

**A COMPERATIVE LOOK AT MEDIA LITERACY
EDUCATION IN TURKEY FOCUSING ON THE SHIFT TO A
MORE CRITICAL APPROACH AND NEW MEDIA UPDATES IN
THE CURRICULUM**



MERVE GÖYSARI

Submitted to the Graduate School of Social
Sciences in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Master of Arts in New Media
Studies

KADIRHASUNIVERSITY

SEPTEMBER, 2016

KADIR HAS UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES

**A COMPERATIVE LOOK AT MEDIA LITERACY EDUCATION
IN TURKEY FOCUSING ON THE SHIFT TO A MORE CRITICAL
APPROACH AND NEW MEDIA UPDATES IN THE CURRICULUM**

MERVE GÖYSARI

APPROVED BY:

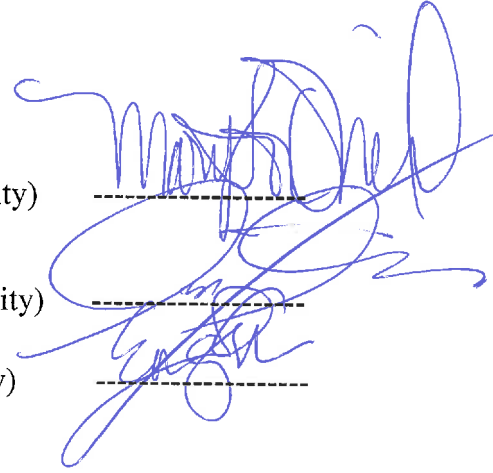
Assoc. Prof. Dr. Mary Lou O'Neil (Advisor) (Kadir Has University)

Asst. Prof. İrem İnceoğlu

(Kadir Has University)

Asst. Prof. Engin Şimşek

(Istanbul University)

Handwritten signatures in blue ink over dashed lines. The signatures are written in a cursive style and are positioned to the right of the names of the approving professors.

APPROVAL DATE: 09. September. 2016

“I, Merve Göysarı, confirm that the work presented in this thesis is my own. Where information has been derived from other sources, I confirm that this has been indicated in the thesis.”

MERVE GÖYSARI

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'M' followed by 'erve' and 'Göysarı' in a cursive script.

ABSTRACT

A COMPERATIVE LOOK AT MEDIA LITERACY EDUCATION IN TURKEY FOCUSING ON THE SHIFT TO A MORE CRITICAL APPROACH AND NEW MEDIA UPDATES IN THE CURRICULUM

Merve Göysarı

Master of Arts in New Media Studies

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Mary Lou O'Neil

June, 2016

This thesis aims to examine the changing approach towards media literacy education in Turkey. This change will be shown through an in depth comparison of the two course books of this lesson from years 2006 and 2015. The comparison shows a change towards a more critical approach. The newer version of the book blends new media elements throughout the book as a whole not just in one unit. The new book also aims to make the students more aware of the messages that are geared towards them from various media outlets on a daily basis. The newer version of the course is designed to encourage students to think more independently, ask themselves the right questions and through tasks, have a hands-on experience in creating media products. The comparison primarily aims to show the digital media, the computer age and internet's influence on the adapted curriculum, also how this change affects the students and encourages them to think more independently

Key Words: Media Literacy, Education, Turkey, Critical approach

ÖZET

TÜRKİYE’DE MEDYA OKURYAZARLIĞINDA, ELEŞTİREL YAKLAŞIMA OLAN GEÇİŞ VE MÜFREDATA YAPILAN YENİ MEDYA GÜNCELLEMELERİ ODAKLI, KARŞILATIRMALI BİR BAKIŞ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Merve Göysarı

Yeni Medya, Yüksek Lisans

Danışman: Doç Dr. Mary Lou O’Neil

Haziran, 2016.

Bu tez Türkiye’deki medya okuryazarlığı eğitimine zaman içinde değişen yaklaşıma dikkat çekmeyi amaçlamaktadır. Bu değişimin, derste okutulmuş ve okutulmakta olan 2006 ve 2015 basım tarihli ders kitaplarının karşılaştırılması yolu ile ortaya konması amaçlanmaktadır. Kitabın halen okutulmakta olan yeni sürümü yeni medya bileşenlerini harmanlayıp kitabın tek bir ünitesi ile sınırlandırmamıştır. Yeni kitap, buna ek olarak öğrencilerin günden güne maruz kaldığı medya kanalından gelen çok sayıda mesaja karşı bilinçlendirmelerine yönelik bir yaklaşım da içermektedir. Yeni kitap öğrencileri daha bağımsız düşünmek adına yüreklendiren ve onları ellerindeki medya ürünlerine doğru sorular sormaya, adım adım birebir uygulayarak öğrenmeye teşvik eder niteliktedir. Karşılaştırma, yeni medya elementleri içerecek şekilde adapte edilmiş müfredat ve ders materyalinin günümüz dijital çağına ayak uyduracak şekilde öğrencilere sunulduğuna ve onları daha eleştirel düşünen ve bilinçli yeni medya okuryazarları yapmak adına adımlar attığına dikkat çekmek amacı ile yapılmaktadır. Çalışmada aynı zamanda medya okuryazarlığının dünyadaki kısa tarihçesine ve Türkiye’deki zaman içindeki gelişimine de yer vermektedir. Literatür taraması bu eleştirel bakışa ve medya okuryazarlığı kavramına bir bağlam kazandırmak amacı ile yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Medya okuryazarlığı, Eğitim, Türkiye, Eleştirel yaklaşım.

Acknowledgments

I would like to thank my advisor Assoc. Prof. Dr. Mary Lou O'Neil who contributed to this thesis by her criticism, insights and suggestions. She will always be the type of academician I would aspire to become one day. I would also like to thank Asst. Prof. Engin Şimşek and Asst. Prof. İrem İnceoğlu for accepting my request on becoming my thesis committee members.

I am thankful to Şule Karataş for her contributions to this thesis. Besides, I would like to thank TÜBİTAK for their financial support.

Last but not least I would like to thank my beloved family. They always make me feel stronger with their endless love and patience. I am forever grateful for them, for always encouraging me to move forward.

Table of Contents

Abstract	iv
Özet	v
Acknowledgements	vi
1. Introduction	
2. Key Concepts of Media Literacy Education and Critical Thinking	
Approach in New Media Literacy, Review of the Literature	
2.1 Highlights of Media Literacy Timeline in Turkey	
2.2 Highlights of the history of Media Literacy in the World	
2.3 Key concepts and definitions	
2.4 Critical Thinking and Its importance for Media Education	
2.5 Why teach a Media Literacy Course?	
3. Unit and subject coverage based comparison of the two course books from a new media content and critical approach centered perspective	
4. Conclusion and Suggestions for a more effective media literacy education	
References	

Chapter– 1

Introduction

Media is penetrating our lives day by day with increasing diversity. This is why “In the evolving multimedia environment media literacy is arguably more important than ever.” (Kellner, 2005) The knowledge of dealing with different mediums of media and the messages that are directed toward us from these different channels is equally challenging and important. Over time, as mainstream, classic forms of media have evolved and become much more accessible, these messages have increased in volume as well. They also started bombarding us from many different channels. It used to be mainly about written sources like books, newspapers, magazines and such that had a hold on the media aspect of things. Now, as the more visual channels of media and more importantly the internet infiltrate our lives, there is no way of calculating where and when and how we are exposed to the messages that are aimed at us. This is the point where “media literacy” becomes crucial in our lives, no matter what age we are. Certainly, in younger stages of our lives, if we grow up with an understanding of these mediums and messages it will be much easier to cope with whatever is thrown our way, growing up in the age of technology.

In Turkey, this need emerged roughly within the last ten years. Beginning with the course’s entrance into the curriculum in the middle school level in 2007-2008 education year and the preparations of the teaching material starting in year 2006. The ever evolving digital age called for an update in the unit coverage and integration of new media elements, in order to include these elements and update the teaching material accordingly, The Radio and Television Supreme Council of Turkey had a very detailed research about the media literacy course in Turkey, done in 2012. This eighty page lengthy and survey based research’s findings steered the way

in terms of designing the new book according to what both students and teachers expressed they needed. The surveys not only showed the increase in importance of computers cell phones and the internet in the lives of students and teachers but the questions were geared towards understanding how much time is allocated to using these tools in the school environment but also outside the school bounds. There were different surveys done to assess the effectiveness of the media literacy class. There were comparisons made between the student groups who take the class and do not take the class. The results showed that unfortunately the effects of the course are in minimal levels. This issue will be addressed in the suggestions section of this thesis. This research also showed in a way what digital age computers and internet mean to the students and teachers of media literacy.

To further elaborate on this issue, internet is a very broad term, but in the media literacy context, this thesis aims to use the term with its educational dimension. As the new media elements were entering the lives of children, they made “information” readily and much easily accessible but also very difficult to escape from the harmful effects. This dilemma will be addressed in this thesis. This thesis aims to show that a shift to a critical approach in teaching this course would create individuals that are armed to cope with these negative effects, independent enough to ask their own questions to the new media materials and tools and have reached a level of understanding to use what they have learned in the society they live in to interpret the situations surrounding them.

The history of the term “media literacy” and the notion of “media literacy education” dates back to the 1990s but for Turkey, the beginning of the 2000s could be seen as the time where the general need and interest for this type of education began. (Asrak Hasdemir, 2012)

Literacy involves gaining the skills and knowledge to read, interpret, and produce certain types of texts and artifacts and to gain the intellectual tools and capacities to fully participate in one's culture and society. (Kellner, 2005)

As Kellner clearly states interpretation, and developing a potential knowledge, enough to create something you call your own, in other words generating content, is the key element in media literacy. This competence comes with learning about approaching things critically and asking the right questions in decoding messages.

To the domains of reading, writing, and traditional print literacies one could argue that in an era of technological revolution educators must develop robust forms of media literacy, computer literacy, and multimedia literacies, thus cultivating 'multiple literacies' in the restructuring of education. (Kellner, 1998)

This statement from Kellner also puts emphasis on the importance of technological advancements and the new media forms penetrating our lives. New media literacy and developing a critical point of view is crucial and necessary because these technologies are so much a part of our lives that they are impossible to ignore.

The most important element that generated interest in Turkey for Media Literacy Education was the potential messages of violence that children, starting from a very young age were being exposed to via media channels such as TV, radio but also most importantly, internet. It is becoming more and more impossible each day to fully protect children from the negative, harmful messages of media. The only way to protect them then, becomes a solid understanding of the concepts and a critical mind that is aware and not afraid to ask the right questions at the right times and places. In this way, media literacy education can help liberate children from the constraints of bad influence worries and help them make their own conscious and independent decisions, when it comes to dealing with any type of media.

Critical media literacy is an educational response that expands the notion of literacy to include different forms of mass communication, popular culture, and new technologies. It deepens the potential of literacy education to critically analyze relationships between media and audiences, information, and power. Along with this mainstream analysis, alternative media production empowers students to create their own messages that can challenge media texts and narratives. (Kellner, 2007)

As Kellner also states, this empowerment and independent thinking ability is necessary for students of media literacy. This way, by making them aware and arming them with necessary tools of critical approach there will be no need of extra protection.

Kellner also states in this same 2007 article that the approach to media education that generates out of fear renders the students passive victims whereas in the case that they are encouraged to be critical

Aim

The aim of this thesis is to demonstrate the change in attitudes toward teaching media literacy in schools in Turkey from a theory based curriculum with minimal student involvement to a much more student integrated and new media content blended critical approach. This is done by comparing the main course books used in media literacy classes in years 2006 when it was first introduced and 2015, the latest version of the text book. The context of the critical approach and new media literacy will also be given via a literary review.

Objective

As the before mentioned detailed research shows in Turkey, new media outlets and the digital age are beginning to take on a lot more importance in our lives, which makes it impossible to ignore educating children starting from a very young age in order to protect them from potentially harmful content and messages. This education is also crucial because it introduces students to the benefits of digital age and the conveniences that new media integrated classrooms will bring. Teaching the children the good use practices of the new media is an equally important reason. These are the reasons why throughout the thesis, the focus will be on the critical approach and teaching children to question the world around them, especially the digital world that is surrounding them more and more each day. Another focus will be on the shifting of classic media outlets to new media in other words digital media outlets. This shift will be emphasized during the comparison of the two books and how it affects the lessons being taught. The new version of the book blends the digital world in all of its units.

CHAPTER - 2

The World and Turkey Timelines of Media Literacy, Key Concepts of Media Literacy Education and Critical Thinking Approach in New Media Literacy, Review of the Literature

2.1 Highlights of Media Literacy Timeline in Turkey

- 1) In 2004, The Prevention of Violence Platform was formed and this was the first official arena that the Media Literacy Education Proposal was given and

there were talks about making this subject into a course to be taught as a part of the curriculum in elementary level schools.

- 2) In 2005 a Conference was held by Marmara University Communications Faculty titled; “International Media Literacy Conference” In this conference a formal announcement was presented by Radio and Television Supreme Council of Turkey (RTÜK) stating why Media Literacy Education is necessary. The memos of the participants of this conference were brought together and published as a book. This book is one of the first published sources in Turkey about media literacy education. (Türkoğlu and Cinman Şimşek, 2007)
- 3) Between the years 2004-2006 similar pieces of research on the subject from other countries were examined and the results of these and an additional “Public Opinion Research conducted in 2006 about the TV watching habits of Children in elementary school level showed the necessity of an education on Media Literacy.
- 4) 24 November 2006 marks the date of the International Media Literacy Panel that was held in Ankara. Academicians and foreign experts shared their experiences on the matter in this panel. This panel was also home to public talks that emphasized the importance of media literacy education and emphasized the notion of what “Media Literacy” really means.
- 5) The preparations for a potential media literacy course and curriculum started and were led by a committee made up of Academicians from Ankara Gazi and Selçuk Universities and experts from RTÜK. This committee examined examples on the subject from Europe and USA, also read and explored international articles.

- 6) RTÜK and Turkish Ministry of Education signed on and gave the start of a project titled; “Media Literacy Education Project”. The said committee than started working on a “Media Literacy Course Education Program and Teacher’s Manual”.
- 7) 31. August 2006 marks the date for the approval of “Elementary Level Elective Media Literacy Course Education Program” by the Turkish Ministry of Education.
- 8) 2007 is the year when pilot practice Media Literacy Elective lessons started taking place in the pilot schools selected from Turkey’s different cities. Pilot schools selected are;
- Adana-Seyhan Dumlupınar Elementary School
- Ankara-Çankaya Ahmet Vefik Paşa Elementary School
- Erzurum-Merkez Barbaros Hayrettin Paşa Elementary School
- İstanbul-Bakırköy Şehit Pilot Muzaffer Erdönmez Elementary School
- İzmir-Karşıyaka 80. Yıl Metaş Elementary School
- 9) On 7-8. October 2008 an international panel was held in İstanbul titled; “The Reality of Children and the importance of Media Literacy Course in their lives”.
- 10) The material used for teaching the course between the years of 2006-2013 was renewed in 2014 and some updates were added in the latest edition published to be used in the 2014-2015 Education year and onwards.

<http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/tarihce.html>

2.2 Highlights of the history of Media Literacy in the World

This thesis is about the media literacy education notion in Turkey, but it is also very important to mention some highlights of how this education came to being from around the world.

UNESCO had this subject in its agenda starting from the 1960s. In 1982 international authorities from 19 different countries came together in Germany for a meeting. At the end of this meeting an international announcement was published that was talking about the necessity of a media literacy education. This announcement also emphasized that, in order to improve critical thinking towards media messages, everybody from teachers to parents to people who work at these media outlets, all have a responsibility to bear. (Buckingham, 2001)

On this announcement, the decision makers of the media literacy industry were called for fulfilling these following tasks;

Grunwald, Federal Republic of Germany, Declaration on Media Education, 22

January 1982 --

- Initiate and support comprehensive media education programs - from pre-school to university level, and in adult education - the purpose of which is to develop the knowledge, skills and attitudes which will encourage the growth of critical awareness and, consequently, of greater competence among the users of electronic and print media. Ideally, such programs should include the analysis of media products, the use of media as means of creative expression, and effective use of and participation in available media channels;
- Develop training courses for teachers and intermediaries both to increase their knowledge and understanding of the media and train them in appropriate teaching methods, which would take into account the already considerable but fragmented acquaintance with media already possessed by many students;

- Stimulate research and development activities for the benefit of media education, from such domains as psychology, sociology, and communication science;
- Support and strengthen the actions undertaken or envisaged by UNESCO and which aim at encouraging international co-operation in media education.'

www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF

As it is evident from the decisions highlighted in this announcement that, media literacy education was seen as a key element in the world, long before it started occupying Turkey's agenda. These decisions also emphasize the critical thinking aspect, and how crucial it is for this media literacy education process. The decision to start this education in pre-school level and expanding it to university education also supports the claims of this thesis. Even in the 1980s when this announcement was published with the somewhat limited and basic tools of media this was deemed necessary, it is even more legitimate in today's digital world than it has ever been before. This announcement also underlines the importance of educating educators. If teachers are educated and at an ideal level of awareness of the issues, they can be much more effective in their classroom interactions with children.

