

MEDYA OKURYAZARLIĞI

MEDYA OKURYAZARLIĞI NEDİR ?-	3
Medya Okuryazarlığı Eğitimi ve Temel Beceriler-	6
Medya Okuryazarlığı ve Eğitimcilerin Nitelikleri-	7
Medya Okuryazarlık Düzeyleri-	8
MEDYA OKURYAZARLIĞINA İLİŞKİN TEMEL İLKELER VE MEDYA OKURYAZARLIĞININ KAPSAMI-	10
Medya Okuryazarlığına İlişkin Temel İlkeler-	10
Medya Okuryazarlığının Kapsamı-	12
Medya Okuryazarlığı Beceri Alanları-	17
MEDYA OKURYAZARI OLMAK: MEDYAYI OKUMAK VE MEDYAYI YAZMAK-	19

MEDYA OKURYAZARLIĞI MODELLERİ-	24
A. James W. Potter'in Bilişsel Medya Okuryazarlığı Modeli-	24
B. Rick Shepherd'in Medya Okuryazarlığı Program Modeli-	26
J. Francis Davis'in "Medya Eğitim Programlarının Kuramsal Kökenleri"-	27
Medya Okuryazarlığının Önemi-	28
MEDYA OKURYAZARLIĞI İLKELERİ-	29
Len Masterman: Medya Eğitiminde Onsekiz İlke-	29
MEDYA OKURYAZARLIĞININ GELİŞMESİNE KATKIDA BULUNAN ÖNEMLİ DÜŞÜNÜRLER-	37

MEDYA OKURYAZARLIĞI NEDİR?

- ⦿ Genel okuryazarlık kavramının bir uzantısı; görsel, müzik, reklam gibi yollarla gönderilen iletileri okumak için gerekli bir beceridir.
- ⦿ Basılı ve elektronik medya iletilerini okuma, çözümleme, değerlendirme ve kendi medya iletilerini üretebilme yetisidir. (Len Masterman)
- ⦿ Medya iletilerinin erişim yollarını bilme, eleştirel bir bakış açısıyla erişilen iletileri çözümleme ve değerlendirme, farklı sosyal iletişim biçim ve kanallarını kullanarak kendini de ifade edebilme yetisi.
- ⦿ Kitle iletişim araçları yoluyla edinilen bilgileri çözümlyerek bağımsız yargılar geliştirmemize yardımcı olan bir eleştirel düşünme becerisidir.
- ⦿ Medya dünyasına girdiğimizde, karşılaştığımız iletilerin anlamını yorumlarken sergilediğimiz bir duruş ya da bakış açısıdır. (W.J.Potter)
- ⦿ Toplum içinde medyanın nasıl bir rolü olduğunu anlayabilmektir.

Medya Okuryazarlığı Tanımlarının Ortak Özellikleri

1980'li yılların sonundan itibaren bağımsız bir araştırma alanı olarak önem kazanan Medya Okuryazarlığı, aşağıdaki tanımlarda yer alan ortak özelliklerin toplamıdır.

Bu doğrultuda Medya Okuryazarlığı:

- Çeşitli biçimlerdeki yazılı - basılı, görsel, işitsel, elektronik ortamlardaki iletilere erişmektir;
- Medya iletilerini anlamak ve değerlendirmek için gereken bilgi birikimine sahip olmaktır;
- Medyayı etkin ve akılcı biçimde kullanmaktır;
- Medya olarak bilinen bilgi kaynaklarını tanımak, değerlendirmek ve gereğince yararlanmaktır;
- Farklı kaynaklardan gelen bilginin doğruluğunu değerlendirmektir;
- Medyanın kişilerin ve toplumun düşünceleri, davranışları ve değerleri üzerindeki etkisinin bilincinde olmaktır;

- ⦿ Medya kanalları yoluyla toplumla etkili iletişim kurmaktır;
- ⦿ Gereken tepkileri vererek bilginin bilinçli ve doğru üretilmesini sağlamaktır;
- ⦿ Fikir üretmekle kalmayıp düşünceleri iletme kapasitesine sahip olmaktır.

