

MEDYA OKURYAZARLIĞI

EĞİTİMİ

Editör-Yazar
Prof. Dr. Tekin ÇELİKKAYA

2. Baskı





Editör-Yazar: Prof. Dr. Tekin ÇELİKKAYA

MEDYA OKURYAZARLIĞI EĞİTİMİ

ISBN 978-625-8325-47-8

Kitap içeriğinin tüm sorumluluğu yazarlarına aittir.

© 2023, PEGEM AKADEMİ

Bu kitabın basım, yayım ve satış hakları Pegem Akademi Yay. Eğt. Dan. Hizm. Tic. AŞ'ye aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri, kapak tasarımı; mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kayıt ya da başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz ve dağıtılamaz. Bu kitap, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır. Okuyucularımızın bandrolü olmayan kitaplar hakkında yayınevimize bilgi vermesini ve bandrolsüz yayınları satın almamasını diliyoruz.

Pegem Akademi Yayıncılık, 1998 yılından bugüne uluslararası düzeyde düzenli faaliyet yürüten **uluslararası akademik bir yayınevidir**. Yayımladığı kitaplar; Yükseköğretim Kurulunca tanınan yükseköğretim kurumlarının kataloglarında yer almaktadır. Dünyadaki en büyük çevrimiçi kamu erişim kataloğu olan **WorldCat** ve ayrıca Türkiye'de kurulan **Turcademy.com** tarafından yayınları taranmaktadır, indekslenmektedir. Aynı alanda farklı yazarlara ait 1000'in üzerinde yayını bulunmaktadır. Pegem Akademi Yayınları ile ilgili detaylı bilgilere <http://pegem.net> adresinden ulaşılabilir.

1. Baskı: Eylül 2022, Ankara

2. Baskı: Şubat 2023, Ankara

Yayın-Proje: Şehriba Türüdü

Dizgi-Grafik Tasarım: Müge Kuyrukcu

Kapak Tasarımı: Pegem Akademi

Baskı: Sonçağ Yayıncılık Matbaacılık Reklam San Tic. Ltd. Şti.

İstanbul Cad. İstanbul Çarşısı 48/48 İskitler/Ankara

Tel: (0312) 341 36 67

Yayıncı Sertifika No: 51818

Matbaa Sertifika No: 47865

İletişim

Macun Mah. 204. Cad. No: 141/A-33 Yenimahalle/ANKARA

Yayınevi: 0312 430 67 50

Dağıtım: 0312 434 54 24

Hazırlık Kursları: 0312 419 05 60

İnternet: www.pegem.net

E-ileti: pegem@pegem.net

WhatsApp Hattı: 0538 594 92 40

ÖN SÖZ

Medya okuryazarlığının en temel amacı bireyin eleştirel bakış açısı ile medyayı okuyarak medya iletilerinde gizlenmiş mesajları fark etmesi ve bunlara ilişkin olumlu-olumsuz bir tepki verebilmesine yardımcı olmak ve gerekli becerilerle bireyi donatmaktır. Medya okuryazarlığı günümüzde gerek akademik çevreler gerekse de sivil toplum kuruluşlarının girişimleriyle hemen hemen tüm dünya ülkelerinin eğitim planlamalarında yer bulmaya başlamıştır. Medya okuryazarlığının ülkeler açısından gelişim süreci aynı değildir. Farklı zamanlarda ve farklı koşullarda medya okuryazarlığı eğitimi gelişim göstermiştir.

Kitle iletişim araçlarında artan çeşitlilik ve toplum hayatında hızla artmaya devam etmesi medya okuryazarlığı eğitimlerinin öneminin farkına varılmasını sağlamıştır. Hal böyle olunca ülkeler toplumlarını bilgi iletişim teknolojilerini kullanma yeterliliğine sahip olmaları ve nesillerini medyanın zararlı içeriklerinden korumak amacıyla bu alanda çalışmalara ağırlık vermiştir. İnternet ve sosyal medya ile yeni tanışanların karşılaşabileceği sorulara cevap aramak, daha güvenli bir internet ve sosyal medya kullanımı sağlamak, sosyal medyayı hali hazırda kullanmaya devam edenlere bir bilinç kazandırmak tartışılmaya başlanmıştır. Bütün bunlardan hareketle, öğrenenlere medya okuryazarlığı becerisinin kazandırılması, medya kanalları aracılığıyla farkındalık sağlanması önemli hale gelmiştir.

