unesco

MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARI
VATANDAŞLAR

ELEŞTİREL DÜŞÜN, AKILLICA TIKLA!

EĞİTMENLER VE ÖĞRENCİLER İÇİN
MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI MÜFREDATI

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO),
7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, Fransa
Bağımsız Gazetecilik Platformu (P24),
1, Yemenici Abdüllatif sokak, Beyoğlu, 34430 İstanbul, Türkiye
tarafından 2022'de yayımlanmıştır.

© UNESCO/P24 2022

ISBN 978-92-3-000182-7

Bu yayın Atıf-AynıLisanslaPaylaş 3.0 IGO (CC BY-SA 3.0 IGO) lisansı altında Açık Erişim olarak yayınlanmıştır (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/deed.tr). Bu yayının içeriğini kullananlar, UNESCO'nun Open Access Repository kullanım koşullarını kabul etmiş sayılırlar (http://en.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en).

Bu yayında kullanılan adlandırmalar ve sunulan materyal hiçbir şekilde UNESCO'nun herhangi bir ülke, bölge, şehir veya alanın veya yetkili makamlarının hukuki statüsüne ya da bunların konumu ve sınırlarıyla ilgili görüşünü içermemektedir. Bu kitapta yer alan olguların seçimi ve sunumu ile burada ifade edilen fikirlerden yazarlar sorumludur. Bu olgu ve fikirlerin, UNESCO'nun görüşlerini yansıtması beklenmemelidir.

Orijial Başlık: *Media and information literate citizens: think critically, click wisely!*
İlk olarak 2021'de Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) tarafından yayınlanmıştır.

Yazarlar: Alton Grizzle, Carolyn Wilson, Ramon Tuazon, C.K. Cheung, Jesus Lau, Rachel Fischer, Dorothy Gordon, Kwame Akyempong, Jagtar Singh, Paul R. Carr, Kristine Stewart, Samy Tayie, Olunifesi Suraj, Maarit Jaakkola, Gina Thésée, Curmira Gulston
Çevirmenler: Murat Şevki Çoban, Özgün Özçer
Editör: Özgün Özçer
Grafik tasarım: UNESCO/Katharine Mugridge
Kapak tasarımı: UNESCO/Katharine Mugridge
Dizgi: Berke N. Üstünkök
Baskı ve Cilt: Tunç Matbaacılık

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir.

Bu yayın, Avrupa Birliği'nin finansal desteğiyle Türkçeye çevrilmiştir. Yayının içeriği yalnızca yazlarının görüş ve düşüncelerini yansıtır, Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıttığı şeklinde yorumlanamaz.

ÖNSÖZ

Audrey Azoulay,
UNESCO Genel Direktörü

"Eleştirel Düşün, Akıllıca Tıkla! Medya ve Bilgi Okuryazarı Vatandaşlar"

UNESCO EĞİTİMCİLER VE ÖĞRENCİLER İÇİN MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI MÜFREDATI'NIN İKİNCİ EDİSYONU

Covid-19 pandemisinin tüm açıklığıyla gösterdiği üzere, güvenilir ve gerçeğe dayalı bilgiye erişim hayat kurtarma potansiyeline sahip kararlar vermek ve toplumun tüm alanlarına iştirak etmek için elzemdir. Bu, demokrasinin çok önemli bir direğidir ve ister iklim değişikliği olsun ister göç, çatışma ya da yoksulluk olsun, yüzleştiğimiz bütün büyük meseleleri ele alma becerimizin merkezinde yer alır.

Bu yönden, içtiğimiz su, soluduğumuz hava gibi bir kamu malı olarak görülmelidir.

Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri de dahil olmak üzere, pek çok kişinin "infodemi" (bilgi salgını) adını verdiği, özellikle sosyal medya üzerinden yayılan geniş çaplı mezenformasyon ve söylentiler, pandemiye damgasını vurmuştur. Ne var ki, bu zorlukların beklenmesi gerekiyordu. Bu zorluklar, son on yıllarda iletişim ve etkileşim kurma ve kendimizi bilgilendirme biçimlerimizi tümüyle başaşağı eden muazzam teknolojik değişimlerin bir sonucudur. Günümüzde dünya gençlerinin yaklaşık yüzde 70'i çevrimiçidir[1]. Her gün, insanlar YouTube'da bir milyar saatten fazla video izlemekte[2] ve takriben iki milyar insan Facebook'a bağlanmaktadır[3]; çoğu kişi bu platformları dünyaya ilişkin birincil haber ve bilgi kaynağı olarak kullanmaktadır.

Bilgiye, en çarpıcı biçimde internette bulunan ama geleneksel medya ve hükümetler tarafından sağlanan bilgiye duyulan güvenin bile küresel olarak rekor seviyelerde düştüğünü görmemiz tesadüf değildir.[4]

1 ITU, 2020.
2 YouTube, 2021.
3 Facebook, 2021.
4 Edelman Güven Barometresi 2021 (28 ülkede 18 yaş üstü 33 bin kişiyle yapılan anket): Bilgiye duyulan güven rekor seviyelere gerilemiştir. İnsanların yalnızca yüzde 35'i sosyal medyada, yüzde 53'ü de geleneksel medyada gördüklerine güvenmektedirler. İnsanların yaklaşık yüzde 60'ı gazetecilerin ve hükümetlerin kasıtlı olarak insanları yanlış yönlendirmeye çalıştıklarına inanmaktadırlar.

Bu değişimler kendimizi eğitmek, tartışmak ve kendimizi ifade etmek için muazzam yeni olanaklar sağlamıştır ama bilgiye ve bilginin –gerek çevrimiçi gerekse çevrimdışı- yayılma biçimlerine, nereden geldiğine, medya ile bilimsel araştırmaları anlamaktan etik kurallar ile veri gizliliğine, algoritmaların etkisine ve yapay zekâya kadar her türlü bağlantılı konuya ilişkin bütünüyle yeni bir anlayış gerektirmektedir.

Bu, kısaca, Eylül 2019'da Sırbistan Cumhuriyeti'nde başlatma zevkine eriştiğim 18 aylık küresel istişarelerin ardından geliştirilen UNESCO'nun bu yeni müfredatının konusunu oluşturan medya ve bilgi okuryazarlığıdır. Müfredat, bu kilit niteliğindeki 21. yüzyıl becerilerini gelecek yıllarda öğretmek için belirleyici küresel çerçeve işlevi görmek üzere tasarlanmıştır. Müfredat ayrıca bu meseleyi küresel eğitim gündeminin merkezine getirmek için hükümetler, medya, sivil toplum ve çevrimiçi platformlarla birlikte çalışırken, UNESCO'nun yenilenen odak noktası için de sağlam bir temel sunmaktadır.

Bu sorunlar hepimizi etkiliyor ve her ülke bunu yansıtmak için ulusal ve kurumsal politikaları uygulamaya koymak için çalışmalıdır. Dünya çapındaki bütün eğitim sistemleri günümüzün bilgi akışları içinde gezinebilecek, kaynakları doğrulayabilecek, gerçeği kurgudan ayırabilecek, nefret söylemine karşı direnebilecek ve hepsinden önemlisi de kendi hayatları hakkında bilinçli kararlar verebilecek eleştirel zihinleri layıkıyla inşa etmelidir.

Bununla birlikte, sürekli değişen bilgi ortamına karşılık veren bir yaşam boyu öğrenme yaklaşımı aracılığıyla her yaştan bütün insanlara ulaşacak yeni araçlar geliştirmek için de örgün eğitim sistemlerinin ötesine geçmeliyiz. Bu, doğrudan sosyal medya platformları da dahil olmak üzere, mezenformasyonun cerahat topladığı yerlerde ve ana akım bilgi ekosistemlerinin bütünüyle dışında varlıklarını sürdürebilen dışlanmış grupların arasında çalışmak anlamına gelir.

Demokratik toplumların geleceği ve bizim her türlü küresel zorluğa vereceğimiz yanıtlar, kısmen bütün vatandaşların "Eleştirel Düşün"üp "Akıllıca Tıkla"masını sağlamaya bağlı olacaktır. Herkes için medya ve bilgi okuryazarlığını sağlamaya bağlı olacaktır.

KISA ÖZET

Akıllıca tıklayarak toplumlarımızı geliştirebilir miyiz?

Kütüphaneler, arşivler, müzeler, medya ve dijital iletişim şirketleri gibi içerik sağlayıcılar kapsayıcı ve sürdürülebilir kalkınmaya olanak tanıyabilir. Ne var ki, içerik sağlayıcılar her zaman bu ideallere bağlı kalmaz, bu da bu hizmetlerin kullanıcıları için çeşitli zorluklar yaratır. Her türlü içerik sağlayıcılar yaşam boyu öğrenme için yeni fırsatlar yaratır. Fakat aynı zamanda, diğerlerinin arasında, mezenformasyon ve dezenformasyon, nefret söylemi ve gizliliğin ihlali gibi zorluklar da yaratırlar.

Medya ve bilgi okuryazarlığı insanların, yararları en üst düzeye çıkarmalarına ve zararları en aza indirmelerine yardımcı olan bir dizi yetkinliktir. Medya ve bilgi okuryazarlığı insanların iletişim içerikleriyle, bu içerikleri üreten kurumlarla ve dijital teknolojilerin kullanımıyla eleştirel ve etkili bir biçimde etkileşime geçmesini sağlayan yetkinlikleri kapsar. Bu alanlardaki kapasiteler, yaş ve arka planlarına bakılmaksızın, tüm vatandaşlar için vazgeçilmezdir.

Dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 60'ı internet kullanıyor ama herkes için geniş çaplı ve sürdürülebilir medya ve bilgi okuryazarlığı eğitimi hâlâ eksik.

Bu öncü niteliğindeki müfredat, kapsamlı bir medya ve bilgi okuryazarlığı yetkinlik çerçevesi ve eğitmenler ile öğrencilere yapılandırılmış pedagojik öneriler sunar. Müfredat, günümüzün iletişim ekosisteminde yol almak için gereken farklı yetkinlikleri kapsayan çeşitli ayrıntılı modüller içerir. Bu kaynak, medya ve bilgi okuryazarlığı ile yapay zekâ, dijital vatandaşlık eğitimi, sürdürülebilir kalkınma eğitimi, kültürel okuryazarlık ve mezenformasyon ile dezenformasyonun katlanarak çoğalması gibi ortaya çıkan sorunlar arasında bağlantı kurar. Bu medya ve bilgi okuryazarlığı müfredatının etkili kullanımı sayesinde, herkes medya ve bilgi okuryazarı, ayrıca medya ve bilgi okuryazarlığının akran eğitimcileri olabilir.

UNESCO

"Savaşlar erkeklerin ve kadınların zihinlerinde başladığından barış savunmalarının da erkeklerin ve kadınların zihinlerinde kurulması gerekir".

İÇİNDEKİLER

Önsöz	**III**
1. BÖLÜM:	**2**
Müfredat ve Yetkinlik Çerçevesi	**2**
2. BÖLÜM:	**52**
Modüller	**50**
Giriş: Bu MBO Müfredatı Nasıl Kullanılmalı	**51**
Terimler Sözlüğü	**368**

BM Genel Kurulu tüm Üye Devletlerden ve diğer paydaşlardan

"medya ve bilgi okuryazarlığının teşvik edilmesi ile ilgili politikaları, eylem planlarını ve stratejileri geliştirme ve uygulamalarını, ve dezenformasyonun önlenmesi ve dezenformasyona karşı dayanıklık için uygun görüldüğü şekilde farkındalığı ve kapasiteyi artırmalarını" rica eder.

Karar: Küresel Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Haftası. A/RES/75/267

1. BÖLÜM: MÜFREDAT VE YETKİNLİK ÇERÇEVESİ	**2**
Giriş	3
Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Kavramlarının Birleştirilmesi	9
MBO'nun Faydaları ve Gereksinimleri	14
Eğitmenler ve Öğrenciler İçin MBO Müfredatı'nın Ana Konuları	15
Müfredat Çerçevesi	20
Politika ve Vizyon	22
Sürdürülebilir Kalkınma, Barış, Demokratik Söylem ve Toplumsal Katılım İçin Enformasyon, Medya ve Dijital İletişim Bilgisi	22
Bilgi, Medya ve Dijital İletişimin Değerlendirilmesi	25
İçerik Üretimi ve MBO İçin ve Kapsamında Kullanımı	25
Eğitmenlerin Çekirdek Yetkinlikleri	26
MBO'yu Öğretme ve Öğrenmede Pedagojiler: Müfredatı Kullanma	37
Ekler: Seçili Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Kaynakları ve Diğer Kaynaklar	42
2. BÖLÜM: MODÜLLER	**52**
Giriş: Bu MBO Müfredatı Nasıl Kullanılmalı	53
MBO Müfredatı'nın Hedef Kitlesi	53
MBO Müfredatı'nın Ana Özellikleri	54
MBO Müfredatı'nı Uyarlama Süreci: Tavsiyeler	55
Entegrasyon Stratejileri	56
1. MODÜL: BAŞLANGIÇ MODÜLÜ: MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞINA VE DİĞER ANA KAVRAMLARA BİR GİRİŞ	58
Arka Plan ve Gerekçe	59
1. ÜNİTE: MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞINI ANLAMA: BİR ORYANTASYON	64
Başlıca Konular	64
Öğrenme Hedefleri	64
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler	67
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler	70
2. ÜNITE: MBO, SİVİL KATILIM VE BİLGİ EDİNME HAKKI	71
Başlıca Konular	71
Öğrenme Hedefleri	71
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler	73
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler	76
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler	77
3. ÜNITE: MEDYA VE KÜTÜPHANELER, ARŞİVLER VE DİJİTAL İLETİŞİM ŞİRKETLERİ GİBİ DİĞER İÇERİK SAĞLAYICILARLA ETKİLEŞİME GİRME	77
Başlıca Konular	77
Öğrenme Hedefleri	77
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler	79
Değerlendirme ve Tavsiyeler	82
4. ÜNITE: MBO, DİJİTAL BECERİLER, KÜLTÜREL KATILIM/YARATICILIK VE GİRİŞİMCİLİK	82
Başlıca Konular	82
Öğrenme Hedefleri	82

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 85
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 88
5. ÜNİTE: MBO, ÖĞRETİM VE YAŞAM BOYU ÖĞRENME 88
Başlıca Konular 88
Öğrenme Hedefleri 88
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 89
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 90

2. MODÜL: BİLGİ VE TEKNOLOJİYİ ANLAMA 94
Arka Plan ve Gerekçe 95
1. ÜNİTE: TEKNOLOJİ, MEDYA VE TOPLUM 98
Başlıca Konular 98
Öğrenme Hedefleri 98
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 100
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 102
2. ÜNİTE: ÖZGÜRLÜK, ETİK VE SOSYAL SORUMLULUK 102
Başlıca Konular 102
Öğrenme Hedefleri 102
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 104
Değerlendirme ve Tavsiyeler 106
3. ÜNİTE: HABERİ NE YAPAR: KRİTERLERİ İNCELEME 106
Başlıca Konular 106
Öğrenme Hedefleri 107
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 107
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 110
4. ÜNİTE: HABER GELİŞTİRME SÜRECİ: 5N 1K'NIN ÖTESİNE GEÇME 110
Başlıca Konular 110
Öğrenme Hedefleri 110
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 114

3. MODÜL: ARAŞTIRMA, BİLGİ DÖNGÜSÜ, DİJİTAL BİLGİ İŞLEME, FİKRİ MÜLKİYET 118
Arka Plan ve Gerekçe 119
1. ÜNİTE: AKADEMİK VE BİLİMSEL BİLGİ NASIL OLUŞTURULUR 123
Başlıca Konular 123
Öğrenme Hedefleri 123
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 123
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 125
2. ÜNİTE: ARAMA: STRATEJİK BİLGİ KEŞFİ 126
Başlıca Konular 126
Öğrenme Hedefleri 126
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 127
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 130
3. ÜNİTE: AKADEMİK VE BİLİMSEL BİLGİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ 131

Başlıca Konular 131
Öğrenme Hedefleri 131
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 131
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 133
4. ÜNİTE: BİLGİ OKURYAZARLIĞININ KAVRAMLARI VE UYGULAMALARI 134
Başlıca Konular 134
Öğrenme Hedefleri 134
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 135
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 137
5. ÜNİTE: ÖĞRENME ORTAMLARI VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI 138
Başlıca Konular 138
Öğrenme Hedefleri 138
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 138
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 141
6. ÜNİTE: DİJİTAL BİLGİ İŞLEME HAKKINDA DAHA FAZLA BİLGİ 142
Başlıca Konular 142
Öğrenme Hedefleri 142
Pedagojik Yaklaşımlar 143
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 144
7. ÜNİTE: FİKRİ MÜLKIYET VE ESER SAHİPLİĞİNİN TANINMASI 145
Başlıca Konular 145
Öğrenme Hedefleri 145
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 147

4. MODÜL: MEZENFORMASYON, DEZENFORMASYON VE NEFRET SÖYLEMİ İLE MÜCADELE ETMEK İÇİN MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI YETKİNLİKLERİ: HAKİKAT ARAYIŞINI VE BARIŞI SAVUNURKEN 150

Arka Plan ve Gerekçe 151
1. ÜNİTE: HAKİKAT ÖNEMLİDİR 155
Başlıca Konular 155
Öğrenme Hedefleri 155
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 155
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 157
2. ÜNİTE: MEZENFORMASYON VE DEZENFORMASYON EKOSİSTEMİ 158
Başlıca Konular 158
Öğrenme Hedefleri 158
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 158
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 161
3. ÜNİTE: MEDYA VE MEZENFORMASYON 162
Başlıca Konular 162
Öğrenme Hedefleri 162
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 162
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 164
4. ÜNİTE: SAHTE VE YANILTICI İÇERİKLERİN BİREYLER VE TOPLUM ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ 164

Başlıca Konular 164
Öğrenme Hedefleri 165
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 165
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 166
5. ÜNİTE: MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI VE MEZENFORMASYON 166
Başlıca Konular 166
Öğrenme Hedefleri 166
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 167
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 167

5. MODÜL: VATANDAŞLAR OLARAK KİTLELER 170
Arka Plan ve Gerekçe 171
1. ÜNİTE: KÜRESEL VATANDAŞLIĞI ANLAMA 175
Başlıca Konular 175
Öğrenme Hedefleri 175
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 179
2. ÜNİTE: KİTLELER: ULUSAL VE KÜRESEL BAĞLAMLAR 179
Başlıca Konular 179
Öğrenme Hedefleri 179
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 181
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 183
3. ÜNİTE: MBO, DİJİTAL MEDYA VE SİVİL KATILIM 184
Başlıca Konular 185
Öğrenme Hedefleri 185
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 186
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 187
4. ÜNİTE: YURTTAŞ GÜDÜMLÜ BİLGİ VE VATANDAŞ GAZETECİLİĞİ 188
Başlıca Konular 188
Öğrenme Hedefleri 188
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 189
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 191

6. MODÜL: MEDYA VE BİLGİDE TEMSİLİYET: TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİNİN VURGULANMASI 196
Arka Plan ve Gerekçe 197
1. ÜNİTE: TEMSİLİYET KAVRAMI 200
Başlıca Konular 201
Öğrenme Hedefleri 201
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 201
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 202
2. ÜNİTE: HABERCİLİK VE GÖRÜNTÜNÜN GÜCÜ 203
Başlıca Konular 203
Öğrenme Hedefleri 203
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 203

Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 208
3. ÜNİTE: ÇEŞİTLİLİK VE TEMSİLİYETE İLİŞKİN KURUMSAL KODLAR 208
Başlıca Konular 208
Öğrenme Hedefleri 209
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 210
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 210
4. ÜNİTE: TELEVİZYON, FİLM VE MATBU YAYINLAR 210
Başlıca Konular 210
Öğrenme Hedefleri 210
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 211
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 212
5. ÜNİTE: TEMSİLİYET VE MÜZİK VİDEOLARI 213
Başlıca Konular 213
Öğrenme Hedefleri 213
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 213
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 214

7. MODÜL: MEDYA VE TEKNOLOJİ İÇERİĞİ NASIL ETKİLER 216
Arka Plan ve Gerekçe 217
1. ÜNİTE: MEDYA VE BİLGİ METİNLERİNİ OKUMA 221
Başlıca Konular 221
Öğrenme Hedefleri 221
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 221
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 223
2. ÜNİTE: ARAÇ VE MESAJ: MATBU HABER VE HABER YAYINLARI 223
Başlıca Konular 223
Öğrenme Hedefleri 223
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 224
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 224
3. ÜNİTE: FİLM TÜRLERİ VE HİKÂYE ANLATICILIĞI 225
Başlıca Konular 225
Öğrenme Hedefleri 225
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 225
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 226
4. ÜNİTE: DİJİTAL SOSYAL MEDYA PLATFORMLARINDA İLETİŞİM 226
Başlıca Konular 226
Öğrenme Hedefleri 226
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 227
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 229

8. MODÜL: GİZLİLİK, VERİ KORUMA VE SİZ 232
Arka Plan ve Gerekçe 233
1. ÜNİTE: MBO KAPSAMINDA GİZLİLİĞİ ANLAMA 237
Başlıca Konular 237

Öğrenme Hedefleri 237
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 239
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 241
2. ÜNİTE: GİZLİLİK, VERİ VE KALKINMA 242
Başlıca Konular 242
Öğrenme Hedefleri 242
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 245
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 247
3. ÜNİTE: GİZLİLİĞİNİZİ VE VERİLERİNİZİ KORUMAYA YÖNELİK KURUMSAL YÜKÜMLÜLÜKLERE DAİR FARKINDALIK 247
Başlıca Konular 247
Öğrenme Hedefleri 248
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 249
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 251
9. MODÜL: İNTERNETİN OLANAKLARI VE ZORLUKLARI 254
Arka Plan ve Gerekçe 255
1. ÜNİTE: SANAL DÜNYADA GENÇ İNSANLAR 260
Başlıca Konular 260
Öğrenme Hedefleri 260
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 260
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 262
2. ÜNİTE: SANAL DÜNYADAKİ ZORLUKLAR VE RİSKLER 262
Başlıca Konular 262
Öğrenme Hedefleri 263
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 263
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 270
3. ÜNİTE: ÇEVRİMİÇİ ÖĞRENME, AĞ KURMA VE SOSYAL ETKİLEŞİM 271
Başlıca Konular 271
Öğrenme Hedefleri 271
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 271
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 275
4. ÜNİTE: MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞININ AYAK İZİ: ÇEVRİMİÇİ VARLIĞINIZI YÖNETME KONUSUNDA DAHA FAZLA BİLGİ 276
Başlıca Konular 276
Öğrenme Hedefleri 276
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 278
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 278
10. MODÜL: REKLAMCILIK VE MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI 282
Arka Plan ve Gerekçe 283
1. ÜNİTE: REKLAMCILIK, GELİR VE DÜZENLEMELER 288
Başlıca Konular 288
Öğrenme Hedefleri 288
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 289

Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 291
2. ÜNİTE: HEDEFLİ REKLAMCILIK VE SİYASİ ARENA 292
Başlıca Konular 292
Öğrenme Hedefleri 292
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 293
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 295
3. ÜNİTE: KAMU HİZMETİ DUYURULARI 295
Başlıca Konular 295
Öğrenme Hedefleri 296
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 296
4. ÜNİTE: REKLAMCILIK: YARATICI SÜREÇ 297
Başlıca Konular 297
Öğrenme Hedefleri 297
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 298
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 300
5. ÜNİTE: ÇOK ULUSLU REKLAMCILIK VE "SÜPER MARKALAR" 300
Başlıca Konular 300
Öğrenme Hedefleri 300
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 301
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 302

11. MODÜL: YAPAY ZEKÂ, SOSYAL MEDYA VE MBO YETKİNLİKLERİ 304
Arka Plan ve Gerekçe 305
1. ÜNİTE: YAPAY ZEKÂNIN TEMELLERİNİ VE SOSYAL MEDYADA YAPAY ZEKÂ KULLANIMINI ANLAMA 309
Başlıca Konular 309
Öğrenme Hedefleri 309
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 309
2. ÜNİTE: YAPAY ZEKÂ VE SOSYAL MEDYA ÇAĞINDA MBO YETKİNLİKLERİ 311
Başlıca Konular 311
Öğrenme Hedefleri 311
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 316
3. ÜNİTE: BİREYSEL VE TOPLUMSAL HAKLAR, SEÇİMLER VE TEKNOLOJİ 321
Başlıca Konular 321
Öğrenme Hedefleri 321
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 323
4. ÜNİTE: KALKINMADA YAPAY ZEKÂ VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI 325
Başlıca Konular 325
Öğrenme Hedefleri 325
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 326
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 329

12. MODÜL: DİJİTAL MEDYA, OYUNLAR VE GELENEKSEL MEDYA 332
Arka Plan ve Gerekçe 333

1. ÜNİTE: GELENEKSEL MEDYADAN DİJİTAL MEDYA TEKNOLOJİLERİNE 337
Başlıca Konular 337
Öğrenme Hedefleri 337
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 337
2. ÜNİTE: TOPLUMDA YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN KULLANIMI – SOSYAL DEĞİŞİM 339
Başlıca Konular 339
Öğrenme Hedefleri 339
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 340
3. ÜNİTE: DİJİTAL OYUNLAR DA DAHİL OLMAK ÜZERE ETKİLEŞİMLİ MULTIMEDYA ARAÇLARININ SINIFLARDA KULLANIMI 343
Başlıca Konular 343
Öğrenme Hedefleri 343
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 344
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 346

13. MODÜL: MEDYA, TEKNOLOJİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA HEDEFLERİ: MBO BAĞLAMI 348
Arka Plan ve Gerekçe 349
1. ÜNİTE: MBO'NUN SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA HEDEFLERİ KAPSAMINDAKİ ROLÜ 353
Başlıca Konular 353
Öğrenme Hedefleri 353
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 354
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 357
2. ÜNİTE: MEDYA VE DİJİTAL İLETİŞİM ŞİRKETLERİNİN SOSYAL, KÜLTÜREL VE POLİTİK BOYUTLARI 358
Başlıca Konular 358
Öğrenme Hedefleri 358
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 358
3. ÜNİTE. MEDYA SAHİPLİĞİ VE BİLGİNİN METALAŞMASI 359
Başlıca Konular 359
Öğrenme Hedefleri 360
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 363
4. ÜNİTE: DİJİTAL TEKNOLOJİLER ARACILIĞIYLA ALTERNATİF MEDYANIN TEŞVİK EDİLMESİ 363
Başlıca Konular 363
Öğrenme Hedefleri 364
Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler 364
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 365
5. ÜNİTE: TOPLUMDA YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN KULLANIMI – SOSYAL DEĞİŞİM 366

14. MODÜL: İLETİŞİM VE BİLGİ, MBO VE ÖĞRENME – BİTİRME MODÜLÜ 368
Arka Plan ve Gerekçe 369
1. ÜNİTE: İLETİŞİM VE BİLGİ, ÖĞRETME VE ÖĞRENME 372
Başlıca Konular 372
Öğrenme Hedefleri 372
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler 375

2. ÜNİTE: ÖĞRENME TEORİLERİ VE MBO	375
Başlıca Konular	375
Öğrenme Hedefleri	375
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler	378
3. ÜNİTE: ÖĞRENME ALANLARINDA MBO İÇİN ELVERİŞLİ BİR ORTAMI GELİŞTİRMEK İÇİN DEĞİŞİMİ YÖNETME	379
Başlıca Konular	379
Öğrenme Hedefleri	379
Değerlendirmeler ve Tavsiyeler	381
TERİMLER SÖZLÜĞÜ	384
TEŞEKKÜR	407

1. BÖLÜM:

MÜFREDAT VE YETKİNLİK ÇERÇEVESİ

GİRİŞ

"Nerede o hayat yaşamakla kaybettiğimiz? Nerede o bilgelik malumat içinde kaybettiğimiz? Nerede o malumat bilgide kaybettiğimiz?"

– T.S. Eliot

Bu müfredat, birçok teknoloji ve sayısız içerik sağlayıcısı aracılığıyla bize sunulan içeriklerle etkileşime girmek için günümüzde gereken yetkinlikleri incelemektedir. Müfredat, içeriklerin daha geniş akışı içerisinde bilgilendirici mesajlara odaklanmaktadır. İçeriği elde etme, paylaşma ve sunmaya yönelik giderek artan dijital olanakları incelemektedir. Son olarak, kütüphaneler, müzeler, medya şirketleri ve sosyal medya, mesajlaşma ve arama hizmetleri sunan dijital iletişim şirketleri gibi, bu içerikleri sunan başlıca kurum türlerini vurgulamaktadır. Peki, bütün bunlar neden önemli? Yanıtlar net: Sürdürülebilir kalkınma ve insan hakları için.

2015 yılında, dünya genelindeki ülkeler, uluslararası kalkınmaya yönelik işbirliğinin birincil kolektif amacı olarak 17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi (SKH) üzerinde anlaşmaya vardı ve bu hedeflere bağlı kalacağını taahhüt etti. SKH, "kimseyi geride bırakmama" ideali üzerine kurulmuştur. Dönemin Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri, Road to Dignity[1] başlıklı raporunda bu konuyla ilgili önemli gözlemlerde bulunmuştur. Genel Sekreter, yoksulluğa son vermek ve insanların ihtiyaçlarını karşılayan ve ekonomik büyümeyi destekleyen toplumsal dönüşümü sağlamak için SKH'nın küresel liderlere ve dünyanın dört bir yanındaki insanlara benzersiz olanaklar sunduğunu not etmiştir. Bu olanakları hayata geçirmenin temelinde çevreyi korumaya, barışı sağlamaya ve insan haklarını korumaya bağlılık yatmaktadır. SKH'ya 2030 yılına dek ulaşılacaksa, bilgiyi bir kamu malı olarak teşvik etmek kaçınılmazdır. Medya ve bilgi okuryazarlığı (MBO) SKH'nın bütünüyle gerçekleştirilmesine katkıda bulunur. Örneğin, sağlıklı yaşam ve refah konularında SKH 3'ü, herkes için nitelikli eğitim konusunda SKH 4'ü, toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadınların güçlendirilmesi konularında SKH 5'i, bilgiye erişim ve temel özgürlükler konusunda SKH 16.10 bendini ve şehirleri kapsayıcı ve dayanıklı kılma konusunda SKH 11'i destekler.

İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin 19. Maddesi, "Herkesin fikir ve ifade özgürlüğüne hakkı vardır. Bu hak, fikirlerinden ötürü rahatsız edilmemek, ülke sınırları sözkonusu olmaksızın bilgi ve fikirleri her vasıta ile aramak, elde etmek ve yaymak hakkını içerir," der. MBO, vatandaşları şu yetkinliklerle donatır: kamu yararı için bilgiyi anlama becerisi; sürdürülebilir kalkınmaya katılım için bilgi, medya ve dijital iletişim ile eleştirel olarak etkileşime girme becerisi ve temel insan haklarının tüm faydalarını arama ve bunlardan yararlanma becerisi. MBO, bu bakımdan, bir kamu yararı niteliği taşır.

1 The Road to Dignity by 2030, https://www.un.org/disabilities/documents/reports/SG_Synthesis_Report_Road_to_Dignity_by_2030.pdf

MBO'nun bir kamu malı olduğu yönündeki görüş, vatandaşların "iletişim fenomeni"ne ve (yeni veya eski) medyaya katılımına ilişkin eleştirel anlayışları teşvik etmek için siyasi sistemlere ve eğitim sistemlerine ihtiyaç olduğunu kabul eden 1982 Grünwald Bildirgesi ile güçlendirilmiştir. Bu olanak, ihtiyaç ve ideal, o zamandan bu yana 2003 Bilgi Okuryazarı Toplumlara Doğru Prag Bildirgesi[2] , 2005 Bilgi Toplumunun İşaret Kuleleri Bilgi Okuryazarlığı ve Yaşam Boyu Öğrenmeye İlişkin İskenderiye Bildirisi[3], 2011 Medya ve Bilgi Okuryazarlığına İlişkin Fez Bildirgesi[4] , 2012 Moskova Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Bildirgesi[5] , 2016 Medya ve Bilgi Okuryazarlığına İlişkin Gençlik Bildirgesi[6] ve 2020 Herkes İçin ve Herkesle Medya ve Bilgi Okuryazarlığına İlişkin Seul Bildirgesi: *Disinfodemi*lere Karşı Bir Savunma[6] tarafından da pekiştirilmiştir. UNESCO ve ortakları tarafından 30 yılı aşkın bir süredir yürütülen uluslararası konferansların çıktıları, MBO'yu yaşam boyu öğrenmenin merkezine yerleştirmektedir. MBO, hayatın her kesiminden vatandaşları, kendi kişisel, toplumsal, mesleki, eğitimsel ve gelişimsel hedeflerine erişmeleri için bilgi, medya ve dijital içerikleri arama, değerlendirme, kullanma ve üretme yönünde güçlendirebilir.

SKH'nın uygulanma ve izlenmesinin ilk beş yılında ilerleme kaydedilmiştir.[7] Bu arada, dijital dönüşüm de hızla büyümektedir. İnternet kullanan bireylerin sayısı, SKH'nın resmiyet kazandığı 2015 yılında[8] 3.2 milyarken, 2020 yılında[9] interneti aktif olarak kullanan insan sayısı 4.66 milyara yükselmiştir. Bu, yalnızca beş yıl içinde yüzde 32'lik bir artış kaydedildiği anlamına gelir. Dijital toplumsal cinsiyet uçurumu, 2019 yılı istatistiklerine göre, gelişmekte olan ülkelerde hızla büyürken, küresel olarak internet kullanan kadınların oranı, yüzde 58 oranındaki erkeklerle kıyaslandığında, yalnızca yüzde 48'dir.[10] Bu bağlamda, yapay zekânın evrimi, sürdürülebilir kalkınmayı hızlandırmak için yeni olanaklara zemin hazırlamaktadır. Burada ima edilen, daha fazla insanın karar vermek ve sosyal katılım için bilgiye erişimi olmasıdır. Burada şu soru ortaya çıkar: Bilgi, medya ve dijital iletişime erişim tek başına SKH'ya ulaşmak için yeterli midir? Bu sorunun yanıtı elbette, hayır.

Pek çok yerde SKH'ya ulaşılmasına yönelik ilerleme kaydedilmiş olmasına karşın, Birleşmiş Milletler uygulamanın yeterince hızlı veya doğru ölçekte ilerlemediği gözleminde bulunmuştur.[11] Dijital dönüşüm, beraberinde kesin vaatlerin ve olanakların yanı sıra tehlikeler de getirir. Profesör Jasmina Šopova, 2018'de UNESCO Courier'de[12] "Bilgisayar ve robotlar karar vermeyi öğreniyor! Elbette 'karar verme,' bilinci olmayan ve 'akıl yürütme' düzeyi bir kurbağanınki kadar bile gelişmemiş olan makineler için iddialı

2 http://www5.austlii.edu.au/au/journals/inCiteALIA/2004/17.pdf
3 http://eprints.rclis.org/3829/1/alexfinalreport.pdf
4 https://wayback.archive-it.org/10611/20160808074613/http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/news/Fez%20Declaration.pdf
5 https://www.ifla.org/publications/moscow-declaration-on-media-and-information-literacy/
6 https://en.unesco.org/sites/default/files/seoul_declaration_mil_disinfodemic_en.pdf
7 Decade of Action. Birleşmiş Milletler, https://www.un.org/sustainabledevelopment/decade-of-action/
8 ICT Facts and Figures. The World in 2015. ITU, https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2015.pdf
9 Measuring digital development Facts and figures 2020. https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2020.pdf
10 The digital gender gap is growing fast in developing countries, https://itu.foleon.com/itu/measuring-digital-development/gender-gap/
11 Decade of Action. Birleşmiş Milletler, https://www.un.org/sustainabledevelopment/decade-of-action/
12 UNESCO Courier, 2020. https://en.unesco.org/courier/2018-3

bir kelimedir. Fakat yapay zekâdaki son gelişmeler bazılarını korkutmaya, başkalarının da hayal güçlerini harekete geçirmeye yeterlidir," yazmıştır.

İnsanların, dijital iletişim ortamının özelliklerinin yanı sıra, bilgi ve verilerin etik kullanımı konusunda olduğu gibi, bilgi üzerindeki etkileri bakımından uluslararası insan hakları hukukunu anlamalarına yardımcı olmak, öncelikli bir endişe haline gelmektedir. Ticari teknoloji sağlayıcılar SKH'nın başarılmasına olanak sağlarken, artan mezenformasyon, devam eden toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri,[13] ırksal ayrımcılık ve diğer hoşgörüsüzlük ve ayrımcılık biçimleri gibi başkaca tehditler de SKH'nın başarılmasını tehdit etmektedir. Dezenformasyon eski bir sorun olsa da, günümüzde yaygınlığını artıran güçlü teknoloji[14] ve algoritmik iş modelleri tarafından beslenmektedir ve hakikat ile yerleşmiş kurumlara duyulan güveni aşındırıp barışa, kalkınmaya ve demokrasiye zarar verme olasılığı olan söylemleri teşvik ederek küresel kalkınma açısından bir endişe konusu haline gelmiştir. Bu kitabın yazıldığı sırada, COVID-19 pandemisi beraberinde *disinfodemi*yi [15](dezenformatif içerik salgını) getirmiştir. Zararlı ve hatalı bilgilerin yanı sıra komplo teorileri, koronavirüs krizine ilişkin gerçekleri ve aşı ihtiyacını reddederek, çevrimiçi ve çevrimdışı ortamlarda orman yangını gibi yayılmaktadır.

Coğrafi, sınıfsal, toplumsal cinsiyet eşitliği, dilsel ve diğer uçurumların bilgi, medya ve dijital teknolojiye açık ve eşit erişimi engellemesiyle birlikte, bu durum bilgi uçurumlarının genişlemesi ve böylece mezenformasyon ile dezenformasyona yatkınlığın artması anlamına gelebilir. Pandemi, eğitimsel, kültürel veya sanatsal vb. olmak üzere, dijital platformlarda her türlü içeriğin sayısında bir patlamaya hâlihazırda tanıklık etmiştir. Dünyanın COVID-19 pandemisi sonrasında bir sonraki normale veya yeni normale dönmeye başlamasıyla birlikte, bu durumun devam etmesi ve daha da güçlenmesi beklenmektedir. İçerik sağlayıcıların geleneksel çıkış noktalarının ötesinde, bilgi de dahil olmak üzere her türlü içerikle aktif olarak etkileşime geçen, bunları üreten veya yayan kamunun katılımı da bu tür eğilimlere giderek daha çok eşlik etmektedir. Dijital beceriler de dahil olmak üzere MBO yetkinliklerini geliştirmeye elverişli bir ortam, bireylerin güçlendirilmesinin yanı sıra, karşılıklı anlayış ve kültürlerarası diyaloga da katkıda bulunabilir.

İnsanların her gün oluşturdukları veri miktarı öylesine büyüktür ki erişim sahibi bazı insanlar içeriklerle alakalı aşırı yüklemeye maruz kalabilmektedir. Akış sonsuzdur. Bazı insanlar neyin gerçek, neyin sahte ve neyin belirsiz olduğunu belirlemek söz konusu olduğunda ambale olmaktadır. Keza, mevcut bilgi miktarı ile bunların kamu tarafından gerçekten bilinçli kullanımı arasında da çelişkiler bulunmaktadır. Bütün içerikler "bilgi" değildir; bunların çoğu eğlence ve reklam amaçlıdır, giderek artan bir oranı "mezenformasyon içeren" ve "dezenformasyon içeren" içerikler (burada mezenformasyon ve komplo teorilerini de içeren genel bir nitelendirme olarak kullanılmıştır) oluşturmaktadır. İnsanlar,

13 The World's Women 2020: Trends and Statistics. Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal İlişkiler Departmanı, https://worlds-women-2020-data-undesa.hub.arcgis.com/

14 Ireton, Cherilyn ve Posetti, Julie (2018), Gazetecilik, 'Sahte Haber' ve Dezenformasyon: Gazetecilik Eğitimi ve Alıştırmaları için El Kitabı, Paris: UNESCO, (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380323).

15 DISINFODEMIC Policy Brief 1 and 2: Deciphering COVID-19 disinformation, and Dissecting responses to COVID-19 disinformation. UNESCO, 2020. Yazarlar, Julie Posetti ve Kalina Bontcheva. Ayrıca bkz. Balancing Act: Countering Digital Disinformation while respecting Freedom of Expression, Yazarlar: Julie Posetti ve Kalina Bontcheva. UNESCO, 2020

güçsüzleştirici sonuçlara neden olacak şekilde bunlar arasında ayrım yapmakta zorluk çekmektedir. Doğrulanan ve doğrulanabilir içerikler anlamında bilgi olmaksızın, kararlar yalnızca duygulara ve/veya yalan ya da yanlış bağlantılara dayanmaktadır.

Kütüphaneler, arşivler, müzelerin yanı sıra güvenilir, profesyonel ve etik medya ile dijital iletişim şirketleri gibi içerik sağlayıcılar ve aracıları, vatandaşların, kimseyi geride bırakmayan kalkınma yolları doğrultusunda bilinçli kararlar vermelerine yardımcı olmak açısından, potansiyel temel kolaylaştırıcılar olarak geniş çapta kabul görmektedir. Ne var ki, önlem alınmazsa, yalnızca statüko tehlikesi değil, çeşitli ekonomik ve toplumsal arka planlardan gelen vatandaşlar arasında da, bilgi uçurumlarının daha fazla büyümesi tehlikesi de vardır. Buna bir örnek, insanların toplumsal cinsiyet ayrımcılığına ilişkin gerçek bilgilerinin edindikleri içerikler tarafından nasıl çarpıtıldığıdır: 2020'de yürütülen bir araştırmaya göre, haber medyası personeli ve içeriklerinde toplumsal cinsiyet eşitliğinin günümüzdeki hızıyla ancak bundan 70 yıl sonra başarılacağı tahmin edilmektedir.[16] İnternet şirketleri nefret ve ayrımcılıktan kâr elde ettiğinde ve bu tür içeriklerin farklı anlam evrenlerinde yaşayabilecek farklı aktör grupları arasında farkındalığı ve karar vermeyi etkilediği hallerde, bir dizi eşitsizlik güçlendirilmektedir. İçerik sağlayıcılar belirli görüş ve uygulamaları normalleştirerek veya sürdürülebilirlik açısından zararlı olan tüketim kültürünü teşvik ederek toplumsal ideolojiyi şekillendirebilirler.

Ne var ki, değişikliklerle birlikte, farklı içerik sağlayıcılar ile aracılar da, toplumun bu sayede kendi ve başkaları hakkında bilgi edindiği, kamusal söylemi ve diyalogu sürdürdüğü ve ortak ilerlemenin mümkün olduğu bir gelecek doğrultusunda bir topluluk, hoşgörü ve karşılıklı saygı anlayışı inşa ettiği araç haline gelebilir. İçerik sağlayıcılar ve aracılarının yaşam boyu öğrenme üzerinde olumlu bir etkisi olabilir. Bunun gerçekleşebilmesi için, vatandaşların bunların işlevleri ile sağladıkları ve etkileşime geçtikleri veya kişisel ifadenin bir parçası olarak bizzat ürettikleri içerik "metin"lerini nasıl değerlendireceklerine ilişkin temel bir bilgiye sahip olması gerekir. Medya ve bilgi okuryazarlığının amacı bu bilgiyi içerik hizmetlerinin kullanıcılarına aktarmaktır.

UNESCO'nun medya ve bilgi okuryazarlığı kavramını veya –günümüzün giderek daha da karmaşıklaşan iletişim ortamında yol alabilmek için gerekli olan çeşitli ve gelişen yetkinlikleri kapsayan bir şemsiye terim olan- MBO'yu teşvik etmek gerektiğine dair artmakta olan bir mutabakat var. MBO vatandaşları, eleştirel düşünmeyle ve içerik entegrasyonu vasıtasıyla bu içerikleri sağlayan (ve kendi içeriklerini üretmelerine ve paylaşmalarına yönelik olanaklar sunan) kurumlar ve dijital teknolojilerle bilinçli ve etik bir şekilde etkileşime geçmelerini sağlamak için gerek duyulan diğer yetkinliklerle güçlendirir. Dahası, MBO kullanıcıların dijital teknolojiyi amaçlı ve yaratıcı bir şekilde kullanımını desteklemeyi ve gizlilik hakları gibi haklara ve bilgiye erişim ile bilgi kullanımı hakkında etik konulara ilişkin bilgileri geliştirmeyi hedefler. Bu şekilde, MBO kültürlerarası diyalogun, toplumsal cinsiyet eşitliğinin, bilgiye erişimin, ifade özgürlüğünün ve giderek daha da dijitalleşen bir dünyada barışın ve sürdürülebilir kalkınmanın geliştirilmesine katkıda bulunur.

16 Comparing Gender and Media Equality Across the Globe. A Cross-National Study of the Qualities, Causes, and Consequences of Gender Equality in and through the News Media. NORDICOM, 2020. Editörler: Monika Djerf-Pierre, Maria Edström.

Medya ve bilgi okuryazarlığı sayesinde edinilen yetkinlikler vatandaşları, bütün içerik sağlayıcılardan yüksek kaliteli ve haklara saygı gösteren hizmetler talep etmelerini sağlayacak eleştirel becerilerle donatabilir.

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile bağlantılı toplumsal olanak ve zorluklar farklı kültürlerin sınırlarını aştığından ve disiplinlerarası nitelikte olduğundan karmaşıktır. Buna verilecek toplumsal yanıtların da kültürlerarası bir yaklaşıma sahip olması ve çok disiplinli olması gerekir. Bu nedenle UNESCO, MBO'yu teşvik ederken, MBO'nun kültürel okuryazarlık, kültürlerarası yetkinlikler, sürdürülebilir kalkınma eğitimi, küresel vatandaşlık eğitimi, sağlık okuryazarlığı, bilim okuryazarlığı vb. diğer sosyal yetkinliklere nasıl bağlandığına vurgu yapmaktadır. Bu MBO Müfredatı'nda yer alan 14 modül, bilgi merkezleri arasındaki daha zengin bağlantıları ve bunların sürdürülebilir kalkınma ve barış alanlarına uygulanmasını geliştirmek amacıyla böyle çok disiplinli bir bakış açısıyla sunulmaktadır.

Coğrafi ve kültürel yaygınlıkları göz önüne alındığında, her türlü içerik sağlayıcılar bu müfredat ve yetkinlik çerçevesinde belirgin yere sahiptirler. İçerik akışlarının bu çok yönlü sistemi kabul edilmelidir.

Bir kurum olarak, haber medyasının (ve daha geniş medya kurumlarının sunduğu hizmetlerin parçası olarak haber medyası hizmetlerinin) sürdürülebilir kalkınma kapsamında ve demokratik toplumlarda yerine getirmeleri beklenen belirli işlevleri vardır. Pek çok demokraside, yayın medyasının işleyişi –yaygınlıkları ve tayfın darlığı nedeniyle-- dengeyi sağlamak üzere düzenlenmiştir. Dijital iletişim şirketleri, kendilerini aktif yayıncılardan ziyade yalnızca platformlar olarak konumlandırdıklarından, haber medyasından daha fazla serbestiyete sahip olagelmişlerdir. Söz konusu şirketler içerik akışlarının algoritmik önceliklendirilmesi, arama sonuçları ve önerilerin yanı sıra, içerikler ve belirli kullanıcılara yönelik kategori ve örnekleri seçmek şeklindeki doğrudan müdahaleler aracılığıyla da daha aktif bir düzenleyici rolünü üstlendiklerinden, bu durum değişmektedir. UNESCO'ya Üye Devletler tarafından üzerinde mutabık kalınan pozisyon uyarınca, gelecekteki dijital yönetişim hak temelli, açık ve herkes için erişilebilir olmalı, ayrıca çok paydaşlı yaklaşımlar tarafından yönetilen hizmetleri sağlamalıdır.[17]

Özdenetim sistemleri, haber medyasında ve dijital iletişim şirketlerinde, özellikle kamu çıkarları doğrultusunda daha fazla hesap sorulabilirliği sağlamak amacıyla, baskıcı devlet düzenlemelerine bir alternatif olarak gelişti. İnsanların bilgiye erişmek için dijital iletişim şirketlerine artan bağımlılığı ve bu şirketlerin toplumla ilgili ürettikleri anlatılar ile bilgi akışını kontrol etme gücü, daha fazla özdenetime ve hatta yasal denetime tabi tutulmalarına yönelik çağrıların da artmasına neden oldu. Bu tarz denetim, kurumun büyüklüğü ve gücü (tek bir noktada yoğunlaşmaların sekteye uğratılmasını ve/veya bu gücün kısıtlanmasını –örneğin reklam pazarları üzerinde- gerektirecek ölçüde), gizlilik denetimi, şeffaflık denetimi, veri taşınabilirliği ve birlikte çalışabilirlik, tüketicinin korunması ve hatta odağına içerikleri alan denetim gibi konuları kapsayabilir.

Özdenetim sistemlerinin temelini belirli etik değer ve ilkeler oluşturmaktadır. Bu bakımdan,

17 UNESCO Internet universality indicators: A framework for assessing Internet development. UNESCO, 2019. Yazarlar: David Souter ve Anri Van der Spuy.

kamunun haber medyasından ve giderek artan bir şekilde dijital iletişim şirketlerinden birtakım beklentileri vardır; bu durum, yasal açıdan sorumlu olmadıkları durumlarda bile, bu beklentiler ışığında işlevlerini yerine getirmedikleri takdirde dijital iletişim şirketlerini de kamusal eleştiriye tabi tutar. Bu nedenle bu çerçeve, haber medyası ve dijital iletişim şirketlerinin işlevleri, bu işlevleri yerine getirdikleri koşulların ve çıktılarının hedef kitle tarafından eleştirel olarak özümsenme biçimlerinin incelenebileceği bir mercek sunar. Medya ve internet şirketlerinin rolüne gösterilen ilgiden bağımsız olarak, kütüphaneler, arşivler, müzeler vb. gibi bilgi ve iletişim ekolojisindeki diğer içerik sağlayıcıların önemi de bu MBO müfredatı boyunca ele alınmaktadır.

MBO'nun öğrenciler ve tüm vatandaşlar arasında geliştirilmesi, bizzat eğitmenlerin de medya ve bilgi okuryazarı olmalarını gerektirir. Bu MBO Müfredatı, -örgün, yaygın ve sargın- çeşitli öğrenme alanlarındaki hem eğitmenlere hem de öğrencilere odaklanmaktadır. Gerek okullarda, toplum merkezlerinde, kulüplerde, STK'larda, evde, gerekse kurumlar bünyesindeki bu odaklanma, bir çarpan etkisinin sağlanması için kilit bir stratejidir: medya ve bilgi okuryazarı eğitimcilerden öğrencilere ve en nihayet toplumun geneline. Medya ve bilgi okuryazarı eğitmenler, öğrencileri güçlendirecek kapasiteleri öğrenmeyi öğrenme, özerk bir şekilde öğrenme, yaşam boyu öğrenmeyi sürdürme ve MBO'nun akran eğitimcileri olma yönünde gösterecekleri çabayla geliştirecektir. Vatandaşları medya ve bilgi okuryazarı olmaları yönünde eğiterek, eğitmenler ilk önce bilinçli ve anlayışlı vatandaşlığın savunucuları olarak kendi rollerini yerine getirirler. İkinci olarak, eğitim ve öğrenme süreçleri merkezine öğretmenleri alan yaklaşımları öğrenci merkezli yöntemlerle dengelediğinden, eğitmen rollerinin karşılığını verirler.

MBO Müfredatı pedagojik stratejilerle ilişki kurar, örgün eğitim alanları dışında sosyal öğrenme ile örgün alanlarda öğrenme arasında da bir bağ kurar ve böylece insanların nasıl öğrendiklerini geliştirebilirse, eğitimcilerin MBO'yu benimsemesi daha olasıdır. Örgün, yaygın ve sargın eğitim sektöründe, MBO'nun uygulanmasından ve eğitmenlerin mesleki gelişimi üzerindeki etkilerinden kaynaklanacak olan değişiklikleri teşvik etmek, bu müfredatın ve yetkinlik çerçevesinin önemli bir amacıdır. MBO Müfredatı kapsayıcı olmak üzere ve yerel bağlamlara uyarlanacağı düşüncesiyle tasarlanmıştır. Aşağıdaki bölümler, müfredat çerçevesi ve ilgili yetkinlikler hakkında daha ayrıntılı bilgi sunmaktadır. Ayrıca bkz. 2. Bölüm'deki MBO Müfredatı Nasıl Kullanılmalı.

MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI KAVRAMLARININ BİRLEŞTİRİLMESİ

UNESCO MBO Müfredatı ve Yetkinlik Çerçevesi üç farklı alanı –medya okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı, dijital okuryazarlık- bir şemsiye terim altında bir araya getirir: medya ve bilgi okuryazarlığı. Kavram, Şekil 1'de gösterildiği üzere[18], terimlerin ayrı ayrı ne anlama geldiklerinden uzaklaşarak, bilgi, medya ve dijital teknolojilere ilişkin unsurları bünyesinde toplayan bir birleşik kavrama dönüşür ve MBO'nun amaç ve hedeflerini aktarır.

ŞEKİL 1: MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞININ KİLİT ÇIKTILARI/UNSURLARI

BİLGİ OKURYAZARLIĞI[19]						
Bilgi gereksinimlerini tanımlama ve belirtme	Bilgiyi konumlandırma ve bilgiye erişme	Bilgiyi değerlendirme	Bilgiyi düzenleme	Bilgiyi etik bir şekilde kullanma	Bilgiyi iletme	Bilgi işlem için BİT becerilerini kullanma

MEDYA OKURYAZARLIĞI[20]				
Medyanın ve internet iletişim şirketlerinin demokratik toplumlardaki rolünü ve işlevlerini anlama	Medyanın hangi koşullar altında işlevlerini yerine getirebileceğini anlama	Medyanın işlevleri ışığında medya içeriğini eleştirel olarak değerlendirme	Kendini ifade etme ve demokratik katılım için medyayla etkileşime girme	Kullanıcının oluşturduğu içerikleri üretmesi için gereken gözden geçirme becerileri (BİT de dahil olmak üzere)

DİJİTAL OKURYAZARLIK						
Dijital araçları kullanma	Dijital kimlikleri anlama	Dijital hakları kabul etme	Yapay zekâya ilişkin meseleleri değerlendirme	Dijital iletişimi geliştirme	Dijital sağlık yönetimi	Dijital güvenliğin uygulanması

Bir yandan, geleneksel bilgi okuryazarlığı bilgiye erişim ile bu bilgilerin değerlendirilmesinin ve etik bir şekilde kullanılmasının önemini vurgular. Diğer yandan, geleneksel medya okuryazarlığı da bilgiye erişim ve ifade özgürlüğü ile ilgilidir; medya ve dijital iletişim şirketlerinin işlevlerini anlama becerisi ve böylece bunların ürettikleri içerikleri ve işlevlerinin nasıl yürütüldüğünü değerlendirmenin yanı sıra, medya ve dijital iletişim şirketleriyle sürdürülebilir kalkınmaya dair ve kendini ifade etmek için eleştirel olarak etkileşime girme becerisini vurgular. Dijital okuryazarlık, bu bileşenlerin çaprazında, geleneksel bilgi ve medya yetkinliklerinin kesiştiği noktada durur –genellikle ölçülebilir

18 Ralph Catts & Jesus Lau, 2008'den uyarlanmıştır.
19 Şuradan uyarlanmıştır: White Paper. Digital Intelligence (DQ): A Conceptual Framework & Methodology for Teaching and Measuring Digital Citizenship. DQ Institute, 2017;
20 Bu konu UNESCO ICT Competency Standards for Teachers (UNESCO Öğretmenler İçin BİT Yetkinlik Standartları), 2008 adlı belgede yeterli şekilde ele alınmıştır.

teknik becerilere daha çok vurgu yapmakla birlikte dijital meselelere özgü teknik olmayan becerileri de ele alır. Dijital iletişim şirketlerinin rağbet görmesiyle birlikte, dijital okuryazarlık yazı, imaj, video ve tasarım üretmek için dijital araçları kullanma becerisini de ifade eder olmuştur. Bu unsurlar, genç kadınlar ve erkekler başta olmak üzere, tüm vatandaşlar arasında içeriklerin etik bir şekilde üretimi ve yayılmasına ilişkin bilginin ve eğitimin paylaşılması için zaruri bir araç haline geldiğinden, MBO yetkinlikleri ile dijital becerilerin önemi de artmıştır. Bu durum ileriki bölümlerde ayrıntılı olarak açıklanacaktır. Eğitmenler ve Öğrenciler için MBO Müfredatı ve Yetkinlik Çerçevesi üç yetkinlik kümesini de bünyesinde barındırır. Medya okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı ve dijital okuryazarlık eğitiminin bu şekilde kavramsallaştırılması, incelemeye dayalı becerilerin geliştirilmesini ve hangi teknolojileri kullandıklarına bakılmaksızın her türlü içerik sağlayıcı ve aracılarla anlamlı bir biçimde etkileşime geçme kabiliyetini vurgular.

Bu birbirine yaklaşan alanlar –medya okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı ve dijital okuryazarlık-- arasındaki ilişkiye dair gelişmekte olan üç ana düşünce ekolü vardır. Bazıları için, bilgi okuryazarlığı daha geniş çalışma alanıdır ve diğer ikisi de bu çerçeveye dahil edilmiştir, bazıları içinse bilgi okuryazarlığı ile dijital okuryazarlık daha geniş alan olarak görülen medya okuryazarlığının bir parçasıdır. Üçüncü bir uzmanlar grubu da dijital okuryazarlığı diğer ikisini de ele alan kapsayıcı alan olarak düşünürler. Ne var ki, UNESCO'nun çağrısıyla bir araya gelen çeşitli uluslararası uzman grupları, bilgi, medya ve dijital yetkinliklerin nasıl iç içe geçmiş olduğuna dikkat çekmiştir. Dünya genelinde çeşitli aktörler tarafından kullanılan aşağıdaki terminolojileri göz önünde bulundurun:

- Medya okuryazarlığı
- Bilgi okuryazarlığı
- İfade özgürlüğü ve bilgi okuryazarlığı
- Kütüphane okuryazarlığı
- Haber okuryazarlığı
- Sosyal medya okuryazarlığı
- Gizlilik okuryazarlığı
- Eleştirel okuryazarlık
- Görsel okuryazarlık
- Basın okuryazarlığı
- Bilgisayar okuryazarlığı
- İnternet okuryazarlığı
- Dijital okuryazarlık
- Sinema okuryazarlığı
- Film okuryazarlığı
- Oyun okuryazarlığı
- Televizyon okuryazarlığı
- Reklam okuryazarlığı
- Yapay zekâ okuryazarlığı
- Veri okuryazarlığı
- Vatandaşlık okuryazarlığı
- Sosyal ve duygusal okuryazarlık
- Ağ okuryazarlığı

Bu kavramlar arasında belirgin ilişkiler vardır (bkz. Şekil 2). Bu bağlantıların tamamı bu çerçeve belgede açıklanmıyor. Ne var ki, bazı bağlantılar UNESCO'nun ürettiği bu MBO Müfredatı'nın giriş modülünde (1. Modül) ilgili aktivitelerin konusunu oluşturuyor. Burada üzerinde durulması gereken nokta şudur: Eğitmenler ve öğrenciler MBO alanında daha bilgili hale geldikçe bu terimlerle karşılaşacaktır ve bu terimlere en azından aşina olmaları gerekir. Bu terimlerin çoğu hararetli tartışmaların konusu olmaya devam etmekte olup akademik ve mesleki bağlama veya bunları kullanan toplulukların kültürel pratiklerine bağlı olarak farklı şekillerde kullanılmaktadır. Küresel olarak, çoğu kurum, bazen hem medya okuryazarlığını hem de bilgi okuryazarlığını kapsadığı kabul edilen medya eğitimi (ME) terimini kullanmaktadır. UNESCO'nun MBO terimini kullanması, birbirine yaklaşmakta olan hizmet sağlama platformları ışığında farklı kavramları birbirine uyumlu hale getirmeyi hedeflemektedir.

