

1.ÜNİTE

ÇEVREM MEDYA

MEDYANIN HAYATIMDAKİ YERİ

- **Medya her yerdedir.** Gün geçtikçe daha fazla medya seçeneği hayatınıza giriyor. Siz de bu seçenekleri daha sık kullanıyorsunuz. Kısacası medya yoğunluklu ortamda yaşıyorsunuz. **Bilgisayar oyunları, televizyon, müzik, radyo, gazeteler, dergiler, ilan panoları, İnternet, sosyal medya** hatta giydiğimiz tişörtler göz önüne alındığında her gün yüzlerce iletiyle karşılaşılıyorsunuz.
- Gündelik hayatınıza yönelik yapacağınız bir günlük gözlemde bile medya ile ne kadar iç içe yaşadığınızı fark edebilirsiniz. Örneğin **babanızı televizyon izlerken, annenizi telefonundan haber okurken, kardeşinizi ödeviyle ilgili konuları İnternet'ten araştırırken görebilirsiniz.** Benzer şekilde okula giderken ilan panolarında gördüğünüz afişler, arkadaşınızın tişörtündeki bir arma, bir marketteki ambalaj ve etiketler, televizyondan, radyodan, gazetelerden, dergilerden, İnternet'ten, bilgisayardan, sosyal medyadan size ulaşanların tümü farklı biçimlerde medya iletileridir. Hepsini dikkatinizi çekmeyi ve size bir şey anlatmayı amaçlamaktadır. Tüm bu açıklamalar ışığında medyanın yaşamınızdaki yerini gözden geçirelim.

MEDYA VE TEKNOLOJİ SİZİN İÇİN Mİ ÇALIŞIYOR?

- **İsteğiniz dışında size ulaşan medya iletilerinin amacı ne olabilir?** Bu soruya vereceğiniz yanıt sizi medya kullanım alışkanlıklarınızı sorgulamaya yönleltebilir. Elbette **medya tek bir amaç için üretmez.** Eğer isterseniz bu farklı amaçlar arasından sağlıklı bir yol belirleyebilir, kendi yararınızı gözetebilirsiniz. **Medya aracılığıyla eriştiğiniz eğitim, araştırma, iletişim ve eğlence fırsatları arasında bir denge kurabilmelisiniz.** Medya; fotoğraflara, çevrim içi kitaplara, bloglara, belgesel filmlere erişimle öğrenmeyi kolaylaştırıyor ve sosyal becerilerimizi geliştiriyorsa bizim için çalışıyor demektir.

MEDYA NE ÜRETİYOR?

- Medya; **haber, eğlence, reklam** gibi üç temel grupta içerik üretir. Medya bu içeriklerle **bilgilendirir, eğlendirir, tanıtım ve pazarlama yapar.**
- Gazete, dergi, radyo, televizyon, bilgisayar, İnternet ve taşınabilir bilgi iletişim teknolojileri gibi medya tarafından bu içerikler sunulur. Medyanın temel özelliği sürekli olarak içerik üretmesidir.

HABER: Belli bir zaman ve mekânda gerçekleşmiş olayları, ilgililerin meraklarını giderecek ayrıntıda ve anlaşılır bir dille aktarır. **Haberler medya üzerinden** (gazeteler, dergiler, radyolar, televizyonlar, İnternet siteleri, cep telefonlarımıza ve e postalarımıza gönderilen iletiler gibi) **ilgili alıcılara ulaştırılır.** Güncel ve ilginç olaylardan seçilenler, olabildiğince yansız ve gerçeğe uygun bir şekilde haber formatına uyarlanarak sunulmalıdır.

YORUM: Bir köşe yazarının ya da televizyon kanalında bir haber yorumcusunun haberi kendi düşünceleri, inançları, bilgi birikimi ve tecrübeleri ışığında yorumlaması, sunması, açıklaması ve değerlendirmesidir. Bu özelliğiyle haberden farklıdır.

REKLAM: Bir tanıtım ve pazarlama etkinliğidir. Ürününün reklamını yapmak isteyen kurum bunun için medya kuruluşuna para öder. Reklamda amaç, **okuyucuları ve izleyicileri, reklamı yapılan ürün, hizmet hakkında bilgilendirmek, bunların kendileri için gerekli olduğuna ikna etmek ve sonuçta bu ürün ya da hizmeti satın almaya yönleltmektir.** Reklam, iletinin en açık ve net şekilde kurgulandığı ve ikna yöntemlerinin en etkin uygulandığı medya ürünüdür.

