir. En azından internet ortamı dışında sistemli çalışmalara rastlanmamıştır. STK ve üniversiteler bazında ise konuya ilgi bağlamında önemli çalışmalar yapıldığı fakat bunların da devamının gelmediği görülmekte ve

gözlenmektedir. RTÜK ve çocuklar arasındaki sorumluların (aile, öğretmen, medya hizmet sağlayıcıları) eğitimine önem verilmediği takdirde, evde başlayıp okulda, medyada ve sivil toplumda devam eden, kısacası hayat boyu süren bir medya okuryazarlığı bilincinden bahsetmek mümkün değildir. Bu manada konunun bireyler tarafından talep edilir duruma getirilmesi için “medya okuryazarlığı” projesinin kamu spotu niteliğinde ve tanıtıcı film şekliyle tüm medya mecralarında yayını-yayımı sağlanmalıdır. Mevzubahis çocuklar ise daha samimi ve geniş katılımlı bir çerçeve oluşturmak zorunludur. Bugün bazı özel eğitim merkezlerinde okul öncesine yönelik çocukların medyaya karşı bağımlılığını önlemek için “dijital bağımlılığa karşı oyun” temalı programlar geliştirilmiştir. Çocukların eğitim hayatlarında diğer derslerin önünde de engel teşkil eden medya bağımlılığı ancak okul öncesi eğitimle mümkündür. Ayrıca bireylerin fikir ve hayâl dünyalarının gelişmesinde klasik okuryazarlığın önemi sürekli güncel kalması gereken bir konudur. Bu hususa da ayrıca önem verilmelidir.

Tez çalışması itibari ile kitle iletişim araçlarının sürekli gelişerek ve yenilenerek bireylerin hayatında önemli bir yer işgal ettiği vurgulanmaya çalışılmıştır. Bu basın-yayın organları, bireylerin hayatında birçok şeyi kolaylaştırdığı gibi birçok şeyi de zorlaştırmaktadır. Tüm bu yönleri ile ele alındığında, medya okuryazarlığı eğitiminin önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Kısacası medya okuryazarlığı oldukça geniş bir kavram olup, içerisinde yazılı basın okuryazarlığı, radyo ve televizyon okuryazarlığı, sinema filmleri okuryazarlığı, internet okuryazarlığı, sosyal medya okuryazarlığı, teknoloji okuryazarlığı ve bilişim okuryazarlığı yer almaktadır. Ayrıca tezde özellikle vurgulandığı üzere televizyon izleme bağımlılığı, internet bağımlılığı ve nihayet sosyal medya bağımlılığı (*hikikomori*) günümüzde dünya genelinde küçüklerde ve gençlerde oldukça yaygındır. Medya okuryazarlığı dersinde tüm çocukların medyaya eşit seviyede oldukları ön kabulünden bir an önce vazgeçilmelidir. İlgili uzmanlar tarafından geliştirilecek testler, ailelerin görüşleri çerçevesinde çocukların medya ile olan bağı tespit edilmelidir. Medya bağımlısı olan çocukların tedavisi için ilgili yerler ile irtibata geçilmesi gerekmektedir. Bu durum bugün ciddiyetle ele alınmaz ise yakın gelecekte devlet ve bireyler için -tıpkı sigara ve alkol bağımlılığı gibi- yeni mücadele alanlarını doğuracağı kesindir. Dolayısıyla kanaatimizce yeni gelişmeler ve kitle iletişim araçlarından en iyi, verimli ve etkili şekilde yararlanma ve bunun yanında bunların sakınca ve zararlarından nasıl

korunma sağlanacağı yollarının hem teorik hem de uygulamalı olarak öğretilmesi bakımından medya okuryazarlığı eğitiminin daha geniş kesime yaygınlaştırılması ve konu ile ilgili tüm paydaşların sorumluluğunun fark ettirilmesi sağlanmalıdır.

Medya Okuryazarlığı dersi bakımından “dersin mecburi mi – seçmeli mi?”, “müfredatının güncellenmesi”, “öğrencilerin derse ilgisinin artırılması”, “dersin verileceği sınıf seviyesinin belirlenmesi”, “dersi verecek öğretmenlerin yetiştirilmesi”, “bunun için de öncelikle formatör öğretmenlerin yetiştirilmesi” ve “hemen her branştaki derslerde ilgili olduğu ölçüde öğretmenler tarafından o derse ilişkin olarak medya okuryazarlığına yer verilmesi”, mevcut durumda “bu dersi veren öğretmenler bu dersin konularını işlemek yerine kendi derslerine takviye çalışmaları yapmalarının önlenmesi” vb. sorunlar çözüm beklemektedir.

Nihayet, medya insanların günlük hayatlarının önemli bir kısmını işgal etmektedir. Basın-yayının yani medyanın tezde vurgulandığı üzere çok sayıda yararının yanında ciddi anlamda birtakım sakınca ve zararları (sağlık, şiddet, genel ahlâka aykırılık- erotizm, müstehcenlik ve pornografi-, intihara özendirme, kişilik haklarının ihlali, zaman çalma, kültür yozlaşması, bilgi kirliliği, bağımlılık vb.) mevcuttur. Bu itibarla işbu tez, “Hipodermik İğne” (Sihirli Mermi), “Bilişsel Gelişim Kuramı”, “Medya Bağımlılığı” ve “Medyanın Toplumsal Sorumluluk Teorisi” (ANY. m. 12/2) üzerine inşa edilmiştir. O halde, düstur, “hür fakat sorumlu basın-yayın” olmalıdır.

KAYNAKLAR

- Akıntürk, T., Karaman, A. D. (2015). *Medeni Hukuk*. (Yirminci Baskı). İstanbul: Beta Yayınevi.
- Alagözlü, Ç. (2013). *Türkiye’de ve AB ülkelerinde Medya Okuryazarlığı “Örnek İncelemeler”*. Ankara: Özbaran Ofset Matbaa.
- Alemdar, K., Kaya, R. (1983). *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar*. Ankara: Savaş Yayınevi.
- Algan, E. (2016). Medya Okuryazarlığı Alanında Teorik ve Pratik Yaklaşımlar. M. Cinman Şimşek ve N. Türkoğlu. (Editörler). *Medya Okuryazarlığı*. (Birinci Baskı). İstanbul: Pales Yay., s. 65-74.
- Altun, A. (2005). *Gelişen Teknolojiler ve Yeni Okuryazarlıklar*. Ankara: Anı Yay.
- Apak, Ö. (2012). *Türkiye, Finlandiya ve İrlanda İlköğretim Programlarının Medya Okuryazarlığı Eğitimi Açısından İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Avrupa Konseyi (2006). *İnternet Okuryazarlığı El Kitabı (The Internet Literacy Hand Book)*. (Çev. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu). Ankara.
- Aziz, A. (1982). *Toplumsallaşma ve Kitleleşme İletişim*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksek Okulu Yay. No: 2.
- Aziz, A. (2002). *Radyo Yayıncılığı*. (İkinci Baskı). Ankara: Nobel Yay.
- Aziz, A. (2012). *İletişime Giriş*. (Dördüncü Baskı). İstanbul: Hiperlink Yay.
- Başal, H. A. (2012). *Gelişim ve Psikoloji: “Nasıl mutlu ve Başarılı Çocuk Yetiştirebilirim?”*. Bursa: Ekin Yay.
- Berk, E. L. (2013). *Bebekler ve Çocuklar- Doğum Öncesinden Orta Çocukluğa*. (Yedinci Basım). (Çev. Işıkoğlu Erdoğan, N.). Nobel Akademik Yay.
- Bilge, N. (2005). *Hukuk Başlangıcı - Hukukun Temel Kavram Kuramları*. (On dokuzuncu Baskı). Ankara: Turhan Kitabevi.
- Bilici, İ. E. (2014). *Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi*. (Birinci Basım). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. LTD. ŞTİ.
- Binark, M., Gencel Bek, M. (2010). *Eleştirel Medya Okuryazarlığı Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar*. (Üçüncü Baskı). İstanbul: Kalkedon Yay.
- Briggss, A., Burke, P. (2011). *Medyanın Toplumsal Tarihi*. (Birinci Baskı). (Çev. Yolsal, Ü.H., Uzun, E.). İstanbul: Kırmızı Yay.
- Buluş, B. (2017). *Yetişkin Yeni Medya Okuryazarlığı: Avrupa Birliği ve Türkiye Örnekleri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Can Maraşlı, M. (2017). *Avrupa Birliği'ne Uyum Bağlamında Radyo ve Televizyon Yayınlarında Denetim, Uygulamada Ortaya Çıkan Sorunlar ve Özdenetim*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Cankaya, Ö. (1997). *Dünden Bugüne Radyo Televizyon (Türkiye'de Radyo-Televizyonun Gelişim Süreci)*. (Birinci Basım). İstanbul: Beta Basım-Yayım Dağıtım A.Ş.
- Cinman Şimşek, M. (2016). Sunuş. Cinman Şimşek, M. ve Türkoğlu, N. (Editörler). *Medya Okuryazarlığı*. (Birinci Baskı). İstanbul: Pales Yay., s. 11-12.
- Cirhinlioğlu, F. G. (2010). *Çocuk Gelişimi ve Ruh Sağlığı*. (İkinci Baskı). Nobel Yayın Dağıtım.
- Çakmak, E. (2010). *İngiltere ve Türkiye'deki İlköğretim Medya Okuryazarlığı Eğitim Program ve Uygulamalarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Çalgüner, İ. (1997). Kişi Hakları ve Özel Hayatın Gizliliği. *RTÜK İletişim Dergisi*. Yıl: 1, Sayı: 2 (Ekim-Kasım), s. 10-11.
- Çapman, N. (1970). *Kitle Haberleşmesi*. İzmir: Etiket Matbaası.
- Çiftci, A. (1993). *Türkiye'de Radyo ve Televizyon Yayıncılığında Çoğulcu Sisteme Geçişin Hukukî Yönü*. Ankara.
- Çiftci, A. (1999). *Uluslararası Hukuk Açısından Radyo ve Televizyon Hukuku*, Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi.
- Çiftci, A. (2000). İntihar Haberleri ve Hukukî Yönü. *RTÜK İletişim Dergisi*. Yıl: 3, Sayı: 17. (Mayıs-Haziran), s. 17-34.
- Çiftci, A. (2001). Mukayeseli Hukuk Açısından Film Denetim Sistemleri ve 3257 Sayılı Sinema, Video ve Müzik Eserleri Kanunu'nun Getirdiği Sistem. Selçuk Üniversitesi, *Selçuk İletişim Dergisi*, 2001, Cilt: 2, Sayı: 1, s. 16-35.
- Çiftci, A. (2013). 1. *Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Kongre Kararları ve Tutanağı Kitabı*. (Yayıma Hazırlayanlar, Şirin, M. R., Avşar, A., Akçakaya, A. ve Ünal, Y.) İstanbul: Çocuk Vakfı Yay., s. 103-104.
- Çiftci, A. (2018). *Vatandaşlık Bilgisi Demokrasi ve İnsan Hakları*. (Altıncı Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Çiftci, A., Kırgıl, S. (2018). *Türk Basın-Yayın Mevzuatı (içtihatlı)*. (Üçüncü Baskı). Ankara: Adalet Yayınevi.
- Çoban, B. (2016). Barış Okuryazarlığı, Alternatif Medya ve Yurttaş Gazetecilik., E. Küçük Durur. (Editör). *Medya Okuryazarlığı*. (Birinci Basım). Ankara: Siyasal Yayın Dağıtım, s. 157-188.

