

A CRITIQUE OF THE CONCEPT OF MEDIA LITERACY AND THE PRACTICE OF IT IN TURKEY: IS IT POSSIBLE TO BE THE LITERATE OF MEDIA?

Hülya Doğan

Dr., Antropologist

Abstract

Media literacy has become a research topic in Turkey after 2004, in the light of the work on it in West and it became an optional lesson at secondary school. This course has been criticized by many researches about its capacity to provide the source for “gaining the message, analysing them, consideration and transmitting” as aimed. This work firstly claims that the concept of literacy does not correspond to these aims. Being literate does not express neither the ability of understanding any of texts nor writing new ones. Media literacy cannot mean understanding cultural codes of media or the visual culture that encircling it. This word could tell the ability to use the media but this level reminds us the codes of oral culture more than the literate one.

Seeing the texts of media critically requires cultural implements instead of the skill of being literate. Such attempts which do not bind mass communication to a more inclusive visual culture and culture itself cannot reach their goals. Examples in Turkey also show us the difficulties.

In our age, children meet mass communication before they become literate and especially television has an important role on their socialization and learning cultural codes. Shaping their perception by stereotypes about the social groups which they rarely meet in their daily life makes visual culture the basic actor sometimes. Changing perceptions accepted as given is not possible with one elective course. It is hard to expect people who live in a society which normalize violence to be critical against violence. But only a generation who take education in a values and rights based system can see their society critically and media as well. Without a justice and democracy culture which reinforce this view, the idea of being the literate of media can only be an artificial project.

Keywords: Media literacy, visual culture, media

MEDYA OKURYAZARLIĞI KAVRAMINA VE TÜRKİYE’DEKİ PRATIĞINE YÖNELİK BİR ELEŞTİRİ: MEDYANIN OKURYAZARI OLUNUR MU?

Özet

Medya okuryazarlığı, Batı’daki çalışmalar örnek alınarak 2004’ten sonra Türkiye’de ilgi konusu olmuş ve ortaokul düzeyinde seçmeli ders olarak yer almaya başlamıştır. Ders, amaçlanan “mesajlara ulaşma, analiz etme, değerlendirme ve iletme yeteneği”ni sağlayıp sağlamadığı konusunda farklı araştırmalar tarafından eleştirilmeye devam etmektedir. Bu çalışma, öncelikle okuryazarlık kavramının kendisinin bu hedefleri karşılamadığını iddia etmektedir. Nasıl ki okuryazar olmak, her metni anlama ve yeni metinler yazma becerisini değil de bu becerinin ön şartını anlatmaktaysa; medya okuryazarlığı da medyayı ve onu kuşatan görsel iletişim kültürünü anlamaktan çok medyayı kullanma becerisiyle sınırlı bir aşamanın adı olabilir. Bu aşama ise yazılı kültüre gönderme yapan okuryazarlık kavramından çok sözlü kültürün kodlarını andırmaktadır.

Medya metinlerine eleştirel bir gözle bakabilmek, okuryazarlık becerisini değil, görmeyi sağlayacak kültürel donanımı gerektirmektedir. Kitle iletişim araçlarının, daha genel bir “görsel kültür”le bağlantısını kurmadan yapılacak bu tür çalışmalar sonuç vermeyecektir. Türkiye örneği de bu zorlukları göz önüne sermektedir.

Çağımızda çocukların kitle iletişim araçlarıyla karşılaşmaları, zaten okuryazar olmalarından önce gerçekleşmekte, sosyalleşmelerinin ve kültürel kodları öğrenmelerinin araçları olarak belirli kültürel kalıpları yeniden üreten televizyon ve diğer yayın araçları önemli bir rol üstlenmektedir. Özellikle gündelik hayatlarında karşılaşma ihtimallerinin daha az olduğu farklı gruplara yönelik algının medya üzerinden şekillenmesi; görsel kültürü bu farklılıklara yönelik pozisyonlarımızı üretme konusunda anlam inşasına katılan temel aktörlerden biri haline getirmektedir. Bu algının, seçmeli bir ders olarak okutulan “medya okuryazarlığı” ile tek başına aşılması mümkün görünmemektedir. Örneğin şiddetin olağanlaştığı bir toplumda yaşayanların medyadaki şiddeti eleştirel gözle izlemesini beklemek zordur. Ancak değerler felsefesi ve haklar konusunu usul ve içerik olarak merkezine alan bir eğitim sisteminde yetişen bir neslin topluma ve televizyona bakışı da farklılaşacaktır. Bu bakışı gerçek hayatta pekiştirecek bir hukuk ve demokrasi kültürü olmadan medyanın okuryazarı olmak da “yapay” bir proje olmaktan öteye gidemeyecektir.

Keywords: Medya okuryazarlığı, görsel kültür, medya

MEDYA OKURYAZARLIĞI NEDİR?

Batılı ülkelerde otuz yılı aşkın süredir devam eden medya okuryazarlığı çalışmaları Türkiye’de 2004 yılından itibaren ilgi konusu olmaya başlamıştır. Kavram 1993 yılında Aufderheide tarafından “çeşitli biçimlerde mesajlara ulaşma, analiz etme, değerlendirme ve iletme yeteneği” olarak tarif edilmiştir (akt. Altun, 2009: 102). Böylelikle medya okuryazarlığı eğitiminin birincil faydası da “öğrencilerin akıllı bir medya tüketicisi olma ihtiyaçlarını karşılamak” olarak şekillenir (Jolls, Thoman, 2008: 59).