PROGRAM: Haber, belgesel, müzik, eğlence, kültür sanat gibi belli alan ve biçimlerde hazırlanır. Programların belirli bir süresi ve konusu vardır. Program denince çoğunlukla televizyon akla gelse de radyo, İnternet ve benzeri medya türleri için de programlar üretilmektedir.

MEDYA HAYATIM NE KADAR SAĞLIKLI?

- **Medya, hem olumlu hem olumsuz deneyimler ve etkiler oluşturabilir.** Sağlıklı bir yaşam için yeterli miktarda uyku, iyi ve dengeli beslenme ve spor ne kadar gerekli ise sağlıklı medya kullanımının da gerekleri vardır: **Medyayı kullanırken bilinçli, seçici, sorumlu ve saygılı davranmalı ve kararlarımızın arkasındaki etik sonuçların farkında olmalıyız. Medyayı sağlıklı kullanmak demek; medya ve teknolojiyi hangi zamanlarda, ne kadar süreyle, hangi amaçla kullandığımızın bilincinde olmak demektir.**
- Günde kaç saati medyayla geçirdiğinizi düşünün. İnternet üzerinden çoğunlukla sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirdiğiniz iletişim ve paylaşımlarınızı, teknolojik cihazları ve hizmetleri ne kadar sıklıkla kullandığınızı değerlendirin.

Medyayı sağlıksız ve dengesiz bir şekilde kullandığınızı aşağıdaki belirtileri inceleyerek anlayabilirsiniz:

- ✓ Ekran başında saatlerce kalıyorsanız,
- ✓ Evde aile üyeleri ile konuşmalarınızın azalmaya başladığını fark ediyorsanız,
- ✓ Başınız ağrıyor, gözünüz sulanıyor, belli konulara ve konuşmalara odaklanmada zorluk çekiyorsanız,
- ✓ Okuldaki başarınızın düştüğünü gözlemliyorsanız,
- ✓ Çevrenizdeki insanlar ile ilişkileriniz sınırlı hâle geliyorsa,
- ✓ Şiddet içerikli medyayı tüketme sonucunda



- şiddete karşı duyarsızlaşıyorsanız ya da saldırgan ve sert davranışlar gösteriyorsanız,
- ✓ Medyada çevrim içi veya çevrim dışı karşılaştığınız durumlar sizi gitgide daha fazla üzmeye başlamışsa, diyet listesi oluşturmak zorunlu hâle gelmiş demektir.

SAĞLIKLI MEDYA DİYETİ İÇİN 5 ADIM

➤ MEDYA HAKKINDA KONUŞ

Bir film/dizi filmde, reklam sahnesinde veya İnternet’te karşılaştığınız olumsuz bir durumu öğretmeniniz ve arkadaşlarınızla değerlendirin.

➤ İYİ PROGRAMLARI SEÇ

Haber ve eğlencenin yanında, bilgi, araştırma ve öğrenme fırsatları sunan programların listesini oluşturun. Yaşınıza uygun ve kaliteli medya ürünlerini seçtiğinizden emin olun.

➤ BİRLİKTE İZLE, ARAŞTIR, DİNLE VE OYNA

Ailenizle birlikte televizyon izlemek, İnternet kullanmak, radyo dinlemek ve oyun oynamak için uygun ortamlar oluşturun.

➤ MEDYASIZ ZAMANLAR OLUŞTUR

Günlük yaşamınızda medya kullanımınızı kısıtlayın. Örneğin yemek saatlerinizde ya da ödevinizi ve diğer işlerinizi yaparken gerekmiyorsa radyoyu, televizyonu, İnternet’i kullanmayın.

➤ DENGİYİ KORU

Haftalık medya kullanım planı oluşturun, kullanım saatlerinizi ve kullanım amaçlarınızı not ederek hedeflediğiniz dengeyi koruyup koruyamadığınızı kontrol edin.

NEDEN MEDYA OKURYAZARLIĞI?

