

DİJİTAL DÜNYADA MEDYA OKURYAZARLIĞI OLGUSU: GELİŞİM EVİ SPOR KULÜBÜ

Nimet ÖZSEVİNÇ
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
nimet.ozsevinc@gmail.com
https://orcid.org/0000-0001-6982-7186

Deniz YENGİN
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
denizyengin@aydin.edu.tr
https://orcid.org/0000-0002-6846-0770

ÖZ

Medya, iletişim ağlarını kapsayıcı niteliğe sahip olarak; radyo, televizyon, gazete ve dergi gibi basın yayın mecralarında ortak bir dil oluşturmaktadır. İletişim normlarını kullanan medya, teknolojik gelişmelerin bir uzantısı niteliğinde yeni bir kimlik kazanmıştır. Gelişen ve değişen dünya düzeninde ise ‘yeni medya’ kavramı olarak karşımıza çıkmaktadır. Küreselleşmenin yansımaları sonucu hayatımızın vazgeçilmez bir parçası konumuna gelen dijitalleşme evresiyle, medya birçok alanı doğrudan etkilemeye devam etmekte ve dönüşüme uğratmaktadır. Medya ve eğitim ilişkisine bakıldığında, medya okuryazarlığı olgusu, toplumların genetik kodlarını doğrudan etkisi altına almaktadır. Geleneksel medyada yer alan haber, reklam ve eğlence unsurlarının analizlerinin yanı sıra yeni iletişim teknolojileri ile ortaya çıkan yeni sosyal sorunlar da medya okuryazarlığı literatürüne girmelidir. Teknolojik devrimlerle birlikte değişen ve gelişen sosyal yaşam ve eğitim bu çalışmanın odak noktasını oluşturmaktadır. Her geçen gün dönüşüme uğrayan, içinde bulunduğumuz dijital dünya kendi sirkülasyonu içinde bizleri de aynı çarkta döndürmektedir. Yeniliğin ardında gelen sorunsallar olumsuz etki yaratarak dijitalliğin kalıcı izlerini topluma kazımakta ve bizlerin farkındalığını köreltmektedir. Bu makale çalışmasında teknolojinin evrilmesi sonucu oluşan dijital dünyada, medya okuryazarlığı sorunsalları üzerinde durularak, Gelişim Evi Spor Kulübü üyelerinin yeni medya okuryazarlık düzeyinde yaptıkları çalışmalar ve farkındalıklarının incelenmesi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kitle İletişim Araçları, Yeni Medya, Teknoloji ve Eğitim, Medya Okuryazarlığı, Sosyal Medya.

MEDIA LITERACY IN THE DIGITAL WORLD: GELİŞİM EVİ SPORTS CLUB

ABSTRACT

Covering all kinds of communication networks, media creates a shared language in the broadcast such as radio, television, newspaper, and magazine. Using communication norms, media gains a new identity in the extension of technological developments. It stands as ‘new media’ in today’s developing and changing world. In this digital era, as an indispensable part of our lives with the globalization, media has been directly affecting and changing lots of fields. While observing the relationship between media and education, we find the concept of media literacy directly takes hold of the genetic codes of society. In addition to the analyses of news, advertisements and entertainment elements in traditional media, new social problems that have arisen with the new communication technologies should be in the literature of media literacy. Social life and education changing and developing with technological revolutions are the main focus of this study. The digital world we live in goes through a transformation any time and pulls us in this circulation, as well. Social problems brought by the innovation create a negative impact and weaken our awareness. In this study, the main focus is on the issues of media literacy in this digital world. Within this frame, the awareness and practices of Gelişim Evi Spor Kulübü members in the field of media literacy are scrutinized.

Keywords: Mass Media, New Media, Technology and Education, Media Literacy, Social Media.

GİRİŞ

Gelişen ve değişen dünya düzeninde, dijitalliğin hayatımıza girmesinin ardından birçok alanda dönüşümler meydana gelmiştir. Hızla yayılan dijitalleşme bizlerin kaçamadığı olguları da beraberinde getirmektedir. Dijitalizmin alt tabanında yer alan 0 ve 1'lerin hayatımıza etkisi ve bizleri manipüle etmesi de kaçınılmaz olmaktadır. Dijitallik kavramına sığdırmış olduğumuz teknolojik yaşam serüvenimizde en çok değişim ve dönüşümlerden biri eğitim alanında olmaktadır. Yeni medya çağı olarak adlandırılan günümüzde, teknolojik gelişimin hız kazanması sonucu eğitim programlarının içeriği de değişim göstermektedir. Medya kavramı her geçen gün içeriğini genişletmekte ve yeni medya olgusu ile karşımıza çıkmaktadır. Günümüz basın yayın organı olarak tanımladığımız medya, hedef kitle ile etkileşimi ön planda tutarak, internetle bütünleşmiş yapısıyla yeni kavramını alana dahil etmiştir. Dijital dünyada, değişimin öznesi olduğumuz bu dönemde medya okuryazarlığı içeriğini genişletmiş ve teknoloji okuryazarlığı, internet okuryazarlığı, yeni medya okuryazarlığı kavramları ile ders niteliğini genişletmektedir.

Sınırları ortadan kaldıran dijitallik olgusu, gelişim hızını her geçen gün arttıran teknoloji ile birlikte reel yaşamın internet ortamına sığdırıldığı yeni bir düzeni ortaya çıkarmıştır. Geleneksel kitle iletişim araçlarının kalıplarından çıkarak, kontrolsüzlüğü beraberinde getiren ağ teknolojisi kullanımının giderek yaygınlaşması, günümüz kültürüne de etki ederek dijitallik olgusunu literatürümüze sokmuştur. Dijital çağın etkisini doğrudan gösterdiği eğitim alanında, medya okuryazarlığı kavramı da yeni bir eğitim programı serüvenini yansıtmaktadır. Medyanın, globalleşerek toplumların benliğine etki etmesi de medya okuryazarı olmanın önemi ve değerinin kavranmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bilgi teknolojilerinin akıl almaz dönüşümü, medyayı eleştirel, faydacı, analiz edici niteliklerde değerlendirilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Medya okuryazarlığı kavramı da böylece önem kazanmaya devam eden ve düşünsel açıdan iletilerin, çözümlenme ve değerlendirilmesinde eleştirel bakış açısı geliştiren bir alan olarak eğitim programındaki yerini almıştır. Dijitalleşmenin getirmiş olduğu yeni medya okuryazarlığı kavramı ile teknoloji kullanımı, verimli sosyal medya kullanımı, dijital oyunlar, kitle iletişim araçları denetiminin çocuklar ve ebeveynler ile bütünleşmesini öngören sınırları esnetilebilen bir bütünleşik yapı kastedilmektedir.

Dünya genelinde hızla yayılan sosyal medyanın kullanım yaşının düşmesiyle birlikte, siber zorbalık terimi literatürümüze girmiş, aynı zamanda küçük yaş gruplarındaki bireylerin yaşam standartlarını olumsuz yönde etkilemiştir. Kitle iletişim araçlarının yanı sıra sosyal ağ kullanımının da niteliğine değinen yeni medya okuryazarlığı, eğitim programı noktasında sağlıklı bir iletişim toplumu oluşturmayı hedeflemelidir. Çalışma kapsamında, yeni iletişim araçlarının öğretici pratiklerine eleştirel bakış açısıyla yaklaşarak, medya okuryazarlığı bağlamında eğitimin öğrenciler üzerindeki yeterliliği, ebeveynlerin etkin bir medya okuryazarı olmaları için yaptığı çalışmalar incelenmiş ve medya okuryazarı olunması yönünde karşılaşılabilecek sorunsallar üzerinde durulmuştur. Çalışmanın araştırma bölümünde, ebeveynlerin teknoloji bağımlılığını aza indirmek için çocuklarını yönlendirdiği; robotik kodlama, satranç, drama, akıl oyunları, İngilizce derslerinin verildiği Gelişim Evi Spor Kulübü çalışmanın örneklemini olarak seçilmiştir. Gelişim Evi Spor Kulübü'nde ders alan öğrencilerin ebeveynleri ile odak grup görüşmesi yapılarak eğitim kapsamında medya ve teknoloji kullanımının günlük yaşantımızdaki etkisi incelenmiştir.