Bu çerçeveden yola çıkıldığında göze çarpan ilk şey, medya okuryazarlığı kurgusunun liberal çoğulcu yaklaşımla paralellik içinde olmasıdır. Zaten Russell’ın (2017: 198) vurguladığı gibi eğitim her zaman “dinler, sınıflar ve uluslar arasındaki güç mücadelesinin bir parçası” olmuştur. Kitle iletişim araçlarını “belirli niyetlerle” kullanan “*rasyonel bir tüketicisi*” olarak izleyici algısı, medya okuryazarlığı kavrayışının liberal yaklaşımdaki temelini oluşturmaktadır. Okuryazarlık, ‘etkin kullanım’ anlamında değerlendirilmekte ve değerlendirilmektedir. Yeni neslin de, kapitalizmin kodları içinde medyanın tüketimine yönelik bir formasyon edinmesi beklenmektedir.

Ancak görsel ve işitsel kodlar kullanan kitle iletişim araçlarıyla etkileşime geçmenin, özellikle televizyon izlemenin “yazı dili” gibi okuryazarlıkla ilişkilendirilecek belirli bir formasyona ihtiyacı olduğu fikri, ciddi bir temellendirmeye ihtiyaç duymaktadır. Hatta televizyon anlatısının yazılı kültürden çok sözlü kültürün özelliklerini taşıdığı görülür. Nitekim teknolojik gelişmelerle birlikte telefon, radyo, televizyon ve diğer elektronik araçların sözlü nitelikleri, üretimleri yazıdan çıksa da yeniden konuşma diline dönüştüğü için Walter Ong (1995) bu kültürü yazıdan önceki birinci sözlü kültür çağı dediği döneme benzeyen “ikinci sözlü kültür çağı” olarak nitelendirmektedir. Hatta elektronik medyanın şekil verdiği yeni algısal uzamın okuryazarlığa zarar verdiği (Sanders, 2013) de belirtilmektedir.

Medya okuryazarlığındaki “okuryazarlık” vurgusu, daha çok, ‘bilinçli’ ve ‘bilinçsiz’ medya tüketicisi ayırımına gönderme yapmakta, kitle iletişim araçları ‘kullanım talimatı’ okunması gereken bir teknoloji gibi ele alınmaktadır. Kültürleme sürecinin belirli bir aşamasında bu kılavuzu edinen bireylerin, medyayı doğru anlayıp bilinçli tüketeceği varsayılmaktadır. Medya okuryazarlığı için öngörülen temel anahtar kavramlar ve sorulardan da bu yaklaşımı anlamak mümkündür: “Medya sektörü ve üretimi, medya kategorileri (metnin türü nedir), medya teknolojileri, medya dilleri (medya metinlerinin anlatı stratejileri), medya izleyicileri (medya metinlerini kimler hangi bağlamlarda nasıl seçmekte ve tüketmektedir), medya temsilleri (medya metinleri ve gerçek aktörler ve olaylar arasında nasıl bir temsil ilişkisi vardır) (akt. Binark, Bek, 2010: 59).

Oysa yapılması gereken, bir teknoloji olarak medyayı, kültürle etkileşim içinde anlam inşasına katılan, bunu yaparken güç ilişkilerinin içerisindeki yerini alan bir mecra olarak görebilmektir. Kültürel olanı sorgulamadan, buradaki donanımla televizyonu izleme biçimini değiştirebileceğini varsaymak naif bir yaklaşım olarak kalacaktır. Bu anlamda medya okuryazarlığı dersi aracılığıyla bir dönemde medya teorisini yetiştirilmesi elbette beklenemez. Dersin amacı da, tanımıyla birlikte, kabaca “medyayı anlama ve kullanma becerisinin kazandırılması” olarak şekillenmektedir.¹

Medya okuryazarlığının yer verilen ilk tanımı genel kabul görmeye devam etmektedir, ancak 21. yüzyıl yaklaşımıyla medya okuryazarlığını ele aldıklarını söyleyenler bu tanıma eklemeler yapmaktadırlar. Buna göre “medya okuryazarlığı medyanın rolünün toplumda anlaşılmasını sağlarken aynı zamanda demokratik bir toplumda bir vatandaş için gerekli olan araştırma ve kendini ifade etme yeteneklerinin kazanılmasını da sağlar” (Jolls, Thoman, 2008: 33).

Bu sorgulamalar; ‘medya okuryazarlığı’ fikrinin karşısına ‘eleştirel medya okuryazarlığı’ kavramını çıkarmıştır.