Lastly the fact that media literacy education will benefit from being an interdisciplinary education process is highlighted in the decisions as well. This promotes diversity in the tasks used for teaching this course and it will encourage children taking this course, no matter what age they are, to broaden their world views.

1993 is also an important year in the timeline of media literacy education. There was a large international conference held in the USA with participations of the

experts in the field coming together from Australia, Canada, England and many other countries to discuss the goals of media literacy education. (Binark and Gencil Bek, 2007:45)

The following principals were agreed upon as a result of this conference.

- 1) Media messages are constructed.
- 2) Media messages are produced in social, economic, historical, and esthetical contexts.
- 3) The process of interpretation of media messages consists of the interaction between the reader, the text and one's cultural background.
- 4) Media has unique languages, characteristics, genres and representation systems.
- 5) Media representations play an important role for people in understanding the social realities of the world around them. (Hobbs, 1998)

Another important highlight about the media literacy education in the world is the conference held in Brussels. Life-long Media Literacy Education for Everyone was the main theme for this event. The aim was to bring together all the actors of this education process to share information and raise awareness. The result of this conference was a declaration that took into consideration the following notions;

- The definition of media education as proposed in the recommendation 2009/625/CE of the Commission of 20 August 2009 on media literacy in the digital environment for a more competitive audio-visual and content industry and an inclusive knowledge society. In it, Media literacy is defined as being "the ability to access the media, to understand and critically evaluate different aspects of the media and media content and to create communications in a variety of contexts." It is so not limited to access problems but encompasses all media. "The aim of media literacy is to increase

people's awareness to the many forms of media messages encountered in their everyday lives. Media messages are the programs, films, images, texts, sounds and websites that are carried by different forms of communication.”

- The definition of “media literacy”, that designates all informational, technical, social and psychosocial competences of a user when he consumes, produces, explores and organizes media.
- The necessity to integrate media education in the framework of lifelong education and training, as defined by the European reference frameworks (Lisbon Strategy and the “Education and Training 2020” strategic framework). The aim is to enable, persons, at every stage of their life, to participate in stimulating learning experiences and to contribute to the development of the education and training sector in Europe.
- The necessity to warrant access for citizens to media diversity, beyond the market, and when needed through the intervention of public authorities when this diversity is threatened.

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32009H0625>

As it is evident from the considerations of this declaration, the fundamental notions related to media literacy education haven’t changed drastically. The notions of awareness, critical thinking ability, productivity of all types of media elements and the fact that this education is a need for everyone at every age in today’s digital world are still true now more than ever.

2.3 Key concepts and definitions

Today, children from a very early age, start getting their information and notions about the world surrounding them, from various media outlets. In the past, this was not possible. As the media influence got exponentially bigger, there was a growing need in the education system about media education.

Media, especially electronic and multimedia, has penetrated the lives of students so much so that, the need for more classical teaching mediums like textbooks, teachers and encyclopedias decreased in time. The role of modern communication media forms started to become more important. The influence areas of these forms today are social, cultural and educational fields. Media, in some ways, looks like it took on the functions of an education institution. This influential nature of media causes it to gain a control power over children and teens because of its manipulative nature. In order to avoid these negative influences, media education and media literacy starts to gain importance. (İnal, 2009:14)

Media Literacy may look like a new notion, but in fact it is an idea that was growing in importance as media tools evolved in time starting from the beginning of the 20th century. As TV, newspapers, radio and telephones formed into mass society tools of communication, the idea that these tools could be used as a part of the education system became more prominent, especially in Europe and USA in the 1920s and 1930s. Afterwards, the concept grew into not just being a part of the education system but the education itself. That is to say, media education started to be mentioned independently. The main reason for this change is the potentially manipulative nature of mass media tools. This education aims to teach children from an early age, how to decode these messages that media might impose on them, and be prepared to form their own opinions regardless of the influence. (İnal, 2009:15)

The fact that media keeps getting this negative reputation as being manipulative, misinforming, uninformative at times is proof enough on how big of an influence it really is in our lives. This undeniable force that media embodies on a daily basis makes it impossible to be neglected in the education platform. (İnal, 2009:16)

As digital platforms and the new media notion becomes exponentially bigger every day, the urgency of integrating the new media elements into the curriculums and course books became inevitable. This is the main reason behind the updated version of the book to be published in 2015. This in turn, lead the way to compare and analyze the updates and how useful and how sufficient they really are in today's digital era.

“Media” refers to messages that are communicated using certain technologies to the masses, using a specific language and visual elements. Mass media communication explained in this way contains newspapers, magazines, books, radio, TV and internet, blogs, ads, billboards, recorded music and such. The media in the classroom consists of course books, posters, maps and so on. (Scheibe and Rogow, 2008)

Media education helps the students develop a critical approach towards the media in general. The course books should be designed to encourage and facilitate this type of independent and questioning way of learning.

“Media Literacy” is about reaching written and other diverse forms of messages and having the ability to analyze, evaluate and communicate these messages. This definition clearly indicates that there are two main steps to master in order to become “media literate”. The first step is learning how to create the media elements and communicate them to the outside world; the second step is gaining the ability to decode these messages as they are received.

(<http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/nedir.html>)

These two steps are both important in order to become “media literate”. In today’s world the second part of this equation has become more important, that is to say, how we interpret the messages that we are exposed to is considered as the crucial aspect. This second part is considered more important mainly because nowadays the media tools are so much in our lives that, we are bombarded with messages not only by TVs, books, newspapers, magazines, cinema but also via our phones, tablets and more importantly by the help of the internet. Internet makes the information so easily accessible and so wide spread. As internet enters our lives more and more each day, it becomes that much harder to protect children from the negative messages and influences. (<http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/nedir.html>)

2.4 Critical Thinking and Its importance for Media Education

The main objective for media literacy is critical independence. This critical independence emphasizes informed citizenship, esthetic evaluation and expression, social responsibility and self respect. (Aufderheide ,2001)

Media literacy encompasses all TV, cinema, radio, music, printed press, internet and all other new digital media. It aims to educate people to be alert and aware of the messages coming their way from these outlets. Media literacy helps people see how media strains all perceptions and beliefs, how it molds popular culture and how it affects personal choices. Media literacy education helps people gain critical thinking and problem solving skills. It also helps them consciously create and consume media information. This plays an important role in freedom of speech, right to acquisition of knowledge and democracy. (Pekman,2007)

The information load that grows in time makes way for the learning process. This load mostly consists of information that is available for questioning. This is why

it is crucial for the child to acquire skills of research, discussion and development. This process also requires children to be able to think creatively and logically. They also need to learn how to think critically. The role of the adult (teacher) in the children's lives becomes more important in this case because of the careful and constructive answers that need to be provided. (Livingstone, 2005)

Some researchers believe that the aim of critical thinking education is to reverse the unhealthy addiction of children to the media messages while convincing them to direct their attention towards alternative media arts practices. (Hobbs, 2004)

2.5 Why teach a Media Literacy Course?

In the era of “information technologies”, in order to keep up with the world one needs to be capable of using these available technologies in their favor. Knowledge naturally brings awareness, in the sense that learning to decode the messages of said media mediums, knowing how to use them in our favor is quite crucial.

The biggest issue is how to reach the “right” information. Since the channels are so varied now, it is becoming harder to differentiate what is useful and what is worthless. Especially children at a young age face problems of separating the quality information from what is surrounding it. This is why gaining the abilities of both creating content and using the media mediums and knowing how to decode and interpret their messages are the most important aspects. Media Literacy Course, if thought effectively helps young children to become aware of this digital age and what it entails. Children in Turkey similar to children from other countries, spend a considerable amount of time in front of digital media outlets, TV mostly, but

nowadays also computers, tablets, phones, and playing video games. This is a huge amount of time to be exposed to the media messages. This is why becoming “media literate” is this much important for the children of digital age.

(<http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/neden.html>)

Kellner summarizes conceptual definitions of the critical approach under four core concepts. These concepts are arguably the reasons why media literacy should be a mandatory course taught in more than one education year, possibly integrated into all of middle and high school years with more than one 45 minute lesson a week, unlike how it is being thought in Turkey.

Core Concept 1. Principle of Non-Transparency: All media messages are “constructed”

Core Concept 2. Codes and Conventions: Media messages are constructed using a creative language with its own rules

Core Concept 3. Audience Decoding: Different people experience the same media message differently

Core Concept 4. Content and Message: Media have embedded values and points of view (Kellner. 2005)

As the final core concept suggests there are embedded values and points of view trying to be imposed in all the media content. A discernment level, if established starting from an early age in students of media literacy, will be pivotal in their lives in terms of thinking critically and not falling for the traps of manipulation.

The dictionary meaning of “Literacy” is;

- 1) The quality or state of being literate, especially the ability to read and write.
- 2) possession of education
- 3) a person's knowledge of a particular subject or field

(<http://www.dictionary.com/browse/literacy?s=t>)

In parallel to these definitions, “ability to read and write” statement becomes crucial here. The “constructed” messages that have their “own language” as Kellner suggests, require someone with a knowledge of how to read and interpret them. This is why media literacy education becomes necessary to become efficient users of new media. Kellner in a sense puts media literacy education with a critical approach into a context and explains its necessity for the digital generation and new media field.

Chapter-3

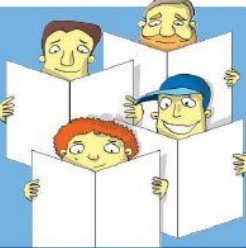
Unit and subject coverage based comparison of the two course books from a new media content and critical approach centered perspective

Generally comparing the two textbooks, the first thing that stands out is the general scope of the units. The older version has eight but the new book has four relatively longer units. The coverage is quite different. The titles of the units and subtitles make this distinction very clear. The following charts show these unit titles in English from the old and new books.

2006 Version	2015 Version
<p>Units 1 and 2 Introduction to communication What is communication? How does communication take place? Getting to know the components and different types of communication What is mass media? What are mass media tools? (Newspapers, Radio TV) History of mass media tools and their importance Which tools should I use? Self evaluation</p>	<p>Unit 1 Media for Entertainment What is the role of media in our lives? Are we media users or consumers? Content and form in media. Evolution of media (mediums) Media usage habits How are the entertainment media products coming to life? Media has its own language. Creating our own newspaper article (can be online) Self evaluation</p>

A quick scanning of the chapters in the units of the old and new versions of the teaching material for this course makes it clear how the main teaching idea is leaning towards a more critical approach in the latest book. The older version of the course book is mostly about teaching theory rather than trying to push students to form their own opinions about the subject matter. This is why the questions asked to the students in the new book units are much more involving questions. They are also aimed toward pushing students to evaluate themselves. The way the new book looks at the subject matter is worded in a more engaging style, in the sense that, students at that age tend to use media mostly for entertainment, so the unit opens with that heading. After the students are engaged with the subject then they become more willing and open to take in definitions and ready to create their own unique materials. In order to clarify this, below is an example about the critical and thought provoking questions the new book encourages students to ask themselves.

?  Nasıl bir mesaj vermek istiyorum? Bilgilendirici mi? Duyguları ifade eden mi? Kutlayan, tebrik eden mi? Sevdiğiniz müzikleri paylaşan mı? Duyarlılığınızı gösteren veya ilgi alanlarınızı vurgulayan mı? Bu tür soruları yanıtlayarak ne tür bir mesaj vermek istediğinizi netleştirebilirsiniz.

?  Bu mesajı, içeriği kime aktarmak istiyorum. Hedef kitlem, grubum kim? Arkadaşlarım mı? Okulum mu? Çevrem veya şehrim mi? Engelliler mi? Belli sağlık sorunu olanlar mı? Yaşlılar, gençler veya çocuklar mı? Ebeveynler mi? Buna siz karar verin.

?  Bu hedef kitleye ulaşmak için en doğru araç hangisi olacaktır? Gazete üreterek mi? Radyo programı yaparak mı? El broşürü hazırlayarak mı? Acaba gizli hikâye üreterek mi? Yoksa, bir doğum günü kutlaması için davetiye hazırlayarak mı?

The important questions one needs to ask while creating one's own media material whether it is classic or new media is summarized in this section of the book. Students are required to question important elements of the media product that they are in the process of creating. "What type of a message I want to communicate? Who is my target audience? Which media tool should I use to reach this audience more effectively?" These questions reciprocate key steps in creating media content. It is clear from the questions listed here that they are more thought provoking and giving way to more independent and creative thought processes.

The special attention given to the "language" of the media in this unit is also crucial to mention. The language and becoming aware of the way that the media words the messages towards its spectators is another important aspect to emphasize in the lesson that is missing from the old version of the course book.



Medya ile ilgili olarak biçim ifadesini kullandığımızda daha çok yer alacak içeriklerin, konuların hangi şekillerde sunulacağını vurgulamış oluyoruz. İçerik dediğimizde ise konuların oluşturduğu yapıyı ifade ediyoruz.

Medyanın kendine özgü bir dili vardır;



Görüntüler (seçilmiş özel görüntüler, görsel efektler ve bunlar ile birlikte yer alan özel olarak kurgulanmış görüntüler)



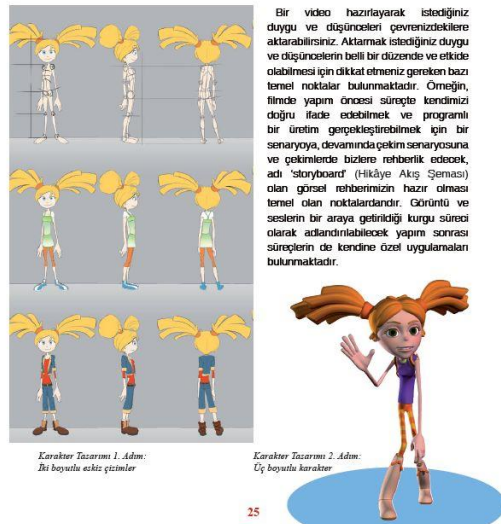
Sesler (seçilmiş özel sesler, ses efektleri, dramatik etkiyi artıracak müzikler ve bunların özel amaçlar doğrultusunda kurgulanması)



Yazılar (seçilmiş özel boyutlar ve biçimlerdeki yazılar, yazının belli bölümlerini belli amaçlar ile öne çıkartmayı amaçlayan tasarımlar ve yazıların belli bir görsel tasarım içerisinde sunulması)

This example above from the new book shows the students the importance of what media outlets choose to include or exclude depending on the intended message. This “language of media” and how it is generated is a crucial subject to learn because it gives students an opportunity to assess what is manipulation and teaches them about the importance of “point of view”. Finally, this section teaches them that every sound effect and every carefully selected image is there for a reason and even the fonts of the news article and visual design choices add to the final impact. These points are very important to be emphasized mainly because media literate individuals need to acquire this wider perspective on the media elements that they are exposed to, in order develop a critical approach of their own.

In the new book, beginning from the first unit, the “digital” world of media today is given a decent amount of coverage. There is a section that shows how a digital character is created and how the pages of a written scene are animated and brought to life in the digital world. This section is quite a significant new media related addition to the lesson plan. The figure below is a section from this part of the unit in the new book. The details given also provide a context for the students about how their favorite animated characters are brought to life.



New media mediums are starting to get blended in all the student tasks of the units as well. This first unit in the new book calls for creating a news article. There is an option given to the students to complete their tasks as an online article.

As it is shown below the task again calls for asking the right questions for creating a news article. It also gives students a visual to help them understand the key concepts and elements that make up a news article. It informs students about the visual cues such as; where the headline goes, what does the size of the photos used tell the reader about emphasis and so on.



The self evaluation and student tasks section of the new version of the book need a special mention at this point because the questions asked to the students at the end of each unit are significantly leading them towards independent thinking and self expression. The self evaluation tasks in the first unit are designed in order to raise awareness to the amount of time students spend using the media tools. This is important to emphasize because it helps them see how much of their life that the new

media tools took over. The figure below shows an excerpt from this said section of the new book.



KENDİMLİ DEĞERLENDİRİYORUM

D.
2 adımda medya izleme sürenizi ölçebilirsiniz;
1. Adım) Aşağıdaki Form 1'e gün içinde saat saat izlediğiniz medyayı ve süresini yazınız. Formlardaki süreleri toplayarak günlük toplam medya kullanım sürenizi bulunuz. Her gün farklı bir form kullanarak bu işlemi bir hafta devam ettiriniz.

1) GÜNLÜK MEDYA İZLEME TAKİP FORMU			
BAŞLANGIÇ	BİTİŞ	SÜRE (DK.)	İZLENEN MEDYA
6.00	7.00		
7.00	8.00		
8.00	9.00		
9.00	10.00		
10.00	11.00		
11.00	12.00		
12.00	13.00		
13.00	14.00		
14.00	15.00		
15.00	16.00		
16.00	17.00		
17.00	18.00		
18.00	19.00		
19.00	20.00		
20.00	21.00		
21.00	22.00		
22.00	23.00		
23.00	24.00		
GÜNLÜK MEDYA İZLEME SÜRESİ (DK.)			