Medya Okuryazarlığının değişik tanımlarındaki çok yönlülük, görecelik, izleyiciye uygunluk, bilince ve bilinenlere göre değişikliklerin varlığı kişilerin tamamen olmasa da, belli bir oranda medya okuryazarı olduğunu ya da olmadığını göstermiştir.

Medya Okuryazarlığı Eğitimi ve Temel Beceriler

Medya Okuryazarlığı eğitimiyle kişilere kazandırılmak istenen temel beceriler şunlardır:

- Medya kapsamındaki bilgi kaynaklarını ve kanallarını özellikleriyle tanıma;
- Medya üretiminin temelinde yatan düşüncelerin ve değerlerin nasıl analiz edileceğini öğrenme;
- Medyanın isimler, tarihler, tanımlar ve ortamlarla ifade edilebilen gerçek olaylara dayalı bilgiyi ne denli kapsadığını inceleme;
- Medya kapsamında aşk, nefret, mutluluk ve kızgınlık gibi duyguların nasıl aktarılması gerektiğini anlatma;
- Göze ve kulağa hitap eden estetik ve sanatsal unsurların medya kapsamıyla nasıl bütünleştiğini değerlendirme;
- Edinilen bilgilere yönelik uygulamalar gerçekleştirme;
- Materyal üretim aşamalarını öğrenerek, düşünceleri gerektiğinde medya ortamlarında ifade etmedir.

Medya Okuryazarlığı ve Eğitimcilerin Nitelikleri

Medya Okuryazarlığı eğitimi vereceklerin bilgi sahibi olmaları gereken konular aşağıdaki gibidir:

- Bilgi kaynakları, medya ürünleri ve iletişim kanalları;
- Bilgi gereksinimlerini saptama ve gereksinimleri karşılama yöntemleri;
- Yayıncılık ve medya endüstrisi;
- Medyanın özellikleri ve etkileri;
- Medya ve bilgi yönetimi;
- Bilgi okuryazarlığı;
- Medya Okuryazarlığı ve uygulamalar;
- Medya üretim ve dağıtım çalışmaları.

Medya Okuryazarlık Düzeyleri

Medya Okuryazarlığı en genel anlamda medya araçlarından gelen iletileri tüm boyutlarıyla anlamlandırmak ve medya ürünleri oluşturabilmektir. Medya Okuryazarlığında "düşük düzey Medya Okuryazarlığı (low level of media literacy)" ve "yüksek düzey Medya Okuryazarlığı (high level of media literacy)" olmak üzere iki temel düzeyden söz etmek olanaklıdır. Buna göre düşük düzey Medya Okuryazarlığı; medya ürünlerini tanımak ve izlemektir. Bu düzeyde medyanın ürünlerinden haberdar olma söz konusudur. Yüksek düzey Medya Okuryazarlığı ise; medya ürünlerinden gelen mesajları yorumlayabilme, tartışabilme ve farklı türden medya araçları kullanarak mesaj iletme ve paylaşma becerisidir.

Deri Altı İğne Teorisi

Kanadalı araştırmacı Harold Laswell'in "deri **altı** iğne teorisine" göre, medya mesajları sürekli bir biçimde insanlar üzerinde deri altına enjekte edilmiş bir şırınga etkisi yaratmaktadır. Buna göre, medya, izleyiciler üzerinde anlık, doğrudan ve güçlü bir etki yaratmaktadır. Bu durumda savunmasız bireylere dönüşen medya takipçilerinin bu mesajları doğru anlamaları, süzgeçten geçirmeleri ve çözümleyip kavramaları gerekmektedir. İşte tam bu noktada bu amaca hizmet için Medya Okuryazarlığı kavramı devreye girmektedir.