ELEŞTİREL MEDYA OKURYAZARI OLMAK

Eleştirel medya okuryazarlığı, medya derslerini eleştirel pedagoji anlayışıyla birleştirme çabasının sonunda ortaya çıkmıştır. Buradaki okuryazarlık, “insanın sesi, tarihi ve geleceği ile ilgili hakkını geri kazanma savaşında var olmak ve etkin olmak” anlamında kullanılmaktadır (Giroux’tan akt. Binark, Bek, 2010: 33). Bu nedenle “neo liberalizmin doğallaştırdığı tüketim kültürüne, emeğin ve üretimin şeyleşmesine, gündelik yaşamda şiddet ve kaygı kültürünün, sinizmin içselleş(tiril)meşine, her şey olur/geçer gider anlayışına, bireyin kamusal yurttan çok özelleştirilmiş tüketici olarak konumlandırılmasına, kamusal olanın/yaşamın ve demokratik pratiklerin yoksullaş(tırıl)masına veya içinin boşal(tıl)masına, sivil özgürlüklerin erozyonuna, yeni otoriteryanizme” karşı durabilmek için, öncelikle öğrencilerin ‘kültürel üreticiye’ dönüşmesi amaçlanır (10). Böylelikle eleştirel medya okuryazarlığı, bireyi ana akım medyada ve/ya popüler kültür metinlerinde dolaşıma sokulan hırsla, merhametsizliğe, hoşgörüsüzlüğe, ötekinin acısına karşı duyarsızlık ve kayıtsızlığa, savaş çığırkanlığına, ırkçılığa, pasifizme, cinsiyetçiliğe ve homofobiye karşı bir bilinci geliştirir ve bu bilinci etken ve müdahil olmaya karşı, kolektif mücadeleye/eyleme/üretmeye yönlendirir” (10). Daha önceki medya okuryazarlığı anlayışından farkı, “eleştirel medya okuryazarlığı kavramı ile katılımcı yurttan arasındaki bağı kurmasıdır” (18). Daha çok devlet eliyle yürütülen eğitimin yurttanlıkla ilişkilendirilmesi her zaman soru işaretleri barındırır. Russell (2017: 197-202) bu tehlikeleri “bir grubun çıkarlarının insan türünün çıkarlarının önüne geçmesi” ve “tekdüzelik sevgisi, farklı olana tahammülsüzlük” olarak iki başlıkta toplamıştı. Şu halde katılımcı yurttanlığı geliştirmeyi hedefleyen bir programın, aynı hedefte bir devlet ve eğitim sistemiyle paralellik içinde olması gerekir.

Avrupa Medya Okuryazarlığı Merkezi (ECML), bu doğrultuda hazırlanan çeşitli AB eğitim programlarının amaçlarını şöyle sıralar (Pekman, 2016: 41-42):

- Medyanın fikir, bilgi ve haberi bir başkasının bakış açısıyla nakletmek üzere kurulduğunu anlamak,
- Duygusal etki oluşturmak için özel tekniklerin kullanıldığını anlamak,
- Bu tekniklerin, amaçladıkları ve doğurdukları etkilerin ayırıcına varmak,
- Medyanın bazı kişilerin yararına çalıştığını, bazılarını ise dışladığını anlamak,
- Medyadan kimin yararlandığı, kimin, neden dışlandığı sorularını sormak ve cevabını bulmak,
- Alternatif bilgi ve eğlence kaynakları aramak,
- Medyayı kendi yararı ve zevki için kullanmak,
- Edilgen olmak yerine aktif olmak,
- Yeni öğrenme kültürü dijital okuryazarlığa hazırlanmak.

Bu haliyle medya okuryazarlığının, “bazılarının yararına çalıştığı ve bazılarını dışladığı” baştan kabul edilen medyanın eleştirisini yapma ve buna rağmen katılımcılığı sağlama gibi hedefleri daha baştan sağlam bir zemin bulmakta zorlanmaktadır.

Medya okuryazarlığını şekillendirmede önemli bir isim olan Hobbs, medya okuryazarlığını diğer kavramlardan ayıran (bilgisayar okuryazarlığı, görsel okuryazarlık vb.) esas özelliğın “medya okuryazarlığının popüler kültürü eleştirel bir gözle incelemesi” olduğunu söyler. Bu inceleme elbette “ideolojik boyut”un eleştirisini de içerir (akt. Algan, 2016: 70-71). Türkoğlu (2016: 256-257) da bu ideolojik yöne vurgu yaparak eleştirel medya okuryazarlığının; medyanın kültürü biçimlendirme, yaşadığımız dünyayı anlamlandırma işlevleriyle ilgili olarak, katılımsız izleyicilik halinin ve kurgusal medya içeriğinin “doğal” olmadığını ve değiştirilebileceğini, eleştirelliğın gereği vurguladığını belirtir.

Eleştirel medya okuryazarlığı gibi bir dersle medyanın ideolojik boyutunun anlaşılması mümkün müdür? Görsellere eleştirel gözle bakabilmek, bu temaslarda pratiğe dökülen teorik bir altyapıyı gerektirir. Örneğın, kadınlara eşit muameleyi hak olarak görmek, onu hak olarak görmeyi sağlayacak kültürel bir donanımla mümkündür. Sadece medyada ‘görülen’ üzerine yapılan bir eleştiri aksak kalmaya mahkûmdur. Gerçek hayatta da görmenin nesnesi haline gelen pek çok olgunun, sadece medyada izlendiğinde problemlı hale getirilmesi beklenemez. Gerçek hayatla medya görseli arasındaki pek çok paralellik, ideolojik bir “doğallık” kisvesine büründüğü için rahatlıkla gözden kaçmaktadır.ⁱⁱ