The old book is very limited in terms of involving students in the learning process. Theory takes center stage in units one and two and this leads to self evaluation exercises being very much based on theory knowledge as well. Some examples from both units are included below. Even the exercises that are suppose to involve students are all written and requires classic style answers that leave no room for individuality and critical independence. Information is given directly not even elicited and it is expected word for word in return. Students are not allowed to create or be a part of a team and ask questions.

İLETİŞİM TÜRLERİNİ TANIYALIM

DERS SINIF	1. MEDYA OKURYAZARLIĞI
YAKLAŞIK SÜRE	: 6, 7, 8
ÜNİTE	: 40 (1 ders saat)
TEMEL BECERİLER	: İletişime Giriş (1. Ünite)
KAZANIMLAR	: İletişim türlerini sınıflandırarak örnekler verir (2. kazanım).
MATERYALLER	: Çizim kağıdı, iletişim türleri bilgisi kartları

DERS HAZIRLIK
Tılsımlarla nasıl iletişim kurulabilir? İletişim kurmanın farkı gelişleri var mıdır? sorularını öğrencilerin yönlendirecek şekilde hazırlayabilirsiniz.

DERSİN İZLENİĞİ
Görüşöl öğrencilere bir sonraki sayfadaki yer alan örnek olayları okutunuz. Olaylarda iletişim nasıl sağlandığını sorunuz. Öğrencilerinizin cevapları doğrultusunda oluşan soruları soruyunuz. Öğrencileriniz de soruları etkinleştirici başlıkla yazabilsinler. 50. sayfadaki "ÖRNEKLE İLETİŞİM" etkinliğini çoğaltarak öğrencilerinize dağıtınız. Onlara iletişim türleri ile ilgili önceden hazırladığınız bilgi kartlarını hazırlayınız. Kartları hazırlanırken aşağıdaki bilgileri yararlanabilirsiniz. Kartları dağıtım yapıldıktan sonra öğrencilerden örnek olaylarda verdikleri cevapları kontrol ettiriniz.

51. sayfadaki "FOTOĞRAFLARDA İLETİŞİM TÜRLERİ" başlıklı etkinliği de yapıp sınıf öğrencilerinizin iletişim türlerini fotoğraflardan çıkarmalarını sağlayınız.

İLETİŞİM TÜRLERİ
İletişim, maddeleri bakımından "yüz yüze iletişim" ve "yüz yüze olmayan iletişim" şeklinde sınıflandırılabilir. Bu sınıflandırmaya da kendi sınıflarınıza sınıflandırmak mümkündür.

Yüz Yüze İletişim
Sözlü İletişim Yazılımsı veya yazılmamış kelimelerin söylenmesiyle kurulan iletişimdir. Kişiler arası iletişimde sözlü iletişim ses ve kulağıyla duyulan iletişimdir. Söz, ilginin kurulumu ve yürütülmesi için bir araçtır. Sözle (emir, varlık, veya alakasız, isteyerek, rica ederek, susarak, bağışarak, sertçe vs.) ilgili anlamlandırılır. **Sözsüz İletişim:** Konuşulan sözü içermeyen ifade, bilgi verme veya davranış olarak tanımlanır. Örnek olarak jestler, yüz ifadeleri, gülümseme, duruş ve ses tonu ile anlatılan veya anlatılmayan iletişimlerdir. Sözsüz iletişim, bir kişinin söz kullanmadan mesajlarını, kutumaları ve yürütmesini sağlar.

Yüz yüze Olmayan İletişim
Yazılı İletişim: Uzaktan haberleşmede, bilgi ve deneyimleri zaman içinde biriktirmede sözlü iletişime göre daha güvenilir bir iletişim türüdür. Haberleşme, mağazaya mesajlar gönderme, yazılı iletişim, mektuplar, raporlar, çizimler, makaleler, basın bültenleri ile e-posta, basılı notlar ve bilgisayar ağları elektronik ortamda gönderilen çeşitli yazdırma türleridir.


İLETİŞİM ŞEKLİLERİ
Yükarıdaki sınıflandırmamız yanı sıra bir toplumsal ilişkiler sistemi olarak iletişim beşer ayrılır.
1. **Kişiler Kendisi ile İletişim:** Kendisiyle iletişimi kişilerin kendi başına yapmalarını her anlamda ve her mekânda yapılabildiği, kendisiyle ve başkalarıyla konuşur.
2. **Kişiler Arası İletişim:** İki kişi arasında genellikle yüz yüze ilgili şekilde gerçekleşen iletişimlerdir. Bu


İletişim yazılımsı olarak aynı ortamda paylaşılan iki kişiyi iletişim biçiminde gerekçeleri yüz yüze iletişim ya da farklı ortamlardaki kişiler arasında herhangi bir iletişim aracı ile gerçekleştirir.
3. **Grup İletişim:** Kişiler arası iletişimin en önemli yanını grup iletişimi oluşturur. Grup iletişimi söz veya yazılı ifadeyle gerçekleşen bireysel etkileşimler ve bireylerden etkileşimlerle bir iletişim şeklidir.
4. **Organizel İletişim:** Bu iletişim örgütte, gündelik faaliyetlerin yürütülmesini sağlamak ve örgütü temsil amaçları gerçekleştirilmek amacıyla, örgütsel unsurları arasında (ç. gereği ve örgütü dış çevre arasında bilgi ve düşünce alış verişidir.
5. **Kitle İletişimi:** Bir kitleyi amaçla, söz gelimi televizyon, duvar panoları veya sinemalarda oluşan iletişimlerdir. Kitle iletişim araçları, çok sayıda kişiyle iletişimi sağlayan araçlardır (gazete, dergi, televizyon, radyo, sinema, video ve yeni iletişim teknolojileri vs.). Kitle iletişimi etkileyen bazı faktörler vardır. Bu faktörler; maddeli kadronun bulunmaması ya da azlığı, teknolojinin etkin ve verimli bir şekilde kullanılmaması, ekonomik sorunlar, kamuoyunun beklentilerine uygun programların sunulmaması, yavaş hareketin olması vb. olarak sıralanabilir.


İletişim Etkileyen Faktörler: İletişim sürecinde etkin iletişimi engelleyen pek çok faktör vardır. Söz konusu engeller, etkin iletişim yönetimi sayesinde ortadan kaldırılabilir. İletişim engelleri olduğu zaman anlaşmazlıklar oluşur, bireysel ve örgütsel çıkarına ortaya çıkar. Çözümün gidilmesi en etkin yoldur, inandırıcı kanıtlarla yapılabildiği iletişim hesapları ortadan kaldırarak anlaşma ve uzlaşma zemini oluşturulabilir. İletişim engelleri, çeşitli faktörlerden oluşabilir. İletişim engeli olan faktörlerden bazıları; fiziksel uzaklık, etnik farklılık, çeşitli farklılıklar, kültürel ve dil farklılıklarıdır.


FOTOĞRAFLARDA İLETİŞİM TÜRLERİ

Aşağıdaki görsellerde geçen iletişim türlerini yüz yüze iletişim ve yüz yüze olmayan iletişim şeklinde sınıflandırınız. Daha sonra bu iletişim türlerini kısaca açıklayınız.









KİTLE İLETİŞİMİNE TEMEL OLAN OLAYLARIN KRONOLOJİSİ

MO-3500	Yazı icat edildi.
MS-105	Küçük icat edildi.
1436	Matbaa icat edildi.
1727	Ölkemizde matbaa kuruldu.
1729	Ölkemizde ilk kitap basıldı (Vankulu Lugat).
1920	Elektronik radyo ilk kez Danimarka bilim adamı Oersted (Örsted) tarafından keşfedildi.
1931	Ölkemizde ilk resmi gazete basıldı (Takvim-i Vekayi).
1862	Ölkemizde ilk dergi basıldı (Mecmuu-ı Fünun).
1863	İlk Türk pulu satışa çıktı.
1867	Daktilo icat edildi.
1876	Telefon icat edildi (Graham Bell).
1878	Amperul icat edildi (Edison).
1908	Ölkemizde ilk telefon kullanıldı.
1920	Dünyada ilk radyo yayını yapıldı.
1926	Dünyada ilk TV yayını yapıldı.
1927	Ölkemizde ilk radyo yayını yapıldı.
1941	Bilgisayar icat edildi.
1960	Dünyada ilk internet bağlantısı kuruldu (ABD).
1993	Ölkemizde ilk internet kullanımına başlandı.

Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri

- Bilgilendirme, haber verme,
- Etkileme, kamuoyu oluşturma,
- Kişileri yaşadıkları toplumun bir parçası haline getirme (toplumsallaştırma),
- Kültürün nesilden nesile geçişine ve gelişmesine katkı sağlama,
- Eğitime,
- Eğilendirme, hoşça vakit geçirme,
- Diğ dünyayı görmeyi sağlama,
- Eğya ve hizmetlerin tanıtılmasına, satışına yardımcı olma.

Kitle iletişim araçları, birey, grup ya da örgüt, sosyal kurum, toplum ve kültür düzeyinde etkili olurlar. Bireyin de bilgi, duygu, görüş, tutum ve davranışlarını etkiler. Bu etki bireyin değerleri ile örtüşmediği sürece daha fazla olur. Toplumsallaştırma (sosyalleşme) sürecinde de bireyleri yardımcı olurlar. Özete kitle iletişim araçları; bilgi, görüş ve düşüncelerin paylaşılmasına sağlayan; sosyal örgütlenmeyi güçlendiren; kamuoyu oluşturan; insanları anlama, anlamaya, öğrenme ve eğitim gibi çeşitli ihtiyaçlarını karşılayan; insan ilişkilerini değiştirip geliştiren; yeni davranış ve tutum kazandırma, görüş ve düşünce akımlarını yaygınlaştıran etkin iletişim araçlarıdır.

Kitle İletişim Araçlarının Önemi

Kitle iletişim araçları, halkın sosyalleşmesinde, siyasal ve sosyal kararlara varmasında, günlük bilgi ihtiyacını karşılamaında önemli rol oynar. Kitle iletişim araçlarının, toplumun siyasal olduğu yönünde, demokratik davranış ve temel hakları içselleştirerek karar verme sürecinde, doğru etkilerinde büyük bir önemi vardır. Kitle iletişim araçlarının ülke ve dünya sorunları hakkında kamuoyuna bilgi vermesi ve bu konulardan hangisinin kamuoyunda önceliğe sahip olması gerektiği konusunda etkili olduğu görüşü kabul edilmektedir. Toplumda, kitle iletişim araçlarının gündemine aldığı, büyük ağırlik ve yer verdiği konular önemli olarak algılanmaktadır.

Yard. Doç. Dr. Necla MORA
Siyasal Toplumsallaşmada
Kitle İletişim Araçlarının Rolü

Öğrencilerden kitle iletişim araçlarıyla yapılan bir iletişimle bir önceki üniteye öğrencileri iletişim hakkındaki benzerlik ve farklılıklar üzerinde düşünmelerini isteyiniz. Bu amaçla kitle iletişim araçlarını;

- Aynı mekân paylaşma,
- İletişim araçlarının sayısı,
- Kullanılan araçlar,
- Ger bildirim imkânı

yönünden diğer iletişim araçları ile karşılaştırmaları için sınıfta tartışma ortamı sağlayınız. Öğrencilerin örnekler vermesini isteyiniz. Kitle iletişiminde, alıcı (hedef) ögeyi çok geniş bir izleyici/dinleyici/okuyucu kitlesinin oluşturulmasını ve kaynak (verici) ile hedef (alıcı) arasında da bir ilişki olmadıkça için bu süreçte alıcının mesajı tepkisini (geri besleme) kişiler arası yüz yüze iletişim sürecine göre çok daha zayıf olduğunu ve bu tepkinin kaynak tarafından hemen alınmayacağı gibi alınmamasında da söz konusu olduğunu vurgulayınız. Örneğin; gazetenin okundan veya televizyonun izleyiciden anında tepki alınması ya da hiç tepki alınması gibi.

2. derste 59. sayfadaki "HANGİ KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINI KULLANMALIYIM?" başlıklı etkinliği yeterli sayıda çoğaltarak öğrencilere dağıtınız. Bu etkinliği öğrencileriniz yapıtırarak kitle iletişim araçlarını tercih edenlerini, bu araçları hangi durumlarda daha etkili olduklarını kavramalarını sağlayınız.

60. sayfadaki "İLAN" başlıklı etkinliği de çoğaltarak öğrencilerinize dağıtınız. Bu etkinliği öğrencilerinize yapıtırarak iletişim ile kitle iletişimi arasındaki ilişkiyi fark etmelerini sağlayınız.

23

The self-evaluating sections, when designed in a fashion that is engaging for the students, are very significant because they allow students to understand how much of the covered subject that they internalized. As seen below these sections in the old book are also very much based on theory and far away from the critical approach.

ÖZ DEĞERLENDİRME

"KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI" ünitesinde neleri ne kadar öğrendiğinizi anlamak için kendinizi değerlendirebilirsiniz. Aşağıdaki ifadeleri okuyarak size uygun olan seçeneği "x" ile işaretleyiniz.

"Bunu çok iyi yapabiliyorum." için 😊
"Bunu kısmen yapabiliyorum." için 😐
"Bunu yapamıyorum." için ☹️ kutucuğunu işaretleyiniz.

ÖLÇÜTLER	😊	😐	☹️
1. Kitle iletişimini tanımlayabilirim.			
2. Kitle iletişim araçlarına örnekler verebilirim.			
3. Kitle iletişim araçlarını sınıflandırabilirim.			
4. Kitle iletişim araçlarının gelişimi ile ilgili açıklamalar yapabilirim.			
5. İletişim ile kitle iletişimini benzerlik ve farklılık açısından karşılaştırabilirim.			

ÖĞRETMENİN YORUMU:

.....

.....

ÖZ DEĞERLENDİRME

"İLETİŞİM NEDİR?" ünitesinde neleri ne kadar öğrendiğinizi anlamak için kendinizi değerlendirebilirsiniz. Aşağıdaki ifadeleri okuyarak size uygun olan seçeneği "x" ile işaretleyiniz.

"Bunu çok iyi yapabiliyorum." için 😊
"Bunu kısmen yapabiliyorum." için 😐
"Bunu yapamıyorum." için ☹️ kutucuğunu işaretleyiniz.

ÖLÇÜTLER	😊	😐	☹️
1. İletişimin en az iki tanımını yapabilirim.			
2. İletişim sürecinde yer alan öğeleri söyleyebilirim.			
3. İletişim türlerine örnekler verebilirim.			
4. Bu konuda öğrendiklerimi günlük hayatımda kullanabilirim.			

ÖĞRETMENİN YORUMU:

.....

.....

2006 Version	2015 Version
<p data-bbox="288 264 488 302">Units 3 and 4</p> <p data-bbox="288 338 804 1070"> Media Getting to know what media means. What are the uses of media? Society culture and economy Can media change us? What are the contributions of media to our lives? Media and Ethics How can media be misleading? How can we become media literate? TV and its active properties A member of our family Media Support. Is TV a magical box? Positive and negative aspects of TV The structure of Media Broadcasting Radio and Television Supreme Council of Turkey (RTÜK) Types of TV programs Self Evaluation. </p>	<p data-bbox="823 264 927 302">Unit 2</p> <p data-bbox="823 338 1394 1361"> I'm asking questions to the Media Access to information (old and new online methods) What is an online search engine? Media is our agenda Media and our decisions Can media make us think differently about people? How can Media influence the masses Media's Editing Making sense of Media: Meaning is within us Seeking the truth Access to the trustworthy sources Looking for the most up-to-date information Detecting the bias Visual bias (photos) Bias and the language used to express it Looking at the world from different windows We are preparing a school newspaper The power of media in creating public opinion Consuming Media The special glasses that a media literate person wears. Self Evaluation. </p>

The general coverage of the subjects stay very similar, but the way they were covered has changed substantially in the new version of the course book. These units cover ethics and potentially biased media content and how to be aware of this content. The new version of the book clearly gives examples of how this bias is imposed upon people through visual mediums or sometimes by the way a news article is worded. These details of how a bias is attempted to be formed, give learners a chance to discern and ask more key questions to the pieces of information that they

are bombarded with on a daily basis by the media tools they are surrounded with. It is evident that from the old version to the new version “awareness” takes center stage instead of fear that children will be exposed to the inappropriate content and that they will be affected negatively. If children are taught about the manipulation of media content they would have the independence to choose what to avoid. The following pages from the new book shows, clearly how a news article can have a life-saving or ruining effect depending upon how it is presented in the media platforms. This example will help students understand the implications of false journalism. This unit also leads students in the direction of fact checking. It shows, this false journalism and information pollution can be avoided, if people spend time checking the truth behind the pieces of information that they acquire from various sources and not to believe the first thing they read or see on a media platform.