MEDYA OKURYAZARLIĞINA İLİŞKİN TEMEL İLKELER VE MEDYA OKURYAZARLIĞININ KAPSAMI

Medya Okuryazarlığına İlişkin Temel İlkeler

James Potter tarafından ifade edilen temel ilkeler aşağıdaki gibidir:

Medya Okuryazarlığı Bir Kategori Değildir

Medya Okuryazarlığı kategorik ya da sınıfsal bir biçimde ele alınamaz. Kategorik bir durumda kişi söz konusu kategoriye ya aittir ya da ait değildir. Kişi ya kadındır ya da değildir.

Medya Okuryazarlığı Becerilerimizi Sürekli Geliştirmeliyiz

Kişilerin medya okuryazarlık düzeyleri sabit kalmaz, zaman içinde daha ileri düzeylere doğru gelişir ve geliştirilebilir. Bu gelişme bazen, çocukluktan yetişkinliğe doğru giden olgunlaşma sürecinde, farkında olmadan oluşur.

Medya Okuryazarlığı Çok Boyutludur

Medya Okuryazarlığı; bilişsel, duygusal, estetik ve değerler olmak üzere birbirine bağlı daha önce açıklanan dört boyutu içermektedir. Kişilerin bu boyutların her birindeki

Temel Amaç Kişiyi Kontrol Gücü Kazandırmaktır

Medya Okuryazarlığında temel amaç, doğruluğu ve objektifliği tartışılmaz bilgilerin arayışına girmek değildir.

Öte yandan, Silverblatt, Medya Okuryazarlığının 5 temel ilkesini;

- (1) Medyanın toplum üzerinde etkili olduğunu kavramak,
- (2) Medyayı kültürü anlamakta bir kaynak olarak görmek,
- (3) Kitle iletişim mekanizmalarını anlamak,
- (4) Medya mesajlarının analiz ve tartışılması için stratejiler geliştirmek ve
- (5) Tüm bunların sonucunda medya içeriğini yorum ve algı yetisinin artması olarak belirtmektedir.

Medya Okuryazarlığının Kapsamı

Kapsam açısından Medya Okuryazarlığı Erişim, Çözümleme, değerlendirme ve Üretme aşamalarından oluşmaktadır.

Erişim

Erişim (Access): Bilgiyi bulmak, bilgiye erişmektir. Medya içeriğini kullanmaktır. Medyaya erişmek için belirli bir teknoloji kullanmak gerekmektedir. Bu kavram dijital bölünmüşlük kavramı ile ilişkilidir. Bilgiye bilgi teknolojileri üzerinden erişenler ile erişemeyenler arasındaki ayrımı ifade eder.

Çözümleme

Analiz (Analyse): Medya metinlerini okumak, seyretmek, bağlamı anlamak, eleştirmek, yapı çözümü yapmaktır. Bazen 'inceleme' yerine 'tanıma' da kullanılmaktadır. Çeşitli medya formlarından gelen medya metinlerinin karakteristik özelliklerini tanıyarak, içerik, biçem ve form olarak nasıl inşa edildi

Değerlendirme

Değerlendirme (Evaluate): İncelenen medya mesajının **en azından** düşünsel düzeyde değerlendirilmesi gerekmektedir. Elde edilen verilerin değerlendirilmesi ve önyargı geliştirmeksizin, bir medya organının bir konudaki yaklaşımını tanıyıp, izleyen mesajlara hazırlıklı olmak sağlanır.

Üretim

Üretim (Produce): Profesyonel medyada üretilen profesyonel medya mesajlarına İternatif olarak, öğrencilerin teknolojiyi kullanarak kendi medya mesajlarını üretmesi ve yayınlamasıdır.

Medya Okuryazarlığı Beceri Alanları

Bilişsel Alan

Bilişsel alan becerileri, medya ile etkileşirken gerekli olan zihînsel beceri ve işlemleri ifade eder. Zihinsel süreçler, simgelerin yüzeysel anlamını yakalamak gibi basit bir süreç.