Eleştirel medya okuryazarlığı anlayışındaki önemli bir vurgu da “katılım” noktasındadır. Bu vurgu, demokratikleşme açısından önemli bir nüansı oluşturmaktadır. Aksi halde Kejanlıoğlu’nun (2016: 276) vurguladığı gibi “sürekli eğitim vurgusu yaptıkça, ‘insanları eğitmemiz lazım, medya okuryazarı yapmamız lazım’ dedikçe çok ciddi bir efendilik anlayışını yeniden üretmiş oluyoruz”. Ancak eleştirel medya okuryazarlığında, en problemlı adımı da katılım sorunu oluşturmaktadır. Okuryazar kişinin yazınsal kodları kullanma olanağıyla örneğın televizyon içeriği oluşturma olanağı kıyaslanamaz. Kejanlıoğlu’nun (2016: 279) sorusuyla “medyayı okusak bile iletişime geçmeyi dışlayan bir medya ortamında nasıl yazar olacağız?” Katılım hedefi de ciddi erişim sorunlarını aşmayı gerektirmektedir.

Bu durumda medya okuryazarlığı tartışmaları, kendi hedeflerinin dışında, toplumsal katılım alanındaki sorunlara dikkat çekmenin yollarından biri olarak değerli görülmelidir. Livingstone’un (2004: 20) belirttiği gibi “okuryazarlık tartışmaları kısaca toplumda kamusal katılımın yolu ve amaçlarıyla ilgili tartışmalar hakkındadır”.

TÜRKİYE’DE MEDYA OKURYAZARLIĞI

RTÜK ve MEB’in işbirliğinde Türkiye’de de uygulamaya geçen medya okuryazarlığı dersi, 2006–2007 Eğitim-Öğretim yılında ilk olarak Adana, Ankara, Erzurum, İstanbul ve İzmir’deki beş pilot okulda verilmiştir. Hizmetiçi eğitim alan Sosyal Bilgiler Öğretmenlerince okutulan ders, iletişime giriş, kitle iletişimi, medya, televizyon, aile, çocuk ve televizyon, radyo, gazete ve dergi, internet konu başlıklarından oluşmaktadır. 2007–2008 Eğitim-Öğretim yılında, Medya Okuryazarlığı dersi ilköğretim ikinci kademe sınıflarında seçmeli ders olarak verilmeye başlanmıştır (Sevim, 2013: 27). MEB tarafından hazırlatılan ders kitabının “Medya tüketicisi mi Medya kullanıcısı mı” başlıklı giriş bölümünde program ile öğrencilerin medyanın pasif kullanıcısı değil aktif kullanıcısı olmalarının hedeflendiği belirtilir (Orhon, Pembecioğlu vd., 2014: 17). Bu anlamda “tüketicisi” ile “kullanıcısı” arasında anlam farklılığına gidilmez. Çalışmanın girişinde sorgulanan kapitalizmin “bilinçli tüketicisi” kitabın anlam haritasında baskındır. Bunun dışında kitapta yer alan başlıklar ve uygulama aktiviteleri medyadan edinilen bilgileri ve doyumları sorgulamaya yönelik ciddi bir çabayı yansıtmaktadır. Ancak, örneğın “tartışma programları siyasi katılımı sağlar” gibi belirlemeler şu haliyle katılımcı, demokratik bir medyanın varlığını öngörmekte; medyanın işlevleri liberal çoğulcu yaklaşımın “dördüncü güç” söylemiyle örtüşmektedir.

Türkiye’de eleştirel medya okuryazarlığının durumunu değerlendiren Binark ve Bek (2010: 102-6), eleştirel pedagoji anlayışının içselleştirilmesinden ve eğitim sisteminde köklü bir dönüşüm gerçekleşmeden, sadece medya okuryazarlığının öğretilmesinin yeterli olmadığını; bu çabaları “kendisine kurşun sıkmak” olarak gören medyanın ekonomi-politik bağlamdaki sıkıntılarının bilgi edinmeye ve katılıma olanak sağlamadığını, RTÜK’ün medya okuryazarlığını muhafazakârlaştırarak asıl amacından saptırdığını tespit eder. İnal (2016: 191-192) da Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitiminin sorunlarını; geleneksel korumacı yaklaşım, materyal eksikliği/yokluğu, dersin seçmeli olması, üniversitelerin konuya ilgi göstermemesi ve MEB’in duyarlı bir noktaya gelmemesi olarak sıralar. Yine Türkiye’de yayıncılık konusunda Binark ve Bek’in (2010: 102) uyarıları; “medya endüstrisinin yoğunlaşması, ticarileşerek kârın çoklaştırılmasına yönelik yayın yapması, ortalama beğeni ve ilgilere seslenilmesi, medya çalışanlarının sendikasılaştırılması ve özerklik düzeyinin düşüklüğü, medya sahiplerinin ve çoğu medya sahipleri gibi düşünen editörlerin medya sahiplerinin çıkarını

kollayarak içeriğe müdahale etmesi” gibi sorunlara işaret etmektedir. Yapılan başka bir çalışma da (Sevim, 2013) sektörde kadın çalışan azlığının, eril merkezci içeriğe de yansıdığı tespitinde bulunmuştur. Öncelikle medya içeriğinin oluşturulduğu ortamın demokratikleşmesi gerekmektedir. Farklılıkların temsil olanağı bulmadığı bir medya ortamı izleyicinin katılımını gerektiren bir eleştirel medya okuryazarlığı algısında da uzaktır.