Teknolojinin gelişimi ile birlikte iletişim kültürü de değişmekte, insanların teknolojiye yararlanarak diğer insanlara ve kültürlere daha hızlı bir erişimle ulaşması, günümüzün önde gelen güncel durumlarından birini teşkil etmektedir. Bu etkileşim sürecinde insanların hayatında medya unsurları toplumsal yapı, kültürel yapı ve sosyo-ekonomik yapıyı nasıl etkilemektedir merak edilmektedir. Bundan hareketle, medya okuryazarlığı eğitimi gündeme gelmiş, medya okuryazarlığı dersi ile ilgili çeşitli çalışmalar yapılmaya başlanmıştır.

21.yy. da öğrencileri medya etkileri konusunda bilinçlendirmek, medyanın zararlı içeriklerinden korumak amacıyla hayata geçirilen Medya Okuryazarlığı dersinin daha etkili ve verimli bir şekilde öğretimi için hazırlanan bu kitap konuların öğretiminde teori ile uygulama arasında sağlam bir köprü kurmayı hedeflemiş olup 12 bölümden oluşmaktadır. Sosyal Bilgiler Lisans Programında 7. yarıyıldan zorunlu alan dersi olarak verilen “medya okuryazarlığı ve eğitimi” dersinin yanı sıra “Medya Okuryazarlığı” dersi de lisans programında yer alan genel kültür seçmeli derslerinden biridir. Her iki dersin içeriği birbirine benzemektedir olup kitap içeriği oluşturulurken Lisans programındaki bu iki dersin içeriği yanı sıra Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde 7. ya da 8. Sınıfta okutulan “Medya Okuryazarlığı” dersi içeriği de dikkate alınmıştır. Kitabın içeriğini yansıtması amacıyla

kitabın bölüm yazarlarının bölümlere ilişkin yazılarından alıntılar yapılarak ön sözde yer verilmeye çalışılmıştır.

Eserde yer alan bölümlerin her biri alanında ilgili konuyla alakalı çalışmalar yapan, Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi dersine giren Türkiye'nin farklı üniversitelerinde akademik çalışmalarını sürdüren akademisyenler tarafından yazılmıştır. Bu eser vesilesiyle ilk defa tanışma fırsatı bulduğum tüm bölüm yazar arkadaşlarıma göstermiş oldukları özveri, emek, gayret ve eserin oluşmasına yaptıkları katkılar için ve kitabın basımını gerçekleştiren Pegem Akademik Yayıncılık ailesine de teşekkürlerimi sunarım.

Eserin ortaya çıkma sürecinde oldukça öz verili ve titiz bir çalışma sergilenmeye çalışılmıştır. Buna rağmen oluşabilecek eksiklik, hata ve önerilerinizi sonraki basımlarda eserimizin iyileştirilmesi adına katkıda bulunma adına editöre ya da bölüm yazarlarına bildirmenizi rica ediyorum.

Prof. Dr. Tekin ÇELİKKAYA

Şubat, 2023

BÖLÜMLER VE YAZARLARI

Editör-Yazar: Prof. Dr. Tekin ÇELİKKAYA

1. Bölüm: Medya ve Bilgi Okuryazarlığına İlişkin Temel Kavramlar

Dr. Öğr. Üyesi Erkan ŞENŞEKERCİ, Bursa Uludağ Üniversitesi
ORCID No: 0000-0003-3018-5301

2. Bölüm: Medyanın Toplumsal, Kültürel ve Ekonomik Yaşam Üzerindeki Etkileri

Doç. Dr. Ayşegül TURAL, Bartın Üniversitesi
ORCID No: 0000-0003-2009-7543

3. Bölüm: Farklı Ülkelerde Medya Okuryazarlık Eğitimi

Doç. Dr. Selma GÜLEÇ, Bursa Uludağ Üniversitesi
ORCID No: 0000-0002-8961-3975
Meltem Elif ÇELİK, Bursa Uludağ Üniversitesi
ORCID No: 0000-0002-4850-2742