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE ETKİLERİ

Teknolojik devrimle birlikte ihtiyaçlarımızın, tüketim alışkanlıklarımızın değişmesi bizleri her anlamda etkisi altına aldığı göstermektedir. Kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesi ve yaygınlık kazanması bireyleri sonu gelmeyen bir manipüle sürecinin içine sürüklemektedir. İletişim çalışmalarına baktığımızda kişi üzerinde *güç ve tesir ileti* ile olmaktadır. Bu saptama ile iletişim çalışmaları kapsamında *iletinin içeriğinin incelenmesi* de zorunlu kılınan bir etken olarak karşımıza çıkar (Yengin, 2014: 30). Yeni medya platformlarında iletinin içeriği çeşitlenmekte aynı zamanda bireyleri sınırlı belirlenmeyen bir etki içine hapsedmektedir. *İletişim; akla gelebilecek her türlü aracı kullanarak, bilgi, düşünce ve tutumların karşılıklı aktarılmasıdır. Kodlarla üretilmiş verinin kaynaktan hedefe iletimidir* (Yengin, 2014: 21). Harold Laswell ise bu doğrultuda iletinin etkililiğine yoğunlaşarak iletişim bilimi bazında önemli bir çalışma olan Etki Kuramı'nı geliştirmiştir. Kuramın özünde; *Kim, neyi, hangi*

kanalla, kime, hangi etkiyle söyler? sorularından oluşan çizgisel modelin tek yönlü bir akışa sahip olduğu yer almaktadır (Yengin, 2012: 13). İletişimi sosyolojik bir olgu olarak kabul eden Laswell, iletişimin diğer yandan toplumsal açıdan yapı ve işleyişini analiz etmeye çalışmaktadır (Güngör, 2018: 63). *Bireyin vermiş olduğu iletilerin diğer bireyleri etkileyebileceğini savunan Laswell, bu çalışmasını doğrusal bir modelle desteklemektedir* (Yengin, 2014: 30). İletişim sürecinde büyük önem taşıyan ve etkileşime anlam katan iletinin özünde yatan vermek istenilen mesajdır. Günümüzde tekno iletişimin kullanımı da etkililik oranını giderek artırmaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte kitle iletişim araçları üzerindeki etki artmış, bu durum geleneksel ile yeni arasında ayrıma neden olarak, yenileşmenin ardından *yeni medya* kavramını da gündeme getirmiştir (İlhan ve Aydoğdu, 2015: 56). Değişen ve dönüşen teknoloji etkili ve kullanışı yüksek düzeyde farklı buluşlara yol açmaktadır. Bu durum bireylerin yaşam biçimlerini etkilemekte ve önü alınmaz derecede artış gösteren karmaşık (çeşitliliği fazla) toplumların oluşmasının önünü açmaktadır (Chayko, 2018: 6). Bu sebeple iletişimi sadece bir yerden başka bir yere iletmek ve geri bildirim sağlanan etkileşim süreci olarak adlandırmak yetersiz kalacaktır.

Telgrafın hayatımıza girmesiyle birlikte, bireyler farkında olmadan yeni bir kültür olan *elektrik ve elektronik medya kültürüne* geçiş yapmıştır. Böylece zaman ve mekan kavramının sona erdiği yepyeni bir dünya düzeninden bahsedilmektedir (Baldini, 2000: 88). Hedeflerin, yaşam şekillerinin rotasını değiştirme gücüne sahip olan bu teknoloji davranışsal yönden tüm dünyada yeni bir dönemi başlatmıştır. İnternetin hayatımıza girmesiyle insanlara varlıklarından bile haberdar olmadıkları yeni hedefler gösterdiğini söyleyebiliriz aynı zamanda giyilebilir teknolojik cihazlar hedef izlemeyi kolay ve otomatik hale getirmektedir (Alter, 2018: 102). Özellikle yaygınlaşan elektronik kültürle birlikte, kitabın önemini tartışılması da kaçınılmaz bir konu olmaktadır. Kitabın ölümünü vurgulayan düşünürler arasında Neil Postman önemli bir yer tutar. Postman, pek çok kitabında televizyon tarafından katledildiğimizi ileri sürmektedir. Geleneksel ama bir o kadar da etkisi fazla olan televizyon, *çok masum bir biçimde okuma özgürlüğüne müdahale etmekte, onları yasaklamamakta, sadece bir kenara atılmasına neden olmaktadır* (akt. Baldini, 2000: 98). Bu noktada değinilmek istenen kitle iletişim araçlarının bizleri zamanla dolaylı olarak değil doğrudan etkisi altına alarak, tüm yaşam fonksiyonlarımızı yönlendirmekte olduğu ve bizlere şekil verdiğine vurgu yapmaktır. Teknoloji kullanımının yaygınlaştığı günümüzde iletişimin etkisi de değişim göstermektedir. Kullandığımız sosyal medya iletişim kurma kanallarımızı çeşitlendirmiş ve medyanın bireyi etki altına almasıyla teknolojiye olan bağlılık ve ihtiyaç da doğru orantıda artış göstermektedir. Özellikle dijital platformlardaki her hedef kitleye uygun içerik çeşitliliği yeni medyanın manipüle gücüne güç katmaktadır.

Zamanla iletişimin temelindeki etki telefonlar, cihazlar ve sosyal ağlar aracılığıyla sağlanır duruma gelmiştir. Gelişen ve değişen süreç içerisinde öğrenci kitlesinin ve ebeveynlerin de teknoloji kontrol sınırları genişleyerek yarar gözetilmeye başlanmıştır. Kitle iletişim araçlarının olumsuz etkileri ise, büyüme kapıldığımız tekno yaşam içerisinde görmezden gelinmektedir. Paul Virilio (2003: 134), günümüzde enformasyon savaşı verdiğimizizi vurgulayarak, artık küresel savaşın insanları yok olmayla değil, sönümlemeyle tehdit eden bir bilimsel radikalleşme üzerine kurulu olduğunun altını çizmektedir. Medya artık ahlaki bir tehdit değil, eğitsel bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Medya teknolojileri ve medyanın içeriği eleştirel yeti ve becerileri bileme olanağı sunmaktadır (Laughey, 2010: 64). Kaygılandığımız önemli bir nokta da çocukların teknolojik yaşam süreci olmaktadır. Aynı zamanda ebeveynlerin kontrolsüzlüğüne bağlı olarak yaygınlaşan dijital bağlılığın önüne geçmek gün geçtikçe zorlaşmaktadır. Özellikle çocukların ekranda izlediği programların, gelişime yardımcı olduğu kadar ekran bağımlılığı ve zorbalık gibi tehlike oluşturabilecek unsurlar da içerdiğini söylemek mümkündür. *Ekrana bağımlılığı, anne babaların çocuk yetiştirirken televizyonu birer kurtarıcı olarak görmeleri ve televizyona, akıllı telefona, tablete bakıcı rolü yüklemeleri sonrasında çocukların bilinçsizce ve uzun süre izlemesi ile çocuklarımız ekrana bağımlı hale gelmektedir* (Yıldırım, 2019:71). Bağımlılığın bile dijitalizme döndüğü bu süreçte teknolojinin içerisine doğan çocukların sosyal yaşamının yapısal farklılığı psikolojik ve fizyolojik yapılarını da dolaylı olarak değişime uğratmaktadır. Bill Maher, HBO'daki Real Time programında politik bir konuya dikkat çekerek şu sözlere yer verir:

Sosyal medya sektörünün kodamanları, daha iyi bir dünya için çalışan iyi niyetli bilgisayar kurtarı ayağına yatmaktan vazgeçip, çocuklara bağımlılık yapıcı ürünler satan bisiklet yaka tişört giymiş tütün tacirlerinden başka bir şey olmadıklarını kabul etseler iyi olur artık. Çünkü

şu gerçekle artık yüzleşmemiz gerek: kaç “beğeni” aldığınıza bakmak, sigara içmenin yerine geçti (Newport, 2019: 26).

Yaşamın bir parçası ve ihtiyaç olarak algıladığımız sosyal medya, her geçen gün artan kullanıcı sayısı ile kendisine bağlılığını da arttıran bir teknoloji platformu olarak karşımıza çıkmaktadır. Gündemin artık sosyal medya mecrasında belirlenmesi toplumsal olarak bakıldığında kullanımı bireyselleştirirken (kitleleştirirken) bir yandan da sosyolojik akışın içerisindeki kişileri tektipleştirmektedir. Özellikle çocuk yaş gruplarını daha çok etkileyen sosyal mecralardaki, en ideali giyme, en pahalısını tüketme gibi gereksinimler yaygınlaşmakta ve bireyi istemsizce sınırı görünmeyen bir tüketime itebilmektedir. İnternetin hayatımıza girmesiyle yaygınlaşma hızını arttıran teknoloji bireyler üzerinde bağımlılık etkisi yapmaktadır. Kaçamadığımız bir alana evrilen teknoloji, süreç içerisinde insanları davranışsal bağımlı hale getirmektedir. Alter (2018: 69), mavi ışığın uykuyu engellediğine değinerek davranışsal bağımlılığın asıl zararının, tamamen uyanık olduğumuz ve saptantılı bir şekilde bilgisayar, tablet, adım sayıcı ve akıllı telefon gibi cihazlarımızla oynarken oluştuğuna vurgu yapmaktadır. Yaşama bakış açılarımıza etki eden bu yeni medya ortamı kişilerin teknoloji okuryazarı olmasındaki gerekliliği de her geçen gün arttırmaktadır diyebiliriz. Eleştirel pedagojinin önem taşıdığı bu süreçte ebeveynlere de duyarlılık konusunda büyük sorumluluk yüklendiğini söylemek mümkündür. *Sosyal medya okuryazarlığı eğitimi bilgi kirliliği ve bilinç kirliliği konusunda sihirli bir anahtar olmasa bile, hiç değilse nasıl bir bilgi dolaşım ve aktarım ağıyla kuşatılmış oldukları konusunda insanlarda farkındalık yaratabilmektedir. Bilinçli kullanıcıların artmasıyla ancak sosyal medya gerçek anlamda yararlı hale gelebilir* (Güngör, 2018: 412). Medya eğitimi kapsamına dijital yurttaş olabilmek için sosyal medya okuryazarlığı alanı dahil edildiğinde teknolojinin yararlı sonuçlarını daha çok göreceğimiz ve daha verimli bir dijital ortam yaratılabildiğini belirtmemiz de mümkün hale gelecektir.