- Çolak, İ. N. (2013). *Kitle İletişim Hukuku* (Üçüncü Baskı). İstanbul: On İki Levha Yayıncılık A. Ş.
- Çoşkun, S. (2018a). *50 Yazıda Toplum ve Medya*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çoşkun, S. (2018b). *Radyo ve Televizyon Yayın Hizmetlerinde Denetim*. Ankara: Adalet Yayınevi.
- Demiray, U. (Ed.) (1988). *Kitle İletişim Araçları ve Boş Zaman*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı Yay. No: 006.
- Dökmen, Ü. (2003). *İletişim Çatışmaları ve Empati*. (Yirmi Üçüncü Baskı). İstanbul: Sistem Yay.
- Dönmezer, S. (1982). *Sosyoloji*. Ankara: Savaş Yayınevi.
- Dönmezer, S. (1994). *Toplum Bilim*. (On birinci Baskı). İstanbul: Beta Basım, Yayım.
- Dönmezer, S., Bayraktar, K. (2013). *Basın Hukuku*. (Beşinci Bası). İstanbul: Beta Basım A. Ş.
- Ekşioğulları, M. (2018). *Medya Okuryazarlığı Eğitim ve Uygulamalarının Eleştirel Bağlamda, Kanada, Almanya, Norveç'in Türkiye ile Değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Erdoğan, İ., Alemdar, K. (2005). *Öteki Kuram*. (İkinci Baskı). Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- Ergin, H., Yıldız, A. (2014). *Gelişim Psikolojisi*. (Beşinci Basım). Nobel Yay.
- Erkılıç, G. (2012). *Sinema Tarihi*. (Seminer Notu). Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Ertürk, Y.D., Akkor Gül, A. (2006). *Çocuğunuzu Televizyona Teslim Etmeyin Medya Okuryazarı Olun*. (Birinci Basım). Ankara: Nobey Yay.
- Evliyaoğlu, G. (1987). *İletişim Psikolojisi-Psikolojik İletişim*. Ankara: Cemiyet Matbaası.
- Gedik, Ö. (2008). *Türk Yargı Kararları Çerçevesinde Türkiye'de Kitle İletişim Özgürlüğü*. (Birinci Baskı). Ankara: Seçkin Yay.
- Gökçe, O. (2003). *İletişim Bilimine Giriş*. (Beşinci Bası). Ankara: Turhan Kitabevi.
- Gölcüklü, F. (1970). *Haberleşme Hukuku*. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Güriz A. (2011). *Hukuk Başlangıcı*. (On Üçüncü Baskı). Ankara: Ekinoks Yayınevi.
- Gürüz, D. ve Temel Eğinli, A. (2011). *Kişilerarası İletişim Bilgiler - Etkiler - Engeller*. (İkinci Baskı). Ankara: Nobel Yay.
- Ilgaz Büyükbaykal, C. (2018). *Medya Okuryazarlığı Eğitimi*. İstanbul: Der Yayınları.

Işık, M. (2005). *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*. (İkinci Baskı). Konya: Eğitim Kitabevi.

Işık, M. (2007). *Televizyon ve Çocuk*. Konya: Eğitim Kitabevi Yay.

İçel, K. (2018). *Kitle İletişim Hukuku*. (On Üçüncü Bası). İstanbul: Beta Basım A. Ş.

İktisadi Araştırmalar Vakfı (1994). *Kitle İletişim Araçları ve Kamuoyu*. İstanbul.

İnal, K. (2016). *Medya Okuryazarlığı Elkitabı*. (İkinci Baskı). Ankara: Ütopya Yayınevi.

İnceoğlu, Y. (2016). Medyayı Doğru Okumak. Cinman Şimşek, M. ve Türkoğlu, N. (Editörler). *Medya Okuryazarlığı*. (Birinci Baskı). İstanbul: Pales Yay., s.19-24.

İnternet: "8 Yaşındaki Çocuğun Parkta Akıl Almaz Ölümü", (31 Ekim 2018). *Hürriyet*. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/8-yasindaki-cocugun-parkta-akilalmaz-olumu-41002661> adresinden 31 Ekim 2018'de alınmıştır.

İnternet: Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. *Aile Eğitim Programı*. <https://www.aep.gov.tr/egitim-icerikleri/medya/> adresinden 12 Kasım 2018'de alınmıştır.

İnternet: Altun, A. (2011). Unesco'nun Medya Okuryazarlığı Eğitimi Faaliyetlerine Toplu Bir Bakış (1977-2009). *Milli Eğitim*. (191). Yaz, 86-107. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/442533> adresinden 26 Temmuz 2018 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Arhan, S., Yavuz, İ. (2016). Medya Okuryazarlığı Dersine Yönelik Millî Eğitim Bakanlığı Politikaları. *Çocuk ve Medeniyet Dergisi*. Cilt: 1, Sayı 2, s. 95-110. <http://cocukvemedeniyet.cocukvakfi.org.tr/index.php/CMD/article/view/40> adresinden 25 Eylül 2018'de alınmıştır.

İnternet: Arvas, İ., S. (2011). Basında Sosyal Sorumluluk Anlayışı Bağlamında Günümüz Türkiye'sindeki Özdenetim Uygulamaları. *Erciyes İletişim Dergisi*. Cilt: 2, Sayı: 2, s.82-92. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/66317> adresinden 15 Mayıs 2016'da alınmıştır.

İnternet: Asrak Hasdemir, T. (2012). Gelenekselden Yeni Medya Okuryazarlığına: Türkiye Örneğinde Bir Değerlendirme. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Yıl 5, Sayı 2, s. 23-40. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/86050> adresinden 17 Ekim 2018'de alınmıştır.

İnternet: Ateş, V. *Büyük Sorular*. Habertürk Televizyonu. İstanbul: 11 Kasım 2018.

İnternet: Aufderheide, P. (1993). *Medya Okuryazarlığında Genel İlkeler*. <http://newsreel.org/articles/aufderhe.htm> 8 Temmuz 2018'de alınmıştır.

İnternet: Avrupa Konseyi (2018). İnternet: *Avrupa Konseyinden, Dijital Dünyada Çocuk Hakları Tavsiye Kararı* https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/haber_goster.php?Guid=31DBEF1D-

3A0A-45DC-86C5-1A94543A30EC adresinden 26 Temmuz 2018'de alınmıştır.

İnternet: Avşar, Z. (2014). Medya Okuryazarlığı. T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü. *İletişim ve Diplomasi Dergisi*. Ocak 15. s. 2. <http://www.iletisimvediplomasi.com/medya-okuryazarligi-prof-dr-zakir-avsar/> adresinden 15 Aralık 2018'de alınmıştır.