4. Bölüm: Medya Okuryazarlığı Programı ve Önemi

Prof. Dr. Tekin ÇELİKKAYA, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi
ORCID No: 0000-0001-5684-6492
Mutlu KÜRÜMLÜOĞLU, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi
ORCID No: 0000-0003-4189-2239
Esra GÜLFIRAT KIBRIZ, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi
ORCID No: 0000-0003-4913-0888

5. Bölüm: Medya Alanındaki Meslekler

Doç. Dr. Murat Bayram YILAR, Ondokuz Mayıs Üniversitesi
ORCID No: 0000-0001-5889-3372

6. Bölüm: Kitle İletişim Araçları

Dr. Öğr. Üyesi İrem NAMLI ALTINTAŞ, Süleyman Demirel Üniversitesi
ORCID No: 0000-0002-3398-5366

7. Bölüm: İnternet ve Sosyal Medya

Dr. Öğr. Üyesi Seda ÖNGER, Uşak Üniversitesi
ORCID No: 0000-0002-3398-5366

8. Bölüm: Medyayı Eleştirel Okuma ve Propaganda Teknikleri

Doç. Dr. Erhan GÖRMEZ, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

ORCID No: 0000-0003-0752-802X

9. Bölüm: Medya ve İnternete Yönelik Hukuki Haklar-Sorumluluklar

Dr. Öğr. Üyesi İrfan ARIKAN, Harran Üniversitesi

ORCID No: 0000-0002-1546-4786

10. Bölüm: Medya ve Reklam İletileri Çerçevesinde Tüketim Kültürü

Dr. Öğr. Üyesi Abdullah Cevdet KIRIKÇI, Harran Üniversitesi

ORCID No: 0000-0002-8995-8527

11. Bölüm: Medya Okuryazarlığı Temel Yaklaşımları

Dr. Öğr. Üyesi Hacer DOLANBAY, Muş Alparslan Üniversitesi

ORCID No: 0000-0001-5684-6492

12. Bölüm: Medya Okuryazarlığı Eğitiminde Kullanılan Yöntem ve Teknikler

Doç. Dr. Canan TUNÇ ŞAHİN, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi

ORCID No: 0000-0003-0997-2124

İÇİNDEKİLER

Ön Söz.....	iii
Bölümler ve Yazarları.....	v

1. BÖLÜM MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞINA İLİŞKİN TEMEL KAVRAMLAR

Giriş.....	2
1. Medya Araç ve Bileşenleri ile İlgili Genel Kavramlar.....	4
1.1. Enformasyon	4
1.2. Veri Tabanı.....	6
1.3. Arama Motoru.....	7
1.4. İzlenme Oranı.....	8
1.5. Metaverse	10
2. Benlik Sunumu ile İlgili Genel Kavramlar.....	12
2.1. Story.....	12
2.2. Blog/Vlog	13
2.3. Özçekim (Selfi).....	15
2.4. Kişisel Algoritmalar	17
2.5. Dijital Ayak İzi.....	18
3. Gerçeklik Ötesi ile İlgili Genel Kavramlar.....	20
3.1. Propaganda	20
3.2. Efekt	21
3.3. Mezenformasyon/Dezenformasyon/Malenformasyon.....	23
3.4. Agnotoloji	24
3.5. Trol.....	25
3.6. Sansür	26
4. Medya Hukuku ile İlgili Genel Kavramlar.....	27
4.1. Bilişim Suçları.....	27
4.2. Kimlik Dolandırıcılığı.....	28
4.3. Siber Zorbalık.....	29
4.4. Çocuk Dostu Medya.....	30
Kaynakça.....	32