- Medya iletileri aslında yapımcıların öznel kararları ve yorumlarından oluşur. Muhabirler, binlerce olgu ve olay arasından bir seçim yaparak kendilerince neyin ve kimin önemli olduğunu ifade ederler. Örneğin binlerce önemli haberin arasına, bizi hiç ilgilendirmese de bir ünlünün yaşamına dair bir ayrıntıyı sıkıştırabilirler.
- Reklamcılar, ürünlerini kullanınca sorunlarımızın anında çözüleceğini söyleyerek buna inanmamızı beklerler. O zaman tüketiciler olarak, medyanın karşısında boş bir kap gibi durarak, bizi kendi yorumlarıyla doldurmalarını bekleyemeyiz. Aksine medyanın bize sunmuş olduğu yorumlarda belli bağlantılar yakalamaya çalışmalı, kendi yorumlama ve bilgi oluşturma sürecimizin farkında olmalıyız. Medya okuryazarlığı eğitimi bunun için gereklidir.

- Medya okuryazarlığı, hayatımızın büyük bölümünün medya tarafından kuşatıldığı bugünün dünyasında olmazsa olmaz beceriler arasında yer alır. **Medya okuryazarlığı becerisi, bizleri küresel medya kültürü içinde yaşamaya hazırlar.** Bu beceri medya iletilerinin üzerinde düşünülmesini, iletilerin daha iyi anlaşılmasını ve eleştirel düşüncenin geliştirilmesini amaçlar.
- Okuryazarlık kavramı tek başına okuma ve yazma becerisi anlamına gelse de **medya okuryazarlığı** dendiğinde **bireyin medya iletilerine erişimi, bu iletileri çözümülemesi ve değerlendirmesi ile yeni iletiler üretebilmesi ifade edilmektedir.**
- Günümüzde pek çok kişinin bilgi almak için kullandığı yöntemler metin, görüntü ve sesin karmaşık bir birleşiminden oluşmaktadır. Bu karmaşık medya ortamından medya okuryazarlığı becerilerimizi geliştirerek çıkabiliriz.
- M, O ve Y harflerinin bir araya gelmesinden oluşan medya okuryazarlığı logosu bu temel yaklaşımdan esinlenilerek hazırlanmıştır. “Okur” sözcüğünün “O” harfi, iç içe geçen “M” ve “Y” harflerinden oluşan emniyet kemeriyle bağlanarak, yoğun mesaj ortamında güvenle yol almayı sembolize eden bir trafik işaretine benzetilmiştir.
- Burada aklımızdan çıkarmamız gereken bir konu medya okuryazarlığının her tür medyayla ilgili bir beceri olduğudur.
- **Medya okuryazarlık düzeyi yüksek olan bireyler, yalnızca televizyon, radyo, gazetelerden değil; dergiler, kitaplar, reklam panoları, işaretler, paketleme-pazarlama malzemeleri, bilgisayar oyunları, müzikler, İnternet gibi her tür medyadan alınan karmaşık iletileri kavrayıp değerlendirme konusunda da bilgili ve becerikli olacaklardır.** Bu bireyler medya iletilerinin nasıl oluşturulduğunu anlayabilmekte ve anlamın nasıl tasarlandığını da kavrayabilmektedirler.
- **Medya okuryazarlığı becerisine sahip kişiler, genellikle kendi medyasını da üretebilmekte, medya kültürümüzün aktif katılımcıları hâline gelmektedir.**



- **Medya okuryazarlığı; görsel, işitsel, basılı, vb. medya iletilerine erişebilme; erişilen medyayı, ileti ve ürünleri eleştirel bir bakış açısıyla çözümleyip değerlendirebilmeyi içerir.**
- Kısacası, bireyin çevresindeki medyayı anlayabilme ve gerektiğinde kendi medya iletilerini sağlıklı üretebilme becerileri bütünüdür.