İnternet: Ayhan, B., Çavuş, S. (2014). İzleyici Araştırmalarında Değişim: Kullanımlar Ve Doyumlardan Bağımlılığa. *Selçuk İletişim*, 8 (2), s.32-60

İnternet: BBC Türkçe (2019). "Mavi Balina oyunundan kurtulanlar anlatıyor: *Tam anlamıyla sanal ölüm tuzağı*". (2019 Ocak). <https://www.bbc.com/turkce/41281200> adresinden 2 Temmuz 2018'de alınmıştır.

İnternet: BTK. (2016). *İnternetin Riskleri ve Zararları*. <http://internet.btk.gov.tr/internetin-riskleri-ve-zararlari-detay-61.html> adresinden 2 Ağustos 2018'de alınmıştır.

İnternet: BTK. (2019). *Güvenli Web*. <http://www.guvenlinet.org/> adresinden 10 Ekim 2018'de alınmıştır.

İnternet: Cengiz, S. A. (2012). Medya İntihara Özendiriyor. <https://www.haberler.com/medya-intihara-ozendiriyor-3547789-haberi/> adresinden 6 Mayıs 2018'de alınmıştır.

İnternet: Cinman Şimşek, N. (2018). Medya Okuryazarlığı Dersi Zorunlu Olmalı (2018, 13 Nisan). *Academilist Dijital Kültür Akademisi*. <http://academilist.com/medya-okuryazarligi-dersi-zorunlu-olmalı/> adresinden 14 Kasım 2018'de alınmıştır.

İnternet: Çiftci, A. , Baykal, K. C. (2009 Mart 05-07). *Medya ve Kadın*. Sakarya Üniversitesi Rektörlüğü Uluslararası – Disiplinlerarası Kadın Çalışmaları Kongresi. Sakarya. http://www.kadinkongre.sakarya.edu.tr/kadin_calismalari_kongresi_cilt_2.pdf adresinden 9 Kasım 2018'de alınmıştır.

İnternet: Erdin, Ç. (2017). Radikal Selefi Örgütlerin Sosyal Medya Kullanımı: IŞİD Örneği. *Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. Cilt 1, Sayı 2. <http://dergipark.gov.tr/busad/issue/33927/364689> adresinden 2 Ağustos 2018'de alınmıştır.

İnternet: Esenay, I.,F., Conk, Z. (2006). Medya ve Çocuk: Hemşirelik Tanıları Doğrultusunda Bir İnceleme. *Ege Üniversitesi, Hemşirelik Yüksekokulu, Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Hemşireliği A.D.* Yıl: 8 Cilt: 3 Sayı:10., s. 91-102. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/197975> adresinden 27 Ağustos 2018'de alınmıştır.

İnternet: Gençlik ve Spor Bakanlığı. "*Farkındayız*", <http://farkındayiz.gov.tr/> adresinden 23 Ekim 2018'de alınmıştır.

İnternet: Gökulu, G., Hosta, N. (2013). Basında Kadına Yönelik Şiddet Haberlerinin Analizi: Hürriyet, Sabah ve Posta Gazeteleri Örneği (2005-2008). *The Journal of Academic Social Science Studies, International Journal of Social Science*. Şubat 2013, 1829-1850. http://www.jasstudies.com/Makaleler/2136178431_95G%C3%B6kuluG%C3%B6khan-vd_S-1829-1850.pdf adresinden 29 Ağustos 2018 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Guido, M. (2017). *Medya Okuryazarlığını Öğretmek: Öneri ve 10 Etkinlik Önerisi*. https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/haber_goster.php?Guid=A4E2D1C4-E422-4C9D-8FC1-2052D8BD2A39 adresinden 24 Mart 2019'da alınmıştır.

İnternet: Gün, M., Kaya, İlhami (2017). Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Uygulamasının Öğrencilere Katkıları Üzerine Bir Değerlendirme. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (AEÜSBED)*, Cilt 3, Sayı 2, S. 119-132. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/389870> adresinden 26 Kasım 2018'de alınmıştır.

İnternet: Hürriyet. (2007). Hikikomori Hastalığı Türk Gençliğini de Tehdit Ediyor. <http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/hikikomori-hastaligi-turk-gencligini-de-tehdit-ediyor-7276911> adresinden 12 Eylül 2018'de alınmıştır.

İnternet: Işık, U., Topbaş, H. (2015). Facebook ve Bağımlılık: Medya Bağımlılığı Araştırması. *The Journal of Academic Social Science Studies*, (32), 319-336. https://www.jasstudies.com/Makaleler/181026703_24Yrd.%20Do%C3%A7.%20Dr.%20Umur%20I%C5%9EIK.pdf adresinden 19 Eylül 2018 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Akgül, A. (2016). Kişisel Verilerin Korunmasında Yeni Bir Hak: "Unutulma Hakkı" Ve Ab Adalet Divanı'nın "Google Kararı". *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*. 116, s. 11-38. <http://tbbdergisi.barobirlik.org.tr/m2015-116-1440> adresinden 20 Kasım 2018'de alınmıştır.

İnternet: Akıllı işaretleri Kodlayıcı Uygulama Rehberi <https://www.rtuk.gov.tr/yayinci-duzenlemeleri/3746/5047/akilli-isaretleri-kodlayici-uygulama-rehberi.html> adresinden 30 Eylül 2018'de alınmıştır.

İnternet: Karaca, Y., Pekyaman, A., Güney H. (2007). Ebeveynlerin Televizyon Reklam İçeriklerinin Çocuklar Üzerindeki Etkilerini Etik Açısından Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*. Cilt: IX, Sayı: 2, Aralık, s. 233-250. <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423867240.pdf> adresinden 2 Eylül 2018'de alınmıştır.

İnternet: Karagöz, K. (2018). Post-Truth Çağında Yayıncılığın Geleceği. *TRT Akademi*. Cilt 3, Sayı 6, Temmuz, Ekran Kültürü, s. 680-708. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/516966> adresinden 3 Ekim 2018'de alınmıştır.

İnternet: Kaya, K., Akgündüz, E., Çelik, E. B., Çekin, N., Hilal, A. (2018). Medyada Sıradanlaşan Kavram; 'Cinsel Şiddet'. *Ahi Evran Medical Journal*. 2018; Sayı:

1 19-20. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/458810> adresten 3 Mayıs 2018'de alınmıştır.

İnternet: MEB. (2018). *Ortaokul ve İmam Hatip Ortaokulu Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali*.
<http://img.eba.gov.tr/828/064/563/65b/f99/994/409/a4e/74a/dca/75c/a36/9c7/9a0/002/82806456365bf99994409a4e74adca75ca369c79a0002.pdf>
 adresinden 10 Ocak 2019'da alınmıştır.

İnternet: Medya Eğitim Derneği (2018). <http://www.themea.org.uk/> adresinden 19 Temmuz 2018' de alınmıştır.

İnternet: Medya Eğitim Merkezi (2018). <https://www.englishandmedia.co.uk/> adresinden 17 Ekim 2018'de alınmıştır.

İnternet: Medya Okuryazarlığı Derneği. (2018). <https://medyaokuryazarligi.org/> adresinden 25 Eylül 2018'de alınmıştır.

İnternet: OFCOM. (2018). *OFCom Çalışma Alanı*. <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/what-is-ofcom> adresinden 20 Temmuz 2018'de alınmıştır.

İnternet: Oğuz, Ö., Ürün, Ş. (Editörler). Unesco Türkiye Millî Komisyonu 2012-2013 Faaliyet Raporları.
http://www.unesco.org.tr/Content_Files/Content/Yayinlar/faaliyet_raporu_2014.pdf adresinden 29 Ağustos 2018'de alınmıştır.

İnternet: Öztürk, N. (2012). "İzleyiciden Gelen Şikâyetler Günöbirlik Olarak Yayıncılara İletiliyor" (2012 7 Şubat). *Haberlercom*.
<https://www.haberler.com/izleyiciden-gelen-sikayetler-gunubirlik-olarak-3337904-haber/> adresinden 13.11.2018'de alınmıştır.

İnternet: Pasos Devrani, E. (2017). Medyada "Öteki"nin Temsili: Etnik Komediler. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*. Cilt:5, sayı: 2, sayfa 926-949. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/357916> adresinden 6 Eylül 2017'de alınmıştır.

İnternet: RTÜK Şikâyet ve Beğeniler, <https://www.rtuk.gov.tr/gorus-ve-onerileriniz> 3 Ekim 2018'de alınmıştır.

İnternet: RTÜK. (2012a). *Medya Okuryazarlığı Dersi*. <https://www.rtuk.gov.tr/rtuk-arastirmalari/3726/1986/2012-yili-kamuoyu-arastirmalari.html> adresinden 23 Temmuz 2018'de alınmıştır.

İnternet: RTÜK. (2016a). *Medya Okuryazarlığı Nedir?*
https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=B7AA7732-1593-4B32-BDE5-D76E64C2A5FA&MenuId=2 adresinden 11 Kasım 2018'de alınmıştır.

İnternet: RTÜK. (2016b). *Medya Okuryazarlığı Çalıştayı 2012*.
https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/hizliersim_icerik_goster.php?Guid=64F17969-085E-4315-99CD-222D054F9BF0&Id=4 adresinden 22 Ekim 2018'de alınmıştır.