2. GÜNDEMİMİZ MEDYA

BAŞLARKEN



“Eğer dikkati değiştiren, gazeteler sizin zulüm gören insanlardan nefret etmesini ve zulmü uygulayan insanları sevmesini sağlar.”

Malcolm X

Medya bizim bazı insanlardan nefret etmesini veya bazı insanları sevmemizi sağlayabilir mi?

Hayat Kurtaran / Karartan Medya

Medyanın temel görevlerinden biri de halkı ve toplumu bilgilendirme ve bilinçlendirme olarak bilinmektedir. Diğer taraftan medyanın ayakta durabilmesi için kazanç elde etmesi gerekmektedir. Medyanın görünürdeki bilgilendirme amacı ile arka planında yer alan kazanç elde etme amacı bazen çatışmaktadır. Yaşanılan örnekler “kazanç sağlama” amacının bu çatışmanın kazanan tarafı olduğunu göstermektedir. Bazın halkı bilgilendirecek, bilinçlendirecek konular değil, halkın daha fazla takip edeceği ve böylece medya kuruluşunun daha fazla gelir elde etmesini sağlayacak konular ön plana çıkarılmaktadır. Örneğin daha çok takip edileceği için dünyanın öbür ucunda açlıkta zor günler geçiren, ölümler buruna gelen ve hatta ölen çocukların haberleri değil, dünyaca ünlü bir şarkıcının yeni doğan çocuğu haber olarak öne çıkmaktadır.

Sizce önemli olan halkın bilinçlenmesi mi, yoksa medya kuruluşlarının gelirlerini arttırması mı? Tartışınız.



44

SIRA SİZDE

Aşağıdaki haber örneklerini inceleyerek ilgili soruları cevaplayınız.

Bir bilgi kaynağı olarak medya bir kişinin hayatını nasıl kurtarabilir?

OĞLUNUN OKUDUĞU HABER HAYATINI KURTARDI!

M.A.T. 50 yaşında. Çeşitli hastalıklar geçirdi ve yanlış teşhislerle tedavisi gecikti. Sonunda “Yapacak bir şey yok.” denilerek ölümlü bekiyerek üzere evine gönderildi. Tam vazgeçmişti ki İnternet ortamında okuduğu bir haberle son bir umut Bursa’da İstanbul’a gelerek muozevi bir şekilde hayata döndü.



Bir gazete haberi, 5 Haziran 2013

Yalan Haber Hayatını Kararttı

Konya’da çalıştığı kıyımçıya soydu: “Yakalanan zanlı tutularak cezaevine gönderildi.” başlığında uşal kanallarda yer alan haberin tamamen asılsız olduğu ortaya çıktı.

R.Ş. avukatı aracılığı ile yaptığı açıklamada durumu tüm ayrıntılar ile anlattı. R.Ş. “Ada geçen kıyımçı dükkânında 10 yıldır çalışıyordum. Patronumun oğlu ile bir tartışma yaşadım. Esna hakaret etti. Ağırına giden sözler söyledi. Ben de işi bırakmaya karar verdim. Dürümün patronuma bildirdim. Zor da olsa işi bırakacağımı kendisine kabul ettirdim. Daha sonra kız kardeşime ait olan ve çalıştığım kıyımçı dükkânında

emnetir olarak bulunan alınları da patronumdan istedim. O da alınları alabileceğimi söyledi. 78 gram altın tartıp aldım. İş yerinden ayrıldım ve çevre esnafı ile de vedalaşıp evime geldim.” dedi.

Tartıştığı patronumun oğlu E.N.’nin kendisine iftira attığını da dile getiren R.Ş. “Aynı gün polis gelip hürsuzluk suçundan beni gözaltına aldı. Savcılığa çıktım. Konyaya alındım. Tutuksuz yargılanmak üzere serbest bırakıldım. Patronumun oğlu E.N., fotoğrafçılık yapan ve amatör olarak da gazetecilikle ilgilenen Z.D. isiminde birini arayıp olayı kurguladığı gibi anlatmış. Z.D. olayın doğruluğunu araştırmadan

üstelik tutuklanarak cezaevine gönderildiğimi de belirten bir haber yapıp ulusal ve yerel kanallara servis etmiş.” dedi.

Olayın ardından eşinin sinir krizi geçirdiğini de sözlerine ekleyen talihuz adını “Ben diğkâim soyacak olsam, kameraları bile ben taktırdım, bunları kameralar karşısında yapar mıyım? Kaldı ki hangi hürsuz çalıcağı alınları tutar. Ben alınları tek tek tartıp aldım. Çocuklarımız yüzüne bakamıyorum. Mahallede herkes yüzüne bakıp kafasını çeviriyor. Bir iftira suçlu. Bununla ilgili hakaki anlımda gereken her şeyi yapacağım.” dedi.

Bir bilgi kaynağı olarak medya insanların hayatını nasıl etkiler?

Bir gazete haberi, 30 Aralık 2012

The most important thing is that, this unit also discusses the reliability of the information sources, tries to motivate students to “fact check” from more than one

source. This is done to show how a media literate person benefits from the abundance of information but also knows enough about the digital garbage thrown their way and the fact that they need to stay away from it. This discernment only comes after one is educated on the subject of detecting “bias” in both written and visual sources. This unit in the new book touches upon this subject as well. The sections of this unit are about this bias issue are included below.


5. Ön Yargıyı Fark Etme

Ön yargı genellikle “Bir şeyi tam olarak bilmeden o şey hakkında verilmiş kanı, yargı.” olarak tanımlanmaktadır. Ön yargılar kişinin yaşadığı çevreden, aileden, arkadaş çevresinden, alınan eğitimden vb. farklı birçok unsurdan kaynaklanmaktadır. Bunların dışında özellikle kitle iletişimlerinin yaygınlaştığı günümüz dünyasında medyanın da ön yargılara sebep olabileceğinden yoğun olarak söz edilmektedir. Ön yargının farklı çeşitleri bulunmaktadır.

Şimdi bunları görelim:

Seçme ve Atlama Yoluyla Ön Yargı: Karşılaştığımız tüm haberler birerince seçilmiştir ve bizler sadece bu seçilen haberleri görebiliriz. Seçilmeyen haberler karşımıza gelmez ve bu nedenle bizler de bunlardan haberdar olamayız. Aşağıdaki sorular seçme ve atlama yoluyla ön yargıyı fark etmemize yardımcı olabilir:

- » İzlediğiniz haberler gerçek hayatı yansıtıyor mu?
- » Ortak olan özellikleri nelerdir? (Örneğin, bunların tamamı şiddet, ünlüler, zenginlik ile ilgili midir?)
- » Bazı haberler diğer haberlerin göz ardı ettiği konulara değiniyor mu?



75

“The special glasses that a media literate person wears” image is given to distinguish the difference between an aware and capable media user that this course aims to make the students who take it, and the media users who lose themselves in the sea of random information. This image is created to show how media literacy is, in a sense, training people to skillfully detect bias and gives them the ability of discerning between the right sources of information and the sea of digital pollution that surrounds it.

Yerleştirme Yoluyla Ön Yargı:



Gazetede bazı haberlere o kadar farklı yer ayrılır ki siz hiçbir bilginiz olmadan o haberi önemli kabul edersiniz.

Bazı haberlere de o kadar az yer ayrılır ki (bazen arka sayfalarda) siz o haberi de önemsiz kabul edersiniz.

Okuyucular ya da izleyiciler olarak bizler herhangi bir haberin önem derecesine karar vermeden önce birilerince bu haberler çoktan önem derecelerine göre sıralanmış olur. Yine medya mesajlarına şu sorularla yaklaşmak, yerleştirme yoluyla ön yargıyı fark etmemize yardımcı olabilir:

- Baş sayfada ya da saat başı haberlerde hangi olaylar yer almaktadır?
- Hangi olaylar en büyük başlıklara sahiptir ya da TV ve radyoda ilk sıraya veya en uzun süreye sahiptir?

Bu yerleştirmenin insanların neyin önemli olduğuna karar vermelerini nasıl etkilediğini bir düşünün.

Dilin Kullanımı Yoluyla Ön Yargı:

Aynı kişi ya da olay için "terörist", "devrimci" ya da "özgürlük savaşçısı" gibi etiketlerin kullanılması birbirinden tamamıyla farklı izlenimlerin ortaya çıkmasına sebep olabilir.

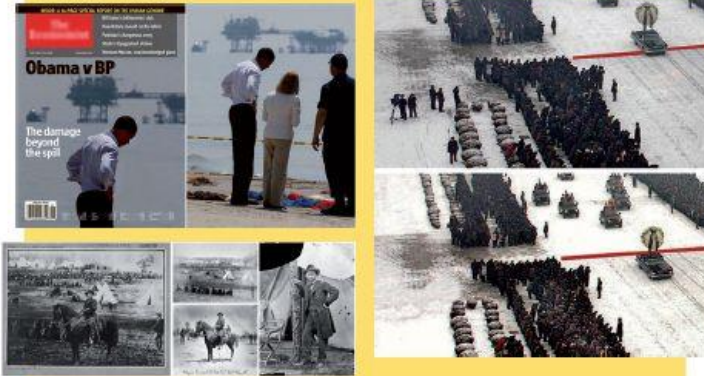
Dilin kullanımı yoluyla oluşturulan ön yargıları görebilmek için cümle içerisindeki "sıfatlar" bize ipucu verebilir. "Büyük, muhteşem, önemli, harikulade, ciddi, kıymetli, hayati" ve benzeri sıfatlar ön yargıya işaret edebilir. Ayrıca "skandal, facia, rezalet, hezimet, hayal kırıklığı" gibi sözcükler de ön yargı konusunda ipucu verebilir.

76

Fotoğraflardaki Ön Yargı:

Kötü, özensiz veya alelade resimler izleyicilerde kötü izlenimler oluşturabilir. Öte yandan güzel, özentili ve yıldızlı görüntüler de izleyicilerde iyi izlenimler oluşturabilir. Ayrıca belirli bir olayın tamamını yansıtan görüntüler yerine kısmi olarak yansıtan görüntülere yer vermek de bu olayın bağlamını ve algılanışını tamamıyla değiştirebilir.

Aşağıdaki görselleri inceleyiniz:



1913 yılında Edirne'yi ele geçiren Bulgarların komutanının Osmanlı komutanı Şakir Paşa'ya kılıcını geri verirken gösteren sahte bir görüntü. Kılıcın teslim edilmesi kaçak düşürücü bir hareket olarak bilinmektedir.



Edirne Kalesi düşmeden önce 1912 yılında çekilmiş olan görüntünün fotomontaj olmayan gerçek hâlidir.

The new book also gives some historic facts but still manages to make the students think, by eliciting certain key concepts via asking very useful questions and through their answers give historic fact in relation to the student participation. The question “How can media influence the masses?” in the new book unit, makes way for a creative discussion environment and then moves forward to a lesson in which students learn about how media tools have the potential to give strong messages, and change people’s minds. This way of teaching new media literacy helps student get armed towards the negative effects of media surrounding them.



Nasıl Oluyor Da Medya Araçları Büyük Kalabalıkları Etkileyebiliyor?

Bu olaydan da anlaşılacağı gibi medya sadece bireylerin hayatını etkilemekle kalmaz aynı anda pek çok insanın, toplumun da hayatını etkileyebilir. Örneğin evindeki radyodan, gazeteden, televizyondan ya da internetten birçok kişi pomelo meyvesinin faydalarını anlatan haberleri izlemektedir. Bu kişilerin birçoğu da takip ettikleri bu haberden etkilenirler. Etkilenen kişiler çevrelerindeki insanlarla konuşurken bu meyveden söz etmeye başlarlar. Pomelo meyvesi toplum gündemini oluşturan bir konudur artık. İşte bu durum medyanın gündem oluşturma güdünü gösterir. Günün konularında pomelo meyvesinin faydalarını konuşan bu kişiler aynı zamanda bu meyveyi görür görmez almak isteyebilirler. Pomeloyu almak isteyen bu kişiler de kamuoyu olarak adlandırılabilir. Medyanın esas işi gündemi belirleme ve böylece kamuoyu oluşturmaktır. İşte bu nedenle medya günümüzde çok önemlidir. Medya ürettiği gündemi kamuoyu oluşturabilmektedir. “Dünyalar Savaşı” adlı tiyatro oyunu radyonun nasıl kamuoyu oluşturabildiğini; birçok kişiyi aynı anda etkileyebildiğini gösteriyor. Düşünün bakalım, bu programın yayımlandığı o yıllarda;

- Kaç kişi dinlediği bir reklamdaki ürünü satın alıyor?
- Kaç kişi dinlediği bir haberden etkilenerek yerel seçimdeki tercihini belirliyor?
- Kaç kişi dinlediği bir oyundaki karakter gibi konuşmaya özen gösteriyor?

Bu soruların cevabı şu olabilir: “Dünyalar Savaşı” oyununu gerçek zamanlı kadar...
Başlıktaki soruyu tekrar düşünelim!
“Nasıl oluyor da medya araçları büyük kalabalıkları etkileyebiliyor?”
Bu sorunun cevabı medyadaki büyük değişimde gizli: Şimdi bu büyük değişimi görelim.

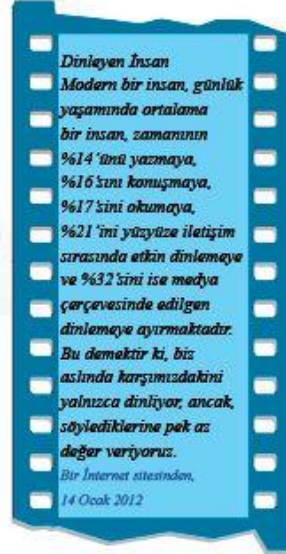
49

The emphasis on the fact that media is mostly “consumed” by the audiences is also a crucial part of the new book. This consumer aspect makes audiences more prone to falling for the traps and manipulations of the media outlets.



Medya Tüketimi

Modern olmanın gereği, medya günümüzde oldukça fazla yer tutmaya ve temel bilgi kaynağı olarak görülmeye başlamıştır. Burada en önemli etken, örneğin, çocukların, bilgilerinin büyük bir bölümünü, eskisi gibi anne-babalarından, aile ya da okul ortamından değil, televizyon, radyo ya da gazeteden özellikle de İnternet'ten almaya başlamalarında yatmaktadır. Bu, dolaşımda olan bilgilerin, doğru ya da yanlış, yanlı ya da tarafsız, abartılı ya da önemsizleştirilmiş ayrımları yapılmadan doğrudan tüketime geçilmesi anlamına gelmektedir. Bu çeşit bir medya tüketimi, medyanın çeşitli tuzaklarına düşmeyi de kaçınılmaz kılar.



55

In addition, this unit also manages to include new media components.

Special attention is given to the search engines. This is done in order to show how reaching information changed and became much easier and quickly accessible via internet, as opposed to encyclopedias and other source books.

Çağımızda bilgiler baş döndürücü bir hızla artmaktadır. Bu nedenle gerekli durumlar dışında bilgilerin ezberlenmesi, zihinde tutulması yerine, istenildiğinde ihtiyaç duyulan bilgiye hızlıca ulaşılması beklenir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişme bunu oldukça kolaylaştırmıştır.

Günümüzde en önemli bilgi edinme araçlarının başında İnternet gelmektedir. Merak edilen tarihî bir olaydan, bir yemek tarifine; hazırlanacak ödevlerden, spor karşılaşması sonuçlarına kadar akla gelebilecek hemen her konuda İnternete başvurulmaktadır. Önceleri masaüstü bilgisayarlar daha sonra dizüstü bilgisayarlar, tabletler derken şimdilerde cep telefonları aracılığıyla her an elimizin altında bulunan bu araçlar sürekli kullanılmaktadır.



39

This unit teaches students how to effectively use a search engine, step by step. This is an important new media integration which is seen in the latest version of the book. The updated version accepts the fact that internet is an undeniable factor in the education system and students are using computers and internet now to aid them in their school work instead of the traditional mediums used in the past. The figures below show how these steps are explained in detail.

Karşımıza çıkan sonuçların daha fazla azaltılması, gereksiz ve ilgisiz sonuçların hızlıca elenmesi için farklı birçok strateji kullanılabilir. Aşağıdaki stratejiler bunlardan bazılarıdır.

1

Aranan bilginin niteliğine göre sınıflandırma yapmak. Görseller, haberler, videolar vb.

2

Web sitesi alan adları (domain) bilgilerinden yararlanmak.