Medya okuryazarlığı becerisi bizlere şu konularda yardımcı olabilir:

- ✓ Medya iletilerinin anlam oluşturma biçim ve yöntemlerini kavrayabiliriz.
- ✓ Belirli bir medya iletilisini aslında kimin ürettiğini anlayabiliriz.
- ✓ Medya ürününü oluşturanların neye inanmamızı ya da ne yapmamızı istediğini fark edebiliriz.
- ✓ Medyada kullanılan “ikna” araçlarının farkına varabilir ve bunlarla baş etme yöntemleri geliştirebiliriz.
- ✓ Medyanın sunduğu ön yargıları, yanlış bilgileri ve yalanları ayırt edebiliriz.
- ✓ Medyada sunulan hikâyelerin bize anlatılmayan yönlerinin de olabileceğini kavrayabiliriz.
- ✓ Medya iletilerini kendi deneyim, inanç ve değerlerimizle çözümleyebiliriz.
- ✓ Kendi medya iletilerimizi üretebilir ve paylaşabiliriz.

**Ayrıca medya okuryazarlığı eğitimi ile bizler:**

- Aslında tüm medya iletilerinin kurgu olduğunu,
- Medyanın bilgilendirme, eğlendirme ve çeşitli konularda bireyi ikna etme rolünün olduğunu,
- Medya iletilerinin yine medyanın kendisinin ya da medya aracılığı ile birilerinin güç ve para kazanmasına yönelik olarak hazırlandığını,
- Medya iletilerinin farklı izleyiciler üzerinde farklı etkiler uyandırabildiğini,
- Medya iletilerinin çeşitli görüş ve değerler sunduğunu kavrayabiliriz.
- Bu sayede günlük yaşamda medyayı daha kontrollü ve anlamlı kullanmamız mümkün olabilir.

MEDYA OKURYAZARLIĞI	
NEDİR?	NE DEĞİLDİR?
▪ Medyaya eleştirel bakmak demektir. ▪ “Dikkatlice izle!”, “Eleştirel düşün!”, ▪ “Sağlıklı değerlendir!” demektir. ▪ “Medyayı yalnızca tüketmekle kalma, medyayla ilgili etkinlikler ve projeler de planlayıp üret!” demektir. ▪ Medyanın farklı bakış açıları kullanarak incelenmesi gerektiğini kavramış olmak demektir.	▪ Medya okuryazarlığı medyaya “saldırmak” demek değildir. ▪ Medya okuryazarlığı “Sakın seyretme!” demek değildir. ▪ Medya okuryazarlığı sadece medya tüketmek demek değildir. ▪ Medya okuryazarlığı medyada verilen mesajlara sadece bir kişinin bakış açısından veya deneyimlerinden bakmak demek değildir.

MEDYA ALANINDAKİ MESLEKLERİ TANIYALIM**MEDYA ÜRETİCİLERİ VE TÜKETİCİLERİ**

- Medya bize her gün sayısız hikâye anlatır. Bizler bunları takip ederken bu iletilerin nasıl oluşturulduğunu düşünmeyiz. Medya iletileri bir üretim sürecinin ürünüdür ve kendine özgü kurallar kullanılarak yaratıcı bir dille kurgulanır. Her medya iletilisinin arkasında uzun soluklu bir üretici ekip çalışması vardır.
- İletinin kim tarafından ve nasıl oluşturulduğu önemlidir. Bir dizi veya sinema filminin jeneriğini baştan sona izlediğinizde ne kadar çok kişinin emeğinin olduğunu ve farklı uzmanlık alanlarını kolaylıkla görebilirsiniz.

TELEVİZYON VE RADYODA PROGRAM YAPIMCISI

- **Program taslağını oluşturur.**
- Hedef ve uygulama ekibini oluşturup program üretim stratejisini belirler.
- **Tüm hazırlık süreçlerini koordine eder ve program bütçesini oluşturur.**
- Programın diğer yayın ortamlarından yayını için gerekli araştırma ve çalışmaları yapar
- **İletişim stratejilerini yönetir.**

**SİNEMA YÖNETMENİ**

- **Sinema filminin metin ya da senaryosunu yorumlar.**
- Mekân ve oyuncu seçimini yapar.
- **Yaratıcı kadrolar, set ekibi ve oyuncuların yönetimini gerçekleştirir.**
- Kurgu ve yapım sonrası işlemlerin tamamlanması, anlatım dili ve görsel bütünlüğünün oluşturulması süreçlerini yürütür.