İnternet: RTÜK. (2017). *RTÜK Medya Okuryazarlığı Resmî İnternet Sayfası*. <https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/> adresinden 25 Ekim 2018'de alınmıştır.

İnternet: RTÜK. (2018). *Çocuk ve Aileler İçin Medya Okuryazarlığı*, <https://www.rtuk.gov.tr/aile-cocuk-3704> adresinden 25 Ekim 2018'de alınmıştır.

İnternet: RTÜK. (2018a). *2018 Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı (Ortaokul ve İmam Hatip Ortaokulu 7 veya 8. Sınıflar)*. <https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/userfiles/files/MOY%202018%20Ogretim%20Programi.pdf> adresinden 27 Eylül 2018'de alınmıştır.

İnternet: RTÜK. (2018b). *RTÜK Şikayet Var*. <https://www.sikayetvar.com/rtuk> adresinden 13 Kasım 2018'de alınmıştır.

İnternet: RTÜK. (2018b). *Yanılıcı Habere Çok Boyutlu Yaklaşım – A Multi-Dimensional Approach to Disinformation* <https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/userfiles/files/HLEG%20rapor.pdf> adresinden 30 Aralık 2018'de alınmıştır.

İnternet: Selçuk, Z. (2018). *TRT Uluslararası Çocuk Medyası Konferansı..* <http://www.meb.gov.tr/trt-uluslararasi-cocuk-medyasi-konferansi/haber/17578/tr> adresinden 29 Kasım 2018'de alınmıştır.

İnternet: Simav, Ö. (2014, Mart 27). *Hikikomeri 21. yüzyıl Hastalığı*. <https://dunyalilar.org/giderek-antisosyallesiyoruz.html/> adresinden 2 Aralık 2018'de alınmıştır.

İnternet: Şakiroğlu, M. (2018). *Çocukları Sanal Dünyadan Koruma Kılavuzu. "TRT 7. Uluslararası Çocuk Medyası Konferansı"*. <https://www.trtcocukmedyasikonferansi.com/uploads/2018/12/20/44f502dda0d749cb9388fe2445122187.pdf> adresinden 30 Aralık 2018'de alınmıştır.

İnternet: Tağrikulu, P., Kesten, A. (2018). 2006 ve 2013 yılı Medya Okuryazarlığı Öğretim Programlarının Öğretmen Görüşleri Çerçevesinde Karşılaştırılması. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*. Cilt: 51, Sayı 2, s. 1-28. https://www.researchgate.net/publication/326251551_2006_ve_2013_Yili_Medya_Okuryazarligi_Ogretim_Programlarinin_Ogretmen_Gorusleri_Cercevesinde_Karsilastirilmesi adresinden 25 Eylül 2018'de alınmıştır.

İnternet: Tanrıverdi B., Apak, Ö. (2010). Türkiye, Finlandiya ve İrlanda İlköğretim Programlarının Medya Okur-Yazarlığı Eğitimi Açısından Karşılaştırılması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri / Educational Sciences: Theory & Practice* 10 (2) Bahar / Spring 2010, 1153-1213. http://akademikpersonel.kocaeli.edu.tr/ozlemapak/sci/ozlemapak02.12.2013_13.38.52sci.pdf adresinden 17 Temmuz 2018 tarihinde alınmıştır.

İnternet: TRT ÇOCUK Resmî İnternet Sayfası. <https://www.trtcocuk.net.tr/kurumsal/hakkimizda> adresinden 23 Eylül 2018'de alınmıştır.

- İnternet: Türk Dil Kurumu, *Güncel Türkçe Sözlük*. (2018). *Şiddet Nedir?* http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c1a20fb18ab16.96496173 adresinden 2 Ağustos 2018'de alınmıştır.
- İnternet: UNESCO (2019). *UNESCO Medya Okuryazarlığı Beş Yasası*, <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/> adresinden 23 Mart 2019'da alınmıştır.
- İnternet: UNESCO Profesyonellerle Etik İlişkiler için El Kitabı. (Çev. RTÜK). https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/userfiles/files/profesyoneller_icin_medya_egitimi.pdf adresinden 30 Temmuz 2018'de alınmıştır.
- İnternet: Uslu, Y. (2017). Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyalinin Görsel Tasarım Açısından İncelenmesi. *Medeniyet Sanat, İMÜ Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Dergisi*. Cilt: 3, Sayı: 2, s. 156-166. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/395680> adresinden 22 Ekim 2018'de alınmıştır.
- İnternet: Üney, R. (2016). Sosyal Medyanın Faydaları ve Yararları. (2016 13 Ağustos). *Milliyet*. <http://www.milliyet.com.tr/sosyal-medyanin-faydolari-ve-zararlari-istanbul-yerelhaber-1512124/> adresinden 15 Ekim 2018'de alınmıştır.
- İnternet: Vatan Gazetesi (2013). *Danıştay genel ahlaka aykırı buldu! (2013, 20 Mayıs)*. *Vatan*. <http://www.gazetevatan.com/danistay-genel-ahlaka-aykiri-buldu--539655-medya/> adresinden 8 Eylül 2018'de alınmıştır.
- İnternet: Yavanoğlu, U., Sağıroğlu, Ş., Çolak, İ. (2012). Sosyal Ağlarda Bilgi Güvenliği Tehditleri ve Alınması Gereken Önlemler. *Politeknik Dergisi*. Cilt 15, Sayı 1. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/385621> adresinden 2 Ağustos 2018'de alınmıştır.
- İnternet: Yerlikaya, İ. (2018). *RTÜK Başkanı Prof. Dr. İlhan Yerlikaya, ALKÜ'de Medya Okuryazarlığını Anlattı*. <https://www.rtuk.gov.tr/haberler/3787/6790/rtuk-baskani-prof-dr-ilhan-yerlikaya-alkude-medya-okuryazarligini-anlatt.html> adresinden 25 Aralık 2018'de alınmıştır.
- İnternet: Carpenter, (J). (Yönetmen). *They Live (Onlar Yaşıyor)*. Yapım yeri: ABD, Yapım Yılı: 1988.
- İnuğur, M.N. (2002). *Basın ve Yayın Tarihi*. İstanbul: Der Yay.
- Jols, T., Thoman, E. (2008). *21. Yüzyıl Okuryazarlığı Medya Okuryazarlığına Genel Bir Bakış ve Sınıf İçi Etkinlikler*. (Çev/Ed. Elma, C., Kesten, A.vd.). Ankara: Ekinoks Yayınevi.
- Kara, U. M. (2014). *Kimlik Oyunu Video Oyunları, Yeni Medya ve Kimlik*. (Birinci Baskı). İstanbul: İletişim Yayıncılık.

- Karaduman E., Gökgöz, G. (2017). TRT Yerli Çocuk Programlarında Çocukluğun İnşası: Eğitim, Toplumsallaşma, Politik Özne Biçimleri. *TRT Akademi-Medya ve Çocuk*. Cilt:2, sayı: 4, s. 376-397.
- Karaosmanoğlu, K., Dinçer Durmuş, O. (2016). Reklamlar Aracılığıyla Değişen Genç Ebeveyn Kimlikleri. Cinman Şimşek, M. ve Türkoğlu, N. (Editörler). *Medya Okuryazarlığı*. (Birinci Baskı). İstanbul: Pales Yay., s. 225-236.
- Köksal Akyol, A. (2015). Bilişsel Gelişim. A. Ulusoy.(Ed.). *Gelişim ve Öğrenme Psikolojisi* .(Sekizinci Baskı). Ankara: Anı Yay.
- Mckay, M., Fanning, P. (2012). *Özgüven*. (Yedinci Baskı). (Çev. Atay, F. G.). Ankara: Arkadaş Yayınevi.
- Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu. (2008). *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu*. Ankara.
- Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu. (2007). *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi – Öğretmen El Kitabı*. Ankara: RTÜK Yay.
- Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu. (2014). *Ortaokul ve İmam Hatip Ortaokulu Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali*. Ankara.
- Mutlu, E. (2008). *Televizyonu Anlamak*. Ankara: Ayraç Kitabevi. Ertürk, Y.D., Akkor Gül, A. (2006). *Çocuğunuzu Televizyona Teslim Etmeyin Medya Okuryazarı Olun*. (Birinci Basım). Ankara: Nobel Yay.
- Mutluay, N. (2007). *Yunan ve Roma Uygarlığında Çocuk*. Ankara: Ütopya yayınevi.
- Orhon, E. N. (2013). Çocuk ve Medya. 1. *Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Kongre Kararları ve Tutanağı Kitabı*. (Yayıma Hazırlayanlar, Şirin, M. R., Avşar, A., Akçakaya, A. ve Ünal, Y.) İstanbul: Çocuk Vakfı Yay., s. 31-35.
- Oskay, Ü. (2011). *İletişimin ABC'si*. İstanbul: Der Yayınları.
- Özgen, M. (2002). *Gazetecinin Etik Kimliği*. (Üçüncü Baskı). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Özgüç, A. (1988). *Kronolojik Türk Sinema Tarihi (1914-1988)*. İstanbul: Çifttay Matbaacılık.
- Özonur, D. (2005). *Türkiye'de Sinema Filmlerini Denetleme Sistemi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Pekman. C. (2016). Avrupa Birliği'nde Medya Okuryazarlığı. Cinman Şimşek, M. ve Türkoğlu, N. (Editörler). *Medya Okuryazarlığı*. (Birinci Baskı). İstanbul: Pales Yay., s. 37-46.