Yayıncılıktaki sıkıntıları eğitimle ilgili sıkıntılar izlemektedir. Pratikte medya okuryazarlığının seçmeli bir ders olarak açılmaması ya da tercih edilmemesinin yanı sıra eğitmen sıkıntısı da yaşanmaktadır. Farklı derslerin eğitmenleriyle yapılan bir çalışmada (Altun, 2013) eğitmenlerin medyayı bir araç olarak (öğretim materyali) gören bir yaklaşım içerisinde olduğu tespiti yapılmıştır. Medya, eğitmenler tarafından da üzerinde eleştirel düşünülmesi ve sorgulanması gereken bir unsur olarak düşünülmemekte; öğretmenler medya okuryazarlığını ağırlıklı olarak derslerinde öğretim materyali olarak medyaya yer verme olarak algılamaktadırlar (Altun, 2013: 78-79).

Ekonomi politik yapılanma ile eğitim, kültür ve ekonomi politikalarının erişimi ilk elden kısıtlayıcı etkenler olarak belirlediğini” söyleyen Kejanlıoğlu (2016: 275), medya okuryazarlığının “basitçe bir lisan bilmek ya da çok lisan bilip onları okuyabilmekten öte, görüntülere, renklere, seslere yüklenen kültürel kodları da okuyup anlamayı” gerektirdiğini belirtir. Şu haliyle Türkiye’de verilen medya okuryazarlığı eğitiminin bu hedefe ulaşması zor görünmektedir.

MEDYAYI GEDİĞİNE OTURTMAK

Televizyondan sinemaya, bilgisayar oyunlarından sosyal paylaşım platformlarına uzanan medya teknolojileri ve içerikleri, bugün gündelik hayatın ve görsel kültür dünyamızın önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Bunların toplumsal dünyamızdaki yeriyle ilgili çalışmalar yapmak, öncelikle medyayı doğru anlamayı ve konumlandırmayı gerektirir. Hem toplumsal ihtiyaçlardan doğan ve hem de bu ihtiyaçları şekillendiren yönüyle yayıncılığın salt teknoloji değil, aynı zamanda kültürel bir etkileşim ve denetim biçimi olarak daha bütüncül bir ekonomi-politik-sosyal dünyada yerini aldığı belirtilmelidir. Bu konuda Williams (2003: 13), teknolojiyi toplumdaki soyutlayan çalışmaların kısır kalacağını vurgular: “teknolojilerin, bağımsız bir fanusta üretilip yeni toplumsal ve insani koşulları sonradan oluşturdukları” varsayan görüşlerle yola çıkıldığında bir teknoloji –ve çağının simgesi bir teknoloji- olan televizyonu ve yayıncılığı doğru anlamak da zorlaşmaktadır. İnsanlara belli mesajlar gönderecek, temel emirlerin ve ideolojinin aktarımını sağlayacak geleneksel pek çok kurumun zaten bulunduğunu kaydeden Williams’ a göre (2003: 18-20); okullar, meclisler, dini kurumlar, iş yerleri aracılığıyla dağıtılan bildirgelerin yanı sıra radyo ve televizyon gibi yayın araçları, aile içindeki iletişim biçimleriyle etkileşime giren yeni bir iletişim sistemi ve “merkezi yeni bir sosyal kurum” olarak bu bütün içindeki yerini almıştır. Böylece “yazgısı teknoloji tarafından belirlenmiş izlenimi veren” yayıncılığın, “bir dizi belirli sosyal karardan öte bir şey olmadığı” ve “yeni bir sosyal kaynaşma ve denetim biçimi olarak ortaya çıktığı” söylenebilir (Williams, 2003: 20). Dolayısıyla medya eleştirisini “medya okuryazarlığı” gibi yeni bir başlıkta, daha geniş bir görsel kültürle ilişkisinden ve bu kültürün içinden çıkarıp ele almak, medyayı anlama hedefinden uzaklaştırıcıdır.

Williams’ın yeni bir sosyal kurum dediği medya ise, daha çok görme merkezli işlemekte, öğrenme ile ilişkisi bu başlıkta yer almaktadır. Öğrenme sürecinde kişiye aktif bir rol biçen sosyal öğrenme kuramında gözlemlemenin önemi birincildir. Buna göre gözlem yoluyla öğrenme, pekiştirilen bir davranışın taklit edilmesi kadar basit değildir. “İnsan zihni sadece reaktif (tepki verici) değil, bunun yanında üretici, yaratıcı, proaktif ve kendini yansıtıcı niteliktedir. İnsanlar karar verici işlevleri bulunan düşüncelerin üreticileridirler. Onlar değişen durumlara uyum sağlamak üzere gelecekteki hareketlerini planlarlar, hareketlerinin işlevsel yönlerini değerlendirirler, stratejik olarak seçilen tercihleri organize ederler ve yapacakları hareketlerin muhtemel sonuçları üzerinde değerlendirmeler yaparlar” (Bandura’dan akt. Bayrakçı, 2007: 201). Görmenin öğrenmedeki rolü Antik Yunan düşünürleri tarafından dahi vurgulanmıştır. Aristoteles (MÖ 384- MÖ 322), özellikle beş ve yedi yaş arasındaki çocukların öğrenecekleri şeyleri sadece görerek öğrenmeye başlamaları gerektiğinden, bu nedenle “kötü olan ve bilhassa kötülüğü (ahlaksızlığı) veya (iyi şeylere) nefreti (art niyeti) telkin eden her şey”in onlara tuhaf ve çirkin gösterilmesinin zaruri olduğundan söz eder. Bu bağlamda örneğin çocukların kölelerle zaman geçirmesinin, yaşam tarzının da görerek öğrenildiğinden yola çıkarak yasaklanması gerektiğini belirtir (Aristoteles, 2008: 144-146).ⁱⁱⁱ Görsel kültürün merkezi haline gelen televizyon yoluyla öğrenme de bu şekilde gerçekleşir.