Bir şemsiye terim olarak MBO'nun vatandaşların iletişim ve içerik biçimleriyle (bilgi, eğlence, reklam, mezenformasyon ve dezenformasyon vb.) etkileşimi; bu içeriklerin nasıl ve kimler tarafından üretildiği, yayıldığı; insanların içerikleri nasıl kullandıkları veya kullanmadıkları; kütüphaneler, medya ve dijital iletişim sağlayıcılarıyla nasıl etkileşime girdikleri veya girmedikleri ve bunların önemini ve işleyişlerini nasıl anladıkları veya anlamadıkları; vatandaşların içerikleri ve bunlarla bağlantılı sağlayıcıları eleştirel olarak değerlendirmek için hangi bilgi becerilerini ve tutumlarını kullandıkları; ve insanların kendi kişisel, sosyal, politik, ekonomik ve kültürel hayatlarında istenen sonuçlara ulaşmak için bilgi ve diğer içerik türlerinin, medya ve dijital iletişim araçlarıyla ilişkilerini ayırt etmek ve belirlemek amacıyla etkileşimlerini nasıl yönettikleriyle ilgili olduğu konusunda genel bir fikir birliği vardır.[21]

21 UNESCO Draft Global Standards for Media and Information Literacy Curricula Guidelines, https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/files/2022/02/Global%20Standards%20for%20Media%20and%20Information%20Literacy%20Curricula%20Development%20Guidelines_EN.pdf

ŞEKİL 2: MBO EKOLOJİSİ: MBO KAVRAMLARI

MBO alanında bu bağlantıları desteklemek amacıyla, UNESCO aşağıda yer alan Şekil 3'te özetlenen Medya ve Bilgi Okuryazarlığının Beş Yasası'nı sunan bir çalışma yayınlamıştır. Bu yasalarda, 1931'de (Hindistan'da Kütüphane Bilimi'nin Kurucusu) S. R. Ranganathan tarafından dile getirilen Kütüphane Bilimi'nin Beş Yasası'ndan esinlenilmiştir. MBO'nun Beş Yasası'nın, diğer UNESCO kaynaklarıyla birlikte, her türlü kalkınma biçimlerinde MBO'nun uygulanmasına dahil olan tüm paydaşlar için rehber olması hedeflenmiştir.

ŞEKİL 3: MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞININ (MBO) BEŞ YASASI

Bu Eğitmenler ve Öğrenciler İçin MBO Müfredatı ve Yetkinlik Çerçevesi'nin, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki eğitim sistemlerine, eğitmenler ile öğrencilerin medya ve bilgi okuryazarı olmalarını sağlayan bir program oluşturmaları için bir çerçeve sağlaması amaçlanmıştır. UNESCO ayrıca eğitmenlerin bu çerçeveyi gözden geçirip yaşayan bir belge olarak müfredatı müşterek bir çabayla şekillendirme ve zenginleştirme sürecine katılmayı kabul edeceklerini öngörmektedir. MBO Müfredatı'nın birinci ve ikinci edisyonları muhtelif ortak çalışmaya dayalı ve kültürlerarası uzman tartışmaları ve tavsiyelerinden istifade etmiştir. Müfredat, son derece yoğun eğitim müfredatlarına daha fazla yük getirmeden var olan eğitim sistemine kolaylıkla entegre edilebilecek gerekli temel yetkinlik ve becerilere odaklanır.

MBO'NUN FAYDALARI VE GEREKSİNİMLERİ

Medya ve bilgi okuryazarlığı vatandaşların, başta İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin 19. Madde'sinde belirtilen "Herkesin fikir ve ifade özgürlüğüne hakkı vardır. Bu hak, fikirlerinden ötürü rahatsız edilmemek, ülke sınırları söz konusu olmaksızın bilgi ve fikirleri her vasıta ile aramak, elde etmek ve yaymak hakkını içerir" hakkı olmak üzere, temel insan haklarından yararlanırken, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne ve ideallerine ulaşılmasını kapsayacak şekilde, bilgiyle eleştirel ve anlamlı bir biçimde etkileşime girme kapasitesini geliştirir.'.

MBO'nun başlıca faydaları şunlardır:

1. Öğretme ve öğrenme süreçlerinde, geleceğin vatandaşlarını ve öğrencilerini MBO'nun akran eğitimcileri olmaları yönünde güçlendirmek amacıyla, eğitmenleri bilgi, medya ve dijital teknolojilerle nasıl eleştirel bir biçimde etkileşime girilebileceği konusunda gelişmiş bilgiyle donatır.
2. MBO aracılığıyla, insanlar medya ve dijital araçlar vasıtasıyla yapabilecekleri olumlu şeyleri anlamak üzere kendilerini güçlendirebilir ve böylelikle internetin daha iyi bir yer haline gelmesini sağlayabilir ve kamu yararı için bilgiye katkıda bulunabilirler.
3. Medya ve bilgi okuryazarlığı kütüphaneler, arşivler, müzeler, medya ve dijital iletişim şirketleri gibi içerik sağlayıcılar ve aracıların işlevleri hakkında elzem bilgiler, bu işlevlerin etkili bir şekilde yürütülmesi için gereken koşulları makul derecede kavrayabilmek ve beklenen işlevler ışığında içerik sağlayıcıların performansını değerlendirmek için gerekli olan eleştirel becerileri aktarır.
4. MBO yükselen *disinfodemi* ile mücadele etmek için sürdürülebilir bir yöntem sunar.
5. Faydalı ve zararlı bilgileri saptamak ve bunlar arasında yönünü belirlemek için gerekli olan becerileri güçlendirdiğinden (Bu MBO Müfredatı'nın bir sonraki bölümünde bu kısmın üzerinde durulmaktadır) sağlık okuryazarlığı, finansal okuryazarlık, bilim okuryazarlığı, kültürel okuryazarlık, küresel vatandaşlık eğitimi ve sürdürülebilir kalkınma eğitimi gibi diğer okuryazarlık biçimleri için ön koşul niteliği taşır.
6. MBO tüm öğrenme biçimlerine entegre edildiğinde, özel hayatın gizliliğine ilişkin ihlallere karşı savunuculuğa yardımcı olur ve tüm insanların başkalarının özel hayatının gizliliği haklarına saygı göstermesini sağlar..
7. MBO, yapay zekâ etiği ve gitgide gelişen dijital dönüşüm süreçleriyle alakası olduğunda, olmazsa olmaz bir yetkinlik halini alır.
8. Herkes için yararlı olan ve herkes tarafından yararlanılan MBO, toplumun bütün katmanlarına erişen internetin çok paydaşlı yönetişimini güçlendirir.
9. Örgün eğitim alanları ile çevrimiçi veya çevrimdışı, günlük sosyal öğrenme arasında bağ kurarak kaliteli eğitimi iyileştirir.
10. Medya ve bilgi okuryazarı kişilerin, her yaştan kadınlar ve erkekler arasındaki eşitsizlikleri pekiştiren onaylanmamış bilgileri, peşin hükümleri ve kalıp yargıları, ayrıca halklara, dinlere vb. karşı ayrımcılıkları reddetmesi daha olasıdır.
11. MBO tüm içerik sağlayıcılara ve köklü kurumlara, güven duygusunun aşınmakta

olduğu bir zamanda vatandaşların ve kullanıcıların nelerin güveni hak ettiğini değerlendirme kapasitelerini inşa edecek bir yöntem sunar. (Bu, güveni başka bir amaca hizmet etmeyen, kendi içinde bir amaç olarak tanımlamak anlamına gelmiyor, daha ziyade, makul olduğu durumlarda, aktörlerin kamu yararı hususunda iyi niyetle ve gerekli özenle davrandıklarına yönelik beklentilerin öneminin altını çizmeyi hedefliyor. Bu anlamda, eleştirel olmadan talep edilen veya sunulan güven, insanların güvenin makul olup olmadığını eleştirel bir biçimde değerlendirebildikleri ve sonrasında bu güveni sağduyulu bir şekilde verdikleri şüphecilikten farklıdır.)

12. Medya ve bilgi okuryazarı bir toplum sürdürülebilir kalkınmayı ve özgür, bağımsız ve çoğulcu medyanın ve açık bilgi ile dijital iletişim sistemlerinin gelişimini teşvik eder.

MBO'nun faydalarından yararlanabilmek için, MBO'nun Beş Yasası'nda dile getirilen kuralların (yukarıda yer alan Şekil 3) yanı sıra, aşağıdakiler de gereklidir:

1. Medya ve bilgi okuryazarlığı bir bütün olarak düşünülmelidir ve yetkinliklerin (bilgi, beceriler, tutumlar ve değerler) bir birleşimini içermelidir.
2. MBO Müfredatı eğitmenlerin ve öğrencilerin medya ve bilgi okuryazarlığını edinmelerini ve de bilgiyi, medya ve dijital araçları karar verme yetkisine sahip özerk ve eleştirel düşünen vatandaşlar olarak kullanmak suretiyle diğer öğrencilerin yanı sıra, kendi akranlarına da iletmelerini sağlamalıdır.
3. Vatandaşlar bilgiyi konumlandırmak ve tüketmek hakkında, ayrıca bilgi ve diğer içeriklerin üretimi hakkında bilgi sahibi olmalıdır.
4. Engelli bireyler, yerli halklar veya etnik azınlıklar gibi dışlanan gruplar da dahil, her yaştan kadın ve erkekler, enformasyon ve bilgiye eşit erişime sahip olmalıdır.
5. MBO kültürlerarası diyalogu, karşılıklı anlayışı ve kültürel okuryazarlığı kolaylaştıran elzem bir araç olarak görülmelidir.

EĞİTMENLER VE ÖĞRENCİLER İÇİN MBO MÜFREDATI'NIN ANA KONULARI

MBO Müfredatı ve Yetkinlik Çerçevesi, bu paket programın kullanılacağı belirli bağlamlar ışığında yorumlanmalıdır. Bu anlamda, Müfredat ve Çerçeve farklı ülke bağlamlarına uyarlanabilecek esnek bir araçtır. Temel olarak, Müfredat Çerçevesi medya ve bilgi okuryazarlığı hakkında bir çalışma programı geliştirmeyi ve bunu farklı düzeylerdeki bilgi, medya ve dijital iletişim etkileşimleri aracılığıyla gerçekleştirmeyi sağlayan bir yapıyı açıklamaktadır. Yetkinliklerin yer aldığı geniş liste, müfredatın geliştirmesi beklenen bilgi, beceri ve tutumları tanımlamaktadır.

Genel olarak, bu programda yer alan MBO Müfredatı, aşağıdaki geniş öğrenme çıktılarını, yetkinlikleri ve tutumları irdeleyerek eğitmen ve öğrencilerin MBO'yu keşfetmelerine ve anlamalarına yardımcı olmayı hedeflemektedir.

Bu rehberde toplamda 19 geniş MBO Öğrenme Çıktısı veya Yetkinliği ile 6 Toplumsal Değer/Tutum (bkz. aşağıda yer alan Şekil 4 ve Tablo 1) sunulmaktadır.

ŞEKİL 4. MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI BİLGİ, BECERİ VE TUTUMLAR

Kaynak: Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Müfredatı Kılavuz İlkeleri İçin Taslak Standartlar.[22]

22. Standards for Media and Information Literacy Curricula Guidelines, https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/files/2022/02/Global%20Standards%20for%20Media%20and%20Information%20Literacy%20Curricula%20Development%20Guidelines_EN.pdf

TABLO 1: GENİŞ MBO ÖĞRENME ÇIKTILARI VE YETKİNLİKLERİ[23]

GENİŞ MBO ÖĞRENME ÇIKTILARI		AŞAĞIDAKİ ÖZELLİKLERE SAHİP MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARI KİŞİLERİN YETKİNLİKLERİ
1.	Özel ve sivil hayatta bilgi, medya ve dijital iletişim ihtiyacını kabul etme ve dile getirme	Kişisel, toplumsal ve sivil ihtiyaç ve ilgilerle alakalı içerik, kurum ve medya ile dijital teknolojinin doğasını, türünü ve kapsamını ayırt edebilir, belirleyebilir ve ifade edebilir; kendi ihtiyaçları ile içerik hizmet sağlayıcılarının ihtiyaçları, sistemleri ve motivasyonları
2.	Kütüphaneler, arşivler, müzeler, yayıncılar, medya, dijital iletişim vb. gibi bilgi sağlayıcıların rolünü ve işlevlerini anlama	İnternette de dahil olmak üzere, medya, bilgi ve BİT sağlayıcıların toplumdaki gerekliliği ile işlevini ve dijital iletişim şirketleri ile medyanın, açık, şeffaf ve kapsayıcı toplumlar da dahil olmak üzere, sürdürülebilir kalkınmaya nasıl yardımcı olabileceğini anlayabilir.
3.	İlgili bilgi sağlayıcıların hangi koşullar altında işlevlerini yerine getirebileceğini anlama	Bilgi edinme özgürlüğü, ifade özgürlüğü ve basın özgürlüğünün; medya ve dijital iletişim platformlarının sahipliğiyle alakalı sorunların; hak temelli, açık karar verme protokol ve teknolojilerinin; ayrıca profesyonelliğin ve bilgi depoları için etik kuralların önemini anlar; çoğu içerik sağlayıcının kâr güdümlü olduğunun ve bunun kamu yararını ve halk sağlığını tehlikeye atabileceğinin farkındadır; kullanım koşullarını anlayabilir ve buna göre karar verebilir, değerlendirme yapabilir ve davranabilir; insanların nefret söylemi ve/veya mezenformasyon üretmek için dijital iletişimi kullandığı durumları fark edebilir, olumlu ve doğrulanmış anlatılar sunarak ve doğruluk kontrolü becerilerini geliştirerek bunlara nasıl karşı koyulacağını bilir ve dijital iletişim şirketlerinin hafifletme mekanizmaları ve raporlama stratejileri sağlamasının gerekliliğini anlar.
4.	Kişisel, eğitimsel, politik, kültürel, dini ve diğer sosyal ihtiyaçlara ilişkin ilgili bilgileri konumlandırma ve inceleme	Arama tekniklerini uygulayarak bilgi ve medya içeriğini etkili ve verimli bir şekilde konumlandırmanın yanı sıra provenans, sıralama mantığı ve arama sonuçları oluşturmaktan türetilen verilere dair bilgileri ve medya içeriğini değerlendirir –böylece toplumsal ve kalkınma ile ilgileri konularla bağlantı kurar.
5.	Bilgi, medya ve dijital içeriği eleştirel olarak değerlendirme	Karşılaşılan veya edinilen bilgiyi değerlendirmek için ilk kriterler uyarınca bilgi ve medyayı inceleyebilir, çözümleyebilir, karşılaştırabilir ve değerlendirebilir; komplo teorileri gibi mezenformasyon türlerini tespit edebilir ve çürütebilir; ayrıca olanakları ve potansiyel riskleri tartarak bilgi sağlayıcıları gerçeklik, yetkililik, güvenilirlik ve güncel amacı bakımından eleştirel olarak değerlendirebilir.
6.	Kişinin kendini yazılım, içerik, ilişkiler ve etkileşimlerle ilgili çevimiçi risklere karşı koruyabilmesi	Dijital güvenlik uygulamalarının farkındadır ve bu bilgiyi kendisini çevrimiçi tehlikelerden (kimlik hırsızlığı, kimlik avı, casus yazılım, virüs bulaşması, gizlilik istilası) korumak için uygulayabilir, kişisel güvenliğe yönelik tehditlerin (grooming [istismar], zorbalık, potansiyel olarak zararlı tavsiyeler, fişleme, yaşa uygun olmayan içerik, yasa dışı içerik, zarar vermeye teşvik etme, insan hakları ihlali vb.) farkındadır ve bu tür içerikleri yaymamak ve paylaşmamak gerektiğini bilir.

7.	Bilgi, medya ve dijital içeriği çözümleme, paylaşma, düzenleme ve depolama	Çeşitli yöntem ve araçları kullanarak bilgi ve medya içeriğini çözümleyebilir. Gerektiğinde, medya ve bilgi okuryazarı kişi ayrıca kendi ihtiyaçlarına ve/veya kaynaklarına uygun önceden belirlenmiş analitik kategorilere göre bilgiyi ve medya içeriği ile dijital içeriği düzenleme becerisine de sahiptir.
8.	Bilgi ve medya içeriğinden soyutlanmış fikirleri sentezleme veya bu fikirler üzerinde işlem yapma	Toplanan bilgileri, medya içeriği ile dijital içeriği harmanlayıp özetleyebilir. Bu bilgi ve içerikler toplandığında, kaynakları ilgili bilgiden soyutlayabilme ve fikirleri kullanmanın yanı sıra, bilgi ile medya içeriği ve dijital içeriklerin elde edilmesinden ve düzenlenmesinden kaynaklanan kavramları uygulamaya geçirebilir.
9.	Bilgiyi etik ve hesap sorulabilir bir şekilde kullanma ve kişinin anlayış veya bilgisini hedef kitleye uygun bir biçim ve araçla iletmesi	Enformasyon, medya içeriği ile dijital içerik ve bilgiyi etik ve etkili bir şekilde iletebilir ve kullanabilir. Ayrıca hedef kitlenin ihtiyaçlarına bağlı olarak en uygun biçim ve yöntemi seçebilir.
10.	Yazılım kullanma, bilgi işleme ve içerik üretme amacıyla BİT becerilerini uygulayabilme	Bilgi, medya içeriği ve dijital içerik aramak, bunları değerlendirmek ve oluşturmak amacıyla BİT'i kullanma becerisine sahiptir ve bilgi üretme ve yaymaya katılmak için gerekli BİT becerilerine sahiptir.
11.	Toplumsal veya ekonomik değeri olan ürün ve hizmetleri oluşturmak ve böylece girişimciliği teşvik etmek için BİT becerilerini uygulayabilme	Girişimci girişimler için bilgi, medya içeriği ve dijital içerik ile diğer hizmetleri oluşturmak amacıyla yeteneğe ve gerekli becerilere sahiptir, bu sayede bilgi ekonomisine katılabilir.
12.	BİT'i eleştirel kapasiteyle kullanabilme	BİT'in gelişimini –BİT gelişiminin süreçlerini, mekanizmalarını ve koşullarını, sahipliğini, kontrol ve yol bağımlılıklarını- anlamak için temel BİT kullanımının ötesine geçebilir.
13.	Aktif ve küresel vatandaşlar olarak içerik sağlayıcılarla etkileşime geçme	Kütüphanelerin, arşivlerin, müzelerin, medya ve dijital iletişim şirketlerinin dijital rolleri bakımından birey ve kurumları hak temelli, açık, erişilebilir ve çok paydaşlı yönetişime aktif olarak katılmaya nasıl ikna edebileceğini bilir.
14.	Çevrimiçi ve çevrimdışı gizliliği yönetme	Bir kimsenin kişiliğinin tam gelişimi ve başkalarının haklarına saygı gösterirken kendi haklarını koruyabilmesi için çevrimiçi veya çevrimdışı kişisel gizlilik haklarına duyulan ihtiyacı ve bunun değerini anlar; müdahaleler karşısında bu hakları talep edebilir; kişisel profiller ile bilginin metalaşması ve bunlardan para kazanıldığı konusunda farkındalık sahibidir; gizlilik ayarlarını/seviyelerini değiştirebilir; gizlilik ile şeffaflık, ifade özgürlüğü, bilgiye erişim arasındaki dengeyi irdeleyebilir; başkalarının kişisel bilgilerini etik bir şekilde kullanır ve başkalarının gizliliğine saygı gösterir.

23. Çeşitli kaynaklar kullanılmıştır. Bkz. the UNESCO Media and Information Literacy Assessment Framework: Country readiness and competencies, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655. Erişim tarihi: 11 Eylül 2019. Ayrıca şuradan uyarlanmıştır: Grizzle, A. (2018). Assessing Citizens' Responses to Media and Information Literacy Competencies through an online course: An Empirical Study and Critical Comparative Analysis of Experts' Views. Doctora Tezi. ISBN: 9788449084775: http://hdl.handle.net/10803/666860. Thesis Doctorals en Xarxa (TDX). Autonomous University of Barcelona, İspanya, ve ayrıca bkz. Frau-Meigs, D. (2019). A Curriculum for MIL Teaching and Learning. içinde Carlsson, U. (2019). Understanding Media and Information Literacy (MIL) in the Digital Age. Department of Journalism, Media and Communication (JMG). University of Gothenburg, Sweden.

15.	Yapay zekânın oyunlarda kullanıldığı zamanlar da dahil olmak üzere, oyunlarla etkileşimleri yönetme	Oyunların öğrenim ve sürdürülebilir kalkınma açısından faydalarını ve risklerini anlar; oyunlarla etkileşime girerken ne zaman özgürlüklerden taviz verilebileceğini anlar; oyunların gelişimini teşvik etmeye katılır; yapay zekâ ve oyunların şeffaflığı ve denetimini nasıl savunacağını bilir; gizlilik ile yapay zekâ ve oyunlarla etkileşim arasındaki bağlantıları izler..
16.	Bilgiye erişimi, ifade özgürlüğünü, kültürlerarası diyalog ile dinlerarası diyalogu, demokratik katılımı ve toplumsal cinsiyet eşitliğini teşvik etmek ve her türlü eşitsizlik, hoşgörüsüzlük ve ayrımcılığa karşı savunuculuk yapmak için (ister çevrimdışı isterse çevrimiçi varlığa ya da her ikisine da sahip) medya kurumlarıyla ve bütün içerik sağlayıcılarla etkileşime geçme	Bilgiye erişim, ifade özgürlüğü hakkı, fikir özgürlüğü (nefret söylemine katılmaksızın), kültürlerarası diyalog, etik açıdan bilinçli bir şekilde çeşitli araçlarla demokratik söyleme katılmak için içerik hizmet sağlayıcılarla etkileşim vasıtasıyla sosyal katılımın değerinin farkındadır.
17.	MBO'yu diğer sosyal okuryazarlık biçimlerine uygulama	Eleştirel düşünme yetkinliklerinin, sağlık okuryazarlığı, finansal okuryazarlık, bilim okuryazarlığı, kültürlerarası okuryazarlık ve diğer sosyal okuryazarlık biçimlerini ele almaya nasıl entegre edileceğini anlar.
18.	MBO'yu sorun çözmeye ve işbirliğine uygulama.	Hayatın fırsatlarının ve zorluklarının bilgi temelli olduğunun farkındadır; fikir geliştirmek ve problem çözmek için enformasyon ve bilgileri birleştirmek amacıyla başkalarıyla fiziksel olarak veya teknoloji ve medya aracılığıyla nasıl iletişim kuracağını anlar.
19.	Nefret söylemi ile şiddet içeren aşırıcılık amacıyla tasarlanan içeriği nasıl ayırt edeceğini ve bunlara nasıl yanıt vereceğini bilme	İçeriklerin nefreti ve şiddet içeren aşırılıkları nasıl hafifletebileceğini veya yayabileceğini anlar; ayrımcılığı ve nefret söylemini ayırt edebilir ve bu tür içeriklerle karşılaştığında hangi adımları atacağını bilir.

MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI YETKİNLİKLERİNİN TEŞVİK EDEBİLECEĞİ DEĞER VE TUTUMLAR	
20.	Kültürlerarası diyalog ve dinlerarası diyalog
21.	İfade özgürlüğü, bilgi edinme özgürlüğü, katılım özgürlüğü
22.	Hoşgörü ve başkalarına saygı
23.	Benlik farkındalığı ve kişinin kendi görüşlerini değiştirmesinin değeri
24.	Uluslararası insan hakları standartlarının anlaşılması
25.	Sürdürülebilir kalkınma, dayanışma ve barış

MÜFREDAT ÇERÇEVESİ

UNESCO'nun öncülüğündeki uzman grup toplantılarının tavsiyelerine, istişarelere[24] ve çerçeveye eşlik etmek üzere müfredatta çeşitli yazarların geliştirdiği modüllere dayanarak, bu eğitmenler ve öğrenciler için MBO müfredatının çerçevesini oluşturan birbiriyle bağlantılı üç tematik alan betimlenmiştir. Bu alanlar:

1. Sürdürülebilir kalkınma, barış ve demokratik söylemler ve toplumsal katılım için enformasyon, medya ve dijital iletişimlere dair bilgi ve anlayış.
2. İçerik ve bununla bağlantılı kurumların evrimi.
3. İçeriklerin üretimi ve kullanımı.

Bu alanlar, aralarındaki gelişen ilişkiyi betimlemek ve bu Eğitmenler ve Öğrenciler İçin MBO Müfredatı UNESCO modeli için (bkz. Tablo 1) bir müfredat çerçevesi oluşturmak amacıyla genel eğitim ve öğretmen geliştirme ile ilintili altı kilit alanla ilişkilendirilmiştir. UNESCO, MBO'nun geliştirilmesi ve eğitim ile toplumun tüm düzeylerine entegre edilmesi için daha geniş bir politika geliştirme bağlamı ve bu konuyla ilgili kılavuz ilkeler sunmak amacıyla, Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Müfredatları Kılavuz İlkeleri İçin Taslak Standartlar[25] ve Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Politika ve Strateji Kılavuz İlkeleri'ni[26] hazırlamıştır.

24 Bu belge, MBO Müfredatı'nın birinci edisyonu için 2008'de başlayan ve bu ikinci edisyon için 2019/2020'de tekrarlanan bir dizi uzman grup toplantısına ve istişareye dayanmaktadır.

25 Standards for Media and Information Literacy Curricula Guidelines, https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/files/2022/02/Global%20Standards%20for%20Media%20and%20Information%20Literacy%20Curricula%20Development%20Guidelines_EN.pdf

26 Media and Information Policy and Strategy Guidelines. UNESCO, Paris, 2013.

TABLO 2: EĞİTMENLER İÇİN MBO MÜFREDATI ÇERÇEVESİ

MÜFREDAT BOYUTLARI			
Kilit müfredat alanları	Sürdürülebilir kalkınma ve demokratik söylemler için enformasyon bilgisi	İçeriğin değerlendirilmesi	İçerik üretimi ve kullanımı
Müfredat ve değerlendirme	İçerik sağlayıcılar, işlevleri ve bu işlevleri yerine getirmek için gereken koşullara dair bilgi	İçeriği değerlendirme kriterlerine dair anlayış	İçeriğin nasıl üretildiğini, sosyal ve kültürel bağlamı; vatandaşlar tarafından kullanımlarını ve amaçlarını keşfetmeye yönelik beceriler
Eğitimcilerin mesleki gelişimi	Sivil eğitim, mesleki topluluğa ve toplumda yönetişime katılım için MBO bilgisi	Medya ve bilginin değerlendirilip yönetilmesi ve mesleki öğrenme için dijital etkileşim kaynakları	Liderlik ve aktif vatandaşlık; MBO'nun teşvik edilmesini ve eğitimciler ile öğrencilerin gelişimi için kullanılmasını savunma
İçerik	Medya kurumları, kütüphaneler, müzeler, kitaplar vb. gibi çevrimiçi veya çevrimdışı geleneksel içerik sağlayıcılardan gelen içerikler	İçeriğin kurumsal veya bireysel kaynaklarla bağlantılı ayırt edici özellikleri	İçerik kullanımı, üretimi/oluşturulması ve algoritma sıralaması yoluyla veya paylaşarak yayılması
Düzenleme ve yönetim	MBO ders planlarının geliştirilmesine dair bilgi	Medya ve bilgi okuryazarlığı aracılığıyla işbirliği	Medya ve bilgi okuryazarlığını yaşam boyu öğrenmeye uygulama
Pedagoji	İçeriğin çekirdek müfredat/öğrenim alanları ve söylemlere entegrasyonu	Problem çözmek için içeriğin ve içerik sağlayıcıların değerlendirilmesi	Kullanıcı tarafından üretilen içerikler ve bunların öğretim ve öğrenim için kullanımı
Politika ve vizyon	Medya ve bilgi okuryazarı eğitmen ve öğrenme alanlarının hazırlanması	Medya ve bilgi okuryazarı öğrencilerin/ vatandaşların hazırlanması	Medya ve bilgi okuryazarı toplumları teşvik etme

POLİTİKA VE VİZYON

MBO'nun bütün eğitim düzeylerine ve genel olarak topluma sistemli ve ilerici bir şekilde dahil edilmesini sağlamak için ulusal politikalar gerekli olacaktır. Ulusal eğitim, BİT, gençlik, içerik ile bağlantılı kurumlar ve endüstriler, kültür politikaları, ifade özgürlüğü ve bilgi edinme özgürlüğüne ilişkin yasaların uygulanması ve diğer sürdürülebilir kalkınma politikaları ile bunların medya ve bilgi okuryazarlığı politikalarıyla kesişimine dair bir anlayış, bu bağlamda başlangıç noktası olmalıdır. MBO politikalarının mevcut olmadığı yerlerde, konu şu olmalıdır: Eğitmenler ve öğrenciler bunları savunmak için nasıl bir rol üstlenebilirler? Bu politikalar mevcutsa, ne kadar yararlı ve günceller? Uluslararası standartları ve alandaki iyi politikaları ne derece yansıtıyorlar? Nasıl güncelleştirilebilirler? Bu bakımdan, MBO Müfredatı'nın kilit bir yönü de medya ve bilgi okuryazarlığının "politika ve vizyon"una ve bunun her düzeyde ve her türlü eğitim ve toplum açısından yansımalarına ilişkin bir tartışmadır. Bu tartışma, bir politika ve vizyon analizine ve bunların medya ve bilgi okuryazarı eğitmen ve öğrencilerin hazırlanmasıyla nasıl bir ilişkisi olduğuna ilişkin bir tahlile yol açmalıdır. Son olarak, eğitmenlerin medya ve bilgi okuryazarı toplumları teşvik etmekteki rolüne dikkat çekmelidir. UNESCO Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Politika ve Strateji Kılavuz İlkeleri[27] bu kapsamda adım adım izlenebilecek bir süreç önermektedir.

SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA, BARIŞ, DEMOKRATİK SÖYLEM VE TOPLUMSAL KATILIM İÇİN ENFORMASYON, MEDYA VE DİJİTAL İLETİŞİM BİLGİSİ

Bu geniş tematik alanın hedefi, medya ve bilgi okuryazarlığının, eğitmenlerin, öğrencilerin ve genel olarak tüm vatandaşların sürdürülebilir kalkınmayı, ifade özgürlüğünü, çoğulculuğu, kültürlerarası diyalogu ve hoşgörüyü, gerek küresel vatandaşlığın olası kolaylaştırıcıları gerekse kamu yararına, demokratik tartışmalara ve iyi yönetişime katkıda bulunanlar olarak içerik sağlayıcılarla etkileşime geçme kabiliyetini nasıl geliştirebileceklerine dair eleştirel bir anlayış geliştirmektir. Bu kısmın sonunda yer alan Şekil 5 bu ilişkiyi sergilemektedir. Bu tema, aşağıdakiler gibi, kütüphaneler, medya ve dijital iletişim şirketleri vb. de dahil olmak üzere çeşitli içerik sağlayıcıların işlevlerine ve önemine ilişkin birbiriyle örtüşen bir dizi konuyu kapsamaktadır:

- Vatandaşların birbiriyle iletişim kurabileceği ve kendi haklarını savunabilecekleri kanalların sağlanması;
- Bilginin kamu yararı için depolanması, işlenmesi, çözümlenmesi ve yayılması;
- Anlatıların, fikirlerin ve bilginin yayılması;

27 Media and Information Policy and Strategy Guidelines. UNESCO, Paris, 2013

- Yöneticiler ile yönetilenler ve rakip özel temsilciler arasındaki bilgi asimetrisini düzeltme;
- Çeşitli toplumsal aktörler arasındaki bilinçli tartışmaları kolaylaştırma ve anlaşmazlıkların demokratik araçlarla çözülmesini teşvik etme;
- Toplumun kendi hakkında bilgi edineceği ve bir topluluk bilinci geliştirebileceği bir araç sağlama;
- Kültürel ifade, uluslar bünyesinde ve farklı uluslar arasındaki kültürel uyum ile sürdürülebilir kalkınma için bir araç sunma;
- Tüm biçimleriyle hükümetin bekçi köpeği görevini üstlenme, yolsuzlukları ve kurumsal suçları ifşa ederek kamusal yaşamda şeffaflığı ve güç sahibi kimselerin kamu tarafından denetimini teşvik etme;
- Toplumsal ve ekonomik verimliliği artırmak için bir araç işlevi görme;
- Sürdürülebilir kalkınma ve demokratik süreçleri kolaylaştırma ve özgür ve tarafsız seçimler güvencesiyle buna yardımcı olma;
- Çoğulcu değerlere saygı gösterirken kendi çapında bir savunucu ve toplumsal aktör görevi üstlenme (haber medyası);
- Toplumun kolektif belleği işlevi görme (kütüphaneler);
- Kültürel mirası koruma;
- Bilgiye açılan bir kapı sunma;
- Kamunun erişimini sağlayarak dijital uçurumun kapatılmasına yardımcı olma;
- Kütüphanelerin, arşivlerin ve müzelerin bilgi kurumları ve eğitim kaynağı merkezleri olarak görülmesine olanak sağlama;
- Kütüphanelerdeki bütün bilgi kaynakları türlerinin kullanımını teşvik etme;
- Öğretmeyi, öğrenmeyi ve akademik kütüphaneler aracılığıyla öğrenme hakkında öğrenmeyi kolaylaştırma, ve;
- Kütüphane kullanıcılarını yetiştirme.

(UNESCO Medya Gelişimi Göstergeleri, 2008'den uyarlanmıştır)

UNESCO Medya Gelişimi Göstergeleri'nde Kosova'ya yapılan bütün atıflar Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'nin 1244 sayılı kararı (1999) bağlamında anlaşılmalıdır.

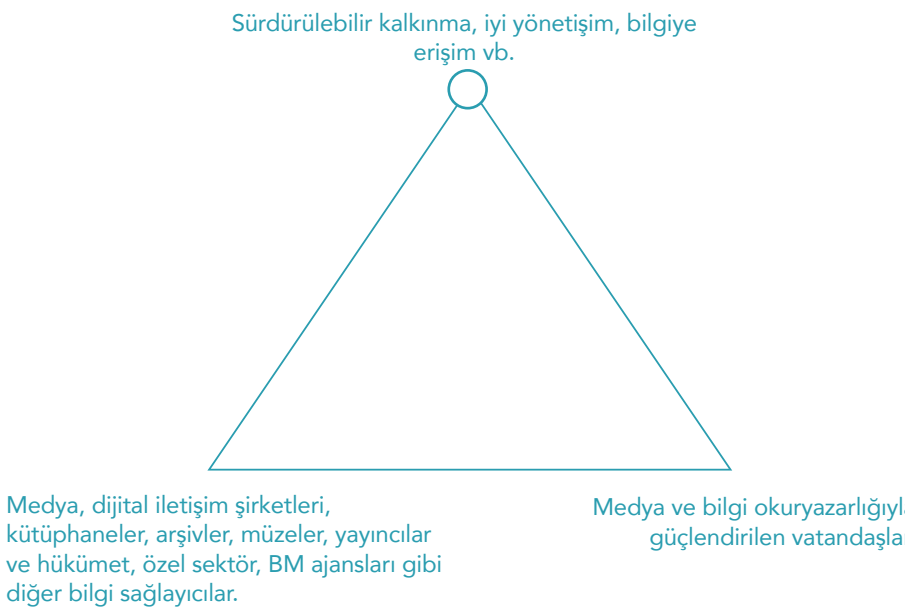
Sürdürülebilir kalkınma, demokrasi ve iyi yönetişimin temel direklerinin kurulması – örneğin, şeffaflık, hesap sorulabilirlik ve sivil katılım- açık bilgi, medya ve dijital sistemler olmadan zordur. Bu sistemler canlı bir sivil toplum veya "sivil kültür"ü teşvik etmeye hizmet edebilir. Bu işlevler şunları içerir:

- Anlaşılabilir olan ve farklı insan grupları ile ilgili enformasyon ve bilgiye eşit erişimi sağlama; açık tartışma ve müzakereler için bir platform sağlama.
- Sürdürülebilir kalkınma, demokrasi ve iyi yönetişim değerlerini destekleyen değerlere ve usullere sadakati cesaretlendirme ve bağlılığı sürdürme.

MBO Müfredatı medya ve bilgi okuryazarlığını öğretim ve öğrenim pratiklerine, öğrencilerin seslerine, çeşitliliğine değer veren ve toplumsal cinsiyet temsiliyetine duyarlı bir şekilde entegre edilmesindeki becerileri geliştirecek içeriği eğitmen ve öğrencilere sunar. Burada mesele, kişinin farklı anlayışları ve bakış açılarını geliştirmek amacıyla kendini ifade etmesi ve münferit seslerin gücünü artırmak için içerik sağlayıcılarla nasıl etkileşime geçebileceğidir.

Bilgi kurumları (kütüphaneler, basın kuruluşları ve dijital iletişim şirketleri) mesleki öğrenmede genişleyen katılım için uygun platformlar sunmaktadır. Bazı ülkelerde, bunlar açık ve uzaktan eğitim (AUE) ve eğitmenler için sürekli mesleki gelişim (SMG) alanlarında bile kullanılabilir. Bu Müfredat, farklı bilgi ve iletişim sistemlerinin eğitmenlerin kendi mesleki topluluklarına katılımlarını iyileştirmek üzere nasıl kullanılabileceğini inceliyor. Farklı toplumsal bağlamlarda ve coğrafi konumlarda çalışan eğitmenler mesleki eğitim ve uygulamaları hakkında bilgi ve enformasyon paylaşımı yapabilirler.

ŞEKİL 5: MBO VE SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA İLE DEMOKRASİ İÇİN ÖNEMİ



BİLGİ, MEDYA VE DİJİTAL İLETİŞİMİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Problem çözme ve eleştirel düşünme günlük hayatta olduğu kadar her konudaki öğrenimin de temelini oluşturur. Sorunlar, farklı kaynaklardan gelen içeriklerin eleştirel olarak değerlendirilmesi için fırsatlara dönüşür.

Burada hedef eğitmenlerin ve öğrencilerin, normatif olarak içerik sağlayıcılara atfedilen belirli kamu hizmeti işlevlerine dayanarak kaynakları ve ilgili bilgiyi değerlendirme kapasitesini artırmaktır. Eğitmenler ve öğrenciler yararlı ve yanlı veya zararlı içerikleri tespit ve analiz etmek için MBO yetkinlikleriyle donatılmış olmalı, ilgili mesajların yapısal çözümlemesini yapabilmeli ve bunları eleştirel bir biçimde ele alabilmelidir. Bir diğer hedef de eğitmen ve öğrencileri, söz konusu sistemler beklenen rollerinin dışına çıktığında alınabilecek önlemlere ilişkin bilgiyle donatmaktır. Eğitmenler, MBO yetkinliklerinin örgün ve yaygın eğitim ortamlarında ve bunlar için üretilen içeriklerle nasıl bir ilgisi olduğunu inceleyebilecek durumda olmalıdır. Burada önemli olan mesele, eğitim sistemlerindeki bilgi ve içeriklerin de yanlı, basmakalıp, eksik ve hatta bazen hatalı olabileceğidir. Örneğin, eğitmenler ders kitaplarında, müfredatta veya araştırmalardan kaynaklanan içeriklerdeki toplumsal cinsiyet, ırk, dini ve diğer temsiliyet biçimlerini, ayrıca medya ve dijital iletişim sistemlerinden çıkan bilgiyi ve çeşitlilik ile çoğulculuğun yerel ve küresel düzeylerde ele alınma biçimlerini inceleyebilmelidir.

Son olarak, eğitmenler ve öğrenciler genel olarak içerikleri, ayrıca çeşitli kaynaklardaki belirli metinleri nasıl yorumladıklarını ve bunun kendi öğrenimlerini ve sosyal katılımlarını nasıl geliştirdiğini veya engellediğini değerlendirme kapasitesi geliştirmelidir.

İÇERİK ÜRETİMİ VE MBO İÇİN VE KAPSAMINDA KULLANIMI

Belirli bir dizi öğrenme hedefine ve öğrenme ihtiyacına yönelik olarak medya ve bilgi okuryazarlığı materyallerini ve araçlarını seçme, uyarlama ve/veya geliştirme ve kullanma yeteneği, eğitmenler ile öğrencilerin edinmesi gereken beceriler olmalıdır. Buna ek olarak, eğitmenler, özellikle içerik üretimiyle ilgili olarak, öğrencilerin bu araçları ve kaynakları kendi öğrenimlerinde uygulamalarına yardımcı olacak becerileri geliştirmelidir.

İçerik üretimi ve kullanımı, eğitmenler ve öğrencilere ilişkin olarak araştırmayı ve yansıtıcı düşünmeyi teşvik eden bir öğrenci merkezli pedagojiyi desteklemelidir. Burada, akademik araştırma becerilerinin yanı sıra, içeriklerin yaşam döngüsünün temellerini anlamanın daha fazla üzerinde durulmalıdır. Yaparak öğrenme 21. yüzyılda bilgi ediniminin önemli bir yönüdür. İçerik üretimi eğitmenler ile öğrencilere, örgün öğretim ortamları bünyesinde ve bunların dışında katılımcı ortamlarda metin ve görüntülerin üretimini inceleyerek, kendilerini öğrenmeye verecekleri bir alan sunar. Eğitmenler, öğrencilerin katılımcı öğrenim yetkinliklerini geliştirebilmeleri için bu süreçte aktif bir rol oynamalıdır.

Kullanıcılar tarafından üretilen içerik, çoğu dijital iletişim şirketi için olduğu kadar geleneksel medya için de caziptir. Sosyal ağ platformlarının diğer kullanıcılarıyla etkileşim, genç insanların çeşitli hizmet sağlayıcı platformlar aracılığıyla internete erişim sağlamasının giderek daha da önem kazanan bir nedenidir. Bu durum gelişmiş ülkelerle sınırlı değildir: Afrika, Güney Asya, Latin Amerika ve Karayipler'de giderek daha fazla vatandaş mobil teknolojilere erişim kazanmakta ve bunu mesaj alıp yollama ve kendi hayatlarını etkileyen toplumsal, sürdürülebilir kalkınma ile ilgili ve politik konularda tartışmalara katılmak için kullanmaktadır. Aynı zamanda, eğlence içerikleriyle ve reklamlarla, sahte ve yanıltıcı içeriklerin yaygınlığının nasıl yönlendirileceğiyle etkileşime girmektedirler.

Eğitmenler ve öğrenciler ilgili yetkinlikleri geliştirdikçe ve öğretim uygulamaları için medya içeriklerini ve dijital içerikleri üretme ve kullanma konusunda güven kazandıkça, medya ve bilgi okuryazarlığını öğrenim müfredatı kapsamında teşvik etmenin öncüleri olmaya doğru yol alırlar. Çeşitli işlevler için MBO'yu öğretme ve öğrenmekte yeterliliklerini geliştirdikçe, eğitmenler ve öğrenciler öğrenim alanları, sosyal ortamlar ve daha geniş toplumda MBO'nun savunucuları ve akran eğitimcileri haline gelirler.

EĞİTMENLERİN ÇEKİRDEK YETKİNLİKLERİ

Tablo 3 MBO ile öğretmenler/eğitmenler için belirlenmiş müfredat alanları arasında daha fazla bağlantı kurmaktadır.

Bu beceriler, eğitmenlerin MBO Müfredat Çerçevesi'nde yer alan unsurların altında edinmeleri ve sergilemeleri beklenen çekirdek yetkinlikleri yansıtmaktadır. Tablo 3, eğitmenlerin müfredat alanlarıyla ilgili becerileri ne derecede geliştirdiklerinin değerlendirilmesi sırasında, genel olarak beklenen çıktıların neler olması gerektiğini göstermektedir.

TABLE 3: UNESCO MIL CURRICULUM GOALS AND EDUCATOR SKILLS

MÜFREDAT ALANLARI	MÜFREDAT AMAÇLARI	ETKİNLEŞTİRİLECEK EĞİTMEN BECERİLERİ
Politika ve vizyon	Eğitmenleri MBO için gereken politikalara ve vizyona duyarlı hale getirme	Eğitmenler MBO'yu desteklemek için gerekli olan politikaları ve bunların eğitimde (ve toplumda) nasıl hayata geçirilebileceğini anlarlar. Ayrıca, MBO'nun yaşam becerilerine ve sivil eğitim ile küresel vatandaşlık eğitimi bağlamındaki daha geniş kapsamlı gelişmeye nasıl katkıda bulunduğunu da anlamalıdırlar.
Müfredat ve değerlendirme	MBO kaynaklarının kullanımını ve uygulanmasını vurgulama	Eğitmenler MBO'nun okul müfredatında nasıl kullanılabileceğini anlarlar. İçerik sağlayıcılara atfedilen işlevler ışığında bunların çeşitliliğini eleştirel olarak değerlendirebilirler; bu nedenle MBO'yu sağlamak için içerik sağlayıcılardan edinilen geniş kapsamlı materyaller arasından seçim yaparlar. Öğrencilerin MBO'ya ilişkin anlayışlarını değerlendirmelerini sağlayacak becerileri vardır.

Bilgi, medya ve internet kurumları	Kütüphaneler, arşivler, müzeler, medya, dijital iletişim şirketleri vb. gibi bir dizi bilgi sağlayıcıya dair bilgiyi geliştirme	Eğitmenler bütün içerik sağlayıcıların günümüzdeki biçimlerine nasıl evrildiğini bilir ve anlar. Farklı hedef kitlelere ulaşmak için mevcut teknolojileri kullanırken beceriler geliştirirler. Eleştirel düşünme ve problem çözme becerilerini geliştirmek ve bunları öğrencilerine aktarmak için çeşitli içerik kaynaklarını kullanırlar.
Düzenleme ve yönetim	Eğitmenlerin tüm öğretme ve öğrenmeye etkili katılım için öğrenme alanlarını düzenleme, kapasitesini geliştirme, ve içerik kaynaklarının bunu başarmanın ayrılmaz bir parçası olması	Medya ve bilgi okuryazarı eğitmenler öğrenme alanlarının düzenlemesini anlamalıdır; öğrenme ve öğretmede çeşitli içerik sağlayıcıların sivil eğitim ve yaşam boyu öğrenmedeki kullanımını en yüksek düzeye çıkaran koşulları oluşturabilirler; bu, öğrenme alanlarını sosyal çevreye ve toplumsal cinsiyete bakmaksızın farklı görüşlere ve bakış açılarına saygılı kılan biçimlerde düzenlemeyi öğrenme konusunda beceri göstermeyi de içerir.
Pedagoji	Medya ve bilgi okuryazarlığını öğretmek için eğitmenlerin pedagojik uygulamalarında değişimi etkileme	Medya ve bilgi okuryazarı eğitmenler öğrencilerine medya ve bilgi okuryazarlığını öğretmek için gerekli olan becerileri kazandırmalıdır. MBO'yu iyi yönetişim, sürdürülebilir kalkınma ve kültürlerarası diyalog bakış açılarından öğretme yeteneğine sahiptirler. Öğrencilerin medya ve bilgi okuryazarlığını öğrenmelerini desteklemede ilk adım olarak öğrencilerin bütün içerik sağlayıcılarla etkileşimleri ve bunlara verdikleri yanıtlar hakkında bilgi edinirler. Ayrıca eğitmenler, öğrenciler için anlamlı olacak ve onları vatandaş olarak rollerine hazırlayacak öğrenme alanları oluşturmak üzere MBO disiplininin merkezi kavramlarını, sorgulama araçlarını ve yapılarını anlarlar.
Eğitmenlerin mesleki gelişimi	Yaşam boyu öğrenme ve mesleki gelişim için içerik kaynaklarının kullanımına ilişkin eğitimi destekleme	Eğitmenler, kendi mesleki gelişimlerini desteklemek amacıyla, bilgiye erişim sağlamak ve alan bilgisi ile pedagojik bilgi edinmek için teknolojiyi kullanmayı ve içerik sağlayıcılarla etkileşime girmeyi gerektiren becerilere sahiptir.

Bu çerçeve zengin bir MBO müfredatı sağlayan 14 çekirdek modül sunmaktadır. Modüller, eğitmenler, bütün toplumsal aktörler ve kurumlar tarafından kendi ülkelerine uyarlanabilecek konuların, öğrenme hedeflerinin, içeriklerin ve aktivitelerin ana hatlarını sunmaktadır. MBO müfredat modülleri, ünite ve temaları ile bağlantılı aşağıda yer alan yetkinlikler listesi, eğitmenlerin modüller arasında ilerleme kaydederken edinmeleri beklenen belirli bilgi ve becerilerin altını çizmektedir. Modüller, eğitim amacıyla belirli bir MBO programı için seçildiği durumlarda, bu yetkinliklerin çoğunu kapsamalıdır. Aşağıdaki listede yer alan yetkinlikler, 14 modülde listelenen bütün yetkinliklerin yalnızca bir örneğidir. Her ünitenin başında yer alan ayrıntılı yetkinlikler/öğrenme çıktıları için modüllere bakınız.

MBO YETKİNLİĞİ 1:

Bilgi, Medya ve Dijital İletişimin Sürdürülebilir Kalkınma ve Demokrasideki Rolünü Anlama

Bu yetkinlik ile ilgili MBO Müfredatı'nda yer alan modüller şunları içerir:

1. Modül, Başlangıç Modülü: Medya & Bilgi Okuryazarlığına & diğer Ana Kavramlara Bir Giriş; **2. Modül,** Bilgi ve Teknolojiyi Anlama; **14.Modül,** İletişim ve Bilgi, MBO ve Öğrenme – Bir Bitirme Modülü; **13 Modül,** Medya, Teknoloji ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri: MBO Bağlamı.

MBO eğitmeni, aktörü veya öğrencisi tüm içerik sağlayıcıların normatif işlevlerine aşina olmaya başlayacak ve bunların vatandaşlık ve bilinçli karar verme bakımlarından taşıdığı potansiyel önemi anlayacaktır.

Bu yetkinliğin çıktıları eğitmen ve öğrencilerin şu yetenekleri sergilemesini içermelidir:

- Kilit öğrenme hedefleri/unsurları ile medya ve bilgi okuryazarlığının yakınsamasını tespit etme;
- Bütün içerik sağlayıcıların sürdürülebilir kalkınma ve demokratik toplumlardaki normatif kamu hizmeti işlevlerini tespit etme, tanımlama ve değerlendirme;
- MBO ile SKH arasındaki bağlantıyı anlama; MBO'nun kalkınma ile ilgili çeşitli konulara uygulanmasını açıklama;
- Kütüphaneler, medya ve dijital iletişim şirketleri tarafından kullanılan ana kavramları anlama ve açıklama;
- Bu kavramlara dair bilginin kullanıcıların/vatandaşların içerik sağlayıcılarla eleştirel biçimde etkileşime girmesine nasıl yardımcı olacağını anlama;
- İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin (İHEB) 19. Madde'sinde güvence altına alınan ifade özgürlüğü, bilgi edinme hakkı ve temel haklar gibi ana kavramlara dair anlayış sergileme;
- Medya ve bilgi okuryazarlığı, vatandaşlık, sürdürülebilir kalkınma ve demokrasi arasındaki ilişkiyi yorumlama ve tarif etme;
- Kültürlerarası diyalogun aktörleri olarak her türlü içerik sağlayıcıda farklı seslerin ve bakış açılarının çoğulluğunu ve bunların neden önemli olduğunu izah etme;
- Editoryal bağımsızlık, mesleki standartları ve hesap sorulabilirliği tanımlama;
- Gazeteciliği kamu hizmeti alanındaki bir doğrulama disiplini olarak açıklama;
- Bilgi, medya ve teknoloji etiğini izah etme ve bunlar ihlal edildiğinde tespit edebilme.

MBO YETKİNLİĞİ 2:

İçeriği ve Kullanımlarını Anlama

Bu yetkinlik ile ilgili MBO Müfredatı'nda yer alan modüller şunları içerir:

2. Modül, Bilgi ve Teknolojiyi Anlama; **6. Modül,** Medya ve Bilgide Temsiliyet: Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğini Vurgulama; **7.Modül,** Medya ve Teknoloji İçeriği Nasıl Etkiler; **5 Modül,** Hedef Kitle ve Küresel Vatandaşlık; **10. Modül,** Reklam ve Medya ve Bilgi Okuryazarlığı; **11. Modül,** Yapay Zekâ, Sosyal Medya ve MBO Yetkinlikleri; **13. Modül,** Medya, Teknoloji ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri: MBO Bağlamı.

MBO eğitmeni, aktörü veya öğrencisi insanların bilgi, medya ve dijital teknolojileri kişisel ve kamusal hayatlarında nasıl kullandıklarına, vatandaşlar ile içerik arasındaki ilişkilere, ayrıca bunların çeşitli amaçlarla kullanımına ilişkin bilgi ve anlayış sahibi olduğunu gösterebilecektir.

Bu yetkinliğin çıktıları eğitmen ve öğrencilerin şu yetenekleri sergilemesini içermelidir:

- İçerik, bağlam ve sağlayıcılar tarafından öngörülen değerleri yorumlama ve bunlar arasında bağlantılar kurma;
- Enformasyon ve bilgi toplumlarında bilgi ve bilgi okuryazarlığı becerilerinin rolünü ve önemini tanımlama;
- MBO ile küresel vatandaşlık arasındaki bağlantıyı tarif etme ve bunun öğrenme ile ilgisini tanımlama;
- Bireylerin ve hedef kitlelerin içerikleri farklı biçimlerde yorumlamasını etkileyebilecek etmenler de dahil olmak üzere, hedef kitle kavramını inceleme;
- Bir ortak insanlığa aidiyetin, paylaşılan değer ve yükümlülüklerin, empatinin, dayanışma ve farklılıklar ile çeşitliliğe saygının faydalarını listeleme;
- Üretim, mesaj, etkileşim ve hedef kitle arasındaki dinamik, birbiriyle ilişkili ve potansiyel olarak dönüştürücü ilişkileri inceleme;
- Yapay zekâ ve sosyal medyanın kalkınma için bazı genel kullanımlarını tespit etme ve listeleme;
- Yapay zekâ geliştiren ve kullanan bazı önemli aktörleri saptama;
- Yapay zekâ etiği, yönetişim ve düzenlemelerin temel prensiplerini anlama ve anlatma;
- Bilgi ve medya içeriğindeki kalıp yargıları çözümlemek için stratejiler kullanma (örneğin, toplumdaki bazı grupların zararına başka grupların çıkarlarına hizmet eden kalıp yargıları ayırt etme; toplumsal cinsiyet ve ırksal kalıp yargılar da dahil olmak

üzere, görsel medyada kullanılan ve kalıp yargıları sürdüren teknikleri saptama ve bunların yapısal olarak çözümlemesini sağlama);

- Reklamcılıkta (ve diğer içerik türlerinde) kullanılan ve karar verme sürecini ve davranışları etkilemeyi hedefleyen çeşitli teknikleri tespit etme, çözümleme ve eleştirme;
- İçerikteki temsiliyetleri, yanlış temsiliyetleri ve temsiliyet eksikliğini inceleme;
- Özel hayatın gizliliği, kişisel gelişim ve sosyal kalkınma arasındaki etkileşimi irdeleme;
- "Aktif" hedef kitleler kavramının reklamcılığa ve stratejik iletişime nasıl uygulandığını, veya daha belirgin bir biçimde hedef kitlelerin anlamı nasıl söyleştiklerini (bazı reklamların başarılı olup da bazılarının olmamasını nasıl açıkladığımız) izah etme;
- Reklamcılığın içerik ve hizmetler üzerindeki etkisini değerlendirme;
- Reklamcılıkta duygusal çekiciliklerin kullanımı, mezenformasyon ve dezenformasyon göz önüne alındığında, bilinçli bir vatandaşlık sürdürebilmek için stratejiler tavsiye etme;
- Kamu hizmeti yayıncılarının (KHY) ayırt edici özellikleri ile önemini anlama ve anlatma.

MBO YETKİNLİĞİ 3:

Bilgiye Etkili ve Verimli Bir Şekilde Erişme ve Etik Kuralların Uygulanması

Bu yetkinlik ile ilgili MBO Müfredatı'nda yer alan modüller şunları içerir:

1. Modül, Başlangıç Modülü: Medya & Bilgi Okuryazarlığına & diğer Ana Kavramlara Bir Giriş; **9. Modül,** İnternetin Olanakları ve Zorlukları; **3.Modül,** Araştırma, İçerik Döngüsü, Dijital Bilginin İşlenmesi, Fikri Mülkiyet; **8. Modül**, Özel Hayatın Gizliliği, Veri Koruma ve Siz.

MBO eğitmeni, aktörü veya öğrencisi belirli bir görev için gereken içerik türlerini belirleyebilecek ve ilgili içerikleri etkili ve verimli bir şekilde araştırabilecek ve bunlara erişim sağlayacaktır.

Bu yetkinliğin çıktıları eğitmen ve öğrencilerin şu yetenekleri sergilemesini içermelidir:

- Araştırmayla ilgili amaçlar veya bilgi elde etme amaçları için gerekli olan içeriğe erişim sağlamak için etkili ve verimli yaklaşımları seçme;
- Veritabanlarında arama komutlarının nasıl kullanıldığını öğrenme;

- İçerik sağlayıcıların (internet arama motorları, kütüphaneler, müzeler ve arşivler de dahil olmak üzere) dijital bilginin korunmasında oynadığı rolü anlama;
- İlgili teknikleri (arama motorları, konu dizinleri ve ağ geçitleri) kullanarak internette arama yapma;
- Gerekli içeriğe erişim sağlamak için anahtar sözcükleri ve ilgili terimleri tespit etme;
- Çeşitli tür ve biçimlerdeki potansiyel içerik kaynaklarını tespit etme. İçerik kararları almakta ve seçimleri yapmakta kullanılan kıstasları tanımlama;
- Temel bilimler okuryazarlığı ve MBO'nun anlamları ve bunlar arasındaki ilişkiyi anlayabilme;
- Bilgi düzenlemenin temel yönlerini, yani içeriği konumlandırmak için sınıflandırma şemaları kullanma (örneğin, kütüphane koleksiyonu sınıflandırmaları, dizinler, araştırma özetleri, kaynakçalar, veritabanları vb.) tanımlama ve bunlara dair bir anlayış geliştirme;
- Creative commons lisansı ve telif hakkı lisanslama da dahil olmak üzere telif hakkı kanunlarını anlama ve uygulama;
- Eser sahibi ile eser maliki arasındaki farkı anlama;
- Fikri mülkiyetin önemini ve farklı türlerini anlayabilme.