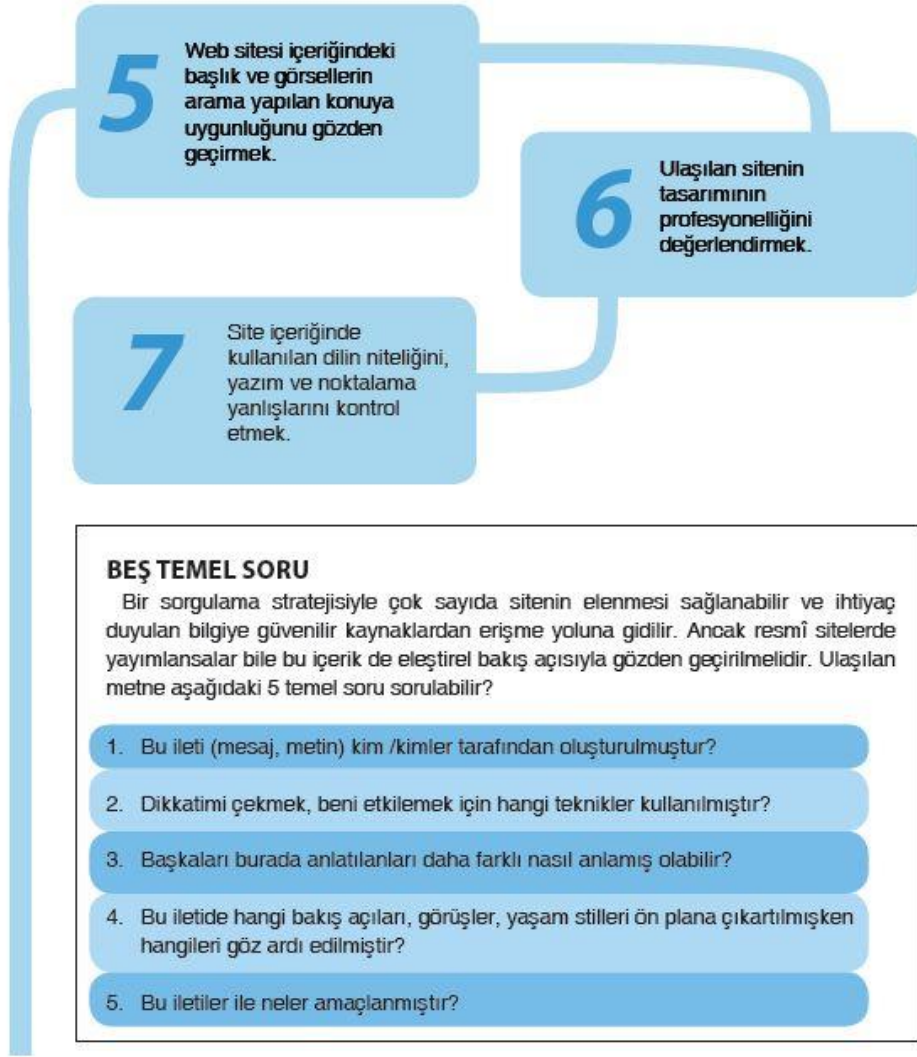
Web sitesi alan adı	Uzantısı	İngilizce açılımı	Niteliği
www.websitesi.	com	commercial	Ticari amaçlı siteler
	net	network	Ağlar
	org	organisation	Kâr amacı gütmeyen kuruluşlara ait siteler
	edu	education	Üniversite gibi eğitim kurumlarına ait siteler
	gov	government	Devlet kurumlarına ait siteler
	mil	military	Askeri kuruluşlara ait siteler

3

Web sitesi ya da yöneticisi hakkındaki bilgileri kontrol etmek. "biz kimiz", "hakkımızda" gibi sayfalar...

4

Paylaşılan bilginin ve web sitesinin son güncellenme tarihini kontrol etmek.



The last part of this section shown above also gives students the crucial questions to ask themselves while browsing on the search engines in order to pick the most reliable source and how to eliminate the others.

The old book approaches the units that reciprocate this unit in the new book, theoretically. The content of the third unit in the old book is about media ethic. The definitions are given but not many examples to elaborate on the issue. There are no thought provoking questions to be elicited from the students or enough tasks to explain the subject and give the students a chance to test their knowledge.

The figures below show examples of this theoretical approach.

MEDYA NEDİR?

Yaygın kullanımıyla medyayı kitle iletişim araçları (gazete, dergi, radyo, televizyon ve İnternet) olarak tanımlamak mümkündür.

MEDYANIN İŞLEVLERİ

1. Haber ve Bilgi Verme: Medyanın en önemli işlevidir. Hayatın pek çok alanına ait ulusal ve uluslararası bilgi ve haberler medya araçları ile insana ulaşır. Medya aracılığıyla bilgilendirken aynı zamanda yönlendiriliriz; bu bakımdan medyaya büyük sorumluluk düşmektedir.

2. Toplumsallaştırma: Medya bireyin toplumla bütünleşmesini ve toplumsal hayata uyum sağlamasını kolaylaştırır.

3. Eğitim: İnsanların, özellikle gelişme çağındaki çocukların algı, beceri ve bilinç düzeyini yükselterek eğitimlerine yardımcı olur.

4. Eğlendirme: İnsanları toplumsal hayatın sıkıcı temposundan uzaklaştırıp hoşça vakit geçirme imkânı sunar.

5. Kültürel Değerlerin Korunması: Medya doğru kullanıldığı takdirde kültürel mirasın korunması, yaşatılması ve geliştirmesinde önemli rol oynar.

6. Kamuoyu Oluşturma: Medya kamusal bir görevi yerine getirir. Kamu kurum ve kuruluşlarını kamu adına denetleme ve eleştirmeye yetkisini elinde bulundurur. Vatandaşın hakkını savunmak adına toplumun ve kamunun vicdanı vazifesi görür.

7. Tanıtım: Medya devletlerin, şirketlerin, kurum, kuruluş hatta kişilerin en önemli tanıtım aracıdır. Günümüz ekonomisi pazarlama üzerine kuruludur. Pazarlamanın en önemli aracı da medyadır.

Medya etiği kavramı, medya çalışanlarının ya da gazetecilerin mesleklerini icra ederken uymak zorunda oldukları kuralları ve ilkeleri ifade eder. Bu ilkeler haber kaynakları, habere konu olan kişiler ve haber toplama yöntemlerine ilişkindir. Ülkemizde bulunan pek çok basın yayın örgütünden biri olan "Basın Konseyi'nin uluslararası gazetecilik uygulamalarını esas alarak hazırladığı "Basın Meslek İlkeleri" şunlardır:

1. Yayınlarda hiç kimse; ırkı, cinsiyeti, yaşı, sağlığı, bedensel özrü, sosyal düzeyi ve inançları nedeniyle kınanamaz, aşağılanamaz.
2. Düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünü sınırlayıcı; genel ahlak anlayışını, din duygularını, aile kurumunun temel dayanaklarını sarsıcı ya da incitici yayın yapılamaz.
3. Kamusal bir görev olan gazetecilik, ahlaka aykırı özel amaç ve çıkarılara alet edilemez.
4. Kişileri ve kuruluşları, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan ve iftira niteliği taşıyan ifadelere yer verilemez.
5. Kişilerin özel yaşamı, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında yayın konusu olamaz.
6. Soruşturulması gazetecilik olanakları içinde bulunan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğuna emin olunmaksızın yayımlanamaz.
7. Saklı kalması kaydıyla verilen bilgiler, kamu yararı ciddi bir biçimde gerektirmedikçe yayımlanamaz.
8. Bir basın organının dağıtım süreci tamamlanmadan o basın organının özel çabaları gerçekleştirdiği ürün, bir başka basın organı tarafından kendi ürünüymiş gibi kamuoyuna sunulamaz. Ajanslardan alınan özel ürünlerin kaynağının belirtilmesine özen gösterilir.
9. Suçlu olduğu yargı kararıyla belirlenmedikçe hiç kimse "suçlu" ilan edilemez.
10. Yasaların suç saydığı eylemler, gerçek olduğuna inandırıcı makul nedenler bulunmadıkça kimsese atfedilemez.
11. Gazeteci, kaynaklarının gizliliğini korur. Kaynağın kamuoyunu kişisel, siyasal, ekonomik ve benzeri nedenlerle yanıltmayı amaçladığı hâller bunun dışındadır.
12. Gazeteci görevini, taşıdığı sıfatın saygınlığına gölge düşürebilecek yöntem ve tutumlarla yapmaktan sakınır.

13. Şiddet ve zorbalığı özendirici, insani değerleri incitici yayın yapmaktan kaçınılır.

14. İlan ve reklam niteliğindeki yayınların bu nitelikleri, tereddüde yer bırakmayacak şekilde belirtilir.

15. Yayın tarihi için konan zaman kaydına saygı gösterilir.

16. Basın organları, yanlış yayınlardan kaynaklanan cevap ve tekiizip hakkına saygı duyarlar.

After theoretic knowledge is listed as such, this unit keeps on piling information about the responsibilities of government organizations such as the Higher Press Council in Turkey.

BASIN KONSEYİ YÜKSEK KURULUNUN GÖREVLERİ

Madde 11'de ele alınan Basın Konseyi Yüksek Kurulunun görevlerinden bazıları şunlardır:

1. İletişim (Basın) Özgürlüğü'nün genişlemesine ve gerçekleşmesine çalışmak,
2. Basının saygınlığını korumak,
3. Basın mesleğinin, ahlaka aykırı özel çıkarlara alet edildiğine ilişkin olarak yazılı, sözlü, görüntülü veya İnternet gazeteciliği yapan basına topluca yöneltilen iddiaları başvuru beklemeden araştırmak,
4. Basın Meslek İlkeleri yönünden incelenmesi yahut "Basın Konseyi"nin el koyması, basın (medya) yoluyla istenen ve Konseyin işleviyle uyumlu olan olayları ayrı bir başvuru beklemeden ele almak,
5. Halkın Gerçekleri Öğrenme Hakkı'na ve İletişim (Basın) Özgürlüğü'ne yönelik tehditleri izlemek, değerlendirmek ve gereğinde Üyeler Kurulunu toplantıya çağırarak,
6. Yayın öncesine ve yayına ilişkin meslek uygulamaları hakkındaki şikâyetleri karara bağlamak,
7. Basınla ilgili araştırmalar yapmak ve yayınlamak,

Madde 12- BKYY, hakkında "Basın Meslek İlkeleri"ne aykırı hareket ettiği iddiasıyla ve usulüne uygun şekilde "Basın Konseyi"ne şikâyette bulunmuş olan gazeteciler ve (yazılı, sözlü, görüntülü) basın organlarının uygulamalarını değerlendiren kararlar sağlar. Şikâyetler başvuru tarihinden itibaren en çok iki ayda karara bağlanır.

Madde 13- BKYY'nin "Basın Meslek İlkeleri"nin ihlaliyle ilgili bir konuyu ele alabilmesi için, herhangi bir kişinin, şikâyete değer bulunduğu konu hakkında Basın Konseyi'ne, usulüne uygun bir şekilde başvurması şart ve yeterlidir.

The only time this unit in the old book barely mentions the false information and bias issue is in a short task not very detailed and informative. The figure below shows that example. The visual elements are not adequate throughout the old book, the task below is also another proof of this.

YANILTAN HABER

Aşağıda aynı konu ile ilgili iki farklı haber ve habere ait fotoğraf yer almaktadır. Ancak bu haberin biri gerçeği yansıtmamaktadır. Haberleri dikkatlice okuyup haberlere ilişkin fotoğrafları inceleyiniz. Hangi haberin niçin gerçek olmadığını açıklayınız.



AZ holding yönetim kurulu başkanı H. A. dün akşam İstanbul'un gözde mekanlarından Kipi'de sekreteriyle baş başa yemek yerken objektiflerimize yakalandı.

H. A. ve S. U. o kadar koyu bir sohbetle dalmışlardı ki flaşların yüzlerinde pastağının bile farkına varamadılar.



AZ holding 30. kuruluş yıldönümünü çalışanlarıyla birlikte kutladı. Tüm personelin davet edildiği kutlama yemeğinde samimi bir hava hakimdi.

30 yıl içinde ulaştıkları noktada personelin özveriyle çalışmalarının önemini büyük olduğunu söyleyen Yönetim Kurulu üyesi Hilmi AKBİYİK şirket çalışanlarıyla tek tek ilgilendi.

2006 Version	2015 Version
<p>Units 5 and 6</p> <p>Family, Children and TV TV watching habits Who is watching which programs and for how long? How to prepare a survey? Task: Preparing and conducting a survey about TV watching habits. RTÜK’s smart symbols on TV and what they mean. Types of TV programs. Analyzing advertisements. I’m determining my TV watching habits. Self evaluation Radio Learning about Radio broadcasting in Turkey. TRT Radio Broadcasting History of Radio What should we be careful about while listening to the radio? I’m a conscious radio listener. Self evaluation.</p>	<p>Unit 3</p> <p>Let me think first. What do the things I see tell me? Persuasion Techniques Creating a character in Media Convince me. About advertisements. Which story does a photo tell? Reading photographs. Self expression is important. Advertisements and their relationship with the society. The reality in advertisements. Interactive discussion ways and platforms. Laws about Radio and TV broadcasting. TV ads, target audience, the ideal products to be advertised. The persuasion techniques that are often used in ads. Step by step, we are producing our own ads. Self evaluation.</p>

Unit three’s theme in the new version of the book is evidently persuasion.

The media messages and how they are received by children is one of the most prominent concerns of media literacy education. This unit in the new book touches on this subject by explaining the students how to read a photograph they see say in a news article or even in a fast food ad. The unit also challenges the students to analyze and read the messages in a photograph on their own to see the impact of them in one’s perception of the events.

These following excerpts from the book demonstrates this quite well.

1. GÖRDÜKLERİM NE ANLATIYOR?

BAŞLARKEN



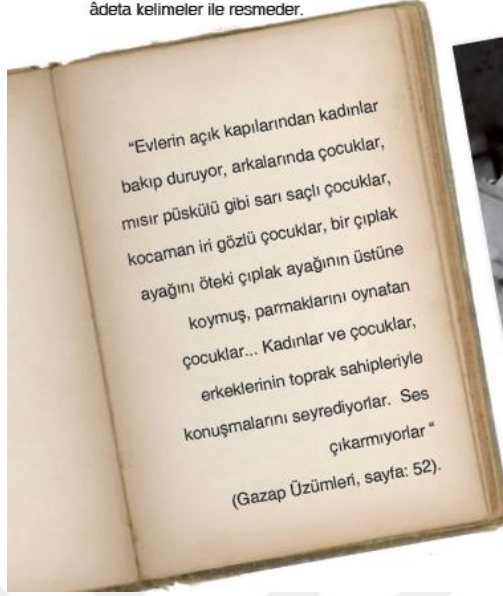
Büyük Soru: Reklamlarda gördüğümüz ürünler gerçeklerinden farklı mı?



Yukarıdaki hamburgerlerden hangisinin daha iştah açıcı olduğunu düşünüyorsun?
İki görsel karşılaştırıldığında neler aynı? Neler farklı?
Hamburgerlerden birini diğerine göre daha iştah açıcı gösteren ne?
Gerçek hayatta satın aldığınız bir hamburger yukarıdakilerden hangisine benziyor?
Bir hamburger satıcısı olsaydınız reklamlarınızda hangi görseli kullanırdınız?
Neden?

The importance of visuals, mainly photos in the ads are the main concern here. The specifics of choosing the best suitable photo to use in an ad and what kind of messages it conveys in the end, are explained. The persuasion factor is also emphasized. The basics of creating effective ads are explained in this section of the new book. Even if it is an ad for a sandwich or it is a photo of an immigrant woman with her child in a news article, the reading and interpretation of the photos are given with examples at this point. The key questions to be asked are again elicited from the students. The comparison with a literary work helps the students understand in a way “a picture sometimes can mean a thousand words”. This is an effective comparison that allows students to form their own opinions.

Bu fotoğrafta anlatılan göçmen işçilerin dramını Gazap Üzümleri adlı romanında John Steinbeck âdeta kelimeler ile resmeder.



İncelediğiniz fotoğrafta mı yoksa Gazap Üzümleri'nde yer alan yandaki betimlemeye mi göçmen işçilerin dramı daha etkili olarak yansıtılmaktadır? Tartışınız.



Önceki sayfada yer alan fotoğrafa göre aşağıdaki sorulara cevap veriniz:

- Bu fotoğrafta gördüklerinizi anlatınız?
- Fotoğrafta yer alan kadının yüzüne hangi duygular yansımış?
- Fotoğrafta en çok ilginizi ne çekti? Neden?
- Bu fotoğrafı çeken fotoğrafçı, fotoğrafta yer alan insanlar hakkında ne düşünmenizi istiyor olabilir? Böyle düşünmenize fotoğraftaki hangi unsurlar neden oluyor?
- Kadrajın dışında kalan yerlerde, fotoğrafta görülenler dışında neler olabilir?
- Fotoğrafçının, kadrajı bu şekilde sınırlamasının nedeni ne olabilir?

The old version of the book touches on a similar subject but doesn't give in depth information when it comes to talking about advertisements and the extent of their influence on people. One of the biggest channels of media to study the issue of persuasion is the advertisement industry. In the new book, students are encouraged to try to discern what is real and what is mere show when it comes to convincing people to make certain decisions about purchasing products.