Görmek, etkin bir bilişsel süreçtir. Geçmişteki izlerini de beraber düşünerek algılamamız, gördüğümüz şeye, nesneye bakış açımıza yansır (Arnheim, 2009: 15). Kavramla görüntü birbiri içinde eriyerek bellekteki düşünceleri oluşturur (Assmann, 2001). Anamlı bir gerçekle bütünleştiğinde de bu düşünceler bellekte kalıcı hale gelir; Afrika’nın yoksulluğu gibi. Belli düşünsel kalıplar ve steryotipler üzerinde anlam inşasını kuran medya da, içinde yer aldığı kültürel dünyadan etkilenir ve onu yeniden üretir.

Eleştirel bir gözle medyaya bakabilmek -Afrika'nın yoksulluğunu sorgulamak, eleştirel düşünsel bir donanımı gerektirir. Öncelikle hayata evrensel değerlerle ve sorgulayıcı biçimde bakacak nesiller yetiştirme hedefi ve yöntemi izlenmeden, medyanın okuryazarlığından söz edilemez. Nasıl ki okuryazar olmak, her metni anlama ve yeni metinler yazma becerisini değil de bu becerinin ön şartını anlatmaktaysa; medya okuryazarlığı da medyayı ve onu kuşatan görsel iletişim kültürünü anlamaktan çok medyayı kullanma becerisiyle sınırlı bir aşamanın adı olabilir.

Kitle iletişim araçları söz konusu olduğunda "istemeden öğrenme" denilen bir kavramdan da söz edilir. Bu öğrenme biçiminde "ödüllendirme cezalandırma olmadan gerçekleşmekte, insan bilinçli olarak öğrenmemekte" "yakın gelecekte, oynanacak rollerin çoğu kez kapalı ve bilinçsizce (anticipatory socialization/ileride olması beklenen toplumsallaşma)" öğrenildiği varsayılmaktadır (Tokgöz, 1984: 27). Kitle iletişim araçlarının steryotip ağırlıklı temsil kültürü, pek çok farklılıkla tanışma alanımızı da maalesef oluşturmaktadır. Sosyalleşme sürecinde yaşanan pek çok karşılaşma; sınırları çocuklar ve hatta yetişkinler için keskin bir şekilde çizilmiş "korunaklı" alanlarımız içinde ancak televizyon ekranları dolayısıyla gerçekleşmektedir. Bu durumda dehşet verici tek sorun, örneğin Amerikalı bir çocuğun ilkökula başlayana kadar televizyon aracılığıyla binlerce cinayet ve şiddet eylemine tanıklık etmesi (Baldini, 2000: 101) değildir. Aynı zamanda bu dünyanın faileri ve kurbanları hakkındaki fikir dünyası sürekli bir güdülmeye maruz kalmaktadır. Farklı cinsel kimlikleri "ruh hastalığı", kadınları "acizlik", yoksulluğu "kader" gibi temsiller içinde sunan ve dünyaya bakışımızı egemen ideoloji doğrultusunda manipüle eden bir televizyon-temsil kültürü söz konusudur.

SONUÇ: MEDYA OKURYAZARI OLUNUR MU?

Çalışmada öncelikle medyanın okuryazarı olma halinin/hedefinin kavramsal olarak tartışmalı olduğu öne sürüldü. Okul öncesi çağdan itibaren çocukları daha genel bir zihniyetin ürünü olan görsel kültürle etkileşime sokan medyanın, özelden televizyonun okuryazarı olma hedefinin de, orta öğretimde seçmeli olarak alınan bir dersle mümkün olmadığı belirtildi. İçinde yaşadığımız ülkenin özel koşulları da bu tespitin gerekçeleri arasında yer aldı.

Çalışma açısından öne çıkan hususları yeniden vurgulamak gerekirse:

Kitle iletişim araçları, basitçe "bilinçli tüketim" ideolojisine sıkıştırılmayacak kadar toplumsal ve kültürel olanla karmaşık bağlar/ilişkiler içindedir. Medyayı, daha geniş bir görsel kültürün ve toplumun parçası olarak görmek ve buna göre değerlendirmek gerekmektedir. Gündelik hayatta şiddetin olağanlaşmasına izin verilen bir toplumda yaşayanların medyadaki şiddeti eleştirel gözle izlemesini beklemek zordur. Ancak değerler felsefesi ve haklar konusunu usul ve içerik olarak merkezine alan bir eğitim sisteminde yetişen bir neslin topluma ve televizyona bakışı da farklılaşacaktır.