SENARİST

- **Hikâyeleri görsel olarak anlatabilme becerisine sahiptir.**
- Çekilecek filmin öyküsünü görüntü ve ses diline çevirir.
- **Bir fikri geliştirip özet hâline getirir.**
- Hikâyeyi oluşturan bütün olayları görsel olarak anlatır.
- **Diyalogları ekleyerek, senaryoya son hâlini verir.**

**TELEVİZYON PROGRAM YÖNETMENİ**

- **Programın teknik ekibini ve sanat grubunu oluşturur. Tüm ekibi yönetir.**
- Programa ait teknik ve sanatsal ihtiyaçları karşılayarak her türlü hazırlık aşamasını yürütür.
- **Program yapımcısı tarafından öngörülen tarafından öngörülen akış ve plan dâhilinde program çekimi ve sonrasına ait tüm süreçleri yönetir.**
- Programın diğer yayın ortamlarında yayımlanması için, gerekli çalışmalarını yapar.

**KAMERAMAN**

- **Stüdyo, çekim platosu veya görüntü kayıt edilebilecek her yerde çekim öncesi hazırlıkları ve teknik ayarları yapar.**
- Yapımcı, yönetmen veya birim yöneticisinden aldığı komutlarla çektiği görüntülere estetik bakış açısı katar.
- **Mesleğini, stüdyo içinde veya dışında çekim için düzenlenmiş setlerde, misafir mekânda, açık alanda tek başına veya kamera asistanları ile birlikte gerçekleştirir.**



KURGUCU

- **Görüntü ve ses materyallerini, yapımın amacına uygun şekilde sıralar veya bir araya getirir.**
- Yönetmenin veya yapım sorumlusunun talepleri doğrultusunda, haber, senaryo veya metni bir bütün hâline getirir.
- **Kurgu düzenlemelerini, yapımın tarzına uygun bir şekilde ve istenen etkiyi yansıtarak tasarlar.**

**SESLENDİRME - DUBLAJ**

- ✓ Yabancı kaynaklı bir yapımın Türkçe seslendirilmesi, animasyonların seslendirilmesi veya dizi oyuncularının seslendirilmesidir.
- ✓ **Seslendirme yapmak için öncelikle diksiyonun çok iyi olması gerekmektedir.**
- ✓ Nasıl gündelik yaşamımızda her türlü sesle karşılaşıyorsak sinema filmlerinde, televizyon dizilerinde ve reklamlarda da her türlü sese gereksinim vardır.

**HABER SPİKERİ**

- **Bülten sunumu öncesi hazırlık işlemlerini yürütür.**
- Sesi veya görüntüsüyle haber bültenini, haber programları ile farklı formattaki haber yayınlarını sunar.
- **Dil bilgisi, fonetik, diksiyon, vurgu, tonlama hataları yapmadan haber metinlerini özelliklerine göre seslendirir.**
- Haberciliğe dair etik değerlerden ayrılmadan haberleri sunma bilgi ve becerisine sahiptir.

**HABER EDITÖRÜ**

- Kalite gereklilikleri çerçevesinde; yazılı, görsel ve işitsel medyada haber merkezi gündemini hazırlar.
- **Yayınlanacak haberleri toplayarak yayına hazırlar.**
- Yayın öncesi son kontrolleri yapar.



MUHABİR

- **Basın ve yayın organları için haber toplar, bildirir, yazar veya röportaj yapar.**
- Ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden ve kim şeklinde ifade edilen 5N1K ilkesine göre çalışır.
- **Doğruluk, objektiflik ve tarafsızlık yanında dilin doğru ve güzel kullanımı ana ilkeleridir.**

**FOTO MUHABIRI**

- Haber değeri taşıyan olaylara ilişkin fotoğraf ve video çekme işlemlerini yürütür.
- **Fotoğrafları ve videoları bağlı olduğu yayın organına gönderir.**
- 5N1K (Ne? Nerede? Ne Zaman? Nasıl? Niçin? Kim?) ilkesine uygun, tarafsız ve doğru haber için çalışma yapar.

**IŞIKÇI**

- **Program yapımı için gerekli tüm ışık kaynaklarını ve aksesuarlarını belirler.**
- Programın içeriğine göre ve yapımcının veya yönetmenin isteklerine göre aydınlatma tasarımını yapar.
- **Işık kaynaklarının yerleştirilmesini, çalıştırılmasını ve ışık devamlılığının sağlanmasını koordine eder.**
- Yapım sonrasında ışık kaynaklarının toplanmasını ve bakım-onarımının yapılarak teslim edilmesini sağlar.