- Pembecioğlu, N. (2006). *İletişim ve Çocuk; İletişim Ortamlarında Çocuk ve Reklam Etkileşimi*. Ankara: Ebabil Yay.
- Piaget, J. (2011). *Çocukta Akıl Yürütme ve Karar Verme*. (Çev. Siyavuşgil, S. E.). Palme Yayıncılık.
- Postman, N. (2013). *Teknopoli Kültürün Teknolojiye Teslim Oluşu*. Sentez Yay.
- Postman, N., Powers, S. (1996). *Televizyon Haberlerini İzlemek*. (Çev. Tunç, A.). İstanbul: Kavram Yay.
- Potter, W. J. (2004). *Theory of Media Literacy*. California: Sage Publications.
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (2006). *Televizyon Programlarındaki Şiddet İçeriğinin, Müstehcenliğin ve Mahremiyet İhlallerinin İzleyicilerin Ruh Sağlığı Üzerindeki Etkileri*. (Birinci Baskı). Ankara. RTÜK Yay.
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (2008). *Terör ve Medya*. (Birinci Baskı). Ankara. RTÜK Yay.
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu. (2002). *Radyo ve Televizyonlarda Şiddet ve İntihar Haberleri*. Ankara: RTÜK Yay.
- RTÜK (2018). *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması – 2018*. Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı. Ankara.
- Saral, A. (2013). *1. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Kongre Kararları ve Tutanağı Kitabı*. (Yayıma Hazırlayanlar, Şirin, M. R., Avşar, A., Akçakaya, A. ve Ünal, Y.) İstanbul: Çocuk Vakfı Yay., s. 15.
- Saygın, E. (2016). Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun Medya Okuryazarlığı Alanındaki Rolü. Küçük Durur, E. (Ed.). *Medya Okuryazarlığı* (Birinci Basım). Ankara: Siyasal Yayın Dağıtım, s. 327-358.
- Scognamillo, G. (1987). *Türk Sinema Tarihi (I) (II)*. Metis Yay.
- Seçkin, G. (2016). Piyasanın Tahakküm Yolu, “Modern Tüketicinin Kırılgan Bir Kimlik Aracı Kredi Kartlarının Reklamlarla Sunumu”. Cinman Şimşek, M. ve Türkoğlu, N. (Editörler). *Medya Okuryazarlığı*. (Birinci Baskı). İstanbul: Pales Yay. s. 321-344.
- Semerci, B. (2005). *Medyada Şiddete Duyarlılık*. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu. Ankara. RTÜK Yay.
- Sontag, S. (2004). *Başkalarının Acısına Bakmak*. (Birinci Basım). (Çev. Akınhay, O.). İstanbul: Agora Kitaplığı. (Eserin Orijinali 2003'te yayımlandı).
- Söylemez, S.Y. (2012). *Asya ve Okyanusya Ülkelerinde Medya Okuryazarlığı Eğitimi: Türkiye ve Yeni Zelanda karşılaştırması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli

- Şahin, A. (2011). *Öğretmenler, Öğretmen Adayları ve Medya ile Bağlı Olan Herkes İçin Eleştirel Medya Okuryazarlığı*. Ankara: Anı Yay.
- Şirin, M. R. (2013). *1. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Kongre Kararları ve Tutanağı Kitabı*. (Yayıma Hazırlayanlar, Şirin, M. R., Avşar, A., Akçakaya, A. ve Ünal, Y.) İstanbul: Çocuk Vakfı Yay.
- Taşkaya, M. (2016). Eleştirel Reklam Okuryazarlığı. Küçük Durur, E. (Ed.). *Medya Okuryazarlığı* (Birinci Basım). Ankara: Siyasal Yayın Dağıtım, s. 189-230.
- Taşkıran, N. Ö. (2017). *Medya Okuryazarlığına Giriş*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Taşkıran, N.Ö., Varlı, A. M. (2012). Avrupa Profili. N. Ö. Taşkıran. (Ed.). *Medya Okuryazarlığı: Avrupa Profili*. (Birinci Baskı). İzmit: Umuttepe Yay., s. 9-58.
- Tekinalp, Ş., Uzun, R. (2009). *Kitle İletişim Araştırmaları ve Kuramları*. (Üçüncü Baskı). İstanbul: Beta Yayınevi.
- Teksoy, R. (2009). *Sinema Tarihi (Cilt I)*. (Üçüncü Baskı). İstanbul: Oğlak Yay.
- Topuz, H. (1996). *Yüz Soruda Başlangıçtan Bugüne Türk Basın Tarihi*. (İkinci Baskı). İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Topuz, H. (2003). *II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Treske, G. (2016). Medya Okuryazarlığı: Neden Gerekli. Cinman Şimşek, M. ve Türkoğlu, N. (Editörler). *Medya Okuryazarlığı*. (Birinci Baskı). İstanbul: Pales Yay., s. 25-36.
- Türk Dil Kurumu. (y.t.y.). *Türkçe Sözlük*. Ankara: TDK Yay.
- Türkoğlu, N. (2016). Konferans Çağrısından Kitaba: Medya Okuryazarlığı. Cinman Şimşek, M. ve Türkoğlu, N. (Editörler). *Medya Okuryazarlığı*. (Birinci Baskı). İstanbul: Pales Yay. s. 9-10.
- Uğur Tanrıöver, H. (2008). "Vadi'de Büyüyen Erkek Çocuklar. Y. Giritlioğlu, N. Akıner. (Editörler). *Medya ve Çocuk Rehberi*. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları, 59-88.
- Uysal, M. (2016). Eleştirel Medya Okuryazarlığı. Küçük Durur, E., (Ed.). *Medya Okuryazarlığı* (Birinci Basım). Ankara: Siyasal Yayın Dağıtım, s. 23-52.
- Yavuzer, H. (1995). *Çocuk Psikolojisi*. (On ikinci Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yavuzer, H. (2013). *1. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Kongre Kararları ve Tutanağı Kitabı*. (Yayıma Hazırlayanlar, Şirin, M. R., Avşar, A., Akçakaya, A. ve Ünal, Y.) İstanbul: Çocuk Vakfı Yay., s. 17-18.
- Yazıcı, N. (1983). *Takvim-i Vekayi- Belgeler*. Gazi Üniversitesi Yayını No:32, Basın Yayın Yüksekokulu. Yayın No: 2. Ankara.

Yetim, N., Yetim, Ü. (2008). Medya Temsillerinde Özne ve Nesne Olarak Çocuk. *Medya ve Çocuk Rehberi*. (Editörler Giritli İnceoğlu, Y., Akıner, N.). Konya: Eğitim Kitabevi Yay.

Yılmaz, A., Taylan, A. (2016). Türkiye’de Medya Okuryazarlığının 10 Yılı: Medya okuryazarlığını Eleştirel Okumak. Küçük Durur, E. (Ed.). *Medya Okuryazarlığı* (Birinci Basım). Ankara: Siyasal Yayın Dağıtım, s. 287-326.

Anayasa (İlgili Hükümler)

Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı

Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi

Avrupa Sınır ötesi Televizyon Sözleşmesi

Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi

Çocuk Haklarına Dair Sözleşme

Görsel İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi

Temel Haklar Şartı

Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik

1117 sayılı Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu

2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu

3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun

4721 sayılı Türk Medenî Kanunu

5187 sayılı Basın Kanunu

5224 sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun

5237 sayılı Türk Ceza Kanunu

5271 sayılı Ceza Muhakemesi Kanunu

6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun





EKLER

EK-1. Takvim Gazetesi'nde 1 Temmuz 2013 tarihinde yayımlanan 'Nakavt' Başlıklı Haber



EK-2. Sinema filmlerinde içerik belirten işaret ve ibareler (koruyucu semboller)



GENEL İZLEYİCİ
KİTLESİ



7 YAŞ VE ÜZERİ
İZLEYİCİ KİTLESİ



7 YAŞ ALTI
İZLEYİCİ KİTLESİ AİLE
EŞLİĞİNDE İZLEYEBİLİR



13 YAŞ VE ÜZERİ
İZLEYİCİ KİTLESİ



13 YAŞ ALTI
İZLEYİCİ KİTLESİ
AİLE EŞLİĞİNDE
İZLEYEBİLİR



15 YAŞ VE ÜZERİ
İZLEYİCİ KİTLESİ



15 YAŞ ALTI
İZLEYİCİ KİTLESİ
AİLE EŞLİĞİNDE
İZLEYEBİLİR



18 YAŞ VE ÜZERİ
İZLEYİCİ KİTLESİ



ŞİDDET VE KORKU
UNSURLARI
İÇERİR



CİNSELLİK
UNSURLARI
İÇERİR



OLUMSUZ ÖRNEK
OLUŞTURABİLECEK
DAVRANIŞLAR
İÇERİR

EK-3. Uyarıcı nitelikteki işaret ve ibareler



İbare: Ticari dolaşıma ve gösterime sunulması uygun bulunmamıştır.