2. BÖLÜM

MEDYANIN TOPLUMSAL, KÜLTÜREL VE EKONOMİK YAŞAM ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Giriş.....	44
1. Medyanın Toplumsal Yaşam Üzerindeki Etkileri.....	45
2. Medyanın Kültürel Yaşam Üzerindeki Etkileri.....	50
3. Medyanın Ekonomik Yaşam Üzerindeki Etkileri.....	53
Kaynakça.....	57

3. BÖLÜM

FARKLI ÜLKELERDE MEDYA OKURYAZARLIK EĞİTİMİ

Giriş.....	62
1. Dünyada Medya Okuryazarlığı Eğitimi	64
1.1. Finlandiya	65
1.2. İrlanda	66
1.3. Almanya	68
1.4. İngiltere	69
1.5. Fransa	71
1.6. Yunanistan	72
1.7. Amerika Birleşik Devletleri.....	74
1.8. Avustralya	76
1.9. Kanada (Ontario Eyaleti)	77
1.10. Güney Afrika Cumhuriyeti	79
2. Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Eğitimi.....	81
2.1. RTÜK’ün Yaptığı Çalışmalar	84
2.2. Medya ve Sosyal Bilgiler Dersi	85
Kaynakça.....	88

4. BÖLÜM

MEDYA OKURYAZARLIĞI PROGRAMI VE ÖNEMİ

Giriş.....	96
1. Medya Okuryazarlığı Dersi.....	96
2. Medya Okuryazarlığı Dersinin Gerekliliği	99
3. Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı’nın Uygulanmasında Dikkat Edilecek Hususlar	102
4. Medya Okuryazarlığı Öğretim Programının Yapısı	104

4.1. Bilgi	107
4.1.1. Birey ve Medya	107
4.1.2. Toplum ve Medya	108
4.1.3. Medyanın İşlevleri	108
4.1.3.1. Bilgi Kaynağı Olarak Medya	108
4.1.3.2. Eğlence Kaynağı Olarak Medya	108
4.1.3.3. İkna Aracı Olarak Medya	109
4.1.3.4. Katılım Ortamı Olarak Medya	109
4.2. Beceri	109
4.2.1. Yaşam Becerileri	109
4.2.2. Medya Okuryazarlık Becerileri	110
4.2.2.1. Farkındalık	110
4.2.2.2. Erişim	111
4.2.2.3. Çözümleme	112
4.2.2.4. Değerlendirme	113
4.2.2.5. Üretim	114
4.2.2.6. Paylaşım	114
4.2.2.7. Eylemcilik	115
4.2.2.8. Sorgulama	116
4.2.2.9. Çevrimiçi Güvenlik	117
4.3. Duyuş	117
4.3.1. Tutum	118
4.3.2. Motivasyon	118
4.3.3. Değerler	118
4.3.3.1. Ulusal ve Uluslararası Kültürel Değerler	119
4.3.3.2. Medya Etiği	119
4.3.3.3. Sorumluluk	120
4.4. Medya Okuryazarlığı İlkeleri	121
4.5. Medya Çeşitliliği/Biçimleri	121
4.5.1. Geleneksel Medya	121
4.5.1.1. İşitsel Medya	121
4.5.1.2. Görsel Medya	122
4.5.1.3. Basılı Medya	122
4.5.2. İnternet	122
4.5.3. Etkileşimli Medya	122
4.5.3.1. Yeni Medya	123
4.5.3.2. Sosyal Medya	123
4.5.3.3. Sosyal Ağlar	124
Kaynakça	125