Kültürleşme aracı olarak çocuklara temas kurmadıkları alanlar ve insanlar hakkında fikirler veren, hatta iletişim kurmamalarını da salık veren medya; izlenme kaygısı nedeniyle genele hitap eden yayınlar yapmaya eğilimlidir. Bu da medyayı muhafazakârlaştırır. Bu nedenle televizyon temsilleri 'nefret suçu', 'eşitlik ilkesi', 'yaşam hakkı', 'saygınlık hakkı' gibi ilkeler çerçevesinde hukuki denetime tabi tutulmalı, hukuki alandaki bu boşluklara yönelik düzenlemeler hızla hazırlanmalıdır. Böylelikle, örneğin belli kimliklerin kalıplaşmış görsel kodları nedeniyle suçla özdeşleştirilmesi gibi bir problemin aşılması için zemin hazırlanır.

Türkiye özelinde; basın özgürlüğünün olmadığı, pek çok gazetecinin gazetecilik faaliyetinden ötürü hüküm giydiği, eleştirel programcı ve yapımcıların hızla televizyon dünyasından silindiği, medya sahipliğinin giderek daha çok siyasi yandaşlarda yoğunlaştığı bir ülkede medya da, eğitim müfredatının parçası olarak 'medya okuryazarlığı' dersi de hedeflenen tipte nesil yetiştirme ideolojisinin aracı olarak kullanılacaktır.

Yayıncılık alanındaki sorunları eğitim alanındaki sorunlar da izlemektedir. Anaakım medya okuryazarlığının kendisi, medya izleyicisini yerleştirdiği "rasyonel tüketici" konumu ile baştan sorunludur. Çocuklar söz konusu olduğunda da korumacı bir yaklaşımla muhafazakârlaşır. Eleştirel medya okuryazarlığı ise ancak bütüncül bir eleştirel eğitim eğilimi içinde etkin olabilir. Türkiye'de ise bu eğilimin noksanlığının yanı sıra, medya okuryazarlığı dersini verecek eğitmen ihtiyacı da göze çarpmaktadır.

Öte yandan küçük yaş grupları arasında dahi hızla yayılan yeni medya kullanımına yönelik bilinçlendirme çalışmaları önemini korumaktadır. Yeni medya araçları karşısında çocuğun karşılaşabileceği problemlerle ilgili bilgi sahibi olması önemlidir, bunun yolu aile ve eğitmenlerle diyalogu açık tutmayı sağlayacak bir eğitim sürecidir. Tabu olarak görülen konuların aşılması, çocukların gerektiğinde konuşmasını ve ailesini, eğitmenlerini bilgilendirmesini sağlayacak rahatlığı hissetmesi gerekmektedir. Bu eğitim, daha doğrusu kültürlenme sürecinin kendisi, toplumdan ayrı düşünülen bir medya türü için değil, gündelik hayatta çocuğun karşılaşacağı benzer tehditler için de geçerlidir.

Sonuç olarak medya okuryazarlığı, medya metinlerini çözümlenip yeni metinler üretme becerisini anlatmak için yeterli bir kavram değildir. Medya metinlerinin kültürel kodlarını çözmek medya okuryazarlığı kapsamında tarif edilen programla mümkün görünmemekle birlikte medya metinleri üretebilmek de erişim problemlerini karşımıza çıkarır.

ⁱÇalışmada daha çok görsel kültürün bir parçası olarak televizyon ele alınmaktadır. Bu nedenle bilgisayar teknolojisini kullanmak için öğrenilmesi gerekenler ayrı değerlendirilebilir. Örneğin Google aramasında tırnak işaretinin kullanılıp kullanılmaması arasındaki farka dair verilen bir örnek (Pekman, 2016: 38), okuma yazma öğrenme sürecini andırmaktadır. Ancak bir teknoloji olarak bilgisayar da kültürel dünyamız ve gereksinimlerimizin bir parçasıdır. Kullanımı öğrenildikten sonra bilgisayarla ne yapıldığı sorusu da, yine medya okuryazarlığından ziyade, kültürel eleştiriyi gerektirmektedir.

ⁱⁱYeğenimle o üç yaşındayken yaşadığımız bir deneyimi paylaşmak isterim. Anneannesinin izlediği bir televizyon dizisinden bir sahneye şahit olmuşuk ve yeğenim dehşetle: *-Adam kadına bağırdı teyze, kadını itti!* Dedi. *Birkaç dakika sonra ise aynı kadın ve adamın sarıldığı sahneyi görünce: -Aaaa, ama kadın adama sarıldı teyze!* Diyerek şaşkınlığını dile getirdi. Şiddet içeren bir sevgi ilişkisine ilk defa şahit olmuş ve tepki göstermişti. Birkaç yıl sonra ise anneannesinin bahçesinde büyüttüğü tavuk ve horozuna isimlerini verdiği iki âşık insan olarak aklında kaldı onlar. Adamın kadına bağırıp onu itmesi, gerçek hayatta da karşılaşmaya devam ederse, olması muhtemel ve ilişkiye engel olmayacak türde bir eylem olarak bilincine yerleşebilir.