REKLAM

Reklam; gazete, dergi, radyo, televizyon, afiş, tabela gibi medyalar aracılığıyla çeşitli mal ve hizmetlerin nereden, nasıl, ne fiyata alınacağı ve nasıl kullanılacağı hakkında tüketiciye bilgi veren, ona parasını en iyi şekilde değerlendirme yolunu gösteren bir araçtır. Aynı zamanda üreticinin, iş adamının iyi bir pazar bulmasına, sermaye ve çabasına değerlendirmesine, yeni üretim ve yatırımlara yönelmesine büyük bir destek unsurudur. Reklam temelde ticari bir olgudur. Tanıtıcı olduğu için pazarlamaya yöneliktir. Reklam kurgusaldır, bu nedenle gerçekle çelişebilir.

Reklam insanların tüketim bilinci üzerinde etki yapar. Tüketicide var olan bilinci değiştirebilir veya yeniden şekillendirebilir. Reklamlar ticari kaygı nedeniyle kamuya zarar vermemelidir.

REKLAMLARLA İLGİLİ DÜZENLEMELER

3984 sayılı Kanun'un reklamlarla ilgili getirdiği düzenlemelerden bazıları şunlardır:

- Reklamlar adil ve dürüst olmalıdır.
- Günlük yayın saatinin yüzde 15'ini geçmemelidir.
- Reklamların arası en az yirmi dakika olmalıdır.
- Haberler, güncel programlar ve çocuk programları yarım saati geçmediği sürece reklamlarla kesilemez.
- Alkollü içkilerin, tütün ve reçete ile satılan ilaç ve tedavilerin reklamlarının yapılması yasaktır.
- Haber ve güncel programlarda mali desteğe (sponsor) izin verilmez.

As it is clear from the figure above, the old book leans mostly on theory. The older version of the text book has a didactic style. The text is mostly about listing the facts instead of eliciting them through independent thought processes.

The old version reserves quite a lot of space in the unit for radio broadcasting, which is totally a basic and important form of media and communication but in popularity and usage, falls behind tools like TV and the internet. Today's children tend to lean towards visual learning. Methods to grab their attention and try to make them stay focused on what they are learning, in this digital age, TVs computer tablet or cell phone screens are taking center stage. The below excerpt shows the Radio related section in the old book. The theory takes dominance in this section as well.

RADYO NEDİR?

Hertz dalgaları olarak da adlandırılan elektromanyetik dalgalar aracılığıyla bir olayın, haberlerin, ses-müzik vb. bir iletişim geniş kitlelere ses yoluyla aktarılmasına yarayan kitle iletişim aracıdır. Radyo yayınlı istenen her yere kolaylıkla ulaşabilmekte ve dünyada yaygın olarak kullanılmaktadır.

RADYONUN ÖZELLİKLERİ

- Sesli yayın yoluyla kulağa hitap eder.
- Basit ve ucuzdur.
- Kişiseldir.
- Hızlıdır.
- Her mekânda ve her durumda rahatlıkla dinlenebilir.
- Küçük ve taşınabilir olma avantajı vardır.
- Özellikle özel araba kullanımının artmasıyla dinlenme oranı da artmıştır.

RADYONUN İŞLEMLERİ

- Haber verme
- Eğitime
- Eğlendirme
- Ürün ve reklam tanıma (reklam)
- Kamuyu oluşturma

ÜLKEMİZDE RADYO YAYINCILIĞI

Dünyada radyo yayıncılığı 1920'lerde başladı. Ülkemizde ise bu tarihten yaklaşık yedi yıl sonra 1927'de ilk radyo yayını yapıldı.

O yıllarda yayınları kaydedecek teknoloji gelişmediğinden sadece alqamın yapılan ilk yayıncılığın ayrıntıları pek bilinmiyor.

İkinci Dünya Savaşı sırasında radyo yayıncılığı tüm dünyada gelişti ve program türleri çoğalmaya başladı. Ülkemizde de 1990 yılından itibaren özel radyolar yayın hayatına girdi ve şu anda 36 ulusal, 130 bölgesel ve 1054 de yerel yayın yapan toplam 1220 özel radyo yayın hayatına devam ediyor.

TRT RADYO YAYINCILIĞI

TRT, radyo alanında Radyo 1, Radyo 2 (TRT-FM), Radyo 3, Radyo 4 olmak üzere dört ulusal; FM bandından stereo yayın yapan ve Karadeniz'de Trabzon Radyosu, Doğu Anadolu'da Erzurum Radyosu, Güneydoğu'da GAP-Diyarbakır Radyosu, Mersin'de Çukurova Radyosu ve Akdeniz'de Antalya Radyosu olmak üzere sekiz bölgesel ve Hatay II Radyosu (TRT Hatay FM) olmak üzere bir yerel radyo kanalından yayın yapmaktadır.

Radyo 1, haberler ve yaşamın her alanında her konuyu mikrofonlarına taşıyan, 24 saat kesintisiz yayın yapan ulusal radyodur. Radyo 2 (TRT-FM), haberleri, popüler müzik yayınları, Ankara, İstanbul ve İzmir stüdyolarından dönüştürümlü olarak gerçekleştirilen programlarla yayın yapar. Radyo 3, üç yabancı dilden haberleri, klasik batı müziği, hafif müzik, opera, bale müziği ve caz yayınları ile müzik severlere hitap etmektedir. Radyo 4, haberler ve Türk Sanat Müziği ile Türk Halk Müziği yayını yapmaktadır. Ayrıca, dünya çapında Türkiye dahil 26 dilde kısa dalga, İnternet ve uyulardan yayın yapan Türkiye'nin Sesi Radyosu ve Türkiye'nin turistik yörelerinde FM kanalında bey dilde yayın yapan Turizm Radyosu da TRT bünyesinde yayın yapar.

116

As mentioned before, Radio and Television Supreme Council of Turkey is the institution that is responsible for the curriculum and course book changes in this lesson taught in the middle school level. These changes were done after a comprehensive research about media usage habits and inclinations of the learners. This research was done in 2012 by the institution known as The Head Department of Public Opinion and Broadcasting Research and Assessment. It is a very detailed, survey based, research done in chosen pilot schools from all over Turkey. The main aim of the research was to assess the level of efficiency of the Media Literacy course also, the tendencies of students in the usage of the diverse media tools in their time away from school. This research shows that %74 of the participants find internet %60 found cell phones and computers as the most effective media tools and spend most of their time with. %52 percent think television is still a very effective mass media outlet and finally %41 think newspapers and written media as an influential tool. (Media Literacy Course Research, 2012)

The results of this research lead the way for the content based changes in the old book. Instead of just listing knowledge paragraph by paragraph as shown in the excerpt from the old version of the course book below, there were content shifts to more visual elements and new media integrated unit coverage with more creative tasks.

Especially during the decoding of advertisements and photographs, the unit in the new version emphasizes the difference between what they make you see and what you actually get, and how different these two can be. This is why critical thinking approach becomes quite important here. If the students are guided towards an approach in which they are taught to ask questions and read the messages beyond the obvious, in billboards, TV ads newspaper article photos and so on, the concern for how they might receive the wrong messages or that they might be badly influenced decreases considerably. This awareness given through a critical teaching approach in turn makes the students critical consumers rather than passive receptors.

The following visual from the new book shows the interaction between the advertisements and society. It clues the students in to what the media tries to make one see versus what actually is. The photo used, is a powerful tool for summarizing this in a glance.



REKLAM VE TOPLUM İLİŞKİSİ

Radyo, televizyon, basın, reklam panoları gibi birbirinden farklı medyaların toplum içindeki önem ve ağırlıkları ülkeden ülkeye değişiklik arz eder. Bu durum, reklam verenlerin farklı türde medya planlamaları yapmalarını gerektirir.

Farklı diller, farklı kavramlar, farklı yaşam biçimleri, reklam yerinin ve zamanın kullanımı ile ilgili farklı kurallar ve her şeyden önemlisi toplumsal zevkler, güdüler, özgün değerler, uluslararası reklamın başarısı önüne çekilmiş deği-

şik boyut ve yükseklikteki setler gibidir.

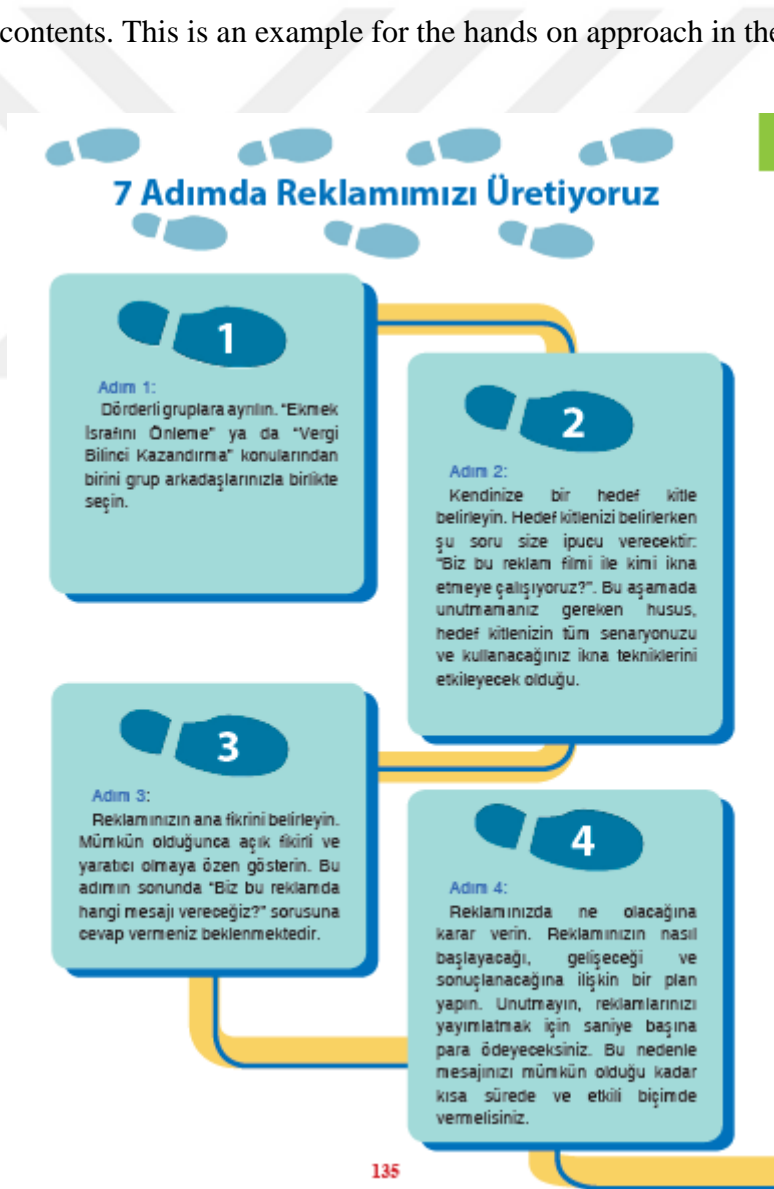
Her ulusun reklam açısından kendine uygun olan bilgilendirme, ikna etme, anımsatma ve pekiştirme biçimleri, onların duygusal ya da mantıklı, dramatik ya da hafif, realist biçimlerde iletiyi reklama konumlandırma biçimini etkiler.

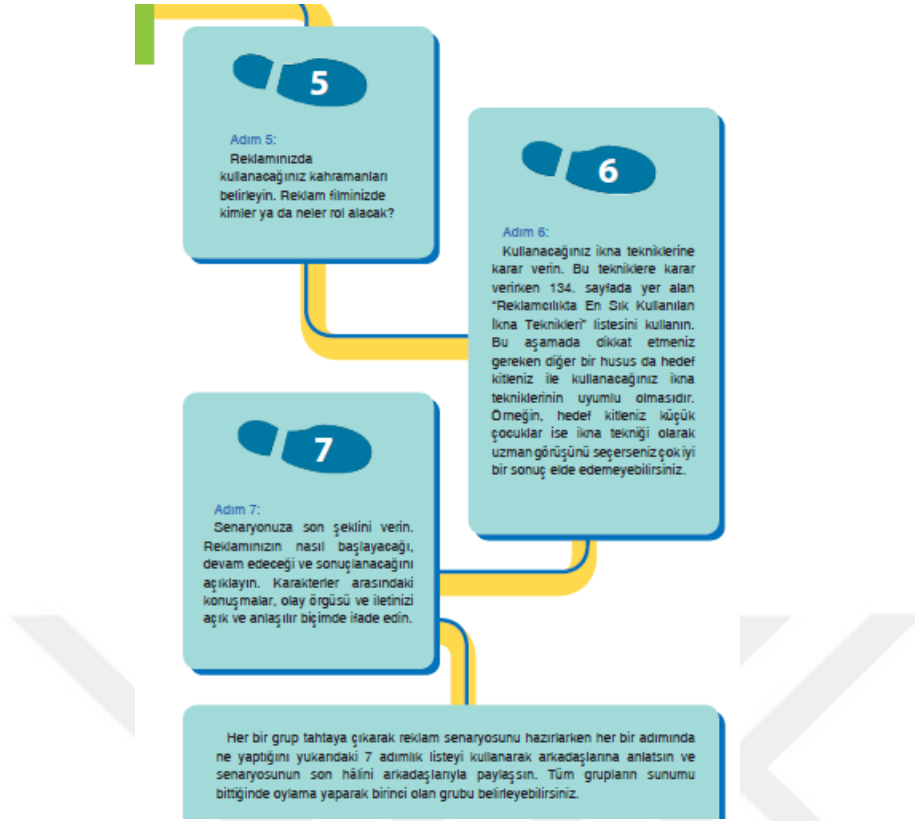
Reklamın değişik biçimlerde verilmesi, iletinin algılanışını ve kalıcılığını değiştirebildiği gibi, ürünü onaylama, benimseme, itme gibi farklı davranışları da beraberinde getirebilir.

The hands on technique of the new version, has the students getting involved more, participating in the process of asking the right kinds of questions and seeking answers more deliberately. This unit also gives them the chance to get involved in the creative process while they make their own ads as a task. The old version urges the students to prepare a survey and guides them through the preparation process, which is also useful but in terms of arming the children towards the possible negative messages and influences, learning how ads are made and the possible manipulations that the ads might include is more important.

One of the biggest improvements in the new book is the tasks given to students that encourage them to think and create independently. If they learn by actually taking part in the step by step creative process, it is less likely for them to forget. If the whole topic remains theoretical on the pages of a course book, it won't have the power of steering children into the right direction.

The following figure shows how the new book guides the students in the creative process of creating their own ads. The seven steps are explained clearly and the rest is left up to the imagination of the students, allowing them to create their own media contents. This is an example for the hands on approach in the new book.





There is also an emphasis on self expression in this unit that is really crucial. All the media tools are channels for expression in one shape or form, it is important to gain the ability to read them properly and in turn learn to form a unique and genuine form of self expression. Children who learn to do that at an early age will likely have fewer problems communicating their ideas socially. The following figure shows the approach to this subject of self-expression and its importance.

Kendini Anlatılabilmek Önemlidir!

Bireyin tüm çabası, toplumun diğer bireylerine "Ben'in aktarılması yolundadır. Bu, bir aralan bilgisi gerektirir ve bunun söze, davranışa dökmülmesi gerekmektedir. Söze dökmülme, çok çeşitli biçimlerde gerçekleştirilebilir. Örneğin, yaşadığımız için, içinde birkaç arkadaşımızla birlikte bulunduğumuz odanın penceresinin kapanmasını isteyecek olalım. Bu dileğimizi çeşitli biçimlerde dile getirebiliriz:

"Arkadaşlar, üşüyeniniz var mı?"
 "Siz de hava soğudu gibi geliyor mu?"
 "Pencereyi kapatmayı öneriyorum!"

"Alicğim, rica etsem pencereyi kapatabilir misin?"
 "Ali Bey, pencereyi kapatsak diyorum!"
 "Sana zahmet pencereyi kapatır mısın?"
 Bunlardan başka neler söyleyebilirsiniz?

Bu noktada, bireyin etkin katılımı, yaratıcı gücü, ikna yeteneği oldukça fazla önem kazanır. İletişime girdiğimiz her an "Bu iletişim ortamına kendimden ne katıyorum?" sorusunu somak doğru olacaktır. Çünkü bu soruya vereceğimiz yanıtla hem kendi katkımızı görüp doyuma ulaşır hem de yaratıcılığı körlüklemiş oluruz.

Nispeti Pembecioğlu, Dışişim Sosyolojisi, s.8-9

One final point for these chapters might be about the units involving lots of information about how institutions like RTÜK or TRT Radio works. It might be useful to get acquainted with these government facilities but it is more useful for students to have more time for hands on one on one activities.