5. BÖLÜM

MEDYA ALANINDAKİ MESLEKLER

Giriş.....	134
1. Medyayı Okumak ve Medyayı Yazmak	135
1.1. Medyayı Okumak.....	137
1.2. Medyayı Yazmak	140
2. Medya Alanındaki Meslekler.....	141
2.1. Geleneksel Medya Meslekleri	143
2.1.1. Prodüktör.....	143
2.1.2. Film/Sinema Yönetmeni	144
2.1.3. Senarist.....	145
2.1.4. Televizyon Program Yönetmeni	146
2.1.5. Kameraman	146
2.1.6. Kurgu Yönetmeni.....	147
2.1.7. Seslendirme Sanatçısı.....	147
2.1.8. Haber Spikeri.....	148
2.1.9. Haber Editörü/Müdürü	149
2.1.10. Haber Muhabiri	149
2.1.11. Foto Muhabiri	150
2.1.12. Işıkcı	150
2.1.13. Teknik Yönetmen.....	151
2.2. Yeni Medya Meslekleri	151
2.2.1. Dijital Medya Fotoğrafçısı	151
2.2.2. Video Editörü/Düzenleyici	152
2.2.3. Animatör.....	152
2.2.4. Sosyal Medya Uzmanı/ Yöneticisi	153
2.2.5. Grafik Tasarımcısı.....	153
2.2.6. Video Oyunu Tasarımcısı	154
2.2.7. Web Analitiği Uzmanı.....	154
2.2.8. Web Uygulaması Geliştiricisi	155
2.2.9. İçerik Geliştirici	156
2.2.10. Medya Yöneticisi.....	156
2.2.11. Blogger	156
2.2.12. Vlogger.....	158
2.2.13. Youtuber.....	158
2.2.14. Sosyal Medya Editörü	160
Kaynakça.....	162

6. BÖLÜM

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI

Giriş.....	172
1. Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı.....	173
1.1. Renkli Yayın Dönemi	174
1.1.1. Özel Kanallar.....	175
1.1.2. Kablolu Kanallar.....	177
1.2. Özel Kanalların Getirdiği Sorunlar ve Çözümler	178
2. Radyo Televizyon Üst Kurulu.....	180
2.1. İyi Uykular Çocuklar	181
2.2. Akıllı İşaretler.....	182
3. Medyayı Anlama Becerileri.....	185
4. Çocuğa Olumlu Televizyon İzleme Alışkanlığı Kazandırmak İçin Yapılabilecekler.....	187
5. Dergi ve Dergi Türleri.....	188
5.1. Tanzimat Dönemi Çocuk Dergiciliği (1839-1876).....	191
5.2. Meşrutiyet Dönemi Çocuk Dergiciliği (1876-1920)	191
5.3. Tek Parti Dönemi Çocuk Dergiciliği (1923-1945)	192
5.4. Çok Partili Dönemde Çocuk Dergiciliği (1946-1980).....	192
5.5. Günümüz Çocuk Dergileri (2000-2022).....	193
Kaynakça.....	196

7. BÖLÜM

İNTERNET VE SOSYAL MEDYA

Giriş.....	204
1. İnternet	205
2. İnternetin Gelişimi ve Geleceği	206
2.1. Web 1.0	208
2.2. Web 2.0	208
2.3. Web 3.0	209
3. İnternet Kullanımı ve İnternet Kullanımında Karşılaşılan Sorunlar.....	214
4. Sosyal Medya	220
4.1. Sosyal Medya Kullanımında Önemli Olan Kavramlar	221
4.1.1. İzinsiz İçerik	221
4.1.2. Siber Dolandırıcılık	222
4.1.3. Siber Zorbalık.....	222
4.1.4. Siberkondria	224
4.1.5. Dismorfofobi	225

4.1.6. Netlessfobi	225
4.1.7. Nomofobi	227
4.1.8. Phishing	228
Kaynakça.....	229

8. BÖLÜM

MEDYAYI ELEŞTİREL OKUMA VE PROPAGANDA TEKNİKLERİ

Giriş.....	240
1. Medyayı Eleştirel Okuma	242
2. Propaganda	246
2.1. Propaganda Kategorileri	248
2.1.1. Siyasi Propagandaya Karşı Sosyolojik Propaganda	248
2.1.2. Ajitasyona Karşı Entegrasyon Propagandası.....	249
2.1.3. Dikey Propagandaya Karşı Yatay Propaganda	251
2.1.4. İrrasyonel Propagandaya Karşı Rasyonel Propaganda	252
2.2. Medya Araçlarında Etkili Olarak Kullanılan Propaganda Teknikleri.....	253
2.2.1 Sürüye Uyma	254
2.2.2. Kart İstifleme	255
2.2.3. Tanıklık	256
2.2.4. Parlayan Genellemeler	258
2.2.5. Lakap Takma	260
2.2.6. Transfer Propagandası	260
2.2.7. Sıradan Halk	262
2.2.8. Şovenlik.....	264
Kaynakça.....	266