Duygusal Alan

Bilişsel alan düşünce ve akıl yürütmeyi gerektirirken, duygusal alan farklı duyguların yaşanma boyutudur.

Estetik Alan

Estetik alan medya iletilerini sanatsal ve estetik bir bakış açısıyla okuyabilmeyi, bu açıdan güçlü ve zayıf yönlerini görebilme yetisini ifade eden alandır. İletinin içerdiği estetik

Değerler Alanı

İletinin temelinde yatan değerleri okuyabilme becerisi, bu alanla ilgilidir. Medyada sunulan iletilerde, açık ve örtük biçimlerde sunulan değerler vardır.

Bu boyutta kişiler kendilerini geliştirdikçe, açık olarak sunulan değerleri görmeye başlarlar. Daha ileriki düzeylerde ise kişi, iletinin derinlerinde yatan ve örtük yollarla sunulan değerleri yakalamakla kalmaz; bunlara karşı kişisel bir duruş da sergilemeye başlar.

MEDYA OKURYAZARI OLMAK: MEDYAYI OKUMAK VE MEDYAYI YAZMAK

Thoman ve Jolls'a göre medyayı okumak; (Thoman & Jolls:2008:40)

- ⦿ Gözlem ve yorumlama yeteneğini geliştirir,
- ⦿ Anlama ve değerlendirme yeteneğini derinleştirir,
- ⦿ Kalıplaşmış yargı, yanlış sunum ve kısıtlı sunumu tespit etmeyi sağlar,
- ⦿ Önyargı ve bakış açısını aydınlatır, belli belirsiz ve örtük mesajları açığa çıkartır,
- ⦿ Medya üreticilerine bakış açısı ve anlam verir,
- ⦿ Mesajların etkileri ve ima ettikleri hakkında toplumu aydınlatmayı sağlar.

Medyayı Yazmak

Medya Okuryazarlığında üretim aşamasını oluşturan 'medyayı yazmak' ise şu kazanımları sağlar (Thoman & Jolls, 2008:40):

- ◉ Görsel, işitsel ve diğer iletişim araçlarının çoklu kavrayışını içerir,
- ◉ Öğrenmede aktif katılımı gerektirir,
- ◉ Öğrenmeden keyif almayı sağlar ve motivasyonu artırır,
- ◉ Alternatif temsiller için ortam yaratır,
- ◉ Başkalarıyla etkileşim ve sınıfın ötesinde iletişim için çıkış noktası oluşturur,
- ◉ Özgüveni ve kendini ifade etme becerisini pekiştirir,

Teorik kavramların 'gerçek dünyada' uygulanması için ortam sunar.

Bu bağlamda, etkili medya analizi süreci aşağıdaki anahtar kavramlara dayanır (Thoman & Jolls, 2008:23):

- ◉ Tüm medya mesajları kurgudur. (constructed)

- ⦿ Dil inşasında her bir medyanın farklı karakteristiği, güçlü yanları ve eşsiz bir dili vardır.
- ⦿ Medya mesajları belirli amaçlar için üretilmiştir.
- ⦿ Tüm araçlar ve mesajlar gömülü değerler ve bakış açıları barındırır.
- ⦿ İnsanlar medya mesajlarından anlam çıkarmak için kendi bireysel yeteneklerini, deneyimlerini ve inanışlarını kullanırlar.
- ⦿ Medya ve medya mesajları; inanışları, tutumları, davranışları, değerleri ve demokratik süreci etkiler.

Bazı Temel Kavramlar

Enformasyon: Bilgi anlamında kullanılan kavram, "Information" sözcüğünün karşılığıdır. Basılı ve elektronik medya yoluyla yayılan bilgileri ifade eder. Kişi bunları okuyarak kendi zihinsel şemasıyla bütünleştirdiğinde ortaya çıkan düzenli (organize) ve anlamlı yapı, İngilizce'de "knowledge" olarak ifade edilir.