2006 Version	2015 Version
<p>Units 7 and 8</p> <p>Newspapers and Magazines Photos and Newspaper Articles Related Vocabulary Designing newspaper pages Magazines and types of them What can I learn from a Magazine? Self Evaluation Internet (Virtual World) Brief History and Properties of Internet The connection between two computers and the information sharing The World is one click away I'm learning how to use the internet What is a web address and a web site It's very easy to access information online E-mail I'm learning to send and receive e-mails. Internet helps the education system What should be careful about on the internet? Virtual friends and friendships Self Evaluation</p>	<p>Unit 4</p> <p>My Media My Social Media More freedom means more responsibility Around the world in 80 seconds Preparing Banners (Posters) I'm sensitive The Media language awareness General properties of Social Media Social Media and the right to participate Web Diary (Blog) The power of social media Creating my own digital story What are the things to be careful about before clicking "share"? Harassment and Cyber Bullying 10 Golden rules for safer internet Step by step learning and creating a banner (poster) Media Language Awareness Self Evaluation (Dictionary)</p>

The most important chapters to compare concern mainly with New Media tools. The units in comparison show very clearly a lot has changed in the nine years between them. The new version of the book has the "digital" element blended very well throughout the whole book but especially the final unit takes a detailed look at

the web and social media side of things. The excerpt from the new book below gives general information about what social media is.

Sosyal Medyanın Genel Özellikleri

1. İçerik dijitaldir veya dijital hâle dönüştürülmüştür.
2. Yazılı, görsel, işitsel biçimlerdeki içerikler paylaşılabilir.
3. İletişim tek yönlü değildir, etkileşimlidir.
4. İçerik kullanıcılar tarafından oluşturulur.
5. Paylaşılan içerikle ilgili değerlendirmeler yapılabilmektedir.
6. Sosyal medya uygulamaları çeşitli yaş grubu ve eğitim düzeyindeki insanın rahatlıkla kullanabileceği derecede basit ve anlaşılır tasarlanmıştır.
7. Dizüstü bilgisayarlar, tablet bilgisayarlar ve cep telefonu gibi mobil araçların yaygınlaşmasıyla istenilen zamanda ve yerde paylaşımında bulunulabilmektedir.
8. Bu mecralar herkesin kullanımına açıktır; farklı yaş, eğitim düzeyi, ekonomik gelir vb. çevrelerden kişiler bir arada etkileşimde bulunabilmektedirler.
9. İçerik tek kaynaktan çok kişiye değil, çok kaynaktan çok kişiye yöneliktir.



Sosyal Medya ve Katılım Hakkı

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu (BM) tarafından 1989 tarihinde kabul edilen Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'de çocuklara tanınan haklar; temel yaşamsal haklar (barınma, beslenme, sağlık vb.), çocuğun korunmasına yönelik haklar ve çocuğun toplumsal katılım hakları olmak üzere üç grupta sınıflandırılabilir.



Çocukların Katılım Hakkı:
Kendi görüşünü oluşturma yeteneğine sahip çocukların kendilerini ilgilendiren konularda düşüncelerini, beğeni ya da eleştirilerini bildirme hakkı olarak tanımlanabilir.

The sharing issue and the social media component is a crucial subject for students learning about media literacy. The new book as a whole touches on the new media aspect mostly from an educational standpoint, talks about the sea of information and messages from media outlets harmful or otherwise. This last unit however, emphasizes the more freedom you have of sharing content in social media outlets the more responsibilities you take on. It is especially important for the young minds to realize and be careful about what they share online. This unit aims to educate them about these responsibilities. The tools of self-expression in new media

are also given. This below example is from the related unit (4) in the new book about new media and online blogs.

Web günlüğü (Blog):

Kişinin yazdığı şiirleri, anıları, öyküleri, çizdiği resimleri, çeşitli konulardaki görüşlerini, günlük olayları vb. birçok iletiyi çevrimiçi günlük tutması şeklinde tanımlanabilir. Bu paylaşımlar yazılı, görsel, işitsel ve hareketli resim biçimlerinde olabilir. Tıpkı bir web sayfasına benzer nitelikte olan böyle bir bloğun oluşturulması oldukça kolaydır. Blog oluşturmak için alan adı (domain), web alanı için bir ücret ödenmemektedir. Ayrıca web tasarımı veya yazılım bilgisine de gerek yoktur. Basit ve Türkçe arayüze sahip bir yönetim paneli aracılığıyla hazır tasarım şablonları seçilerek tasarımlar özelleştirilebilmektedir. Bloglar bireysel olabileceği gibi çeşitli gruplara ve konulara yönelik de olabilir. Blog yazarı blogger olarak adlandırılır. Blog başka kullanıcılar tarafından takip edilebilir. Takipçileriniz yazdığınız ya da paylaştığınız içerikle ilgili yorumlarda bulunabilirler. Yanda İnternet, sosyal ağlar ve dijital oyunlar konularında yayın yapan bir web günlüğüne ait görsel sunulmuştur.



145

The general theme of awareness creativity and participation was talked about for every unit but this unit specifically takes an in depth look at the freedom and the responsibility it entails. Media literacy education is very important because of this aspect. Children need to learn what responsibilities they have, while they enjoy the freedom of a sea of information that is accessible to them with a single click. Especially the social media perspective is emphasized because “sharing” enters the picture here. The responsibilities of what children choose to share are also great. They need to be aware and knowledgeable about the consequences of their online activities. The below excerpt from the new book is about this issue;

2. NE KADAR ÖZGÜRLÜK, O KADAR SORUMLULUK!

BAŞLARKEN



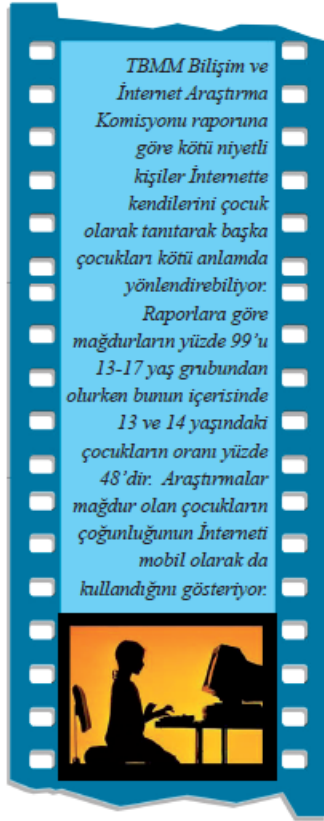
>Sosyal medya kişiye sınırsız bir özgürlük sağlar mı?
>İnternet'te takma adla açtığımız hesaplarda yazdığımız ya da yaptıklarımızdan dolayı sorumlu tutulur muyuz? Tartışınız.

Dijital Hikâye Oluşturuyorum

Dijital hikâye oluşturma, kişinin kurguladığı ya da deneyimlerini paylaştığı kendi hikâyesini yazı dışında görsel ve işitsel dili de kullanarak oluşturduğu bir tür olarak tanımlanabilir. Birey anlatmak istediği hikâyenin yazılı metnine uygun bir görsel planlama için hikâye akış şeması oluşturur. Hikâye akış şemasına uygun gerekli görselleri ya dijital ortamda oluşturur ya da hazırladıklarını dijital ortama aktarır. Daha sonra seçtiği yazılımda görselleri uygun şekilde sıralar. Sıralanan görsele göre hikâyenin ilgili bölümünü seslendirir. Seslendirme tamamlandıktan sonra, hikâye akış şemasında planlanan şekilde hikâyeye fon müziği ve ses efektleri eklenir. Son olarak oluşturulan hikâye paylaşılacağı mecraya uygun kalitede bir video dosyasına dönüştürülür.



Sensitivity is also an important issue which this final unit in the new book also touches upon. The sensitivity to the other people's freedom online and what becomes hazing, harassment and bullying and why and how should students avoid these traps are the important new subjects that are added to the new book.



Bir gazete haberi, 25 Ocak 2014

İnternet yolculuğunuzda karşılaşılabileceğiniz ikinci tehdit:

Taciz ve Siber Zorbalık

Yeterince bilmediğiniz bir ülkede tek başınıza gezebilir misiniz?

Bu elbette korkmamıza sebep olabilecek çok zor bir durum ve bunu yapmayı istemeyiz. En azından yanımızda ailemizin ve arkadaşlarımızın olmasını tercih ederiz ancak içerisinde dünyanın en iyi insanları kadar en tehlikeli insanların da rahatlıkla gezinebildiği bir İnternet dünyasında aynı tehlikeyi farkında olmadan göze alabiliyoruz.

Arkadaş gibi görünen kötü insanlarla karşılaşılabılırız. Birçok insan İnterneti diğerlerini taciz etmek, küçük düşürmek veya tehdit etmek için kullanıyor. Saldırıları lakap takmaktan, fiziksel tehdide kadar değişebiliyor.

Dışarıda gezerken karşınıza hiç tanımadığımız biri çıksa ve sizden "ad-soyad, doğum tarihi, okul ismi, e-posta adresi, cep-ev telefonu numarası ya da ev adresi" gibi kişisel bilgilerinizi istese ne yaparsınız?

Muhtemelen bu kişinin yanından hemen uzaklaşırsınız. Hatta polise gidip bu kişiden şikâyetçi olursunuz. Ancak araştırma sonuçları İnternette karşılaştığımız yabancılarla güvendiğimizi ve kişisel bilgilerimizi paylaşabildiğimizi gösteriyor.

156

The awareness of media language has its own section in the chapter and it is explained with real media examples in detail. Learning about the possible manipulative language traps of media outlets is very important because knowing about them, helps children to avoid being deceived in the long run, being active users of new media and online technologies.

6. MEDYADA DİL FARKINDALIĞI

BAŞLARKEN



Lütfen, aşağıdaki sorulara cevap veriniz.

- > Televizyon, gazete, dergi ve İnternette kullanılan dilin Türkçeye zarar verdiğini düşünüyor musunuz? Neden?
- > Medya araçlarında Türkçenin doğru biçimde kullanımını teşvik etmek için neler yapılabilir?
- > Cep telefonu ile mesajlaşırken ve e-posta gönderirken Türkçeyi doğru kullanmaya özen göstermemek Türkçeye zarar verir mi? Neden?

MEDYADA DİL KULLANIMI

Günümüzde medya araçlarında Türkçenin kullanımı konusunda birçok hata yapıldığı görülmektedir. Türkçenin medyada yanlış kullanımını konu eden televizyon ya da gazete haberlerinde dahi birçok dil yanlış yapılmaktadır.

Yalnızca bir iletişim aracı olarak görmeye alıştığımız, belki de bu yüzden hafife almaya başladığımız Türkçe, aslında yaşamımızı ve düşüncelerimizi belirleyen en önemli kültürel etkenlerden biridir. Dilimizin yoğunluğu bir zihinle düşünüyor, hissediyor ve bunları yine dili kullanarak aktarıyoruz. Dildeki bozulma, yaşamı algılayışımızı, kurgulayışımızı, yaşama sahip çıkışımızı etkilediği gibi, iletişim kazalarına da yol açarak büyük yanlış anlaşılmalara neden olabiliyor.



MEDYA DİLİ	DOĞRUSU
"Mustafa Yıldız'ın cansız cesedi yolda yatarken..."	ceset zaten cansız olacağı için "cansız" ifadesinin kullanılması gereksiz.
"Beş aşağı beş yukarı..."	Üç aşağı
Yılmaz, Bodrum'da keyf çatıyor..."	keyif
"...Tüm camlar yıkıldı..."	kırıldı
"...laf salatalığını bırakın da..."	salatasını
"Anakara valisi..."	Ankara
"Onlara ilk yapılacak önlemler nelerdir?..."	almamak önlemler
"Biliyorsunuz, milyonlar onu gönlüne gömdü..."	kalbine gömdü
Bizim'le yarışır mısınız?..."	Bizimle
"Sırlar Kosova'yı terk ediyor..."	terk ediyor
Maddi kazanç kazanıyor..."	kazanç sağlıyor..."
Liberalizm deyimini artık yüksünülecek bir deyim olmaktan çıkmıştır..."	terimi, terim
"Bütün bunlar birtakım pazarlıkların olduğunu akla düşürüyor..."	akla getiriyor
"Emel, entrikalar yapan, kendisini zeki sayan bir tip..."	entrikalar çeviren
"NATO'nun 8 Mayıs'ta 33 hedefe taarruz yaptığı %72 başarı sağladığı bildirildi..."	taarruz ettiği
"Çok güzel bir sohbet yaptım..."	sohbet etti
"...düşük yapma şansı..."	ihtimali / olasılığı
"...ayağı burkuldu. Birkaç gün içinde burkulma şansı yine var..."	ihtimali
"Zevkler ve renkler tartışılmaz diye bir kelime vardır..."	söz
"...bunun kötü bir suç olduğuna..."	adi
"Tek tarafı ateş ilân ettim..."	ateşkes ilan ettim
"Benim bir reyting programı olmam mümkünsüz..."	imkânsız
Kongrenin saat onda start alması gerekiyordu..."	Türkçede böyle bir kullanım yoktur. "...başlaması..."
"Annem okey diyor, yani yes..."	Türkçede böyle bir kelime yoktur. "...tamam..." , "...evet..."
"Bütünüyle komple opera dinliyorum..."	bütünüyle ya da komple kullanımlarından biri tercih edilmeli
"Ben de onlardan faydalanıp onu öğrencilerime ve talebelerime anlattım..."	öğrenci veya talebe kelimelerinden biri tercih edilmeli.
"Genç Millî Takımımız Slovakya ile birlikte beraber bugün saat 11 de..."	birlikte ya da beraber kelimelerinden biri tercih edilmeli.
"Çünkü yüzyılın maçı. Son yüzyılın maçı ve de asrın maçı kabul ediliyor..."	yüzyılın maçı ya da asrın maçı kullanımlarından biri tercih edilmeli.

The tasks from the new book in this unit, like all the others, are very hands on, detailed, and step by step require active participation from students. This unit's task requires the preparation of a banner (poster), elicitation is a common technique used in the classroom in general, and tasks are no exception to this rule. All the necessary questions are asked to the project at hand and then the execution begins.

4. AFİŞ TASARLAMA

BAŞLARKEN



Lütfen bir dakika boyunca aşağıdaki afişi inceleyiniz.

Bu afişte ilk bakışta dikkatinizi çeken unsurlar neler?
Afişte verilmek istenen mesaj ne?
Afişin vermek istediği mesajı vurgulamak için ne tür teknikler kullanılmış?

After students are encouraged to think in detail about the subject beforehand, the step by step explanation of the task helps students to get involved and make their own banners following these steps.

This unit is also important in terms of observing the way new media is explained to the students. Old version of the book, when observed, is very technical only directly giving all the basic information without elicitation and leaving no room for independent participatory classroom experience. The excerpt below shows the classic theoretical approach; the information is listed not elicited and it is not

İnternet'in Kısa Tarihi

Dünyada *İnternet* iletişimi 1969 yılında ABD Savunma Bakanlığının askerî bilgisayarların iletişimi için özel bir ağ kurmasıyla başlamıştır. İşte bu ağ paket bilgisayar iletişiminin dolayısıyla da *İnternetin* başlangıcını oluşturmuştur. *İnternet* bağlantısı, ABD'de 1980'lerin başlarına kadar, askerî laboratuvarlar ile üniversitelerin bilgisayar bölümlerindeki 500 bilgisayarda bulunmaktaydı. 1983 yılında ise bu ağa üniversiteler de katılmıştır. *İnternet* 1987 yılında, birçok üniversite ile araştırma laboratuvarlarında bulunan 28 bin kullanıcı bilgisayara kadar genişlemiştir. *İnternet'in* asıl gelişimi 1994'ten itibaren "www" (World Wide Web; dünya çapında ağ) aracının yaygın kullanılmasıyla üniversitelerin yanında ticari kuruluşların da *İnternet'ten* yararlanmaya başlamasıyla akıl almaz bir hızda, tüm dünyayı saracak şekilde genişlemiştir. Öte yandan 2000'li yıllardaki gelişmeler kurumsal ve ticari sitelerin yanı sıra bireysel sitelerin de kurulmasına yol açmıştır.

İnternet'in Özellikleri

İnternet, birçok bilgisayar sisteminin birbirine bağlı olduğu, dünya çapında yaygın olan ve sürekli büyüyen bir iletişim ağıdır.

İnternet, insanların her geçen gün artan "üretilen bilgiyi saklama/paylaşma ve ona kolayca ulaşma" istekleri sonrasında ortaya çıkmış bir teknolojidir. Bu teknoloji yardımıyla pek çok alandaki bilgilere insanlar kolay, ucuz, hızlı ve güvenli bir şekilde erişebilmektedir. Onu bu hâliyle bir bilgi denizine ya da büyükçe bir kütüphaneye benzetebiliriz.

Especially for social media, learning by actually participating is very important. The term social stems from socializing which requires interaction, this is why while experiencing social media, getting involved is the crucial part.

İNTERNET'İN BİLİNÇLİ KULLANIMI

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), resmi *İnternet* sitesinde çocukları *İnternet*'in olumsuz etkilerinden korumayı amaçlayan bilgiler veriyor. Üst Kurulun www.rtuk.org.tr adresindeki resmi *İnternet* sitesinde "Çocukların Güvenli *İnternet* Kullanımı" başlığı altında oluşturulan sayfalarda hem ebeveynler hem de çocuklar için öneriler yer alıyor.