9. BÖLÜM

MEDYA VE İNTERNETE YÖNELİK HUKUKİ HAKLAR-SORUMLULUKLAR

Giriş.....	276
1. Medya ve İnternete Yönelik Hukuki Haklar ve Sorumluluklar.....	277
1.1. Düşünce ve İfade Özgürlüğü	277
1.2. Haberleşme Özgürlüğü	279
1.3. Telif Hakkı	280
1.4. Özel Hayatın Gizliliği ve Kişisel Verilerin Korunması.....	282
1.5. Düzeltme ve Cevap Hakkı	285

2. Medya ve Etik.....	286
3. Bilişim (Siber) Suçlar	290
3.1. Bilinçli ve Güvenli İnternet.....	292
3.2. Google Family Link Uygulaması	294
Kaynakça.....	296

10. BÖLÜM

MEDYA VE REKLAM İLETİLERİ ÇERÇEVESİNDE TÜKETİM KÜLTÜRÜ

Giriş.....	302
1. Tüketim Kavramı ve Türleri.....	303
2. Reklam ve Reklam Endüstrisi.....	307
2.1. Yeni Medya ve Dijital Reklam Platformları	309
2.2. Reklam İletilerinde Etik Sorunu ve İhtiyaçların Manipülasyonu.....	312
3. Reklam İletileri Çerçevesinde Tüketim Kültürü ve Çocuk.....	315
Kaynakça.....	320

11. BÖLÜM

MEDYA OKURYAZARLIĞI TEMEL YAKLAŞIMLARI

Giriş.....	328
1. Kitle İletişim Kuramlarıyla İlişkili Yaklaşımlar	329
1.1. Aşılamacı Yaklaşım	330
1.2. Korumacı Yaklaşım.....	331
1.3. Eleştirel Yaklaşım	333
1.4. Güçlendirme Yaklaşımı	335
1.5. Yetkilendirici Yaklaşım.....	336
1.6. Bloom Yaklaşımı	336
1.7. Bandura Yaklaşımı.....	337
1.8. Gerbner ve Yetiştirme Yaklaşımı.....	338
1.9. Mcluhan Yaklaşımları	339
2. Eğitim ve Öğretim ile İlgili Yaklaşımlar	340
2.1. Çözümlemeci Yaklaşım	341
2.2. Tematik Yaklaşım	342
2.3. İlişkilendirme Yaklaşımı	343
2.4. Masterman ve Medya Eğitimi Yaklaşımı	344
Kaynakça.....	346

12. BÖLÜM

MEDYA OKURYAZARLIĞI EĞİTİMİNDE KULLANILAN YÖNTEM VE TEKNİKLER

Giriş.....	352
1. Medya Okuryazarlığının Önemi ve İlkeleri.....	352
2. Medya Okuryazarlığı Eğitiminde Kullanılan Yöntem-Teknikler.....	355
2.1. 5N1K Tekniği.....	355
2.2. Farkındalık İçin Okuma	358
2.3. Eleştirel Okuma	359
2.4. Medya Analizi.....	363
2.5. Metin Çözümlemesi	364
2.6. Fotoğraf Çözümlemesi	367
2.7. Medya İçeriği Üretme.....	370
3. Öğretmen Eğitiminde Kullanılan Yöntemler.....	371
3.1. Kendi Kendine Öğrenme	372
3.2. Öğretmen Mesleki Gelişim Eğitimleri	372
3.3. Müfredat Temelli Yaklaşımlar	373
3.4. Mentorluk ve Ortaklıklar	373
Kaynakça.....	377
Editör Hakkında	379
Yazarlar Hakkında	380

1. BÖLÜM

MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞINA İLİŞKİN TEMEL KAVRAMLAR

Dr. Öğr. Üyesi Erkan ŞENŞEKERCİ, Bursa Uludağ Üniversitesi
ORCID No: 0000-0003-3018-5301