MBO YETKİNLİĞİ 4:

Bilgiyi ve Bilgi Kaynaklarını Eleştirel Olarak Değerlendirme ve Etik Uygulamalar

Bu yetkinlik ile ilgili MBO Müfredatı'nda yer alan modüller şunları içerir:

1. Modül, Başlangıç Modülü: Medya & Bilgi Okuryazarlığına & diğer Ana Kavramlara Bir Giriş; **2. Modül,** Bilgi ve Teknolojiyi Anlama; **3. Modül**, Araştırma, İçerik Döngüsü, Dijital Bilginin İşlenmesi, Fikri Mülkiyet; **9. Modül**, İnternetin Olanakları ve Zorlukları; **5. Modül**, Hedef Kitle ve Küresel Vatandaşlık; **6. Modül**, Medya ve Bilgide Temsiliyet: Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğini Vurgulama; **10. Modül**, Reklamcılık ve Medya ve Bilgi Okuryazarlığı; **4. Modül,** Mezenformasyon ve Nefret Söylemiyle Mücadele Etmek İçin Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Yetkinlikleri: Gerçeği Aramayı ve Barışı Savunurken **başta olmak üzere, bütün modüller.**

MBO eğitmeni, aktörü veya öğrencisi içerikleri ve bütün içerik sağlayıcıları eleştirel biçimde değerlendirebilecek ve seçili bilgiyi problem çözme ve fikirleri çözümlemeye dahil edebilecektir.

Bu yetkinliğin çıktıları eğitmen ve öğrencilerin şu yetenekleri sergilemesini içermelidir:

- Bilginin, eğlencenin, reklamcılığının, mezenformasyon ve dezenformasyonun farklı işlevsel özelliklerini ayırt edebilmek için çeşitli içerik sağlayıcılardan sağlanan içerikleri inceleme ve birbiriyle kıyaslama;
- Bilgilendirme amaçlı içerikleri güvenilirlik, geçerlilik, doğruluk, yetkililik düzeyi, güncellik ve taraflılık bakımlarından değerlendirme;
- Belirli metinleri (internet sitelerini, belgeselleri, reklamları, haber programlarını) değerlendirmek için çeşitli kıstaslar (örneğin, anlaşılırlık, doğruluk, etkililik, taraflılık, olguların uygunluğu) kullanma;
- Önyargı, nefret, aldatma veya manipülasyonu ayırt etme;
- Farklı hakikat teorilerini izah etme;
- Hakikat sonrası dönem kavramını açıklayan koşulları çözümleme;
- Farklı yanlış veya yanıltıcı içerik türleri, yani komplo teorileri ve mitler de dahil olmak üzere dezenformasyon, mezenformasyon ve malenformasyon (kötücül bilgi) arasında ayrım yapma;
- Trollemenin ve tık tuzaklarının nasıl işlediğini, dezenformasyonla ilgisi de dahil olmak üzere, tanımlama;
- Komplo teorilerinin türlerini, doğalarını ve köklerini tanımlama, insanların neden komplo teorilerinin cazibesine kapıldığını ve bunlara nasıl karşı koyulacağını anlama;
- İş modellerinin mezenformasyon ile dezenformasyonu kuvvetlendirmekteki rolünü değerlendirme, içerik denetimi ve editoryal standartlar aracılığıyla bunun etkilerini azaltmak için verilen çabaları inceleme;
- İçeriğin oluşturulduğu kültürel, toplumsal ve diğer bağlamların ayırdına varma ve içeriği yorumlamada bağlamın etkisini anlama;
- "Deep fake" (derin sahte) ve dijital manipülasyon olanakları da dahil olmak üzere, farklı dijital teknikleri anlama;
- Katma değeri, çelişkileri ve içeriğin diğer kendine has özelliklerini belirlemek için yeni bilgi ile ön bilgiyi birbiriyle karşılaştırma;
- Veri kaynağını, bilgi toplama araç veya stratejilerinin sınırlamalarını ve varılan sonuçların ne kadar makul olduğunu sorgulayarak olası doğruluğu belirleme;
- Metinleri yorumlamak için bir dizi strateji kullanma (sonuç çıkarma, genelleme yapma, incelenen materyalleri sentezleme, bakış açısını desteklemek için görsel medyadaki imaj veya bilgiye atıfta bulunma, örtük yanlılıkları belirlemek ve altmetni çözmek için içeriğin yapısal çözümlemesini yapma);
- Çeşitli sağlayıcılardan gelen içeriği, toplumsal cinsiyet, ırk, köken, diğer kültürel kimlik göstergeleri ve cinsellik temsiliyetlerinin üzerinde durarak çözümleme;
- MBO yetkinliklerini, bilgi, tutum ve beceri açısından ortaya çıktığı şekliyle belirli performans göstergelerine çevirme;

- Çevrimiçi gizliliğe ilişkin endişeleri ve bunun MBO açısından sonuçlarını tanımlama;
- Kişisel bilgileri çevrimiçi ortamda korumak için stratejiler belirleme;
- Gizliliğin insanların kendilerini özgürce ifade edebilmeleri ve bilgiye erişimden yararlanmaları için neden elzem olduğunu açıklama;
- Çeşitli içeriklerde anlamı iletmek için kullanılan kod ve kuralları saptama;
- Bir aracın ve ona özgü kod ve kuralların iletilen mesajı nasıl şekillendirebileceğini değerlendirme;
- Belirli bir araç vasıtasıyla iletilebilecek içerikleri değerlendirme;
- Hedef kitlelerin, zımnen veya açıkça, nasıl belirlendiğini ve hedef alındığını, ve algoritmaların bu bağlamdaki rolünü çözümleme;
- Hedef kitlelerin içeriğe nasıl tepki verdiğini çözümleme ve başta küresel vatandaşlık bağlamında olmak üzere, belirleyici etmenleri açıklama.

MBO YETKİNLİĞİ 5:

Dijital ve Geleneksel Medya Formatlarını Uygulama

Bu yetkinlik ile ilgili MBO Müfredatı'nda yer alan modüller şunları içerir:

9. Modül, İnternetin Olanakları ve Zorlukları; **6. Modül**, Medya ve Bilgide Temsiliyet: Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğini Vurgulama; **7. Modül,** Medya ve Teknoloji İçeriği Nasıl Etkiler; **4. Modül,** Mezenformasyon ve Nefret Söylemiyle Mücadele Etmek İçin Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Yetkinlikleri: Gerçeği Aramayı ve Barışı Savunurken; **11. Modül,** Yapay Zekâ, Sosyal Medya ve MBO Yetkinlikleri; **12. Modül,** Dijital Medya, Oyunlar ve Geleneksel Medya; **13. Modül,** Medya, Teknoloji ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri: MBO Bağlamı.

MBO eğitmeni, aktörü veya öğrencisi dijital teknolojinin, iletişim araçlarının ve ağların bilgi toplama, karar verme ve toplumsal dönüşüm amaçlarıyla kullanımlarını anlayacaktır.

Bu yetkinliğin çıktıları eğitmen ve öğrencilerin şu yetenekleri sergilemesini içermelidir:

- Dijital teknolojinin, iletişim araçlarının ve ağların temel prensiplerini ve farklı bağlamlarda farklı amaçlarla kullanımlarını anlama;
- Öğrencilerin medya ve bilgi okuryazarı olarak yapay zekânın toplumsal bağlamını nasıl daha iyi anlayabileceğini ve yapay zekâ sistemleriyle nasıl eleştirel olarak etkileşime geçebileceğini açıklama;
- MBO yetkinliklerinin yapay zekâya ve sosyal medya ortamlarına nasıl uygulanacağını anlama ve bu bağlamda yardımcı olabilecek araç ve kaynakları saptama;

- Birden fazla medya biçimi (geleneksel yazılı basın, elektronik, dijital vb.) aracılığıyla kendi fikirlerini ifade etmek için geniş yelpazedeki medya "metin"lerini kullanma;
- Temel çevrimiçi içerik aramaları gerçekleştirme;
- Gençlerin hangi amaçlarla interneti kullandığını anlama;
- Geleneksel ve dijital platformlar arasındaki teknolojik farkları ve dijital platformların bir yandan katılımcı demokrasiyi güçlendirirken olası zararları serbest bıraktığını ve güçlendirdiğini anlama;
- Örgün, yaygın ve sargın eğitimde oyunların kullanımını inceleme;
- Oyunları anlama, açıklama ve sınıf içinde pedagojiye uygulama;
- Oyunlar başta olmak üzere, etkileşimli multimedya araçlarını kullanarak sosyal, entelektüel ve uzaysal-zamansal beceriler geliştirme;
- Dijital oyunlar başta olmak üzere, etkileşimli multimedya araçlarını eğitime ve öğrenmeye uygulama;
- Akademik konulara ilişkin (matematik, bilim, sosyal bilimler vb.) kavramları tanıtmak için düşük/yüksek teknoloji ürünü etkileşimli multimedya araçlarını/oyunları kullanma;
- Ücretsiz ve açık kaynaklı veya özel mülk yazılım kullanılarak geliştirilen farklı etkileşimli multimedya araçlarını çözümleme ve bunların öğrenme ve öğretme üzerindeki etki ve sonuçlarını değerlendirme;
- Yeni medya ortamları ile iş modelleri arasındaki ilişkiyi ve bunların insanların faaliyetlerini, etkileşimlerini ve çevrimiçi varlığını nasıl etkilediğini açıklama;
- İnternet şirketleri tarafından sunulan yeni teknoloji ve hizmetlerin sürdürülebilir kalkınmaya, demokratik kurumlara ve toplumdaki süreçlere nasıl ve ne derece katkıda bulunduğunu değerlendirme.

MBO YETKİNLİĞİ 6:

Bilgi, Medya ve Dijital İçeriğin Sosyokültürel Bağlamını Konumlandırma

Bu yetkinlik ile ilgili MBO Müfredatı'nda yer alan modüller şunları içerir:

1. Modül, Başlangıç Modülü: Medya & Bilgi Okuryazarlığına & diğer Ana Kavramlara Bir Giriş; **2. Modül,** Bilgi ve Teknolojiyi Anlama; **13. Modül,** Medya, Teknoloji ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri: MBO Bağlamı.

MBO eğitmeni, aktörü veya öğrencisi bilgi, dijital ve medya içeriğinin sosyal ve kültürel bağlamlarda üretildiğine ilişkin bilgi ve anlayış sergileyecektir.

Bu yetkinliğin çıktıları eğitmen ve öğrencilerin şu yetenekleri sergilemesini içermelidir:

- MBO ve SKH arasındaki bağlantıyı anlama; MBO'nun kalkınma ile ilişkili çeşitli konulara uygulanmasını açıklama;
- Çevrimiçi gizliliğe ilişkin endişeleri ve bunun MBO açısından etkilerini açıklama;
- Verinin güçlü aktörler tarafından sosyal ve ekonomik kalkınmayı veya azgelişmişliği yönlendirmek için nasıl kullanıldığının temellerini anlama ve açıklama;
- İçerik türlerini yöneten kuralların belirli etkiler ve amaçlar için nasıl manipüle edilebileceğini çözümleme ve açıklama;
- Gazeteciliğin normatif amacını ve iyi yönetişimi, demokrasiyi ve sürdürülebilir kalkınmayı güçlendirmekte oynadığı rolü tarif etme;
- Farklı bakış açıları ve temsiller sunan metinler üretme;
- Kültürlerarası diyalog aktörleri olarak içerik sağlayıcıları değerlendirme. İçeriğin sürdürülebilir kalkınma, demokratik vatandaşlık ve kültürel çeşitlilikle ilgisini eleştirel olarak değerlendirme becerisi sergileme;
- Habere ilişkin yargıların veya haberleri şekillendirmenin temel prensiplerini eleştirel olarak tartışma;
- Kurgunun görsel medyada anlamı ve mesajları nasıl şekillendirdiğini (alternatif bakış açılarının ihmal edilmesi; filtrelenmiş veya ima edilen bakış açıları; belirli fikirlerin vurgulanması vb.) anlama;
- Gizliliğin insanların kendini özgürce ifade etmesi ve bilgiye erişimden yararlanması için neden elzem olduğunu açıklama;
- Bu konuları kişisel, yerel ve toplumsal bağlamlarda inceleme ve sorgulama;
- Gizliliğin korunmasındaki kilit aktörleri ve rollerini tespit etme.

MBO YETKİNLİĞİ 7:

Öğrenciler/Vatandaşlar Arasında MBO'nun Tanıtımını Yapma ve Gerekli Değişiklikleri Yönetme

Bu yetkinlik ile ilgili MBO Müfredatı'nda yer alan modüller şunları içerir:

1. Modül, Başlangıç Modülü: Medya & Bilgi Okuryazarlığına & diğer Ana Kavramlara Bir Giriş; **9. Modül**, İnternetin Olanakları ve Zorlukları; **5. Modül**, Hedef Kitle ve Küresel Vatandaşlık; **13. Modül,** Medya, Teknoloji ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri: MBO Bağlamı; **14.Modül,** İletişim ve Bilgi, MBO ve Öğrenme – Bir Bitirme Modülü.

MBO eğitmeni, aktörü veya öğrencisi, MBO eğitimi sırasında edindiği bilgi ve becerileri öğrenciler arasında medya ve bilgi okuryazarlığının tanıtımını yapmada kullanacak ve öğrenme/eğitim ortamlarında ilgili değişiklikleri yönetebilecektir.

Bu yetkinliğin çıktıları eğitmen ve öğrencilerin şu yetenekleri sergilemesini içermelidir:

- Farklı öğrencilerin/vatandaşların medya ürünlerini ve olayları nasıl yorumladıklarını ve kendi hayatlarına nasıl uyguladıklarını anlama;
- Öğrencilere/vatandaşlara, MBO'yu problem çözme ile ilişkili çeşitli olanak ve zorluklara uygulamaları konusunda rehberlik etme;
- Öğrencilerin/vatandaşların medya ve bilgi okuryazarlığı alanındaki becerilerini geliştirmek için çeşitli eğitim aktivitelerini anlama ve kullanma;
- Öğrencilerin/vatandaşların gerekli içeriğe erişim sağlamak için en uygun yaklaşımları (yani bilgi elde etme sistemlerini) seçmelerine yardımcı olma becerisi sergileme;
- Öğrenciler/vatandaşlar arasında aktif sorgulamayı, işbirliğini ve özgür ve açık iletişimi teşvik eden etkili sözlü, sözsüz ve diğer iletişim tekniklerinin bilgisini kullanma;
- Öğrenciler/vatandaşlar arasında eleştirel okuma, görüntüleme ve dinleme bilgi ve becerilerini geliştirmek için formel ve enformel değerlendirme stratejilerini anlama ve kullanma;
- Öğrenciler/vatandaşlar için daha katılımcı bir öğrenme ortamı geliştirmek amacıyla medya ve bilgi okuryazarlığı araçlarını kullanma;
- Başta okul içi veya okul dışındaki öğrenciler/vatandaşlar için olmak üzere, okula dayalı ve okul dışı öğrenme arasında bağ kurmak için geleneksel veya dijital teknolojileri kullanma;
- Öğrencilerin bilgi ve iletişim teknolojilerini (BİT), kullanılabilir medya ve bilgi kaynaklarını ve bunları kendi öğrenimlerinde nasıl kullanacaklarını keşfetmelerine yardımcı olmak için sınıf içinde BİT kullanma;
- Öğrenime katılımı genişletmek için medya ve bilgi okuryazarlığını kullanma;
- Öğrencilerin/vatandaşların öğrenimini geliştirmek için eğitim sırasında edinilen bilgi ve becerileri kullanma;
- Öğrencilerin/vatandaşların medya ve bilgiyi değerlendirme ve medya ve bilgi okuryazarlığıyla ilgili etik sorunları anlama becerilerini geliştirmek için eğitim sırasında edinilen bilgi ve becerileri kullanma;
- Çok sayıda MBO paydaşından oluşan küresel bir ağ olan UNESCO Medya ve Bilgi Okuryazarlığı İttifakı'na katılımı teşvik etme ve MBO Şehirleri[28] aracılığıyla kentsel mekânlarda yaşam boyu yaratıcı öğrenmeyi savunma;

28. UNESCO MBO Şehirleri projesi kent (şehirlerin metaforu olarak) alanlarında ve çeşitli kent aktörleri tarafından MBO hakkında yenilikçi ve yaratıcı öğrenimi teşvik eder. "MBO Şehirleri" girişimi vatandaşlara odaklanır. "MBO Şehirleri" girişiminin ana hedefi, dünyanın dört bir yanındaki diğer kentlerle bağ kurarken, kentleri, daha fazla vatandaşı MBO yetkinlikleriyle yenilikçi biçimlerde güçlendirecek yola yönlendirmektir. MBO Şehirleri Çerçevesi hakkında bilgi edinmek için bkz. https://en.unesco.org/milcities.

- Öğrencileri/vatandaşları güçlendirmek ve katılımı teşvik etmek için çeşitli proje ve girişimleri belirleme; (İlgili çoğu girişim/proje modüller kısmında Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler bölümünde vurgulanmıştır.)

MBO'YU ÖĞRETME VE ÖĞRENMEDE PEDAGOJİLER: MÜFREDATI KULLANMA

Aşağıdaki pedagojik yaklaşımlar MBO Müfredatı'ndaki modüller boyunca kullanılan stratejilerin temelini oluşturmaktadır.

I. Konu Sorgulamaya Dayalı Öğrenme

Konu sorgulamaya dayalı öğrenme, sorgulamanın odak noktasının çağdaş toplumda medya ve bilgi okuryazarlığı ile ilgili sorunlar olduğu, öğrenci merkezli/vatandaş merkezli bir öğrenme yaklaşımıdır. Bu yaklaşım, öğrencilerin aşağıdaki sorgulama aşamaları aracılığıyla yeni bilgi ve beceriler edindiği, sorgulamaya dayalı öğrenme, problem çözme ve karar verme ile ilişkili pek çok özelliği içerir:

1. konunun tespit edilmesi; temel tutum ve inançların teşhis edilmesi;
2. konunun ardındaki olgu ve prensiplerin açıklanması;
3. kanıtların konumlandırılması, düzenlenmesi ve çözümlenmesi;
4. konunun yorumlanması ve çözümü; ve
5. harekete geçme ve her safhadaki sonuç ve çıktıları yeniden inceleme.

Bu yaklaşım, öğrencilerin/vatandaşların konuları derinlemesine keşfetmelerine olanak sunduğundan MBO öğretimi için uygun bir yöntemdir.

MBO'da sorun sorgulamaya dayalı yaklaşım uygulamasının örnekleri şunları içerir: medya analizi aracılığıyla toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve ırk tasvirlerini inceleme; birincil ve ikincil belgelerin analizi aracılığıyla gizlilik ve medya ve dijital iletişim şirketleri ile ilgili sorunları keşfetme; etnografik araştırma aracılığıyla siber zorbalığı araştırma.

II. Probleme Dayalı Öğrenme (PDÖ)

Probleme dayalı öğrenme, aynı anda öğrencilerin hem disiplinlerarası bilgi tabanlarını ve becerileri hem de eleştirel düşünme ve problem çözme tekniklerini geliştiren bir müfredat gelişimi ve öğretici bir sistemdir. Bu sistem, öğrencilerin/vatandaşların, gerçek hayattaki sorunları eleştirel ve derinlemesine sorgulamasını sağlayarak hem bireysel hem de kolektif bilgisini artıran yüksek düzeyde yapılandırılmış, işbirliğine dayalı bir öğrenme biçimidir. Öğrenme hedefleri, sorgulama soruları ve yöntemleri ile çıktılarının hepsi öğrenciler tarafından tanımlanır ve uygulanır.

MBO'da yer alan bir probleme dayalı öğrenme örneği, belirli bir hedef kitle için etkili bir sosyal pazarlama kampanyasını –örneğin gençler arasında Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'nin tanıtımını yapma- içerir.

III. Ampirik Yaklaşım ve Bilimsel Araştırma

Ampirik yaklaşım, bilim insanlarının doğal dünyayı araştırmak ve buldukları kanıtlara dayalı olarak açıklamalar önermek için kullandıkları bir dizi tekniği ifade eder. Araştırma süreci, genellikle araştırma döngüsü olarak adlandırılan basitleştirilmiş bir dizi adım olarak ifade edilir. Araştırma döngüsü şu faaliyetleri içerir: gözlem yapma, soru sorma, hâlihazırda bilinen şeyleri bulma, araştırma planlama, deneysel kanıtlar ışığında geçmiş bilgileri gözden geçirme, veri toplama, analiz etmek ve yorumlamak için araç kullanma, açıklamalar önerme ve sonuçları iletme. Bu yöntem medya ve bilgi okuryazarlığı öğretimi için de uyarlanabilir.

Bilimsel araştırma örnekleri şunları içerir: belirli bir içeriğin olası zarar veya yararlarının pratikte ne dereceye kadar gerçekleştiğini araştırma; sosyal medyada tanınırlık ile dopamin düzeyleri arasındaki ilişkiyi değerlendirme; çevrimiçi toplulukların rollerini ve bunların öneri algoritmaları tarafından nasıl oluşturulduğunu araştırma; gizlilik ihlalini veya nefret söylemini tespit etmek için yapay zekâ kullanma çabalarının doğasını ve etkisini araştırma.

Bilimsel araştırma yukarıdaki teknikleri içermekle birlikte, aynı zamanda ön testler, müdahaleler, son testler, deney grupları/deneysel durumlar, kontrol grupları ve durumları, uzun ve kısa vadede çok sayıda denemeden oluşan deneyleri de içererek ve bazen de birçok grup bilim insanını kapsayarak bunu daha ileri taşıyabilir. Bilimsel araştırma yaklaşımını MBO öğretme ve öğrenmeye uygulamanın bir zorluğu, çoğu internet iletişim şirketinin ellerinde tuttukları büyük çaplı verilere açık erişim sağlamamasıdır. Hâlbuki, -akredite edilme temelinde dahi olsa- bu bilgiye kamunun erişiminin artması, MBO açısından değerli olan daha fazla bilginin üretimi olasılığına fazlasıyla yardımcı olurdu.

IV. Örnek Vaka İncelemesi

Örnek vaka incelemesi yöntemi, tek bir durum veya vakanın derinlemesine araştırılmasını içerir. Bu yöntem, öğrencilerin teorik bilgileri gerçek durumlara uyarlayarak gerçek hayattaki olaylardan yararlandıkları üniversitelerde kapsamlı bir şekilde uygulanmaktadır. Öğrenciler/vatandaşlar her gün çeşitli içerik sağlayıcılardan gelen birçok değişik mesaj biçimine (dolayısıyla çok çeşitli "vaka"lara) maruz kaldıklarından, bu yaklaşım MBO öğretimine uygundur. Örnek vaka incelemesi yöntemi, olaylara bakmanın, veri toplama ve bu verileri analiz etmenin ve sonuçları rapor etmenin sistematik bir yolunu sunar. Bu da, sonrasında, öğrenciler/vatandaşlar arasında araştırma öğrenimini desteklemeye hizmet edebilir. Bu yöntemi uygulayarak, öğrenciler/vatandaşlar vaka veya durumların neden bu şekilde geliştiğine ilişkin daha derin ve kapsamlı bir anlayış kazanabilirler. Örnek vaka incelemesi aynı zamanda üretime ve hipotezlerin test edilmesine de uygundur.

Örneğin, öğrenciler/vatandaşlar MBO'nun belirli bir toplulukta insanların mezenformasyon ve dezenformasyona direncini geliştirdiğini; yapay zekâ kullanımındaki etik ihlal örneklerini; yüksek profilli bir dijital ürün veya medya ürünü için geliştirilen başarılı pazarlama kampanyası stratejilerini; veya ürün yerleştirmeleri ya da "influencer"ların belirli ürünleri desteklerken "gizli" sponsorluklarını bir örnek vaka incelemesi olarak çalışabilir.

V. İşbirliğine Dayalı Öğrenme

İşbirliğine dayalı öğrenme, öğrencileri/vatandaşları ortak hedefleri başarma doğrultusunda birlikte çalışmak üzere gruplara ayıran bir öğretim yaklaşımıdır. İşbirliğine dayalı basit ikili çalışmalar ile proje tabanlı öğrenme, *jigsaw* (ayrılıp birleştirme) tekniği, akranlar arasında rehberli sorgulayıcı öğrenme, karşılıklı öğretim gibi daha karmaşık öğretim biçimleri arasında değişebilir. Bu tekniklerin hepsi, kavramsal anlayışların veya üst düzey düşünmenin, daha iyi kişilerarası becerilerin, okullara ve kişinin kendisine karşı daha olumlu tutumlarda bulunmasının geliştirilmesi ve çok çeşitli temel becerilerdeki başarılarla öğrenme alanlarında akademik çeşitliliğin nasıl yönetileceğinin keşfedilmesi gibi öğrenme kazanımlarını üretmeyi amaçlamaktadır. Bu, fikirlerin paylaşımını ve herkesin birbirinden öğrenmesini gerektirdiğinden MBO öğrenimi ve öğretimi için uygun bir yöntemdir.

MBO'ya uygulanan kooperatif öğrenme örnekleri, bir viki alanında iş birliği içinde çalışma veya UNESCO MIL CLICKS sosyal medya girişim ve etkinliklerine ortak katılım olabilir.

VI. Metin Analizi

Öğrenciler/vatandaşlar, çeşitli türlerin (görsel, basılı, sözlü vb.) kod ve kurallarını tanımlayarak metin analizi gerçekleştirmeyi öğrenebilir. Bu, incelenen iletişim türü dahilindeki kilit kavramlara ilişkin anlayışı daha ileri götürmeyi hedefleyen bir göstergebilimsel analizdir. Bu yöntem aracılığıyla, öğrenciler/vatandaşlar dilin yanı sıra diğer görsel kod ve kuralların belirli hedef kitlelere cazip gelecek özel temsiliyet türleri oluşturmak için nasıl kullanıldığını tanımlamalarına yardımcı olacak bilgileri edinebilirler. Öğrencilere/vatandaşlara, herhangi bir metin türündeki "teknik," "sembolik" kodları ve "anlatı" kodlarını saptamaları öğretilir. Bu süreç ayrıca görsel analiz/görüntü analizi gibi teknikleri de kapsar. Bu tür metin analizi, gerçek hayattan örnek ve bağlamlara uyarlanabilir ve akademik bir çalışma olmasının ötesinde bilgilendirme amaçlı olmaya da hizmet eder.

Örneğin: Öğrencilerden/vatandaşlardan kendi ilgilerini çeken bir içerik seçmeleri istenebilir. Bu içerik, bir haber makalesi, bir YouTube videosu veya çevrimiçi bir haber kaynağından gelen bir video klip olabilir. Öğrenciler/vatandaşlar sonrasında yazar, teknik/metinsel özellikler, hedef kitle ve genel bağlam hakkındaki bilgileri dikkate alarak ilgili içeriğin amacını çözümlemek için rehberlik altında gruplar halinde çalışabilir.

VII. Bağlamsal Analiz

Bu yaklaşım, öğrencilere/vatandaşlara belirli içeriklerin, sorunların, durum ve olayların temel bağlamsal analizini, örneğin içerik sağlayıcılar veya kurumlarla ilgili olarak, nasıl gerçekleştireceklerini öğretir. Öğrenciler/vatandaşlar (hangi türde olursa olsun) bir metni tarihsel, kültürel, durumsal bağlamı veya sosyal ortamı ile bağlantılı olarak analiz etmeyi öğrenebilirler. Bağlamsal analiz ayrıca içeriğin/metnin argümanları, tutarlılığı, mantığı, destekleyici kanıtları vb. bakımından niteliğiyle de ilgilidir. Bu yaklaşım, toplumsal cinsiyet ilişkileri, ekonomi politik, kültürel hususlar vb. ile ilgili boyutları özellikle vurgulayabilir.

Bağlamsal analiz ve pedagoji örnekleri, öğrencilerin/vatandaşların belirli ülkelerde kullanılan film, televizyon ve video oyun sınıflandırma sistemleri hakkında veya medya ve dijital iletişim sahipliği ve bu alandaki yoğunlaşmanın demokrasi ile özgür ifade sorunları arasında nasıl bir bağlantı olduğu üzerine bilgi edinmelerine yardımcı olmayı içerebilir.

VIII. Çeviriler

Bu pedagojik yaklaşım farklı biçimler alabilir ve çeşitli içerik ortamlarında kullanılabilir. Öğrenciler/vatandaşlar, örneğin kendi topluluklarında gerçekleşen bir olayla ilgili bir gazete makalesi seçip bunu bir podcast veya radyo haberine ya da sosyal medyada paylaşmaya uygun bir formata dönüştürebilir. Bir başka örnek de bir çocuk filminden kısa bir sekans izleyip sonrasında küçük gruplar halinde çalışarak belirli çekimleri, açıları ve geçişleri saptamak ve seçilen sekansın film şeridini çizmektir.

Diğer örnekler, bir masalı filme çekilecek bir film şeridine dönüştürmek; veya belirli bir kişinin hayatı ile ilgili geniş yelpazedeki mevcut görsel materyalleri toplamak ve bunları kısa bir belgesel planlamak ve hazırlamak için başlangıç noktası olarak kullanmak üzere öğrencileri/vatandaşları yönlendirmeyi içerir.

IX. Simülasyonlar

Simülasyon, film, medya ve dijital iletişim eğitim müfredatlarında sıklıkla kullanılan bir pedagojik yaklaşımdır. Eğitmen medya ve dijital öğrenimin neye "benzediğini" öğrencilere/vatandaşlara göstermek için simülasyon kullanır. Yani, eğitmen öğrencilerin/vatandaşların rolünü üstlenir ve eğitim alan kişiler de en azından ilgili aktivitelerin tamamlanması bakımından eğitmen görevi görür. Bu strateji daha sonra pedagojik sürecin önemli bir parçası olarak öğrencilerle tartışılır.

Bu yaklaşıma örnekler şunları içerir: Öğrencilerin/vatandaşların gençlere yönelik bir televizyon programı çeken bir belgesel film ekibinin rolünü veya bir podcast için biriyle söyleşi yapan radyo/internet tabanlı gazetecilerin rolünü üstlenmesi. Öğrenciler/vatandaşlar ayrıca sürdürülebilir kalkınma ile ilgili konular hakkında tanıtım videoları çekmeye hazırlanan bir grup aktörü temsil edebilirler.

X. Üretim

Bu yaklaşım, 21. yüzyılda bilgi edinmenin kilit bir yönü olan yaparak öğrenmeyi gerektirir. Bu yaklaşım, öğrencileri/vatandaşları öğrenmeyi derinlemesine ve anlamlı bir düzeyde keşfetmeye teşvik eder. İçerik üretimi öğrencilere/vatandaşlara kendilerini, keşfederek ve yaparak öğrenmeye kaptırmaları olanağını sağlar. Öğrenciler/vatandaşlar, metin üreterek (örneğin işitsel, video, farklı yazım formatları, animasyon) gelişmek, kendi fikir ve bakış açılarını dile getirmek ve ifade etmek üzere kendi yaratıcılıklarını ve seslerini keşfedebilirler.

Bu yaklaşıma bir örnek olarak, öğrenciler/vatandaşlar ücretsiz ve açık kaynaklı bir film yapımı yazılımı kullanarak çevresel bir sorun veya ilgilerini çeken başka herhangi bir konuda bir dakikalık dijital bir hikâye hazırlayabilirler.

XI. Eleştirel Sorgulama

Eğitimde eleştirel teori[29], kapsamlı, sistematik olarak iyi düşünülmüş bir anlayış ve analize ulaşmak ve yeni araştırma soruları oluşturmak için yeni bilgiler, fikirler, uygulamalar ve yollar üretmek amacıyla birden fazla kaynak ve bakış açısından sağlanan içerikleri aramanın, toplamanın, incelemenin veya değerlendirmenin bütünleşik ve sıklıkla doğrusal olmayan bir sürecini gerektirir. Eleştirel sorgulama içerik dahilindeki mantık, kanıt, yapı, işbirliği ve varsayımlara dikkat çeker

XII. Diyalojik Yöntem veya Sorgulama

Diyalojik sorgulama kültürde, dilde, siyasette ve vatandaşlar, öğrenciler ve eğitimciler konularında yer almaktadır. Bu yaklaşım, insanların deneyimlerinden ve incelenen nesneler, durumlar, olaylar veya materyallerle aşinalık düzeylerinden yararlandığı için, belirli bir dereceye kadar, fenomonolojiktir. Örneğin, popüler bir oyun, film, TV programı, sosyal medya videosu, kitap, dergi, haber metni veya genellikle daha geniş kitle kültürünün yönleriyle ilişkilendirilen diğer içerikler. Bu yöntemi uygularken, öğrenci ve eğitimciler bu bağlantıyı inceler ve kendi gündelik hayatlarındaki kişisel deneyimlerinden faydalanarak bu metinler ve/veya olaylar hakkında konuşur veya yazarlar. Bu süreç, daha geniş toplumu, tarihi ve küresel vatandaşlığı göz önüne alarak öznel bakış açılarından küresel eleştirel boyutlara doğru hareket eder. Bu yaklaşım, bazı uzmanların katılımcı kültür veya teori dedikleri şeyin yanı sıra küresel vatandaşlık eğitimi ve dijital vatandaşlık ile ilgilidir. Böyle yaparak, vatandaşlar, öğrenciler veya eğitmenler bir sosyal etkileşim süreci aracılığıyla aşina olunan şeyler ile aşina olunmayan şeyler arasındaki bağlantının ayırdına vararak bu ikisiyle ardışık veya eşzamanlı olarak etkileşime girme fırsatını elde eder.

29. Bkz. Kari D. Weaver & Jane H. Tuten (2014) The Critical Inquiry Imperative: Information Literacy and Critical Inquiry as Complementary Concepts in Higher Education, College & Undergraduate Libraries, 21:2, 136-144, DOI: 10.1080/10691316.2014.906779. Ayrıca bkz. Prayogi, Saiful & Yuanita, Leny & Wasis, Wasis. (2018). Critical Inquiry Based Learning: A Model of Learning to Promote Critical Thinking Among Prospective Teachers of Physic. Journal of Turkish Science Education. 15. 10.12973/tused.10220a). Ayrıca bkz. Douglas, Kellner & Share, Jeff. (2007) Critical media literacy is not an option. Learning Inquiry. 1. 59-69. 10.1007/s11519-007-0004-2. .

EKLER: SEÇİLİ MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI KAYNAKLARI VE DİĞER KAYNAKLAR

Bu Ek, bu Müfredat'ta özetlenen içeriklerle ilgili olan 16 farklı MBO kaynağı listelemektedir.

I. Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Müfredatları Kılavuz İlkeleri İçin Taslak Standartlar

Bu belge, "Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Müfredatları Kılavuz İlkeleri İçin Belgrad Tavsiyeleri"nin bir açıklamasını içerir ve Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Müfredatları Kılavuz İlkeleri'nin çok paydaşlı istişaresine yönelik bir sürecin ana hatlarını çizer. Belge, MBO müfredatlarının paydaşlar tarafından dünyanın çeşitli ülkelerinde geliştirilmesi ve uygulanmasına rehberlik etmeyi hedeflemektedir. Herkes için medya ve bilgi okuryazarlığına ulaşılması bunun, örgün, yaygın ve sargın eğitim ve öğrenimin bütün düzeylerine entegre edilmiş olmasını gerektirir. Bu belgenin birincil hedef grubu müfredat gelişiminde ve MBO ile ilgili programlardan sorumlu olan politika yapıcılar, müfredat geliştiriciler ve planlayıcıları, öğretmenler, MBO uzmanları ve MBO ile ilgili müfredatları yürüten uygulayıcılardır.

https://en.unesco.org/sites/default/files/belgrade_recommendations_on_draft_global_standards_for_mil_curricula_guidelines_12_november.pdf

II. Medya ve Bilgi Okuryazarlığı: Politika ve Strateji Kılavuz İlkeleri

Günümüzün gelişen bilgi toplumlarında, bazı insanlar içeriklerle aşırı yüklenmiş durumdayken, bazıları da güvenilir bilgilere aşırı ihtiyaç duyar. Her yerde, insanlar kendilerini özgürce ifade etmeyi, yönetişim süreçlerine ve kültür alışverişine aktif olarak katılmayı arzular. Medya ve bilgi okuryazarlığı (MBO) bütün vatandaşlara, bu konuda, özellikle de 21. yüzyıl bağlamında başarılı olmaları için eleştirel yetkinlikleri sağlar.

UNESCO, MBO'nun herkes için sağlanmasının medya ve bilgi okuryazarlığının ulusal politikalara entegre edilmesini gerektirdiğini kabul ederek, 2013 yılında Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Politika ve Strateji Kılavuz İlkeleri'ni yayınlamıştır.

Medya ve İletişim Araştırmaları Nordik Bilgi Merkezi Direktörü Profesör Ulla Carlsson'ın Önsöz'ünde belirttiği üzere, "bu yayın ulusal ve bölgesel düzeylerde MBO'nun tanıtımını yapmaya yönelik çabaları geliştirme açısından hayati önem taşıyor."

Kılavuz İlkeler iki kısma ayrılmıştır. İlk kısım, politika yapıcıları ve karar vericileri politika geliştirmede MBO'nun rolü hakkında bilgilendirmek üzere tasarlanan ve ayrıca ilgili yayının bir özetini de sunan MBO Politika Belgesi'dir. İkinci kısım, kapsamlı birkaç bölüme ayrılmıştır. Bu bölümlerde şunlar ele alınır: 1) MBO nasıl bir gelişim aracı olarak uygulanır; 2) MBO politikaları ve stratejileri için kavramsal çerçeveler; ve 3) dünya çapındaki ülkeler tarafından ulusal düzeyde politika yapımına uyarlanabilecek örnek MBO politika ve stratejileri.

https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000225606

III. Küresel Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Değerlendirme Çerçevesi: Ülkelerin Hazırlıkları ve Yetkinlikleri

MBO Değerlendirme Çerçevesi, altı aşama ve çeşitli pratik araçlarla medya ve bilgi okuryazarlığının ulusal düzeyde uyarlanması sürecine yönelik metodolojik rehberlik sunar. Değerlendirme sonuçları, ülkelerin, elverişli bir ortam geliştirerek ve vatandaşların yetkinliklerini artırarak MBO'yu daha fazla geliştirmeyi hedefleyen müdahalelere dair bilinçli kararlar almasını sağlayabilir. MBO Değerlendirme Çerçevesi, ana hedefleri, yapısı ve ulusal düzeydeki diğer ölçüm parametreleriyle tanımlanır. MBO Ülke Hazırlık Profili niteliksel ve niceliksel göstergeleri içerir: eğitimde medya ve bilgi okuryazarlığı, medya ve bilgi okuryazarlığı politikası, medya ve bilgi arzı, sivil toplumda da dahil olmak üzere medya ve bilgi erişimi ve kullanımı.

Bu kaynak, MBO Yetkinlik Matriksi'nin ve bileşimlerinin (MBO bileşenleri, MBO konuları, yetkinlikleri, performans kriterleri ve yeterlilik seviyeleri) daha ayrıntılı bir sunumunu içeriyor. Bunun yanında, özellikle görevde ve eğitimde olan öğretmenlere yönelik hem bireysel hem de kurumsal yetkinlikleri incelemeye alıyor. MBO yetkinlikleri, MBO için elverişli ve uygun bir ortamın yaratılmasını kolaylaştıran bağlamsal ulusal etmenleri yansıtabilir. Son olarak, bu kaynak, ulusal düzeyde MBO Değerlendirmesi'ni uygulamak için metodolojik rehberlik ve pratik tavsiyeler sunmaktadır.

https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655

IV. Gazetecilikte Medya ve Bilgi Okuryazarlığı: Gazeteciler ve Gazetecilik Eğitimcileri İçin Bir El Kitabı

UNESCO gazeteciler ve gazetecilik öğretmenleri için dört dilde (İngilizce, Karakalpakça, Rusça ve Özbekçe) "Gazetecilikte Medya ve Bilgi Okuryazarlığı" adlı bir el kitabı yayımlamıştır.

Bu yayın, özellikle medya ve bilgi okuryazarlığıyla (MBO) ilgili olduğundan mesleklerini icra eden gazeteciler için pratik bir araçtır.

Bu el kitabı, teorik materyallerin yanı sıra, ilgili teorik bilgiye ilişkin daha derinlemesine bir anlayışı teşvik etmeye yardımcı olmak ve bu bilginin pratiğe çevrilmesini desteklemek amacıyla alıştırmaları, örnek olay incelemelerini ve pratik araçları da içerir. El kitabı, "sahte haber" kavramını (sanki içerik sahteymiş, haber değilmiş gibi bir algıya neden olduğundan bu terimin kullanılması tavsiye edilmez) ve mezenformasyonu ele alır, medya ve bilgi okuryazarlığı için bunun gazetecilik ile ilgisinin ve gazetecilik açısından öneminin altını çizen kavramsal bir çerçeve sunar ve gazetecilik eğitiminde MBO'nun ilke ve rollerini inceler. Ayrıca, el kitabı, internette etik değerler, insan hakları, bilgi toplama ve işlemede kaynaklarla çalışma, bilgiyi doğrulama ve güvenilir bilgi sunma yöntemleri ve "sahte"lerin, yanlış veya manipüle edilmiş metinsel ya da görsel bilgilerin saptanması gibi konuları da kapsar.

Bu el kitabına İngilizce, Rusça, Özbekçe ve Karakalpakça erişim sağlanabilir. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374920?posInSet=1&queryId=d26c283e-c882-4eb8-b71a-5ef3219bd77c

V. Gazetecilik, '~~Sahte Haber~~' ve Dezenformasyon: Gazetecilik Eğitimi ve Alıştırmaları için El Kitabı

Dezenformasyonla mücadele uzmanları tarafından yazılan bu el kitabı, güvenin neden önemli olduğu; dijital teknoloji ve sosyal platformların neden sahte ve yanıltıcı içeriklerin kaynağı işlevi gördüğü üzerine eleştirel olarak düşünme; medya ve bilgi okuryazarlığı aracılığıyla dezenformasyon ve mezenformasyonla mücadele etme; doğrulama 101; sosyal medyada doğrulama ve çevrimiçi tacizle mücadele etme konularında hazırlanan modüllerle gazeteciliğin doğasını incelemeye alıyor.

Bu örnek müfredat, bütün gazetecilik eğitimcilerinin yanı sıra, bilgiyle, bilgiyi nasıl paylaştığımız ve nasıl kullandığımızla ilgilenen çalışan gazeteciler ve editörler için öğretim programlarına önemli bir katkı sağlar. Gazetecilik mesleğini icra eden kişilerin güvenilir bilgilere yönelik yeni tehditleri anlaması ve bunları haberleştirmesi kritik görev niteliğindedir. Siyasi partiler, sağlık uzmanları, iş insanları, bilim insanları, seçim gözlemcileri ve diğerleri de bu kaynağı yararlı bulacaktır. El kitabı 23 dilde kullanıma sunulmaktadır.

https://en.unesco.org/fightfakenews

VI. Dengeleme Eylemi: Dijital Dezenformasyonla Mücadele Ederken İfade Özgürlüğüne Saygı Gösterme

2020 yılında, UNESCO ve Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (UTB) tarafından ortaklaşa finanse edilen Broadband Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonu, dünyanın karmaşık zorluklarından birine ilişkin kapsamlı bir araştırma başlattı: "Dengeleme Eylemi: Dijital Dezenformasyonla Mücadele Ederken İfade Özgürlüğüne Saygı Gösterme." Bu çalışma, küresel ölçeği ve kapsamı bakımından benzersiz olmakla birlikte, sektöre özel bir dizi uygulanabilir tavsiye ve dezenformasyona verilen yanıtları ölçmek için 23 maddelik bir çerçeveyle aynı zamanda son derece eylem odaklıdır.

Belirli hedeflere yönelik analiz ve tavsiyeler, çevrimiçi mezenformasyon ile dezenformasyonun yaşam döngüsünü ele alır: üretimden iletime, alım ve yeniden üretime. Okuyucular şu alanda çalışanları özellikle ilgilendiren bölümler bulacaktır:

- Yasa koyucular ve politika yapıcılar (dezenformasyon kampanyalarına karşı koyma, seçime yönelik yanıtlar, İfade Özgürlüğü Değerlendirme Çerçevesi)
- İnternet şirketleri, yapımcılar ve dağıtıcılar (içerik küratörlüğü, teknik ve algoritmik, reklam politikası, para kazanma özelliğinin kaldırılmasıyla ilgili yanıtlar)
- Gazeteciler, araştırmacılar ve bilgi doğrulayıcılar
- Üniversiteler ile uygulamalı ve ampirik araştırmacılar
- Diğer hedef kitleler (eğitimsel, etik ve normatif, güçlendirme ve güvenilirliği yaftalayıcı yanıtlar).

Bulgular, mezenformasyon ile dezenformasyona verilecek yanıtları 11 farklı kategoride sınıflandıran bir tipoloji halinde düzenlenmiştir. Bunlar, tespit ve araştırmayla ilgili yanıtlar ile politika ve yasal önlemler, teknolojik adımlar ve eğitimsel yaklaşımlar arasında

değişir. Her bir yanıt kategorisinde, okuyucular dünyanın çeşitli yerlerinde yapılan çalışmalara, bunların hangi aktörler tarafından yapıldığına, nasıl finanse edildiğine, kimi veya neyi hedef aldığına ilişkin bir açıklama bulacaktır. Rapor ayrıca ilgili zorlukları ve olanakları tartarken, bu yanıtların temelinde yatan varsayımları ve değişim teorilerini de çözümlemektedir. Bütün yanıt kategorileri, basın özgürlüğü ve bilgiye erişim üzerine özel bir odaklanma ile evrensel bir insan hakkı olan ifade özgürlüğü ile kesişimsellikleri bakımından değerlendirilmektedir. Son olarak, COVID-19 ile ilgili mezenformasyon ve dezenformasyona verilen yanıtlara ilişkin örnek olay incelemeleri bütün kategorilerde sunulmaktadır. Bu bilgi ürününün temelinde dezenformasyona verilecek yanıtları ifade özgürlüğüne saygı ile dengeleme ihtiyacı ve değeri bulunmaktadır. Bu araştırma, bunun yapılabileceğini göstermektedir.

https://www.broadbandcommission.org/publication/balancing-act-countering-digital-disinformation/

VII. Dönüştürücü Katılımı Öğretme ve Öğrenme

Son yıllarda, genç öğrencilerin okullardaki silah şiddetinden iklim değişikliğine kadar çok çeşitli konularda yerel, ulusal ve küresel toplulukları etkilemek üzere harekete geçtiğini gördük. Aynı zamanda, başka genç öğrenciler de dönüştürücü süreçlere katkıda bulunmak istediklerini ancak bilgi eksiklikleri olduğunu ve bunu nasıl yapacaklarını bilmediklerini ifade ettiler. Bu durum özellikle eğitimin rolü ile ilgili olmak üzere, genç öğrenciler tarafından üstlenilen dönüştürücü katılımın farklı biçimlerini anlamanın aciliyetini vurgulamaktadır.

Eğitime ilişkin Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi (SKH) Hedef 4.7'ye dayanarak, UNESCO yerel, ulusal ve küresel düzeylerdeki zorluklarla mücadele etmek için aktif, hesap sorulabilir ve etkili roller benimsemeleri konusunda öğrencileri güçlendirmek üzere Üye Devletlerin Küresel Vatandaşlık Eğitimi (KVE) ile Sürdürülebilir Kalkınma Eğitimi'nin (SKE) ilerletilmesini desteklemektedir.

Vatandaşlık ve sivil eğitim üzerine geniş bir literatür olmakla birlikte, KVE ve SKE ile ilgili olarak genç öğrenciler için "sorumlu dönüştürücü katılım"ın ne anlama geldiğine, özellikle de dönüştürücü katılım türlerine ve "sorumlu" ifadesinin anlamına ilişkin belirsizlik söz konusudur. Öğrencilerin katılımı ve eğitim arasındaki bağlantının daha iyi anlaşılması için, okulların sağlayabileceği bilgi, beceri ve yetkinlikleri, ayrıca eğitimin rolünün nasıl bağlama göre değişebileceğini açıklamaya yardımcı olabiliriz.

https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368961?locale=fr

VIII. Eğitmenler/Öğretmenler İçin Küresel Vatandaşlık Eğitimi üzerine Çevrimiçi Kurs

Öğrenme alanlarındaysanız, UNESCO Mahatma Gandhi Barış ve Sürdürülebilir Kalkınma İçin Eğitim Enstitüsü tarafından hazırlanan çevrimiçi derslere ve kaynaklara erişim sağlayabilirsiniz:

https://mgiep.unesco.org/global-citizenship / https://mgiep.unesco.org/all-courses.

Bu araç setinde bulunan en etkileyici kaynaklardan biri Öğrenmeyi Yeniden Düşünme – Eğitim Sistemleri İçin Sosyal ve Duygusal Öğrenme'dir (Rethinking Learning - A Review of Social and Emotional Learning for Education Systems). https://mgiep.unesco.org/

IX. Medya Eğitimi: Öğretmenler, Öğrenciler, Ebeveynler ve Profesyoneller İçin Bir Kit

UNESCO tarafından yayımlanan ve Arapça, İngilizce ve Fransızca olarak mevcut olan Medya Eğitimi Kiti, MBO alanında kapsamlı bir araç kiti geliştirmek için bir ilk girişim olarak, kısmen UNESCO tarafından başlatılan ve Avrupa Komisyonu tarafından desteklenen MENTOR projesinin bir ürünüdür.

Bu kitin ele aldığı sorular şunları içerir: Medya eğitimi neden oluşmalıdır? Medya eğitimini kim sağlamalıdır? Müfredata nasıl dahil edilmelidir? Okulların ötesinde, ailelerin bu konuda bir söz hakkı var mıdır? Profesyoneller buna daima dahil olmalı mıdır ve nasıl? Kamu, medyanın yararları ve sınırlarıyla başa çıkmak için hangi stratejileri benimseyebilir?

Bu kit ayrıca şunları içerir: Bir Modüler Müfredat Önerisi, Öğretmenler İçin Bir El Kitabı, Öğrenciler İçin Bir El Kitabı, Ebeveynler İçin Bir El Kitabı, Profesyonellerle Etik İlişkiler İçin Bir El Kitabı ve İnternet Okuryazarlığı El Kitabı.

http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278e.pdf

X. UNESCO Medya Gelişimi Göstergeleri

UNESCO Medya Gelişimi Göstergeleri, medya ve bilgi hizmetlerinin kamu hizmeti işlevlerini yerine getirmeleri için gereken koşulları incelemeye alan, pek çok dile çevrilmiş, uluslararası kabul görmüş bir dizi göstergedir. Bu göstergeler, birbirine kenetlenmiş aşağıdaki beş koşul kategorisinin incelenmesine yardımcı olur: denetleme sistemi; medyanın çoğulculuğu ve çeşitliliği; demokratik söylem için bir platform olarak medya; mesleki kapasite inşa etme; ve altyapı kapasitesi. Bu kaynak, genel olarak medya ekosistemlerini anlamak için bir çerçeve sunar. Günümüze kadar, 20 ülke kendi ulusal medya manzaralarını değerlendiren somut raporlar üretmiştir.

XI. Uluslararası Medya Eğitimi Toplantısı – Grünwald'dan Bu Yana İlerleme, Engeller, Yeni Trendler: Yeni Değerlendirme Kriterlerine Doğru?

Bu uluslararası toplantı, Fransız Eğitim Bakanlığı ve Avrupa Konseyi'nin desteğiyle, UNESCO ile işbirliğinde, UNESCO Fransa Milli Komisyonu tarafından Haziran 2007'de Paris'te düzenlenmiştir.

https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000158240?posInSet=1&queryId=e6d6c508-c4ff-4130-a4c7-ce178cee027a

XII. Medya Eğitimi Aracılığıyla Güçlendirme

Bu yayın, UNESCO'nun desteğiyle NORDICOM, International Clearing House ve Göteborg Üniversitesi tarafından üretilmiştir. Kitap, yine UNESCO tarafından desteklenen ve Mart 2007'de Riyad'da gerçekleştirilen Medya Eğitimi Üzerine Birinci Uluslararası Konferans ile yukarıda bahsi geçen, Haziran 2007'de Paris'te düzenlenen

Uluslararası Medya Eğitimi Toplantısı: Grünwald'dan Bu Yana İlerleme, Engeller, Yeni Trendler: Yeni Değerlendirme Kriterlerine Doğru'ya dayanmaktadır.

Demokrasi ve kalkınmayla ilgili konuları tartışırken, medya okuryazarı vatandaşların bir ön koşul olduğunu genellikle unuturuz. Bir diğer deyişle, vatandaşların güçlendirilmesi için önemli bir ön koşul, medya bilgi okuryazarlığını, yani günlük hayatları iyileştirerek ve kendi hayatlarını etkilemeleri için insanları güçlendirerek bireyin medya ve iletişimi hem araç olarak hem de kalkınma ve sosyal değişim süreçlerini dile getirmenin bir yolu olarak kullanmasını sağlayan eleştirel yeteneklerin ve iletişim becerilerinin gelişmesine yardımcı olan becerileri iyileştirmek için ortak bir çaba gösterilmesidir.

Medya ve bilgi okuryazarlığı bütün insanlar için gereklidir ve genç nesil için belirleyici bir önem taşımaktadır –hem vatandaş olarak rolleri hem de toplum katılımcıları olarak ve öğrenimleri, kültürel ifadeleri ve kişisel tatminleri için. Medya ve bilgi okuryazarı bir toplumu gerçekleştirme çabalarının temel bir unsuru medya eğitimidir. Ne var ki, bunun gibi konular tartışılırken, sıklıkla referans çerçevesi Batı dünyasının medya kültürü olmaktadır. Gündemin, Batılı olmayan fikirlere ve kültürlerarası yaklaşımlara günümüzdekinden çok daha fazla açılması için acil bir ihtiyaç vardır. Uluslararasılaşma daha geniş kapsamlı, çok daha her şeyi kapsayan paradigmalara olan ortak ilgimiz açısından hem zenginleştirici hem de gereklidir.

https://www.nordicom.gu.se/en/publikationer/empowerment-through-media-education

XIII. Bilgi Okuryazarlığını Anlama: Bir El Kitabı

UNESCO'nun Herkes İçin Bilgi Programı (IFAP) tarafından 2008'de yayımlanan bu yayın, MBO'nun bir boyutu olan bilgi okuryazarlığının yapı taşlarına okunması kolay ve teknik olmayan bir dille ışık tutar.

Bu yayın, hükümet yetkililerinden, hükümetlerarası yetkililerden, devlet memurlarından, bilgi profesyonelleri ve öğretmenlerden gerek kâr amaçlı gerekse kâr amacı gütmeyen kurumlardaki insan kaynakları müdürlerine kadar, çok çeşitli bir kitleyi hedef alır. Aşağıda bu yayından kısa bir parça yer almaktadır:

"Hayatınız boyunca, ne kadar çok şey öğrenir ve böylece bilirseniz, hele ki yetkin öğrenme becerileri, alışkanlık ve davranışlarında –bilmeniz gereken bilgileri nasıl, nereden, kimden ve ne zaman araştırıp edineceğiniz [...]– ne kadar erken ustalaşır ve bunları ne kadar erken benimserseniz, bu sayede daha fazla bilgi okuryazarı olursunuz. Bu beceri, alışkanlık ve davranışları uygulama ve kullanmadaki yetkinliğiniz, kişisel sağlığınız ile aile sağlığı ve refahı, eğitimle ilgili, işle alakalı, vatandaşlık ve diğer zorluklarla başa çıkmakta daha sağlam ve daha vakitli kararlar almanızı sağlayacaktır."

http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf

XIV. Elimde Olsa Kızarırdım: Eğitim Aracılığıyla Dijital Becerilerdeki Toplumsal Cinsiyet Uçurumunu Kapama

Bu yayın, eğitim aracılığıyla dijital becerilerde toplumsal cinsiyet ayrımını kapamaya yönelik stratejiler paylaşıyor. Yayın üç kısımdan oluşuyor: bir politika belgesi ve iki düşünce yazısı. Bu kaynakta öne sürülen fikir ve tavsiyeler toplumsal cinsiyet eşitliğini teşvik etmek için bir araç olarak MBO'ya kolaylıkla uygulanabilir.

Politika belgesi, dijital becerilerdeki toplumsal cinsiyet uçurumunun sürekliliğini ve ciddiyetini ana hatlarıyla belirtiyor, müdahaleleri izah eden bir yaklaşım sunuyor ve kadınlara ve kız çocuklarına dijital becerilerini geliştirmek ve güçlendirmek için eşit fırsatlar veren tavsiyelerde bulunuyor.

Yayındaki ilk düşünce yazısı, "BİT toplumsal cinsiyet paradoksu"nu ve Avrupa'daki çoğu ülke gibi, en yüksek düzeylerde toplumsal cinsiyet eşitliğine sahip ülkelerin aynı zamanda bilgisayar bilimi ve ilgili konularda yüksek lisans veya doktora dereceleri almak için çalışan en düşük kadın nüfusuna sahip olduğu yönündeki UNESCO bulgusunu inceliyor.

İkinci düşünce yazısı, genç kadınlar olarak tasarlanan yapay zekâ sesli asistanların zararlı toplumsal cinsiyet yanlılıklarını nasıl pekiştirdiğini inceliyor. Yazı, dijital asistanların devamlı yaygınlaşırken kullanımının toplumsal cinsiyet ayrımını pekiştirmemesini ve toplumsal cinsiyete dayalı kalıp yargıları yaymamasını sağlamak için tavsiyeler sunuyor.

https://en.unesco.org/Id-blush-if-I-could

XV. Toplumsal Cinsiyet, Medya ve BİT: Araştırma, Eğitim ve Alıştırmaya Yönelik Yeni Yaklaşımlar

Medya ile bilgi ve iletişim teknolojilerinde (BİT) toplumsal cinsiyet eşitliği üzerine çeşitli eğitim kaynaklarını ve fırsatlarını belirlemek ve birbiriyle kıyaslamak genellikle zordur. Bu kaynak, bu zorluğa, benimsenmek ve uyarlanmak üzere hazırlanmış bir dizi müfredat ve eğitim fikriyle yanıt veriyor. Kaynak, medya bünyesindeki toplumsal cinsiyet eşitliğini iyileştirmek ve toplumsal cinsiyet eşitliğini medya aracılığıyla geliştirmek için eğitim ve profesyonel alanlar ile politika alanları arasında bağlantı kuruyor. Bu kaynak, 2014 yılında UNESCO tarafından başlatılan bir ittifak olan Medya ve Toplumsal Cinsiyet Küresel İttifakı (GAMAG) çerçevesinde, UNESCO Toplumsal Cinsiyet, Medya ve BİT UNITWIN Ağı tarafından hazırlanmıştır.

https://en.unesco.org/gamagandunitwin

XVI. Eğitimciler İçin BİT Yeterlilik Standartları

Ulusal eğitim sektörlerinin bilgi ve iletişim teknolojilerini (BİT) güçlendirmesine yardımcı olmak için gereken standart ihtiyacına yanıt olarak, UNESCO, Öğretmenler İçin BİT Yeterlilik Standartları (CST) projesini kurmak için Cisco, Intel ve Microsoft'un yanı sıra, Uluslararası Eğitim Teknolojileri Topluluğu (ISTE) ve Virginia Politeknik Enstitüsü ve Devlet Üniversitesi (Virginia Tech) ile birlikte çalıştı.