Sitede güvenli *İnternet* kullanımına ilişkin bilgi alınabilecek başka *İnternet* adresleri ile bu konuda gerçekleştirilmiş araştırmalara ulaşma olanağı da sağlanıyor.

Çocukların ve ailelerin bilinçli birer *İnternet* kullanıcısı olmalarını sağlamak, küçükleri *İnternet* aracılığıyla uğrayabilecekleri zararlardan korumak amacıyla taşıyan sayfalarda, öneriler çocuklar ve ebeveynler için ayrı ayrı hazırlanan bölümlerde sunuluyor.

Ebeveynler için hazırlanan ve "İletişim özgürlüğü içinde yer alan *İnternet* kullanımında da dikkat etmemiz gereken kurallar, çocukların *İnternet*'ten güvenli bir şekilde yararlanmalarını sağlamak açısından önem taşımaktadır." denilen bölümde yer verilen önerilerden bazıları şöyle:

- "Her şeyden önce çocuğunuzla iyi bir iletişim içinde olunuz. Çocuğunuzun arkadaşları, zevkleri, korkuları, sevdikleri ve sevmedikleri konular hakkında bilgi sahibi olunuz. Çocuğunuza, her konuyu sizinle paylaşabileceği güvenini veriniz. Sizin yetersiz kaldığınız konularda uzmanlardan yardım alınız.

- Çocuğunuzun *İnternet*'e girdiği bilgisayarın onun odasında olmamasına, evinizin ortak kullanım alanı içinde olmasına dikkat ediniz.

- Çocuğunuzun *İnternet*'te kalma süresine ve bilgisayar kullanma süresine mutlaka kısıtlama getiriniz.

- Her konuda olduğu gibi bu konuda da ebeveyn olarak çocuklarınıza iyi birer örnek olunuz. Bilinçli ve güvenli *İnternet* kullanım kurallarını öğreniniz ve uygulayınız.

- Çocuğunuzla ve öğretmenleriyle birlikte çocuğunuzun yaşına uygun ve güvenli olan *İnternet* sitelerinin adreslerini belirleyiniz. Belirlediğiniz sitelerin adreslerini bilgisayarınızın 'sık kullanılanlar' bölümüne kaydediniz. Böylece bu sitelere giriş işlemi daha kolay olacaktır.

- *İnternet*'te mümkünse çocuğunuzla birlikte gezininiz.

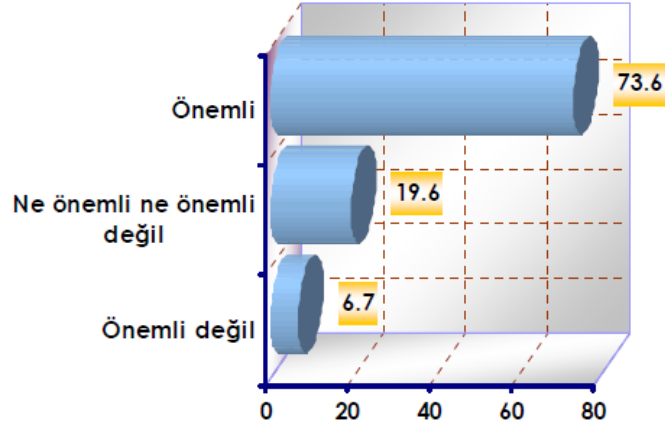
- Çocuğunuzun *İnternet* kullanımını sık sık denetleyiniz. Hangi sitelere girdiği, hangi sohbet

148

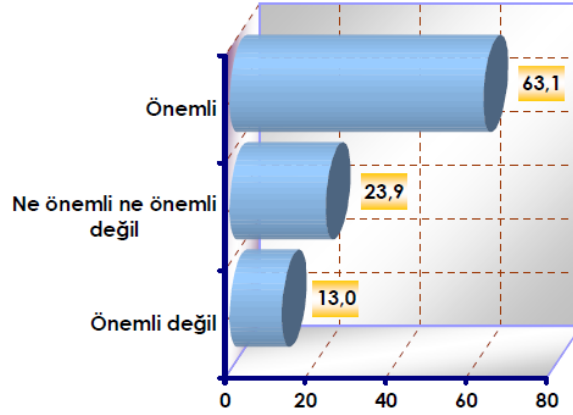
Internet and new media and communication tools such as computers and cell phones started taking over other media platforms in time, becoming more and more important each day. The other media tools are becoming commonly available online, such as radios and TVs now broadcasting on the internet or online blogs and online newspapers and digital versions of magazines taking over for their classic media forms. This is why the new book's approach is fitting, in the sense that it blends in new media elements to every subject thought.

The following charts list the importance levels given to certain new media tools by students according to the research done by The Radio and Television supreme council of Turkey in 2012 about media literacy education.

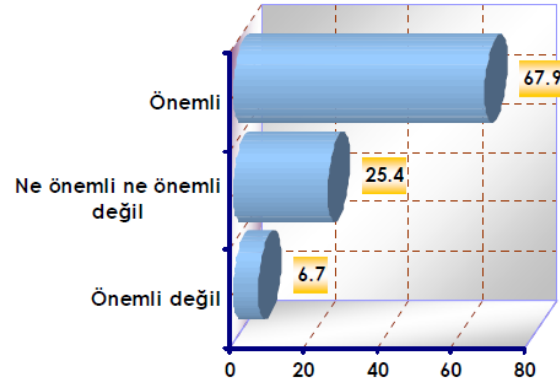
İletişim aracı olarak internetin sizin için önem derecesini belirtiniz. (%)



İletişim aracı olarak cep telefonunun sizin için önem derecesini belirtiniz. (%)



İletişim aracı olarak bilgisayarın sizin için önem derecesini belirtiniz. (%)



The final unit touches upon the internet-specific problems that the students might face, like fact checking in the sea of information is very hard or online harassment and cyber-bullying is unfortunately a real problem in the digital world. Since media literacy education puts protecting the children from harmful and violent messages first, talking about these real problems is also makes for a very educating and necessary chapter.

In the last ten years, between the two books publishing years, a lot has changed in the world of media. The biggest change is that the internet started taking over our lives bit by bit each day. This caused for a need to update our understandings of what media literacy is becoming in today's digital age. This updated version of media literacy course and its teaching material is a natural result of this. Even though there are still things to be improved, this new version of the book is a big, adaptive step forward.

Chapter – 4

Conclusion and Suggestions for a more effective media literacy education

The comparison of two versions of the course books brings about the importance of this education and the need for an updated approach that allows more of new media into the curriculum. The 2015 version of the book manages this update but the problems for media literacy education in Turkey don't get resolved there. The fact is that this lesson, even though it has a more efficient lesson plan, remains an elective course rather than a mandatory one. This is one of the biggest issues here.

Considering the evident necessity caused by new media and digital platforms penetrating our lives rapidly, if the lesson is a mandatory one and has more than only one 45 minute lesson dedicated to it, the outcome of efficiency would be arguably much different. Middle school years could be considered a good time to start learning about media but this age is lowered day by day with tablets and phones with internet access taking over our lives. The before mentioned Media Literacy Research also showed that students see digital and visual media sources such as television and internet to be more reliable, this tendency alone could be reason to allocate more time to teaching about these sources and how to use them efficiently.

This relatively insufficient time allocated for a lesson issue is also brought about by Tuba Asrak Hasdemir in her article dated 2012. This means, the need for longer lesson hours stays as the same problem.





The time allocated for the lesson, in proportion to the varied media outlets that are growing in number day by day is very insufficient. The fact that it is an elective lesson that students only can choose in one of their middle school years for

one lesson hour a week which is 45 minutes is definitely not enough time. This lesson can have a curriculum that is spread out in all three years of middle school. (Asrak Hasdemir, 2012)

Another issue that Asrak Hasdemir touches upon in her article is the teaching approach of this course that is overly protective and limiting children's independencies. The new curriculum with the new course book shows that there is a leap forward in this area because the new approach is encouraging children to think for themselves and help them develop a critical sense instead of just trying to protect them from potentially harmful content.

The yearly lesson plans of the course as a whole allows very little time to be spent on internet and new media tools in the old version of the book and only the last unit allows students do that within the last few weeks of the school year. As Hasdemir also mentions this short time is not enough for students. The following excerpt from the 2008-2009 educational year lesson plan demonstrates this clearly.

2008-2009 ÖĞRETİM YILI İLKÖĞRETİM OKULU MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİ ÜNİTELENDİRİLMİŞ YILLIK PLANI SINIF:....

AY	HAFTA	SAAT	KAZANIMLAR	ÜNİTE	DERS İÇİ VE DİĞER DERSLERLE İLİŞKİLENDİRME	ETKİNLİKLER	ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	AÇIKLAMALAR
MAYIS	1. HAFTA 4-8 Mayıs	1	İnternetin özelliklerini tanıyarak iletişime getirdiği yenilikleri keşfeder (1 kazanım).	ÜNİTE VIII: İNTERNET (SANAL DÜNYA)		 "İnternetin Özelliklerini Keşfediyorum" İnternetin doğuşu, dinini ve bugünü üzerine öğrencilere yöneltilen çeşitli sorularla öğrenciler konuşurlar (1. kazanım).	 Bu ünite de gözlem, öz değerlendirme formu, açık uçlu sorular, proje öğrenci ürün dosyası (portfolyo) kullanılarak değerlendirme yapılabilir.	[1] Bu ünite de verilecek beceriler Gözlem, eleştirel düşünme, yaratıcı düşünme, problem çözme, iletişim, bilgi teknolojilerini kullanma, Türkiyeyi doğru, güzel ve etkili kullanma [2] Bu ünite de verilecek temel değerler Etik kurallara bağlılık, farklılıklara saygı duyma, sorumluluk, dürüstlük [3] İnternetin öncelikli olarak bilgi ve habere ulaşma ve haberleşme aracı olduğu hatırlatılmalıdır. Ancak, haberleşme sırasında bile yüz yüze bir görüşme olmadığı için kötü amaçlı kişilerle karşılaşılıp onların suistimaline maruz kalılabileceği, bilgi alınan sitelerde bile internette yüzde yüz denenim olmadığı için yanlış bilgiler olabileceği vurgulanmalıdır (3. kazanım). [4] Öğrencilerin ödev hazırlarken tamamen ödev sitelerine yönelmemeleri gerektiği özellikle belirtilmelidir (3. kazanım). [5] Öğretmen tarafından bilgisayara yüklenenek ya da internet ortamında oynanan şiddet vb. zararlı içerik taşıyan oyunların bireysel ve toplumsal sakıncaları konusunda özellikle vurgu yapılmalıdır (3. kazanım). [6] İnternet salonlarının kullanımında dikkat edilmesi gereken hususlar üzerinde önemle durulmalıdır (3. kazanım).
	2. HAFTA 11-15 Mayıs	1	İnternette bilgiye erişim, haber okuma, sohbet, e-posta, uzaktan eğitim, oyun gibi etkinlikleri uygulamalı olarak gerçekleştirir (2. kazanım).			 "İnternet Kullanıyorum" Okulun bilgisayar laboratuvarında internet üzerinde arama motoru kullanma, haber okuma, e-posta alma-gönderme etkinlikleri gerçekleştirilir (2. kazanım)		
	3. HAFTA 18-22 Mayıs	1						
	4. HAFTA 25-29 Mayıs	1						
HAZİRAN	1. HAFTA 1-5 Haziran	1	İnternetin olumlu özelliklerinin yanı sıra olumsuz etki ve özelliklerini tanıyarak hayata geçirir (3. kazanım).	 "İnternette Nelere Dikkat Etmeliyiz?" İnternetin kötü kullanımı ve internetteki olumsuzluklarla ilgili çeşitli sorular örneklandırılarak konuşulur. "Söz Veriyorum." adlı sözleşme öğrencilerce doldurulur (3. kazanım).				
	2. HAFTA 8-12 Haziran	1						

In order to get over this situation, the only way seems to be to adopt a more critical sense of media, which would intern empower the learners and motivate them to ask the right kinds of questions and develop their own opinions. The students then can arm themselves with the skills of criticizing, conceptualizing, analyzing the messages from written and visual media sources. (Asrak Hasdemir, 2012)

Another important issue to touch upon while concluding the discussion about media literacy education is the fact that it is necessary for everyone no matter what age they are. The parents, children, and educators of all fields all need to be familiar with media literacy and try to incorporate whatever they learn from this education to their lives at home, in school or in the classrooms. Educators of all subjects could benefit from this education and integrate new media elements to their classrooms in order to keep up with the ever growing digital industry.

Finally in her article Asrak Hasdemir touches upon the issue of an inadequate course book, which refers to the 2006 version that is used here for comparison with the updated version. She naturally emphasizes the inefficient nature of the book. This comparison made in this thesis aims to show the changes made are useful steps forward.

At this point it is important to mention, in addition to Hasdemir's remarks, that the teaching sources for this course are only available online. Especially for the new book, a bookstore search in order to purchase it, leaves one empty handed because it is only available in the www.medyaokuryazarligi.org.tr as a pdf file to be downloaded. This is ironic because a course book about media literacy requires a basic knowledge of new media tools and their uses just to be required.

In conclusion, media literacy education in Turkey still needs ways to go in terms of lesson hours and duration of the course. This is a course that children need every stage of their lives in this digital era, even younger than the middle school age. The new updated course book is a positive step in helping the students become more independent learners and this new version also help them get better integrated into the new media



References

- Aufderheide, Patricia (1993), National Leadership conference on media literacy, Conference report, Washington, DC, Apsen Institute
- Binark, Mutlu. ve Gencil Bek, Mine (2007), Eleştirel Medya Okuryazarlığı, Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar, İstanbul Kalkedon Yayınları.
- Buckingham, D. (2001) “Media Education, A Global Strategy for Development, A Policy Paper Prepared for UNESCO”. Sector of Communication and Information, UNESCO
- Hasdemir Asrak, TT 2012, 'Gelenekselden yeni medya okuryazarlığına: Türkiye örneğinde bir değerlendirme', Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5, 2, p. 23
- Hobbs, R. (1998) “The Seven Great Debates in the Media Literacy Movement”, *Journal of Communication*, 48 (1): 16-32.
- Hobbs, R. (2004) "A review of school-based initiatives in media literacy education." *American Behavioral Scientist* 48 (1): 42-59.
- İnal , Kemal. 2009. Medya Okuryazarlığı El Kitabı Ankara Ütopya Yayınları.
- Kellner, D. (1998). Multiple literacies and critical pedagogy in a multicultural society. *Educational Theory*, 48(1), 103–122.
- Kellner, D., & Share, J. (2005). Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organizations and policy. In *Discourse: Studies in the cultural politics of education* Vol. 26, No. 3 (pp. 369–386). The University of Queensland, Australia: Routledge.
- Kellner, D, & Share, J 2007, 'Critical Media Literacy Is Not an Option', *Learning Inquiry*, 1, 1, pp. 59-69,
- Livingstone, Sonia (2005), *Young People and New Media, Childhood and the changing media environment*, London, Sage Pub.
- Pekman, Cem (2007) “Avrupa Birliği’nde Medya Okuryazarlığı”, N. Türkoğlu ve M.C. Şimşek (ed.), *Medya Okuryazarlığı*, İstanbul, Kalemus Yayınları
- Scheibe, Cyndy and Rogow, Faith (2008), *12 Basic Ways to Integrate Media Literacy and Critical Thinking into Any Curriculum*, Third Edition, Ithaca, Project Look Sharp.
- The Radio and Television Supreme Council of Turkey, Media Literacy Course Research, 2012(<http://www.medyaoakuryazarligi.org.tr/arastirmalar/moyyy.pdf>)

Türkoğlu, N., Cinman Şimşek, M. 2007 Medya Okuryazarlığı İstanbul, Kalemus Yayınları

Websites

www.medyakuryazarligi.org.tr

<http://www.medyakuryazarligi.org.tr/tarihce.html>

<http://www.medyakuryazarligi.org.tr/nedir.html>

<http://www.medyakuryazarligi.org.tr/neden.html>

[Accessed on: April 2016]

<http://en.unesco.org>

www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF

[Accessed on: June 2016]

<http://www.dictionary.com>

<http://www.dictionary.com/browse/literacy?s=t>

[Accessed on: September 2016]

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32009H0625>

[Accessed on: September 2016]

All figures are excerpts from the two course books that are compared. Both are downloadable in pdf format from www.medyakuryazarligi.org.tr

[Accessed on: April 2016]

Figure, excerpt from the lesson plan, and the graphs are from;

The Radio and Television Supreme Council of Turkey, Media Literacy Course Research, 2012

The research and lesson plan are also in pdf format available for download at;

www.medyakuryazarligi.org.tr [Accessed on: April 2016]

<http://www.medyakuryazarligi.org.tr/arastirmalar/moyyy.pdf>

http://www.medyakuryazarligi.org.tr/documents/yillik_plan.pdf