EK-4. Koruyucu semboller

Televizyon yayınlarında zorunlu olarak uygulanan koruyucu semboller ve anlamları.



EK-5. Program örnek kodlama formu

1. PROGRAM TÜRLERİ

1.1. Çizgi filmler, televizyon dizileri, sinema filmleri

Soru 1.1.1: Program çocuklara yönelik komik bir çizgi film, çocuk aktivite veya çocuk yarışma programı mı?

Caillou, Tom ve Jerry, Anne Shirley gibi çizgi filmler, Tangram gibi çocuk aktivite veya Yarışçı gibi çocuk programları

Soru 1.1.2: Program daha büyük çocuklara/yetişkinlere yönelik bir çizgi film veya animasyon mu?

Küçük çocuklara yönelik çizgi filmlerin dışındaki tüm yapımlar bu kategoriye girmektedir. Aslan Kral, Simpsons, Heidi, South Park gibi çizgi filmler.

Soru 1.1.3: Program bir sinema filmi ya da televizyon dizisi mi?

Lütfen Komedi Dükkanı, Arkadaşım Hoşgeldin, Güldür Güldür, Çok Güzel Hareketler Bunlar, Koca Kafalar gibi drama öğeleri içeren eğlence programlarını da bu başlık altında değerlendiriniz.

1.2. Diğer Programlar

Soru 1.2.1: Program türü aşağıda sayılanlardan biri mi?

- 1- Talk-show (Beyaz Show, İzzet Paşa)
- 2- Reality-show (Biri Bizi Gözetliyor)
- 3- Şans/Beceri/Direnç yarışması (Ben Bilmem Eşim Bilir, Yetenek Sizsiniz, Şanslı Masa)
- 4- Tartışma (Tarafsız Bölge, Başkent Kulisi, Dört Bir Taraf)
- 5- Magazin (Neler Oluyor Hayatta, Pazar Sürprizi)
- 6- Kuşak Programları (Sabah Sedası)

Soru 1.2.2: Program bir belgesel, belgesel-drama ya da haber programı mı?

Arena gibi haber programları, Dünyanın tarihi, Bilim ve Yaşam gibi belgeseller, FBI Dosyaları, Adli Tıp Dedektifleri gibi belgesel-dramalar.

Soru 1.2.3: Program bir kültür-sanat programı, bilgi-kültür yarışması, dini program, müzik programı, hobi, gezi, eğitim, sağlık yada sektör tanıtım programı mı?

Gece-Gündüz, Her Gün Sanat gibi kültür sanat programları, Kim Milyoner Olmak İster, En Zayıf Halka, Kelime Oyunu gibi sadece bilgi ve kültür ölçen yarışmalar, Nihat Hatipoğlu ile Dosta Doğru, Kur'an Öğreniyorum gibi dini programlar, Mustafa Keser Sizlerle, Bezm-i Alaturka, konser yayınları gibi müzik programları, Evim Evim gibi dekorasyon programları, Refika'nın Mutfağı, Lezzet Durakları gibi yemek programları, Dünyayı Geziyorum, Ayna gibi gezi programları, Airport, İş'te Bugün, Sektör Analiz gibi sektör programları.

EK-5. (devam) Program örnek kodlama formu

2. ŞİDDET

2.1. Talk-show, reality-show, yarışma, tartışma programı, magazin programı

Soru 2.1.1: Programa katılanlar birbirlerine ya da programın sunucusuna karşı kaba kuvvet kullanıyor ya da birbirlerini tehdit ediyorlar mı?

Soru 2.1.2: Stüdyodaki izleyiciler, bu durumu onaylıyor ya da kışkırtıyor mu?

Soru 2.1.3: Sunucu, bu durumu onaylamadığını derhal ve açıkça gösteriyor mu?

Evet'i işaretleyebilmeniz için sunucu, şiddet ya da şiddet tehdidinin tekrar edildiği her durumda, bu durumu onaylamadığını göstermelidir.

Soru 2.1.4: Programın konukları alay konusu ediliyor, küçük düşürülüyor, sözlü saldırıya uğruyor ya da utandırılıyor mu?

Soru 2.1.5: Stüdyodaki izleyiciler, bu durumu onaylıyor ya da kışkırtıyor mu?

Soru 2.1.6: Sunucu, bu durumu onaylamadığını derhal ve açıkça gösteriyor mu?

Evet'i işaretleyebilmeniz için sunucu, alay ve küçük düşürmenin tekrar edildiği her durumda, bu durumu onaylamadığını göstermelidir.

Soru 2.1.7: Program içinde önceden kaydedilmiş görüntüler (VTR) yer alıyor mu?

Önemli! Değerlendirilen bazı programlar stüdyoda/izleyici önünde/ sunucu eşliğinde gerçekleşmemiş olabilir ya da programın tamamı veya büyük bir kısmı VTR'lerden oluşabilir. Böyle durumlarda da bu soruya evet deyiniz.

2.2. Şiddet Türleri

Soru 2.2.1: Programda şiddet unsurları veya şiddet görüntüleri var mı?

Kaba kuvvet, dayak, dövüş, işkence, ateşli, kesici silahlar ya da darp aletleriyle uygulanan şiddet gibi her türlü şiddet eylemini bu başlık altında değerlendiriniz (bıçaklama, silahlı saldırı, savaş sahnesi vb.)

2.3. Şiddetin eyleme geçirilebilirliği

Soru 2.3.1: Programda yer alan şiddet eylemleri gerçek yaşamda da görülebilir nitelikte mi?

Gerçek yaşamda görülebilir nitelikte olmayan şiddet eylemi örnekleri: Yıldız Savaşları'ndaki lazer savaşları, fantastik yaratıkların saldırıları, Örümcek Adam'ın ağ kurması.

EK-5. (devam) Program örnek kodlama formu

2.4. Abartılı şiddet

Soru 2.4.1: Programda yer alan şiddet, abartılı ve dehşet verici nitelikte mi?

Abartılı şiddet, izleyiciyi dehşete düşürücü nitelikte, asırı ölçülerde acı verdiği açık olan ve kasıtlı şiddet eylemlerini ifade eder. Bu tür şiddet eylemlerinde, saldırganın şiddeti kasıtlı olarak uyguladığı ve ana amacının şiddet uygulamak ve acı çektirmek olduğu açıktır. Genellikle “Hayat Bilgisi”, “Bizimkiler” gibi aile dizilerinde veya “Avrupa Yakası” gibi durum komedilerinde bu türden abartılı şiddete rastlanmaz.

Şiddetin hiçbir zaman “abartılı” olmadığı bu tür örneklerde “hayır”ı işaretleyin.

Soru 2.4.2: Şiddetin etkisi, görüntü, müzik ve ses efektleriyle artırılıyor mu?

Soru 2.4.3: Şiddet, ayrıntılı bir biçimde ya da uzatılarak mı gösteriliyor.

2.5. Yaralanmalar

Soru 2.5.1: Yaralanma görüntüleri var mı?

Bu kısımda şiddet eylemini değil, sadece yaralanma görüntülerini değerlendirin. Sıyrık, yara bandı, hafif kesikler, hafif morarmalar bu başlık altında değerlendirilmez.

Soru 2.5.2: Ağır yaralanma görüntüleri var mı?

Örnek: Kan fışkırması, boğaz kesilmesi, parçalanmış kol, bacak görüntüleri ve ağır bir şekilde dövülmüş insanlar.

2.6. Şiddet içeren cinsel eylemler

Soru 2.6.1: Cinsel taciz ya da cinsel aşağılama var mı?

*“Evet” i işaretlemeniz için fiziksel ve duygusal anlamda bir **şiddet** unsurunun varlığı gerekir. Taciz edenin maksadı cinsel istismar olmalıdır. Güldürülerde, durum komedilerinde ve komedi filmlerindeki şaka yollu imalar, sataşmalar, dolaylı cinsel ifadeler bu kapsamda değerlendirilmez.*

Soru 2.6.2: Tecavüz girişimi ya da tecavüz var mı?

Tecavüz girişimine “evet” diyebilmek için girişim eylem olarak gösteriliyor olmalıdır.

2.7. Şiddetin Meşrulaştırılması

Soru 2.7.1: Şiddet eylemi meşrulaştırılıyor mu?

*“Şiddet” türlerinin varlığını ölçen diğer sorulara “hayır” dediyseniz bu soruya da “**Hayır**” demelisiniz. Adalet, namus, eşitlik vb. toplumsal değerler adına ya da herhangi bir otorite adına -örneğin güvenlik güçlerince gerçekleştirilen- şiddet eylemi meşrulaştırılıyor, cezasız kalıyor ya da özendiriliyorsa “evet”i işaretleyin.*

EK-5. (devam) Program örnek kodlama formu

2.8. Komedi

Soru 2.8.1: İzlediğiniz program güldürü ya da komedi mi?

3. KORKU

3.1. Korkutucu Durumlar

Soru 3.1.1: Programda korku unsurları veya korkutmaya yönelik görüntüler var mı?