CST projesinin amacı, sınıfların nerede konumlandığına bakılmaksızın, BİT aracılığıyla eğitimcilerin mesleki uygulamalarının nasıl iyileştirileceği ve becerilerine nasıl yeni bir boyut verileceği üzerine rehberlik sağlamaktır. Bu da daha iyi bir eğitim ve yüksek vasıflı öğrencilerle sonuçlanacaktır.

Eğitimciler İçin BİT Yeterlilik Standartları adlı yayın, aşağıdakileri de içeren üç kitapçıktan oluşan bir settir:

- CST projesinin gerekçesini, yapısını ve yaklaşımını açıklayan Bir Politika Çerçevesi http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156207e.pdf

- Eğitimciler için bir beceri setleri matriksi üretmek amacıyla eğitim reformu bileşenlerini çeşitli politika yaklaşımlarıyla birleştiren Bir Yeterlilik Standartları Modülünün Yapısı http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156210E.pdf
- Her beceri seti/modülde öğretmenlerin edineceği belirli becerilerin detaylı bir programını sunan Uygulama Kılavuz İlkeleri

http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156209E.pdf

XVII. Gelecek İçin Öğrenme – Sürdürülebilir Kalkınma İçin Eğitim Yeterlilikleri

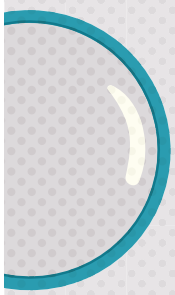
Eğitim, insanların sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunan biçimlerde bir arada yaşamalarını sağlamakta önemli bir rol oynamalıdır. Eğitim, öğrencilerin kendi yaşam tarzlarını ve bu yaşam tarzlarını teşvik eden sistem ve yapıları sorgulamaları için yeterli fırsatlar olmadığında, sürdürülemez yaşama da katkıda bulunabilir. Bu, sürdürülemez model ve uygulamaların yeniden üretilmesiyle de gerçekleşir. Kalkınmanın yeniden biçimlendirilmesi, dolayısıyla eğitimin sürdürülebilir kalkınmaya doğru yeniden yönlendirilmesini gerektirir.

Bu kaynak, bütün eğitimcilerin sahip olmayı istemesi gereken amaçlar olarak bir dizi yeterliliği kapsar. Kaynak, davranışsal sonuçlar öngörmezken, eğitimcilerin mesleki gelişimi için bir çerçeve sunar ve çarpan etkisi olan bireyler, gruplar ve kurumlar için özellikle önemlidir.

https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000261802

2. BÖLÜM

MODÜLLER



GİRİŞ: BU MBO MÜFREDATI NASIL KULLANILMALI

Medya ve bilgi okuryazarlığı (MBO) kütüphaneler, arşivler, müzeler, medya ve dijital iletişim şirketleri gibi kişisel hayatlarımızdaki içerik sağlayıcıların sürdürülebilir kalkınma ve demokratik toplumlardaki işlevi ile ilişkilidir. Bireyin iletişim kurma, bilgi ve fikirleri ifade etme, arama, elde etme ve yayma haklarını teşvik eder. MBO, içeriklerinin nasıl üretildiğine, aktarılan mesaj ve değerlere ile hedef kitleye veya amaçlara dayalı olarak içerik sağlayıcıların ve içeriklerin değerlendirilmesini teşvik eder.

Enformasyon ve bilgiye dayalı bir toplumda:

- İletişim ve bilgi, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ve demokratik süreçlerin merkezinde yer alır.
- İçerik sağlayıcılar algı, inanç ve tutumların oluşturulmasına katkıda bulunur.
- Kullanıcı tarafından oluşturulan içerik, dijital alanların kullanımı, vatandaş gazeteciliği ve vatandaş güdümlü bilgi alanlarında bir artış vardır.
- MBO vatandaşların topluma katılması ve toplumda başarılı olması açısından önemlidir.

MBO Müfredatı, içerik, içerik sağlayıcılar ve içeriğin üretilme ve yayılmasına yönelik teknolojilere ilişkin birbiriyle ilintili yetkinlikleri bir araya getirerek, okuryazarlığa hayat ve iş yaşamı açısından günümüzde gerekli olan bütüncül bir yaklaşım sunar. Bu müfredat okuryazarlığın tanımının genişletilmesi gerektiğini kabul eder. Dahası, MBO medya ve internet şirketleri gibi kurumlara ek olarak, kütüphanelerin, arşivlerin ve müzelerin önemli içerik sağlayıcılar olarak rollerini kabul eder.

MBO MÜFREDATININ HEDEF KİTLESİ

Müfredatın hedef grupları esas olarak eğitmenler ve öğrencilerdir. Eğitmenler ve öğrenciler, bu kavramların en geniş anlamıyla ikinci ve esasen üçüncü düzey eğitimde görev alan öğretmenleri, hükümet-dışı örgütlerde, STK'larda, halk eğitim merkezlerinde, medyada, kütüphanelerde, çevrimiçi ve çevrimdışı ortamda her türlü eğitim ve öğrenme ile ilgili faaliyetlerde bulunan kişileri içerecek şekilde anlaşılır. Müfredat uyarlanma ihtimali göz önünde bulundurularak geliştirildiğinden dolayı, MBO alanıyla ilgilenen çeşitli paydaşlar tarafından kullanılabilir. Müfredatı belirli hedef kitlelere daha uygun veya erişilebilir kılmak adına kullanıcıların içeriği uyarlamaları gerekebilir. Ayrıca, müfredat hükümet yetkilileri ve bakanlıklar ile diğer toplumsal veya uluslararası kalkınma örgütleri için de uygundur.

MBO MÜFREDATININ ANA ÖZELLİKLERİ

Medya ve bilgi okuryazarlığı bir zamanlar birbirinden ayrı ve farklı olan disiplinleri bir araya getirmeyi amaçlar. Dijital ilerlemenin, bilgi işlemdeki ve farklı platformlar ile içerik sağlayıcılardaki çeşitli türlerdeki içeriklerle eleştirel olarak etkileşime geçmek için gerekli olan yetkinliklerdeki yakınsamayı yönlendirdiğini kabul eder. MBO Müfredatı kapsamlı ve kapsayıcıdır. Kuralcı olmayan bir yaklaşımla ve uyarlanma ihtimali göz önünde bulundurularak geliştirilmiştir. Modüller biçiminde sunulmaktadır.

Bu müfredat belgesindeki modüller aşağıdaki kısımlardan bazılarını veya bunların tamamını içerir:

- Arka plan ve gerekçe
- Önemli konular
- Öğrenme hedefleri
- Pedagojik yaklaşımlar ve örnek aktiviteler
- Değerlendirme ve Tavsiyeler
- Daha fazla değerlendirme için konular
- Kaynaklar ve Referanslar

Öğrenme hedefleri, genel itibariyle eğitmenler ve öğrenciler için modüllerin her birinin temel amaçlarını tanımlar. Ayrıca, eğitmenlerin ve öğrencilerin her modül/ünite tamamlandıktan sonra sergilemesi beklenen yetkinlikleri (bilgi, beceri, tutum ve değerler) de belirler. Bunlar, herhangi bir uyarlama tasarısında, Müfredat ve Yetkinlik Çerçevesi ile bu programın bir parçası olan örnek MBO müfredat modüllerinin genel bağlamı kapsamında değerlendirilmelidir.

Arka plan ve gerekçe bölümü, içerik ile bağlamı ana hatlarıyla çizip betimleyerek modülün konusunu inceler. Yorumların kapsayıcı olmasının amaçlanmadığını, kullanıcıların keşfedebileceği olası değerlendirmeleri ve yönleri sergileyecek şekilde tasarlandığını belirtmekte fayda var.

Aynısı, burada önerilen pedagojik yaklaşımlar ile örnek aktiviteler için de söylenebilir. Bunlar, her modülde edinilen becerilerin ve bilginin sergilenebileceği birçok biçimi göstermek üzere geliştirilmiştir. Bu pedagojik yaklaşımlar ile aktiviteler yalnızca örnekler olarak görülmelidir. Eğitmenlerin, bunları bir temel olarak kullanarak yerel veya kültürel açıdan uygun aktiviteler hazırlamaları teşvik edilir. Kullanıcıların çabalarına yardımcı olmak adına, UNESCO, MBO Müfredatı'nın MBO ile bağlantılı kaynaklar, ders planları, aktivitelerden vb. oluşan bir multimedya veri bankasını içerecek dinamik bir multimedya çevrimiçi versiyonunu güncelleyecektir. UNESCO bu multimedya versiyonun çevrimdışı olarak da sunulması olasılığını inceleyecek ve açık eğitim kaynaklarını garanti edecektir. Daha fazla bilgi için lütfen UNESCO'nun web sitesine başvurun.

Değerlendirme ve tavsiyelere ilişkin bölüm, süreç ve sonuç değerlendirme için önerileri içermektedir. Bu tavsiyelerin, öğrenme amaçlı değerlendirme, öğrenmenin değerlendirilmesi ve öğrenme biçimi olarak değerlendirmeyi de içeren değerlendirme olanaklarını vurgulaması amaçlanmaktadır. Bu alanda daha ayrıntılı bilgi edinmek isteyen kullanıcılara ayrıca değerlendirmeleri için ilave konular sunulmaktadır.

Son olarak, modüller, modüllerle birlikte kullanılması tavsiye edilen kaynaklar ve referansları içeren bir bölümle sonlanır. Kullanıcılar, bu listeye eklemek isteyecekleri kendi yerel kaynakları olduğunu da keşfedebilirler.

MBO MÜFREDATINI UYARLAMA SÜRECİ: TAVSİYELER

Bu kaynağın uygulanması ve uyarlanması sırasında, -ister çevrimiçi, ister çevrimdışı veya uzaktan olsun- farklı öğrenme alanlarında var olan gerçeklikler, kullanıcıların veya kurumların öncelikleri ve amaçları, mevcut çıkarlar, program içeriği ve öncelikleri, zaman çizelgeleri, ulaşılabilirlik ve zaman kısıtlamaları göz önünde bulundurulmalıdır. Aşağıdaki tavsiyeler, müfredatın her türlü öğrenme faaliyeti içinde bulunan kullanıcıların ihtiyaçlarına karşılık vermesini sağlamak amacıyla önerilmiştir.

- Başlıca paydaş grupların tespit edilmesi ve bir yürütme komitesi kurulması.
- İlk aşamalarda, MBO Müfredatı ile Müfredat ve Yetkinlik Çerçevesi'nin kapsamlı bir değerlendirmesi gerçekleştirilmelidir. Bu sayede, kullanıcılar müfredatta kendi ihtiyaçlarına en iyi karşılık verecek öncelikli alanları tespit edebilir.
- Mevcut müfredatlarda MBO'nun belirli unsurlarına yer verilip verilmediğini belirlemek için kurumlar ve ülkelerle ilgili olarak bireylerin ve müfredatların hâlihazırdaki bilgilerinin bir değerlendirmesi yapılmalıdır. Bu tabii ki gereksiz tekrarlardan ve örtüşmelerden kaçınılmasına da yardımcı olacaktır. Ayrıca, mevcut müfredat ve programlarda bulunan ve MBO Müfredatı tarafından doldurulabilecek boşlukların da tespit edilmesini sağlayacaktır.
- MBO'nun en iyi şekilde nasıl uygulanacağına ilişkin yaklaşım, eldeki zaman ve gerekli kaynaklar (örneğin, hem materyaller hem de personel dahil olmak üzere) göz önünde bulundurularak, her kurum tarafından kendi bünyesinde kararlaştırılmalıdır. Burada göz önüne alınması gereken başlıca sorular şunlardır: MBO nasıl öğretilmeli? Nasıl entegre edilmeli? Kurum bünyesinde MBO uzmanı var mı? Şayet yoksa, nerede bulunabilir? Gerekli materyallere ve kaynaklara erişim var mı? Şayet yoksa, bunlar nerede bulunabilir? Bu tespit edilmiş ihtiyaçlar, istenen uyarlama stratejisini nasıl etkiler?
- Bu MBO Müfredatı'nın uyarlama için hazır hale getirilmesi gerekmektedir. Bu, yukarıda bahsedilen hususlara bağlı olarak, MBO Müfredatı'nın özel ihtiyaçları dikkate alan bir versiyonunun hazırlanmasının gerekebileceği anlamına gelir. UNESCO Açık Eğitim Kaynakları (AEK) fiili uyarlanma sürecinde yardımcı olabilir. Açık eğitim kaynakları, bu materyallerin başkaları tarafından ücretsiz olarak

kullanımına izin veren Creative Commons gibi bir fikri mülkiyet lisansı altında yayınlanan öğrenme materyalleridir. (Ayrıntılar için bu bölümün sonunda yer alan Kutu'ya bakınız.)

- Uyarlanan müfredat veya özel ihtiyaçlara göre hazırlanmış versiyon geliştirildiğinde, bir pilot uygulamanın gerçekleştirilmesi önemlidir. Bu deneme aşamasının izlenmesi ve pilot uygulamanın sonuçlarının değerlendirilmesi gerekir.
- Pilot uygulamaya ilişkin değerlendirmenin sonuçlarına göre, uyarlanmış müfredata, uygulamaya yönelik tavsiyeler de dahil olmak üzere gerekli düzeltmelerin yapılması gerekir.
- Bu aşamada, kurum tarafından seçilen entegrasyon stratejisine bağlı olarak, müfredatın kurum çapındaki entegrasyonu hazır olacaktır (Aşağıya bakınız).
- Müfredatın sürekli belgelemesi, izlenmesi ve değerlendirilmesi yapılmalıdır. Uygun olan hallerde, en iyi uygulamaları paylaşmak ve daha geniş eğitim topluluğunu çeşitli kurumlarda yapılmakta olan çalışmalardan haberdar etmek amacıyla örnek olay incelemelerinin geliştirilmesi ve belgelenmesi yapılmalıdır.
- Uyarlamanın kapsamı, kullanıcılar, gruplar/dernekler ya da kurumlarla ilgili yukarıda bahsedilen pek çok değişkene bağlıdır.

ENTEGRASYON STRATEJİLERİ

Aşağıdaki stratejilerin MBO Müfredatı'nın entegre edilmesine ilişkin olarak göz önünde bulundurulması önerilir:

- Bağımsız ders: MBO Müfredatı kredili bağımsız bir ders olarak sunulabilir. Çeşitli öğrenciler ve eğitmenler için zorunlu ya da seçmeli bir ders olarak sunulabilir. Müfredat, çalışan eğitmenlere, becerilerini geliştirmeleri için bir sertifika programı olarak uyarlanabilir.
- Kurum yaklaşımı: Bu bir veya iki haftalık, yüz yüze yoğun bir eğitim ile sonrasında eğitmenlerin iki ya da üç ayda tamamlayacakları bir proje ödevini içerir. Bu eğitim programı için kredi de verilebilir.
- Çok bileşenli entegrasyon: MBO Müfredatı'nın farklı bileşenleri, hâlihazırda öğrencilere ve eğitmenlere sunulmakta olan ilgili çeşitli derslere entegre edilebilir. Örnekler arasında, eğitim teknolojisi, okuryazarlık, sosyal bilimler ve vatandaşlık eğitimi gösterilebilir. Burada önerilen stratejiler içinde en karmaşık olanı bu olabilir. Bu entegrasyonun etkili olabilmesi için, genel program amaçları ve değerlendirmesi göz önünde bulundurularak dikkatli bir planlama yapılması gerekir. MBO'nun gerektirdiği yoğun dikkatin bu yaklaşımda gözden kaybolabileceğini hesaba katın.
- Çevrimiçi ders: Ders çeşitli kullanıcılara yönelik olarak çevrimiçi sunulabilir. Bu, ilgili ülkede ya da başka bir yerde bulunan bir kurumla işbirliğini içerebilir. Kullanıcıların, grupların/derneklerin ya da kurumların kendi çevrimiçi derslerini oluşturmak zorunda olmadıklarını, çevrimiçi dersler sunmak için olanakları bulunan başka bir kurumla işbirliği yapabileceklerini belirtmek önemlidir. Kurum söz konusu dersi

sertifika, diploma ya da derece programı olarak sunmayı değerlendirebilir. UNESCO ve ortaklarımız tarafından sunulan MBO MOOC (Kitlesel Açık Çevrimiçi Dersler) örneklerine bu bağlantıdan bakabilirsiniz: https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/moocs.

Uzun vadede, bu stratejilerin ikisini ya da daha fazlasını içeren bir kombinasyon da denenebilir. Harmanlanmış bir yaklaşımın çok daha büyük etki yapması olasıdır. Kuşkusuz, uyarlama süreci ve kullanılan entegrasyon stratejileri, çok sayıda belirleyici etmene bağlı olarak kullanıcılar, gruplar/dernekler ya da kurumlar arasında çeşitlilik gösterebilir. Bu etmenlerin en bariz olanları arasında, hazırlık, bilgi, kaynakların ve uzmanlığın kullanılabilir durumda olma düzeyi ve entegrasyonun yoğunluğu ve kapsamı bulunmaktadır.

MBO Müfredatı'nı UNESCO'nun yeni Açık Eğitim Kaynakları: Çevrimiçi Multimedya MBO Öğretimi Kaynakları Aracı platformu aracılığıyla uyarlama ve paylaşma

UNESCO Açık Eğitim Kaynakları (https://www.unesco.org/en/communication-information/open-solutions/open-educational-resources) seçili UNESCO yayınlarını tamamen lisanslı açık eğitim kaynakları (AEK) olarak sunmaktadır. AEK, başkalarının ücretsiz şekilde kullanımına olanak tanıyan Creative Commons* gibi bir fikri mülkiyet lisansı çerçevesinde sunulan öğrenme materyalleridir. Ayrıca bkz. http://www.oerplatform.org/ Bölgenizde başka AEK platformları ve açık veritabanları olabilir.

UNESCO ve ortakları, küresel uygulama toplulukları – eğitmenler, öğrenciler ve çeşitli aktörler de buna dahil - MBO Müfredatı'nı da kapsayacak şekilde, kendi kaynaklarını özgürce kopyaladıkça, uyarladıkça ve paylaştıkça, AEK odaklı bir Çevrimiçi Multimedya MBO Öğretimi Kaynakları Aracı platformunu http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/ güncelleyecektir (Gerekli oldukça, bu kaynaklara ilişkin güncellenmiş bağlantılar için UNESCO'nun web sitesinde arama yapın).

Kullanıcıları ve kurumları kendi uyarlanmış MBO müfredatlarını tamamen lisanslı AEK olarak platformda paylaşmaları yönünde ikna ederek ve bu konuda onlara yardımcı olarak, kendi müfredatlarını geliştirmek isteyen diğer kullanıcılara, müfredat geliştiricilere ve kalite güvence denetçilerine, kendi dillerinde, yakınlarındaki veya uluslararası kurumların müfredatlarını kolaylıkla ve sezgisel olarak seçip kıyaslamaları için benzersiz bir fırsat sunuyoruz. Bu kişiler, daha sonra yerel ihtiyaçlara uyarlamak üzere kendi gereksinimlerine en yakın içeriği kolaylıkla, yasal olarak ve özgürce "kopyalayabilir"ler.

Platform benzer kurumlar arasında işbirliği ve ortaklık olanaklarını teşvik edecek ve MBO Müfredatı'nı gelecekte geliştirmeleri için kullanıcı ve kurumlar ile UNESCO arasında daha güçlü bir bağlantı kuracaktır. Creative Commons* üzerindeki kapasite geliştirme yardımı, AEK'dan gelen materyallerin dönüştürülmesine ve kendi uyarlamalarını paylaşmaya istekli olan kurumlara iletilmesine yardımcı olur.

* Creative Commons lisansları, geleneksel telif hakkı uygulamalarına dayanmaktadır ve içerik oluşturucuların, alıcıların veya diğer içerik oluşturucuların yararı için hangi hakları saklı tuttuklarını ve hangi haklardan feragat ettiklerini belirlemelerine olanak sağlar. (https://creativecommons.org/)

1. MODÜL:

BAŞLANGIÇ MODÜLÜ: MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞINA VE DİĞER ANA KAVRAMLARA BİR GİRİŞ

“Eğitimin misyonunu ana hatlarıyla tanımlamak mümkün olsaydı, esas amacının, öğrencilerin kamusal, kolektif ve ekonomik hayata bütünüyle katılmalarını sağlayacak biçimlerde öğrenimden faydalanmak olduğu söylenebilirdi.”

– Yeni Londra Grubu

ARKA PLAN VE GEREKÇE

Haber medyası ile bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) kesişimi ve içerikler ile sistemlerin süregiden yakınsaması, insanların giderek daha çok aracılı bir dünyada yaşadıkları anlamına geliyor. Bu, kişiden kişiye iletişimin ve içeriğin aktarılmasının giderek daha çok teknolojik platformlar aracılığıyla gerçekleştiği bir dünyadır. Bu durum, beraberinde pek çok olanağın yanı sıra aşılması gereken zorluklar da getirir; bu da medya ve bilgi okuryazarlığının (MBO) insanları güçlendirmek açısından hayati öneme sahip olmasını sağlar. Olanaklar arasında, bilgiye daha fazla erişim ve kendini ifade, yaşam boyu öğrenme, katılım, yaratıcılık, diyalog, kültürel alışveriş ve şeffaflık için daha fazla alan açılması da bulunur; bunlar bir araya geldiklerinde Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri’nin başarılmasına da katkıda bulunurlar. Zorluklar arasında, özel hayatın gizliliği ve veri ihlaline yönelik

endişeler, artış gösteren mezenformasyon, gözetim, artan çevrimiçi nefret söylemi ve şiddet içeren aşırılıkçı içerikler, sık sık tekrarlanan kadınlara saldırılar ve dışlanan grupların daha fazla dışlanması bulunur.

COVID-19 pandemisinin gelişi, bilgi akışı, dijital teknoloji, aracı kurumsal içerik sağlayıcılar ve medyanın gelişimindeki değişiklikleri de gözler önüne sermektedir. Bir yandan, virüsle mücadele etmeye yönelik beklentilerin ve çabaların çoğu genel ekosistem içerisinde var olmaktadır. Yine de, bu çabalar, kafa karıştıran içerik karışımı anlamına gelen ve sıklıkla mezenformasyon ile bilgiye gölge düşüren "disinfodemi" (dezenformatif içerik salgını) tarafından engellenmekte ve dijital iletişim tarafından da kolaylaştırılmaktadır.

Bir çatı terim olarak MBO, bireylerin ve grupların günümüzdeki bilgi ve iletişim ortamının çalkantılı sularında seyretmelerini sağlayan çeşitli yetkinlikleri kapsamına alır. Geniş bir yelpazedeki bilgileri, becerileri, tutumları ve değerleri kapsar. MBO, gençler de dahil olmak üzere vatandaşların bilgi ihtiyaçlarını anlamalarını, bilgi ve medya içeriklerini daha iyi aramalarını, bulmalarını, eleştirel olarak değerlendirmelerini, kullanmalarını ve bunlara daha akıllıca katkılarda bulunmalarını sağlayacak yetkinlikleri edinmelerini sağlar. Böylelikle, MBO dijital teknolojinin amaçlı ve yaratıcı kullanımına olanak sağlar ve bilgiye erişim ile bilginin kullanımı konularını çevreleyen etik meselelerin yanı sıra, çevrimiçi ve dijital haklarına ilişkin bilgilerini artırarak bütün kullanıcıları güçlendirir. Medya ve bilgi okuryazarı vatandaşlar, diyaloga, ifade özgürlüğüne, bilgiye erişime, toplumsal cinsiyet eşitliğine, çeşitliliğe, barışa ve sürdürülebilir kalkınmaya daha etkin bir biçimde katılacak şekilde donatılmıştır.

MBO, vatandaşların gücünü içerik sağlayıcıların gücü karşısında dengelemek, bilgi ve iletişim teknolojilerini eğitime harmanlamak ve bilgiye eşit erişim ile ifade özgürlüğünü teşvik etmek açısından önemli bir önkoşuldur. İnsanların hayatın tüm aşamalarına etkili bir şekilde katılabilmeleri ve başarılı olabilmeleri için, MBO'nun toplumun tüm düzeylerine ve örgün, yaygın ve sargın eğitime entegre edilmesi aciliyet arz eder.

ITU Dünya Telekomünikasyon/BİT Göstergeleri Veritabanı'nın 2019 tarihli güncel istatistiklerine göre, dünyadaki 1.7 milyar hanenin 1.3 milyarının (3/4'ü), yani 4.9 milyar insanın televizyonu var; bütün haneler içinde 0.6 milyar hanenin

(1/3'ünün), yani 1.9 milyar insanın bilgisayara erişimi var. Ocak 2021 itibariyle, dünya nüfusunun yüzde 59.6'sı yani 4.66 milyar insan internet kullanıyor[30]; 2020'nin ortasında, her 100 sakin için tahmini 105 mobil-cep telefonu aboneliği vardı. Buna ilaveten, 2.5 milyarı aşkın radyo alıcısı var. Dünya Gazeteler Derneği'nin bildirdiğine göre, 2018'de dünya çapında 640 milyon kullanıcı her gün basılı ve dijital haberler için ödeme yaptı. UNESCO İstatistik Enstitüsü her yıl dünyada yaklaşık 1 milyon yeni kitap yayımlandığını tahmin etmektedir. 2019'un sonunda, dünya genç nüfusunun (15-24 yaşları arası) yüzden 69'dan fazlası internet kullanıyordu. UNICEF ile ITU'nun 2020 tarihli müşterek raporuna göre, 1.1 milyar çocuk ve 25 yaş ve altı gençler, yani her 3 çocuk ve gençten 1'inin evde internet erişimi var. 2015 ilâ 2019 yılları arasında, dört yıl içinde yapay zekâyı benimseyen işletmeler yüzde 270 oranında artış gösterdi (Gartner, 2019).

Bir arada düşünüldüğünde, televizyon ve radyo istasyonlarının, gazetelerin, cep telefonlarının, internete erişim ile internet kullanımının, kitapların, kütüphanelerin, reklam panolarının ve video oyunlarının sayısı kendimiz, ülkemiz, kültürlerimiz ve etrafımızdaki dünyaya ilişkin öğrendiğimiz şeylerin büyük çoğunluğunu belirler. Böylesine bağlantılı bir dünyada, medya ve bilgi okuryazarı olmak neye vatandaşlık ve yaşam boyu öğrenme denildiğini yeniden değerlendirebileceğimiz, ayrıca küresel vatandaşlık eğitimi, sürdürülebilir kalkınma eğitimi ve dijital vatandaşlık gibi kavramlar üzerine düşünebileceğimiz anlamına gelmektedir.

Kütüphaneler, arşivler, müzeler, medya, dijital iletişim şirketleri gibi içerik sağlayıcılar, hem demokratik söylem için bir platform hem de dijital yaratıcılığın ve girişimciliğin sağlayıcıları olarak sürdürülebilir kalkınma, demokrasi ve iyi yönetişim açısından merkezidir. İçerik sağlayıcılar ve dijital araçların demokrasi ile sürdürülebilir kalkınmayı desteklemeleri için, vatandaşların bunları nasıl eleştirel bir şekilde kullanacaklarını anlamaları, ayrıca aldıkları, ürettikleri ve paylaştıkları mesajları nasıl yorumlayacaklarını öğrenmeleri gerekir. Aynı şekilde, mevcut ekosistem yukarıda bahsedilen yetkinliklerin yanı sıra dijital yaratıcılık ile girişimciliği teşvik edecekse, insanların da bu alandaki girişimcilik olanaklarını nasıl tespit edeceklerini anlamaları ve eleştirel düşünme, yaratıcılık ve toplumsal değişim için işbirliğinin kesişiminin sunduğu faydaları kavramaları gerekir.

30. Statista, https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/

Temel sayısal beceriler ile okuryazarlık becerilerinin önemi yabana atılamaz, ama MBO'nun müfredata ve gelişim programlarına dahil edilmesi, genç insanların içerik sağlayıcıların işlevlerini anlamaları ve kendi kişisel, toplumsal, mesleki ya da eğitimsel amaçlarına ulaşabilmek için içerikleri arama, değerlendirme, kullanma ve üretme becerilerine sahip olmaları anlamına gelir. Ayrıca, bağımsız öğrenciler, üreticiler, bilgili vatandaşlar, profesyoneller ile yönetişime ve toplumlarının demokratik ve ekonomik süreçlerine katılım sağlayan kişiler olmak için eleştirel düşünmeye ilişkin temel becerilere sahip olmaları ve bunları analiz etmeyi ve kendilerini ifade etmek için kullanmaları da gerektirir (Krş. Report of National Forum on Information Literacy, 2005).

Bu modül, dört direk üzerine inşa edilmiştir: eleştirel düşünme, kendini ifade etme, katılım ve yaratıcılık. Modül, MBO'nun çeşitli disiplinler/alanlarla ilişkili olduğunu ve bunlarla örtüştüğünü hesaba katarak aşağıdakilere benzer sorulara yanıt arayacaktır:

Daha geniş içerik karışımı içinde bilgi nedir? Medya ve dijital iletişim şirketleri nelerdir? Dijital teknolojiler nelerdir? Bunların neden öğretilmesi gerekir? Bunlar neden önemlidir? Medya okuryazarlığı nedir? Bilgi okuryazarlığı nedir? Dijital okuryazarlık nedir? Neden medya ve bilgi okuryazarlığı?

Bu modül, MBO'yu sırf bir disiplin olarak değil, öğretme/öğrenme ve sosyal ve ekonomik etkileşim süreçleri olarak sunacaktır. Bu nedenle, öğrencilere diğer bölümlerde daha ayrıntılı olarak işlenecek ana konuları ve alanın kavramlarını detaylara girmeden tanıtacak ve böylece onlara MBO "hakkında öğretmek," "aracılığıyla öğretmek" ve bir araç olarak MBO ile topluma katılmak arasındaki farkı kavramalarını sağlama fırsatı sunacaktır. Amaç, bizzat eğitmenlerin, öğrencilerin, topluluk liderlerinin ve akran eğitimcilerin medya ve bilgi okuryazarı olmaları ve MBO'nun tüm düzeylerde ve her tür eğitime entegre edilmesi için gerekli yetkinlikleri geliştirmeleridir.

ÜNİTELER

1. ÜNİTE:
MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞINI ANLAMA: BİR ORYANTASYON

2. ÜNİTE:
MBO VE SİVİL KATILIM

3. ÜNİTE:
KÜTÜPHANELER, ARŞİVLER, MÜZELER, MEDYA, DİJİTAL İLETİŞİM ŞİRKETLERİ GİBİ İÇERİK SAĞLAYICILARLA ETKİLEŞİME GİRME

4. ÜNİTE:
MBO, DİJİTAL BECERİLER, KÜLTÜREL KATILIM/YARATICILIK VE GİRİŞİMCİLİK

5. ÜNİTE:
MBO, ÖĞRETİM VE YAŞAM BOYU ÖĞRENME

1. ÜNİTE: MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞINI ANLAMA: BİR ORYANTASYON

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- "Bilgi" ile "medya" arasındaki benzerlikleri ve farkları tanımlama;
- İçerik sağlayıcıların önemini inceleme;
- Medya ve bilgi okuryazarlığının başlıca öğrenme çıktılarını tanımlama.

Öğrenme Hedefleri

Bu modülün sonunda eğitmenlerin şu becerilere sahip olması beklenir:

- Başlıca öğrenme çıktılarını/unsurlarını ve medya ve bilgi okuryazarlığı ile dijital becerilerin yakınsamasını tespit etme;
- Medya ve bilgi okuryazarlığını ve bunun günümüzde eğitmenler ile öğrencilerin hayatındaki önemini ve anlamını kavrama;
- Kütüphaneler, arşivler, müzeler, medya, dijital iletişim şirketleri gibi içerik sağlayıcıların normatif rollerini belirleme ve inceleme;
- Bu rollerin çeşitli metinlerdeki tezahürlerini (ya da yokluğunu) inceleme.

Bu Ünitede Hedeflenen Yetkinlik Düzeyi:

- Temel/Orta.

Medyanın Çoklu Rolleri

Medya, dijital iletişim şirketleri ve diğer içerik sağlayıcılar, bilgi ve iletişim süreçlerinde merkezi bir rol üstlenirler. Üstlendikleri rol bundan çok daha kapsamlı olsa da, bilgiyi iletmenin bir yoludurlar. Bu tür araçların her toplumun iletişim sisteminin önemli bir parçası olduğu oranda, temel yapıları genellikle kütüphaneler, müzeler, arşivler, internet iletişim şirketleri, diğer bilişim kurumları ve kendi içeriklerini üreten vatandaşlar gibi çeşitli medya dışı içerik sağlayıcılarla kaynaşmış durumdadır.

Bu MBO Müfredatı'nın amacı doğrultusunda, haber medyası normatif olarak (doğasına ve kullanılan teknolojilere bakılmaksızın), editoryal sorumluluğun belirli bir kuruma ya da bir tüzel kişiye atfedilebileceği gazetecilik mesleğine ilişkin değerler tarafından belirlenen bir editoryal süreç aracılığıyla oluşturulan, güvenilir ve güncel bilgi kaynakları olarak tanımlanır. Bu, - örneğin "medya zaptı" durumları ya da diğer normatif kusurlar aracılığıyla- normlara bağlı kalınmayan gerçeklikleri göz ardı etmek anlamına gelmez; bu nedenle MBO aracılığıyla eleştirel düşünme, bütün içerik sağlayıcılara olduğu gibi medyaya da uyarlanmalıdır.

Medya ve diğer içerik sağlayıcıların normatif rollerine uygun olup olmadıkları değerlendirilebilir. Medya ve diğer içerik sağlayıcılardan şunlar beklenir:

- Vatandaşların birbirleriyle iletişim kurmalarını ve bilinçli kararlar almalarını sağlayacak şekilde enformasyon ve bilgi taşıyıcıları işlevi görme;
- Çeşitli toplumsal aktörler arasında bilinçli tartışmaları kolaylaştırma;
- Doğrudan deneyimlediğimizin ötesindeki dünya hakkında öğrendiğimiz şeylerin çoğunu bize sağlama ve toplumun kendisi hakkında öğrenmesini ve bir topluluk bilinci geliştirmesini sağlayan bir araç işlevi görme;
- Tüm yönleriyle hükümetin bekçi köpeği işlevini üstlenme ve kamusal yaşamda şeffaflık ile yolsuzluk, kötü yönetim ve kurumsal görevi suistimal vakalarını teşhir ederek, iktidardakilerin kamu denetimine tabi olmasını teşvik etme;
- Demokratik süreçlerin başlıca kolaylaştırıcıları ve özgür ve adil seçimlerin teminatçılarından biri olma;
- Uluslar bünyesinde ve arasında kültürel ifade ve kültürel uyum için bir araç olma
- Çoğulcu değerlere saygı gösterirken, bir savunucu ve kendi başına bir toplumsal aktör olarak şeffaflık içinde işlev görme.[31]

Yakınsama

UNESCO ve farklı alanlardaki uzmanlar, içeriğin tüketimi, kullanımı, üretimi ve paylaşımında eleştirel becerileri geliştirmek üzere öğrencileri ve vatandaşları güçlendirme yönündeki aynı genel öğrenme hedefine sahip olan, birbiriyle ilişkili alanları bir araya getiren bir çatı kavram olarak medya ve bilgi okuryazarlığı ifadesini türetmişlerdir.

Bilgi, örneğin araştırma raporları ve tezler gibi birincil kaynaklar; örneğin kitaplar, bültenler, dergiler, gazeteler gibi ikincil kaynaklar ve veritabanları, veri havuzu ve kaynakçalar gibi birincil ve ikincil kaynaklardan alınan üçüncül kaynaklar olarak gruplara ayrılabilir. MBO bir yandan, normal koşullarda akran denetiminden ya da uzun süren metin düzenleme süreçlerinden geçen metinsel çıktıları (elektronik ya da matbu yayınlar) ele alır. Bu, alıntıların, referansların ve kaynakçaların alınabileceği fikri mülkiyettir. MBO ayrıca, farklı içerik sağlayıcılar tarafından sağlanan mesajlardaki görüntü, renk ve ses açısından incelikleri de dikkate alan televizyon, sosyal ağlar ve film yapımı şirketleri gibi kitle iletişimi hakkındadır. Her ne kadar kurumlar her zaman normatif beklentileri karşılamasa da, medya genel olarak bilgilendirme, eğitme ve eğlendirme amacıyla var olmalıdır. İçerik, meseleler, yöntemler, araçlar, bilgi bileşenleri, medya ve teknoloji arasındaki ilişkiyi ve yakınsamayı açıklayan aşağıdaki Tablo'ya (1.1) bakınız.

31 UNESCO Medya Gelişimi Göstergeleri'nden uyarlanmıştır.

TABLO 1.1 MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI YAKINSAMASI: GELENEKSELDEN YAKINSAK GÖRÜŞLERE*

BİLGİ (OKURYAZARLIĞI)		KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI/DİJİTAL TEKNOLOJİLER MEDYA/DİJİTAL (OKURYAZARLIK)
Kitaplar Monografiler Dergiler Süreli yayınlar Patentler İşletmeler Akademik ürünler/araştırma ürünleri	**İÇERİK FORMATLARI** Yakınsama	Haberler Gazeteler Televizyon Radyo Görseller Sosyal Ağlar Popüler kültür ürünleri
Araştırma Hakemli Uzun metin düzenleme süreci Editoryal endüstrinin onayı Atıflar kritik öneme sahiptir.	**İÇERİĞİN ONAYLANMASI** Yakınsama	Bazı araştırmalar Endüstrinin onayı Yavaş düzenleme süreci Medyanın doğası nedeniyle bazen son anda hazırlık Kullanıcı geri bildirimi/Kabul gören değerlendirme
Gruplar – Daha seçici Okuma becerileri gereklidir Daha az özümsenmiştir – Daha çok bilişsel talep	**ALGILANAN HEDEF KİTLE** Yakınsama	Daha çok genel kitlesel izleyiciler, sıklıkla hedeflenen gruplar Görsel işitsel mesajlar, okuma ve görüntüleme becerileri gereklidir Konuşmalardan önemli alıntılar veya dramatik görseller
Kullanıcı araştırır Düzeltme – değerlendirme becerileri gereklidir BİT yapıcılar sınırları bulanıklaştırdı	**ALGILANAN ERİŞİM** Yakınsama	Medya takip eder/Kullanıcıyı hedef alır Medya mesajlarını filtreleme/reddetme ve analiz etme becerileri Üretme/Üretim becerileri de gereklidir
Eğitim amaçlı kullanım/İş Uzun vadeli karar verme	**ALGILANAN TEMEL KULLANIM AMACI** Yakınsama	Eğlence ve eğitim odağı Günlük ve uzun vadeli karar verme
Özünde matbu metinler Genellikle akademik olarak üretilmiş	**ALGILANAN ESTETİK** Yakınsama	Daha çok görsel işitsel Endüstri/hükümet tarafından üretilmiş, büyük ve küçük şirketler – ana akım ve alternatif
Kütüphaneciler Bilgi toplama kullanımı hakkında endişeler Eğitmenler Nitelikli bilgiye ilişkin endişeler	**ALGILANAN BECERİ GELİŞTİRİCİLER** Yakınsama	Kitle iletişim araçları uzmanları Medya üretimlerinin hakikate karşı yanlı olduğuna ilişkin endişe Estetiğe, tasarıma odaklanma

*Şuradan uyarlanmıştır: Lau, Jesús ve Grizzle, Alton (2019), *Evolution and History of Media and Information Literacy* (*Medya ve Bilgi Okuryazarlığının Evrimi ve Tarihi*).

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

Eğitmenler İçin *Medya ve Bilgi Okuryazarlığı ve Yetkinlik Çerçevesi*'nde (1. Bölüm) yer alan Şekil 1'de tanımlanan MBO özelliklerini değerlendirin. Bütün özellikleri tartışın. Bu özelliklerin her birinin sizin için ne anlama geldiğini yazın. Sizce bu tanımda eksik var mı? Sizce bu tanıma ne eklenmeli?

MBO ile ilişkili farklı okuryazarlıklarla bağlantılı olan ve dünyada çeşitli aktörler tarafından kullanılan aşağıdaki terimleri değerlendirin:

- Medya okuryazarlığı
- Kütüphane okuryazarlığı
- Bilgisayar okuryazarlığı
- İfade özgürlüğü okuryazarlığı
- İnternet okuryazarlığı
- Dijital okuryazarlık
- Haber okuryazarlığı
- Sinema okuryazarlığı
- Oyun okuryazarlığı
- Sosyal medya okuryazarlığı
- Yapay zekâ okuryazarlığı
- Veri okuryazarlığı
- Emniyet okuryazarlığı
- Güvenlik okuryazarlığı
- Gizlilik okuryazarlığı

İnterneti ya da kütüphaneyi kullanarak, bu terimlerden her birinin çeşitli tanımlarını araştırın. MBO'ya ilişkin bu ayrı terimler ya da kavramlar arasındaki ilişki hakkında ne gözlemliyorsunuz? MBO olarak medya okuryazarlığı ile bilgi okuryazarlığını birleştirme gerekçesinin ne olacağını açıklayan bir paragraf yazın.

Bilginin Kaynağını Bulma

Çeşitli içerik sağlayıcıların içerikleri vasıtasıyla erişime sunulan bilginin doğru kullanımı, insanların kendi bilgi ihtiyaçlarını anlama ve erişim sağlayabilecekleri içeriklerin yerini saptama, bunları elde etme ve değerlendirme becerilerine bağlıdır. Günümüzde, doğruluk, güvenilirlik ve değer bakımlarından büyük ölçüde çeşitlilik gösteren son derece geniş ve çeşitli bir içerik seçimi vardır. Buna ek olarak, bu bilgi, çevrimiçi havuzlar ve portallar, sanal ve gerçek kütüphaneler ile belgesel koleksiyonları, veritabanları, arşivler, müzeler vb. tarafından kullanıma sunulan çok çeşitli biçimlerde (metin, imaj ya da istatistik olarak, elektronik veya matbu formatlarda) var olur. Ne var ki, en önemli etmen şudur: İçeriğin niteliği önemli ölçüde değişiklik gösterebilir.

İçerik ile kaynaklarını değerlendirmeden önce, örneğin eğlence amaçlı kullanımı dışında, bilgiyi ne için kullandığımızın üzerinde düşünmek önemlidir. Bu, güvenilir bilgi kaynaklarını tespit etmemizi kolaylaştırır. Başlıca sorular şunlar olabilir: Bu özel durumda hangi kaynak ya da hangi tür kaynak bilgi sağlamak açısından en güvenilir olurdu? Hangi kaynakların doğrulama yöntemlerini kullanma, adil olma, gizli amaçları olmama, kalite kontrolü sergileme ve düzeltme ve tashihe açık olma ihtimali yüksektir?

Bilginin, kütüphaneler, arşivler, müzeler, medya, dijital iletişim şirketleri gibi içeri sağlayıcıların bir karışımında tutulduğunu düşünebiliriz. Bu içerik sağlayıcıların birtakım rolleri bulunur. Bu roller arasında şunları sayabiliriz:

- Bilgilendirme;
- Eğitme;
- Öğretme ve öğrenme süreçlerini kolaylaştırma
- Her türlü bilgiye erişim sağlama (bazen ücretsiz, çoklu, güvenilir ve kısıtlama olmaksızın);
- Bilgiye açılan kapı işlevi üstlenme;
- İfade özgürlüğü ve bilgi edinme özgürlüğü gibi evrensel değerleri ve medeni hakları teşvik etme;
- Toplumun kolektif belleği işlevi görme;
- Bilgi toplama;
- Kültürel mirası koruma;
- Eğlendirme.

Aynı zamanda, bu içerik sağlayıcıların para kazanma aracı olarak, siyasi bir araç olarak, kültürel egemenlik amaçlı vb. başkaca öncelikli rolleri de olabilir.

Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Çeşitli türlerdeki içerik sağlayıcılar arasındaki içerik farklarını inceleyin. Örneğin; hangisi reklam veya eğlenceden çok bilgi sağlıyor; hangisi mezenformasyon ve nefret söylemine oksijen sağlıyor? Ayrıca, içerik türlerini, örneğin monografiler ve süreli yayınlar şeklinde, tespit edin ve bunların hangi bakımlardan farklılık gösterdiklerini anlayın. Öğrenciler uygun görüldüğü şekilde her yayın türü arasındaki farkları açıklayabilir ve her yayın türüne iki örnek verebilir.
- Kütüphane katalogları kaliteli bir bilgi kaynağıdır. Öğrencilerden, yazar adı, başlık ve konu gibi ana girdiler hakkında bilgi edinmelerini, ayrıca, bulabilecekleri her bilgi ve medya türü için ikişer kaynak aramalarını isteyin.
- Yukarıda listelenen işlevlere örnek olarak gösterilebilecek kaynaklar ya da medya metinleri için medyayı araştırın. Yerel, ulusal ve küresel düzeyde bu rolleri sergileyen metinleri tespit edin.
- Zamanı ve tahsis edilen çabayı en iyi şekilde kullanmak amacıyla, aradığınız bilgiyi bulmakta kullanmak üzere kütüphane kataloglarının özelliklerini karşılaştırın. a) Aşina olduğunuz kütüphane kataloglarından bahsedin ve tercihen üniversitelere ait, dört kütüphane kataloğu daha arayın. b) Başvurduklarınız arasında en iyi olduğunu düşündüğünüz kataloglarda ilgilendiğiniz bir konuda arama yapın. c) En iyi olduğunu düşündüğünüz kataloglarda bulduğunuz kitap ya da diğer materyallere

ilişkin beş kaynağı (kaynakçayı, referansı) listeleyin. Bunların neden en iyi olduğu üzerine düşünün ve bu konuda argümanlarınızı sunun.

- Sürdürülebilir kalkınma, demokrasi, dünyanın diğer bölümleri, farklı kültürler, toplumsal ve ekonomik hayat ya da ilginizi çeken başka konularda bilgi sağlayan kitapları ya da diğer kaynakları bulmak amacıyla kolej/üniversite kütüphanelerini ya da kamu kütüphanelerini araştırın. Şuna benzer soruları inceleyin: Kütüphanelere tahsis edilmesi gereken kaynakların düzeyine kim karar veriyor? Hangi kitapların kütüphaneye alınıp hangilerinin alınmayacağına kim karar veriyor? Hangi kitapların diğerlerinden daha önemli olduğuna kim karar veriyor? Bütçe ve telif hakları kütüphanelerin rolünü nasıl etkiler? Kütüphaneler kendi amaçlarına hizmet ediyor mu? (Benzer bir aktivite müzeler ve arşivler için de düzenlenebilir.)
- Medya bir ulusun inşasını ve kalkınmasını teşvik edebileceği gibi dışlayıcı milliyetçiliği de destekleyebilir. Medyanın bu işlevleri nasıl ve ne amaçla üstlendiğini tartışın. Kendi ülkenizdeki medya içeriği üzerine düşünün. Kalkınma, ulus inşası ve ulusal çıkarlar konularında medyada hangi bakış açılarından kaç farklı görüş bulabilirsiniz?
- Kütüphanelerin, müzelerin, arşivlerin veya belirli kitapların savaş, çatışma vb. nedeniyle kasıtlı olarak yok edilmesine ilişkin hikâyeler bulmak için internette arama yapın. Bu hikâyenin doğru olduğunu nasıl teyit edebilirsiniz? Bunun ilk ünite olduğu göz önüne alındığında, eğitmenler bu soruya yanıt vermek için gerekli becerilere henüz maruz kalmamış olabilir, bu durumda bunun ileride ele alınacak bir yetkinlik olduğunu belirtmeli ve diğer sorularla devam etmelidirler. Medya, kütüphane, arşivler ve dijital iletişim ile diğer kaynakların tahribatı insanları, tarihlerini ve kültürlerini nasıl etkileyebilir? Gözlemlerinize dayanarak, bu tür eylemlerin doğurabileceği diğer sonuçlar nelerdir?
- Kamuya açık bilgi ne demektir? Ülkenizdeki iki farklı devlet kurumunun kamuya açık bilgileri nasıl ele aldığını araştırın. Bu kurumların sunduğu bilgilerin yeterli olup olmadığını tartışın. Bilginin nasıl kamuya açık hale getirilebileceğine ilişkin ulusal politikalar var mı? Ülkenizde bilgiye erişim kanunları var mı? Bu kanunlar kullanılıyor mu? Vatandaşların şeffaflık konusundaki hakları nelerdir?
- Yukarıda önerilen aktivitede sağlanan yanıtlara göre, bu durumun medya ve bilgi okuryazarlığı açısından sonuçlarını (medya ve bilgi okuryazarı bir kişinin bu konuda neleri yapabileceğini) belirtin.
- Günümüzde eğitmenler ile öğrencilerin günlük hayatında bir yer kaplayan medya türlerinin bir listesini çıkarın. Bu medya türlerinin her birinin üstlendikleri başlıca roller ve işlevler nelerdir? Bu içerik sağlayıcıları kullanmak söz konusu olduğunda, "okuryazar" olmak sizce ne anlama gelir? Hangi bilgi, beceri ve tutumlar gereklidir?
- *Bir günlüğüne bir günlük tutarak kütüphaneler, arşivler, müzeler, medya ve dijital iletişim şirketleri gibi içerik sağlayıcıları günlük kullanımınızı ve bunlarla etkileşiminizi kaydedin. Kişisel kullanımınızda ne gibi örüntüler ortaya çıktı? İnternet, televizyon, radyo, oyun aletleri gibi platformlarla etkileşime girerek günde kaç saat harcıyorsunuz? Bu tür içerik sağlayıcılar hayatınızda ne gibi bir rol oynuyor?
- Okulunuzun ya da muhitinizin çevresinde yürüyüşe çıkın. Bu ortamlarda bulunan içerik sağlayıcı örneklerini listeleyin. Bu örnekler yukarıda listelenen rollerin hangilerini sergilemektedir?

- Bir gün uyandığınızda hiçbir medya, kütüphane ya da internet ve mobil telefon hizmetleri sunan kurum olmadığını hayal edin. Bununla birlikte, bütün gazeteler, dergiler, radyo istasyonları ve TV kanalları da yok olmuş. Küçük gruplara ayrılarak bu durumda vatandaşlara neler olacağını analiz edin:
  - Bu durumda nasıl bilgi edinirlerdi?
  - Olgular ve olaylar hakkındaki haberleri birbirlerine nasıl iletirlerdi?
  - Genellikle aldığınız kararlarda ne gibi bir değişiklik olurdu?
  - Böyle bir durumda siz kişisel olarak en çok neyi özlerdiniz?
  - Bu tür bir sorun nedeniyle toplum neleri kaybederdi?
- Demokratik bir toplumda, normatif rollerine uygun kalmaları kaydıyla, içerik sağlayıcıların değerine ilişkin ulaştığınız sonuçları içeren bir "editöre mektup" yazın.

Vatandaşlar Açısından MBO'nun Önemi

MBO, kütüphaneler, arşivler, müzeler, medya ve internet iletişim şirketleri gibi içerik sağlayıcıların öneminin anlaşılmasını sağlamakla ilgilidir. Bunun altında şu nedenler yatar:

- Bilgi ile diğer içerikler arasında ayrım yapma ve içerik sağlayıcıları değerlendirme;
- Bilinçli kararlar verme;
- Araştırma yoluyla bilgi doğrulama hakkında bilgi edinme;
- Paylaşılan gerçeklere ve haklara dayanarak anlatılara saygı gösteren bir topluluk bilinci inşa etme;
- Demokrasiye ve sürdürülebilir kalkınmaya elverişli kamusal söylemi koruma;
- Bilgi ve diğer içeriklerin yaşam döngüsüne eleştirel olarak katılma;
- Yaşam boyu öğrenime katılma.

Dahası, MBO vatandaşları aktif bilgi üreticileri ve medya ve bilgi ürünleri alanında yenilikçi olmaya özendirmelidir. MBO, kendini gerçekleştirme, yaratıcılık ve ülkelerinin demokrasisine ve küresel bilgi ağına daha büyük ölçüde katılımı sağlamak için vatandaşları yeni ve geleneksel medyayı kullanmaya teşvik etmelidir.

Değerlendirmeler ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılma;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Araştırma makalesi;
- Araştırma yazısı/raporu.

2. ÜNİTE: MBO, SİVİL KATILIM VE BİLGİ EDİNME HAKKI

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Kütüphaneler, arşivler, müzeler, medya, dijital iletişim şirketleri gibi içerik sağlayıcıların işlevleri;
- Vatandaşlar içerik sağlayıcılardan neler beklemelidir?
- MBO ve MBO'nun demokrasi ile iyi yönetişim açısından önem;i
- İfade özgürlüğü, bilgi edinme hakkı, medyanın editoryal bağımsızlığı, içerik sağlayıcıların çoğulluğu ve çeşitliliği.

Öğrenme Hedefleri

Bu ünitenin sonunda eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- Bilgi ve veri edinme hakkı ile enformasyona ve bilgiye erişim, ifade özgürlüğü, kendini ifade etme ve demokratik süreçlere katılım açısından içerik sağlayıcıların normatif işlevlerini anlama ve tanımlama; ve
- Çeşitli içerik sağlayıcıların bu işlevleri yerine getirmeleri için gerekli olan koşulları saptama.

Gazeteciliğin Normatif Rolü

Gazetecilik ve medya kaynakları bütün toplumlarda önemlidir. Gazeteciler ve haber medyası olmasaydı, "dünyaya açılan pencere" de olmazdı; topluluklarımızı ve doğrudan tecrübe ettiğimizin ötesindeki dünyada neler olup bittiğini öğrenmek için çok az imkânımız olurdu. Gazetecilik pratiklerinin saygı göstermesi gereken ve vatandaşların gazetecilikten beklediği birkaç kilit etmen vardır:

- Bilgiyi düzenleme: Karman çorman bilgiyi düzenleme ve anlaşılır kılma, özel çıkarları açığa çıkarmak için halkla ilişkilerin ve resmi görüşlerin derinine inme.
- Doğruluk: Medyada, vatandaşların uygunluğu, güvenilirliği ve olası yanlılıkları değerlendirebilmeleri için bilgi kaynakları açıkça belirtilmelidir; ihtilaf olması durumunda, yanıtsız kalmış önemli sorular, bir fikri takip (follow-up) olacağı beklentisiyle kaydedilmelidir.
- Kamu yararı: Gazeteciler, yaptıkları işte, vatandaşları kamu işlerinde yer almak için ihtiyaç duydukları bilgilerle donatarak kamu yararının ilerlemesine büyük katkı sağlayabilirler.
- Bağımsızlık: Vatandaşların tartışmalarında kamu yararının kişisel yanlılıkların dışında ve ötesinde cereyan etmesi gerektiği açık olmalıdır; yorumcular "madalyonun

iki yüzü"nü de irdelemelidir (hem katıldıkları hem de katılmadıkları fikirleri tartışmalıdırlar); ve gazeteciler çalışmalarında bağımsız düşünme sergilemelidir.

- Kamusal eleştiri ve problem çözme forumu: Haber medyası kamusal etkileşim için çeşitli kanallar (mektuplar, e-posta, irtibat telefonu ya da kamuya açık forum) sunmalıdır; vatandaşlar ayrıca diğer vatandaşlarla kendi "dillerinde" konuşmalarına izin vermek için medyanın kendilerine gerekli alana ya da yayın süresine erişim vermesini beklerler; dahası, vatandaşlar haberlerde görüşlerin ve değerlerin geniş bir temsilinin görünür olmasını da beklerler.
- Hesap sorulabilirlik: Medya yalnızca hükümetleri değil, önemli kamu kurumları ya da özel kurumlar da dahil olmak üzere, iktidar sahibi herkesi denetlemelidir; medya, yetkilileri hesap verebilirliğini sağlamak suretiyle topluluk düşüncesini canlandırabilir. Medyanın ayrıca gazetecilerin ve yöneticilerinin de hesap verebilirliğini gözeten sistemleri olmalıdır.
- Orantılı ve ilgili haberler: Vatandaşlar önemli konular ve eğilimler hakkında güncel bilgilere gereksinim duyar; haberler tehdit ve risklerin mahiyetini şişirmemeli veya hafife almamalıdır.
- Özel hayatın gizliliği ile bilgi edinme hakkını dengeleme: Vatandaşlar medya profesyonellerinden kamunun bilgi edinme hakkı ile bireylerin özel hayatının gizliliği hakları arasındaki dengeyi bulmalarını bekler (krş. Fackson Banda, UNESCO, 2009).

Bilgi Edinme Hakkı ya da Bilgiye Erişim

Bilgi edinme hakkı, bilgi edinme özgürlüğü ve bilgiye erişim genellikle aynı şeyi ifade etmek üzere kullanılır. Bazı uzmanlar, bilgiye erişimin diğer iki terimden daha genel ve daha geniş bir kavram olduğunu öne sürerler. Bilgi edinme hakkı hem demokrasi hem de kalkınma açısından elzemdir. Özgür ifade hakkı ve kamusal bilgiye erişim hakkı vatandaşların temel insan haklarıdır. UNESCO bilgi edinme özgürlüğünü kamu kurumları ya da kamusal işlevleri yerine getiren ya da kamu yararına işlev gören özel kurumların elinde tuttuğu bilgilere erişim hakkı olarak tanımlamaktadır. Kamuya açık bilgiler de aynı şekilde vatandaşların mülkiyetidir. Kütüphaneler, arşivler, müzeler, medya, dijital iletişim şirketleri gibi içerik sağlayıcılar bütün vatandaşlar için bilgi edinme özgürlüğü hakkının sağlanmasına yardımcı olmalıdır.

Bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT), sosyal medya ve yapay zekâ gibi dijital teknolojilerin hızla yayılmasıyla içerik sağlayıcıların rolü de değişiyor. BİT neredeyse ânında enformayona ve bilgiye erişim sağlıyor. Resmi kayıtları tutan kamu yetkilileri de dahil olmak üzere içerik sağlayıcılar yeni hizmetler sunabiliyor. Bunlar, vatandaşların yaşam boyu öğrenme, araştırma ve eğlenme ihtiyaçlarını etkili ve verimli bir şekilde karşılamanın yanı sıra, topluluklar arasında bağlantı kurmak için de yeni olanaklar sunar. Bu bağlamda, veriye ve verileri bilgiye dönüştürecek şekilde düzenleyen algoritmalara erişim önemli bir konu haline gelmektedir.