YENİ MEDYA, YENİ MESLEKLER

- Yeni medya güçlü bir yayın mecrası olarak hayatımıza dâhil olmuştur. Bu kapsamda yeni medya üzerinden içerik üretmek yeni meslek alanlarını da beraberinde getirmiştir.
- Yeni **medya editörlüğü, çevrim içi kamuoyu araştırmacılığı, arama motoru optimizasyonu, çevrim içi itibar yöneticiliği, İnternet reklamcılığı, sosyal medya uzmanlığı** alanın yeni ve gözde mesleklerinden yalnızca bir kaçıdır.
- Güçlü bir medya endüstrisi olarak sürece dâhil olan sosyal medya, ne gibi yeni meslekler ortaya çıkarmıştır?

Bunlardan birini tanıyalım:

**Sosyal Medya Uzmanlığı**

Bir konu, ürün ya da kanal için sosyal medya platformlarının yönetiminden sorumludur.

Kurum yöneticilerine genel hedefler doğrultusunda raporlama yapar. Belirli araçlar ve araştırmalarla sosyal medyayı ölçümler ve içerik ile kullanıcı hakkındaki son eğilimleri takip eder.

- **Sosyal medya uzmanlığı** yeni medya mesleklerinin en gözde alanlarından biridir. Kendi içinde uzmanlaşacak kadar büyük bir gelişme göstermiştir. Örneğin sosyal medya strateji uzmanı yıl içinde hangi içeriklerin hangi sosyal medya platformunda yer almasının hizmet ve ürünler için faydalı olacağını araştırır.
- **Sosyal medya etkinlik uzmanı**, markanın hedefleri doğrultusunda hem fiziki hem de çevrim içi sosyal medya etkinlikleri düzenlerken medya yöneticisi sosyal medyanın video ve görsel kısımlarıyla ilgilidir. Sosyal medya uzmanlarıyla koordineli çalışan marka temsilcisi ise sosyal medya, blog ya da forum gibi mecralarda markanın temsil edilme süreçlerini yönetir. Aynı şekilde kitleye uygun en doğru içeriği geliştirmeye çalışan kişi de içerik yöneticisi olarak tanımlanmaktadır.

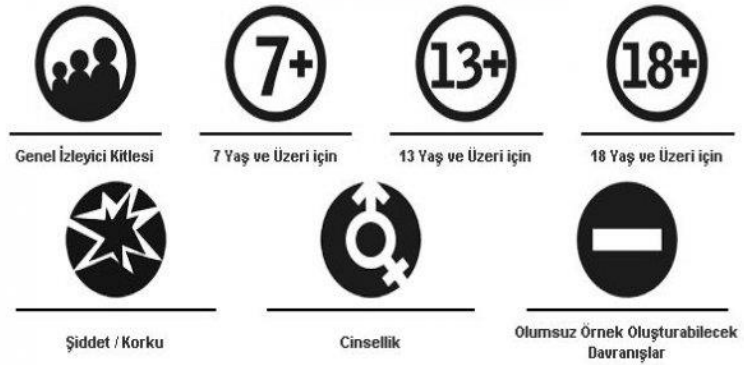
MEDYA OKURYAZARI OLUYORUM



Devletimiz medya ve iletişim araçlarının özellikle çocuklarımıza olan etkisini sağlıklı hâle getirmek için tedbirler almaktadır.

RTÜK (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu), radyo, televizyon ve **Genel Ağ faaliyetlerini düzenlemek ve denetlemekle görevlendirilmiştir.**

Bu kurum **akıllı işaretler** gibi projeler geliştirerek başta çocuklar olmak üzere aileleri bilinçlendirmeye çalışmaktadır.



Yine bu amaçla Millî Eğitim Bakanlığı ve RTÜK iş birliğiyle "**Medya Okuryazarlığı**" projesi hazırlanmış ve uygulanmıştır.

Medya okuryazarlığı dersinin amacı öğrencinin medya karşısında pasif bir alıcı olmak yerine medyayı okuyabilecek bilince ulaşmasını sağlamaktır. Aynı zamanda ekranda izlediklerini "gerçeklik" ve "kurgu"

bakımından ayırt etme becerisi kazandırmaktır

NOT: Ders kitabından yararlanılarak hazırlanmıştır...