Mezenformasyon (Misinformation): Medyada zaman zaman yanlış enformasyonla karşılaşmak olanaklıdır. Arkasında bir kasıt ya da kötü niyet olmadan yayılan yanlış enformasyon, mezenformasyon (misinformation) olarak ifade edilir. Seçim öncesinde kamuoyu yoklaması yapan bir araştırmacının, X partisine oy vermeyi düşünen **%30'luk** bir kitleyi belirlediğini düşünelim. Bir yanlışlık sonucu sıfır rakamı yazılmazsa, partiye oy vermeyi düşünenlerin oranı **%3** görülecektir. Burada kasıtsız bir hata söz konusudur.

Dezenformasyon (Disinformation): Hedef kitleyi kasıtlı olarak yanıltmayı amaçlayan yanlış enformasyonu ifade eder ve "yanıltma haber" olarak da ifade edilir. Dezenformasyonda kasıt ve kötü niyet vardır. Biraz önce sözü edilen araştırmacı, seçmeni yanıltmak ve etkilemek için X partisine oy verecek olan **%30'luk** kitleyi kasıtlı olarak **%13** olarak duyurursa, dezenformasyon yaymış olur.

Sansür: Sansür olayların belirli yanlarını ya da bütününi yok etmeyi kesmeyi, yasaklamayı, gizlemeyi, saklamayı amaçlayan bir eylem olarak ifade edilir.

Propaganda: Propaganda kavramı birçok insan tarafından yanlış kullanılmaktadır, Genellikle propaganda, konuşmalarda ve yazılarda yer alan ve gerçeklere dayanmayan şişirme ifadelerle verilen ad olarak bilinmektedir.

MEDYA OKURYAZARLIĞI MODELLERİ

Giriş

Medya Okuryazarlığı ile ilgili farklı modeller geliştirilmiş olsa da temel olarak yapılan çalışmalar doğrultusunda, bu alanda üç modelden söz etmek olanaklıdır:

A. James W. Potter'ın Bilişsel Medya Okuryazarlığı Modeli

Bilişsel Medya Okuryazarlığı modeli kendi içerisinde bazı önermelere sahiptir. Bilişsel Medya Okuryazarlığı modeline geçmeden önce bu önermeleri bilmek önem kazanmaktadır.

Sorumluluk Önermesi (Responsibility Axiom)

Medya Okuryazarlığını geliştirmek için öncelikli sorumluluk bireysel olarak kişiyle ilgilidir.

Etki Önermesi (Effects Axiom)

Medya Okuryazarlığıyla ilgili her önermenin temelinde insanların medya tarafından nasıl etkilendiğiyle ilgili bir kuram olmalıdır.

Yorumlama Önermesi (Interpretation Axiom)

Yorumlama insan aklının anahtar özelliğidir. Bireyi anlamamanın merkezi insan aklının nasıl çalıştığını kavramaktır.

Paylaşılan Anlamın Önemi Önermesi (Importance of Shared Meaning Axiom)

Bireylerin dışarıdan gelen uyarıları anlaması gerekir. Böylelikle diğer insanları anlayabilir ve onlarla iletişim kurmak için yaygın simgeleri kullanabilir.

Güç Önermesi (Power Axiom)

Eğer bilgi güç olarak kabul edilirse, insanların kendi anlam yapılarını kuracak çeşitli bilgilere gereksinimi olacaktır.

Hedef Önermesi (Purpose Axiom)

Medya Okuryazarlığının hedefi kontrolü medyadan bireylere doğru kaydırmaktadır.

B. Rick Shepherd'in Medya Okuryazarlığı Program Modeli

Rick Shepherd'in Medya Okuryazarlığı Program Modeli "İlköğretimde Medya Eğitimi: Mükemmel Eğitim Programı" adlı makalesinde eleştirel bakış açısını öğretmenlerin öğrencilerle birlikte medya eğitiminde kullanabileceği temeline dayanmaktadır.