İçerik sağlayıcıların birtakım ana işlevleri bulunur. Bu işlevler arasında aşağıdakiler sayılabilir:

- Herhangi bir ırksal, mesleki ya da dini kısıtlama olmaksızın bilgi kaynaklarına açık erişim sağlamak; özellikle kamu kütüphaneleri ücretsiz erişim sağlar;
- İlgili mekânda ya da çevrimiçi olarak başvurulan içerikler açısından okurların özel hayatının gizliliğini ve mahremiyetini koruma;
- Profesyonellik temelinde ve siyasi, dini veya ahlaki yanlılıklar olmaksızın çeşitli ve çoklu bilgi kaynaklarına erişim sağlama;
- Gelecek nesiller için bilgi toplama ve koruma;
- Bilginin gerçekliğini, güvenilirliğini ve doğruluğunu sağlamaya katkıda bulunma
- Bilgi ve veri taleplerine yanıt verme;
- İnsanların bilgi edinme hakkı ya da bilgiye erişim hakkına ilişkin politikalara katılımını geliştirme, uygulama ve sağlama.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Öğrencilere, ikamet ettikleri ülkede bilgi edinme hakkı kanunu ya da bilgiye ulusal erişim politikaları olup olmadığını araştırmaları yönünde rehberlik edin. Öğrencilere, ilgili kanuna ya da politikaya erişmeleri yönünde rehberlik edin: Bu kanun veya politikalar sağlık, eğitim, tarım, seçimler, devlet kurumları, özel sektör ve kalkınmada öncelikli diğer alanlar gibi meseleleri ne ölçüde ele alıyor? Şayet ülkede bilgi edinme kanunu yoksa, bu tür kanunların ve politikaların çıkarılmasına yönelik barışçıl olarak neler yapılabileceğini tartışın. Bilgiye ilişkin meselelerle ilgilenen bakanlıkla, milletvekilleriyle, yerel hükümet görevlileriyle ya da ülkedeki ilgili kurumlarla nasıl temasa geçileceğinin incelenmesi bu bağlamda iyi bir başlangıç noktası olabilir.
- Öğrencilere, ülkelerindeki mevcut bilgi edinme kanunlarının bilgiye erişim kanunları ve politikalarına ilişkin kamu eğitimini ele alan maddeleri olup olmadığını incelemeleri yönünde rehberlik edin. Bu kamu eğitimi programları uygulanıyor mu? MBO'nun teşvik edilmesi, insanların bilgiye erişim hakkı kanun ve politikalarını nasıl kullanacaklarını ve bu kanunların onların gündelik hayatında nasıl bir etkisi olduğunu anlamalarına yardımcı olmanın yollarından biridir. Lütfen, bilgi edinme hakkı konusunda eğitim verilmesine yardımcı olabilecek saygın kaynakları araştırın.
- Öğrencileri üç veya beş gruba ayırın. Kendileri açısından öncelikli olarak önemli buldukları Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'nden (SKH) birini seçmeleri yönünde onlara rehberlik edin. Ardından, resmi Birleşmiş Milletler SKH metaveri havuzuna aşina olmaları için onlara yardımcı olun. Metaveri havuzuna şu adresten ulaşılabilir: https://unstats.un.org/sdgs/metadata/. Öğrencilerden, bu Hedefleri raporlamak için toplanan resmî göstergeler listesi ve verilere bir anlığına odaklanmalarını

isteyin. Öğrencilerin kendi aralarında tartışmalarını sağlayabilir ve bilgi edinme hakkının ya da bu hakkın bulunmamasının Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne erişilmesini neden hızlandırabileceği ya da bunu neden engelleyebileceği üzerine 5-10 madde yazmalarını isteyebilirsiniz. Öğrenciler ayrıca bu göstergeler aracılığıyla toplanan verilerin gösterdiği üzere, MBO'nun vatandaşların SKH'nın ilerlemesini araştırma, anlama ve izlemelerine nasıl yardımcı olabileceği gibi sorulara da cevap vermelidirler. Öğrenciler bireyler, gruplar ve topluluklar olarak akranlarını SKH hakkında bilinçlendirmek için neler yapabilirler ve MBO bu çabalara nasıl yardımcı olabilirler?

- Belirli belgelere erişim talep etmek için şu süreç üzerine bir tartışma düzenleyin. Süreç Avustralya'dan[32] gerçek bir örnekten hareketle genelleştirilmiştir: 1) Yazılı bir talep sunun. 2) Hangi Bilgi Edinme Hakkı Kanunu hükmü uyarınca bu talepte bulunduğunuzu belirtin. 3) Mümkün olduğunca fazla bilgi paylaşarak hangi belgenin istendiği konusunu açıkça belirtin. 4) Bir irtibat telefonu ya da e-posta adresi verin. 5) Talebe verilecek cevabın gönderilebileceği bir posta adresi verin. Bazı ülkelerin veya yetkililerin doldurulması gereken çevrimiçi bir formları olabilir. İstediğiniz verilerin hâlihazırda devletin proaktif şeffaflığı kapsamında çevrimiçi olmadığından emin olmak için çevrimiçi araştırma yapın.
- İlgili kütüphane ve internet kaynaklarını kullanarak, geçen yıla ait ulusal ya da küresel düzeyde 5 ilâ 10 haber metnini araştırın. Her bir metinde yukarıda listelenen beklentilerden hangilerinin karşılandığını tespit edin. Bu metinleri etkili örnekler yapan başlıca unsurlar nelerdir? Bu metinlerin ilgili beklentileri karşılamadığı durumlarda, onları geliştirmek için yapılabilecek değişiklikleri önerin.
- Okuyucuların haberlere, haberlerin yalnızca mevcut görüşlerini pekiştirmesi arzusuyla değil, açık fikirli olarak yaklaşma yükümlülükleri olduğunu tartışan kısa bir deneme yazın.
- Yerel bir konu veya olaya ilişkin haberleri seçin ve yakından inceleyin. Medya ve bilgi okuryazarı olmanın bir kısmı da yukarıda bahsedilen kıstasları çeşitli konuların nasıl haberleştirildiğine uygulayacak farkındalığa ve becerilere sahip olmaktır. Söz konusu yerel örnekte vatandaşların beklentileri ne ölçüde karşılanmıştı? İlgili haberlerin yerel topluluk üzerindeki olası etkileri neler oldu? Vatandaşların beklentilerinin karşılanmadığı durumlarda, vatandaşların bu sorunları ele almak üzere başvuracakları ne gibi bir merci vardı? Medya ve bilgi yazarlığı vatandaşları desteklemekte nasıl bir rol oynayabilir?
- Bilgili vatandaşın karar verme ve demokratik topluma katılma açısından daha donanımlı olduğu görüşüne katılıyor musunuz? Neden? Görüşlerinizi belirten bir başyazı yazın.
- Tartışın: Toplumunuzda bilginin rolüne nasıl bakılıyor ve bilgi nasıl değer görüyor? Enformasyon ve bilgi, ayrıca enformasyon ve güç arasında sizce nasıl bir ilişki var?

İfade Özgürlüğü, Editoryal Bağımsızlık, Çoğulculuk ve Çeşitlilik

Bilgi edinme hakkı ve ifade özgürlüğü, medya ve bilgi okuryazarlığının temelini oluşturur.

32 Avustralya Başkent Bölgesi Hükümeti, Eğitim https://www.education.act.gov.au/about-us/freedom_of_information.18 Ocak 2021 tarihinde erişilmiştir.

Bu bağlamda, ilgili bilgi edinme özgürlüğü teriminin kullanımı kamusal bilgilere erişimi ifade eder. “Bilgi etrafımızdaki dünyayı anlamamızın, burada kendimize anlamlı bir rol bulmamızın ve bize sunulan kaynaklardan faydalanma kapasitemizin anahtarıdır. Bilgi birkaç kişinin elinde yoğunlaştığında, kamunun hem karar verme hem de alınan kararları değerlendirme kapasitesi büyük ölçüde azalır. Etik ve çoğulcu bir medya şeffaflığı, hesap sorulabilirliği ve hukukun üstünlüğünü sağlayabilir” (UNESCO İfade Özgürlüğü Alet Kiti). Bağımsız medya gücünü, hizmet ettiği topluluklar hakkında profesyonel olarak haber yapmasından alır.

İfade ve Basın Özgürlüğü

İfade özgürlüğü, tehdit veya cezalandırılma korkusu olmaksızın görüş ve fikirleri ifade etme ve değiş tokuş etme özgürlüğünü içerir. İfade özgürlüğü temel bir insan hakkıdır. İfade özgürlüğü hakkı yalnızca konuşma özgürlüğünü değil, herhangi bir araç vasıtasıyla, her türlü bilgi veya fikirleri arama, elde etme ve yayma edimlerini de korur. Basın özgürlüğü, özgür ifadenin kamuya ulaşmasını ve paylaşılmasını sağladığından ve böylelikle toplulukların ve sivil toplumun inşası ve desteklenmesi açısından elzem olduğundan, bu hakkın gerekli bir dayanağıdır. İfade özgürlüğü sıradan bireylerin farklı düşünce ve fikirleri inceleme ve ifade etmesine izin vererek toplumda gerçek bir aidiyet algısını teşvik edebilir. İfade özgürlüğü sivil katılımın ayrılmaz bir parçasıdır ve eleştirel düşünme açısından elzemdir. İfade özgürlüğüne getirilecek kısıtlamalara, yalnızca başkalarının özgürlüklerini korumak gibi nedenlerle ve bu kısıtlamaların gerekli ve orantılı olduğu durumlarda izin verilir. Nefret söylemini önleyen kanunlar gibi sınırlandırmalar, ilgili kanunların suistimal edilmesini engellemek amacıyla dar bir şekilde tanımlanmış olmalıdır (İfade Özgürlüğü ve Medya Gelişiminde Dünya Eğilimleri).

Medyada Çoğulculuk

Çoğulcu bir medya sektörü, yani medya platformlarını (yazılı, görsel yayın, çevrimiçi), yerleri (ulusal, il genelinde ve topluluk bazlı) ve siyasi bakış açılarını aşan bir medya sektörü, toplumların kendileri üzerine daha sağlıklı düşünmesine yardımcı olur. Medya işletmesi birden fazla kişiye dağıtıldığında, popüler olmayan görüşler genellikle yine de kendine bir platform bulabilir. Uluslararası, ulusal ve yerel medya kurumlarının etkili bir karışımı insanlara demokratik süreçlere katılmalarını sağlayacak araçları verebilir. Çeşitli ve karşıt görüşlere sahip kaynaklardan gelen bilginin mümkün olan en geniş şekilde yayılması insanların refah düzeyine katkıda bulunur. Ayrı ayrı kişi veya kurumların mülkiyetindeki gazete ve yayıncılar genellikle birbirlerinin içeriklerini eleştirirken, medya sahipliğinin tek bir kanalda yoğunlaşması karşılıklı eleştirilere alan sağlayamaz ve hileli gerekçelerle medya zaptına yol açabilir. Medyada çoğulculuk aynı zamanda kamusal, özel ve topluluk kaynaklı medya sektörlerinin tanınması anlamına gelir. Kamu medyası dengeli haber ve görüşleri gerektirir; özel medya tarafgir eğilimler gösterebilir; topluluk kaynaklı medya halkın sesi olmalıdır.

Editoryal Bağımsızlık

Editoryal bağımsızlık, editörlere medya sahiplerinin veya devlet yetkililerinin veya devlet dışı aktörlerin müdahalesi olmaksızın editoryal kararlar almak üzere verilen mesleki özgürlüğü içerir. Editoryal bağımsızlık, örneğin bir medya kuruluşu sahiplerinin veya ona

ilan verenlerin hoşuna gitmeyecek makaleler yayınladığında imtihana tabi tutulmuş olur. Bağımsızlık istenilen her şeyi özgürce yapma yetkisi değildir; profesyonel gazeteciliğe özgü etik kurallar ve standartlar doğrultusunda olumlu bir şekilde şekillendirilmiş olmalıdır. Bu, yayın öncesi doğrulama, çıkarların ifşası, özel ya da haksız çıkarlar yerine kamu yararını gözetme gibi uygulamalardan taviz verilmesini gerektirebilecek etkilerden kaçınmak veya bu tür etkilere karşı koymak anlamına gelir.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- İnternet ve kütüphane kaynaklarını kullanarak, yetkililerin reklam bütçelerini farklı kurumlara nasıl aktardıkları da dahil olmak üzere, günümüzde büyük medya şirketlerinin ve devlete ait medya organlarının sahiplik ve kontrol yapısını araştırın. Bu yapıların büyük varlıklarını listeleyin. Bu sahiplik ve kontrol yapısının, ifadeye erişim, ifadenin seçilmesi ve ifade özgürlüğü üzerinde ne gibi etkileri olabilir? Ülkenizde veya yaşadığınız toplulukta medya sahipliğini ve kontrol yapısını düzenlemek üzere yürürlükte olan kanunları araştırın.
- Sahiplik ve yapay zekâ, sosyal medya kullanımı ile ilgili etik kurallara ilişkin aktiviteler için 11. Modül ile 13. Modüle bakınız.
- Alternatif veya bağımsız medyanın topluluğunuzdaki rolünü değerlendirin. Bir örnek seçerek, onu bağımsız kılan ana unsurları tarif edin. Söz konusu örnek, insanların demokratik süreçlere katılımını hangi biçimlerde destekliyor? Söz konusu örnek, hangi bakımlardan anaakım medyadan farklıdır?
- Ülkede topluluk medyasının durumunu değerlendirin. Topluluklar yönetişim ve programlama aşamalarına gerçekten katılıyor mu? Söz konusu kurum, coğrafi bir topluluk için mi yoksa belirli ilgiler etrafında bir araya gelen topluluklara yönelik bir platform mu? Söz konusu kurum, ticari veya devlet bünyesindeki kurumlardan ayırt edilemeyecek bir şekilde mi işletiliyor? Yoksa belirgin bir katkısı var mı?
- Article 19, Gazetecileri Koruma Komitesi, Sınır Tanımayan Gazeteciler ya da bölgesel ve ulusal STK'lar gibi ifade özgürlüğünü desteklemek ve gazetecileri korumak üzere çalışmalar yürüten örgütlerin çalışmalarını araştırın. Bu tür örgütlerin desteklediği gazetecilerin çalışmalarına odaklanın ve destek almalarını haklı gösteren unsurları çalışmalarında tespit edin.
- Devlet ile özel medya sahiplerinin neden medyanın editoryal bağımsızlık hakkına saygı göstermesi gerektiğini ve özellikle de haberler ve güncel gelişmeleri ele alma şekilleri hususunda neden medyaya baskı uygulamaktan kaçınmalarını gerektiğini tartışın.
- Editoryal bağımsızlık üzerindeki diğer olası etkileri ve bu tür haksız nüfuz kullanımının nasıl önlenebileceğini tartışın.
- Vatandaşların ne zaman kapsamına girdiklerini açıkça bildikleri, dar anlamda

tanımlanmış bir kanun ile seçici yorumlara açık muğlak ve geniş kanunlar arasındaki farkları tartışın.

Değerlendirmeler ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılma;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Araştırma makalesi;
- Araştırma yazısı/raporu.

3. ÜNİTE: MEDYA VE KÜTÜPHANELER, ARŞİVLER VE İNTERNET İLETİŞİM ŞİRKETLERİ GİBİ DİĞER İÇERİK SAĞLAYICILARLA ETKİLEŞİME GİRME

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- İçerik sağlayan kurumlar anlamı nasıl iletirler;
- Temsil meselesi: İçerik sağlayıcılar bilgiyi, insanları, kültürleri, imajları, mekânları vb. nasıl sunar;
- Akademik ve bilimsel bilgi;
- Kullanıcıların, vatandaşların ve kitlelerin rolü;
- Kullanıcılar tarafından üretilen içerikler aracılığıyla dijital iletişim şirketleriyle temasa geçme.

Öğrenme Hedefleri

Bu ünitenin sonunda eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- * Medya ve dijital iletişim şirketleri de dahil olmak üzere içerik sağlayıcıların kullandığı kilit kavramları anlama ve tanımlama;
- * Bu kavramlara ilişkin bilginin kullanıcılarının/vatandaşların içerik sağlayıcılarla eleştirel olarak etkileşime girmesine nasıl yardımcı olacağını anlama.

İçerik Derlemesi

Medya ve bilgi okuryazarlığının önemli bir parçası, medya dahil olmak üzere, içerik sağlayıcıların farklı anlatı türlerini nasıl kurduklarını, sunum sırasında içeriği nasıl şekillendirdiklerini ve aksi takdirde karmakarışık ve anlaşılması güç olacak materyalleri düzenlemek için hangi yöntemleri kullandıklarını anlamaktır.

Kütüphanelerden YouTube'a kadar tüm içerik sağlayıcılar, neleri dahil edip neleri dışarıda bırakacaklarına karar vermeleri bakımından ve diğerlerine kıyasla belirli bileşenlere daha fazla erişim sağlayıp bu erişimi düzenlemek suretiyle kendi içerik seçkisini hazırlarlar.

Medya dahil olmak üzere, farklı içerik sağlayıcıların kullandığı farklı yöntemlere ilişkin temel bir anlayış sahibi olmak önemlidir. İçerik sağlayıcıların kullandıkları "kod"lara ve bunları nasıl yorumladıklarına dikkat edin. Materyali kimin üretip hazırladığını, medya ve bilgi tüketicilerinin bu süreçte ne kadar aktif ya da interaktif olduklarını – kendi algılarının bilginin sunuluş biçimi üzerinde bir etkisi olup olmadığını – göz önünde bulundurmak da yararlı olabilir.

Herhangi bir içerik türüne ilişkin olarak, doğrulanmış gerçekleri tespit etmek hayati önem taşır. Bu, elektronik ya da matbu olarak yayınlanan, basılan veya çevrimiçi olarak yayınlanan akademik, bilimsel, resmî (devlete ait) ve kültürel metinler için de geçerlidir. Bu, metinleri iyice incelemek, basım tarihini ve coğrafi yayın yerini, olası yanlılıkları, hataları, diğer bir deyişle içeriğin geçerli olup olmadığını tespit etmek anlamına gelir. Kullanıcıların, bilgi materyallerini edinen, düzenleyen ve ödünç veren/paylaşan/yayan kurumlarla etkileşime geçmesi gerekir. Bu bağlamda bir örnek, farklı kütüphane türleri olabilir: okul (anaokulundan liseye), kamu (çoğunlukla topluma ücretsiz olarak açık olan il, bölge ve devlet kütüphaneleri), akademik (üniversite, araştırma merkezleri ve diğer yüksek öğrenim kurumları), özel (işletmeler, hükümetler, STK'lar vb.) ve ulusal (yurt içi ve yurt dışında basılan bütün ulusal yayınlar gelecek nesiller için koruma altına alınır). Alt kurum türlerinin çeşitliliği, medya ve internet şirketleri söz konusu olduğunda daha da geniştir.

Dikkatle düzenlenen içeriklere, kütüphanelerde olduğu gibi her bir parçanın bir veri ve bilgi kaynağı olabileceği müzelerde de ulaşılabilir. Benzer şekilde, arşivler mükemmel birincil bilgi kaynaklarıdır. Açık Erişim Dergileri Dizini (DOAJ) gibi açık erişim depoları çok sayıda dergi, kitap ve birincil kaynak sunar. DOAJ, açık erişimli, hakemli dergileri dizinleyen ve bunlara erişim sağlayan, topluluk tarafından düzenlenen çevrimiçi bir dizindir. DOAJ, yüzde 18'i sponsorlardan ve yüzde 82'si de üyelerden ve üye yayıncılardan olmak üzere gelen bağışlarla finanse edilir (https://doaj.org/). Diğer örnekler arasında, Latin Amerika menşeli yüksek öğrenim kurumlarının ve araştırma merkezlerinin bilimsel üretimlerine görünürlük kazandıran, açık erişim ile ücretsiz tam metin bilgiyi teşvik eden LA Referencia gösterilebilir (http://lareferencia.info/es). Keza, internette de bireyler tarafından olduğu kadar üniversiteler, enstitüler, müzeler ve diğer kurumlar tarafından sağlanan ve genellikle kütüphanelerden farklı ve çok daha gevşek kalite kriterlerine göre düzenlenen, olası okurlara ve kullanıcılara sunulan geniş bir bilgi yelpazesi vardır.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

MBO konusunda, içerik sağlayıcıların nasıl çalıştığını, anlamı nasıl ilettiklerini, nasıl kullanılabileceklerini ve sunulan içeriklerin – bilgi katsayısı ve kalitesi konularıyla ilgili olarak da dahil - nasıl değerlendirilebileceğini anlamak için aşağıdaki önemli alanlar yakından incelenmelidir. Aşağıdaki alanlar bu MBO müfredat belgesinde yer alan sonraki modüllerin de temelini oluşturmaktadır:

İçerik Teknolojileri

- İçerik üreticileri farklı türlerdeki bilgileri sunmak için farklı yöntem ve temsil biçimlerini nasıl kullanıyorlar?
- Bu kullanımlar toplum tarafından nasıl belirlenip kabul ediliyor?
- Belirli bir içerik sağlayıcının kodları ve kuralları ya da "anahtar bileşenleri" veya dil bilgisi kuralları nedir?
- Medya yorumcusu Marshall McLuhan "Araç mesajdır," yazmıştır[33] , yani bir mesajın iletildiği mecra, araç – yazılı basın, görsel medya veya internet - bizim dünyayı anlama biçimimizi etkiler. Teknoloji seçimi bizim edindiğimiz bilgi türlerini nasıl etkiler? Bu, şayet şekillendiriyorsa, iletilen mesajı nasıl şekillendirir?

Medyada Temsil ve Bilgi

- Görüntüleri bir temsil biçimi olarak inceleme;
- Alfabetik metin çözümleme;
- İçeriği çözümleme;
- Temsillerin kabulünden kim istifade eder, kim bu nedenle kaybeder? Bu görüntüler, bizim kendimizi ve dünyayı görme biçimimizi nasıl etkiler?
- Bu görüntüler, doğrudan deneyimlediğimizin ötesindeki dünyaya ilişkin bilgimizi ve anlayışımızı nasıl etkiler?
- Bu görüntüler, toplumsal cinsiyet eşitliği, kadınların güçlendirilmesi, toplumsal cinsiyet grupları, engelli bireyler, yerli halklar ve etnik azınlık gruplarına ilişkin görüşlerimizi nasıl etkiler?
- Editoryal bağımsızlığın medya metnine ne ölçüde yansıdığını inceleme.

Üretim/Kullanıcılar Tarafından Üretilen İçerik

- İnsan unsuru ya da otonomi gibi kavramlar burada önemlidir: Metni kim, neden üretiyor? Kurumsal ve bireysel bazda söz konusu olan çıkarlar nelerdir?
- Bu, vatandaşlar ve profesyoneller açısından iletişim ve ifade ile ilişkili haklarla nasıl bağdaşıyor?

33 McLuhan, Marshall ve Fiore, Quentin (1967), The Medium is the Message: An Inventory of Effects (Araç Mesajdır: Etkilerinin Envanteri). Londra: Penguin Modern Classics.

- Bu, ifade özgürlüğü, aktif vatandaşlık ve medya ve bilgi okuryazarlığı ile nasıl bağdaşıyor?
- Kaynaklar (insani, maddi, teknolojik vs.) ve düzenlemeler burada dikkate alınır.

Vatandaşlar ve Kullanıcılar/Tüketiciler Olarak Kitle

- Hedef ve aktif kitleler.
- Aktif vatandaşlar ve kullanıcılar/tüketiciler kendi anlamlarını, bir metne kendilerinin neler kattıklarına bağlı olarak müzakere ederler.
- Kitlelerin içerik sağlayıcılardan, bu sağlayıcıların markasının ve güvenilirliğinin temelini oluşturan kullanılabilirlik, şeffaflık, hesap sorulabilirlik ve âdilliğe dayalı beklentileri vardır.
- Kullanıcıların/tüketicilerin bilgiye yönelik kişisel, ekonomik, toplumsal ve kültürel gereksinimleri vardır.

İçerik Sağlayıcı Hizmetlerin Kullanıcıları/Tüketicileri Olarak Vatandaşlar

- İçerik sağlayıcılar, kaynaklarını ve önemli seçim kriterlerini nasıl seçer ve düzenler?
- Kütüphaneler gibi içerik sağlayıcılar kitap, periyodik yayınlar ve veritabanı gibi bilgi kaynaklarına nasıl abone olur ya da bunları nasıl satın alır? Kısıtlı bütçeleriyle neye, neden öncelik verirler?
- Bilgi sağlayan devlet kurumlarıyla nasıl temasa geçilir?
- İçerik sağlayıcılar nasıl finanse edilir? 10. ve 13. modüllere bakınız.
- İçerik sağlayıcılar hizmetlerinden nasıl gelir elde ederler? 10. Modüle bakınız.
- Sosyal medya da dahil olmak üzere dijital iletişim şirketleri tarafından saklanan, kendiniz hakkındaki bilgileri talep etme. 8. Modüle bakınız.

Kilit Sorular

- Bu metnin amacı nedir? Bu metin nasıl üretilmiştir?
- Bu metni kim üretmiştir?
- Hedef kitlesi kimdir? Nereden biliyorsunuz? Ana mesaj nedir?
- Kim fayda sağlar ve ne kazanırlar? Benim bilgi gereksinimlerim nelerdir?
- Bu gereksinimi nasıl tespit edip tanımlayabilirim?
- Gereksinim duyduğum bilgi benim ihtiyaç duyduğum biçimde mevcut mu? Şayet değilse, nasıl önlemler alabilirim? Bulunan bilgi nasıl anlaşılmalı, düzenlenmeli ve değerlendirilmelidir?
- Bu bilgiyi kullanılabilir formatlarda nasıl sunabilirim?
- Bilgiyi nasıl muhafaza edebilir, saklayıp yeniden kullanabilir, kaydedebilir ve arşivleyebilirim?
- Bu içeriği nasıl paylaşabilirim ya da paylaşmalı mıyım?

Aktiviteler

- Bir görsel veya istediğiniz başka bir metni seçin ve yukarıda listelenen kilit soruları bu metne uygulayın. Kurumlar, iletilen mesajlar ve hedeflenen kitleler hakkında ne öğrenebilirsiniz?
- Üstlenmek istediğiniz kişisel ya da ekonomik bir faaliyeti düşünün. Bunu not düşün. "Bilgi gereksinimlerin nelerdir" sorusundan başlayarak yukarıda listelenen kilit soruları uygulayın.
- Sabah uyandığınız andan gece uyuyana kadar bir gün içinde yaptığınız tüm aktiviteleri not düşün. Küçük gruplara ayrılarak çözümleyin: Bu aktivitelere katılmak için bilgiye gereksinim duyuyor musunuz? Her aktivitenin yanına gereksinim duyduğunuz bilgiyi not düşün. Örneğin, giyinmeden önce dışarıdaki hava sıcaklığını bilmeniz gerekir; otobüse binmeden önce trafiğin durumunu bilmeniz gerekir; kredi alıp almayacağınızı bilmek için ekonominin durumunu bilmeniz gerekir. Tartışın: Bilginin günlük hayatınızdaki önemi nedir? Bilgi olmaksızın kaç aktiviteyi yerine getirmekte güçlük çekersiniz?
- Kütüphaneyi ya da interneti kullanarak, geçen yılın en başarılı bazı televizyon ya da radyo programlarını, filmlerini ve reklamlarını araştırın. Yukarıdaki listede yer alan hangi kilit konular, bunların başarılı olmasında merkezi bir rol üstlendi? Yukarıdaki konulardan birinin veya birkaçının, bu örnek(ler) tarafından vurgulanma biçimlerini açıklayın.
- Kitaplarda ve dergi makalelerinde alıntıların, atıfların ve kaynakçaların önemi üzerine bir paragraf yazın. Bilim insanları ve öğrenciler, kullandıkları bilgi kaynaklarına atıfta bulunmalı ve bunlar hakkında bilgi sağlamalıdır. Gazeteciler de aynı şeyi yapar ama belirli kaynaklara (bu, bir kişi veya gizli belgeler olabilir) ve bazı bilgilerin ne kadar hassas olduğuna bağlı olarak, kendi haber kaynaklarını kamu yararı çerçevesinde korumak ve etik kurallara ilişkin uluslararası gazetecilik standartları ile profesyonel gazetecilik uygulamalarına saygı göstermek amacıyla bunu farklı şekillerde yapmak durumundadırlar. Bu suretle, gazetecilerin kendi olgularını ve kaynaklarını teyit etmeleri gerekir (Uluslararası Gazeteciler Federasyonu Gazeteciler İçin Küresel Etik Kuralları Sözleşmesi[34]).
- Gazetecilerin neden bilgi kaynaklarını, editörleri haricinde, kimseye açıklamama hakları olması gerektiğini ayrıntılı olarak anlatın. Bu gerçeğin artıları ve eksileri ekseninde bir tartışma yürütün.
- Gazetecilerin olguları kontrol etmek ve kaynaklarını doğrulamak için kullandıkları yöntemlere istinaden söylenen "Gazetecilik bir teyit etme disiplinidir" sözünü tartışın.
- OpenDOAR: Uygun Depoların Belirlenmesi. Kütüphanelerde ya da internette OpenDOAR adlı açık erişim depo internet sitesini araştırın ve kendi dilinizdeki depoların yerini belirleyin. Kendi dilinizde olan 10 depo ve başka dillerde olan ama size uygun olan beş depoyu listeleyin. Bu rehberin amaçlarının neler olabileceği, neden oluşturulduğu, ayrıca bunun size ve topluluğunuza nasıl fayda sağlayabileceği üzerine bir paragraf yazın.

34 https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists.html. Erişim Tarihi: 18 Ocak 2021

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Araştırma makalesi;
- Araştırma yazısı/raporu.

4. ÜNİTE: MBO, DİJİTAL BECERİLER, KÜLTÜREL KATILIM/YARATICILIK VE GİRİŞİMCİLİK

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- İçerik sağlayıcılar aracılığıyla kültürel katılım;
- Dijital çağda kültürel üretim;
- Kültürel girişimcilikte eleştirel düşünme ve araştırma;
- Dijital yaratıcılık.

Öğrenme Hedefleri

Bu ünitenin sonunda eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Çeşitli içerik sağlayıcıların kültürel katılıma nasıl aracılık ettiğini tanımlama;
- MBO'nun eleştirel düşünme olarak etik ve çeşitli kültürel ürünlere, uygulamalara ve diyaloga nasıl katkıda bulunabileceğini anlama;
- Dijital medya gibi içerik sağlayıcılar ile araçların kültürel alışveriş ve girişimcilik için nasıl kullanılacağını anlama.

Kültürel Okuryazarlık

UNESCO ve dünya çağındaki ortakları, kültürel okuryazarlık ve kültürlerarası yetkinlikler gibi MBO ile ilgili kavramları teşvik ederler.

Kültürel okuryazarlık şunlara katkıda bulunabilir:

- Tarihi kaynaklarını, mirasını ve ortak dillerini bilmek, siyasi ve ekonomik yönlerin ardında kalan ve bunların ötesindeki iç içe geçmiş bağlamları saptamak da dahil olmak üzere, bir toplumun değerlerini ve algılayış biçimlerini daha iyi anlama;
- Kültürel ifade çeşitliliği hakkının ayrılmaz bir parçası olarak, insan haklarını desteklemeye yönelik küresel taahhüde karşılık veren çeşitlendirilmiş kültürel içeriklere erişimi genişletmek. Bu bakımdan, kültürel okuryazarlığın desteklenmesi, dünyanın farklı bölgelerinden gelen içeriklerin oluşturduğu küresel potansiyel ve dijital uçurum bağlamında giderek daha önemli hale gelmektedir. Ne var ki, aynı durum yazılı ve görsel basın için de geçerlidir.
- Kendi kültürünü paylaşmayı ve diğer kültürleri tanımaya açık olmayı sağlama ve böylelikle karşılıklı anlayışı ve diyalogu geliştirme, kalıp yargılarla, ayrımcılıkla, yabancı düşmanlığıyla ve diğer öne çıkan hoşgörüsüzlük biçimleriyle mücadele etme ve kültürlerin yakınlaşmasına katkıda bulunma.
- Öğrenme çıktılarını güçlendirme, kültürel ve sanatsal içeriklerin önemini vurgulayarak ve bunların Bilim, Teknoloji, Mühendislik ve Matematik (BTMM) eğitiminin tamamlayıcısı olduğunu göstererek empati, eleştirel düşünme ve yaratıcılık gibi yetkinlikleri geliştirme.

MBO kültürel çeşitliliğe (dilsel çeşitlilik de dahil olmak üzere) saygı gösterilmesini teşvik etme çabalarına insanların eleştirel katılımını artırmanın yanı sıra, hem geleneksel medyada hem de dijital ortamda kültürel ürün ve hizmetlerin yaratıcı gelişiminde kültür ve sanattan yararlanma konularında hayati bir rol oynar. Bu da, başta kadınlar ve gençler olmak üzere, kısıtlı imkânlara sahip ve kırılgan nüfusun yanı sıra, yerli halklar da dahil, azınlık gruplarının ihtiyaçlarını ele almaya ve günümüzün giderek daha çokkültürlü hale gelen toplumlarında bir arada yaşama algısını geliştirmeye yol açabilir.

2001 tarihli Kültürel Çeşitlilik Evrensel Bildirgesi[35] , herkesin kültürel çeşitliliğe erişimi ile sanata, bilimsel ve teknolojik bilgiye ve dijital formlara eşit erişimine katkıda bulunmanın bir yolu olarak medyada çoğulculuğu ve ifade ile ifadeyi yayma araçlarına erişimi savunur. (Madde 6). Bununla birlikte, bunlar, MBO yetkinliği açısından da elverişli ortamlardır. Bildirge ayrıca "dijital okuryazarlık" açısından önlem alınması ve hem eğitsel disiplinler hem de eğitim hizmetlerinin etkinliğini artırabilecek pedagojik araçlar olarak görülmesi gereken yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinde daha etkin hâkimiyetin sağlanması çağrısında bulunur (Ek II, Eylem planının ana hatları).

35 2001 Kültürel Çeşitlilik Evrensel Bildirgesi https://www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CulturalDiversity.aspx ve http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

TABLO 1.2: MBO, KÜLTÜRLERARASI DİYALOG VE KÜLTÜREL ÇEŞİTLİLİK: KAVRAMSAL BİR GÖREVDEŞLİK

MBO ÇERÇEVESİNDE	KÜLTÜRLERARASI DİYALOG VE KÜLTÜREL ÇEŞİTLİLİĞİN TEŞVİK EDİLMESİ ÇERÇEVESİNDE
Medya ve bilgi okuryazarı vatandaşlar ile dijital vatandaşlık	Kültürlerarası diyalogu ve kültürel çeşitliliğe saygıyı geliştiren ilkelerin teşvik edilmesi konusunda, internettekiler de dahil olmak üzere, içerik sağlayıcıların nasıl okuryazar olabileceği ve bu süreçte nasıl etkili olabileceği.
Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne, ifade özgürlüğüne ve herkes için bilgiye erişime eleştirel katılım	Kendi kültürünü paylaşmayı ve diğer kültürleri tanımaya açık olmayı; çoğul, çeşitli ve dinamik kültürel kimliklerin tanınmasını teşvik etmek ve böylece kültürel çeşitliliğe, insan haklarına ve temel özgürlüklere saygıyı artırmak.
İçerik üretiminin temeli olarak insan haklarının merkeziliği	Yalnızca içerik ürünlerinin tüketicileri olarak değil, insan, vatandaş ve bizzat kültürel ve yaratıcı endüstrilerde üreticiler ve merkezi oyuncular olarak kitlelere saygı. Burada önemli olan, MBO'nun kültürel yaşama katılımı, kültürel içerikler ile bunun için gerekli olan yetkinlikler ve araçlara erişimi nasıl destekleyebileceğidir.
Okuryazarlığın ana hedefi olarak vatandaşların güçlendirilmesi	Vatandaşların kendi yaşanmış deneyimleriyle bağlantılı olarak metinlerdeki anlamlarla nasıl aktif olarak etkileşime girdiği ve bu anlamları nasıl müzakere ettiği.
Gelişen bir bilgi toplumları paradigmasında BİT'in konuşlandırılması	Vatandaşların BİT'i kullanarak kendi dünya görüşlerini nasıl ilettikleri, böylece ifade özgürlüğünü teşvik ettikleri ve medya ve bilgi çıktılarının özünde olan önyargıları reddettikleri veya filtreledikleri.
Kültürel ve dilsel çeşitlilik	Vatandaşların kendi kültürel ve dilsel kimliklerini nasıl tanımladıkları ve insan hakları ile temel özgürlüklere saygıya tabi tutulurken kendilerini seçtikleri araç ve dilde nasıl ifade edebildikleri, özgür ve açık bir iletişim sürecinde diğer kültürel gruplarla nasıl anlamlı bir şekilde etkileşime girebildikleri.

Kaynak: UNESCO Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Politikası Kılavuz İlkeleri'nden uyarlanmıştır.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Öğrencilere, öğrenmeleri, keşfetmeleri ve katılmaları için UNESCO Kültürlerarası Diyalog Platformu'nu incelemeleri yönünde rehberlik edin: https://en.unesco.org/interculturaldialogue/. Platform, diğer kültürler hakkında bilgi sahibi olmak ve anlamlı diyaloga katılmak için çeşitli öğrenme aktiviteleri ve olanaklar sunar.
- Mirasın korunması ve yaratıcılığın geliştirilmesi UNESCO'nun yetki alanının merkezinde yer alır ve UNESCO'nun kültürel çeşitliliğe saygının desteklenmesine yönelik çalışmalarının önemli bir parçasını oluşturur. UNESCO'nun miras, sanat ve yaratıcılık alanlarındaki normatif araçlarını incelemek için: https://en.unesco.org/themes/protecting-ourheritage-and-fostering-creativity. Bu araçların sizin ülkenizde ya da topluluğunuzda nasıl uygulandığını araştırın ve bu konu üzerine tartışın.
- Henry Jenkins katılımcı kültürü, sanatsal ifade ve sivil katılımın önünde nispeten az engel bulunan, kişinin üretimlerini üretme ve paylaşmasına güçlü destek sunulan, bilginin paylaşıldığı resmî ya da gayriresmî mentorluğun bulunduğu, vatandaşların kendi katkılarının bir önemi olduklarına inandıkları ve birbirleriyle belli bir sosyal bağlantı hissettikleri bir kültür olarak tanımlar.[36] Böylesi katılımcı bir kültür şunları içerir:
  - Üyelikler;
  - İfadeler;
  - Ortaklaşa sorun çözme;
  - Dolaşım/Paylaşım/Dağıtım.

Bu çerçeve, 2000'li yılların başlarında medya eğitimiyle (günümüzde daha kapsayıcı MBO kavramının alanına girer) bağlantılı olarak geliştirilmiştir. Eğitmenler ve öğrencilerle bunların kültürel alışverişi, öğrenmeyi ve diyalogu nasıl kolaylaştırdığını tartışın.

Henry Jenkins, geleneksel okuryazarlık ve eleştirel analiz üstüne kurulu şu becerileri önerir:

- **Oyun** — Bir sorun çözme biçimi olarak kişinin etrafındakilerle deney yapma kapasitesi.
- **Performans** — Doğaçlama ve keşif amaçlarıyla alternatif kimlikleri benimseme becerisi.
- **Simulation** — Gerçek dünya süreçlerine ilişkin dinamik modeller oluşturma ve bunları yorumlama becerisi.
- **Sahiplenme** — Medya içeriklerini anlamlı bir biçimde örnekleme ve yeniden düzenleme becerisi.

36 Şuradan uyarlanmıştır: Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. https://www.macfound.org/media/article_pdfs/jenkins_white_paper.pdf.

- **Çoklu Görev** — the ability to scan one's environment and shift focus as needed to salient details
- **Çoklu Görev** — Kişinin ortamı tarama ve gerektiğinde dikkatini çarpıcı ayrıntılara yöneltme becerisi.
- **Dağıtılmış Biliş** — Zihinsel kapasiteleri geliştirecek araçlarla anlamlı bir biçimde etkileşime girme becerisi.
- **Kolektif Zekâ** — Ortak bir amaç doğrultusunda bilgiyi bir havuzda toplama ve başkalarıyla görüş alışverişinde bulunma becerisi.
- **Yargı** — Farklı bilgi kaynaklarının güvenilirliğini değerlendirme becerisi.
- **Transmedya Navigasyonu** — İçerik akışını çoklu modaliteler arasında takip etme becerisi.
- **Ağ kurma** — Bilgiyi arama, sentezleme ve yayma becerisi.
- **Müzakere** — Çoklu bakış açılarını ayırt edip bunlara saygı göstererek ve alternatif normları kavrayıp takip ederek farklı topluluklar arasında seyahat etme becerisi.

Kaynak: Jenkins vd. (2006) Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century[37]

Eğitmenler, bu önerilen becerilerin her birinin etrafında yaratıcı aktiviteler geliştirmeli ve bunları kültürel üretim ve girişimcilik ile ilişkilendirmelidir. Bu beceriler, kültürel ve yaratıcı endüstrilerin hem çevrimiçi hem de çevrimdışı iletimiyle ilgili midir? Bazı temel MBO soruları kültürel ve sanatsal üretimde nasıl kullanılır: Kültürel bağlamı kim üretti? Hangi amaçla? Mesajlar nelerdir? Hangi destekleyici kanıtlar sunulmuştur? Neler dahil edilmiştir? Neler dışarıda bırakılabilirdi? Bu içerikten kim fayda sağlayacak? Bu içerikten kim etkilenebilir?

- UNESCO'nun Intercultural Competencies: Conceptual and Operational Framework (Kültürlerarası Yetkinlikler: Kavramsal ve İşlevsel Çerçeve) adlı kaynağında listelenen kültürlerarası yetkinlikler ile ilişkili kavramları, yetkinlikleri ve ilkeleri değerlendirin.
- https://en.unesco.org/interculturaldialogue/resources/132 (s.10-27). Bunların, Henry Jenkins'in yukarıda belirtilen ve MBO ile ilgili olan katılımcı kültür becerileri ile nasıl bir ilişkisi olduğunu incelemek üzere aktiviteler geliştirin.
- Dijital teknoloji eski hikâye anlatma sanatına yeni olanaklar sunar. Pek çok bakımdan, örneğin sosyal medya pekâlâ büyük bir dijital *storyboard* (film şeridi) ve "dairesel iletişim" niteliğini taşır. UNESCO ile Routledge Focus, Hikâye Çemberleri adı verilen öğrenme yöntemini yeniden şekillendirmiştir.[38] Hikâye Çemberleri yöntemi saygı, dinleme, merak, kendine ve başkalarına dair farkındalık, derinlemesine düşünme, paylaşma, empati ve ilişki kurma gibi kültürlerarası yetkinliklerin gelişimine ilişkin temel unsurlara yoğunlaşır. Kültürlerarası yetkinlikleri geliştirmek için Uluslararası Yetkinlikleri Geliştirme El Kılavuzu (Manual for Developing Intercultural Competences) adlı kaynakta Hikâye Çemberleri hakkında daha fazla bilgi edinebilirsiniz.

37 Şuradan uyarlanmıştır: Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. https://www.macfound.org/media/article_pdfs/jenkins_white_paper.pdf. s. 56.
38 Manual for Developing Intercultural Competences, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000370336. Darla K. Deardorff (2020).

- https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf000037033. Bu yaklaşımı kullanarak yaratıcı aktiviteler tasarlayın. Teknolojik ve kurumsal bağlama uyarlanmış bilgi istemlerini kullanın. Örneğin, Hikâye Çemberleri fikrini yansıtan ücretsiz ve açık bir video tartışma aracı olan Flipgrid adlı yaratıcı kaynağa bakın.
- Eğitmenler ve öğrenciler, kütüphaneler, arşivler, müzeler, medya ve dijital iletişim şirketleri gibi içerik sağlayıcıların kültürel yaratıcılık ve girişimcilikteki rolleri üzerine düşünmelidir. Eğitmenler ile öğrencileri, bir tür içerik sağlayıcı seçip kültürel üretim ve yayma durumlarını araştırmak üzere gruplara ayırın. Yukarıda belirtilen MBO sorularını ve bu Eğitmenler ve Öğrenciler için MBO Müfredatı'nın 1. Bölüm: Müfredat ve Yetkinlik Çerçevesi'nde listelenen çeşitli MBO yetkinliklerini uygulayın.
- Kamu hizmeti medyası, nitelikli kültürel içeriklerin ana üreticileri, dağıtımcıları, sipariş eden ve yaygınlaştıran mecralar, ve aracılarıdırlar. Eğitmenler ve öğrencilere, bunun ülkenizde ve/veya topluluğunuzda ne ölçüde gerçekleştiğini araştırmaları yönünde rehberlik edin. Cevaplayacakları bir dizi soru hazırlayın. Seçili kültürel içerikte farklı toplumsal cinsiyetlerin, yaş gruplarının ve etnik grupların nasıl yansıtıldığı göz önünde bulundurulmalıdır. Bulgularına cevaben, eğitmenler ile öğrenciler hangi önlemleri alabilirler? Hangi tavsiyelerde bulunurlar? Bu süreçte UNESCO'nun Global Report 2018, Re Shaping Cultural Policies: Advancing Creativity and Development (Küresel Rapor 2018, Kültürel Politikaları Yeniden Şekillendirmek: Yaratıcılığı ve Gelişimi İlerletme) başlıklı kaynağını dikkate alın: https://en.unesco.org/creativity/global-report-2018.
- Küresel Rapor 2018, Kültürel Politikaları Yeniden Şekillendirmek: Yaratıcılığı ve Gelişimi İlerletme adlı kaynakta (https://en.unesco.org/creativity/global-report-2018) Toplumsal Cinsiyet Eşitliği: Faaliyette Kayıp (Gender Equality: Missing in Action) adlı bölümde Kültürde Bir Toplumsal Cinsiyet Uçurumu Devam Ediyor (A Gender Gap Persists in Culture) başlığı altındaki istatistik verilere/bulgulara bakın. Şimdi, kadınların medya istihdamında ve medya içeriklerinde nasıl temsil edildiğine ilişkin istatistikleri araştırın. Neler buldunuz? Bunlar birbiriyle nasıl bağlantılı? Tartışmalar yönlendirilmelidir.
- Sanatsal özgürlük, ifade özgürlüğü ve bilgi edinme hakkı ile ilişkilidir. Sanatsal özgürlük, kültürel üretimlerde bulunan kişilerin ve hedef kitlelerin haklarıyla alakalıdır. Keza, dijital ortamlar açısından da elzemdir. Yerel, ulusal ya da küresel ortamda eğitmenler ile öğrencilerin sanatsal özgürlüğüne ilişkin başarılar, zorluklar ve tavsiyeler etrafında tartışmalar yürütün. Bu süreçte ilgili diğer kaynakları araştırın ve bunları kullanın. Belirli ulusal ve bölgesel bağlamlara odaklanan benzer kaynaklar olabilir.
- Hem kendileri hem de katılımcıları açısından, YouTube gibi içerik sağlayıcıların ardında yatan ticari mantığı, içerikleri gizli sponsorlar tarafından desteklenebilen "influencer"lar adlı kültürel fenomen ile birlikte tartışın. YouTube nasıl içerik önerilerinde bulunuyor? YouTube'un algoritması neden kendi platformundaki içeriklerle etkileşim kurulmasını ve bu etkileşim süresini uzatmayı istiyor?

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Araştırma yazısı/raporu.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Kültürel politikaların oluşturulmasına katılım;
- Genç girişimciliği ve kültürel girişimcilik;
- Sanat eğitimi ve MBO;
- Kültür, diyalog ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri;
- MBO ve dini diyalog.

5. ÜNİTE: MBO, ÖĞRETİM VE YAŞAM BOYU ÖĞRENME

SÜRE: 4 SAAT

Başlıca Konular

- MBO ile öğretim ve öğrenme sürecine ilişkin temel bir anlayış;
- Yaşam boyu öğrenme ve MBO;
- MBO becerilerinin kolaylaştırılması;
- MBO eğitmenlerine yönelik MBO hakkında ve aracılığıyla pedagojik yaklaşımlar.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- MBO'nun öğretme ve öğrenme sürecini hangi biçimlerde iyileştirebileceğini tanımlama: Öğrenimde MBO;
- MBO bilgisini kolaylaştırma stratejileri geliştirme;
- MBO ile ilişkili pedagojik yaklaşımları keşfetme;
- İlgili pedagojik yaklaşımları kullanmaya yönelik özel aktiviteler geliştirme.

Bu Ünitede Hedeflenen Yetkinlik Düzeyi:

- Temel/Orta.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Eğitim ortamlarında bilgi, medya ve dijital becerilerin gelişimi çoğunlukla yapısalcı teoriye dayanır. İdeal yaklaşım, öğrencilerin karar vermek üzere bilgiyi seçmek ve dönüştürmek aracılığıyla aktif öğrenme sürecinde yer almaları[39] (Lau, 2018), böylece "verili bilginin ötesine geçerek deneyimlere anlam ve düzen kazandıran kendi bilişsel yapısına dayanmasıdır [Jerome Brunner, 12]." Aşağıda, öğrenme alanındaki farklı MBO öğrenme hedeflerine göre eğitmenler tarafından uyarlanabilecek bazı yapısalcı yaklaşımlar ve sonraki paragraflarda özetlenen öğrenme yaklaşımları yer almaktadır (Bruner, 1960).

MBO Öğretimine Pedagojik Yaklaşımlar

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

Aktiviteler

1. Eğitmenlerden, yukarıda listelenen, MBO eğitimine 10 pedagojik yaklaşımdan aşina oldukları herhangi birini belirleyip tarif etmelerini isteyin ve grup çalışması aracılığıyla eğitmenlerin bu yaklaşımları MBO öğreniminde ve öğretiminde etkili kılan başlıca bileşenleri tanımlamasını sağlayın. Bu stratejileri kendi çalışmalarında sergileyecek aktiviteler geliştirmeleri yönünde eğitmenleri yönlendirin.

2. Öğrencilerin yazılı bir belge yazma ve açık erişimli kamu medyasında yayınlama becerisini geliştirmeleri amacıyla gruplar halinde bir Vikipedi makalesi (girdisi) oluşturmayı odağına alan bir öğrenme aktivitesi düzenleyin. Öğrencilerden benzer bir konuda işbirliği içinde çalışmalarını, sözgelimi kendi topluluklarının tarihini belgelemelerini ve her grubun belirli bir alt konu üzerinde çalışmasını isteyebilirsiniz. Öğrencilerden, bir Vikipedi maddesi için bir konu seçmelerini, bu konuyu araştırmalarını ve güvenilir bilgi kaynaklarını belirleyip basit bir metin yazmalarını isteyin. Bu metnin Vikipedi değerleri ve editoryal unsurlarına uygun olması ve özgün olması, başka bir ifadeyle, hâlihazırda Vikipedi tarafından işlenmemiş bir konuda olması gerekir. Bu aktiviteyi geliştirmek için yapılması gerekenler şu şekildedir:
   a. Vikipedi politika yönergelerini okuyun ve özgün, alıntılarla ve kullanılan kaynakların derlemesiyle doğruluğu kanıtlanmış bir "makale" yükleyin. İnternette bu konudaki videolara başvurun ve aynı dağarcıkla başka makalelerin nasıl yazıldığını karşılaştırın.
   b. Şu bağlantıdan, metnin nasıl düzenleneceği, nasıl görsel yükleneceği ve biçimleneceği hakkında daha fazla bilgi edinmek için "Yardım: Sayfa Nasıl Yazılır?" başlıklı kısmı ziyaret edin: https://tr.wikipedia.org/wiki/Yard%C4%B1m:Sayfa_nas%C4%B1l_yaz%C4%B1l%C4%B1r%3F

39. (Lau, 2018) http://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/publications/whitepapers/GlobalPerspectives_InfoLit.pdf]

c. “Vikipedi: Madde sihirbazı” bölümünü ayrıntılı olarak okuyun: https://tr.wikipedia.org/wiki/Vikipedi:Madde_sihirbaz%C4%B1

d. Vikipedi deneme alanından sürekli faydalanın: https://tr.wikipedia.org/wiki/Vikipedi:Deneme_tahtas%C4%B1_hakk%C4%B1nda

e. Kafanızın karıştığını hissederseniz, internette Vikipedi maddelerinin nasıl hazırlanacağına ilişkin video eğitimleri arayın.

3. Öğrencilere, içerik sağlayan kurumların neden öğrenme süreçlerinde önemli olduğunu ve örneğin bir araba alırken ya da satarken hangi MBO kaynaklarının kullanılmasının en iyi sonucu vereceğini çözümlemeleri görevini verin. Öğrenciler, satıcı, müşteri ve trafik yetkilileri olarak rollerini belgelemek için bilgi ve medya kaynaklarını tanımlamak üzere gruplara ayrılabilir.

4. MBO becerilerinin öğrencilerin öğrenimine nasıl yardımcı olabileceğine yanıt verebilmek için bu becerilerin öğrenme sürecindeki rolüne ilişkin bir belgesel araştırması yapın. Daha iyi kararlar almak için MBO neden hayati önem taşır? Yaşam boyu öğrenme neden MBO yetkinliğine sahip bireyler açısından daha kolaydır? Belgesel araştırmanızın sonuçlarınıza göre bulgularınızı özetlemek için sorular ve cevaplarla bir tablo oluşturun.

5. Kullanılan Covid-19 maskelerinin çevresel etkileri üzerine bilgi arayın. Kitle iletişim araçlarında (5) ve kitaplar ile dergilerde (5) üretilen 10 bilgi maddesi arayın. Kapsamlı ve nesnel veri, alıntılar ve kaynaklar sunmak açısından en güvenilir kaynakların neler olduğunu karşılaştırın. Söz konusu 10 kaynak için bir sütun, istatistikler, alıntılar ve kaynaklar için ayrı sütunlar olmak üzere onların güvenilirliğini karşılaştıran bir tablo oluşturun. Eksik unsurlar için 0 verin, her kaynakta bulunan unsurların sayısını belirtin. Hangi kaynakların daha güvenilir olduklarını açıklayın.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Araştırma makalesi;
- Araştırma yazısı/raporu.

Bu Modül İçin Kaynaklar

UNESCO bünyesindeki bilgi kaynaklarına erişim adresi: https://en.unesco.org/themes/137455/publications/all.

Küresel UNESCO kaynaklarında Bilgi Edinme Özgürlüğü için bkz.: http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/freedom-of-expression/freedom-ofinformation/.

UNESCO Kültürlerarası Diyalog E-Platformu, erişim adresi: https://en.unesco.org/interculturaldialogue/.

UNESCO, World Trends in Freedom of Expression and Media Development (İfade Özgürlüğü ve Medya Gelişimine İlişkin Dünyadaki Eğilimler), çeşitli kaynak ve raporlar için erişim adresi: https://en.unesco.org/world-media-trends.

Açık Erişim Dergileri Rehberi (Directory of Open Access Journals – DOAR), erişim adresi: https://doaj.org/.

African Commission on Human and Peoples' Rights Resolution on the Right to Freedom of Information and Expression on the Internet in Africa (*Afrika İnsan ve Halklar Hakları Komisyonu'nun Afrika'da Bilgi Edinme Hakkı ve İfade Özgürlüğüne İlişkin Kararı*), ACHPR/Res 362(LIX) 2016, 59. Olağan Kurul Toplantısı, 21 Ekim – 4 Kasım 2016, Banjul, Gambiya.

Article 19 (2016), "Freedom of Expression Unfiltered: How Blocking and Filtering Affect Free Speech" (Filtresiz İfade Özgürlüğü: Bloklama ve Filtreme İfade Özgürlüğünü Nasıl Etkiliyor"), *Policy Brief*, Aralık 2016, (erişim adresi: https://www.article19.org/resources/freedom-of-expression-unfiltered-how-blocking-and-filtering-affect-free-speech/).

Bruner, Jerome S. (1960), *The Process of Education* (*Eğitim Süreci*), Cambridge, MA: Harvard University Press.

Condon, Bill (yön.) *The Fifth Estate* (*Wikileaks: Beşinci Kuvvet*) (film), daha fazla bilgi için bkz.: https://www.imdb.com/title/tt1837703/.

Deustche Welle Akademie (2017), *Media and Information Literacy: A Practical Guide for Trainers* (*Medya ve Bilgi Okuryazarlığı: Eğitmenler İçin Pratik bir Kılavuz*), Bonn: DW Akademie, (açık kaynak erişim adresi: https://www.dw.com/downloads/38871690/dwaeditionmilweb.pdf).

Flipgrid. Flipgrid ücretsiz ve açık erişimli bir video tartışma aracıdır ve operasyonel çerçevedir, çeşitli dillerde erişim mümkündür. Erişim adresi: https://info.flipgrid.com/; https://en.unesco.org/interculturaldialogue/resources/132.

Kaye, David (2019), Birleşmiş Milletler Düşünce ve İfade Özgürlüğünü Korunmasına ve Geliştirilmesine İlişkin Özel Raportörün Raporu, *The Regulation of Online 'Hate Speech'* (*Çevrimiçi 'Nefret Söylemi'nin Denetimi*), 74. Oturum, Gündem Maddesi 70(b), A/74/486, 9 Ekim 2019, erişim adresi: https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Opinion/A_74_486.pdf.

Koltay, Tibor (2011), “The Media and the Literacies: Media Literacy, Information Literacy, Digital Literacy” (“Medya ve Okuryazarlıklar: Medya Okuryazarlığı, Bilgi Okuryazarlığı, Dijital Okuryazarlık”), *Sage Journals*, Vol. 33(2), s.211-221, (erişim Adresi: https://doi.org/10.1177/0163443710393382).

LA Referencia (Red de Repositorios Abiertos a la Ciencia – Bilime Açık Havuzlar Ağı), erişim adresi: http://lareferencia.info/es.

Lau, Jesús (2017), “Region: Latin America” (“Bölge: Latin Amerika”), in Association of College and Research Libraries (2017), *Global Perspectives on Information Literacy: Fostering a Dialogue for International Understanding* (*Bilgi Okuryazarlığı Hakkında Küresel Yaklaşımlar: Uluslararası Anlayış İçin Diyalog Geliştirmek*), Chicago: Association of College and Research Libraries. s.60-68.

Lau, Jesús ve Grizzle, Alton (2019), “Media and Information Literacy: Intersection and Evolution, A Brief History” (“Medya ve Bilgi Okuryazarlığı: Kesişimleri ve Evrimi, Kısa bir Tarihçe”), in Goldstein, Stéphane (ed.) (2019), *Informed Societies: Why Information Literacy Matters for Citizenship, Participation and Democracy* (*Bilgiye Dayalı Toplumlar: Bilgi Okuryazarlığı Vatandaşlık, Katılım ve Demokrasi İçin Neden Önemli*), Birleşik Krallık: Facet Publishing.

McLuhan, Marshall ve Fiore, Quentin (1967). *The Medium is the Message: An Inventory of Effects* (*Araç Mesajdır: Etkilerinin Envanteri*). Londra: Penguin Modern Classics

Medya Yasal Savunma Girişimi (Media Legal Defence Initiative - MLDI) (2018), *Mapping Digital Rights and Online Freedom of Expression in East, West and Southern Africa* (*Afrika’nın Doğusu, Batısı ve Güneyinde Dijital Hakları ve Çevrimiçi İfade Özgürlüğünü Haritalamak*), Londra: MLDI, (erişim adresi: https://www.mediadefence.org/wp-content/uploads/2020/06/Mapping-digital-rights-litigation_Media-Defence_Final-1.pdf).

Radford, Michael (yön.), *1984* (film), daha fazla bilgi için bkz.: https://www.imdb.com/title/tt0087803/.

Right to Information – Good Law and Practice (Bilgi Edinme Hakkı – İyi Yasalar ve Uygulamalar), bilgi edinme hakkı konusunda yetkili bir bilgi ve kaynak koleksiyonu sunar. Erişim Adresi: https://www.right2info.org/.

Right to Information, *Teaching Right to Information for Advance Learners* (*Gelişmiş Öğrencilere Bilgi Edinme Hakkı Eğitimi Vermek*), erişim adresi: https://www.right2info.org/resources/teaching-rti.

Sorumlu Gazeteciler Komitesi (Committee of Concerned Journalists – CCJ), ilkeler beyanı erişim adresi: www.concernedjournalists.org/tools/principles/rights.

The Big6, bir bilgi okuryazarlığı modeli. Bu internet sitesi, bilgi okuryazarlığının aşamalarıyla ilgili zengin kaynaklar içerir. Bkz.: www.big6.com.