Bilişsel duylara hitap eder konuma gelen medya, popüler kültür ile birlikte içerisinde kaybolmaktan keyif aldığımız araçlara dönüşmektedir. Yeni teknolojileri ilgilerimizi, sembollerin özyapısını (düşünce vasıtalarımızı), toplumun doğasını değiştirdiğine değinen Postman, dünyada tuhaf ve tehlikeli şeylerin çok az farkında olduğumuzu ancak bunların bir ismi olmadığını ve bu olu biten şeylere Teknopoli ismini verdiğini belirtmiştir. Eğitim kavramımızın kitle iletişim araçlarıyla değişmesi, okul yapısının da yavaş yavaş yok olacağı tartışmalarını beraberinde getirmektedir (Postman, 2016: 24). Çünkü basılı teknoloji ile hayatımıza giren okullaşma, teknolojik devrim ile dokunmatikleşerek okul kavramını da dönüşüme uğratmaktadır. Her geçen gün birbirine benzeyen tek tiplen robotikleşmiş suratlara bakarak gerçeği aramakta, ancak bulamamaktayız (Övür, 2019: 77). Bu noktada kitle iletişim araçları ile hayatımıza giren sanal gerçeklik ve gerçek sanallık çağımızı anlatan gerçeklerdir. Özellikle çocukları gerçek hayattan uzaklaştıran, sosyal hayatın kopardığı dijital oyunlar ebeveyn kontrolünü gerektirmektedir. Oyun oynama süreleri ile ilgili düzenleyici programlar yapmak, gerekirse alarm kurarak çocuklara süreyi hatırlatan ortam sağlamak, zaman yönetimlerini sağlamaları için destek vermek, internet ve teknolojik cihazların kullanımında örnek olmak, doğal yollarla sosyalleşmeyi sağlayacak ortamlar yaratabilmek alınabilecek önlemler arasında yer almaktadır (Yengin, 2019: 136). Bu doğrultuda alınan önlemler toplumsal açıdan karşılaşılabilecek sorunların bilinçli olarak kontrol altında tutulmasında önemli bir adım olmaktadır. Dijital ebeveyn olabilmek çocukların teknoloji kullanımında denetimin sağlanması için büyük önem taşıyan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital ebeveynlik, yeni medyayı (dijital medya araçlarını) kullanırken ebeveynlerin tutum davranışlarının genel bir karşılığıdır. Songur’a göre (2019: 17) dijital ebeveyn; *dijital teknolojileri kullanabilen, dijital çağa uyum sağlayabilen, dijital mecradaki olanak ve risklerin farkında olan ve çocuğunu bunlara karşı koruyabilen, sanal ortamdaki kişilik haklarına saygı ve etik değerleri çocuklarına aktaran, teknolojik gelişmelere yeterli düzeyde uyum sağlayan kişiler* olarak nitelendirilmektedir. Gelişen ve değişen yapıdaki teknolojiyi kontrollü kullanabilmek ebeveynler için de zorlaşmaktadır. Bu noktada Bimber’in üç temel teknolojik determinizm yaklaşım özetine değinmek yerinde olacaktır. Normatif yaklaşım açısından, işlevsellik, verimlilik ve üretkenlik normları etik ve politik normlara kıyasla öncelikli olabilmektedir. *Teknolojik rasyonalite, teknolojik akıl, insan yaşamının bütün alanlarında karar verme süreçlerine nüfuz eder* (Özkaya, 2015: 64). Nomolojik bakış açısıyla, bilim, teknoloji ve toplumun çizgisel modeline uygundur ve bilim determinist biçimde evrilebilmektedir. İstemsiz sonuçlar yaklaşımına göre ise, eylemlerin tüm sonuçlarının denetlenmesinin zor olduğuna vurgu yapılmaktadır. Teknolojik olarak bağlantısına baktığımızda, teknolojik gelişmelerin toplumsal sonuçlarının özerk bir özelliğinin olduğunu söyleyebiliriz. *Bu durumda, toplumsal sonuçlar insanlar için öngörülemez ve/veya*

yönetilemez, denetlenemez olur (Özkaya, 2015: 64). Değişim ve seçim süreçlerine baktığımızda birey teknolojiden doğrudan etkilenmekte ve toplumsal açıdan kullanımına bakıldığında kabul ederek özerk bir teknoloji evreni yaratmaktadır.

Teknolojik dönüşümün getirdikleri iletişim sürecini de etkisi altına almaktadır. McLuhan (2001: 209), teknolojik gelişimle birlikte bizlere sunulan *robotsu sahne oyununa* hepimizin dahil olduğu gerçeğine vurgu yapmıştır. Aynı zamanda enformasyon alışverişinin oranı hızlandıkça, eski özel kimliklerin kalitesi olan gerçek uzmanlıkların yerine, *yeni robotsu anonim şirket mevcudiyetinin içinde* daha çok karışık kaybolacağımızın altını çizmiş ve kişinin ne kadar çok enformasyon değerlendirirse o kadar *daha az bilir hale geleceğine* de değinmektedir. Bu noktada medyanın artık yeni medya ortamına dönüştüğü günümüz dijitalizm sürecinde teknoloji okuryazarlığı eğitim kapsamında olmazsa olmaz bir önem ve değer taşımaktadır.

TEKNOLOJİ KULLANIMI VE MEDYA OKURYAZARLIĞI

Yeni bir kültür oluşturma sürecinde etkililiğini her geçen gün artıran medya teknolojileri yaşamsal olarak da doğrudan etkiye neden olmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojisi, bilgi ve fikirleri bir insandan diğerine taşır. Bu süreç, gerçekleştiği takdirde bu aracılık veya teknolojik aracılık olarak adlandırılır ve teknolojinin kendisi de bir aracı olarak düşünülebilir. Yüzyıllar boyunca, insanlar gerek büyük çağlı kitlesel araçlar üzerinden (televizyon, filmler, gazeteler, kitaplar); gerekse orta ölçekte araçlarla (düzinelerce veya muhtemelen yüzlerce insana ulaşan sosyal medya veya bloglar) ya da küçük grup, küçük çaplı araçlar ile (iki insan ya da küçük gruplar arasındaki elektronik postalaşma ve mesajlaşma, telefonlaşma ve görüntülü konuşma ya da sosyal medya veya blogların daha kişiselleşmiş kullanımları) teknolojik aracılığı düşüncelerini şekillendirip, başkalarına anlattıkları hikayelere dönüştürmek için kullanmışlardır (Chayko, 2018: 9). Toplumsal bir yapının kültürü olan hikayeler zamanla kitle iletişim araçlarıyla iletilen anlamlandırılan olgulara dönüşmektedir.

Hızla gelişmeye devam eden bilgi ve iletişim teknolojileri dijital olanakların da yapısal bazda değişimine neden olmuş aynı zamanda kitle iletişimin sağlandığı mecraları da çeşitlendirmiştir. Bireyler yeni medya ortamında internet kullanarak akıllı telefonlar ve uygulamalar aracılığı ile içerik üretmektedir. Kişisel hikayelerin, deneyimlerin veya görsellerin paylaşıldığı bu ortamda bireyler dijital anlatıcı konumundadır. Medya, zihinlerin inşasının kaynağı konumundadır. Chomsky'ye göre (2002: 10), medya gerçeği manipüle eden bir araç görevi üstlenmektedir. Bu doğrultuda bakıldığında “medya, toplumsal bir amaca hizmet eder” ifadesi alternatif bir söylem olarak kullanılmaya başlanmıştır. Medya aracılığı ile kitlelere ulaştırılan kurgulanmış gerçeklik, gündem haline getirilmekte ve istenilen oranda bireylere sunulmaktadır. Dijital medya, teknolojik gelişim sürecinde *devletin elektronik gözü ve ideolojik aygıtı* durumuna gelmiş aynı zamanda egemen söylemler çerçevesinde tek boyutlu olarak tekrar tekrar düzenlenebilen olgu konumuna gelmiştir. Bu doğrultuda analiz yaptığımızda, demokratik bir kamusal alanı göz ardı eden veya fikri düzeyde barındıran medya, hedef kitlenin nelerden haberi olması gerektiğini veya hangi konular üzerinde tartışması gerektiğini kendisi inşa etmektedir (Chomsky, 2002: 10). İzleyicinin, okuyucunun veya kullanıcının yönlendirildiği bir medya algısının oluşması böyle bir durumda kaçınılmaz olmaktadır. Farkında olmadan yönlendirilen birey, sorgulamayı geri planda tutarak medya içeriklerine eleştiri yapmadan inanır duruma gelmektedir. Bu noktada belirtilmesi gerekir ki, iyi bir medya okuryazarı olabilmek irdelemekten ve eleştiri yapmaktan geçmektedir.