Modeldeki temel yaklaşım, bütün iletişim ve araştırmalarda gerçeğin temeli olduğu varsayımına dayanmaktadır. Dünyanın bütün temsilleri, hayali ya da gerçeği anlatma ya da tanımlama girişimidir ve bir anlamda yapıcı bir seçim ve yaratıcı bakış açısıyla iletişimin ayrıntılarını istemedir. Yazılı olarak ve görsel biçimde gerçeğin tarafsız olmayan tanımları yoktur. Bu kavramın anlayışı, medyaya olan eleştirel ilişki için bir başlangıç noktasıdır.

J. Francis Davis'in "Medya Eğitim Programlarının Kuramsal Kökenleri"

Bütün projeler gözlemleyicinin ayrımlarını, istenilen çıktıların kullanımlarının kuramının önemli bir unsuru olmasına karşın, daha aktif bir bakış açısından anlamaya yönelik olan bu kuramda "Televizyon insanlara bir şey yapmaz, insanlar televizyonla bir şey yapar" görüşü etkilidir. Sadece gözlemleyicinin bazı isteklerine ulaşmasına yardımcı olmak gerekmektedir.

Medya Okuryazarlığının Önemi

Medya Okuryazarlığının amacı günlük yaşantımızda farklı biçimlerde karşılaştığımız medya mesajlarına karşı farkındalığı arttırmak ve medyanın inançlarını ve algılarını, popüler kültürü biçimlendirişini ve kişisel seçimleri üzerindeki etkisini nasıl süzgeçten geçirdiğini fark etmelerine yardımcı olmaktır. Onları bilginin üreticisi ve sağduyulu tüketicisi yapmak için eleştirel düşünme ve yaratıcı sorun çözme becerileriyle donatmalıdır. Bu anlamda Medya Okuryazarlığı eğitimi, dünyadaki her ülkede ifade özgürlüğü ve bilgi edinme hakkı açısından, her vatandaşın sahip olduğu temel haklarının bir parçasıdır ve demokrasiyi kurmak ve desteklemek için çok gereklidir. Bu doğrultuda iletişim uzmanları, kitle iletişim araçlarından etkin bir biçimde yararlanabilme, bilinçli kullanım biçimleri geliştirebilme ve özellikle televizyonun sorun yaratabilecek olası olumsuz etkilerinden korunabilmek için, ilk yaşlardan itibaren bir eğitim sürecinin başlamasının önemini vurgulamaktadırlar. Ailede başlayacak olan "Medya Okuryazarlığı süreci" okul eğitimiyle beraber mesajlara eleştirel gözle bakmayı, seçici olmayı, kendi mesajını oluşturabilme becerisini ve alışkanlığını geliştirecektir. Dolayısıyla bireyler araçları doğru kullanma biçimlerini günlük yaşama aktarmayı öğrenecektir.

MEDYA OKURYAZARLIĞI İLKELERİ

Len Masterman: Medya Eğitiminde Onsekiz İlke

Masterman medya eğitiminin 18 ilkesini şöyle formüle etmiştir:

- 1)** Medya eğitimi, toplumun demokratik yapısını güçlendiren zarar olasılığı yüksek ciddi ve önemli bir alanı oluşturmaktadır. Medya eğitimi ciddi ve önemli bir risk alanıdır. Çoğunluğa güç verilmesi ve toplumun demokratik yapılarının kuvvetlendirilmesidir.
- 2)** Medya eğitimi, gerçeği yansıtmayan medyanın birleştirici kavramıyla yeniden temsilini sağlamaktadır. Medya eğitiminin özekselsel birleştirici kavramı bir çeşit yeniden temsil sorudur. Medya aracılık yapar. Medya gerçeği yansıtmaz, yeniden temsil eder. Medya simgeler ve işaretler düzeneğidir. O olmadan medya eğitimi olmaz, tüm akışı sağlayan medyadır.
- 3)** Medya eğitimi yaşam boyu bir süreçtir. Medya eğitimi yaşam boyu bu süreç içinde yüksek öğrenim öğrencilerini ana hedef olarak göstermektedir: Yüksek öğrenim öğrencisi temel hedef olmalıdır.

