Medya okuryazarlığı, yazılı ve yazılı olmayan farklı formatlardaki iletilere **erişim, onları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneğidir**. Medya okuryazarlığının hedefi, yalnızca öğrencilerin medya mesajlarını okumalarını değil, aynı zamanda onu yaratma sürecinde de etkin rol almalarını sağlamaktır.

Medya okuryazarlığı eğitimi, günümüzde eğitim kurumlarının teknolojik gelişmelere paralel olarak geçirdiği dönüşümle birlikte daha da önem kazanmaktadır. Gelişen dünyadaki her türlü gelişme ve değişmeye açık ve ayak uydurabilen bireyler yetiştirmek medya okuryazarlığının önemli bir amacıdır.

Medya Okuryazarlığı Eğitiminin Amaçları

Medya okuryazarlığı eğitiminin amaçları şu şekilde özetlenebilir:

- Medyayı farklı açılardan okuyarak yaşadığı çevreye duyarlı, ülkesinin problemlerini bilen, medyada gördüklerini aklın süzgecinden geçirecek bilinç kazanmak.
- Televizyon, video, sinema, reklamlar, yazılı basın, internet vb. ortamlardaki mesajlara ulaşarak bunları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği elde etmek.
- Yazılı, görsel, işitsel medyaya yönelik eleştirel bakış açısı kazanmak.
- Mesajların oluşturulmasına ve analizine dönük olarak cevap bulmaktan soru sorma sürecine doğru bir değişimi gündeme getirmek.
- Bilinçli bir medya okuryazarı olmak.
- Toplumsal yaşama daha aktif ve yapıcı şekilde katılmak.
- Kamu ve özel yayıncılığın daha olumlu noktalara taşınması noktasında katkıda bulunmak.

Medyada Beş Anahtar Kavram

Medya Okuryazarlığı Merkezi (Centre for Media Literacy), medyaya dair **beş anahtar kavram** ve bu beş anahtar kavramla ilişkili **beş anahtar soru** belirleyerek medya okuryazarlığına ilişkin yol gösterici bir çerçeve sunmaktadır.

Beş temel kavram şunlardır:

- Medya mesajlarının tümü **kurgulanmıştır**.
- Medya mesajları kendine özgü kurallar kullanılarak **yaratıcı bir dille kurgulanmıştır**. Her iletişim aracının kendine özgü bir dili vardır.
- Aynı mesajı **farklı kişiler farklı şekilde algılayabilirler**. İzleyicilerin yaş, cinsiyet, eğitim durumu gibi sosyodemografik özellikleri, içinde bulundukları duygu dünyaları medya metniyle kurdukları ilişkiyi etkiler. Dolayısıyla medya mesajları her izleyicide farklı bir etki bırakabilir.
- Medyanın **gizlenmiş değer ve görüşleri vardır**. Medya mesajları değer ve ideoloji ile yüklüdürler.
- Medyadaki mesajların büyük çoğunluğu **kazanç ya da güç elde edebilmek için düzenlenmiştir**. Medya kuruluşları ticari işletmelerdir ve öncelikli hedefleri kar elde

etmektir.

Beş anahtar soru ise şunlardır:

- **Bu mesaj kim tarafından yaratıldı?**
- **Bu mesajda ilgimi çekebilmek için ne tür teknikler kullanıldı?**
- **Bu mesajı diğer insanlar benim anladığımdan farklı olarak nasıl anlamış olabilirler?**
- **Bu mesaj hangi yaşam biçimlerini, değerleri ve bakış açılarını temsil ediyor veya dışlıyor?**

Bu mesajı kim neden gönderdi?

Medya okuryazarlığı, medyanın algı ve inanışları nasıl süzgeçten geçirdiğini, popüler kültürü nasıl biçimlendirdiğini ve kişisel tercihleri nasıl etkilediğini görmekte kişilere yardımcı olacaktır. Eleştirel düşünce ve sorun çözme yeteneklerini kazandırarak vatandaşların bilgiyi bilinçli tüketme ve üretmesini sağlayacaktır. Medya mesajlarını okurken “bu mesaj neden gönderilmiştir?” sorusunu sormak önemlidir.

Medya ve gerçeklik arasındaki ilişki de medya okuryazarlığı açısından önemlidir. Medyadaki temsiller bir yandan gerçek hayattaki eşitsizliklerin yeniden üretilmesine yol açarken, bir yandan da bu temsiller gerçekliği şekillendirir.

Dijital Medya Okuryazarlığı

Günümüzde **dijital medya okuryazarlığı** da önem kazanmaktadır. Dijital medya okuryazarlığı, geleneksel medya okuryazarlığına oranla kullanıcıdan daha fazla beceri beklemekte ve nitelikli enformasyona ulaşabilmeyi sağlamaktadır.

Farklı ülkelerde medya okuryazarlığına yaklaşımlar farklılık gösterebilmektedir. Batılı uzmanlar eleştirel ve bağımsız bireyler yetiştirmeye odaklanırken, Hindistan, Brezilya ve Güney Afrika gibi ülkelerdeki uzmanlar medya okuryazarlığının özgürleşme ve sosyal adalet sağlamadaki rolünü vurgulamaktadır.

Türkiye’de de **Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı** ile bilinçli medya okuryazarları yetiştirilmesi hedeflenmektedir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (**RTÜK**) de medya okuryazarlığı alanında önemli bir rol oynamaktadır. RTÜK projeleri duygusal zeka ve eleştirel okuma bakımından medya okuryazarlığını eleştirel okumayı amaçlamaktadır. Ayrıca RTÜK tarafından yürütülen **Akıllı İşaretler Projesi** de medya okuryazarlığı çalışmalarının bir parçasıdır.

Ancak, bazı eleştiriler de bulunmaktadır. Türkiye'de medya okuryazarlığının on yıllık geçmişi incelendiğinde, alanda yapılan çalışmaların niceliksel olarak artmasına rağmen, eleştirel medya okuryazarlığı yaklaşımının yeterince içselleştirilemediği ve uygulamaya geçirilemediği belirtilmektedir.

Medya okuryazarlığı eğitimi, bireylerin maruz kaldıkları medya mesajlarını bilinçli bir şekilde değerlendirebilmeleri, eleştirel düşünebilmeleri ve aktif medya tüketicileri olabilmeleri için hayati öneme sahiptir.