Dördüncü güç olarak tanımladığımız medya, bireyleri manipüle etme sürecinde özne olmayı korumakta ve psikolojik etkisi ile karar mekanizmalarımızın yönlendirilmesine de aracı olmaktadır. Kitle oluşturmakta ve gündemi belirlemede büyük önem taşıyan medya, dijitalleşen yapısıyla sosyal medya ile küçük yaş gruplarından büyük yaş gruplarına kadar bir çok bireyin ceplerine kadar girebilmiş ve taşınabilirliği ile her yerde iletişim kurabilme imkanını sağlar duruma gelmiştir. Teknoloji ile yönlendirilmeye açık olduğumuz bu sistemde algoritmanın parçası olduğumuz da unutulmaması gereken bir nokta olmaktadır. Böylece altını çizmek gerekir ki, bizlerin yeni medya okuryazarı olması gerektiğinin altında, teknolojiyi kullanan (tercih eden) kişiler olduğumuz, gerektiğinde sınırlandırabilecek bilinçte olmamız gerektiği yatmaktadır.

Hobbs, çağdaş toplumlarda başarı için gereken yetkinliklerin birçok terimle tanımlanabileceğini belirterek, bunların *bilgi okuryazarlığı, medya okuryazarlığı, medya eğitimi, görsel okuryazarlık, haber okuryazarlığı, sağlık medya okuryazarlığı ve dijital okuryazarlık* adlarıyla tanımlanabileceğinin altını çizmiştir (2010: 17). Diğer bir ifadeyle medya okuryazarlığı olgusu ana hatlarıyla, büyük çeşitlilik gösteren formlardaki mesajlara ulaşma, bunları çözümlenme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak da tanımlanabilmektedir (Hobbs, 2004: 122). Medya alanında büyük öneme sahip olan yeni medya olgusu sınırlarını esneten bir yapıya sahip olmakta ve medya kapsamına da birçok konuyu sığdırmaktadır. *Medyada okunan, gözlenen ve işitilen her şeyin öncelikle kurgusal olduğunu fark etmeyi öneren* medya okuryazarlığı kavramı, bu yönüyle medyanın içeriğinin doğal olmadığını ve değiştirilebileceğini yansıtmaktadır (Türkoğlu, 2007: 278). Temelinde akılcılığın olduğu ve sorgulayarak medyayı okumanın eleştirel anlamda tanımlanması da yeni medya ortamında oldukça önem taşımaktadır.

Medya okuryazarlığı alanında önemli bir çalışma, “Eleştirel Medya Okuryazarlığı Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar” başlığı ile ele alınmıştır. Kitabın temeline baktığımızda, eleştirel pedagojinin sağladığı açılımla, korumacı bir liberal ana akım bir medya okuryazarlığı anlayışı yerine, farklı ve başka bir pencereden medya okuryazarlığı olgusuna bakıldığının altı çizilmiştir (Bek ve Binark, 2007: 8-10). Medya okuryazarlığı olgusu, toplumsal yaşam içerisinde neoliberal politikalara hizmet eden aynı zamanda verimli bir takım ahlak korumacılık ilkeleri doğrultusunda özellikle çocukların ve gençlerin medyanın olası kötü etkilerinden uzak tutulması için çaba harcayan bir alan olarak da tanımlanmaktadır (Bek ve Binark, 2007: 103). Zaman içerisinde tanımı değişime uğrayan ve kapsamı genişleyen medya okuryazarlığı kavramı yeni medya alanında sıkça üzerinde durulan önemli bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel medya literatüründe, *neyin haber olarak seçileceğine ve nasıl yayımlanacağına karar veren medya kuruluşları; bazı değerleri ve davranış biçimlerini kitlelere mesaj ve simgeler aracılığıyla iletmektedir. Aslan’ın (2004: 29) da altını çizdiği gibi, bir söylem olan haberde anlam üretimi, olayların, olguların ikili karşıtlıklarla biz-onlar, yerli-yabancı, elitistpopülist şeklinde sunulmasıyla gerçekleştirilmekte, egemen değer yargılarının çerçevesinde şekillenmektedir.* Böyle bir medya ortamında yanlış ve doğruyu daha net çizgiler doğrultusunda ayırt edebilmek için aktif bir medya okuryazarı olmak gerekmektedir. Kitle iletişim araçlarındaki teknolojik evrimin getirisiyle, medya içerikleri de alternatifleriyle birlikte karşımıza çıkmaktadır. *Medya okuryazarlığı, medya içeriklerinin ayrımcılığa uğramasına ve değerlendirilmesine, medya formlarını eleştirel bir şekilde incelemeye, medya etkilerini ve kullanımlarını araştırmaya, medyayı akılcıca kullanmaya ve alternatif medya oluşturmaya yardımcı olur* (Hobbs, 2010: 4). Üretilen içerikler kapsamında medya bireylerin algılarına da şekil vermektedir. Gönenç’e göre algı yönetiminden söz edebilmek için, medya bir konu üzerinde ansızın durmaya ve konuyu sık gündeme getirmeye başlamışsa mümkün olmaktadır. (Gönenç, 2018: 25). Gündem belirleme özelliği ile kamuoyunu etkisi altına alan medya içerikleri, bilinçli ve sorgulayıcı bir toplum olunmasıyla birlikte daha objektif bir medya ortamı oluşturulmasını tetiklemektedir.

Algı yönetmenleri ve manipülatörlerin bilgisi “yumruk” gibi kullandığını ve bizleri sersemlettiğine vurgu yapan Gültekin, kitlelerin kendileri doğrultusunda yönlendirildiğine değinmektedir. Seçilmiş bilgiler ve görseller medya manipülatörlerinin sık kullandığı tekniklerdendir. Bütünden koparılmış bu parçalar, belirlenmiş bir fikri, politikayı ve ideolojiyi empoze etmek amacıyla kullanılmaktadır (Gültekin, 2016: 54). Toplumun bilgilendirilme ihtiyacı, eğitim ihtiyacı ve kamuoyu oluşturulması gibi hizmetleri yerine getiren medya kuruluşları yansıttıkları, yansıtmadıkları ve gerçeklik ile ilgili tartışmaların öznesi niteliğinde olmaktadır. Medyada yer alanlar kadar, göz ardı edilenler de demokrasinin gelişmesi açısından önem taşımaktadır. Utma’ya göre (2018), *medya toplumların anlam dünyasını belirli bir ideoloji çerçevesinde düzenleme yeteneğine sahiptir.* Bu doğrultuda medya okuryazarlığı kavramı literatürümüze geç girmiş olsa da toplumun anlam dünyasında farkındalık oluşturma noktasında önemli bir değere sahip olmaktadır.

Gerçeklerin medya kuruluşları tarafından manipüle edilmesi veya maskelenmesi, zaman zaman gerçeğin bilinmemesinden daha tehlikeli bir hal almaktadır. Bu duruma örnek verecek olursak: ABD, Irak işgali öncesi, askeri müdahalesini toplumun zihninde meşrulaştırmak amacıyla istihbarat raporlarıyla birlikte medya desteği alarak, Saddam Hüseyin rejiminin kitle imha silahları ürettiğini topluma kabul ettirmeye çalışmıştır (Briggs ve Burke, 2011: 95). Medyanın gücüne ayna tutan bu örnekler yaşadığımız yeni medya sürecinde daha etkili ve sorgulayıcı bir yeni medya okuryazarı olunması yönünde bizlere önemli bir gösterge sunmaktadır.

Hobbs, *Dijital Çağda Medya Okuryazarlığını Yeniden Tanımlamak* adlı çalışmasında, medya okuryazarlığı eğitiminin, gençlerin dijital medya ve yeni iletişim teknolojileri deneyimlerinin değişen doğasına ayak uydurmak için yapılmasının zorunda olduğu bazı yöntemler önermektedir. Hobbs (2010: 88); medya ortamını (haber, reklam, eğlence) analiz edip irdeleme sürecinde öğretmenlerin geleneksel biçimde yoğunlaştığına değinerek, asıl bakış açısının yeni medyayı (cep telefonu, el cihazları), yeni mesaj formlarını (arama motorları, hızlı mesaj, blog ve online eğlence) ve yeni sosyal meseleleri (özdeşlik ve anonimlik, mahremiyet ve gözetim vb.) kapsayacak şekilde genişleterek ele alınması gerektiğinin altını çizmektedir. Denetimin kısıtlı olarak sağlanabildiği yeni medya platformlarında okuryazarlık da içeriğin kapsamının genişlemesiyle daha verimli hale gelecektir.