- 4) Medya eğitimi, eleştirel bakış açısıyla birlikte ayrıca eleştirel özerkliği teşvik etmektedir. Medya eğitimi, sadece eleştirel zekayı geliştirmeyi değil, eleştirel özerkliği teşvik etmeyi de hedefler.
 - 5) Medya eğitimi soruşturmacı yaklaşımları amaçlamaktadır. Özgül/bir türe özgü kültürel değerleri zorla kabul ettirmeye uğraşmaz.
 - 6) Medya eğitimi güncel ve fırsatları değerlendirmeye aracılık etmektedir. Öğrenenlerin yaşam konumlarını aydınlatmaya uğraşır. Böyle yapmakla daha büyük tarihi ve ideolojik olaylar bağlamında bugünü konumlandırır.
 - 7) Medya eğitiminin anahtar kavramları almaşık konudan çok analitik araçlardır.
 - 8) Medya eğitiminde yer alan içerik amaca ulaşmada bir araç rolünü üstlenmektedir. Medya eğitiminde içerik (son için) amaç için bir araçtır.
- O son da farklı bir içerik olmaktan çok aktarılabilinen analitik araçların gelişmesidir.

9) Medya eğitiminin etkinliği, öğrencilerin eleştirel düşüncelerini, sergileyecekleri sorumluluk ve güdü derecesine göre değerlendirmektedir. Bir başka deyişle, Medya eğitiminin etkililiği sadece iki ölçüte göre değerlendirilebilir:

- Öğrencilerin eleştirel düşüncelerini yeni durumlara uygulayabilme yetenekleri,
- Öğrencilerin sergilediği sorumluluk ve güdü derecesi.

10) Gerçekte medya eğitiminde değerlendirme öğrencinin öz değerlendirmesi, hem gelişimsel hem gittikçe artan (ediminin) değerlendirilmesi anlamına gelir.

11) Medya eğitimi eğitimci ve eğitilen arasındaki iletişimin karşılıklı konuşma ve yargı hedeflerinin sunulması doğrultusunda değiştirilmesi yolunda çaba sarf etmektedir. Medya eğitimi, öğretmen-öğrenci ilişkisini karşılıklı konuşma ve yargı hedefleri sunarak değiştirmeye gayret eder.

12) Medya eğitimi, araştırmalarını tartışmadan çok karşılıklı konuşmayla yapar. Eğitimdeki araştırmalar karşılıklı iletişimle gerçekleşmektedir.

13) Medya eğitimi, temel olarak daha açık ve demokratik pedagogların gelişimini besleyen aktif ve katılımcı bir yapıdadır. Öğrencileri kendi öğrenmeleri üzerinde kontrol ve sorumluluk sahibi olmaları, ortak bir öğretim izlencesi planlanması yolunda düşünmeleri, öğrenimleriyle ilgili daha uzun vadeli bakış açıları kazanmaları yolunda yüreklendirir. Kısaca, medya eğitimi, yeni bir konu alanı olduğu kadar yeni çalışma yöntemleriyle de ilgilidir. Medya eğitimi genel anlamda açık ve demokratik pedagogların gelişimini sağlayan aktif katılımcı bir yapıya sahip bulunmaktadır.

14) Medya eğitimi, grup odaklı işbirlikçi öğrenmeyi kapsar. Bireysel öğrenmenin rekabet, yarışma yoluyla değil, tüm grubun içgörü ve kaynaklarına ulaşmakla değerinin artırıldığını kabul eder.

15) Medya eğitimi, uygulamalı eleştiri ve eleştirel uygulamadan oluşur. Kültürel eleştirinin kültürel yeniden üretimine olan üstünlüğünü onaylar.

16) Medya eğitimi holistik (bütünün parçaların toplamından daha büyük olmadığı ancak parçaların birbirlerine olan ilişkileriyle işlevsellik kazandıklarını savunan görüş) bir süreçtir. Örnek olarak ebeveyn, medya üstatları ve öğretmen meslektaşları arasındaki ilişkilerin oluşumu demektir. Medya eğitimi aile, medya işletmecileri ve eğitmenler arasındaki ilişkilerin oluşumunu sağlayan bir süreci vurgulamaktadır.

17) Medya eğitimi, sürekli değişim ilkesine bağlıdır. Devamlı değişen gerçeklikle birlikte gelişmelidir.

18) Medya eğitimini alttan desteklemek diğerlerinden ayrı, özel bir 'epistemoloji'dir (bilgi kuramı). Halihazırda var olan bilgi öğretmenler tarafından basit bir biçimde aktarılmamış ve öğrencilerce 'keşfedilmemiş'tir. Bu bir son değil, başlangıçtır. Öğrenci ve öğretmenlerin aktif olarak oluşturdukları yeni bilgiden çıkan eleştirel araştırmanın ve diyalogun konusunu oluşturur.

Patricia Aufderheide: Medya Eğitiminde Sekiz İlke

1980'li yıllarda eğitimciler yeni teknolojiyi kullanan alanların semiotik ve sibernetik olduğunu ve bu bilim dallarını bilmeden medya ürünlerini okumanın ve anlamamanın olanaklı olamayacağını keşfetmişlerdir. Bu bağlamda, medya ürünlerinin okunabilirliği açısından farklı bakış ve önerilerde bulunan eğitimciler birbirlerinden bağımsız olarak farklı ilkeler ortaya atmıştır. Patricia Aufderheide'in Medya Okuryazarlığında Genel İlkeler başlıklı makalesinde sekiz ilke ile Len Masterman'ın ortaya atmış olduğu on sekiz ilke arasında medyanın gerçekliği yansıtamadığı ve nesnel olmadığı dışında ortak bir özellik görülmemektedir.

Cyndy Scheibe Ve Faith Rogow: Medya Eğitiminde Oniki İlke (Medya Okuryazarlığı ve Eleştirel Düşünmeyi Bağdaştıran, Her Ders İçin Uygun 12 Temel İlke)

Scheibe ve Rogow (2008), bir mőfredatta Medya Okuryazarlığı ve eleştirel düşünmeyi birleştirmenin oniki temel yolunu ya da ilkesini belirlemişlerdir.

Renee Hobbs ve Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma

Bu ilkeler doğrultusunda medyanın nesnel gerçeklikten uzak kurgusal yapısı ile ön planda bulunduğu konusunun **altı** çizilmektedir.

MEDYA OKURYAZARLIĞININ GELİŞMESİNE KATKIDA BULUNAN ÖNEMLİ DÜŞÜNÜRLER

Antonio Gramsci

Antonio Gramsci geçen yüzyılda, ileri sürmüş olduğu hegemonya ve karşıt-hegemonya kavramlarıyla bilinç üzerine önemli tartışmalar başlatmış ve medya kuram ve eğitimcilerine önemli ipuçları sunmuştur.

Gramsci'ye Göre Karşıt-Hegemonya Kavramı

Gramsci'nin Medya Okuryazarlığına temel katkısı, sadece manipülasyon ve hegemonyanın çalışma prensiplerini tartışmış olması değildir. Gramsci karşıt-hegemonya (counter-hegemony) kavramını da önemsemiştir.

Michel Foucault

Fransız aydın Michel Foucault ileri sürdüğü söylem (discourse), bilgi, güç, disiplin ve direnç gibi kavramlarla Medya Okuryazarlığı alanına yeni bir bakış açısı sunmaktadır.

Paulo Freire

Brezilyalı eğitimci Paulo Freire, köylülere okuryazarlık öğrettiği bir kampanya gerçekleştirmişti. Bu kampanyada köylüler, çevredeki egemen yapı ve kurumlara dayalı olarak gelişen güç ilişkilerini sorgulamak yoluyla okuryazarlığı öğrenmişlerdir.