*Fantastik korkunç yaratıklar, cin, şeytan, korkunç cadı veya “öteki dünya”ya ait imgeler, korkutucu hayvanlar, dönüşüm geçirip korkutucu bir yaratık haline gelen insan, hayvan ya da bitki görüntüsü, insan ya da hayvanların **açıkça zarar gördüğü** doğal afetler veya kazalara ilişkin korkutucu sahneler, idam sahnesi vb.*

3.2. Korkmuş insanların görüntüleri

Soru 3.2.1: Bir kazadan, doğal afetten ya da insan, hayvan veya canavarların gerçekleştirdiği şiddet eylemlerinden dolayı aşırı korkmuş, paniğe kapılmış insanlar var mı?

Aşırı korkmuş terimi sunları içerir: Aşırı bir panik, terleme, titreme, şok, yuvalarından fırlamış gözler, nutku tutulma, bağırma veya ağlama gibi açık bir şekilde korku belirtileri gösteren insanlar

Soru 3.2.2: Bu insanlara anında ve her seferinde yardım ediliyor ya da korkutucu durumla kendileri başa çıkabiliyorlar mı?

Müdahale veya çözüm aynı bölümde değil de yapımın izleyen bölümde yer alıyorsa bu sorunun yanıtı "Hayır" olmalıdır.

3.3. Diğer korkutucu unsurlar

Soru 3.3.1: Korkutucu müzik ya da ses efektleri kullanılıyor mu?

Soru 3.3.2: Ceset görüntüsü var mı?

Bu soruya evet diyebilmek için cesedin ekranda net olarak gösterilmiş olması gerekmektedir.

Soru 3.3.3: Bozulmuş, parçalanmış, şişmiş, yanmış ve benzer durumda bir ceset görüntüsü var mı?

Soru 3.3.4: Programda dehşet verici sahneler var mı?

*Dehşet sahnelerine doğal afetler, doğaüstü güçler, yaratıklar, canavarlar ya da bildik canlılar (insan ya da hayvan) neden olabilir. Cevabın “evet” olması için sebep olunan dehşetin ekranda **açıkça** gösterilmiş olması gerekmektedir. Dehşet anı açıkça gösterilmemiş olmakla birlikte dehşet anı sonrası görülen izler dehşet yaratacak (korkutucu) şekilde verilmişse cevap yine evet olacaktır.*

EK-5. (devam) Program örnek kodlama formu

3.4. Yaşadığımız, bildik çevre ve mekanlar

Soru 3.4.1: Korkutucu sahneler çocukların gerçek yaşamdan bildikleri türde mekanlarda mı geçiyor?

*“Korku” türlerinin varlığını ölçen diğer sorulara “hayır” dediyseniz bu soruya da “**Hayır**” demelisiniz.*

4. CİNSELLİK

4.1. Cinsel eylemler ve cinsel içerikli dil

Soru 4.1.1: Programda cinsel içerikli dil kullanılıyor mu?

Örnek: Cinsel eylemi anlatan konuşmalar, cinsel aşağılamalar, kaba cinsel şakalar ve benzeri ifadeler.

Soru 4.1.2: Programda bu tarz bir dil kullanımı yaygın mı?

Yaygınlıkla kastedilen program boyunca tekrarlanmasıdır.

Soru 4.1.3: Cinsel eylemler gösteriliyor mu?

Örnek: uzun süreli veya yakın plan, öpüşme sahneleri, sevişme sahneleri

Soru 4.1.4: Bu eylemler programda yaygın mı?

Yaygınlıkla kastedilen program boyunca tekrarlanmasıdır.

Soru 4.1.5: Bu eylemler, cinsel uyarılma yaratacak biçimde mi gösteriliyor?

Örnek: Tahrik edici tarzda, yakın plan, ayrıntılı çekimlerle çıplak bedenin, sevişme sahnelerinin gösterilmesi. Görüntülerde amaç cinselliğin tahrik etmeye yönelik olarak sergilenmesidir.

5. OLUMSUZ ÖRNEK OLUŞTURABİLECEK DAVRANIŞLAR

5.1. Ayrımcılık

Soru 5.1.1: Programda ayrımcı ifadeler ya da davranışlar var mı?

*Ayrımcılık terimi ırk, din, renk, milliyet, cinsiyet ve etnik özellikler ya da engellilik gibi nedenlerle herhangi bir kişi ya da grubun **aşağılanması ya da dışlanması** ifade eder.*

Soru 5.1.2: Ayrımcılık programda açıkça kınanıyor mu?

Bazı filmler bir ayrımcılık eleştirisi yaptıkları halde, ayrımcılığın kötü ve kabul edilemez olduğunu açıkça ve sözlü olarak ifade etmeyebilirler. Bu durumda “hayır”ı işaretleyin. Kınama bir arkadaşın diğerine yapılanın doğru olmadığını ifade etmesi şeklinde de olabilir.

Soru 5.1.3: Ayrımcılık bir komedide yer alıyor ya da komik bir kahraman tarafından mı yapılıyor?

EK-5. (devam) Program örnek kodlama formu

5.2. Madde kullanımı ve aşırı alkol tüketimi

Soru 5.2.1: Madde kullanımı ya da aşırı alkol tüketimi var mı?

Madde kullanımının programda yalnızca bir kez gösterilmesi durumunda bile bu sorunun yanıtı evet olmalıdır. Ancak madde kullanımının olmadığı durumlarda alkolün "aşırı tüketimi"ne "evet" diyebilmek için, programda yer alan bir kişinin (ya da kişilerin) söz konusu ürünü program boyunca yaygın biçimde tüketmesi ve buna bağlı olarak kendisine ve çevresine zarar verici davranışlar içinde olması gerekir.

Soru 5.2.2: Bu durum olumlu ve özendirici bir şekilde mi sunuluyor?

Soru 5.2.3: Bu maddelerin kullanımına karşı bir mücadele, yaptırım ya da zararlarını ortaya koyan açık bir uyarı var mı?

Mücadele, yaptırım ya da açık uyarı herhangi bir otorite tarafından yapılabileceği gibi bir arkadaş veya aile ferdi tarafından da gerçekleştirilebilir.

5.3. Suç ya da yasalara aykırı eylemler

Soru 5.3.1: Programda yasalara aykırı eylemler var mı?

Bu soruya ancak programın ana konusu yasalara aykırı eylemler ise veya içerik bu tür eylemler etrafında şekilleniyorsa evet deyin. Programın ana konusu yasa dışı eylemler olmadığı durumlarda bu soruya evet diyebilmek için eylemin ağır bir eylem olması gerekir.

Soru 5.3.2: Bu eylemler özendirici bir biçimde sunuluyor ya da, eylemi yapan kahramanlaştırılıyor mu?

Soru 5.3.3: Bu eylemler **açıkça** eleştiriliyor, kınanıyor veya bu eylemlerle mücadele ediliyor mu?

Eleştiri, kınama ya da mücadele herhangi bir otorite tarafından yapılabileceği gibi bir arkadaş veya aile ferdi tarafından da gerçekleştirilebilir.

5.4. Kaba ve kötü konuşmalar

Soru 5.4.1: Argo, küfür, lanet okuma gibi kaba ve kötü konuşmalar var mı?

Bu tür bir dil kullanımının bir -iki kez olması durumunda- eğer ağır bir küfür söz konusu değilse- "hayır"ı işaretleyin. Ancak, bu tür dil kullanımı program boyunca ve yaygın biçimde sürdürülüyorsa "evet"i işaretleyin.