Medya okuryazarlığı bileşenleri ile ilgili olarak bilme, farkındalık ve beceri süreci olduğunu belirten Binark ve Bek, bu doğrultuda medya endüstrisine de dikkat çekmektedir. Binark ve Bek'in (2007: 54) analizine göre: *medya metinleri, üreticilerinin, metinleri üretirken üzerinde anlaşma sağladıkları uzlaşımları ve bu uzlaşımlar sonucunda ortaya çıkan içerik biçimlerini bilmek, medya endüstrisini tanımak (köken, gelişme, ekonomik temeller, yapısal ve hukuki düzenlemeler), medya endüstrisinin izleyicileri nasıl gördüğünü bilmek, medyanın etkileri üzerine geniş ve kapsamlı bir bakış açısına sahip olmak gerekir*. Özellikle bu noktada aile içersinde yönlendirici unsur olan ebeveynler medya bilincine sahip olmalıdır. Teknolojinin medya ile daha çok harmanlandığı günümüz dünyasında yeni medyanın etkisini anlamak ve analiz etmek özellikle küçük yaş grupları için daha büyük önem taşımaktadır. Teknolojinin içerisine doğan bireylerin sürece daha hızlı adapte olması tekno insan olgusunun yaygınlaşmasına ve kontrolsüz teknoloji kullanıma neden olmakta aynı zamanda denetimi zor bir süreç girmenin önünü açmaktadır.

Medya, bireylerin özellikle çocuk yaş gruplarının üzerinde oldukça fazla etkili bir mecraya dönüşmüştür. Kullanım oranı her geçen gün artan sosyal medya ile birlikte, hayatın bir parçası haline dönüşen teknolojik yapıların şiddet ve olumsuzluğu adeta meşrulaştırmakta olduğunu, aynı zamanda tüketici konumunda olan çocuk yaştaki takipçileri de manipüle gücüyle etkisi altına alarak pasifize edilmiş birey konumuna getirdiğini söylemek de mümkündür. Şiddet için gerekli olan fiziksel güç kullanımı, dijital kodlarla dönüşüme uğrayarak “yeni” olarak ifade edilen iletişim ortamlarında ara yüzlerin birer parçası haline almaktadır (Yengin, 2012: 135). Yeni şiddet bileşenleri kapsamında zamanla değişen dijitallik, etkileşimlilik, sanallık tanımları da yeni dijital şiddet türlerini karşımıza çıkarmaktadır. Böylece medya okuryazarlığı kapsamında ele alınması gereken en önemli içeriklerden biri de dijital şiddet olgusu olmaktadır.

Medya kullanıcılarını iki grupta tanımlayan Mora, hangi yaşta olursa olsun tüketicilik başlığı altında kullanıcıları pasif tüketiciler ve aktif tüketiciler olarak ikiye ayırmaktadır. Mora (2014: 21), izleyen, dinleyen ve okuyan bireyleri pasif tüketiciler olarak sınıflandırmaktadır. Aktif tüketicileri ise, mobilden veya internet üzerinden oyun oynayan, aktif sosyal medya kullanan iletişimi katılımcı nitelikte kuran kişiler olarak tanımlamaktadır. Aynı zamanda, bireyin medya tüketimini bilinçli olarak tercih etmesi durumunda ve isteğine bağlı olarak sınırlandırabildiği noktada kişinin ağırlı olduğunu söyleyemeyeceğine de vurgu yapmaktadır. İş yaşamını, okul hayatını, uyku düzenini ihmal ederek teknolojiyi tüketen ve ihtiyaç olarak hisseden birey için bağımlılıktan söz edilebileceğinin altını çizmektedir. Günümüz hastalığı olarak nitelendirilen dijital bağımlılığın tedavi süreci, içerisnde kaybolduğumuz mekaniklerin kullanımını etkin kavrayabilmek, uygulayabilmek ve bilinçli bir medya okuryazarı olmaktan geçmektedir.

Mora'ya göre (2008: 73), medyada popüler olanın ve marjinal nitelikte kabul edilenin yer alması nedeniyle, bir çocuğun medya alanında yer alması için *mağdur ya da suçlu* olması gerekmektedir. Bu durumun ortaya çıkmasındaki temel sebeplere baktığımızda, *medyanın ekonomi-politiği, profesyonel gazetecilik kodları, medya üretiminin hiyerarşik yapılanması ve kaynak kullanımında gücü/erki elinde bulunduranlara bağımlı kalması ve toplumsal cinsiyet faktörünün* çok fazla etkisi olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Aynı zamanda medya alanında, gücü elinde bulunduranlar daha olumlu ve hiyerarşik sıralamada daha avantajlı konumda temsil edilmektedir. Kamusal alan kapsamında üretilmiş olan bu temsiller ile medyadaki içerikler toplumsal sirkülasyonda birer anlam ifade etmekte ve gündelik yaşamın içerisine empoze olmaktadır. Örnek teşkil eden ve toplumsal yaşamda kendisine çok hızlı yer edinen bu temsillerin ne olduğu ve nasıl aktarıldığı büyük önem taşımaktadır (Mora, 2007: 69). Özellikle çocuk yaş grupları tarafından taklit edilen içeriklerin artmasıyla birlikte medya içeriklerinin denetimine

dikkat edilmesi de medya okuryazarlığı kapsamında incelenen ve üzerinde çalışmalar yapılması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yaşantımızın önemli bir parçası haline gelen ve olumlu yönden katkısının olduğunu inkar edemediğimiz teknolojiler insanlar tarafından tasarlandı, icat edildi ve yapıldı, *yine teknolojiyi kullanan ve teknolojiyi yaratanlar tarafından şekillendirmeye devam etmektedir* (Chayko, 2018: 7). Bizlerin ürettiği olduğu teknolojik olgular ve araçlarla hayatlarımıza doğrudan etki eden olumsuzluklara neden olmaktadır. Bu aşamada medya okuryazarlığının esas amacına değinmek yerinde olacaktır. Medya okuryazarlığının temel amacı; medya mesajları karşısında bilinçli bir kamuoyunun oluşturulmasını sağlamaktır. Medya okuryazarlığının başlıca hedefi arasında yer alan farkındalık kazandırma olgusuna dikkat çekecek olursak; reklamların, gazete yazılarının, veya medya aracılığıyla iletilen bir sloganın (içerik mesajlarının), çeşitli kanallar aracılığıyla etkileşim sağlanan medya mesajları karşısında bireylerin *bilinçli olması ve kodlanan mesajları çözümleyebilecek nitelikte* olması gerekmektedir (Pekman, 2011: 41). Sorgulamadan alınan medya mesajları, bireyleri geri dönülmez bir sirkülasyonun içerisine sürükleyebilmekte ve bilinçsiz bir toplum yargısını gözler önüne sermektedir. Bu noktada önemini koruyan medya okuryazarı olabilmek, antropolojik anlamdan sosyolojik, psikolojik alanlara kadar bireyi ve toplumu aynı noktada birleştirebilme ve doğru algıyı empoze edebilme özelliğine sahiptir.

Medya okuryazarlığının amaçlarını Avrupa Medya Okuryazarlığı Merkezi (European Centre for Media Literacy) kaynağı ile belirtecek olursak: Fikir, bilgi veya haberin başkasının görüşleri ve bakış açısıyla paylaşıldığını kavrayabilmek, insanların duygularına hitap etmek için özel tekniklerle içerik oluşturulduğunu anlamak, medya kuruluşlarının bazı kişilerin yararına hizmet ettiğini ve bazı azınlık grupları dışarıda tuttuğunun bilincinde olmak, alternatif olarak bilgi kaynağı ve eğlence kaynağı aramak, edilgen birey olmak yerine aktif katılımcı olmak, yeni medya ortamında yeni bir eğitim kültürü olan dijital okuryazar olabilmek medya okuryazarlığının başlıca temel amaçlarını kapsamaktadır.

Bireylerin kendi kültürleri üzerinde etkileyici bir güce sahip olan eleştirel medya okuryazarlığının, Kellner ve Share'nin vurgusuyla kendi tanımlarını, anlamlarını oluşturma noktasında, kendi toplum ve kültürlerini düzenlemede önemli ve etkili fırsatlar sağladığını söylemek de mümkündür. Eleştirel medya okuryazarlığının öneminin daha çok hissedildiği günümüzde bazı temeller üzerine inşa edildiğine dikkat çekmek gerekmektedir. Masterman'ın 1980'lerdeki çalışmasında The Center for Media Literacy-Medya Okuryazarlığı Merkezi (CML) tarafından basitleştirilerek beş maddeden oluşan bir çerçeve içine yerleştirilen eleştirel medya okuryazarlığını şu ifadelerle tanılayacak olursak: *Tüm medya mesajları kurgudur, dolayısıyla gerçeği inşa eder. Medya mesajları kendi kuralları olan yaratıcı bir dil kullanılarak oluşturulur. Bireyler aynı medya mesajlarını farklı değerlendirir. Medyanın iştirilmiş değerleri ve bakış açıları vardır. Medya para ve güç kazanmak için kurulmuştur* (Kellner ve Share, 2005: 374). Medyanın ekonomi politik olgusunun da medyayı analiz etmekte büyük önem taşıdığını ve teknoloji okuryazarı olabilmek aşamasında bilinç kazanılması için bu olgunun iyi analiz edilmesi gerektiğinin de altını çizmek gerekmektedir.

Medyanın geleceğe dönük tüketici eğitimini analiz ettiğimizde eleştirel pedagojinin de yeri büyük önem ifade etmektedir. Eğitim anlayışının özüne baktığımızda, medya okuryazarı olma bilincinin temelinde eleştirel pedagoji yatmaktadır. Mutlu, medya üzerine eleştireliliğin, akademik yazılarda bir takım ironik değerlendirme ve tasvirlerle indirgenildiği ölçüde, iktidarı, iktidar ilişkilerinin betimlenmesinin eleştirel olduğunu iddia etse de eleştirel olmanın gizler hale geldiğini öne sürmektedir (2005: 70). İçi boş bir yapıya dönüşmemesi adına medya okuryazarı olan bireyin eleştirel olması, medya, politika ve iktidar ilişkisini iyi analiz etmesi ve kamusal alanda aktif bir katılımcı olması gerekmektedir. Medya okuryazarlığı, kişilerin reel dünya ile medya aracılığıyla yansıtılmış kurgu dünyasının arasındaki sınırı daha net görmemizi sağlayacak bir alandır (Potter: 2011: 9). Teknoloji okuryazarlığı kavramının medya okuryazarlığı ders kapsamına girmesiyle, eğitim kapsamında zorunlu olmasının yansımalarına baktığımızda bu durum, aktif katılımcı olunması ve bilinçli medya kullanıcılarının çoğalmasıyla gelecek için büyük toplumsal değer ifade edeceğini söylemek yerinde olacaktır.

MEDYA OKURYAZARLIĞI BAĞLAMINDA GELİŞİM EVİ SPOR KULÜBÜ İNCELEMESİ

Teknolojinin tüm alanları dönüşüme uğrattığı günümüzde eğitim literatürü de değişmiştir. Medya okuryazarlığı eğitimi kapsamında beceri ve yetkinlikleri öğrenme süreci öğrenci katılımcı olmalıdır.

Eğitim kapsamında medya okuryazarlığı öğretmen, öğrenci ve ebeveynlerin karşılıklı olarak etkileşimde oldukları bir sistemle ilerlemelidir. Verimliliğin önem taşıdığı bu süreçte, Kellner'e göre (2014: 425), özellikle eğitimciler çok yoğun bir teknolojik devrimin ortasında olduğumuzun bilincinde olarak, yeni bilgi teknolojilerini eğitime adapte edebilmeli aynı zamanda yeni okuryazarlıklar (teknoloji okuryazarlığı, internet okuryazarlığı, sosyal medya okuryazarlığı) geliştirmeyi öğrenecek niteliğe sahip olmalıdır. Temel becerilerin geliştirilmesine odaklanan medya okuryazarlığı eğitimi sosyolojik anlamda da büyük değere sahip olmaktadır. Potter (1998) ise, eğitim literatürü kapsamında Amerika'da medya okuryazarlığının birçok lise, üniversite ve yüksek okullarda çalışma hayatına odaklı medya ve iletişim programlarının aksine bireylerin kültürel bazdaki çalışmalarla özdeşleşerek hayatlarına yön verebileceği bir sistemde ilerlediğine dikkat çekmektedir. Amerikan devlet okullarında yeni medya okuryazarlığı kapsamında *İngiliz dili, sosyal bilgiler ve sağlık eğitimi* gibi ilköğretim ders konularının içerisinde *okuryazarlık* kavramına da yer verildiğini söylemek mümkündür (Hobbs, 2004). Gelişmiş ülkeler bazında bakıldığında, Türkiye'de medya okuryazarlığı dersinin eğitim programı içerisinde yeterli düzeyde işlenmediği ve yer almadığı görülmektedir. Özellikle yeni medya alanındaki gelişmeler teknoloji ve internet kullanımı, aynı zamanda sosyal medya okuryazarlığı da dersin literatüründe yer alması gereken önemli konuları içermektedir.

Teknoloji okuryazarlığı etkinlik halinin olduğu bir sistemi içermektedir. Bu okuryazarlık sisteminde asıl önem taşıyan yalnızca beceri sahibi olmak değil, kazanımların (becerilerin) hayatla içselleştirilerek yaşam sirkülasyonuna aktarılabilmesidir. Türkoğlu (2007, 95) bu noktada okuryazarlık kavramına dikkat çekerek, *iletilerin sadece alma becerisiyle yetinilememesi gerektiğini*, yeni iletileri oluşturabilmek için ve uygulamaya dökülebilmek için etkin katılımın önemini altını çizmektedir. Dijital dünyada yeni medya okuryazarlığının önemini ortaya konması ve ebeveynlerin kitle iletişim araçlarının bilinçli kullanımında etkili olduğu aynı zamanda toplumsal yönden farkındalığı artıran bir alan olduğuna vurgu yapmak araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Medya okuryazarlığı bilincinin aktarılması ve toplumsal bir olgu olarak medya okuryazarlığının farkındalık oluşturma aşamasında büyük önem taşıdığı ortaya konmaktadır.

Ebeveynler teknoloji bağımlılığından uzak tutmak ve çocuklarını verimli vakit geçirmek için spor faaliyetlerine yönlendirmektedir. Çalışma yapılacak örneklem içerisinde spor kulübü olarak farklı dallarda faaliyet sunan bir kulüp incelemesi yapılmıştır. Bu sebeple satranç, robotik kodlama, akıl oyunları alanlarında Avrupa şampiyonu eğitimcileri ile çalışan Gelişim Evi Spor Kulübü, araştırma yapılacak spor kulübü olarak belirlenmiştir. Teknoloji kullanımını dijital oyun ile birleştiren robotik kodlama dersinin kurs programlarında yer alması ve satranç dersinin teknolojik platformlarda online uygulamalarla da desteklenerek verilmesiyle eğitim alanında teknolojiye büyük yer veren bir spor kulübü olması çalışma kapsamında araştırma evreni olarak Gelişim Evi Spor Kulübü'nün seçilmesinin bir diğer nedenini oluşturmaktadır. Teknolojik gelişimleri eğitimlerine empoze eden spor kulübü olması nedeniyle, medya okuryazarlığının yeni kavram karşıtları olan teknoloji okuryazarlığı veya internet okuryazarlığı eğitiminin etkinliğini ölçmek için bu spor kulübü araştırma evreni olarak belirlenmiştir.

Bu çalışma, Gelişim Evi Spor Kulübü velileri ile odak grup görüşmesi yapılarak ebeveynlerin medya okuryazarlığı (teknoloji okuryazarlığı) bilinç düzeylerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Yeni medya platformları ile öğrenci davranış ve tutumları arasındaki bağın betimsel analizini yapmak da araştırmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Araştırmanın yöntemi olarak, kuramsal çerçevede literatür taraması yapılarak, inceleme aşamasında fokus (odak) grup tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmanın evrenini Gelişim Evi Spor Kulübü velileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme, 2019-2020 eğitim öğretim yılı güz döneminde Gelişim Evi Spor Kulübü'nde ders alan seçkisiz (rastgele) yöntemle belirlenen öğrencilerin ebeveynlerinden oluşmaktadır. Örneklem dahilinde görüşmeye katılan velilerin sayıları, cinsiyetleri ve mesleki nitelikleri belirtilmiştir.

Veri toplama tekniği olarak, betimsel araştırma ve fokus grup ile elde edilen nicel ve nitel bulguların yorumlanması kullanılmıştır. Araştırma kapsamında, yüz yüze görüşmeye dayalı olarak odak grup tekniği ile veriler elde edilmiştir. Medya okuryazarlığı ile ilgili toplam 5 soru Gelişim Evi Spor

Kulübü’nde ders alan öğrencilerin velilerine sorulmuştur. Sorulan sorular çalışmanın hipotezleri doğrultusunda belirlenmiştir. Çalışma bazında belirlenen üç hipotez aşağıda yer almaktadır.

H1: Medya okuryazarlığı ebeveynlerin bilinçli olması ile daha etkili olmaktadır.

H2: Medya okuryazarlığı farkındalık oluşturma aşamasında büyük önem taşır.

H3: Ebeveynler medya okuryazarlığı kapsamında denetim aşamasında zorluk çekmektedir.

Ebeveynlere bu doğrultuda yöneltilen 5 soru ise:

1. SORU: Medya okuryazarlığı dersinin okutulma amacını biliyor musunuz, açıklar mısınız?
2. SORU: Medya okuryazarlığı dersinin öğrenciye katkısı var mıdır? Sizce yeterli düzeyde mi?
3. SORU: Çocuklara yeni medya eğitimi ile ilgili yönlendirmeler yapıyor mu?
4. SORU: En çok kullandığımız medya aracı nedir? Ebeveyn olarak denetimi nasıl sağlıyorsunuz? Ebeveynler de medya okuryazarlığı eğitimi almalı mı?
5. SORU: Medya okuryazarlığı kapsamında yaşanan sorunlara önerileriniz nelerdir? şeklindedir.

Sorular, odak grup görüşmesi tekniği ile yapılarak ses kaydına alınmış ve cevapların anahtar kelimeleri not alınmıştır. Odak görüşmesine katılan velilerin doğru ve çekinmeden yanıt vermesi açısından ebeveynlerin isimleri çalışma kapsamında gizli tutulmuştur. Odak grup görüşmesi Gelişim Evi Spor Kulübü’nde bulunan 21 Aralık 2019 tarihinde tesadüfi olarak seçilen 7 veliye uygulanmıştır. Görüşme esnasında, katılımcılarla yüz yüze görüşülmüş ve sorular açık bir dille ön testten geçirilerek aktarılmıştır. Görüşmeye katılan ebeveynlerin 3’ü kadın, 4’ü erkektir. Katılımcıların yaşları 37-48 arasındadır. Katılımcıların meslekleri, bankacı, finansman, gümrük müşaviri ve bilgi işlem alanlarındadır. Görüşmede sorulan ilk soruya cevap olarak, medya okuryazarlığı kavramını duyduklarını ancak eğitim programı içerisinde duymadıklarını ve dersin kazanımlarını bilmediklerini söylemişlerdir. Öğrenciye katkısının olup olmadığı sorusuna ise tüm ebeveynler yeterli düzeyde eğitim verilmediğini ve bu kapsama velilerin de girmesi gerektiğinin altını çizmiştir.

Tablo 1. Tespit, Bulgular ve Öneriler

Tespit	Bulgular	Öneriler
Dijital medya okuryazarlığının tanımlanamaması	Ebeveynler medya okuryazarlığı teriminin tanımını yapamamaktadır. Ebeveynler içerik ile ilgili yeterli düzeyde bilgiye sahip değildir.	Medya okuryazarlığı kapsamında detaylı konferans, seminer veya ebeveynlere kişisel bilgilendirmeler yapılmalıdır.

Medya okuryazarlığı dersinin öğrenciye katkısının yeterlilik düzeyi	Dijital medya okuryazarlığı ders kapsamında yeterli düzeyde değildir.	Medya okuryazarlığı seçmeli ders niteliğinden çıkarılarak eğitim öğretim programı içerisinde tüm derslere yönelik uygulanmalıdır.
Öğrencilere ve ebeveynlere dijital medya okuryazarlığı ile ilgili gereken yönlendirmelerin eksikliği	Eğitim ve günlük yaşam içerisinde yeni medya okuryazarlığı farklı bir boyut kazanmış ancak ebeveynler ve öğrenciler teknolojik kullanım aşamasında yeterli bilgiye sahip olamamaktadır.	Okulların rehberlik servisleri ile medya okuryazarlığı eğitmenleri konu ile ilgili özel bir planlama oluşturmalı ve düzenli periyotlarla öğretmen, öğrenci ve ebeveynlerle bire bir görüşme programı yapmalıdır.
Teknoloji bağımlılığı kontrolünün sağlanamaması	Ebeveynler içlerinde bulunduğu teknolojik dünyada kendilerini ve çocuklarını kontrol etmekte zorluk çekmekte ve teknik bilgi konusunda sorun yaşamaktadır.	Ebeveynlere ve tüm branş eğitimcilerine teknolojik kullanımla ilgili teknik sınırlandırma bilgisi verilmeli ve okullar bu konuda yönlendirici olmalıdır.
Dijitalleşmenin kontrolsüz artması ile oluşabilecek toplumsal, psikolojik, sosyolojik sorunlar	Kontrolsüz kullanılan teknoloji her yaş için bazı sosyolojik, psikolojik ve sağlık sorunlarıyla ilgili semptomlara yol açabilmektedir.	MEB, Sağlık Bakanlığı ve medya uzmanları oluşabilecek teknolojik semptomlara karşı önlemleri almalı ve düzenli aralıklarla konu ile ilgili bilgilendirmeyi kamuoyuna yapmalıdır.

Katılımcılar arasında 5 veli okulda bu konu ile ilgili bilgilendirme yapılmadığını belirtirken, 2 veli okullarında medya okuryazarlığı alanında düzenli seminerler ve anketler yapıldığını belirtmiştir. En çok kullandığınız medya aracı nedir? sorusuna ebeveynler kendileri için telefon kullandıklarını, öğrencinin ise tablet kullandığını belirtmiştir. Ev içerisinde teknolojik aletlerin kullanımını ise, daha çok saat sınırlandırması getirerek yaptıklarını ifade etmişlerdir. Ebeveynler teknolojik araçların (telefon, bilgisayar, sosyal medya) kullanımında sınırlandırma ve yaş gruplarına göre kişisel engellerin konulmasının önemli bir denetim olduğunu belirtmişlerdir. Ancak bazı ebeveynler bu sınırlandırma konusunda ailelere teknik destek verilmesi gerektiğini, bazı anne babaların teknik anlamda yetersiz olduğuna da değinmiştir. Öğrenciler 8-11 yaş aralığında olduğu için telefon kullanım ihtiyaçlarının ebeveyn desteği ile karşıladığı bulgular arasındadır. Ebeveynler farkındalık oluşturulması ve bilinç düzeyinin artması için çocuklarını doğru yönlendirmek adına medya okuryazarlığı eğitimini almaları ve ders kapsamında da çok yaygınlaşmasının önemini belirtmişlerdir.

Medya okuryazarlığı kapsamında daha çok öğrencilerin oyun bağımlılığına ve tüm ihtiyaçların teknolojik araçlar ile giderilmesi algısına yönelik olarak çözüm yolu üretilmesi gerektiği saptanmıştır.

Ebeveynler özellikle teknolojik bağımlılığın öğrencileri başarısızlığa ittiğine değinmiştir. Görüşmeye katılan ebeveynler, eğitim alınmadan kullanılan teknolojinin zaman içerisinde psikolojik ve fizyolojik etkilerinin öğrenciler üzerinde daha çok olumsuz olduğuna değinmişlerdir. Veliler kendi kullandıkları teknolojiyi kontrol edemezken, yeni çağda içine doğmuş olan çocukların teknoloji kullanımındaki kontrolsüzlüğünün toplumsal sorunlara neden olabileceğinin altını çizmişlerdir. Katılımcılar arasında teknolojik terapi olarak adlandırdıkları, bir günlük telefon ve bilgisayar kullanılmayarak kontrolsüzlerini aza indirmeye çalışanlar bulunmaktadır. Zamanla teknolojinin insanların yerine düşündüklerini belirten ebeveynler, dijitalleşmenin kontrolsüz artmasıyla hastalıkların artacağını ve bireyler üzerinde tehlike

yarattığını düşünmektedir. Katılımcılar, özellikle sosyal medyanın insanları asıl reel sosyallikten uzaklaştırdığını düşünmektedir. Teknolojik süreç içerisinde çocukların sosyal faaliyetler yapmak yerine, bilgisayar veya tablet oyunlarından daha çok keyif aldıklarını dikkat çekilmiştir.

Ebeveynler, yaşanan sorunlara örnek olarak, teknoloji bağımlılığı ile öğrencilerin yaşamlarına son verdiği Momo ve Mavi Balina oyunlarını dile getirmiştir. Bu kapsamda, öneri olarak öncelikle ebeveynlerin bilinç düzeyini artırmaya yönelik konferansların düzenlenmesini ve Milli Eğitim Bakanlığı'na medya okuryazarlığı ders içeriklerinin daha spesifik hale getirilmesini, teknoloji bağımlılığı, oyun bağımlılığı süreciyle ilgili programların yapılması gerektiğini dile getirmişlerdir.

SONUÇ

Medyanın teknolojik devrimle hayatımızı şekillendirir duruma gelmesi, bireylerde öldüren eğlencelerle karşımıza çıkabilmektedir. İletişim normlarını kullanan medya, teknolojik gelişmelerin bir uzantısı niteliğinde yeni bir kimlik kazanarak hayatımızın vazgeçilmezi olmaktadır. Teknoloji ile hayatımızın kolaylaştığını inkar edemesek de olumsuz ve hayati sonuçlarının medya okuryazarlığı ile daha aza indirgenebileceğinin farkında olmamız gerekmektedir. Tüketim alışkanlıklarımızdan, karar mekanizmalarımıza kadar etkisini giderek artıran medya, bizleri teknoloji manipülesi ile bilinçsizce yönlendirmektedir. Hayatımızın önemli bir alanını kapsayan sosyal medya ile, özellikle ebeveynler çocukları üzerinde de sorumluluklarını unutacak duruma gelmektedir. Küçük yaş gruplarından yetişkin bireylere kadar hayatımızın merkezine koyduğumuz dijital medya, tüm etnik yapılarımızı düşünce ve bakış açılarımızı da değiştirebilme noktasında etkili olmaktadır.

Teknolojik süreçteki insan doğasına baktığımızda, yaşadığımız bu dönüşümle, dijitalizmin toplumun dinamiklerini doğrudan etkisi altına alma gücünü arttırdığını tektipleşme unsurlarını analiz ederek anlayabilmemiz mümkün hale gelmiştir. Bu anlamda baktığımızda bireylerin değişen değer yargılarıyla birlikte, standart hale gelen güzellik ve çirkinlik olgularının, yediğimiz, giydiğimiz, okuduğumuz ve artık oynadığımız, taklit ettiğimiz olguların bile kimlik belirleme noktasında önem taşıdığını söyleyebiliriz. Küçük yaş gruplarına kadar kullanımı yaygınlaşan teknoloji kullanımı özellikle ebeveynlerin kontrolsüzlüğü ile bazı kaçınılmaz sorunları beraberinde getirmektedir. Eğitim literatürüne medya okuryazarlığının tam anlamıyla girmesi, yetişkin veya çocuklarda birçok semptomu normal düzeye getirme noktasında önem taşımaktadır. Yeni medya ortamıyla birlikte medya okuryazarlığı yerine teknoloji okuryazarlığı, yeni medya okuryazarlığı gibi kavramlar da kullanılabilir.

Çalışma kapsamında yapılan odak grup görüşmesinde ebeveynler, medya okuryazarlığı kavramının ne olduğunu bilmektedir, ancak yaşanan olumsuzluklara karşı nasıl bir önlem alınması gerektiği konusunda eksikleri olduğu anlaşılmaktadır. Ebeveynlerin, öğrenciler üzerinde teknoloji denetimini nasıl sağlanacağı ile ilgili pratik ve uygulamada sorun yaşadıkları tespit edilmiştir. Teknik anlamda sınırlılık getirme noktasında erişime engellenmesi gereken içeriklerin şifrelenmesinde eksik bilgiye sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Ebeveynlerin toplumsal sorunlara neden olabilecek durumların bilincinde oldukları ancak farkındalık oluşturulma aşamasında özellikle okulların bu noktada eksik kaldığını düşündükleri çalışma bazında elde edilen önemli bulgular arasındadır. Bu elde edilen bulgular kapsamında çalışmanın hipotezleri doğrulanmıştır.

Medya okuryazarlığının yeni boyutlarıyla (teknoloji okuryazarlığı, sosyal medya okuryazarlığı) öneminin ve verimliliğinin yaygınlaşması için öncelikle bu kavramın niteliği bireylere etkili ve hızlı bir şekilde aktarılmalıdır. Bu noktada reklamlar ve okullar öncelikli olarak kullanılabilir. Edilgen olmak yerine aktif bir birey olmanın gerekliliği, medyayı ve teknolojik birçok aracın yarar amaçlı kullanılması durumunda elde edilecek değerli sonuçlar bireylere etkili bir iletişim yöntemiyle aktarılmalıdır. Bilinçli bir kamuoyunun medya okuryazarı olmaktan geçtiği hedef alınarak bireyler küçük yaşlardan itibaren dijital okuryazarlığa hazırlanmalıdır. Pasif bir tüketici olmak yerine; çözümlenme, değerlendirme ve iletme yetkinliklerinin kazanılabileceğinin altı çizilmelidir. Gerçek dünya ile sanal dünya arasındaki çizginin giderek bulanıklaştığı günümüzde ayırım yapabilmenin medya okuryazarlığı perspektifi ile mümkün olacağı eğitim literatüründe dikkate alınmalıdır. Sanal dünyaya hapsediğimiz bu süreçte, gerçeklik ve sanallık kavramlarının ayırımının yapılması da medya okuryazarlığı dersi kapsamında ele alınmalıdır. Dijital şiddet kavramının, karşılaşılan en önemli sorunsalların başında gelmesi nedeniyle eğitim alanı içerisinde özellikle ebeveynlerin bilinçlendirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Eleştirel bakış açısının getirilerinin farkında olan eğitimciler öğrencilere ulaşabilmek ve onları dijital okuryazarlık düzeyinde ileriye taşıyabilmek için medya okuryazarlığı dersi içerisinde bu bilinci etkili bir yöntemle aktarabilmelidir. İnternet teknolojilerinin daha sağlıklı kullanılması aşamasında çocuklar ve anne babaların farkındalığını artırmayı amaçlayan projeler geliştirilmelidir. Bu noktada teknoloji yaratıcıları ve kullanıcıları olarak çözüm yolları da bizlerin elinde olmaktadır. Yeni medya uzmanları ve medya okuryazarlığı öğretmenleri çözüm önerileri konusundaki çalışmaları hayata geçirmeli, aynı zamanda bu kavramın yaşam sirkülasyonundaki önem ve değerinin üzerinde durmalı, güncel projeler geliştirmelidir. Böylelikle dijitalizm süreci içerisinde teknolojinin zararlarının en aza indirgeneceğini söylemek mümkün hale gelecektir.

KAYNAKÇA

- Alter, A. (2018). *Karşı Konulmaz*. İstanbul: Paloma Yayınevi.
- Aslan, K. (2004). *Haber Nasıl Okunur*. Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Baldini, M. (2000). *İletişim Tarihi*. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Binark, M. ve Bek, M. G. (2010). *Eleştirel Medya Okuryazarlığı (2. baskı)*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Briggs, A. ve Burke, P. (2011). *Medyanın Toplumsal Tarihi*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Chayko, M. (2018). *Süper Bağ(lantı)lı*. (Çev.: B. Bayındır, D. Yengin, T. Bayrak), İstanbul: DER Yayınları.
- Chomsky, N. (2002). *Medya Gerçeği*. İstanbul: Everest Yayınları.
- Gönenç, Ö. (2018). *Medyada Algı Yönetimi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Gültekin, M. (2016). *Algı Yönetimi ve Manipülasyon*. İstanbul: Pınar Yayınları.
- Güngör, N. (2018). *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*, The Aspen Institute Washington. D.C. 20036.
- Hobbs, R. (2004). *Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma*. (Çev.: M. Türkân Bağlı), Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi.
- İlhan, E. Aydoğdu, E. (2015). *Medya Okuryazarlığı Dersi ve Yeni Medya Algısına Etkisi*. Erciyes İletişim Dergisi “akademia”, Cilt (Volume): 4, Sayı (Number): 1, (52-68).
- Kellner, D. (2014). *Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar*. (Der.: M. Çakır), İstanbul: Doğu Kitabevi.
- Kellner, D. Share, J. (2005). *Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organization, and policy*. Discourse: Studies in the cultural politics of education.
- Laughey, D. (2010). *Medya Çalışmaları*. (Çev.: A. Toprak), İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- McLuhan, M. ve Povers, B. (2001). *Global Köy*. (Çev.: B. Öcal Düzgören), İstanbul: Scala Yayıncılık.
- Mora, N. (2011). *Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Mora, N. (2007). *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi 4. Çocuk ve İletişim Kongresi ve 4.Uluslararası Çocuk Filmleri ve Kongresi “Risk Altındaki Çocuklar” 22-24 Ekim 2007 tarihli Kongresinde sunulan “Medyada Çocuk Temsilleri ve Medya Okuryazarlığı” adlı bildiri*. İstanbul.
- Mora, N. (2008). *Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim*. İstanbul: Alt Kitap Yayıncılık.
- Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ütopya Yayınları.
- Newport, C. (2019). *Dijital Minimalizm*. İstanbul: Metropolis Yayıncılık.

- Özkaya, T. (Ed.). (2015). *Başka Bir Teknoloji Mümkün*. İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Pekman, C. (2011). *Avrupa Birliği'nde Medya Okuryazarlığı*. (Ed.: N. Türkoğlu, M. Cinman Şimşek), İstanbul: Parşömen Yayıncılık.
- Postman, N. (2016). *Teknopoli*. İstanbul: Sentez Yayıncılık.
- Potter, W. J. (1998). *Media Literacy*. Thousand Oaks CA: Sage Publication, London.
- Potter, W. J. (2011). *Media Literacy*. SAGE, Los Angeles.
- Songur, A. (2019). *Dijital Nesillerin Teknoloji Bağımlılığı (Tüketim Kültürü, Dijital Kültür ve Dijital Ebeveynlik)*, (Aygül, H. H. & Eke, E. Ed.). İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Türkoğlu, N. Şimşek, M. C. (2007). *Medya Okuryazarlığı*. İstanbul: Kalemus Yayınları.
- Utma, S. *Dijital Çağda Medyanın Psikolojik Gücü: Algı Yönetimi Perspektifinden Kuramsal Bir Değerlendirme*. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Aralık 2018, 22 (Özel Sayı): 2903-2913.
- Virilio, P. (2003). *Enformasyon Bombası*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Yengin, D. (2012). *Dijital Oyunlarda Şiddet*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Yengin, D. (2014). *Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Yengin, D. (2015). *Sosyal Medya Araştırmaları*. İstanbul: Paloma Yayınevi.
- Yengin, D. A. (2019). *Dijital Hastalıklar (Dijital Oyun Bağımlılığı)*. (Karadağ, G. H. Ed.). İstanbul: Der Yayınları. ss. 117- 141.
- Yıldırım, Y. (2019). *Dijital Nesillerin Teknoloji Bağımlılığı (Dijital Yerlileri Tehdit Eden Teknoloji Bağımlılığı ve Siber Zorbalık Tehlikeleri)*. (Aygül, H. H. & Eke, E. Ed.). İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.