Twitter ve UNESCO (2015), *Teaching and Learning with Twitter* (*Twitter ile Eğitim Vermek ve Öğrenmek*), Twitter ve UNESCO tarafından ortaklaşa hazırlanmıştır, açık kaynak erişim adresi: https://about.twitter.com/content/dam/about-twitter/en/tfg/download/teaching-learning-with-twitter-unesco.pdf.

UNESCO (2006) *Media Education: A Kit for Teachers, Students, Parents and Professionals* (*Medya Eğitimi: Öğretmenler, Öğrenciler, Ebeveynler, ve Profesyonel Çalışanlar İçin Bir Set*), Paris: UNESCO, (erişim adresi: http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278e.pdf)

UNESCO (2007), *Understanding Informational Literacy: A Primer* (*Bilgi Okuryazarlığını Anlamak: Bir El Kitabı*), (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf)

UNESCO (2008), *Media Development Indicators: A Framework for Assessing Media Development* (*Medya Gelişim Göstergeleri: Medya Gelişimini Değerlendirmek İçin bir Çerçeve*), İletişim Gelişimi Uluslararası Programı Üzerine 26. Hükümetlerarası Konsey, erişim adresi: http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102e.pdf. ("Bu belgede Kosova'ya yapılan bütün atıflar Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'nin 1244 sayılı kararı (1999) bağlamında anlaşılmalıdır.")

UNESCO (2008), T*owards Information Literacy Indicators: Conceptual Framework Paper* (*Bilgi Okuryazarlığı Göstergelerine Doğru: Kavramsal Çerçeve*), Paris: UNESCO, (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000158723).

UNESCO (2009), *Civic Education for Media Professionals: A Training Manual* (*Medya Çalışanları İçin Sivil Eğitim: Eğitim Kitapçığı*), Paris: UNESCO, (erişim adresi: http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001804/180402e.pdf).

UNESCO (2013), *Intercultural Competences: Conceptual and Operational Framework* (*Kültürlerarası Yetkinlikler: Kavramsal ve İşlemsel Çerçeve*), Paris: UNESCO, (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000219768).

UNESCO (2016), *The Rapprochement of Cultures: Roadmap?* (*Kültürlerin Yakınlaşması: Bir Yol Haritası?*), Paris: UNESCO, (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000244334).

UNESCO ve UNODC (2019), *Empowering Students for Just Societies: Handbooks for Primary School Teachers* (*Öğrencileri Âdil Toplumlar İçin Güçlendirmek: İlköğretim Öğretmenleri İçin El Kitapları*), Paris: UNESCO ve Viyana: UNODC, (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000370902).

UNESCO ve UNODC (2019), *Empowering Students for Just Societies: Handbooks for Secondary School Teachers* (*Öğrencileri Âdil Toplumlar İçin Güçlendirmek: Ortaöğretim Öğretmenleri İçin El Kitapları*), Paris: UNESCO ve Viyana: UNODC, (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000370901).

Youth for Human Rights Information Kit (İnsan Hakları İçin Gençlik Bilgi Seti) ücretsiz bir kaynak ve özeğitim kılavuzudur, erişim adresi: https://www.youthforhumanrights.org/request-info/educators-kit.html.

2.MODÜL:

BİLGİ VE TEKNOLOJİYİ ANLAMA

"Güçlü bir demokrasi, yüksek nitelikli bilgiye erişimi ve vatandaşların bir araya gelerek münazara etme, tartışma, empati kurma ve uzlaşma becerisine sahip olmasını gerektirir."

– Samantha Bradshaw ve Phillip Howard,
2019 Organize Sosyal Medya Manipülasyonunun Küresel Dökümü

ARKA PLAN VE GEREKÇE

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki geçen 20 yılda katlanarak artan büyüme ile geleneksel medyanın (radyo, televizyon ve gazete) kapsama alanı ve etkisi genişlemiş ve dönüşüme uğramış, bilgi ile haberler bu sayede hiç olmadığı kadar geniş çapta daha ulaşılabilir hale gelmiştir. Bu bilgi çağında, gazeteciler ile bilgi profesyonelleri doğrudan kendi kitlelerinin ötesindeki kesimler için bilgiye erişim sağlamada ve demokratik toplumlar, barış ve sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda vatandaşların yönetişime katılımını kolaylaştırmada büyük bir rol oynarlar.

Bu modül, geleneksel ve çevrimiçi haber içerikleri sağlayıcılarının rollerini ve işlevlerini tartışmaktadır. Söz konusu roller ve işlevler arasında, ifade ve bilgi edinme

özgürlüklerini kullanmak üzere bireyleri ve toplumları güçlendirmek; bireylerin yanlış içerikleri ayırt etmesini, sivil eylemlilik ile vatandaşlık inşa etmesini, şeffaflık ve hesap sorulabilirlik talep etmesini sağlamak ve bilgi etiğini uygulamak bulunur. Bu modülde ayrıca, teknolojinin toplumlardaki sosyal dönüşüme nasıl katkıda bulunabileceği de değerlendirilir. Bunların hepsi demokratik bir toplumun temel normatif koşullarıdır. Modül, haber medyasının geçmişteki ve günümüzdeki rollerine başka bir bakış da sunar: hakikati arama ve konuşma, meseleleri ve olayları anlamlandırma, suistimale karşı bekçi köpeği işlevi görme, kamusal tartışmaların kolaylaştırıcısı görevini üstlenme, vatandaş katılımını kolaylaştırma ve insanların seslerini güçlendirme.

Bu modül, eğitmenlerin bilgi edinme özgürlüğü ve ifade özgürlüğü (basın özgürlüğü de dahil) gibi konuların yanı sıra, habercilikte yararlılık, kapsayıcılık, doğruluk, hesap sorulabilirlik ve şeffaflık gibi konuları da daha ayrıntılı incelemesine olanak sağlar. Son olarak, sosyal otonomi ve eylemlilik boyutları da irdelenir.

Günümüzde çoğu insanın, kısmen de yanlış veya manipüle edilmiş içeriklerin hızla yayılmasıyla nitelenen hakikat sonrası bir çağda yaşadığı kavramı gündeme gelmiştir. Bu modül bu olguyu ve doğrulama disiplinini inceler. Modül ayrıca, doğrulama, bağımsızlık ve hesap sorulabilirliğin gazeteciliği diğer bilgi alışverişi biçimlerinden nasıl ayırdığını da açıklar.

Kitlesel dijital iletişim şirketleri tarafından büyük ölçüde yararlanılan yeni teknolojilerle, kullanıcılar tarafından üretilen içeriklerin ve vatandaş gazeteciliğine katılımın da artmasına tanıklık ediyoruz. Bu olgu bizlere farklı sesleri ve bakış açılarını sunarken, bir yandan da pek çok içerik kaynağını eleştirel olarak değerlendirme gereksinimini de pekiştirir. Eğitmenler ve öğrenciler, medya ve bilgi okuryazarı bireyler olarak, özellikle edindikleri haberleri çözümleme ve değerlendirme, âdil ve doğru habercilik talep etmek amacıyla eleştirel sivil katılıma iştirak etme ve özgür, bağımsız ve çoğulcu bir medya için savunuculuk yapma becerilerine sahiptir.

ÜNİTELER

1. ÜNİTE:
TEKNOLOJİ, MEDYA VE TOPLUM

2. ÜNİTE:
ÖZGÜRLÜK, ETİK VE SOSYAL SORUMLULUK

3. ÜNİTE:
HABERİ NE YAPAR: KRİTERLERİ İNCELEME

4. ÜNİTE:
HABER GELİŞTİRME SÜRECİ: 5N1K'NIN ÖTESİNE GEÇME[40]

40. The Right Questions https://therightquestions.co/beyond-the-5ws-ask-questions-as-a-philosopher-answer-as-a-visionary/
Ayrıca bakınız, Waisbord, Silvio. (2019). The 5Ws and 1H of Digital Journalism. Digital Journalism. 7. 351-358. 10.1080/21670811.2018.1545592.

1. ÜNİTE: TEKNOLOJİ, MEDYA VE TOPLUM

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- İfade özgürlüğü ve basın özgürlüğü kavramı ile uygulamasının evrimi;
- Dijital iletişim ve insan hakları;
- Gazeteciliğin toplumdaki amacı ve demokrasinin mimarisindeki rolü (örneğin, özgürlük, sivil eylemlilik, şeffaflık, hesap sorulabilirlik);
- Toplumda teknoloji;
- Ulusal ve küresel arenada 21. yüzyılda gazetecilerin rolü ve hesap sorulabilirliği (örneğin, ayna, geçit bekçisi, bekçi köpeği, sağlayıcı, kolaylaştırıcı);
- Kamu yararı amaçlı gazetecilik, editoryal bağımsızlık karşısında sahipliğin etkisi;
- Bilgi etiğinin rolü.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- İfade özgürlüğü ve basın özgürlüğü kavramları ile bu kavramların uygulanma şeklinin nasıl evrildiğinin izini sürme;
- Gazeteciliğin normatif amacını ve iyi yönetişim, demokrasi ve sürdürülebilir kalkınmayı güçlendirme ve sürdürmedeki rolünü açıklama;
- Gazetecilerin ve bilgi profesyonellerinin, hem ulusal hem de küresel arenada, gelişen teknoloji bağlamında, dijital iletişim şirketleri bağlamında ve kamu yararı çerçevesinde gelişen rolünü ve hesap sorulabilirliğini değerlendirme.

"Medeniyet diğerlerinden daha güçlü bir görüşü üretmiştir: insanların kendilerini yönetebileceği mefhumu. Ve bu fikri sürdürmek için adına gazetecilik dediğimiz, büyük ölçüde söze dökülmemiş bir bilgi teorisi üretmiştir. Bunların ikisi birlikte yükselip birlikte düşerler."

– Bill Kovach ve Tom Rosenstiel,
Gazeteciliğin Esasları

Dijital İletişim Şirketleri ve İnsan Hakları

İfade özgürlüğü uzun zamandır insan potansiyelimizin tümüyle gerçekleştirilmesi için elzem olan temel bir hak olarak görülmektedir. İfade özgürlüğü, diğer hak ve özgürlüklerin temelidir, toplumsal ve ekonomik kalkınmanın temelini oluşturur. İfade özgürlüğünün kullanımı bilgi ve fikir alışverişine izin veren kamusal platformları gerektirir. Tıpatıp aynı olmasalar da, medya ve dijital iletişim şirketleri bu platformların sağlanmasında önemli bir rol oynarlar. Ne var ki, bu işlevi yerine getirebilmesi için, medyanın devlet, kurumsal ve hükümet kontrolünden bağımsız olması gerekir. Bu özgürlük de gazetecilere etik davranma yükümlülüğünü getirir, dolayısıyla gazetecilik standartlarını ele alan ve vatandaşlara karşı sorumluluğa dayanan mesleki kurallar geliştirilmiştir. Dijital iletişim şirketlerinin insan haklarını desteklemesi ve suistimalden kaçınması beklenir, fakat medyada olduğu gibi, onlar da sıklıkla normatif ideallerin gerisinde kalırlar.

Dijital teknolojinin topluma faydaları iyi belgelenmiştir ve sayısızdır. Bu faydalar, sessizlere ses olmanın ve insanların bilgiye erişimi ile sürdürülebilir kalkınmaya katılımında elzem bir can simidi işlevi görmenin çok ötesine geçer. Teknolojinin faydaları arasında, bilgi işleme ve doğrulama, araştırma, insanların eğitime, daha iyi sağlığa, temiz suya, tarıma, daha temiz bir çevreye erişimini, daha âdil ve şeffaf demokratik süreçler, enformasyon ile bilginin muhafaza edilmesi, başka kültürlerden insanlarla daha fazla etkileşim ve böylelikle toplumsal etkileşim, hoşgörü ve karşılıklı saygıda artışı olanaklı kılma ile yeni iş ve girişimcilik fırsatları yaratma bulunur. Bu liste uzayıp gider. Daha önce benzeri görülmemiş COVID-19 pandemisi sırasında teknolojinin toplumları nasıl ayakta tuttuğunu gördük. Karar verme süreci için veri ve bilginin depolanması, işlenmesi, yönetilmesi ve korunmasına olanak sağlayan yeni, etkili, istikrarlı ve daha güçlü yollar sayesinde Yapay Zekâ (YZ) ve Blockchain teknolojilerindeki daha güncel gelişmeler sürdürülebilir kalkınma ve ekonomik kalkınma açısından büyük bir potansiyel barındırmaktadır (Yapay Zekâ hakkında daha ayrıntılı bilgi için bkz. 11. Modül). Bu faydaların yanında, zararlar da vardır. Teknolojiye bağımlılık, ifadeyi düzenleyerek içerikleri uygunsuz bir şekilde sınırlandıran ya da insan onuruna saygı ve kamu sağlığı gibi hakları ihlal eden ifadelere olanak tanıyan kurumlara bağımlılık anlamına gelir. Bu bağımlılık, kullanıcıları sıklıkla veri güdümlü hedefleme aracılığıyla gizlilik ihlaline ve manipülasyon teşebbüslerine maruz bırakabilir.

Günümüzde sosyal medyanın büyümesi, etkisi ve insanların genel olarak haber ve bilgi için sosyal medyaya bağımlı oldukları aşikârdır. Bir yandan da, bazılarının, şirketlerin özensizliğine ve bu tür içeriklerin ön plana çıkmasını teşvik eden algoritmaları kullanmasına, ayrıca bu tür sosyal medyanın genişlemesine ve kullanıcılar arasında MBO yetkinliklerinin bulunmamasına bağladıkları mezenformasyon artışı da söz konusudur.

Son olarak, diğer pek çok gelişmenin yanında, geleneksel medya ile dijital iletişim şirketleri arasında reklam gelirleri için sürdürülen rekabet üzerine çok tartışma vardır. Bazı kesimler, dijital medya şirketlerinin de medya şirketleri gibi düzenlenmesi çağrısında bulunurlar. Örneğin, medya şirketleri küçük düşürücü içerikler için hukuken sorumludur, fakat dijital iletişim ya da internet şirketleri kendilerinin yayıncı değil, platform olduklarını ve bu nedenle kendilerinin değil, bu içerikleri yapan gerçek kişilerin sorumlu olması gerektiğini söylerler. Bunun bir sonucu olarak, mahkeme tarafından

önlem almaları yönünde bir hüküm söz konusu olmadığı sürece, bu şirketlerin aynı içeriklerin dolaşımda kalmasını önlemelerini sağlayacak herhangi bir hukuki teşvik yoktur. Bu karmaşık bir konudur; bu arada, özel hayatın gizliliğine ilişkin meseleleri etkilediği için veri çıkarma ve kullanma yöntemleri bakımından internet şirketlerinin daha sıkıca düzenlenmesine yönelik çağrılar da var. Bazıları da bu şirketlerin aşırı güçlü ve birbirleriyle bağlantılı hale geldiklerini, holdinglerin yasal düzenlemeler yoluyla ayrılmasını görmek istediklerini dile getirir. Şirketlerin şeffaflık amacıyla denetime tabi tutulması gerektiği de savunulur. Böylelikle hedeflenenler arasında şunlar bulunur: bu işletmelerde kanıta dayalı yönetimin artmasını sağlama, tüketici haklarının daha iyi korunması, kurumsal kararlara karşı itirazda bulunmak için etkili olanakların sunulması gibi hukuki usullerin korunması, bireylerin kişisel verilerinin ve bağlantılarının bir "duvarlı bahçe"yle sınırlı kalmasıyla "esir tutulma"ları yerine daha fazla seçim şansına sahip olmalarını sağlayacak farklı işletmeler arası karşılıklı-işletilebilirlik. Bu sonuncusu, verilerin taşınabilirliğinin söz konusu olmadığı anlamına gelir (düzenlemelerin kişinin cep telefonu numarasının farklı şirketlere taşınmasına izin verdiği haller dışında). Birtakım lobiler dijital iletişim şirketlerinin daha etkili bir şekilde vergilendirilmesini, ayrıca bu işletmelerin dijital hizmetlerde görünen ve kâr getiren içerikler için medya kurumlarını tazmin etmelerini gerektirecek düzenlemeler çıkarmaya çalışırlar.

Birlikte ele alındığında, bu farklı düzenleme olanaklarının bilgi edinme özgürlüğü, ifade özgürlüğü, haber sirkülasyonu ve kurumsal etik açısından değişen sonuçları vardır. (Daha fazla bilgi için *What if we all governed the Internet? Advancing multistakeholder participation in Internet governance*[41] adlı UNESCO kaynağına bakınız).

Bu konuları değerlendirirken, eğitim kolaylaştırıcısı aşağıda ana hatları belirtilen yaklaşım ve aktiviteler arasından seçim yapabilir.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, MBO öğretimine ve öğrenimine ilişkin çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

Eğitmen dijital teknolojilerin faydaları ve zorlukları üzerine bir sınıf tartışması düzenleyebilir. Bu, sosyal medya ve arama şirketlerinin medyada olduğu gibi düzenlenmesinin olası olumsuz sonuçları ve zorlukları etrafında dönen bir tartışma olabilir (Bu çerçevede, YouTube ve VK gibi hizmetlerin yanı sıra, Baidu Tieba'nın da genellikle insanlar tarafından belirli içeriklerin bulunması için arama motoru olarak kullanıldığı akılda tutulmalıdır).

Öğrencilere, ülkelerindeki ifade özgürlüğü ve basın özgürlüğünün evrimi üzerine araştırma yapmaları ve bu konuda bir rapor yazmaları ödevi verilir. Bu rapor, ilgili dönüm noktalarını belirten görsel bir zaman çizelgesini de içerecektir. Bu çizelgede şunlar yer alabilir:

- İfade özgürlüğü ve onunla bağıntılı basın özgürlüğü teorisinin ve pratiğinin evrimindeki tarihi gelişmeler;

41. What if we all governed the Internet? Advancing multi-stakeholder participation in Internet governance, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259717

- Basın özgürlüğüne ve demokrasiye özel katkılarda bulunan gazeteciler ve/veya medya ajansları;
- Haber medyasının ve haberciliğin önemli bir rol oynadığı demokratik hareketlerdeki olaylar.

Uygulanabilir olması durumunda, eğitim kolaylaştırıcıları katılımcılara demokrasinin teşvik edilmesinde ya da sürdürülmesinde gazeteciliğin rolüne ilişkin görüşleri hakkında gazetecilerle söyleşi yapma ödevi verebilir. Söyleşi yapılan kişilerden, medya ilgisinin ulusal ya da uluslararası alanda kilit rol oynadığı belirli örneklerin yanı sıra, sahiplik çıkarlarıyla kamu yararı arasındaki olası gerilimlerin yönetilmesine ilişkin örneklerden bahsetmeleri rica edilecektir. Sonrasında eğitimciler söyleşiden yola çıkarak medyanın belirli işlevini, medyanın çalışma biçimlerini ve ele alınan temel konuları belirten iki sayfalık bir değerlendirme yazısı yazacaklar.

Bir örnek, dijital şirketlerin nefret söylemini ve mezenformasyonu ele almadaki yetersizliklerini veya başarısızlıklarını gazetecilerin nasıl açığa çıkardıkları olabilir. Aşağıda önerilen aktiviteler bu konuyu açıklamaktadır.

- Medya ve dijital iletişim şirketlerinin, genel olarak toplumsal cinsiyet eşitliği, barış, sağlık, çevre meseleleri, eğitim ve sürdürülebilir kalkınma hedefleri gibi toplumsal hayatın çeşitli alanlarındaki rolünü değerlendirin. Artılarını ve eksilerini araştırıp tartışın. Bu konularda daha fazla bilgi ve önerilen diğer aktiviteler için 4., 5., 6., 11., 13. ve 14. modüllere bakın.
- Aktivitelerin toplumsal cinsiyet eşitliğine katkısını sınıflandırmak için aşağıdaki UNESCO ölçütlerini kullanmayı değerlendirin. Bu ölçütler, medya ve dijital iletişim alanlarında da dahil olmak üzere, politikaların, aktivitelerin veya genel olarak programların toplumsal cinsiyet eşitliğine ilişkin konuları ne ölçüde ele aldığını değerlendirirken yararlı ve anlamlı bir araç olabilir:
    - Toplumsal cinsiyet körü (gender-blind): Kadınlar ile erkekler arasındaki mevcut farkları ve eşitsizlikleri ne kabul etme ne de ele alma (toplumsal cinsiyetten bihaber).
    - Toplumsal cinsiyete duyarlı (gender-sensitive): Kadınlar ile erkekler arasındaki farkları ve eşitsizlikleri tespit edip kabul eden ve bunlara dikkat edilmesi gerektiğini vurgulayan aktiviteler.
    - Toplumsal cinsiyeti göz önünde bulunduran (gender-responsive): Kadınlar ile erkekler arasındaki farkları ve eşitsizlikleri tespit edip kabul eden ve kadınlar ile erkeklerin farklı gereksinimlerini, isteklerini, kapasitelerini ve katkılarını ele alan politika ve girişimleri açıkça belirten aktiviteler.
    - Toplumsal cinsiyeti dönüştürücü (gender-transformative): Mevcut ve yanlı/ayrımcı politikaların, uygulamaların ve programların altında yatan nedenlere karşı çıkan ve herkes için hayatın iyileştirilmesine yönelik değişimi etkileyen aktiviteler, politikalar ve girişimler.[42]

42. Women Make the News 2019, https://en.unesco.org/themes/media-pluralism-and-gender-equality/womenmakenews/2019/gendersensitiveresources

Bu kavramları ve birbirleriyle ilişkilerini tartışın. Grup çalışması düzenleyin. Her gruptan bir haber metnini belirleyip seçmelerini isteyin. Gruplara, buradaki içeriklerin ne ölçüde ve neden toplumsal cinsiyet körü (gender-blind), toplumsal cinsiyete duyarlı (gender-sensitive), toplumsal cinsiyeti göz önünde bulunduran (gender-responsive) ve toplumsal cinsiyeti dönüştürücü (gender-transformative) olarak sınıflandırılabileceğini değerlendirmeleri yönünde rehberlik edin.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Okumaların ve/veya söyleşilerin sonuçlarına ilişkin değerlendirme yazısı;
- Medya, demokrasi ve mezenformasyon ile ilişkili konularda deneme veya blog yazısı;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım (örneğin, atölyeler, sınıf tartışmaları).

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Denetim altındaki ya da zapt edilmiş[43] medya kuruluşlarına ilişkin örnek vaka incelemeleri;
- Propagandaya karşı gazetecilik.

2. ÜNİTE: ÖZGÜRLÜK, ETİK VE SOSYAL SORUMLULUK

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- İfade özgürlüğü, basın özgürlüğü, bilgi edinme özgürlüğü ve bilgi etiği;
- Haber merkezinde etik kurallar, uygulama kuralları ve küresel değerler: medya ve bilgi profesyonelleri için kılavuz ilkeler;
- Haber toplama ve işlemede gazetecilik etiği (etik kurulları, ombudsman, bağımsız basın konseyleri/basın şikâyet komisyonları);
- Vatandaşların hakları ve sosyal eylemliliği.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- Basın özgürlüğü, ifade özgürlüğü ve bilgi edinme özgürlüğüne ilişkin evrensel değerleri ve bunların habercilik üzerindeki etkilerini tanımlama;

43 Dragomir, M. 2020. Reporting facts: free from fear or favour. Paris: UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375061

- Etiğin kişisel, mesleki ve küresel düzeylerde gazetecilik mesleği ve bilgi profesyonelleri açısından nasıl geçerli olduğunu çözümleme;
- Basın özgürlüğü savunucularının ve medya denetim kurumlarının basın özgürlüğünün ve sorumluluğun korunup sürdürülmesindeki rolünü kabul etme;
- Sosyal ve bilişsel adaletin temsili olarak vatandaşların bu alandaki haklarını ve katılımını açıklama;
- Medya içerikleri üretiminin veya demokratik kamusal tartışma sürecinin aktif katılımcıları olarak vatandaş haberciliğini veya vatandaşların ya da profesyonel olmayan gazetecilerin gelişen rolünü anlama ve çözümleme.

Hesap Sorulabilirlik

"Kulu bir vatandaş yapan ve haklarını etkili bir biçimde kullanmasına izin veren şey bilgidir."

— Loïc Hervouet,
Gazeteci ve Lille Gazetecilik Okulu'nun eski direktörü

Devlet medya üzerinde gereğinden fazla denetim uygularsa, gazetecilerin bağımsızlığına ve olayları mesleki habercilik standartları ve kamu yararı uyarınca haberleştirme becerilerine müdahale etmiş olur. Medya kurumları, topluma etki edebilecek muazzam bir gücü olan sosyal aktörlerdir ve bu nedenle gazetecilikten beklenen kaideleri karşılamaları önemlidir. Bu bakımdan, gazetecilerin etik davranış kuralları benimsemek veya haber ya da olayların nasıl haberleştirilmesi gerektiğine ilişkin mesleki kılavuz ilkeler belirlemek suretiyle kendi kendilerini denetlemeleri gerektiği düşünülür. Bununla birlikte, gazeteciler ve vatandaşlar, çeşitli güvenilir bakış açılarını temsil eden doğru bilgileri yaymakla yükümlüdür.

Uygulama: Gazetecilik Etik Kuralları

Uluslararası gazetecilik dernekleri ya da ulusal medya kuruluşları tarafından belirlenen mesleki etik kurallar örneğini inceleyin (Bir örnek, Uluslararası Gazeteciler Federasyonu tarafından belirlenen etik kurallardır; başka bir örnek BBC'nin mesleki standartları olabilir). İlgili etik kuralların her unsurunun hangi amaçlarla tasarlandığını değerlendirin.

- Etik kuralların neden harici görevli veya yetkililer tarafından dayatılmak yerine, bizzat mesleğin mensupları tarafından geliştirilip üzerinde anlaşmaya varılması gerektiğini tartışın.
- Etik kuralları uygulamak için gereken mekanizmaları tartışın.
- Örneğin, uluslararası gazetecilik dernekleri ya da ulusal medya kuruluşları tarafından belirlenen 1) etik kuralları ile 2) mesleki davranış kurallarını gösteren örnekler arayın ve bunların aralarındaki farkları inceleyin.
- Özdenetim, ortak denetim biçimleri ve yasal denetimi tartışın. Profesyonel, bağımsız gazetecilik açısından her birinin artıları ve eksileri nelerdir?

Uygulama: Bilgi Profesyonelleri İçin Mesleki Etik Kuralları

Kütüphaneciler ya da arşivciler gibi bilgi profesyonelleri tarafından belirlenen ve başlıca ilkeler ile değerleri içeren bir mesleki etik kuralları örneğini inceleyin.[44] Söz konusu kuralların, uluslararası gazetecilik dernekleri ya da ulusal medya kuruluşları tarafından belirlenen davranış kurallarından potansiyel olarak hangi bakımlardan farklılık gösterdiğine bakın.

- Uyulması gereken ile uyulması istenen kurallar arasındaki farkları tartışın.
- Davranış kuralları ile etik kuralları arasındaki farkları tartışın.
- Doğruluk, şeffaflık, sahiplik, erişim, gizlilik, güvenlik ve toplulukla bağlantılı bilgi etiği meselelerini tartışın.
- Bilgi etiğinin kişisel kararları, mesleki faaliyetleri ve kamu politikalarını nasıl etkilediğini tartışın.
- Gelişen yeni bilgi formatları ve gereksinimlerinin etik ilkeleri nasıl etkilediğini ve bu kuralların nasıl uygulandığını tartışın (örneğin, sosyal medya politikaları, dijital koruma, gizlilik, kamusal bilgiye erişim).

Uygulama: Sosyal Eylemliliğimiz Nedir?

Dijital Vatandaşlık internet sitesini ziyaret edin ve dijital vatandaşlığın dokuz unsurunu inceleyin.[45] Söz konusu dokuz unsur, bireylerin aktif dijital vatandaşlar olmaları için kendi topluluklarındaki kişilere önderlik ve yardım etmesini, eylemlerin olumlu ve olumsuz sonuçlarını fark etmesini ve iyi alışkanlıklar uygulamasını gerektirir. Bilişsel adalet ayrıca azınlık gruplarından gelen içeriklerin temsilinin, daha az bilinen ama geçerli kaynakların kullanılmasının ve yerli toplulukların bilgi ve birikiminin görünür kılınmasının önemini de kabul eder.

- Söz konusu dokuz unsurun her biriyle ilişkili kendi kişisel tecrübelerinize dayanan örnekler sunun;
- Bu unsurlarla bağlantılı olarak kendi yeterliliğinizi değerlendirin ve hangi yönlerin iyileştirilmesi gerektiği üzerine düşünün;
- Bilgi ile dijital erişimin bilgiyi değerlendirme becerinizi nasıl etkilediğini tartışın;

Kitleler ve küresel vatandaşlık hakkında daha fazla bilgi edinmek için 5. Modüle bakın.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

44. Örneğin 1) Uluslararası Kütüphane Dernekleri ve Kurumları Federasyonu Kütüphaneciler ve Diğer Bilgi Çalışanları İçin Etik Kuralları ve 2) Uluslararası Arşiv Konseyi tarafından arşivciler için belirlenen bir dizi etik kural ya da Amerikan Kütüphaneler Derneği gibi münferit ülkeler tarafından kütüphaneciler için geliştirilen mesleki etik kuralları.

45 https://www.digitalcitizenship.net/nine-elements.html

Freedom House'un Basın Özgürlüğü Endeksi[46] , Sınır Tanımayan Gazeteciler'in Dünya Basın Özgürlüğü Endeksi[47], gibi endeksleri ya da Afrobarometre gibi bu alanda bir bölgesel ölçütü tartışmak üzere katılımcıları yönlendirin. Öğrenciler (1) bu tür endekslerin kalkınma açısından neden anlamlı veya yararlı olup olmadığını düşündüklerini açıklayacak (2) basın özgürlüğünü etkileyen etmenleri ya da değişkenleri tespit edip açıklayacaktır. Söz konusu endekslerde ele alınan kıstaslar arasında aşağıdakiler bulunur:

- Yazılı medya, görsel medya ve çevrimiçi medyanın özgürlük derecesi;
- Medya için yasal ortam;
- Haberciliği etkileyen siyasi baskılar;
- Bilgiye erişimi etkileyen ekonomik etmenler;
- Medya sahipliğinin yoğunlaşması;
- Gazetecilere ve medyaya yönelik doğrudan saldırılar;
- Medyada devlet tekelinin varlığı;
- Medyada sansür ile otosansürün varlığı;
- Yabancı uyruklu muhabirlerin yaşadığı zorluklar;
- Dijital iletişim şirketlerinin diğer içeriklere (örneğin çevrimiçi kişisel içerikler, eğlence amaçlı içerikler vb.) kıyasla haber medyası içeriklerini nasıl düzenledikleri.

- Dünyada gazetecileri savunma amaçlı kampanyalar yürüten pek çok örgüt bulunmaktadır. Bunlardan bazıları, Danimarka merkezli Uluslararası Medya Desteği (IMS); Büyük Britanya'da bulunan Londra merkezli Article 19; ABD, New York merkezli Gazetecileri Koruma Komitesi (CPJ); Güney Afrika'da bulunan İfade Özgürlüğü Enstitüsü (FXI) ve iki yılda bir Gazetecilerin Güvenliği ve Cezasızlık Tehlikesi başlıklı Genel Direktör raporunu yayınlayan UNESCO'dur. Ülkenizde faaliyet gösteren basın özgürlüğü örgütleri olup olmadığı ve bunların basın özgürlüğü ile ifade özgürlüğünün korunmasına nasıl katkıda bulundukları üzerine düşünün.

- Eğitmenler, klişeleştirme, mit oluşturma, müstehcenlik ve şiddet içeren görüntüler de dahil olmak üzere kalıp yargıları betimleyen haberler örnekleri gösterebilir. Bir tartışma aracılığıyla katılımcılara gazeteciler için standartların ve genel kılavuz ilkelerin önemi hakkında bilgi verilmeli ve katılımcılar bu örneklerde gösterilen sorunlar hakkında bir rapor yazmalıdır.

- Eğitmen bir medya ombusdmanıyla veya bir medya denetleme kurumunun (ya da benzer bir örgütün) temsilcisiyle görüşerek veya onları sınıfa davet ederek, gazetecilere ve/ya haber kurumlarına yönelik iddia edilen mesleki ya da etik kusurlara ilişkin genel eleştiriler ve şikâyetler hakkında sorular sorabilir. Eğitmen, öğrencilere etik kuralların hükümlerini gözden geçirmeleri yönünde rehberlik eder ve mevcut etik kuralların burada gündeme getirilen konuları kapsayıp kapsamadığını inceler. Katılımcılar, bünyelerindeki gazetecilerin uymakla yükümlü olduğu davranış kuralları olup olmadığını öğrenmek için yerel medya kurumlarıyla iletişime geçerler. Şayet varsa, bu kuralların nasıl uygulandığı konusunda da sorular sorabilirler.

46. Freedom House, https://freedomhouse.org/issues/media-freedom
47. Sınır Tanımayan Gazeteciler (Reporters Without Borders), https://rsf.org/en

- Eğitmen, öğrencilere ağırlıklı olarak anaakım medya tarafından işlenen bir olay ya da konunun yurttaş gazeteciler tarafından nasıl haberleştirildiğine ilişkin bir döküm çıkarmaları yönünde rehberlik edebilir. Daha sonra, katılımcılar bu haberlerde maddi hatalar ve yanlılık olup olmadığını kontrol ederler.

- Öğrencilere, konuyla ilgili (örneğin basın özgürlüğü/ifade özgürlüğü/bilgi edinme hakkı ihlalleri, mesleki etiğe uygun olmayan gazetecilik uygulamaları) meselelerdeki gündelik gözlemlerini sınıfın sonunda özet ve sentez çalışmalarında kullanmak üzere kaydettikleri bir günlük ya da kayıt defteri tutmaları yönünde rehberlik edilmelidir.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Medya günlüğü;
- Araştırma makaleleri (örneğin basın özgürlüğü sıralaması, davranış kuralları, vatandaş gazeteciliği);
- Söyleşiler, izlenen TV/film ürünleri üzerine değerlendirme yazıları;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım (örneğin atölyeler, sınıf tartışmaları);
- Farklı kurallar arasındaki farkları ve benzerlikleri içeren karşılaştırma tabloları.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- İnternet yönetişim sorunları: Dijital iletişim şirketleri özdenetim mi yapmalı, ortak denetime mi katılmalı yoksa devlet denetimine mi tabi olmalı? Hangi konularda?
- Halkın bilgi edinme hakkı ve bilgi edinme özgürlüğüne ilişkin ilkeler: İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin 19. Maddesi;
- Bilgi edinme özgürlüğü/ifade özgürlüğü: uluslararası anlaşmalar, sözleşmeler, bildirgeler ve ulusal kanunlar (anayasa hükümleri; hakaret ve ulusal güvenliğe ilişkin kanunlar);
- Bildirgeler, sözleşmeler ve tavsiyelerin yanı sıra bilgi kanun ve usullerine erişim;
- İdeal bir bilgi edinme özgürlüğü kanunu ve uygulaması nasıl olmalı;
- Özdenetim ve medya ombudsmanı;
- Muhabirlerin hakları.

3. ÜNİTE: HABERİ NE YAPAR: KRİTERLERİ İNCELEME

SÜRE: 3 SAAT

Başlıca Konular

- Gazeteciliğin ve diğer bilgi profesyonellerinin çalışmalarının temel taşları olarak gerçekler ve doğrulama;

- Haberlerin değerinin ve bir olgunun haber değeri olup olmadığının değerlendirilmesindeki haber etmenleri ya da kriterleri;
- Haberlere ilişkin yargıların oluşturulmasında ya da haberlerin şekillendirilmesinde göz önüne alınan hususlar.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- Haberlerin değerinin ve bilginin haber değeri olup olmadığının değerlendirilmesinde kullanılan kriterleri tarif etme;
- Haberlere ilişkin yargıda bulunmanın ya da haberlerin şekillendirilmesinin temel ilkelerini eleştirel olarak tartışma.

Haber Türleri

"Eleştirel düşünme her şeyi kötülediğimiz anlamına gelmez; kanıtlara dayalı olan iddialarla olmayanlar arasında ayrım yapmaya çalıştığımız anlamına gelir."

– Weaponized Lies: How to Think Critically in the Post-Truth Era,
Daniel J. Levitin, 2016

Gazetecilerin çalışmalarında çok büyük miktarda içeriği değerlendirip anlamlandırması ve bunları, söz konusu olaylara ilişkin çok farklı kavrayış seviyelerine sahip olan bir kitle tarafından anlaşılabilir kılmak üzere en önemli meseleleri vurgulayacak biçimde nasıl düzenlemesi gerektiği üzerine düşünmesi gerekmektedir. Bulundukları yargılar, önemli sayılan (haber değeri taşıyan) hikâyelerin seçimini ve bilginin nasıl sunulacağına karar vermeyi içerir. Kaçınılmaz olarak, sunuş biçimi ya da "çerçeveleme" gazeteciler ile medya kurumlarının geçmiş deneyimlerini ve bakış açılarını da yansıtacaktır. Kitlenin hikâyelerin nasıl çerçevelendiğini anlaması ve bu süreç hakkında eleştirel olarak düşünmesi önemlidir.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, aşağıdaki önerilen aktivitelerin uygulanması sırasında çeşitli pedagojik yaklaşımların benimsenmesi mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

Metin Analizi

Eğitmen, bir hikâyenin haber değerinin değerlendirilmesine yönelik kriterlere göre büyük bir gazetenin (ya da onun çevrimiçi nüshasının) birinci sayfasındaki bütün haberlerin haber değerini analiz eder. Bu sırada başvurulan etmenler arasında genellikle şunlar bulunur:

- Vakitlilik;
- Etki ve tesir;
- Önem;
- Yakınlık;
- Çatışma;
- İnsanların ilgisini çekme;
- Gereklilik;
- Olağan dışılık/Gariplik.

Bu normatif niteliklerin yanında, haberler sıklıkla dramatik ve hatta eğlence değeri nedeniyle de seçilir. Haberler ayrıca, neyin "kimin için önemli" ve "kimler üzerindeki olası etkisi" olduğuna ilişkin örtük görüşlere göre seçilir.

Sonrasında, haberlere ilişkin yargılarda bulunulması ya da haberlerin şekillendirilmesi sırasında göz önünde bulundurulacak etmenlere göre haberler çözümlenir. Bu etmenler şunlardır:

- Gerçeklik: doğruluk (olguların doğru yansıtılması) ve tutarlılık (olguların anlamlandırılması);
- Kamu yararına bağlılık;
- Kamunun yönlendirilmesi değil, bilgilendirilmesi;
- Bütünlük/kapsayıcılık;
- Çeşitlilik (yalnızca hedef kitlelere değil, bütün topluluklara ilişkin haberlerin içerilmesi).

Bu normatif etmenler, hangi haberlerin kaynaklarını ne ölçüde tanımladığında, kullanılan doğrulama yöntemini (örneğin kaynakların üçlenmesi) ne ölçüde ortaya koyduğunda, gazetecilerin yaptıklarını etkileyen görüşlerine dair şeffaflıkta – hangi olgu ve seslerin onlar açısından en çarpıcı olduğu ve neden gibi - görülebilir. Makalelerin yerleştirilmesine, kullanılan başlıklara ve yazı tipine, içerikteki fotoğraflara ve fotoğraf altlarına da dikkat edilmelidir.

Bağlam Analizi

Eğitmen, tercih edilen/uygun bulunan bir medya kurumunun belirli bir konudaki ve belirli bir gündeki haberlerini gözden geçirir ve en azından iki farklı yayıncının haberlerini açıları (örneğin belirli bir bakış açısının ya da görüşün okur ya da izleyicilere nasıl satıldığı) ve ele alış biçimi (örneğin uygulanan bilgi, belirtilen kaynaklar, yapılan söyleşiler, haberlerin her türlü görsel destekleri) üzerinden karşılaştırır.

Haber Analizi ve Öz-Değerlendirme

Öğrencilere aynı konuda iki farklı haber metni verilir ve hangi metnin daha güçlü, hangisinin daha bilgilendirici olduğunu ve diğer haber metninin içerdiği bilgi niteliği ve haber türüne uygunluk (kullanılacak kriterler için lütfen yukarıdaki Metin Analizi bölümüne bakınız) açısından nasıl geliştirilebileceğini açıklamaları istenir.

Şu soruyu sorun: Editoryal yargı ile kitle yargısı yayınlanacak haberlerin seçimini nasıl etkiler? Buna ek olarak, editoryal yargı bir haberin sunumunu nasıl şekillendirir? Bazı haberlerin reklamcılar veya medya sahiplerinden oluşan belli bir hedef kitleye özel olarak düzenlenmesine ve bu bakımdan normatif gazetecilik standartlarından sapmasına rağmen, kitlenin yargıları bir haber kurumunu destekleyen kitleye hizmet etmek için ilgili kurumun haber sunumunu biçimlendirir.

Grup Çalışmaları[48]

1. GRUP ÇALIŞMASI: DÜŞÜNCELERİNZİ PAYLAŞIN

- Haberler neden önemlidir?
- Gazetecilerin veya medya kurumlarının haber yapması engellenirse ne kaybedilir?

2. GRUP ÇALIŞMASI: HABERLERİ YÖNLENDİREN DEĞERLERİ SAPTAYIN

- Yazılı ya da çevrimiçi bir haber platformunun baş makalesini ya da belirli bir nüshasındaki ana manşet haberini belirleyin.
- İlgili makaleyi yönlendiren haber değerlerini belirleyin. Bu değerleri nasıl belirlediğinizi açıklayın.
- Birden çok değer var mı? Daha çok yönlendirici değer olması, haberi daha önemli ya da ilginç kılıyor mu?
- Makalenin haber değeri olup olmadığını çözümleyin. Sizce bu makalenin yayınlanması gerekiyor muydu? Neden?

3. GRUP ÇALIŞMASI: KENDİ EDİTÖRÜNÜZ OLUN

- Eğitmen 15-20 manşet haberden oluşan bir liste gösterir ve öğrencilere şunları sorar:
- Önemli haberler hangileridir?
- Yalnızca beş haber için yeriniz/yayın zamanınız olsaydı, hangilerini seçerdiniz? Lütfen seçimlerinizin gerekçelerini de belirtin.
- (a) Bir haber kanalına, (b) ciddi bir gazeteye, (c) bulvar gazetesine, (d) radyo haber programına ya da (e) uluslararası bir haber ajansına bağlı olsanız, hangi haberleri seçerdiniz? Yalnızca beş haber seçin.

4. GRUP ÇALIŞMASI: BİR DİJİTAL İLETİŞİM ŞİRKETİ ARACILIĞIYLA HABERLER ÇAĞINDA

Eğitmen, öğrencilere dijital iletişim şirketlerindeki bir dizi habere erişim sağlamaları yönünde rehberlik eder ve aşağıdakiler etrafında şekillenen bir çalışma uygular:

- Bir haberin güvenilir bir kaynaktan olup olmadığı nasıl anlaşılır?
- Güvenilir haber kaynakları nelerdir? Bu kaynaklara neden güvenilir?
- Haber gerçek mi, yoksa uydurulmuş olmasına karşın haber kılıfına mı büründürülmüş? Aradaki farkı nereden anlayabilirsiniz?

48. . Bu çalışmalar, Asya Gazetecilik ve İletişim Enstitüsü'nün derslerinden uyarlanmıştır, 2020-2021, https://aijc.com.ph/

- Sosyal medya platformları yanlış bilgilerden istifade ediyor mu? Peki ya arama motorları?
- Dijital iletişim şirketleri kendi platformlarındaki yanlış bilgilerin yönetilmesinden ne ölçüde sorumlu olmalıdır?

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Metin analizi/bağlam analizi/haber analizine dayalı değerlendirme yazısı;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım (örneğin atölyeler, sınıf tartışmaları).

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Haber ortamları (haber üzerindeki sosyokültürel, siyasi ve ekonomik etkiler);
- Haber ortamlarının haber değerleri (yönlendiricileri) ve editoryal süreçler üzerindeki etkileri;
- Küresel bilgi akışı ve haberlerin biçimlendirilmesi;
- Küresel haber medyası kurumları (örneğin CNN, Al Jazeera, BBC, Deutsche Welle vb.).

4. ÜNİTE: HABER GELİŞTİRME SÜRECİ: 5N VE 1K'NIN ÖTESİNE GEÇME[49]

SÜRE: 3 SAAT

Başlıca Konular

- Haberi tespit etme ve haber konusunu belirleme (haber geliştirme süreci);
- Gazeteciliğin özü olarak doğrulama, bağımsızlık ve hesap sorulabilirlik;
- Haberlerin doğrulanması.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- Haber fikrinin oluşumundan veri toplamaya ve haberin yazılmasına kadar, haberin nasıl geliştirildiğine ilişkin süreci tanımlama;
- İddialara dayalı gazetecilikten farklı olarak doğrulama disiplinlerinin temel ilkelerini ve gerçeklik ve doğruluk şeklindeki gazetecilik standardını gerçekleştirmek için doğrulama yöntemlerinin nasıl uygulanabileceğini anlama;

49. The Right Questions https://therightquestions.co/beyond-the-5ws-ask-questions-as-a-philosopher-answer-as-a-visionary/ Ayrıca bkz, Waisbord, Silvio. (2019). The 5Ws and 1H of Digital Journalism. Digital Journalism. 7. 351-358. 10.1080/21670811.2018.1545592.

- Gazeteciliğin ayırt edici unsurları olarak bağımsızlık ve hesap sorulabilirlik kavramlarını açıklama;
- Doğrulama yöntemlerini ve araçlarını örneklerle açıklama.

Haber Medyası Kuruluşu İnceleme Gezisi/Sanal Gezintisi

> "Günün haberi, gazete bürosuna ulaştığı biçimiyle olgu, propaganda, söylenti, şüphe, ipuçları, umutlar ve korkulardan mürekkep inanılmaz bir potpuridir ve bu haberi seçip düzenleme görevi bir demokrasideki hakikaten kutsal ve rahiplik mertebesinde bir vazifedir."
>
> – (*Haber Sunumu ve Yazımı*), Walter Lippmann, (1989-1974)

Bir medya ofisine bir gezi ya da sanal gezinti ayarlanabilir; kurumun yayın yönetmeniyle ya da kıdemli editörlerinden biriyle bir sohbet düzenlenebilir. Bu, katılımcıların haber gelişim sürecini editoryal düzeyde gözlemlemesine imkân verecektir. Katılımcılardan gözlemleri ve öğrendikleri dersler üzerine bir değerlendirme yazısı yazmaları istenecektir.

Süreç İncelemesi (Bir Muhabirin Hayatında Bir Gün)

Öğrenciler bir muhabire kendi günlük görevlerini yaparken eşlik eder ve şunları belgeler: (a) sahada yaşananlarla (ya da toplanılan verinin elenmesi sırasında) karşılaştırıldığında, haberin hangi unsurları saptandı ve yazıldı, (b) muhabir haberi nasıl ve neden bu şekilde anlattı (veriyi neden bu şekilde anlamlandırdı). Alternatif bir etkinlik olarak, bir muhabirle söyleşi yapılabilir.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımların benimsenmesi mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

Metin Analizi

- Eğitmen büyük bir olayın veya konunun farklı gazetelerde nasıl işlendiğini çözümler ve sunulan bilgileri inceler. Eğitmen, "haberin tespit edilmesi ve haber konusunun belirlenmesi" sırasındaki etmenleri ve süreci göz önünde bulundurarak, değerlendirmesini açıklar:
  - Haberin unsurları (5N 1K: Ne? Neden? Nasıl? Nerede? Ne Zaman? Kim?) ve bunların yeniden tanımlanması: Haber anlamlandırılan veridir (ne olay örgüsünü, neden motivasyon ya da nedenselliği, nasıl anlatıyı, nerede ortamı, ne zaman olayın geçtiği zamanı, kim kişileri ifade eder).

- Haber kavramı yıllar içinde şu soruları içerecek şekilde genişlemiştir: "Ne olmuş yani?", diğer bir ifadeyle haberin önemi açıklanmalıdır; "Çözüm nedir?" yani haber sorunları ifşa etme şeklindeki önemli işlevinin ötesine geçerek olası farklı çözümleri sergileyebilir.
- "Amaçlı hikâye anlatıcılığı olarak" gazetecilik: insanların iyi yaşamlar sürebilmesi için gereken bilgiyi bulma ve bu bilgiyi anlamlı, uygun ve ilgi çekici biçimde sunma.
- Haberlerin "Ne olmuş yani?" ve "Sorunun çözümü haberde var mı?" sorularının yanıtlarını içerip içermediğini değerlendirmek mümkün müdür? Her ne kadar bütün haberler bu unsurları içermese de, giderek daha çok haberin bu soruları da içermesi yönünde genel bir istek vardır.

Eğitmen doğrulamanın temel ilkelerine dayanarak haberin doğrulanabilir olup olmadığını denetler. Bu temel ilkeler şunlardır: ekleme yapmayın, kitleyi kandırmayın, yöntemler ve amaçlar konusunda mümkün olduğunca şeffaf olun, kendi özgün haberciliğinize istinat edin, tevazu gösterin[50].

Eğitmen ayrıca en az bir doğrulama yöntemi uygulayacaktır: şüpheci editörlük, doğruluk kontrol listesi, varsayılan olguların teyit edilmesi yöntemi ve anonim kaynaklara ilişkin kurallar. (Kovach ile Rosenstiel'in *Gazeteciliğin Esasları* kitabı başvurulabilecek kaynaklardan biridir.)

Üretim

Eğitim kolaylaştırıcısı ya da eğitmen, bir okul dergisinin (ya da okul yayın istasyonunun veya kütüphanenin) danışmanıyla, katılımcıların bir yayın/program için içerik planı hazırlamalarını koordine eder. İçerik planı, yazılacak makale veya yapılacak haberlerin sırasını ve dahil edilme gerekçesini, her haberin kapsamını ve her haberin olası açılarını veya nasıl ele alınacağını kapsar.

Medya Günlüğü

Katılımcıların, dersin sonundaki özet ya da sentez çalışmalarında kullanmak üzere konuyla ilgili gündelik gözlemlerini (örneğin haber değerleri, haber yargıları, doğrulama kriterleri, yurttaş gazeteciliği) kaydettikleri bir günlük ya da kayıt defteri tutmaları gerekir.

Grup Çalışmaları[51]

1. GRUP ÇALIŞMASI: HABER NASIL ÜRETİLİR?

Bir haber kanalını ziyaret edin ve aşağıdakilerle kendi görev ve sorumlulukları hakkında görüşün:

- Editörler – ana haber masası (radyo, çevrimiçi, TV);
- Muhabirler – görevlerine göre;
- Bölüm yapımcıları;
- Kamera operatörleri – saha ve stüdyo;
- Video editörleri;

50. Global Media Journal African Edition 2008 Vol 2 (2), https://globalmedia.journals.ac.za/pub/article/viewFile/29/63
51. Örnekler, Asya Gazetecilik ve İletişim Enstitüsü'nden uyarlanmıştır.

- Uygulayıcı yapımcı;
- Denetçi yapımcı;
- Haber sunucuları – prompter'dan okuyanlar;
- Diğerleri: karakter jenaratör operatörü, araştırmacılar, makinistler ve personel.

2. GRUP ÇALIŞMASI: BİLGİ KAYNAKLARININ ÇÖZÜMLENMESİ

Grup, hem yazılı veya çevrimiçi bir haber olarak hem de kamuya açık bir sosyal medya paylaşımı olarak erişilebilir olan bir konuyu veya haberi belirler. Aşağıdaki soruları değerlendirin:

- Gazeteciliğe özgü doğrulama, bağımsızlık ve hesap sorulabilirlik gibi süreçler temelinde, bu ikisi arasında bir fark var mı? Açıklayın.
- Haber metni ve sosyal medya paylaşımı doğrulama sürecini izlemiş mi? Nasıl anladınız?
- Kaynak bağımsız ve/veya güvenilir mi? Neden?
- Kaynak açısından hesap sorulabilirlik söz konusu mu? Açıklayın.

3. GRUP ÇALIŞMASI: DOĞRULAMA, BAĞIMSIZLIK VE HESAP SORULABİLİRLİK

Katılımcılara aşağıdakileri karşılaştırma görevini verin:

6. Bir devlet kurumu tarafından hazırlanan basın bülteni;
7. Yerleşik bir medya kuruluşu tarafından yalnızca bu basın bültenine dayanarak yayınlanan bir haber makalesi;
8. Yerleşik bir medya tarafından bu basın bültenine dayanarak yayınlanan ama bültende öne sürülen bilgilerin bir gazeteci tarafından doğrulandığı açık olan, ayrıca bu doğrulama sonucunda elde edilen ilave bilgileri de içeren bir haber makalesi;

Her üç metin de incelendikten sonra, katılımcılara gazeteciliği burada incelenen basın bülteninden hangi unsurların farklı kıldığını sorun.

4. GRUP ÇALIŞMASI: DOĞRULAMA

Bir sosyal medya platformunda viral olan bir paylaşımın ekran görüntüsünü/videosunu gösterin.

1. Öğrencilere ilgili iddianın doğrulanabilir olup olmadığını sorun.
    - Bu iddia teyit edilebilir/doğrulanabilir mi? Neden?
    - Şayet bu iddia teyit edilebilir/doğrulanabilir ise, siz bunu nasıl yapardınız? (Öğrencilerden doğrulama sırasında nelere bakmaları gerektiğini hatırlamalarını isteyin.)

2. Sonrasında, öğrencilerden ilgili iddiayı doğrulama aşamasına geçmelerini isteyin. Öğrencilere süreci aşama aşama belgeleme, akabinde ise araştırmalarını yürütme biçimlerine ilişkin tartışma ve geri bildirimde bulunma ödevi verin.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Medya günlüğü üretimi;
- İnceleme gezisi/metin analizi raporları;
- Doğrulama çalışması;
- Atölyeler, sınıf içi tartışmalar gibi grup öğrenme aktivitelerine katılım.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

Haber kaynakları ve (bilgi ve iletişim teknolojileri de dahil olmak üzere) haber toplama yöntemleri, habercilikte âdillik ve yerindelik.

Bu Modül İçin Kaynaklar

Amerika'nın Sesi Eğitim İngilizce Öğrenimi (VOA Learning English) (2018), "News Literacy Lesson 2: Verification, Independence, Accountability" ("Haber Okuryazarlığı 2. Ders: Doğrulama, Bağımsızlık, Hesap Verebilirlik"), erişim adresi: https://learningenglish.voanews.com/a/news-literacy-lesson-2-verification-independence-accountability/4388049.html.

Article 19 (2016), *The Public's Right to Know: Principles on Right to Information Legislation* (*Kamunun Bilme Hakkı: Bilgi Edinme Hakkı Yasalarının İlkeleri*), International Standards Series, Londra: Article 19, (erişim adresi: https://www.article19.org/data/files/RTI_Principles_Updated_EN.pdf).

Asya Gazetecilik ve İletişim Enstitüsü (Asian Institute of Journalism and Communication) (2020), *Developing Champion Teachers in News Literacy: Training Module* (*Haber Okuryazarlığı Alanında Şampiyon Eğitmenler Geliştirme: Eğitim Modülü*) [ileri tarihte çıkacak].

Bertrand, Claude-Jean (2003), *Media Ethics and Accountability Systems* (*Medya Etiği ve Hesap Verebilirlik Sistemleri*), New York: Hampton Press.

Bilgi Yönetimi Derneği (The Association for Information Management – ASLIB) (2004), *Training Suite: Freedom of Information* (*Eğitim Takımı: Bilgi Edinme Hakkı*).

Bradshaw, Samantha ve Howard, Philip (2019), The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation (Küresel Dezenformasyon Düzeni: Organize Sosyal Medya Manipülasyonu 2019 Küresel Envanteri), Çalışma Makalesi, Oxford UK Project on Computational Propaganda, (açık kaynak erişim adresi: https://digitalcommons.unl.edu/scholcom/207/).

Burgess, John T. F. ve Knox, Emily J. M. (2019). *Foundations of Information Ethics* (*Bilgi Etiğinin Temelleri*), Chicago: ALA Press.

Dijital Vatandaşlık (Digital Citizenship), "Nine Themes of Digital Citizenship" ("Dijital Vatandaşlığının Dokuz Teması"), erişim adresi: *https://www.digitalcitizenship.net/nine-elements.html*.

Dominick, Joseph R. (2007), *Dynamics of Mass Communication: Media in the Digital Age, 9th Edition* (*Kitlesel İletişim Dinamikleri: Dijital Çağda Medya, 9. Baskı*), Boston: McGraw-Hill.

Gazetecileri Koruma Komitesi (Committee to Protect Journalists – CPJ), erişim adresi: http://www.cpj.org.

Gender Links, *Watching the Watchdogs: A gender and media literacy toolkit for Southern Africa* (*Gözlemcileri İzlemek: Güney Afrika İçin Toplumsal Cinsiyet ve Medya Okuryazarlığı Araç Seti*), erişim adresi: https://genderlinks.org.za/programme-web-menu/publications/watching-thewatchdogs-2009-05-28/.

Haber Okuryazarlığı için Stony Brook Merkezi Dijital Kaynaklar Merkezi (Stony Brook Center for News Literacy Digital Resource Center), "Lesson 4: What Is News and Why?" ("4. Ders: Haber Nedir ve Neden?"), erişim adresi: https://digitalresource.center/content/lesson-4-whatnews-and-why.

Haber Okuryazarlığı için Stony Brook Merkezi Dijital Kaynaklar Merkezi (Stony Brook Center for News Literacy Digital Resource Center), erişim adresi: https://digitalresource.center/content/via.

Humanext (2009), *Etik Eğitimleri: Ankestar ve Dalke'nin Kişisel ve Mesleki Etik Dengesi* (Eğitmen kılavuzu, uyarlanabilir ödevler, broşürler ve vaka incelemeleri içeren program) ve *Dr. Louis V. Larimer'in Etik Muhakeme Semineri* (Etik Tipi Gösterge Profili ve Eğitim Kılavuzu ile birlikte), erişim Adresi: http://www.newtrainingideas/ethics-training.html.

Ireton, Cherilyn ve Posetti, Julie (2018), *Gazetecilik, 'Sahte Haber' ve Dezenformasyon: Gazetecilik Eğitimi ve Alıştırmaları için El Kitabı*, Paris: UNESCO, (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380323).

Kovach, Bill ve Rosenstiel, Tom (2014), *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect* (*Gazeteciliğin Unsurları: Habercilerin Bilmeleri ve Kamunun Beklemesi Gerekenler*), New York: Three Rivers Press of Random House

Lee, Sangmum (2014), "The Benefits of Technology in Education" ("Eğitimde Teknolojinin Faydaları"), *TEDxYouth*, video kaynak erişim adresi: https://www.youtube.com/watch?v=G1YqGeVsXTU.

Levitin, Daniel J. (2017). *Weaponized Lies: How to Think Critically in the Post-Truth Era* (*Silah Haline Getirilen Yalanlar: Hakikat-Sonrası Çağ Hakkında Nasıl Eleştirel Düşünülebilir*), New York: Dutton.

Mencher, Melvin (2006), *News Reporting and Writing, 10th edition* (*Haber Muhabirliği ve Yazımı, 10. baskı*), Boston: McGraw-Hill.

Mendel, Toby (2008). *Freedom of Information: A Comparative Legal Survey* (*Bilgi Edinme Özgürlüğü: Karşılaştırmalı Hukuk Çalışması*), Paris: UNESCO, (erişim adresi: http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001584/158450e.pdf).

MIL CLICKS, MBO Sosyal Medya İnisiyatifi, erişim adresi: https://en.unesco.org/MILCLICKS.

Okoliko, Dominic Ayegba ve de Wit, Martinus Petrus (2020), "From 'Communicating' to 'Engagement': Afro-Relationality as a Conceptual Framework for Climate Change Communication in Africa" ("'İletişim'den 'Etkileşim'e: Afrika'da İklim Değişikliği İletişimi İçin Kavramsal bir Çerçeve Olarak Afro-İlişkisellik), *Journal of Media Ethics* 36:1, s.36-50, (erişim adresi: https://doi.org/10.1080/23736992.2020.1856666).

Ong, Jonathan Corpus ve Cabañes, Jason Vincent A. (2017). Architects of Networked Disinformation, *Architects of Networked Disinformation: Behind the Scenes of Troll Accounts and Fake News Production in the Philippines* (*Dezenformasyon Şebekesi Mimarlar: Filipinler'de Trol Hesaplar ve Sahte Haber Üretiminin Sahne Arkası*), Leicester: Newton Tech4Dev Network (açık kaynak erişim adresi: http://newtontechfordev.com/wp-content/uploads/2018/02/ARCHITECTS-OF-NETWORKED-DISINFORMATION-FULL-REPORT.pdf).

Ordway, Denise-Marie (2020), "'Rated False': Here's the Most Interesting New Research on Fake News and Fact Checking" ("'Yanlış Olarak Sınıflandırılmış': Sahte Haber ve Bilgi Doğrulama Hakkında En İlginç Yeni Araştırmalar"), *NiemanLab*, erişim adresi: https://www.niemanlab.org/2020/01/rated-false-heres-the-most-interesting-new-research-on-fake-news-and-fact-checking/.

PEW Araştırma Merkezi, State of the News Media (Haber Medyasının Durumu), bkz.: https://www.pewresearch.org/topic/news-habits-media/.

Poynter Enstitüsü (Poynter Institute), erişim adresi: http://www.poynter.org.

Rosenstiel, Tom ve Mitchell, Amy (ed.) (2003), *Thinking Clearly: Cases in Journalistic Decision-Making* (*Açıkça Düşünmek: Gazetecilikte Karar Verme Örnekleri*), New York: Columbia University Press.

Schudson, Michael (2008). *Why Democracies Love an Unlovable Press* (*Neden Demokrasiler Sevilmeyecek bir Basını Sever*), Boston: Polity.

Sınır Tanımayan Gazeteciler (Reporters Sans Frontières), erişim adresi: http://www.rsf.org.

UNESCO (2009), Guidelines for Broadcasters on Promoting User Generated Content and Media and Information Literacy (Kullanıcı Tarafından Oluşturulan İçerikleri Öne

Çıkarmak ve Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Üzerine Yayıncılar İçin Kılavuzlar), Londra: Commonweaşth Broadcasting Association, (erişim adresi: http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001871/187160e.pdf).

UNESCO (2010), *Gender Toolkit for Educators* (*Eğitmenler İçin Cinsiyet Araç Seti*), Paris: UNESCO, (açık kaynak erişim adresi: http://portal.unesco.org/en/files/47654/12737402501Gender_Toolkit_for_Educators.pdf/Gender%2BToolkit%2Bfor%2BEducators.pdf).

UNESCO (2010), *What if We All Governed the Internet? Advancing Multi-Stakeholder Participation in Internet Governance* (*Ya İnterneti Hep Beraber Yönetseydik? İnternet Yönetişiminde Çok Paydaşlı Katılımı İlerletmek*), Paris: UNESCO, (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259717).

UNESCO (2018), World Trends on Freedom of Expression and Media Development 2017/2018 (İfade Özgürlüğü ve Medya Gelişimine İlişkin Dünyadaki Eğilimler 2017/2018), erişim adresi: https://en.unesco.org/world-media-trends.

UNESCO (2019), *Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Müfredatı Kılavuz İlkeleri İçin Taslak Standardı Üzerine Belgrad Tavsiyeleri*, 12 Kasım 2019 tarihli son taslak, erişim adresi: https://en.unesco.org/sites/default/files/belgrade_recommendations_on_draft_global_standards_for_mil_curricula_guidelines_12_november.pdf.

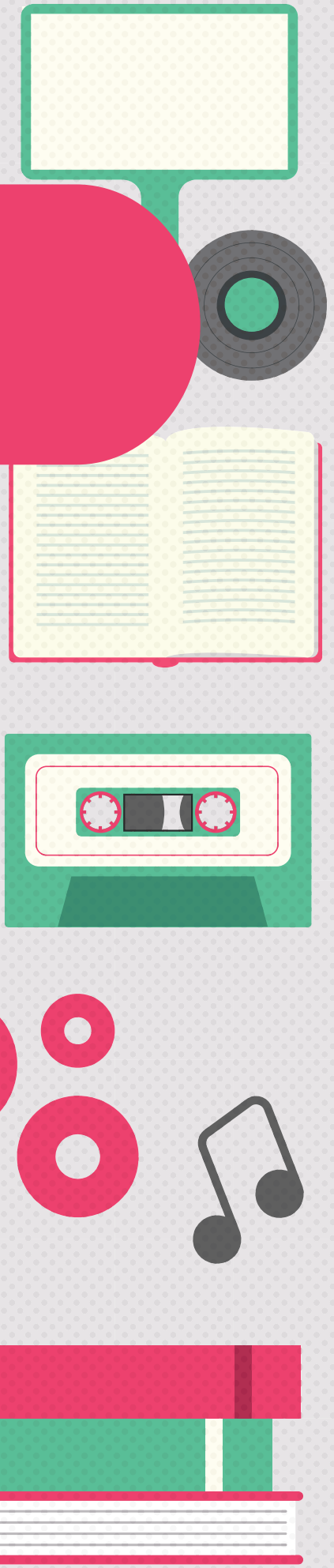
Ward, Stephen J.A. (2005), "Philosophical Foundations of Global Journalism Ethics" ("Küresel Gazetecilik Etiğinin Felsefi Temelleri"), *Journal of Mass Media Ethics* 20:1, s.3-21, (erişim adresi: https://doi.org/10.1207/s15327728jmme2001_2).

White, Robert A. (2010), "The Moral Foundations of Media Ethics in Africa" ("Afrika'da Medya Etiğinin Ahlaki Temelleri"), *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 31:1, s.42-67, (erişim adresi: https://doi.org/10.1080/02560054.2010.9653411).

Yonazi, Enock, Kelly, Tim, Halewood, Naomi ve Blackman, Colin (2013), The Transformational Use of Information and Communication Technologies in Africa (Afrika'da Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Dönüştürücü Kullanımı), *eTransform Africa*, (açık kaynak erişim adresi: https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/The_Transformational_Use_of_Information_and_Communication_Technologies_in_Africa.pdf).

3. MODÜL:

ARAŞTIRMA, BİLGİ DÖNGÜSÜ, DİJİTAL BİLGİ İŞLEME, FİKRİ MÜLKİYET



“Bilgi toplumumuzda vatandaş olabilmek için, bireylerin bilgi döngüsünü anlamaları gerekir, böylece bilgi ister sözlü ister yazılı olsun, ondan faydalanıp ona katkıda bulunabilirler.”

- Jesús Lau, 2021

ARKA PLAN VE GEREKÇE

Eğitmenler, temel niteliğindeki 1. Modülde ve sonraki ünitelerde medya ve bilgi okuryazarlığının (MBO) temel ögeleri ile temas etmiş olacaktır. Bu modülün amacı, önemli araştırma ve bilgi döngüsüne ilişkin başka meselelerin de MBO’nun hayati önem taşıyan bileşenleri olduğunu göstermektir.

Bu modül geleneksel bilgi okuryazarlığına katkıda bulunan yapı taşlarını vurgulamaktadır. Derslerin çoğu nasıl öğrenileceğini öğrenmek üzerine değil, bilginin sunulmasına odaklanmaktadır. Ne var ki, gerek eğitimde gerekse daha geniş olarak toplumda MBO’nun değerine giderek daha çok yapılan vurgu, kullanıcıların becerikli öğrenciler olmasının, bilgi döngüsündeki rollerinin ve değişken yerlerinin farkında olmalarının öneminin altını çizmektedir. “Bilgi döngüsü” kavramı bazen haber medyasının üretim ve tüketim süreçleriyle sınırlı olarak anlaşılsa da, bu kavram aslında çok daha geniş olabilir ve içeriklerin pek çok kurum ve aktör bünyesinde ve arasında nasıl akıp dönüştüğünü de kapsayabilir. Değer, dikkati tek bir anlık görüntüye değil, akışlara ve farklı güç, kapsam ve etkiye sahip çeşitli kurumlar tarafından sağlanan iletişimin birbirine bağımlı niteliğine vermektedir. MBO açısından, tüm bunlar, değişken bir içerik kütlesinin akışkan evreninde, bilgi

gereksinimlerinin nasıl fark edileceğini öğrenme ihtiyacını ima eder. Sonrasında, bu temelde, verimli ve etkili bir şekilde bilginin nasıl yerinin konumlandırılacağını/çıkarılacağını; bu bilginin nasıl analiz edileceğini, düzenleneceğini ve değerlendirileceğini, ve belirli karar verme ve sorun çözme amaçlarına yönelik olarak söz konusu bilgiyi kullanma, uygulama, yeniden üretme ve iletmeyi öğrenme ihtiyacını ima eder (UNESCO, 2008). Özünde, MBO ayrıca kütüphane becerilerini, çalışma ve araştırma becerilerini ve teknoloji becerilerini de içerir.

Bütün araştırmalar bir soruyla başlamak zorundadır. Bu soru, veri ve bilgi toplama ve bunları analiz etme suretiyle yanıtlanmalıdır.

Bilim yalnızca bir bilgi birikimini ifade etmekle kalmaz, aynı zamanda bir bilme ve öğrenme biçimidir. Bilimi öğrenme ve takdir etmenin önemli bir dayanağı, öğrencilerin, bilimsel bilginin doğasını ve yapısını, ayrıca, başlı başına bir amaç olarak da dahil olmak üzere, bu bilginin geliştirilme sürecini anlamasıdır. Buna ek olarak, yapılan yakın zamanlı araştırmalardaki bulgular, bilimsel bilginin nasıl oluşturulduğunu anladıklarında öğrencilerin doğal dünyaya ilişkin bilimsel açıklamaları kavrayışının ve bilimsel incelemelere başarılı bir şekilde katılma becerilerinin geliştiğini göstermektedir.

Eğitmenlerin, problem analizi ve karar verme için bilgiyi elde etme, anlama, uyarlama, üretme, depolama ve sunmaya yönelik bir dizi yetkinliği (bilgi, beceriler ve tutumlar) hem bizzat kendilerinin edinmesi hem de öğrencilerde geliştirmesi gerekir. Bunlar, gerek eğitim ortamında gerek genel iş/mesleki ortamda ya da kişisel zenginleştirme amacıyla her türlü öğretme ve öğrenme bağlamında uygulanabilir yetkinliklerdir. Medya ve bilgi okuryazarı bir eğitmen, farklı bilgi kaynaklarından gelen mesajları anlayabilir ve bu anlayışı problem çözmek için uygun biçimde değerlendirme ve kullanma becerisine sahiptir. Eğitmen ayrıca temel kütüphane becerilerini de edinmiştir ve öğrenme ile bilgi paylaşma için belgesel kaynakları kullanımını azami düzeye çıkarabilir. Medya ve bilgi okuryazarı bir eğitmen, toplumda medyanın ve kütüphaneler, müzeler, arşivler, dijital iletişim şirketleri ile bu alanda çalışmalar yürüten eğitim ve araştırma kurumları gibi diğer içerik sağlayıcıların işlevlerini anlar ve takdir eder.

İçerik sağlayıcılar, insanlara bilgiye erişim sağlamalarında ve bazı durumlarda bilgiyi depolamada önemli bir hizmet sunar. Medyanın ötesinde, insanların kullandığı başka bilgi kaynakları da vardır (örneğin sağlık bildirimleri, hükümet raporları ve hem gayriresmi olarak hem de kamusal tartışmalar aracılığıyla sözlü olarak iletilen bilgi). Bunlar elektronik ortamda (örneğin televizyondaki seçim tartışmaları) ya da yüz yüze oturumlarda (örneğin belediye meclisi toplantılarında) iletilebilir. Bu olaylara medya veya insanlar aracılık edebilir.

Bilgi yaşam döngüsünün merkezi bir kavramı, herkesin temel bir anlayışa sahip olması gereken fikri mülkiyet haklarıdır. "Fikri mülkiyet hakları, zihinlerinin üretimlerinden dolayı kişilere verilen haklardır. Genellikle üreticiye, belirli bir süre için üretiminin kullanımı üzerinde münhasır hak sağlar."[52] Fikri mülkiyetin iki ana unsuru vardır: telif hakkı ve telif hakkıyla ilişkili haklar. Bu kavram öylesine önemlidir ki Birleşmiş Milletler 193 üye ülkeden oluşan Dünya Fikri Mülkiyet Hakları Örgütü'nü (WIPO) kurmuştur. WIPO, fikri mülkiyet hizmetleri, politikaları, bilgisi ve işbirliği için küresel bir forum işlevi görür. Pek çok ülkenin, patentler, telif hakları ve ticari markalar gibi fikri mülkiyeti koruyan kanunları vardır.

Bu modül, akademi, medya ve bilgi okuryazarlığı, kütüphane becerileri ve dijital ekosistem bağlamında bilgi döngüsü anlayışı, araştırma becerileri ve fikri mülkiyete saygı geliştirmeye odaklanmaktadır. Modülün odak noktası, eğitimsel ve yerel topluluklara katılım bağlamlarında problem çözme ve karar verme üzerinedir. Modül, eğitmenlerin ve öğrencilerin günümüz dünyasında mevcut bulunan geniş kapsamlı bilgi kaynaklarına erişim ve bunları kullanma becerilerini artırmak için aralarındaki ilişkiyi ve yukarıda bahsedilen kavramları anlamalarını kolaylaştırmayı hedefler. Bu becerilerin edinilmesi, yaşam boyu öğrenme olanakları sağlar, böylelikle eğitmenlerin ve öğrencilerin aktif bir entelektüel yaşama sürekli katılımını temin eder.

52. Dünya Ticaret Örgütü, https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/intel1_e.htm#:~:text=Intellectual%20property%20rights%20are%20the,a%20certain%20period%20of%20time.

ÜNİTELER

1. ÜNİTE:
AKADEMİK VE BİLİMSEL BİLGİ NASIL OLUŞTURULUR

2. ÜNİTE:
ARAMA: STRATEJİK BİLGİ KEŞFİ

3. ÜNİTE:
AKADEMİK VE BİLİMSEL BİLGİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

4. ÜNİTE:
BİLGİ OKURYAZARLIĞININ KAVRAMLARI VE UYGULANMA ŞEKİLLERİ

5. ÜNİTE:
ÖĞRENME ORTAMLARI VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI

6. ÜNİTE:
DİJİTAL BİLGİ İŞLEME

7. ÜNİTE:
FİKRİ MÜLKİYET VE ESER SAHİPLİĞİNİN TANINMASI

1. ÜNİTE: AKADEMİK VE BİLİMSEL BİLGİ NASIL OLUŞTURULUR

SÜRE: 4 SAAT

Başlıca Konular

- Bilimin tanımı;
- Bilimsel bilginin tanımı;
- Bilimin doğası ve yapısı;
- Bilimsel bilginin doğası ve yapısı;
- Yeni bilgi kaynakları.

Öğrenme Hedefleri

Aşağıdakilere ilişkin anlayışı geliştirmek:

- Bilimin anlamı;
- Bilginin anlamı;
- Bilim ile bilgi arasındaki ilişki;
- Bilimin doğası;
- Bilginin doğası;
- Farklı bilgi kaynakları.

Bu Ünitede Hedeflenen Yetkinlik Düzeyi

- Temel/Giriş.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımların benimsenmesi mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Eğitmenler uzun zamandır öğrencilerin bilimsel bilginin nasıl inşa edildiğini anlamaları gerektiğini savunmuşlardır. Sıklıkla başvurulan ancak ampirik olarak test edilmeyen bir gerekçe, bilimi anlamanın daha bilgili vatandaşlığa yol açması ve demokratik süreçlere katılımı desteklemesidir. Yani, bilimsel bilginin nasıl üretildiğini anlayan vatandaşlar hem seçim sandığında hem de günlük hayatlarında kamu yararını ilgilendiren bilimsel konulardaki (örneğin küresel ısınma, ekoloji, genetiği değiştirilmiş gıdalar, alternatif tıp, pandemi ve aşı gibi sağlık krizleri ve bunlara verilen yanıtlar) bilimsel iddiaların dikkatli tüketicileri olacaktır.
- Eğitmenler arasında bu görüşü meşrulaştırmaya yönelik bir diğer argüman, bilimin yapısını ve doğasını anlamanın kişiyi bilim yapmakta ve bilimi anlamakta daha başarılı kılmasıdır. Yani, öğrenciler bilimi doğal dünyada var olan kanıt kalıplarını izah etme amacıyla modeller oluşturan bir dizi uygulama olarak görmeye başlarlar ve bir şeyin kanıt olarak sayılmasının dikkatli gözlemlere, doğrulama çalışmalarına ve sav inşa etmeye bağlı olduğunu anlamaya başlarlarsa, bilgi inşa etmeye yönelik çabalarında çok daha başarılı olacaklardır. Bu süreçleri –yalnızca icra etmek değil– belli bir mesafeden izlemek, öğrencilerin bilimi uygulama becerilerini de geliştirir.
- Bilginin bazen dört kaynağı olduğu kabul edilir: sezgi, otorite, akılcı-tümevarım ve bilimsel empirizm. Bunların dördü de bir araştırma hipotezi için iyi kaynaklardır ama bilimsel ampirizm kabul edilen tek yeni bilimsel bilgi kaynağıdır.
- İki tür araştırma ayırt edilebilir: akademik araştırma ve özel araştırma. Akademik araştırma, üniversitelerde, akademilerde ve bilim kurumlarında yürütülen araştırma türüdür. Genellikle bilim insanları ve profesörler tarafından yürütülür. Özel araştırma ise özel işletmeler ile şirketler tarafından yürütülür ve esas olarak ticaretle ilgili sorunları çözmekte kullanılır. İki araştırma türü arasında farklar olmasına rağmen, bunlar birbirlerini tamamlayabilirler. Özel şirketler kendileri adına araştırma yürütmeleri için üniversitelerdeki bilim insanlarına başvurabilir ve üniversitelerde yürütülen akademik araştırmalardan faydalanabilirler. Ne var ki, bu durum akademinin kullanımına nispetle araştırmalara ayrılan kamu yatırımının ve akademik araştırmacıların özel çıkarlar ve faydalar için katılımı ile ilgili sorunları gündeme getirebilir. Özel şirketler akademik araştırmaları finanse ettiğinde de etik sorunlar ortaya çıkabilir.
- Araştırma yürütmek için ihtiyaç duyduğumuz becerileri anlamakta bilimsel araştırmanın ayırıcı özelliklerinden faydalanabiliriz. Bilimsel araştırmanın çoğunlukla diğer araştırma türlerinden altı önemli özelliği ile ayırt edildiği kabul edilir; kamuya açık, nesnel, sistemli, birikimli, ampirik ve tahmin edilebilirdir.
- Bilimsel araştırmanın iki ana kategorisi ayırt edilebilir: (1) nicel araştırma ve (2) nitel araştırma. Gerek nicel gerekse nitel araştırma, tarama, içerik analizi, odak grup tartışmaları, mülakat (yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış veya açık), gözlem ve örnek vaka incelemesi gibi yöntemleri kullanabilir. Her yöntem veri toplamak için farklı araçlar kullanır. Örneğin, anket, tarama yönteminin veri toplama aracıdır ve içerik analizi çalışmalarında veri toplamak için içerik analizi tablosu kullanılır.
- Araştırma süreci güvenilir bilgi gerektirir. Bu da ihtiyaç duydukları bilgi kaynaklarını bulmak için yeterli beceriye sahip olmalarını gerekli kılar.

- Bilim, anlamlı bilgiler sunması ve bilgi için bir temel işlevi görmesi amacıyla veri toplar, düzenler ve analiz eder.
- Eğitmenler, bu ünite kapsamındaki aktiviteleri uygularken öğrencilerle etkileşimi sağlamalı ve öğrencileri aşağıdaki başlıklara ilişkin örnekler vermeye yönlendirmelidir:
  - Bilimin anlamı;
  - Bilimsel bilginin anlamı;
  - Bilim ile bilgi arasındaki ilişki;
  - Bilimin doğası ve yapısı;
  - Bilginin doğası ve yapısı;
  - Farklı yeni bilgi kaynakları.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Araştırma makalesi;
- Araştırma yazısı/raporu.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Hipotezleri, kanunları ve modelleri ifade etme;
- Tümdengelimsel düşünme;
- Söylem analizi.

2. ÜNİTE: ARAMA: STRATEJİK BİLGİ KEŞFİ

SÜRE: 4 SAAT

Başlıca Konular

- Bilgi aramanızı daraltma ve odaklama etmenleri;
- Arama bilgisi gereksinimlerinizi temsil eden anahtar kelimeler;
- Boole işleçleri ve diğer sınırlayıcı arama komutları;
- Zaman kazanmak için arama motoru kısayolları.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Etkili bir bilgi arama stratejisi geliştirme;
- Veritabanlarında arama komutlarının nasıl kullanılacağını öğrenme;
- Arama motorlarının bilgi çıktılarını filtreleme.

Bu Ünitede Hedeflenen Yetkinlik Düzeyi

- Temel.

Arama ve Bulma

Mevcut içerik zenginliği, veritabanlarında, havuzlarda, depolarda, kütüphanelerde, bilgi merkezlerinde farklı şekillerde düzenlendiğinden ve çoğu zaman münferit olarak sınıflandırıldığından, aranan bilgilere erişimin her zaman kolay olmadığı anlamına gelir. Bu nedenle, arama yaparken, kimi önemli bilgileri veya verileri keşfetmek ve bulmak için stratejiler geliştirme ihtiyacı vardır. Kütüphaneler gibi bazı kaynak sağlayıcıların, bilgi maddelerini sınıflandırmayı ve kataloglamayı sağlayarak aramayı daha kolaylaştıran standardize edilmiş yöntemleri vardır. Ne var ki, internet siteleri gibi diğer sağlayıcılar tarafından üretilen ve depolanan bilgi maddeleri, ilgilendiğimiz içerikleri aramayı, konumlandırmayı ve ona erişim sağlamayı zorlaştıran sayısız bilgi düzenleme yöntemi kullanıyor olabilir.

İster özel bir arama motoru aracılığıyla olsun ister sosyal medyada ya da e-ticaret hizmetlerinde, internetteki genel aramalar buna dahil olmak üzere, aradığımız veritabanı çıktılarını elde etmek için başvurulan temel komutlar Boole İşleçleri kullanır: AND (VE), OR (VEYA), NOT (DEĞİLLEME). Bu kelimelerin aramada kullanılması ilgisiz sonuçları saf dışı bırakmanın yanında, zamandan ve emekten tasarruf sağlayacaktır. Bazı motorlar, ihtiyaç duyduğunuz şeyi asgari düzeyde ilgisiz sonuçlarla bulmanıza yardımcı olmak üzere arama sınırlayıcıları kullanır. Aşağıdaki bir aktivitede bu konuyla ilgili bazı örnekler verilmiştir.

Boole İşleçleri'ni öğrenmenin iyi bir yolu onları uygulamaktır. Öğrencilerden, örneğin bir virüs ve aşılar gibi, (tarihi veya güncel) birbiriyle alakalı iki konuyu seçmelerini ve bunların, kendi ülkelerini hem olumlu hem de olumsuz yönden nasıl etkilediğini araştırmalarını isteyin. Öğrenciler daha sonra, diğer arama işleçlerinin kullanımı hakkında da bilgiler bulabileceğiniz Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (MIT) Kütüphaneleri'nin hazırladığı "Veritabanı İpuçları"ndan uyarlanan aşağıdaki kılavuz ilkeleri kullanarak, ya bir arama motorunda ya da bir kütüphane veritabanında bu konularda bilgi ararken Boole İşleçleri'ni uygularlar.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

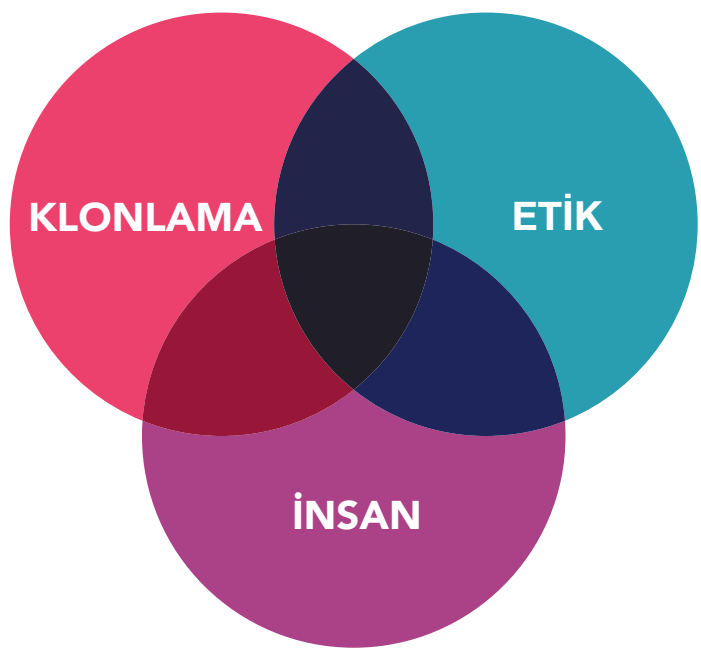
Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımların benimsenmesi mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

1. Konu, ülke ve tarih bilgilerini birleştirmek için AND (ve) Boole İşleci'ni kullanma

Aşağıdaki amaçlarla aramanızda AND kullanın:

- Sonuçları daraltma;
- Veritabanına, tanımlanan tüm arama terimlerinin ortaya çıkan kayıtlarda bulunması gerektiğini söyleme;
- Örnek: insan AND klonlama AND etik.

Aşağıdaki Venn şemasının ortasında bulunan mor üçgen, bu aramanın sonuç kümesini gösterir. Bu, AND kullanarak üç arama kelimesinin birleşimini gösteren küçük bir kümedir.



Hepsinde olmasa da, çoğu veritabanında AND işlecinin varsayıldığı not edilmelidir.

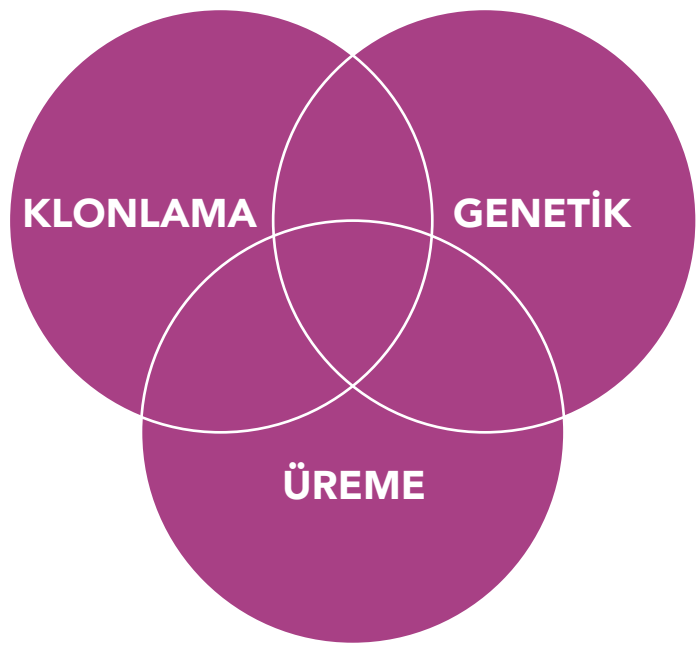
- Örneğin, Google arama terimlerinizin arasına otomatik olarak AND ekler. Sonuçlarda bütün arama terimleriniz bulunsa da, bunlar sizin istediğiniz şekilde birbiriyle bağlantılı olmayabilir.
- Örneğin, bu arama: üniversite öğrencileri sınav kaygısı şu şekilde çevrilir: üniversite AND öğrencileri AND sınav AND kaygısı. Bu kelimeler, elde edilen sonuçlarda ayrı ayrı boy gösterebilir.
- Sonuçlarınızı daha özel kılmak için sözcük öbekleri kullanarak arama yapabilirsiniz.
- Örneğin, "üniversite öğrencileri" AND "sınav kaygısı". Bu şekilde, sonuçlar aradığınız bilgilerle daha uyumlu olacaktır.

2. Konunuzu ülke ve tarih gibi diğer bilgilerle birleştirmek için OR (veya) Boole İşleci'ni kullanma

Aşağıdaki amaçlarla aramada OR kullanın:

- İki veya daha fazla benzer kavramı (eş anlamlıları) birbirine bağlama;
- Veritabanına arama terimlerinizin HERHANGİ BİRİNİN ortaya çıkan kayıtlarda bulunabileceğini söyleyerek sonuçlarınızı genişletme;
- Örneğin: klonlama OR genetik OR üreme.

Her üç daire de bu arama için sonuç kümesini gösterir. OR işleci kullanıldığında bu kelimelerden herhangi biri geçerli kılındığı için bu, büyük bir kümedir.



3. Konunuzu, ülke ve tarih bilgilerini birleştirmek için NOT (değilleme) Boole İşleci'ni kullanma

Aşağıdaki amaçlarla aramanızda NOT kullanın:

- Kelimeleri aramanızın dışında tutma;
- Veritabanına, arama terimlerinizin varsayabileceği kavramları görmezden gelmesini söyleyerek aramanızı daraltma;
- Örneğin: "klonlama NOT koyun".

4. Arama sırası

Veritabanları yazdığınız komutları takip eder ve bu komutlara dayalı sonuçları getirir. Boole İşleçleri'ni kullanırken kelimelerin birbirine bağlandığı mantıksal sıranın farkında olun:

- Veritabanları genellikle AND işlecini birincil işleç olarak kabul eder ve kavramları öncelikle AND ile birbirine bağlar;
- Bir aramada AND ve OR işleçlerinin bir birleşimini kullanırsanız, 'OR'laştırılacak kelimeleri birlikte parantez içine alın.

Örnekler:

- Etik AND (klonlama OR üreme teknikleri).
- (Etik* OR ahlak kuralları*) AND (biyomühendislik OR klonlama).

5. Google Arama Operatörleri (DuckDuckGo, Baidu, Yandex, Ecosia vb. diğer arama motorlarını göz önünde bulundurun)

Daha gelişmiş bir araç Google Arama Operatörleri'dir (2020). Belirli konuları araştırmak üzere işleçleri kullanmak için öğrencileri takımlar halinde gruplara ayırabilirsiniz. Aşağıdaki tabloda listelenen altı kategorinin her birini kullanarak ilgili konuda arama yapın. Bunun sonucunda, her takıma arama sonuçlarını daraltmak ve daha etkili arama sonuçları elde etmek için bu işleçleri kullanmanın faydaları üzerine sunum yapma görevi verilebilir. Aşağıdaki tabloda söz konusu altı kategori listelenmiştir. İçerikte sunulan köprüler bu arama işleçlerinin nasıl kullanılacağına ilişkin ayrıntılı bilgilerin elde edilebileceği internet sayfalarına yönlendirir.

TABLO 3.1: GOOGLE ARAMA OPERATÖRLERİ

ARAMA HİZMETİ	ARAMA OPERATÖRLERİ
Web Arama	allinanchor:, allintext:, allintitle:, allinurl:, cache:, define:, filetype:, id:, inanchor:, info:, intext:, intitle:, inurl:, link:, related:, site:
Görsel Arama	allintitle:, allinurl:, filetype:, inurl:, intitle:, site:
Gruplar	allintext:, allintitle:, author:, group:, insubject:, intext:, intitle:
Dizin	allintext:, allintitle:, allinurl:, ext:, filetype:, intext:, intitle:, inurl:
Haberler	allintext:, allintitle:, allinurl:, intext:, intitle:, inurl:, location:, source:
Ürün Arama	allintext:, allintitle:

6. Örnek Vaka İncelemesi

Farklı ülkelerde farklı reklamcılık düzenlemeleri olabilir. Farklı ülkelerde faaliyet gösteren bir sosyal medya şirketi veya arama motoru şirketi bulun ve bu ülkelerde reklamcılık konusundaki düzenlemeleri araştırın. Söz konusu sosyal medya veya arama motoru şirketinin farklı ülkelerdeki farklı düzenlemelere uyup uymadığını inceleyin ve farklı ülkelerde a) gelirler ile kamu yararı arasındaki çatışmalar b) gelirler ile özel hayatın gizliliği arasındaki etik sorunlar ile c) kamunun a) ve b)'ye tepkisi gibi konuları tartışın.

7. Diğer arama sınırlama araçlarını kullanarak araştırma yapma

İnterneti ve arama işleçlerini kullanarak, bölgenizde reklamcılık sektörüne yönelik mevcut düzenlemelerini araştırın. Bu düzenlemelerin nerede bulunduğunu ve bu bilgiye erişim sağlaması gereken vatandaşlar açısından bu bilgilerin ne kadar erişilebilir olduğunu tespit edin. Bu düzenlemeleri hangi bireylerin veya grupların oluşturduğunu belirleyin. Bu düzenlemelerin kapsadığı kilit alanları özetleyin ve amaçlarını açıklayın. Bu düzenlemelerin, vatandaşların ve düzenlemeye tabi hizmetlerin tüketicilerinin çıkarlarını nasıl desteklediğini açıklayın. Bu düzenlemelerin sektör üzerindeki olası etkisini açıklayın. Bir reklamın bu düzenlemeleri ihlal ettiği durumlarda, tüketicilere sağlanan başvuru yollarını araştırın. Reklamcılıkla ilgili daha fazla bilgi edinmek için 10. Modüle bakın.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Araştırma makalesi;
- Araştırma yazısı/raporu.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Hipotezleri, kanunları ve modelleri sözlü olarak ifade etme;
- Kütüphane kataloglarında arama yapma;
- İnternet güvenilirliği değerlendirmesi.

3. ÜNİTE: AKADEMİK VE BİLİMSEL BİLGİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

SÜRE: 4 SAAT

Başlıca Konular

- Akademik ve bilimsel bilgileri değerlendirme esasları;
- Ana bilgi kaynakları için değerlendirme kıstasları.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- Enformasyon ve bilgi üreten farklı araştırma türlerini anlama;
- Bilginin ilgililik düzeyini ve güvenilirliğini değerlendirme;
- Ana bilgi kaynaklarını değerlendirme;
- Kaynak türleri.

Bu Ünitede Hedeflenen Yetkinlik Düzeyi

- Temel.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımların benimsenmesi mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Bilgi genellikle birincil, ikincil ve üçüncül kaynaklar olmak üzere üçe ayrılır. Bilimsel dergide yayınlanan bir makale, tez, araştırma raporu ve ilk elden çıktılar gibi herhangi bir araştırma ürünü (istatistik, patentler de dahil olmak üzere) özgün veriler sunduğu takdirde birincil kaynak olarak kabul edilir. İkincil kaynaklar genellikle, kitaplar, dergilerin yanı sıra, bilimsel makale ya da basın makalesi gibi, içerikleri birincil bilgileri özetleyen, alıntılayan veya kısaltan yayınlardır. Üçüncül kaynak çoğunlukla, bibliyografya, veritabanı, ansiklopedi vb. gibi bir kaynaklar derlemesidir. Hangi kaynak kullanılırsa kullanılsın, araştırmanızın amacı karar vermek ise, keza keyif için okuma yapıyorsanız, eleştirel değerlendirme uygulamanız gerekir.
- Bilgi değerlendirme, bilginin özgünlüğünü, güvenilirliğini ve ilgililik düzeyini belirlemek için eleştirel bir süreç gerektirir. Bilginin ne kadar güncellenmiş/yakın tarihli olduğunun yanı sıra, coğrafi ve konu bakımından kapsamının belirlenmesi de bu sürece dahildir. Bilgi güvenilirliği şu unsurları değerlendirmek anlamına gelir: yazar, başlık, yayıncı, yer, tarih, içindekiler incelemesi ve kaynakça. Bu unsurlar,

monografl arda (kitaplar, tezler, raporlar, broşürler), süreli yayınlar (akademik dergi, dergiler, yıllıklar, bildiriler), internet kaynakları (internet siteleri, kitle iletişim araçları, konuşmalar, tweetler vb.) ve patentler, standartlar ve kitle iletişim mesajları gibi diğer kaynak türlerinde farklı isimler altında bulunur. Öğrenme ortamlarında ve akademide ana akademik kaynaklar çoğunlukla akademik dergiler ve kitaplardır.

Aşağıda, bazı belirli bilgilerle ilgili arama yaparken kaynakların ilgililik düzeyinin nasıl değerlendirileceğine ilişkin bir örneğe yer verilmiştir:

1. *Başlık.* Bakılacak ilk unsur başlıktır. Başlık, sizin bilgi gereksinimlerinizle ne kadar uyuyor? Sizi okumaya sevk ediyor mu? İyi bir başlık, yayının içeriğini yansıtacaktır.
2. *Yazar*. Yazarın (veya yazarların) alanlarındaki yetkinliğini, yani önceki yayınlarında ve araştırma çıktılarında ne derece bilgi ve uzmanlık gösterdiklerini gözden geçirin. Yazarın bağlı bulunduğu kurum, yazarın muhtemelen yanlı olup olmadığı konusunda size fikir verebilecek başka bir etmendir.
3. *Yayıncı*. Yayını basan yayıncıyı araştırın. Şayet yayıncı köklü bir şirket veya kurumsa (örneğin ticari bir şirket, araştırma merkezi, üniversite ya da devlet kurumu), yayının hakem denetiminden ve içerik ile biçim değerlendirmesini içeren uzun bir editoryal süreçten geçmiş olması muhtemeldir. Daha az güvenilir bir kaynak, söz gelimi, kişisel olarak yayınlanan bir kitap olabilir.
4. *İkinci aşama – Ön bilgileri gözden geçirme.* Yazar ve başlık kısımları değerlendirildikten sonra, monografta ve süreli yayınlarda tarihi yoklayın, içindekiler ve kaynakça gibi yayının ön bilgiler kısımlarına bakın. Bu unsurlar, söz konusu materyalin çalışmanızla ilgililik düzeyi hakkında size daha iyi bir fikir verecektir.
5. *Üçüncü aşama – İçeriği gözden geçirme*. Giriş ve sonuç bölümlerini okuyun, diğer bölümleri veya makaledeki başlıkları gözden geçirin. Araştırma ürünlerini okurken, diğer araştırma metodolojisi unsurlarının yanı sıra, metodolojinin uygun, örneklemin ise yeterince büyük olup olmadığını kontrol etmek önemlidir.

- Yukarıda bahsi geçen tüm unsurların değerlendirmesi, bir arama motoru aracılığıyla çevrimiçi olarak kontrol edilebilir. Böyle bir çapraz kontrol değerlendirmesi, özellikle araştırmanızın veya kararınızın temelini oluşturacak yayınlar için gerekli olabilir. Bir konuya aşina oldukça, kaynakların ilgililik düzeyini ve güvenilirliğini değerlendirmek kolaylaşacaktır.
- Yukarıda bahsedildiği gibi, doğru kaynakları bulmak diğer etmenlerin yanı sıra, konu geçerliliğini, coğrafi kapsamı ve güncel ilgililik düzeyini belirlemek üzere değerlendirilmesi gereken bilgilerin yerini saptama ve geri kazanma becerileri gerektirir. Bilgi genellikle uzun bir süreçten sonra üretilir. Akademik kurumlar ve bilim kurumları tarafından yayınlanan bilgiler veya devletin paylaştığı veriler, kitaplar söz konusu olduğunda metin düzenleme veya dergi makaleleri açısından hakem denetimi gibi doğrulama süreçlerinden geçer. Makaleler her türlü monografi veya süreli yayında yayınlanmaktadır. Genellikle, daha yüksek kaliteli yayınlar, ekseri dizinlenen ve normalde yüksek abonelik maliyetlerine sahip veritabanları aracılığıyla dağıtılan, abonelik usulü ile çalışan dergilerin bir parçasıdır. Dergilere, e-kitaplara, patentler ve standartlar gibi ticari bilgiler de dahil olmak üzere diğer türlü materyallere erişim sağlayan ücretli aboneliğe bağlı veritabanlarının yanı

sıra, giderek daha fazla önem kazanan açık erişim yayınları da vardır.

- Açık erişim depoları, üniversiteler, bilgiye dayalı kuruluşlar ve devletler tarafından derlenir. Uluslararası uyumluluk standartları uyarınca oluşturulmuş kurumsal, bölgesel, ulusal ve hatta uluslararası depolar bulunmaktadır. Öte yandan, akademik, kamuya açık, okullara bağlı, özel ve ulusal kütüphaneler, bu depoları edinip, düzenleyerek topluluklarına dağıttıklarından nitelikli bilgi için en iyi kaynaklardır ve genellikle kullanıcılarına bilgi rehberliği ve yardım sunan referans hizmetleri de olduğundan internette mevcut olan güvenilir açık erişimdeki bilgilere geçit işlevi görürler.

Öğrenme Alıştırması

Eğitmenler öğrencilerden, aşağıdakiler gibi, farklı kaynaklarda yer alan içerikleri eleştirel olarak değerlendirmelerini sağlayacak öğrenme aktivitelerini yapmalarını isteyebilir:

1. **Kitaplar:** Katılımcılardan kendi seçtikleri bir konuda üç kitap bulmalarını ve bu kitapları burada tarif edilen kıstasları kullanarak değerlendirmelerini isteyin.
2. **Dergi makaleleri:** Katılımcıları ekipler halinde gruplara ayırın ve yaşadıkları çevredeki bir sorunu belirlemeleri için onlara rehberlik edin. Katılımcılar, burada tarif edilen güvenilirlik kıstaslarını karşılayan üç akademik makale bulmalıdır. Makaleler, söz konusu topluluk sorununa yönelik kısmi veya mümkünse kapsamlı çözümler önerebilir. Öğrencilerden, seçilen makalelerin neden güvenilir olduğunu yazmalarını isteyin.
3. Alanlarında lider olan **yazarlar**ın genellikle birçok yayını vardır. Öğrencilere, söz gelimi, Nobel Ödülü kazanan bir yazar belirlemeleri, bu kişinin yayınlarını araştırmaları ve yayıncı, editör ve bağlı olduğu kurum açısından hangi yayınların en prestijli olduğunu değerlendirmeleri için rehberlik edin.
4. **Yayıncılar:** Öğrencilere kendi seçtikleri bir alanda en bilinen yayıncıların hangileri olduğunu belirlemeleri konusunda rehberlik edin. Konu başlığı ne kadar özgül olursa, o alanda uzmanlaşmış yayıncı sayısı o kadar az olabilir.
5. **Medya ve bilgi topolojisi:** Kaç tane birincil, ikincil ve üçüncül medya ve bilgi kategorisi veya türü olduğunu belirlemek için bir arama yapın. Bulunan her medya ve bilgi kategorisini veya türünü, güvenilirlik kıstaslarına, örneğin geçtikleri hakem denetimi ve editoryal sürece göre 1'den 10'a kadar sıralayın.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Araştırma makalesi;
- Araştırma yazısı/raporu.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Literatür taraması yapma;
- Veri analizi teknikleri;
- Araştırma bulgularındaki örüntüleri ve eğilimleri saptama.

4. ÜNİTE: BİLGİ OKURYAZARLIĞININ KAVRAMLARI VE UYGULANMA ŞEKİLLERİ

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Bilgi ve bilgi okuryazarlığına giriş;
- Bilgi okuryazarlığındaki temel kavramlar;
- Bilginin toplumlar ve yeni beceriler üzerindeki etkisi;
- Bilgi okuryazarlığı standartları ve uygulamaları;
- Bilgi okuryazarlığının aşamaları.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenlerin şu becerilere sahip olması beklenmektedir:

- Bilgi ve enformasyon toplumlarında bilginin rolü ve önemi ile bilgi okuryazarlığı becerilerine duyulan gereksinimi tanımlama;
- Tüm alanlarda uygulanabilecek şekilde bilgi okuryazarlığının aşamalarını/ana unsurlarını kavradığını sergileme;
- (Matbu veya elektronik) genel bilgi kaynaklarını belirleme ve inceleme;
- Bilgi okuryazarlığı standartlarını çözümleme;
- Bilgi araçlarının ve kaynaklarının etik ve sorumlu kullanımını belirleme ve tartışma.

Kavramlar

"Bilgi," "bilgi okuryazarlığı," "BİT" ve 21. yüzyıl için "temel beceriler" terimleri, bilgi ve enformasyon toplumu üzerine dönen tartışmalarda sıklıkla kullanılmaktadır. Vatandaşların bu tartışmalara katılmak için yeni yetkinliklere (bilgi, beceri ve tutumlar) gereksinimi vardır. Eğitime katılmadan önce bu terimlerin anlaşılması gereklidir ve bu, öncelikle bilgi kavramının açıkça kavranmasıyla başlamalıdır. Yukarıda bahsi geçen terimlerin medya okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, sosyal medya okuryazarlığı, kütüphane becerileri ve

UNESCO'nun medya ve bilgi okuryazarlığı çatısı altında gruplandırdığı diğer terimlerle nasıl ilişkili olduğu üzerine daha fazla bilgi edinmek için bu müfredatın Birinci Bölüm, Müfredat ve Yetkinlik Çerçevesi ve 1. Modül bölümlerine bakın.

Bilginin Tanımları

Aşağıdaki bilgi tanımlarını tartışın:

- Bilgi, kullanılabilir bir biçimde sunulabilmesi amacıyla toplanan, işlenen ve yorumlanan verilerdir;
- Bilgi 'bizi değiştiren şeyler'dir (Stafford Beer, 1979);
- Bilgi insanların bilincine ulaşan ve bilgi birikimine katkıda bulunan şeydir (Blokdjik ve Blokdijk, 1987);
- 'Bilgi, onu edinen kişi için anlamlı olan, güncel veya gelecekteki eylem ve kararlarda gerçek veya algılanan bir değer taşıyan bir biçime işlenmiş verilerdir' (Davis ve Olsen, 1984).

Bu tanımların ortak noktası nedir? Bu tanımların 21. yüzyılda geçerli olduklarını düşünüyor musunuz? Başka bilgi tanımlarını araştırın. Terimin daha geniş bir açıklamasını sunan tanımlar bulabilir misiniz? Bilginin kendisinin veri işlevi görebileceğini, bu verilerin de işlenmesi durumunda daha fazla bilgiye dönüşebileceğini, bunların da kullanılması halinde bilgi birikimi oluşturacağını göz önünde bulundurun.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımların benimsenmesi mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Eleştirel düşünmeyi tanımlayın. Bilgi analizinin, sentezinin ve değerlendirmesinin eleştirel düşünmede oynadığı rolü tartışın. Öğrencilerin günlük hayatları bağlamında anlamlı ve değerli bir örnek sunun.
- 'Aşırı bilgi yüklemesi' terimini tanımlayın ve insanların bilgi ile mezenformasyon içeriklerini ayırt etmekte güçlük çektiği 'infodemi' kavramıyla ilişkilendirin.

Bilgi okuryazarlığının aşamaları/unsurları şunları içerir:

- Bilgi gereksinimlerini saptama/teşhis etme;
- Bilgi kaynaklarını belirleme;
- Bilgiyi bulma veya arama;
- Bilginin niteliğini çözümleme ve değerlendirme;
- Bilgiyi düzenleme, depolama ve arşivleme;
- Bilgiyi etik, verimli ve etkili bir şekilde kullanma;
- Yeni bilgi oluşturma ve iletme.

- Tüm kapsamıyla bilgi okuryazarlığının aşamalarını/unsurlarını tartışın (Bkz. Horton Jr., Woody (2007), *Understanding Informational Literacy: A Primer/Bilgi Okuryazarlığını Anlamak: Bir El Kitabı*, Paris: UNESCO, s. 9-13 ve Ek B, erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf)).
- Katılımcıların bilgi okuryazarlığı sürecinin her aşamasında/unsurunda gereken temel becerileri sıralayan bir kontrol listesi hazırlamasını sağlayın. Bu liste, farklı problem çözme bağlamlarında nasıl uygulanır? Bir problemi çözmek veya belirli bir konuda karar vermek için gereken bilgiyi nasıl saptar ve doğru bir şekilde tanımlarsınız (örneğin, 'mali bir sorunla baş etmek için mali tavsiye bilgileri')?
- Bilgi kaynakları üç geniş grupta sınıflandırılabilir: birincil, ikincil ve üçüncül kaynaklar. Bu bilgi kaynaklarını eğitmenlere açıklayın ve bu tür kaynaklardan örnekler vermeleri yönünde onlara rehberlik edin.

Enformasyon Toplumu – ve Bilgi Toplumları

- Günümüzde dünyanın işleyiş biçiminde önemli bir değişiklik var. Hızlı teknolojik gelişme, enformasyon ile bilginin ekonomik, sosyal, politik ve kültürel hayatın motoru haline gelmesini sağlamıştır. Bu olgudan, "bilgi toplumları" olma hedefi sürdürülmekle birlikte, enformasyon toplumu olarak adlandırılan olgu ortaya çıkmıştır.

  - 'Enformasyon toplumu' terimi üzerine kütüphanenizde veya internette bir araştırma yapın. Enformasyon toplumunun altında yatan temel varsayımları tarif edin. Söz konusu varsayımların günümüzün toplumunda hayat ve öğrenme ile ilgililik düzeyini tartışın. Aynısını 'bilgi toplumu' terimini kullanarak yapın. UNESCO'nun çeşitliliği yansıtmak adına bu terimi çoğul olarak kullandığını göz önünde bulundurun. Bu iki kavram arasında, şayet varsa, algılanan benzerlikler ve farklılıklar nelerdir?
  - Eğitmenlerden ve öğrencilerden, kendi bilgilerine dayanarak, kütüphane becerileri de dahil olmak üzere bilgi okuryazarlığının neleri kapsadığına düşüncelerini yazmalarını isteyin. Eğitmenler ve öğrenciler ayrıca, bu becerilere sahip olmanın günümüzün enformasyon toplumunda insanların aradıklarını bulabilmeleri ile neden ilişkili olduğuna dair beş sebep listelemelidir.
  - Eğitmenlerden, bilgi, enformasyon toplumu, BİT, aşırı bilgi yüklemesi ve medya ve bilgi okuryazarlığı (MBO) arasındaki ilişkiyi gerekli açıklamalarla tarif eden bir şema çizmelerini isteyin. Kullanılan şema tercihini ve farklı kavramları belirli konumlara yerleştirmeye nasıl karar verdiklerini tartışın.
  - Eğitmenler ve öğrencilerle, bilgi okuryazarlığı düzeyinin yaşamlarımız boyunca, özellikle de lisans düzeyi lisansüstü ve profesyonel düzeyler arasında (yaşam boyu öğrenme bağlamında) nasıl değiştiğini/artış gösterdiğini tartışın. Enformasyon ve bilgi üretim döngüsünü tartışın. İçerik sağlayıcıların toplumdaki rolünü, işlevlerini ve hesap sorulabilirliklerini çözümleyin. Bilgi okuryazarlığı becerilerinin BİT kullanılarak nasıl geliştirildiğini tartışın.
  - Bir öğrenciyi bilgi okuryazarı yapan şeyin ne olduğunu açıklayın.
  - Farklı bilgi türlerinin nasıl üretildiğini, ortak özelliklerini ve sağlık ile refah açısından, sivil toplumda, eğitim sektöründe ve iş hayatı ve ekonomik faaliyetler bakımından kullanımlarını ve değerlerini karşılaştırın ve kıyaslayın.

- Aşağıdaki konulardan birini veya birkaçını araştırın ve tartışın:
  - Bilgi yalnızca ticari bir meta değil, eylem ve karar verme süreçleri için bir girdidir (Referans için bkz. Towards Literacy Indicators, UNESCO, 2008, s. 14).
  - Bilginin temini ve bilgiye erişim toplumda bir güç ve kontrol kaynağıdır.
  - Bilgi okuryazarlığı, BİT kullanımının gerektirdiği becerilerden (yani, dijital okuryazarlıkla bağlantılı beceriler) ayrı beceriler gerektiriyor mu? Örneğin, kişiler dijital okuryazar olmadan medya ve bilgi okuryazarı olabilirler mi? Ya da tam tersi?
  - Bilgiye yönelik kültürel tutumları tartışın. Toplumunuzda bilgiye nasıl bakılıyor ve değer veriliyor? Matbu bilgilere (örneğin, büyük gazetelerde yer alan) ilişkin görüşler ile ekranlarda görünen bilgilere ilişkin görüşler birbiriyle nasıl mukayese ediliyor? Bilgi ile güç ve yazılı basın ile dijital medya arasındaki ilişki nedir? Üretilen bilgilerin ardındaki kişi(ler)nin kimliği nedir? Bu bilgiyi bilmek önemli midir ve neden? Aşağıdaki aktiviteleri eğitmenlere önerin:
  - Yazılı basındaki (örneğin, gazeteler, dergiler vb.) bilgilerin değerini ve bu bilgilerin saklanması, kurtarılması ve kullanılmasıyla ilintili maliyetleri değerlendirin. Bu hususta inceleme ayrıca şu konuları da ele almalıdır: yarattığı faydalara dayalı olarak bilginin değeri, mevcut olmasına veya olmamasına dayalı olarak bilginin gerçekçi değeri ve bilginin mevcut olmamasının kullanıcılar açısından sonuçları.
  - Medya ve bilgi okuryazarlığı becerilerinin hastalıklarla mücadele, istihdam olanaklarını artırma veya bir öğretmenin sınıf içi pedagojik pratiklerini geliştirme ile nasıl ilgili olduğunu tartışın.
  - İnterneti veya kütüphaneyi ya da her ikisini birden kullanarak, incelemek üzere şu alanlardan birinde bir sorunu veya konuyu belirleyin: vatandaşlık eğitimi, bilim, toplum bilimleri, tarih veya coğrafya. Araştırmanızın sonuçlarını bir sunum yazılımı kullanarak sunun. Sunumdan sonra, şunlar üzerine düşünün: Ele aldığınız konudaki çok çeşitli bilgiler arasından sunmak istediğiniz şeyi nasıl seçtiniz? Erişim sağlayamadığınız hangi konu hakkında daha fazla bilgi edinmek istediniz ve bu, sunumunuzu nasıl etkiledi? Son olarak, topladığınız bilgileri kendi bağlamınıza uygulamak amacıyla dönüştürdünüz mü? Nasıl ve neden?

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Araştırma makalesi;
- Araştırma yazısı/raporu.

5. ÜNİTE: ÖĞRENME ORTAMLARI VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI

SÜRE: 3 SAAT

Başlıca Konular

- Büyük Altılı – altı aşamada bilgi problemi çözme kılavuzu;
- Kütüphaneleri kullanma;
- Öğrenme ortamları ve içerik sağlayıcılar.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- Bilgi aktarımı ve öğrenme amaçlı bilgi arasındaki farkları anlama.
- Bilgi düzenlemenin temel yönlerini, yani bilgi ve enformasyonu konumlandırmak için sınıflandırma şemalarını (örneğin, kütüphane koleksiyonu sınıflandırmaları, dizinler, özetler, kaynakçalar, veritabanları vb.) açıklama ve bunlara dair anlayış sergileme.
- Kütüphaneyi öğrenme amaçlı etkili bir şekilde kullanma – belirli bir konuyu veya meseleyi araştırmak için kütüphanenin sunduğu fırsatları değerlendirme.
- Bilgi problemi çözümü için Büyük Altılı aşamalarını uygulama.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımların benimsenmesi mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Eğitmenlerden bilgi okuryazarlığı ve bilgi problemi çözümü için aşağıdaki altı aşamalı çerçeveyi göz önünde bulundurmalarını isteyin (bu çerçevenin daha ayrıntılı bir açıklaması için, bu ünitenin sonunda yer alan tabloya bakın):
    - Görev tanımı: bilgi problemini saptama ve ihtiyaç duyulan bilgiyi belirleme.
    - Bilgi arama stratejileri: olası tüm kaynakları belirleme ve en iyi kaynakları seçme.
    - Konumlandırma ve erişim: kaynakların yerlerini saptama ve kaynaklar içinde bilgileri bulma.
    - Bilginin kullanımı: etkileşime geçme (örneğin, okuma, dinleme, görüntüleme, dokunma) ve ihtiyaç duyulan bilgileri seçerek alma.
    - Sentez: birden çok kaynaktan alınan bilgileri düzenleme ve sunma.
    - Değerlendirme: ürünü (etkililiğini) ve süreci (verimliliğini) tartma.

- Bunu, bilgi okuryazarlığı için Woody Horton Jr.'ın önerdiği süreç (2007) ya da Bloom'un Gözden Geçirilmiş Taksonomisi gibi diğer bilgi döngüsü sınıflandırmalarıyla karşılaştırın. Büyük Altılı'da sıralanan altı aşamanın bilgi okuryazarlığının temel unsurlarını oluşturduğuna katılıyor musunuz? Katılmıyorsanız, siz neleri eklerdiniz ve neden? Bu altı aşamanın, burada sunulduğu şekliyle düzgün ve sıralı bir düzende gerçekleştiğini düşünüyor musunuz?
- Şimdi, bu ünitenin sonunda yer alan tablodaki bilgi problemi çözme sürecinin her bir aşamasında eğitmenlere rehberlik edin ve tabloda belirtilen tüm konuları/sorunları ele almaya yeterli zaman ayırdıklarından emin olun.