Ek-6. Açık Toplum Enstitüsü 2018 Medya Okuryazarlığı Endeksi

OPEN SOCIETY INSTITUTE – SOFIA

REPORT, March 2018

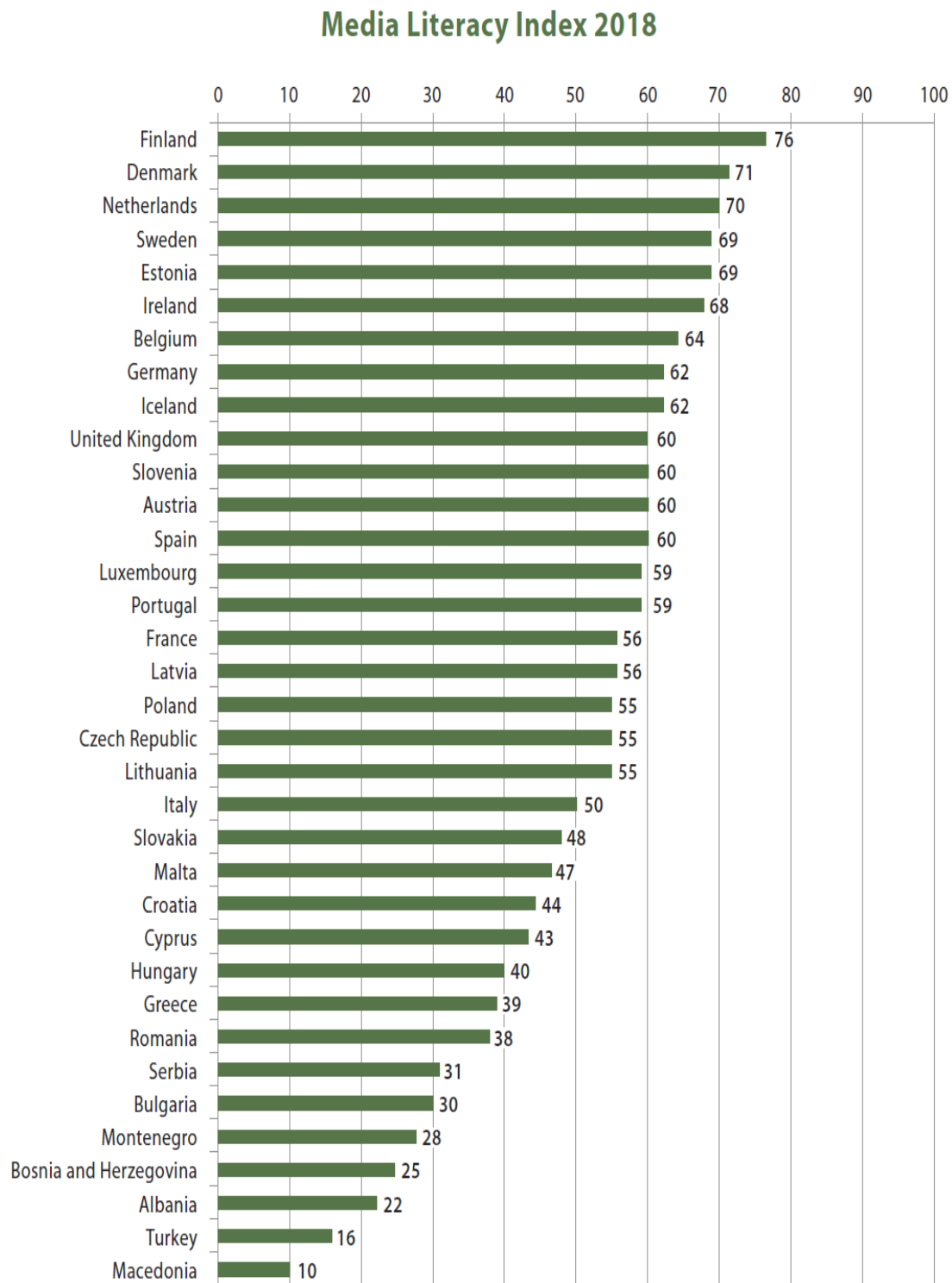


Figure 1. The figure shows the 35 European countries, included in the index, ranked according to their media literacy scores. The index uses standardized scores from 100 to 0, highest to lowest.

EK-7. Radyo Televizyon Üst Kurulu İnsan Kaynakları ve Eğitim Dairesi Başkanlığı ile Medya Okuryazarlığı Dersi için e-posta yoluyla görüşme.

Radyo Televizyon Üst Kurulu İnsan Kaynakları ve Eğitim Dairesi Başkanlığı ile Medya Okuryazarlığı Dersi için e-mail yoluyla görüşme gerçekleştirilmiştir. Konu ekseninde toplam 13 soru hazırlanmış ve 12 sorunun cevaplandığı görülmüştür. 11. soru ise boş bırakılmıştır. E-posta yoluyla gerçekleştirilen görüşme olduğu gibi aktarılmıştır.

“Avrupa Mevzuatı ile Karşılaştırmalı Olarak Türkiye’de Medya Okuryazarlığı ve Karşılaşılan Sorunlar” isimli tez konusu dâhilinde aşağıdaki soruların cevaplanmasının çalışmama fayda sağlayacağını düşünüyorum. Vakit ayırdığınız için şimdiden teşekkürler.

Pınar Göç Edin

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Yüksek lisans Öğrencisi.

1. Medya Okuryazarlığı Dersini seçen öğrencilerin yıllara göre dağılım verileri,

Bu verileri Millî Eğitim Bakanlığı’ndan temin edebilirsiniz.

2. Medya Okuryazarlığı Dersinin eğitim müfredatında nasıl yer alması uygun görülmektedir?

1. Seçmeli - Zorunlu - Zorunlu-Seçmeli

Üst Kurul olarak medya okuryazarlığı dersinin zorunlu ders olmasını destekliyoruz.

2. Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi ayrı bir ders olarak mı yoksa diğer derslerle ilişkilendirilerek mi okutulmalıdır?

Önceliğimiz, seçmeli medya okuryazarlığı dersinin ayrı bir ders olarak okutulması. Ancak medya okuryazarlığı kavramının diğer ders içeriklerinde de bulunmasını destekliyoruz.

EK-7. (devam) Radyo Televizyon Üst Kurulu İnsan Kaynakları ve Eğitim Dairesi Başkanlığı ile Medya Okuryazarlığı Dersi için e-mail yoluyla görüşme

3. Medya Okuryazarlığı Dersi eğitimin hangi kademesinden başlamalıdır?

Medya Okuryazarlığı kavramının okul öncesinden itibaren verilmeye başlanması gerektiğini düşünüyoruz.

4. Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programlarında öncelikle 6, 7 ya da 8. sınıflarında haftada bir ders saati üzerinden verildiği bilinmektedir. Bu durum daha sonra sadece 7. ve 8. sınıf öğrencileri olarak değiştirilmiştir. Bu konudaki görüşleriniz nelerdir?

Bu konu, Millî Eğitim Bakanlığının takdirinde olan bir konudur.

5. Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersinin not ile değerlendirilmemesinin olumlu ve olumsuz yönleri nelerdir?

Bildiğimiz kadarıyla not ile değerlendirilmektedir.

6. 6112/32. madde gereği yayını durdurulan programların yerine 'medya okuryazarlığı' tanıtıcı filmler yayınlanmakta mıdır?

Hayır, Üst Kurulun böyle bir kaynağı yoktur.

7. Medya okuryazarlığı tanıtıcı program ya da filmlerin TRT'de ve özel radyo-televizyonlarda kamu spotu olarak yayınlanması mümkün müdür?

Üst Kurul, RTÜK Kamu Spotu Yönergesi hükümleri kapsamında uygun görülen kamu spotlarının yayınlanmasını tavsiye edebilmektedir.

8. Medya Okuryazarlığı Dersini verecek öğretmenler konusunda beklentiler nelerdir?

EK-7. (devam) Radyo Televizyon Üst Kurulu İnsan Kaynakları ve Eğitim Dairesi Başkanlığı ile Medya Okuryazarlığı Dersi için e-mail yoluyla görüşme

Öğretmenlerimizin, kendilerine verilecek eğitimlerle konuya hakim olmalarını ve öğrencilerine edindikleri bilgileri, dersin öğretim programı kazanımları kapsamında aktarmalarını bekliyoruz.

9. İletişim Fakültesinden mezun olup öğretmenlik hakkı elde etmiş öğretmenlerin Medya Okuryazarlığı Dersini vermeleri mi yoksa Eğitim Fakültesi mezunlarının mı bu dersi vermeleri uygundur?

Bu konu, Millî Eğitim Bakanlığı'nın takdirinde olan bir konudur.

10. Özel medya hizmet sağlayıcılar medya okuryazarlığı konusunda gerekli ve yeterli desteği sağlıyorlar mı?
11. Ailelere yönelik medya okuryazarlığı bilinci oluşturulması için internet ortamı dışında neler yapılmaktadır?

Medya okuryazarlığı konusunda yetişkinlerin eğitimi ile ilgili çalışmalarımız devam etmektedir.

12. RTÜK konu ile ilgili diğer paydaşlardan ve kamuoyundan neler beklemektedir?

Üst Kurul, 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'un (r) Maddesi ile medya okuryazarlığının toplumun tüm kesimlerini içerecek şekilde yaygınlaştırılması amacıyla, başta Millî Eğitim Bakanlığı olmak üzere diğer kamu kurumları ile işbirliği yapma görevini üstlenmiştir. Bu doğrultuda ilgili tüm paydaşlarla, aynı sorumluluk bilinciyle ortak çalışmalar yürütülmesi hedeflenmektedir.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : GÖÇ EDİN, Pınar
 Uyuğu : T.C.
 Doğum tarihi ve yeri : 29.08.1987/Akhisar-Manisa
 Medeni hâli : Evli
 Telefon : 542 253 35 40
 E-mail : pinar.goc@hotmail.com



Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Yılı
Yüksek lisans	Gazi Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü	Devam ediyor
P. F. Eğitimi	Gazi Üniversitesi	2017
Lisans	Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi	2013
Ön Lisans	Niğde Meslek Yüksek Okulu Radyo ve TV Programcılığı	2007
Lise	Akhisar Lisesi	2004

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2017-2018	30 Ağustos Ortaokulu	Ücretli Öğretmenlik
2014-2015	Vera-Neva Haberleşme Teknolojileri	M.H.T.
2009-2010	HEM İletişim	Müşteri Hizmetleri Temsilcisi
2007-2009	Kordon TV, İmbat FM	Kurgu, Muhabir, Spiker, Radyo Programcılığı

Yayınlar

Göç Edin, P. (Aralık, 2018). *“Avrupa Birliği Bağlamında Türkiye’de Medya Okuryazarlığı ve Karşılaşılan Sorunlar”*. V. Uluslararası Multidisipliner Çalışmaları Sempozyumu, IVPE Yay.



GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR

