

KİTAP İNCELEMESİ

Medya Okuryazarlığına Giriş

Nurdan Öncel Taşkiran

Arş. Gör. Akan Deniz YAZGAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi

Eğitim Bilimleri Bölümü

E-posta: akandeniz@hotmail.com

Bu çalışmada, Nurdan Öncel Taşkiran tarafından yayınlanan *MEDYA Okuryazarlığına Giriş* adlı kitap irdelenerek tanıtımı yapılmıştır. Kitap, 2007 yılı, 2. baskısı olup, 175 sayfadan ve 5 bölümden oluşmaktadır.

Önsöz kısmında yazar, medya eğitimini “toplumun için uzmanı kişilerce medya iletilerini daha doğru bir içerikle algılamaları, bu iletilerin altında yatan gizli anlamları kavrayıp, medyayı daha anlar hale gelmeleri ve değerlendirebilmeleri süreci”, medya okuryazarlığını, “medya eğitimi yoluyla toplumun eriştiği algılama eşiği”, medya okuryazarlığı eğitimini ise “toplumun, medya, iktidar, ideoloji kapsamında, kendi aleyhinde dönenleri algılamasını sağlayacak bilince erişme ve farkındalık kazanma süreci olarak tanımlamaktadır. Yazar ayrıca medya eğitiminin doğal bir sonucu olarak, toplumsal yaşamın dinamiğini belirleyen öznelerin, ulaştıkları farkındalık düzeyiyle karar alma mekanizmalarında daha bilinçli hareket edebileceklerini, bu bağlamda mevcut alanda var olan bilimsel olguların paradigmatik bir bütünlük oluşturacak şekilde toparlanması ve bu yolla çizilen kurgul yapının, alanın dışındaki okuyucuya aktarımıyla anlam kazanmasının kitabın hedeflerinin birisi olduğunun altını çizmektedir.

Kitap, *Medya Okuryazarlığı ve Temel İletişim Süreci Bağlantısı, Medya Yapılarında Bir Üst Belirleyici Kavram Olarak İdeoloji, Medya Kurumlarının Yapısı, Medya İletilerinin Yapısı ile İletişim Süreci Kapsamında Medya Okuryazarlığı* adlı 5 bölümden oluşmaktadır. Bunun yanında, kitabın 145 ve 157. sayfaları arasında sonuç, öneriler ve ekler bölümlerine de yer verilmiştir. Kitabın kaynakça bölümünde toplam 86 farklı kaynağa atıfta bulunmaktadır.

Kitabın ilk bölümü olan *Medya Okuryazarlığı ve Temel İletişim Süreci Bağlantısı*'nda, *Medya Okuryazarlığı, İletişim Süreci, İletişimden Kitle İletişimine ve Kitle İletişim Araştırmaları* adlı dört alt bölüm bulunmaktadır. *Medya Okuryazarlığı ve Temel İletişim Süreci Bağlantısı* ana bölümünde, iletişimin ne olduğu, insanlar arası iletişim ve iletişim sürecinde yer alan öğeler toplumsal bir bağlam içerisinde incelenmeye çalışılmıştır.

Kitabın ikinci bölümü olan *Medya Yapılarında Bir Üst Belirleyici Kavram Olarak İdeoloji*'de, Francis Bacon, Adrien Helvetius, Paul Henrich Holbach, Antoine Destutt de Tracy, Karl Marx, Antonio Gramsci, Louis Althusser, Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, György Lukacs, Jürgen Habermas, Stuart Hall, David Morley, Noam Chomsky, Leyda Lay Kino ve Marshall McLuhan gibi felsefeci, düşünür ve bilim insanlarının görüşlerine dayanarak, medya sektörünün ve genel olarak tüm medya yapısının arka planında yer alan ve onu belirleyen temel bir kavram olan ideoloji kavramı üzerinde durulmuş ve bundan dolayı medyanın kurguladığı gerçeklik yapısında ideolojinin arka planda oynadığı belirleyici rolün daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacağı vurgulanmıştır.

Kitabın üçüncü bölümü olan *Medya Kurumlarının Yapısı*'nda, *Medya Kurumlarının Karakteristik Yapısı ile Medya İktidar İlişkisi: Ekonomi Politik Zaaflar ve İdeolojik Tahakküm* adlı iki alt bölüm bulunmaktadır. *Medya Kurumlarının Yapısı* ana bölümünde, medya kurumlarının işleyişleri irdelenmekte ve medya kurumlarının egemen karakteristikleri tekelleşme, sermayecilik, holdingleşme, çokuluslu olma, kartelleşme, piyasa egemenliği, tecimsellik, reklam geliri ve harcamaları, dolayım (iletinin yeniden üretimi), ideolojik strateji geliştirme, seri üretim, görsel, işitsel, basılı, sanal ürünler (internet oyunları, film vcd'leri), zamanla yarış, öngörülü kalifiye eleman gereksinimi,

etik kaygı, özdenetim, editoryal bağımlılık, gündem yaratma, magazinelleşme (okur-izleyici-dinleyici talebi doğrultusunda) ve sıfır hata toleransı başlıkları altında sıralanmaktadır. Bununla birlikte medya iktidar ilişkisi farklı açılardan irdelenerek, medyanın işlevlerinin yazılı olmamakla birlikte eğlence, enformasyon, kültür ve politika alanlarında işlevsel olduğu vurgulanmakta ve medyanın politik işlevleri; politik sürece tanıklık etmek, politik sürece katıldığımız yanılması yaratarak gerçekte yaşamlarımızı sorgusuzca düzenleyen otoriteyi desteklemek, kamuoyunu yönlendirmek, bakış açısı sunmak, bu yolla politik sorunlar hakkındaki görüşleri biçimlendirmek ve özellikle savaş zamanlarında propagandanın politik işlevlerini yerine getirmek olarak betimlenmektedir. Bölüme genel olarak bakıldığında, medyanın manipülatif yapısının mantığı hakkında okuyucuya “büyük resmi” büyük oranda gösterebilmeyi başardığı söylenebilir.

Kitabın dördüncü bölümü olan *Medya İletilerinin Yapısı*'nda, *Medya İletisi Oluşturma: Kodlama ve Kod Açma, Magazinelleşme Olgusu, En Etkili Medya İletisi: Reklamlar ile Popüler Kültür Eleştirileri: Frankfurt Okulu ve İngiliz Kültürel Çalışmaları* adlı dört alt bölüm bulunmaktadır. *Medya İletilerinin Yapısı* ana bölümünde, gerçeklik ve medya iletilerinin gerçekle ilişkisi, bu bağlamda manipülasyonun doğası, gerçekleştiği temel süreç içerisinde incelenmeye çalışılmış ve bu olguları destekleyecek betimsel örnekler yer verilmiştir.

Kitabın beşinci ve son bölümü olan *İletişim Süreci Kapsamında Medya Okuryazarlığı*'nda, *Medya Okuryazarlığı Kavramının Köken Bilgisi, Medya Okuryazarı Tanımları, Dünyada Medya Okuryazarlığının Gelişim Süreci ve Türkiye'de Medya Okuryazarlık Çalışmaları* adlı dört alt bölüm bulunmaktadır. *İletişim Süreci Kapsamında Medya Okuryazarlığı* ana bölümünde, medya okuryazarlığı kavramı etimolojik ve tarihsel bir bakış açısıyla incelenmiş, kavramın geliştirilmesi için yapılan çalışmalara değinilmiştir. Bölümün genelinde, önceki bölümlerde elde edilen bulguların konuyla ilgili olarak Türkiye ve dünyada geliştirilen yaklaşımlar etrafında toparlanarak paradigmatik bir bütünlük oluşturulmaya çalışıldığı görülmektedir.

Kitabın sonuç ve öneriler bölümünde ise dünyada neredeyse bir asır önce medya okuryazarlığıyla ilgili çalışmalara başlamış olan ülkelerin deneyimleri doğrultusunda, Türkiye'de uygulanan yöntemlere eleştirel öneriler getirilmiştir. Sonuç bölümünde ayrıca, bir eksiklik gibi görünen etki kavramına da yer verilmiş ve çalışma boyunca yürütülen niyetlilik çözümlemesi bütünlüğe çalışılmıştır.

Kitabın 153 ile 157. sayfaları arasında *Medya Eğitimi Üzerine Basılı ve Görsel Yayınlar Hazırlayan Bir Amerikan TV kuruluşunun Okuryazarlık Projesine Katkı Çağrısı* adlı EK-1 bölümü yer almaktadır.

MEDYA Okuryazarlığına Giriş, genel olarak değerlendirildiğinde, toplumsal olayların anlaşılmasında bireylere “kolektif bir algısal çerçeve” sunarak kavrayışlarını belirleyen ve yönlendiren medya kurumlarının işleyiş yapısı, yapısal özellikleri ve medya gerçekliği, ideolojisi hakkında izleyici / okuyucu kitlenin doğru bir bakış açısına kavuşması için toplumsal farkındalığın sağlanması gerektiğini, bunun uygulanımı için dünya ülkelerinde yapılanları, konuyla ilgili eleştirileri çözümlemeyi ve sonuç olarak medya eğitiminin kamu yararına olan önemi ve aciliyetinin altını çizmektedir. Kitap, bir başka açıdan, dünya ülkeleriyle, Türkiye arasındaki medya okuryazarlığı çalışmaları bakımından mevcut olan bir asırlık farkın kapatılması için okuyucu / izleyici kitleyi uyarıcı ve bilgilendirici bir içerikle hazırlanmıştır ve medya eğitimi temel normlarını içeren, her seviyede kitleye hitap edebilen, konuya genel giriş temelini oluşturacak bir başvuru kaynağı niteliğindedir. Bu değerlendirmeler ışığında kitabın, medya okuryazarlığı alanında kaynak sıkıntısı çeken öğretmenler, öğrenciler ve konuyla ilgili çalışan akademisyenler için faydalı bir eser olduğu söylenebilir.

Kaynak: Taşkıran, N.Ö. (2007). *Medya Okuryazarlığına Giriş*. 2. Baskı. İstanbul: Beta Yayınları.