ⁱⁱⁱBelki eğitim konusunda Grek öğretisinden çıkarmamız gereken daha önemli bir derse şimdilik kısaca değinilebilir. O da "her türlü eğitimin şu veya bu *toplumla* bir bağının, bir ilişkisinin olması" ve en yüksek eğitimin "bizi serbest zamanı doğru ve soylu biçimde kullanmaya hazır hale getirmeyi" amaçlaması gerektiğidir, diyebiliriz (Aristoteles, 2008: 7, 178, 188). Bu sayede öncelikle medyanın hayatımızda bu kadar yer tutmasını sorgulamakla işe başlayabilir ve medyayı toplumdaki bağımsız bir alan olarak görmekten vazgeçebiliriz.

Kaynakça

- Algan, Ece (2016), "Medya Okuryazarlığı Alanında Teorik ve Pratik Yaklaşımlar", içinde Medya Okuryazarlığı, ed: Melda Cinman Şimşek, Nurçay Türkoğlu, s. 65-74, İstanbul: Pales Yayınları.
- Altun, Adnan (2009), "Eğitim Bilim Açısından Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Programına Eleştirel Bir Yaklaşım", Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt 10, Sayı: 3, s. 97-109.
- Altun, A. (2013), "Okul Öncesi, ilkokul ve Ortaokul Öğretmenlerinin Görüşleri: Medya Okuryazarlığı Derslerle Nasıl İlişkilendirilebilir", I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı, Cilt 1, s. 59-82, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Aristoteles (2008), Eğitim Üzerine, çev: Ahmet Aydoğan, İstanbul: Say Yayınları.
- Arnheim, Rudolf (2009), Görsel Düşünme, çev: Rahmi Ögdül, 2. basım İstanbul: Metis.
- Assmann, J (2001), Kültürel Bellek, çev: Ayşe Tekin, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baldini, Massimo (2000), İletişim Tarihi, çev: Gül Batuş, İstanbul: Avcıol Basım.
- Bayrakçı, Mustafa (2007), "Sosyal Öğrenme Kuramı ve Eğitimde Uygulanması", Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, sayı: 14, s. 198-210.
- Binark, Mutlu; Bek, Mine Gencil (2010), Eleştirel Medya Okuryazarlığı: Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar, İstanbul: Kalkedon, ikinci basım.
- Jolls, T., Thoman, E. (2008), 21. Yüzyıl Okuryazarlığı: Medya Okuryazarlığına Genel Bir Bakış, çev: C. Elma, A. Kesten vd., Ankara: Ekinoks.
- İnal, Kemal (2016), Medya Okuryazarlığı El Kitabı, Ankara: Ütopya, 2. Basım.
- Kejanlıoğlu, Beybin (2016), "Türkiye'de Medyanın Dönüşümü ve Medya Okuryazarlığı Zemini", içinde Medya Okuryazarlığı, ed: Melda Cinman Şimşek, Nurçay Türkoğlu, s. 273-279, İstanbul: Pales Yayınları.
- Livingstone, Sonia (2004) What is media literacy? *Intermedia*, 32 (3). pp. 18-20.
- Ong, Walter (1995), Sözlü ve Yazılı Kültür-Sözün Teknolojileşmesi, çev: Sema Postacıoğlu Banon, İstanbul: Metis.
- Orhon, Erol Nezi; Pembecioğlu, Nilüfer vd. (2014), Medya Okuryazarlığı, MEB.

- Pekman, Cem (2016), "Avrupa Birliđi'nde Medya Okuryazarlığı", içinde Medya Okuryazarlığı, ed: Melda Cinman Şimşek, Nurçay Türkoğlu, s. 37-45, İstanbul: Pales Yayınları
- Russell, Bertrand (2017), Eğitim ve Toplum Düzeni, çev: Őebnem Duran, İstanbul: Bgst Yayınları.
- Sanders, Barry (2013), Öküzün A'sı – Elektronik Çađda Yazılı Kùltürün Çöküşü ve Şiddetin YayılıŐı, çev: Tahir Őeker, İstanbul: Ayrıntı, 4. Basım.
- Sevim, Fatime (2013), Medya Okuryazarlığı, Toplumsal Cinsiyet ve Kadının Medyada Temsili, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Medya ve İletişim Sistemleri ABD, basılmamıŐ yüksek lisans tezi, İstanbul.
- Tokgöz, Oya (1984), "Kitle İletişim Araçlarının İstenilmeden Öğrenmede Rolü ve Önemi", eb.ted.org.tr/index.php/EB/article/download/5783/1910, 23-28, alındığı tarih 10/02/2016.
- Türkoğlu, Nurçay (2016), "Okuryazarlıktan Medya Okuryazarlığına: Őifrelerin Ortaklığını Anlamak", içinde Medya Okuryazarlığı, ed: Melda Cinman Şimşek, Nurçay Türkoğlu, s. 265-271, İstanbul: Pales Yayınları.
- Yapıcı, Őenay (2006), "Bir Eğitim Aracı Olarak Televizyon ve Etkileri", Üniversite ve Toplum: Bilim Eğitim ve Düşünce Dergisi, cilt: 6, sayı: 2.
- Williams, Raymond (2003), Televizyon Teknoloji ve Kùltürel Biçim, çev: Ahmet Ulvi Türkbađ, Ankara: Dost.