  - Öğrenme alanınızdaki kütüphaneden (veya yaşadığınız şehirde veya kasabadaki ana kütüphaneden) öğretim konusuyla ilişkili (örneğin, eğitmen eğitimi, özel eğitim, karşılaştırmalı eğitim vb.) matbu veya elektronik formattaki bir dergiye erişin. Dergide, hakkında daha fazla bilgi edinmek istediğiniz bir konuyu belirleyin. Makalelerin ana bulgularını veya argümanlarını özetleyin. Bu bilgiler, bir eğitmen olarak sizin mesleki çalışmalarınız açısından ne kadar yararlı? Bu bilgiler sizin ülkeniz bağlamında uygulanabilir mi? Şayet öyleyse, bu bilgileri nasıl kullanırsınız?
  - Katılımcılar öğrenme alanlarında bir kütüphaneci ile görüşürler ve kütüphaneden tam olarak faydalanmak için sahip olmaları gereken bilgi becerileri üzerine tartışırlar. Öğrencilerin kütüphanedeki bütün kaynakları kullanmalarını gerektiren görevler belirleyin ve öğrencilerin kütüphaneden edindikleri bilgileri başka kaynaklardan (örneğin, internet) edindikleri bilgilerle karşılaştırmalarını ve görevin özellikleri açısından ne kadar yararlı olduklarını değerlendirmelerini sağlayın.
  - Bir okul ortamını bilgi okuryazarlığı gereksinimleri bakımından değerlendirin ve öğrencilerin bilgi okuryazarlığı düzeyini artırmaya yönelik tavsiyelerde bulunun.
  - Büyük Altılı ve bilgi problemi çözümü: kütüphanedeki bilgi kaynaklarını kullanarak gündemdeki veya güncel olaylarla ilgili bir meseleyi (örneğin, oy verme hakkı, demokrasi, HIV/AIDS vb.) araştırın. Bu konuyu araştırırken Büyük Altılı aşamalarını uygulayın.
  - Bir kütüphanede radyo kurma olasılığını tartışın. Bu, çevrimiçi veya frekans spektrumunda yayın yapan bir radyo olabilir. Böyle bir proje üzerine bir beyin fırtınası yapın. Yetkili makamlarla bir görüşme düzenleyin ve bir eylem planı geliştirin. Sizce, bir kütüphane radyosu, bilgiye ve öğrenmeye erişimi teşvik etmek için yaratıcı bir şekilde nasıl kullanılabilir? Bazı artıları ve eksileri nelerdir?
  - İnterneti kullanarak ilgi duyduğunuz bir konuda bilgilere erişin ve bu bilgileri (metinsel veya sayısal) bir tabloda veya grafik biçiminde sunun. Kütüphane kaynaklarınızdan edindiğiniz bilgilerin miktarını, niteliğini ve kullanışlılığını internetten edindiğiniz bilgilerle karşılaştırın.
  - Radyo ve cep telefonu teknolojisi kullanımının ülkenizde bilgi üretim ve kullanımının çehresini nasıl değiştirdiği üzerine bir deneme yazın. Bulgularınızı bir sunum şeklinde hazırlayın veya akranlarınızın ve uzmanların onayını almaya özen göstererek internette paylaşın.

TABLO 3.2: BİLGİ OKURYAZARLIĞI VE BİLGİ PROBLEMİ ÇÖZÜMÜ İÇİN ALTI AŞAMALI ÇERÇEVE

AŞAMALAR	KONULAR/SORULAR
1. Aşama Bilgi gereksinimlerini veya problemlerini tanımlama	Ne öğrenmek istiyorum? Hangi problemi çözmeye çalışıyorum? Problemin veya araştırılan konunun doğasını anlıyor muyum? Kendi bilgi gereksinimlerimi veya problemi açıkça tanımlayabilir miyim? Konuyla ilgili hangi ön bilgilere sahibim? Konuyla ilgili ne kadar bilgi istiyorum?
2. Aşama Bilgi arama stratejileri	Bu bilgiyi bulmak için ne kadar zamanım var? Bu bilgiyi nerede aramalıyım? Eğitmenler, farklı türdeki bilgileri edinmek için en iyi kaynakların hangileri olduğu ve nedenleri konusunda yönlendirilmelidir. Bağlamına göre bu kaynaklar şunları içerebilir: (i) birincil kaynaklar, yani araştırma raporları, satış makbuzları, konuşmalar, e-postalar, özgün sanat eserleri, el yazmaları, fotoğraflar, günlükler, kişisel mektuplar, sözlü hikâyeler/görüşmeler veya diplomatik kayıtlar gibi, bilgilerin yorumlanmadığı özgün kaynaklar; (ii) içerik sağlayıcılar tarafından sağlanan, bilgilerin yorumlandığı, analiz edildiği veya özetlendiği ikincil kaynaklar (örneğin, bilim kitapları, akademik dergiler, dergiler, eleştiri metinleri veya yorumlar); ve (iii) derlemeleri, dizinleri ve diğer düzenlenmiş kaynakları içeren üçüncül kaynaklar (örneğin, özetler, kaynakçalar, el kitapları, ansiklopediler, dizinler, kronolojiler, veritabanları vb.). Fiziksel kütüphanede mi, (dijital kütüphaneler de dahil olmak üzere) internette mi, müzelerde, arşivlerde vb. mi araştırma yapacağım? Kimden yardım isteyebilirim?
3. Aşama Konumlandırma ve erişim	Burada eğitmenler, 2. Aşama'da bahsi geçen kaynaklarda nasıl etkili bir şekilde bilgi arayacakları konusunda yönlendirilmelidir. Bu süreç şunları içermelidir: 1) Genel arama ve belirli bir alanda özelleştirilmiş arama (örneğin, öğrencilerin yaşadığı ülke) de dahil olmak üzere, internette arama yapma; alan adlarını (örneğin, .edu, .gov, .org vb.) anlama; internette resim ve ses (görsel ve işitsel) arama, ve akademik kaynakların bulunduğu internet sitelerini (örneğin GoogleAkademik aracılığıyla) arama ile ilgili ipuçları; 2) Bir kitapta yer alan dizin ve içindekiler bölümlerini etkili bir şekilde kullanma ve PDF dosyaları vb. gibi farklı elektronik formatlarda arama yapmaya ilişkin ipuçları; 3) Kütüphaneleri kullanmaya (kütüphane kataloglarında, süreli yayınlarda, dizinlerde, özetlerde ve referans kitaplarında arama yapma) ilişkin ipuçları; 4) Veritabanlarında (AGRICOLA, AGRIS/CARIS, EBSCO veya Expanded Academic ASAP gibi rağbet gören veritabanı örneklerinde veya öğrencilerin yaşadıkları ülke ya da bölgede bulunan diğer veritabanlarında) arama yapma; veritabanı arama ipuçları (anahtar kelime aramaları, eş anlamlı kelimeleri ve yazım konusundaki farklılıkları belirleme, konuya veya yazara göre arama yapma, 'and', 'or' ve 'not' gibi anahtar kelimeleri birleştirme, kısaltma ve özel karakterleri kullanma ve tarih, dil, yayın türü ve hakemli çalışmalar gibi sınırlamaları kullanma); ve 5) İhtiyaç duyduğunuz bilgileri otomatik olarak almak için RSS beslemesini kullanma.
4. Aşama Eleştirel değerlendirme	Kitaplardan, internet sitelerinden, diğer çevrimiçi kaynaklardan vb. elde edilen bilgilerin güvenilirliğini, gerçekliğini veya niteliğini değerlendirme/doğrulama için gerekli değerlendirme kıstasları.

5. Aşama Sentez	Sentez nedir? Toplanan bilgilerden benim yaptığım sentez nedir? Bunun, çözmek istediğim problemle nasıl bir ilgisi var? Birden çok kaynaktan edindiğim bilgileri nasıl etkili bir şekilde düzenleyebilirim? Bilgileri nasıl sunarım? Hangi araçlar mevcut? Hangi araçlara ihtiyacım var?
6. Aşama Bilginin kullanımı, paylaşımı ve dağıtımı	Problemimi çözmek amacıyla yerlerini saptadığım bilgileri uygulama. Zotex, refwork vb. gibi mevcut bibliyografya/atıf araçlarını kullanarak kaynaklara atıf yapma/kaynakları izleme. Benzer bilgi gereksinimleri veya problemleri olan başkalarıyla paylaşma, onlara dağıtma ve onlarla işbirliği yapmak için mevcut araçlar (örneğin, Google Dokümanlar, wikiler, Slash vb.). Telif haklarını ve intihalin ne anlama geldiğini anlama.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Araştırma makalesi;
- Araştırma yazısı/raporu.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Büyük Altılı'yı medya ve dijital ortamla ilişkilendirme;
- MBO'nun e-ARTISTS modelini inceleme[53] ;
- Diğer bilgi işleme modelleri.

53 http://krmedia.org/pages/download.php?sn=701&fname=m238/2001/07/20200107_ed7810b04dbc1ef7f56f5488f9f471f2

6. ÜNİTE: DİJİTAL BİLGİ İŞLEME ÜZERİNE DAHA FAZLA BİLGİ

SÜRE: 3 SAAT

Başlıca Konular

- Çevrimiçi bilginin doğası;
- Bilgisayar donanımını ve yazılımını keşfetme;
- Dijital bilgi çağında telif hakları;
- Bilgisayar yazılımını ve elektronik verileri koruma;
- Makine çevirisi, konuşmayı metne çevirme ve işitsel çevriyazı da dahil olmak üzere dijital hizmetler; internet aracılığıyla öğrenme (yani e-öğrenme);
- Dijital koruma ve dijital formatlar.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenlerin şu becerilere sahip olması beklenmektedir:

- Dijital ve analog bilgilerin üretim, depolanma, taşınma, dağıtılma ve korunma aşamaları da dahil olmak üzere, dijital ve analog bilgileri açıklama;
- Kelime işleme, dosya depolama, uzak bilgi kaynaklarına erişim ve kişilerarası iletişime yönelik üretkenlik araçlarının temel özelliklerini kullanma;
- Akademik ve kişisel deneyimlerin birçok yönünü yeniden tanımlamak amacıyla bilgi teknolojisini kullanma;
- Creative Commons ve telif hakkı lisansı da dahil olmak üzere telif hakkı yasalarını anlama ve uygulama;
- Başlıca yöntemleri (arama motorları, konu dizinleri ve ağ geçitleri) kullanarak çevrimiçi arama yapma;
- Dijital bilgilerin korunmasında içerik sağlayıcıların (örneğin, kütüphaneler, müzeler ve arşivler) rolünü ve dijital iletişim şirketleri ile korumaya yönelik güçlükleri anlama.

MBO ve BTK

Bilginin dijital formatlarda depolanması, birçok analog bilgi biçiminin aksine, çok çeşitli araçlar kullanılarak ona erişilmesini sağlar. Artan erişilebilirlik, bilginin dijitalleşmesini özellikle önemli kılar ve ayrıca, bilgi becerilerinin yanında dijital becerilerin de öğrenilmesi ihtiyacının altını çizer. Özünde, medya ve bilgi okuryazarlığı dijital teknolojiler kullanılarak bilginin analiz edilmesini, konumlandırılmasını, düzenlenmesini, değerlendirilmesini, üretilmesini ve

kullanılmasını kapsar. Dijital formattaki bilgilerin avantajlarını ve dezavantajlarını (etkili iletim, depolama, arama, kötüye kullanma, çapraz uyumluluk vb.) tartışın.

Pedagojik Yaklaşımlar

Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımların benimsenmesi mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Eğitmenlerin veya öğrencilerin bilgisayarlar ve yazılım hakkında sınırlı bilgisi varsa veya hiç bilgisi yoksa, bir dizi (fiziksel veya sanal) bilgisayar laboratuvarı oturumu düzenleyin. Donanımın, yazılımın, ağların ve sunucuların temel prensiplerine aşina olmaları katılımcıları için yönlendirin. Bu, temel klavye ve fare becerilerini, dosya türlerini ve dosyalama bilgilerini de içerebilir. Katılımcılar ayrıca açık kaynaklı yazılım ve düşük maliyetli teknolojilerin temel prensiplerine de maruz bırakılmalıdır. Eğitmenlere tescilli yazılımların ve popüler bilgisayar donanımı cihazlarının bir listesini sunun. Eğitmenlerden, internette arama yaparak seçilen tüm tescilli araçlarla benzer işlevlere sahip en az iki ücretsiz açık kaynaklı yazılım ve düşük maliyetli bilgisayar donanım cihazı listelemelerini isteyin. Her birinin varsayılan avantajlarını ve dezavantajlarını eleştirel olarak değerlendirin.
- Cep telefonları, bilgi bulma, görüntüleme, düzenleme ve depolamadaki kullanımlarıyla ilişkili olarak kendine özgü sorunlar ortaya çıkarmaktadır.

Yapay Zekâ ve Makine Öğreniminin, bilgilerin depolanması ve işlenmesinin yanı sıra karar verme veya karar verilmesine yardımcı olma süreçlerindeki en gelişmiş yollardan ikisi olduğunu göz önünde bulundurun. 11. Modülde bu konularla ilgili daha fazla bilgi edinebilirsiniz.

Aktiviteler

- Belirli bir araştırma konusu hakkında bilgi toplamak için internette ve veritabanları ile e-kütüphaneler gibi diğer çevrimiçi kaynaklarda arama yapın. Aramanızın amacına uygun olması için bilgi kaynaklarını azaltın. Anahtar sözcükleri, mantıksal işleçleri (örneğin, 'and', 'or' veya 'and') arayın ve hangilerinin neden en iyi sonuçlarını verdiğini belirleyin.
- Katılımcıların bir proje, değerlendirme veya ödev hazırlamak amacıyla çeşitli dijital medya kaynaklarını kullanmalarını sağlamak üzere bir aktivite planı veya bir dizi aktivite düzenleyin. Yeni teknolojilerin, engeli olan yurttaşların dijital bilgilere erişimi için sunduğu özellikleri (örneğin, internet erişilebilirliği ve dijital dokümanların erişilebilir formatlarda üretilmesi) tartışın.
- Öğretmen eğitimi veya başka herhangi bir eğitim programı hakkında ders vermek için kullanılan bir internet sitesini inceleyin. Bu bilgilerin sitede nasıl düzenlendiğini ve bunlara nasıl erişildiğini gözden geçirin. Hangi çevrimiçi dijital bilgi kaynakları kullanılıyor? Dijital kaynaklar ders materyalleriyle nasıl bütünleştiriliyor? Bu siteyi kullanarak alıştırma yapın ve öğrenme açısından ne kadar yararlı olabileceği ile

sınırlamalarının neler olduğunu tartışın. Avantajlarını ve dezavantajlarını tartışın.

- Bireyler tarafından veya bireylerin ortak çalışmasıyla oluşturulan çeşitli 'blog'ları ve 'wiki'leri ziyaret edin. Bu çevrimiçi ortamlarda ne tür bilgi alışverişi gerçekleşiyor? Bilgiler hangi amaca hizmet ediyor? Bilgileri kim sağlıyor? Sizce, bu kişileri harekete geçiren nedenler ve saikleri nelerdir?
- Eğitime yönelik bir wiki sitesini ziyaret edin ve bu sitenin ders veya müfredatını nasıl sunduğunu analiz edin. Eğitimle ilişkili güncel bir konu hakkında (örneğin, ilkokulun ilk dönemlerinde okuma ve temel aritmetik becerilerinin geliştirilmesi) bir wiki sitesi oluşturun. Bu wiki sitesinde eğitmen eğitimine ilişkin bir ödev için tartışma forumu düzenleyin ve bu platformu kullanarak bilgi paylaşmanın faydalarını ve sınırlarını gözden geçirin.
- Ülkenizdeki eğitimle ilişkili bir konuda bir blog yazmayı deneyin. Bu, ilgi çekecek ve kişileri yanıt vermeye sevk edecek güncel bir konu olmalıdır (örneğin, toplumun en yoksul kesimleri için birincil ve ikincil düzeylerde eğitime erişimin geliştirilmesi, öğrenme kalitesini geliştirmek için öğrencilerin bilgiye erişiminin çeşitlendirilmesi, artan bilgi çağında yoksul kesimlerin neden giderek daha da yoksullaştıkları vb.).
- Öğrencilerin bakış açısından, hangi bilgilerin korunması gerektiğini tartışın. Başlıca seçim kıstasları ve mevcut teknik çözümler nelerdir ve sürdürülebilirlik nasıl sağlanabilir? Bu koruma meselesinin diğer yönleri nelerdir?
- Dijital bilgilerin korunmasına yönelik uluslararası araçları ve programları saptayın (örneğin, UNESCO Dijital Mirasın Korunması Şartı, dijital arşivleme ve korumaya ilişkin kılavuz ilkeler; UNESCO'nun PERSIST projesi, UNESCO'nun Herkes İçin Bilgi Programı [IFAP]).
- Dünya Mirası Kütüphanesi'nin web sitesini ve Dünya Belleği Programı'nın web sitesini, (https://en.unesco.org/programme/mow) ziyaret edin. Belgesel mirasın eleştirel düşünme, bilgi doğrulama, yanlılık, temsil ve genel olarak medya ve bilgi okuryazarlığı ile nasıl bir ilgisi olduğunu tartışın.
- Bir ülkede meydana gelen deprem gibi bir doğal afet bağlamında belgesel mirasın korunmasının ve desteklenmesinin önemini tartışın ve söz konusu ülkedeki Ulusal Arşiv'de görevli arşivcilerin yapması gereken çalışmaları tartışın. Söz konusu ülkede doğal afet sonrası ortaya çıkan durumu gösteren bir makale bulun.
- Öğrencilere web arşivlemenin neden gerekli olduğunu ve nasıl yapıldığını sorun.
- Kişinin sosyal medyada paylaştığı içerikleri geri alma, depolama ve yeniden kullanma yeteneği gibi, veri taşınabilirliğinin zorluklarını ve farklı hizmetler arasında birlikte işlem görebilir arayüzler olması ve ayrıca, kişinin bunu tercih etmesi durumunda, bu tür hizmetler arasında bütün kişisel verilerini geri alıp aktarabilmesi için neler gerektiğini tartışın.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım;

- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Araştırma makalesi;
- Araştırma yazısı/raporu;

7. ÜNİTE: FİKRİ MÜLKİYET VE ESER SAHİPLİĞİNİN TANINMASI

SÜRE: 3 SAAT

Başlıca Konular

- Fikri mülkiyetin tanımı;
- Farklı fikri mülkiyet türleri;
- Çeşitli fikri mülkiyet türlerini koruyan farklı yasa türleri.

Öğrenme Hedefleri

- Fikri mülkiyetin ne anlama geldiğini anlama;
- Eser sahibi ve eser maliki arasındaki farkı anlama;
- Farklı fikri mülkiyet türlerini anlayabilme.

Telif Hakkı Sorunları

- Bilgi kaynakları, açık erişimli olsalar dahi, fikri mülkiyete tabidir. Kullanıcılar, eser sahibini kabul etmeli ve her disipline, hatta kuruma göre değişiklik gösteren bibliyografik standartlara uymalıdır. Fikri mülkiyete saygı gösterilmemesi genellikle korsanlık olarak addedilir. Yazarken, akademik bütünlüğü korumaya yardımcı olan yazılımlar kullanılabilir. Genellikle ücretli aboneliğe bağlı programlar vardır. Bunlardan bazıları ücretsiz olarak da kullanılabilir.
- Fikri mülkiyet etrafındaki konular ekseri çok karmaşıktır ve günümüzde en çok tartışılan konular arasında yer almaktadır. Bu durum, dijital medya kullanımının yaygınlaşmasıyla daha da karmaşıklaşmaktadır. Fikri mülkiyeti düzenleyen koşullar ve yasalar ülkeden ülkeye değişiklik gösterir. Pek çok gelenekte, her ne kadar sözleşmeye dayalı anlaşmalar bu durumu etkileyebilse de, bir eserin fikri mülkiyeti o eseri üreten kişiye aittir. Bu, eserlerin otomatik olarak korunduğu ve bu nedenle bu eserlerin eser sahipliğini tanımak ve buna saygı duymak için resmî tescilin gerekli olmadığı anlamına gelir. Genel anlamda, fikri mülkiyet, yasaların başkalarının yetkisiz kullanımından koruduğu insan aklının her türlü ürünüdür. Fikri mülkiyetin telif hakkı sahipliği, doğası gereği, korunan mülkiyet üzerinde sınırlı bir tekel yaratır.
- Bu hususta, sıklıkla kullanılan iki terim arasında ayrım yapmak önemlidir: eser sahibi

ve eser maliki. Eser sahibi bir metin yazar ve mülkiyet haklarını bir yayınevine satar (yani "devreder"). Eser sahibi böylelikle söz konusu metin üzerindeki en azından bazı mülkiyet haklarından feragat etmiş olur.

- Aşağıda, sıklıkla tanımlanan dört tür fikri mülkiyet hakkı ve koruması listelenmiştir. Fikri mülkiyet için doğru korumanın sağlanması önemlidir, bu nedenle bu konuda bir hukuki uzmana danışmak faydalı olabilir. Koruma süresinin müddeti de dahil olmak üzere, kamu yararının şirketlerin telif haklarını hükümsüz kılıp kılmaması gerektiği konusunda çok fazla tartışma vardır. Fikri mülkiyet korumasının dört yaygın kategorisi şunları içerir:

Ticari Sırlar

Ticari sırlar, bir işletmeye kendi pazarında rekabet üstünlüğü sağladığından bir işletme için önemli olan kimi belirli, özel bilgileri ifade eder. Bir ticari sır başka bir şirket tarafından ele geçirilirse, asıl sahibine zarar verebilir. Ticari sır örnekleri, belirli yiyecek ve içeceklerin tariflerini, yeni icatları, yazılımları, işlemleri ve hatta farklı pazarlama stratejilerini içerir. Bir kişi veya işletmenin ticari sır korumasına sahip olması durumunda, başkalarının bu fikri kopyalama veya çalma hakkı yoktur. Bilgilerin ticari sır olarak tesis edilmesi ve ticari sırlarla bağlantılı yasal korumalardan yararlanması için, işletmelerin bilfiil söz konusu bilgileri koruma isteğini gösterecek şekilde davranmaları gerekir.

Ticari sırlar resmî tescil *olmaksızın* koruma altındadır; ne var ki, bir ticari sır sahibi, haklarının ihlal edilmesi durumunda –yani bir kişinin ticari sırlarını çalması durumunda– mahkemeye başvurarak söz konusu birey veya işletme aleyhine işlem yapılmasını ve söz konusu ticari sırrı kullanmasının engellemesini isteyebilir.

Patentler

ABD Patent ve Marka Ofisi (USPTO) tarafından tanımlandığı şekliyle patent, yeni bir işlem, makine, imalat ürünü ve diğer madde bileşimleri gibi yeni, belirgin olmayan ve yararlı buluşları (veya keşifleri) korumak için kullanılabilecek sınırlı süreli bir koruma türüdür. Bir mülkiyet sahibinin bir patente sahip olması durumunda, başkalarının söz konusu ürünü izinsiz olarak satışa sunması, üretmesi veya kullanması kanunen engellenir.

Telif Hakları

Sıklıkla birbiriyle karıştırılsalar da, telif hakları ve patentler aynı şey değildir. Telif hakkı, edebi eserler, müzik, sanat ve daha fazlasını içerebilen, bir *eser sahibi* tarafından üretilen özgün eserleri koruma altına alan bir fikri mülkiyet koruması türüdür. Günümüzde, telif hakları bilgisayar yazılımlarını ve mimariyi de korumaktadır. Telif hakları korumaları *otomatiktir*; bir şey ürettiğinizde, hakkınızdan ya da hakkınızın belirli yönlerinden feragat etmediğiniz ya da bunları başkalarına devretmediğiniz sürece ya da bu haklardan feragat edene veya bunları başkalarına devredene kadar, söz konusu eser sizindir. Telif hakkı genellikle yasalarca uygulanabilir olmakla birlikte, Creative Commons olarak bilinen, içeriklerin kullanım ve yeniden kullanım koşullarına ilişkin etkili bir gönüllü normlar dizisi

ortaya çıkmıştır. Ne var ki, telif hakkı korumaları kapsamındaki hakların ihlal edilmesi ve telif hakkı sahibinin dava açmak istemesi durumunda, telif hakkının tescili gereklidir.

Markalar

Dördüncü tür fikri mülkiyet koruması, marka korumasıdır. Hatırlayın, patentler buluş ve keşifleri koruma amaçlı kullanılır, telif hakları da sanat ve yazın gibi fikir ve yaratım ifadelerini korumak için kullanılır. Markalar, o halde, bir tarafın ürün veya hizmetlerinin kaynağını diğerlerinden ayırt eden ifadelere, kelimelere veya sembollere atıfta bulunur. Örneğin, hemen hemen herkesin kolaylıkla fark edip tanıyabileceği Nike sembolü bir marka türüdür. Patentler ve telif haklarının süresi dolabilirken, marka hakları markanın kullanımından doğar ve bu nedenle süresiz olarak geçerli olabilir. Telif hakkında olduğu gibi, bir markanın tescili gerekli değildir ama tescil edilmesi ilaveten avantajlar sağlayabilir.

- Bu ünitede yer alan aktiviteler ağırlıklı olarak eğitmenler ile öğrenciler arasındaki etkileşime dayanmaktadır. Öğrencileri, aşağıdaki konular doğrultusunda araştırma yapmaları, örnekler sunmaları ve bunları tartışmaları için yönlendirin:
  - Eser sahibi ile eser maliki arasındaki farklar;
  - Farklı fikri mülkiyet türleri;
  - Farklı fikri mülkiyet türü örnekleri;
  - Fikri mülkiyet haklarının ihlallerine örnekler;
  - Fikri mülkiyetin adil kullanımı;
  - Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü ve diğer oluşumlar/örgütler.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Araştırma makalesi;
- Araştırma yazısı/raporu.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Fikri mülkiyet hakları kanunlarına ilişkin uluslararası standartlar;
- Teknoloji aktarımı;
- Manevi haklar;
- Geleneksel fikri mülkiyet hakları ile açık erişim girişimleri arasındaki dengeyi anlama.

Bu Modül İçin Kaynaklar

Anderson, Rick (2018), *Scholarly Communication: What Everyone Needs to Know®* (*Akademik İletişim: Herkesin Bilmesi Gerekenler*), Oxford: Oxford University Press.

Avedian, Arevik (2014), *Survey Design* (*Anket Tasarımı*), Harvard Law School, s.1-34 (erişim adresi: http://hnmcp.law.harvard.edu/wp-content/uploads/2012/02/Arevik-Avedian-Survey-DesignPowerPoint.pdf)

Badke, William (2017), *Research Strategies, 6th Edition* (*Araştırma Stratejileri, 6. baskı*), Bloomington: iUniverse.

Check, Joseph and Schutt, Russell K. (2011), *Research Methods in Education* (*Eğitimde Araştırma Yöntemleri*), Londra: SAGE Publications.

Frey, Bruce B. (ed.) (2018), *The SAGE Encyclopedia of Educational Research, Measurement, and Evaluation* (*SAGE'in Eğitimsel Araştırma, Ölçüm ve Değerlendirme Üzerine Ansiklopedisi*), Londra: SAGE Publications.

Gaunt, Jessica, Morgan, Nigel, Somers, Rowland, Soper, Rosemary, ve Swain, Erica (2007). *Handbook for Teaching Information Literacy* (*Bilgi Okuryazarlığı Eğitimi El Kitabı*), Cardiff: Cardiff University, (erişim adresi: https://www.yumpu.com/en/document/read/26586006/handbook-for-information-literacy-teaching-hilt-cardiff-university).

Google (2020), Gelişmiş Google Arama Operatörleri, kılavuz için bkz.: http://www.googleguide.com/advanced_operators_reference.html.

Kebede, Gashaw (2004), "The Information Needs of End-Users of Sub-Saharan Africa in the Digital Information Environment" ("Sahra Altı Afrika Ülkelerinde Son Kullanıcıların Dijital Bilgi Ortamındaki Bilgi İhtiyaçlar") *The International Information & Library Review*, Volume 36(3), s.273-279, (erişim adresi: https://doi.org/10.1016/j.iilr.2003.10.011).

Kolej ve Araştırma Kütüphaneleri Derneği (Association of College & Research Libraries) (2016), *Framework for Information Literacy in Higher Education* (*Yükseköğrenimde Bilgi Okuryazarlığı İçin Çerçeve*), Chicago: The Association of College and Research Libraries, (açık kaynak erişim adresi: https://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/issues/infolit/framework1.pdf).

Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (Massachusetts Technology Institute – MIT) (2020), Kütüphanelerde Veritabanlarını Araştırma Tavsiyeleri: https://libguides.mit.edu/c.php?g=175963&p=1158594.

Myers, Gary (2017). *Principles of Intellectual Property Law* (*Fikri Mülkiyet Yasasının İlkeleri*), St. Paul: West Academic Publishing.

Ndemo, Bitange ve Weiss, Tim (2017), Making Sense of Africa's Emerging Digital Transformation and its Many Futures, *Africa Journal of Management*, 3:3-4, s.328-347, (erişim adresi: https://doi.org/10.1080/23322373.2017.1400260).

Orlowski-Yang, Jeff (2020), *Sosyal İkilem* (*The Social Dilemma*) (film), daha fazla bilgi için bkz.: https://www.imdb.com/title/tt11464826/?ref_=ext_shr_lnk.

Owens, Linda (2002), "Introduction to Survey Research Designer" (Anket Araştırması Tasarımcısına Giriş"), *Survey Research Lab Webinar Series*, s.1-19 (erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/253282490_INTRODUCTION_TO_SURVEY_RESEARCH_DESIGN).

Tayie, Samy (2005), *Research Methods and Writing Research Proposals* (*Araştırma Yöntemleri ve Araştırma Başvuruları Yazma*). Kahire: Mühendislik Bilimlerinde Araştırma ve Yüksek Lisans Öğrenimini İlerletme Merkezi, Kahire Üniversitesi, (erişim adresi: http://www.pathways.cu.edu.eg/subpages/training_courses/C3-Research-EN.pdf).

Tayie, Samy (2013), *Media Research Methods* (*Medya Araştırma Yöntemleri*), Kahire: Cairo University Press.

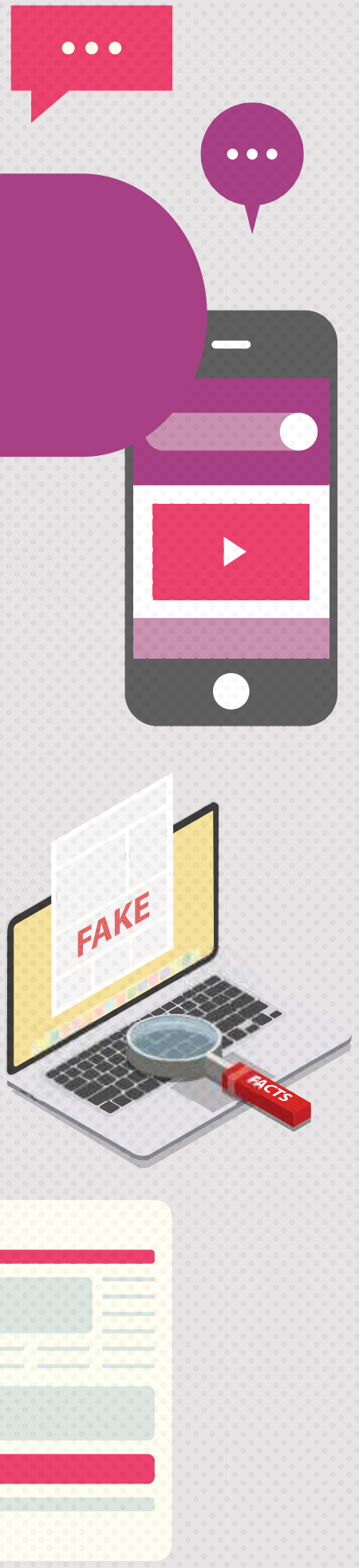
The Big6, bir bilgi okuryazarlığı modeli. Bu internet sitesi, bilgi okuryazarlığının aşamalarıyla ilgili zengin kaynaklar içerir. Bkz.: www.big6.com.

UNESCO (2008), Towards Information Literacy Indicators: Conceptual Framework Paper (Bilgi Okuryazarlığı Göstergelerine Doğru: Kavramsal Çerçeve), Paris: UNESCO, (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000158723).

Wimmer, Roger D., Dominick, Joseph R. (2014), Mass Media Research: An Introduction, 10th edition (*Kitlesel Medya Araştırmaları: Bir Giriş, 10. Baskı*). Boston: Wadsworth, Cengage Learning.

4. MODÜL:

MEZENFORMASYON, DEZENFORMASYON VE NEFRET SÖYLEMİ İLE MÜCADELE ETMEK İÇİN BİLGİ OKURYAZARLIĞI YETKİNLİKLERİ: HAKİKAT ARAYIŞINI VE BARIŞI SAVUNURKEN



"Yalan uçar, hakikat ise arkasından topallayarak gelir, öyle ki, insanın aklı başına geldiğinde, iş işten geçmiştir; şaka bitmiş, masal etkisini çoktan göstermiştir: tıpkı konu değiştikten ya da misafirler gittikten sonra nükteli bir söz akıl eden bir adam gibi; ya da hasta öldükten sonra şaşmaz bir ilaç bulan bir hekim gibi."

– Jonathan Swift (16. yüzyıl)

ARKA PLAN VE GEREKÇE

Hakikat arayışı, insanlığın hikâyesidir. Geçen yıllarda, bilgi ve iletişim teknolojilerinde (BİK) önceleri hayal bile edilemeyecek hıza ve erişime sahip eşi benzeri görülmemiş yeniliklere tanık olduk. Ne var ki, bu tür buluşlar ve yenilikler hakikat arayışını her zaman ilerletmedi. Aslında, Anglo-İrlandalı yazar Jonathan Swift'in 16. yüzyılda yazdıkları bugün hâlâ geçerliğini koruyor, "Yalan uçar, hakikat ise arkasından topallayarak gelir." Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (MIT) Medya Laboratuvarı'nda 2018 yılında gerçekleştirilen Twitter araştırmasının, "Yalanlar[ın] tüm bilgi kategorilerinde hakikatten daha uzağa, daha hızlı bir şekilde ve daha geniş

bir alana yayıldığı"[54] sonucuna varması da Swift'in hicvini doğruluyor.

Mezenformasyon ve Nefret Söylemiyle Mücadelede MBO Yetkinliklerinin Uygulanması başlıklı bu modül, iki ana bölüme ayrılmıştır. İlk bölüm, hakikat-sonrası denilen çağda yaygın olan farklı mezenformasyon türlerini inceliyor. İkinci bölüm, mezenformasyonun güvensizlikleri, anlaşmazlıkları ve hoşgörüsüzlüğü nasıl besleyebileceğini gösteriyor. Bu modül, okuyucular için MBO yetkinlikleri ve araçlarının hakikati arama ve savunma, yanlış bilgilerin yayılmasını önleme ve kapsayıcı, katılımcı ve açık bir toplum yaratma ile ilgili olarak nasıl kullanılabileceğini vurgulayan önceki birkaç modülü pekiştiriyor.

Bu modül, "mezenformasyon"u genel bir terim olarak kullanmaktadır, ancak başka bir düzeyde, dezenformasyon, mezenformasyon ve komplo teorileri de dahil olmak üzere malenformasyon (kötücül-bilgi) arasında ayrım yapmaktadır. Modül, "sahte haber" (*fake news*) terimini çürütmekte ve onu gerçek içeriğine atıfla yanlış veya yanıltıcı içerik olarak adlandırmaktadır. UNESCO, içeriğin sahte olması durumunda haber olmayacağı temelinde sahte haber teriminin kullanılmamasını önermektedir. Eğitmenler ve öğrenciler, bireylerde ve toplumlarda şimdiye dek neden olduğu ve neden olageldiği pek çok musibet açısından mezenformasyonu dikkatle incelemelidir. Söz konusu musibetler arasında, olgulara dayalı haber medyasına, bilime ve yerleşmiş kurumlara kapsamlı bir güvensizlik, nefret söyleminde artış, hoşgörüsüzlük ve kutuplaşma, demokratik süreçlerin (özellikle de serbest seçimlerin) bozulması, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'nin gerçekleştirilmesine yönelik tehditler ve son olarak da bu belgenin yazıldığı sırada dünyanın dört bir yanını tümüyle saran koronavirüs kriziyle ilişkili olarak 'disinfodemi'nin ortaya çıkması sayılabilir. Bunlar, mezenformasyonun neden olduğu zararlardan yalnızca birkaçıdır.

İkincisi, bu modül, bireyler ve toplumlar arasında güvensizlik, anlaşmazlık, hoşgörüsüzlük ve önyargı yaratmak için haber ve bilgilerin nasıl yozlaştırılabileceğini anlamamızı sağlamaktadır. Modül, kitle iletişim araçları ve sosyal medyanın, nefret söyleminin, ayrımcılığın, komplo teorileri veya mitlerin, radikalleşmenin ve şiddet içeren aşırılıkların yayılmasında "tercih edilen platformlar" olduğuna ilişkin algıyı incelemektedir.

54. Vosoughi, Soroush & Roy, Deb & Aral, Sinan. (2018). The spread of true and false news online. Science. 359. 1146-1151. 10.1126/science.aap9559.

MBO, yanlış bilgilerin yayılmasını önlememizi sağlarken, yanıltıcı ve hoşgörüden yoksun içerik üretenlere, bu tür içeriklerin dolaşımını artıranlara ve birbirleriyle aralarındaki bağlantıları güçlendiren dijital iş modellerine karşı koymamızı destekler. MBO öğrencilerin (1) mezenformasyon ve zararlı içerikleri tespit etmelerine, (2) doğruluk kontrolü aracılığıyla bunları çürütmesine, (3) gerektiğinde, şikâyet etme/bildirme ve/veya karşı mesajlaşma yoluyla bunları daha fazla güçlendirmeden bunlara karşı koymalarına olanak tanır. Bu modül, bir MBO rehberine dahil edilebilecek doğruluk kontrolü araçlarını ve uygulamalarını sunmaktadır. Birleşmiş Milletler Nefret Söylemi Stratejisi ve Eylem Planı[55], 7. Taahhüt, 20. Eylem, küresel vatandaşlık eğitiminin değer ve becerilerini teşvik ederek ve medya ve bilgi okuryazarlığını artırarak nefret söylemini ele almada ve buna karşı koymada eğitimin bir araç olarak kullanılması ihtiyacının üzerinde durmaktadır. Birleşmiş Milletler COVID-19 ile İlişkili Nefret Söyleminin Ele Alınması ve Buna Karşı Koyulmasına İlişkin Kılavuz Notu[56] ise küresel vatandaşlık ve insan hakları eğitimi aracılığıyla eleştirel düşünme, sosyal ve duygusal beceriler ve sorumlu katılıma odaklanan yanıtları teşvik ederken, dezenformasyonu nefret söylemi ile ilişkilendiriyor. MBO eleştirel düşünme ve mezenformasyona karşı koyan yollarla küresel vatandaşlığın ve insan hakları konusunda farkındalığın sağlanması ile ilgilidir.

MBO programlarının kapsayıcılığı, toplumsal cinsiyet eşitliğini, çeşitliliği ve çoğulculuğu nasıl teşvik ettiği de mezenformasyonla mücadelenin kilit noktasıdır. Toplumsal cinsiyete duyarlı MBO dünyanın çeşitli toplumsal gelişmelerinde kadınların oynadığı role ilişkin hakikati besler. Örneğin, kültürlerarası (etnisiteler arası) iletişim ve dinler arası (inançlar arası) diyaloglar, toksik erkekliğe, ayrımcılığa, basmakalıp temsillere ve kalıp yargılara karşı koyulmasına yardımcı olabilir. MBO, çoklu bakış açılarından görüşlerin ve tarih okuryazarlığının güçlendirilmesine yönelik katkıları destekleyebilir. Geçen yıllar, bazı durumlarda, teknolojik açmazlara, bilgi silolarına ve hatta etik bozulmalara neden olan teknolojik atılımlara da tanık olduk.

55. United Nations Strategy and Plan of Action on Hate Speech., https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/advising-and-mobilizing/Action_plan_on_hate_speech_EN.pdf. Erişim Tarihi: 4 Ocak 2021.
56. United Nations Guiding Note on Addressing and Countering COVID-19 related Hate Speech https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/Guidance%20on%20COVID-19%20related%20Hate%20Speech.pdf. Erişim Tarihi: 4 Ocak 2021.

ÜNİTELER

1. ÜNİTE:
HAKİKAT ÖNEMLİDİR

2. ÜNİTE:
MEZENFORMASYON VE DEZENFORMASYON EKOSİSTEMİ

3. ÜNİTE:
MEDYA VE MEZENFORMASYON

4. ÜNİTE:
MEZENFORMASYONUN BİREYLER VE TOPLUMLAR ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

5. ÜNİTE:
MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI VE BİLGİYE ERİŞİM

1. ÜNİTE: HAKİKAT ÖNEMLİDİR

SÜRE: 3 SAAT

Başlıca Konular

- Hakikat teorileri üzerine düşünceler;
- 'Hakikat sonrası dönem' olarak adlandırılan devir;
- Gazeteciliğin ve kütüphaneciliğin özü olarak hakikat.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- Hakikat teorilerini açıklama;
- Söz gelimi hakikat sonrası dönemi açıklayan koşulları analiz etme;
- Hakikati söylemenin neden gazeteciliğin ve kütüphaneciliğin özü olduğunu savunma.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin. Aşağıda birkaç örnek listelenmiştir. Diğer örnekler ve onlar hakkında daha ayrıntılı bilgi için 1. Bölüm'e bakın.

- Konu-Sorgulama: yukarıda listelenen konular bağlamında hakikati inceleyen veya araştıran aktiviteler planlayın.
- Örnek Vaka İncelemesi/Örnek Durumlar: hakikat arayışı ve birbiriyle çelişen bakış açılarına ilişkin gerçek hayattan çeşitli örnekler tespit edin ve bunları tartışın. Mesela bazı iyi bilinen olaylara ilişkin tarihsel açıklamaları düşünün. Ayrıca, kadınların tarihteki rolünü ve/veya seçeceğiniz çeşitli ülkelerin bağımsızlığını kazanmasına kadınların yaptıkları katkıları göz önünde bulundurun.
- Oyunlar: Hakikat arayışını, akıl yürütmeyi ve mantığı, eleştirel düşünme ile medya ve bilgi okuryazarlığını vb. teşvik eden (dijital/elektronik veya başka türlü) oyunlar için internette arama yapın. Bu oyunları sınıf içi aktivitelerde kullanın. Örneğin, Cambridge Üniversitesi toplumsal karar verme labarotuvarı tarafından geliştirilen ödüllü Go Viral! oyununa bakın (https://www.goviralgame.com/books/go-viral/). Kendi ülke veya bölgenizdeki benzer oyunları arayın.
- Metin/Bağlam Analizi: Belirli toplumsal konularda araştırma bulguları sunan veya tarihe ilişkin tanıklıklar içeren kurmaca dışı kitapları, akademik dergi makalelerini, videoları belirleyin. Argümanları ve sunulan kanıtları tartışın ve analiz edin. *5 Tips to improve critical thinking* (Eleştirel düşünmenizi geliştirmek için 5 tavsiye) başlıklı bu kısa videoyu izleyin (https://www.youtube.com/results?search_query=Critical+thinking+).

- Eğitmenler, mezenformasyon ve dezenformasyon terimleriyle karşılaştıklarından daha sık "sahte haber" terimini duyan veya bu terimle karşılaşan öğrencilerin hızlı bir sayımını (öğrencilerin ellerini kaldırmalarını sağlayarak) yapmalıdır. Sayımı tekrarlayın, ancak bu sefer mezenformasyon ve dezenformasyon terimlerinden çok "sahte haber" terimini kullanan kişilere odaklanın. Öğrencileri, her terimi neden kullandıkları üzerine düşünmeye yönlendirin. Öğrencilerden "sahte haber" terimiyle sorunu bulup bulmadıkları üzerine düşünmelerini isteyin. Haberin ne olduğunu ve toplum için önemini onlara açıklayın. Kalkınma ile bağlantılı haberler ve medya hakkında daha ayrıntılı bilgi için 1., 2. ve 13. modüllere bakın. Profesyonel kişilerin yaptığı haberlerin doğrulanmış bilgiler olması gerektiğini anlamaları için öğrencilere rehberlik edin. Dolayısıyla, içerik sahte ise, haber olamaz. Öğrencilere, "sahte haber" teriminin kullanımının meşru haberleri sindirmek için araçsallaştırılabileceğini açıklayın. Bu bakış açısı etrafında bir tartışma yürütün. Kaç kişinin "sahte haber" terimini kullanmayı bırakıp daha çok yanlış veya yanıltıcı içerik ile mezenformasyon ve dezenformasyon terimlerini kullanmaya hazır olduklarını görmek için bir sayım daha yapın. Mezenformasyon ve dezenformasyon terimlerinin tanımları için Terimler Sözlüğü'ne bakın.
- Topluluğu, tercihen her grup başına beş ila yedi üye düşecek şekilde iki veya daha fazla gruplar halinde düzenleyin. Her grubun bir daire şeklinde kendini düzenlemesini isteyin. Her grup üyesine kendileri hakkında üç açıklama düşünmelerini isteyin. Bu ifadelerin ikisi doğru, biri yanlış olmalıdır. İfadeler ilgi çekici olmalı, genel veya yaygın ifadeler olmamalıdır. Bir turda, her kişi kendisi hakkındaki üç ifadeyi (herhangi bir sırayla) grupla paylaşır. Oyunun amacı grup üyelerinin yanlış olan ifadeyi bulmasıdır. Her üye yalan olduğunu düşündüğü ifadeyi seçer. Her turun sonunda, her üye yalan ifadenin hangisi olduğunu açıklar (icebreakers.ws adresinden uyarlanmıştır – https://www.icebreakers.ws/small-group/two-truths-and-a-lie.html). Oyunu canlandırmak için, her grubun ya da tüm topluluğun şu sorulara cevap vermesini ve başka benzer sorular düşünmesini sağlayın: Doğru ve yanlış ifadeleri düşünmek sizin için zor muydu? Neden? Hangi ifadenin doğru veya yanlış olduğunu ayırt etmek için hangi stratejiyi kullandınız? Yanlış ifadelerin çoğunun hangi konulardan geldiğine ilişkin bir örüntü gözlemlediniz mi?
- Eğitmenler, aynı haber kuruluşundan bir haber muhabiri ve bir editörle mülakat yapabilir veya mülakat yapmaları konusunda öğrencileri yönlendirebilir. Muhabire şu soruları sorun ve başka sorular düşünün: Habercilikte doğruluğu sağlamak için verileri veya bilgileri seçerken hangi kıstasları kullanıyorsunuz? Olgusal verileri ve bilgileri toplamak için hangi bilgi toplama tekniklerini kullanıyorsunuz? Yayınlanmış haberlerinizde maddi hataları nasıl düzeltiyorsunuz? Editöre şu soruları sorun: Muhabirlerin sağladığı veri ve bilgilerin doğru veya gerçeğe uygun olduğunu nasıl doğruluyorsunuz? Bağlı bulunduğunuz haber kuruluşunun, doğrulukla ilgili standartları var mı? Varsa, lütfen bu standartları tarif edin. Bağlı bulunduğunuz haber kuruluşu, yayınlanmış haberlerdeki maddi hataları düzeltmek için ne yapıyor? Bilgileri doğrulamak amacıyla çeşitli paydaşların bakış açılarının haber metnine dahil edilmesini sağlayan kurum içi kurallar var mı? Bilgi doğrulama süreçlerinde toplumsal cinsiyet perspektifleri göz önünde bulunduruluyor mu?

- Eğitmenler kendi çevrelerinden kütüphanecilerle, arşivcilerle veya müze küratörleriyle mülakat yapabilir veya mülakat yapmaları konusunda öğrencileri yönlendirebilir. Şu soruları sorun (daha fazlası eklenebilir): Kütüphane/arşiv/müze için çeşitli konularda kurmaca olmayan kitapların, özgün belgelerin veya eserlerin seçiminde doğruluğu ve özgünlüğü sağlamak amacıyla hangi kıstasları kullanıyorsunuz? Seçeceğiniz kitaplar, özgün belgeler veya eserler hakkında veri ve bilgi toplamak için hangi bilgi toplama tekniklerini kullanıyorsunuz? Yeni gelişmelerden ve araştırmalardan sonra belirli kitapların, özgün belgelerin veya eserlerin artık doğru veya tümüyle özgün kabul edilmediğini öğrendiğinizde, hataları nasıl düzeltiyorsunuz? Baş kütüphaneciye/arşivciye/müze müdürüne şu soruları sorun: Çalışanlarınız/meslektaşlarınız tarafından sağlanan kitaplar veya diğer kütüphane kaynaklarına, özgün belgelere ve eserlere ilişkin veri ve bilgilerin doğru veya gerçeğe uygun olduklarını nasıl doğruluyorsunuz? Kurumunuzun, doğrulukla ilgili standartları var mı? Varsa, lütfen bu standartları tarif edin. Kitapların veya diğer kütüphane kaynaklarının, özgün belgelerin ya da eserlerin toplanmasında yazarlar arasında toplumsal cinsiyet dengesini gözetmek veya basmakalıp olmayan bir toplumsal cinsiyet temsili sağlamak için yürürlükte olan kurallar var mı?
- Tarihsel revizyonizm ile inkârcılık konularını açıklamak ve tartışmak üzere öğrenme ortamına bir tarihçi davet edin. Tartışma konuları şunları içerebilir: Tarihsel revizyonizm ve inkârcılık arasındaki farklar nelerdir? Ayrıca, ilgili konuların çarpıtılması ve önemsizleştirilmesi de dahil olmak üzere revizyonizm ve inkârcılığın derecelerinin değişebildiğini de göz önünde bulundurun; örneğin, Holokost/Yahudi halkının soykırımı bağlamında. Daha fazla bilgi edinmek için Uluslararası Holokost Anma İttifakı (IHRA) ile UNESCO tarafından hazırlanan ve Holokost'un çarpıtılması, bununla ilgili saikler ve zararlı etkileri hakkında farkındalık yaratan www.AgainstHolocaustDistortion.org internet sitesine bakın. Günümüzde revizyonizm veya inkârcılığın hedefi olan bazı küresel ve/veya ulusal konular ve olaylar nelerdir? Tarihsel revizyonizm ve inkârcılık hakikat arayışıyla tutarlı mıdır? Bazı bireyleri bu iki kavramın peşine düşmeye iten şey nedir? Grup önünde bir sunum yapın ve herhangi bir slayt sunum yazılımı kullanarak görüşmenizden öne çıkan başlıklar hakkında bir tartışma yürütün.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- İfade özgürlüğü ve bilgi edinme özgürlüğü;
- Gazetecilerin ve bilgi profesyonellerinin davranış ve etik kuralları;
- Tarih okuryazarlığı;
- Tarihsel revizyonizm ve tarihsel inkârcılık;
- Veri madenciliği, veri analitiği ve hakikatı söyleme.

2. ÜNİTE: MEZENFORMASYON VE DEZENFORMASYON EKOSİSTEMİ (KÖKENİ, TANIMI, AYIRICI ÖZELLİKLERİ, MOTİVASYONLARI VB.)

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Yanlış ve yanıltıcı içerik unsurları – Dezenformasyon, Mezenformasyon ve komplo teorileri de dahil olmak üzere Malenformasyon;
- Yaygın kategoriler (örneğin, yanıltıcı içerik, taklit içerik, uydurma içerik, hatalı bağlantı, yanlış bağlam ve manipüle edilmiş içerik);
- Mezenformasyon ve nefret söylemi.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- Ayırıcı özellikleri, motivasyonları vb. açısından farklı yanlış ve yanıltıcı içerik türleri, yani dezenformasyon, mezenformasyon ve komplo teorileri/mitler de dahil olmak üzere malenformasyon arasında ayrım yapabilme;
- Farklı medya platformlarında bulunan yanlış ve yanıltıcı içeriklere ilişkin yaygın kategorilere dair örnekler gösterme.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin. Aşağıda birkaç örnek listelenmiştir. Diğer örnekler ve onlar hakkında daha ayrıntılı bilgi için 1. Bölüm'e bakın. .

- Örnek vaka incelemeleri/yaygın yanlış ve yanıltıcı içerik biçimlerine ilişkin örnek durumlar;
- Konu-sorgulama yaklaşımı;
- Araştırma;
- Üretim;
- İçerik/bağlam analizi.

- Yaygın mezenformasyon ve dezenformasyon kategorileri şunları içerir:
  - Yanıltıcı içerik;
  - Taklit içerik;
  - Uydurma içerik;
  - Hatalı bağlantı;
  - Yanlış bağlam;
  - Manipüle edilmiş içerik;
  - Komplo teorileri;
  - Mitler.

Nefret içeren içeriklerin yanlış içeriklerle mutlak şekilde aynı olmadığını göz önünde bulundurun. Örneğin, aşı karşıtı yalanlarda nadiren nefrete başvurulur. Ne var ki, farklı olmakla birlikte, yanlış ve yanıltıcı içerikler sık sık nefret ve düşmanlık içeren ifadelerle yüklüdür.

MBO Müfredatı'nın sonunda yer alan Terimler Sözlüğü'ndeki her bir terimin tanımına bakın. Ya da UNESCO'nun ve ortaklarının hazırladığı aşağıda listelenen kaynaklarda bu terimler hakkında daha fazla bilgi edinin. Farklı terimleri karşılaştırmak veya birbiriyle kıyaslamak için sınıf içi tartışmalar yürütün. Bu terimler sarih biçimde kavrandığında, öğrencileri gruplara ayırın ve sosyal medya sayfalarında karşılaştıkları her mezenformasyon kategorisini araştırmalarını ve bunlara ilişkin örnekler sunmalarını sağlayın.

- Gazetecilik, 'Sahte Haber' ve Dezenformasyon: Gazetecilik Eğitimi ve Alıştırmaları için El Kitabı, https://en.unesco.org/fightfakenews
- Innovative test teaches ABC's of disinformation (Yenilikçi test dezenformasyonun abecesini öğretiyor): https://en.unesco.org/news/innovative-test-teaches-abcs-disinformation
- Balancing Act: Countering Digital Disinformation while respecting Freedom of Expression (Dengeleme Eylemi: Dijital Dezenformasyonla Mücadele Ederken İfade Özgürlüğüne Saygı Gösterme), https://en.unesco.org/publications/balanceact
- Media and Information Literacy in Journalism: A Handbook for Journalists and Journalism Educators (Gazetecilikte Medya ve Bilgi Okuryazarlığı: Gazeteciler ve Gazetecilik Eğitmenleri İçin bir El Kitabı), https://en.unesco.org/sites/default/files/mil_eng.pdf
- Media and Information Literacy Micro-Learning Resources (Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Mikro-Öğrenme Kaynakları), https://en.unesco.org/covid19/communicationinformationresponse/visualresources
- Guide to Conspiracy Theories (Komplo Teorileri Kılavuzu), https://conspiracytheories.eu/_wpx/wp-content/uploads/2020/03/COMPACT_Guide-2.pdf
- The Conspiracy Theory Handbook (Komplo Teorisi El Kitabı), https://www.climatechangecommunication.org/wp-content/uploads/2020/03/ConspiracyTheoryHandbook.pdf
- UNESCO ve ortaklarının komplo teorilerinin yayılmasına karşılık vermek amacıyla başlattıkları #ThinkBeforeSharing (#PaylaşmadanÖnceDüşün) kampanyası, https://en.unesco.org/themes/gced/thinkbeforesharing.

- Sınıfı ikişerli veya küçük gruplara ayırın. Her gruptan, genel olarak internette ve çevrimdışı olarak arama yapmalarını, farklı platformlarda (kitle iletişim araçları, çevrimiçi medya, sosyal medya, kitaplar) bulunan içerikleri incelemelerini ve yanlış ve yanıltıcı içerik kategorilerine uyan örnekler bulmalarını isteyin. Bütün sunumlar tamamlandıktan sonra, şu soruları yanıtlayarak tartışmayı zenginleştirin (daha fazlası eklenebilir): Örneklerin çoğu hangi platformdan geldi? Genel olarak ve yanlış ve yanıltıcı içerik kategorilerinin her birinde öne çıkan en yaygın konular nelerdi?
- Bu belgenin yazılması sırasında, mezenformasyon/dezenformasyon için en yaygın konular arasında iklim değişikliği, aşılama ve COVID-19 pandemisi (ve diğer epidemiler) yer alıyor. Bu alanlarda yaygın olarak görülen belirli dezenformasyon/mezenformasyon hakkında çevrimiçi/çevrimdışı bir araştırma yapın. Bunları listeledikten sonra, yanlış bilgileri çürüten kanıta dayalı bilgiler üzerine takip araştırması yapın. Gerçek ve güvenilir kaynaklar arasında, Dünya Sağlık Örgütü (WHO), yerel sağlık mercii, UNESCO ve iklim değişikliğiyle ilgili olarak Birleşmiş Milletler Çevre Programı'nın (UNEP) sunduğu bilgileri göz önünde bulundurun. Yanlış bilgileri çürütmek için kullandığınız güvenilir kurumları tespit edin. Neden bu kurumları güvenilir bilgi kaynakları olarak görüyorsunuz?
- Öğrenciler arasında bir tartışma düzenleyin. Öğrencilerin komplo teorileriyle karşılaşıp karşılaşmadıklarını öğrenin. Karşılaşmışlarsa, nelerle karşılaşmışlar? Bunlarla, çevrimiçi veya çevrimdışı olarak, nerede karşılaşmışlar? Aldıkları bilgilerin komplo teorileri olduğunu fark edebilmişler mi? Fark edebilmişlerse, nasıl? Gerçek komploların var olduğuna inanıyorlar mı? Bunlardan bazılarını paylaşabilirler mi? Öğrencileri, yaygın olarak bilinen bazı komplo teorilerini araştırmaya yönlendirin. Şimdi, UNESCO, Avrupa Komisyonu ve Twitter tarafından hazırlanan ve komplo teorilerinin nasıl tespit edileceği, önleneceği ve çürütüleceğine ilişkin #ThinkBeforeSharing (#PaylaşmadanÖnceDüşün) kampanyasıyla (https://en.unesco.org/themes/gced/thinkbeforesharing) bağlantılı öğrenme kaynakları setini göz önünde bulundurun. Bu kaynaklar etrafında çeşitli küçük grup tartışmaları, aktiviteleri ve sunumlar/geri bildirimler düzenleyin.
    - Komplo teorileri genellikle araştırmacı gazetecilik olarak takdim edilir. UNESCO tarafından geliştirilen, kaliteli ve profesyonel gazeteciliğin nasıl anlaşabileceğine ilişkin kaynaklara da bakın (https://en.unesco.org/covid19/communicationinformationresponse/visualresources). Yukarıdakilere benzer aktiviteler düzenleyin. UNESCO MIL CLICKS sosyal medya sayfalarında (https://en.unesco.org/milclicks) UNESCO ile ilgili daha fazla kaynaklara bakın.
- Uluslararası düzeyde herkes tarafından kabul edilen bir nefret söylemi tanımı yoktur. İtibarlı uluslararası, bölgesel ve ulusal kurumlar tarafından sunulan çeşitli tanımlara ilişkin internette arama yapın. Öğrencileri gruplara ayırın ve sunulan çeşitli tanımlar arasındaki farkları değerlendirmeleri için onlara rehberlik edin. Öğrenciler, bir tanım yerine başka bir tanıma odaklanmanın riskleri üzerine düşünmelidir. Neler dışarıda bırakılıyor? Neler dahil ediliyor? Buna kim karar vermeli? Bunun etkileri neler olabilir?

- Toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık, ırkçılık, antisemitizm, LGBTİ+ topluluğunu hedef alan nefret vb. dahil olmak üzere altta yatan yanlılıkları, önyargıları ve güdüleri belirlemekle bağlantılı olanlar gibi, farklı nefret söylemi türlerini sunan örnek paylaşımları arayın ya da önceden belirleyin. Yukarıda önerilen iki aktiviteyi tekrarlayın ve hangi tür yanlış ve yanıltıcı içeriklerin kullanıldığını tarif edin. Bu sefer nefret söylemi türlerine yoğunlaşın. İstemeleri durumunda, öğrencileri, nefret veya hoşgörüsüzlükle ilintili önceki deneyimlerini veya bu tür bir deneyimi çevrimiçi veya çevrimdışı olarak yaşamış birine tanık olup olmadıklarını paylaşmaları konusunda yönlendirin. Öğrenciler, bu deneyimler sırasında nasıl tepki vermişler? Neden tepki vermişler ya da vermemişler? UNESCO ve ortakları tarafından hazırlanan aşağıdaki kaynakları göz önünde bulundurun:
  - Çevrimiçi Nefret Söylemine Karşı Mücadele https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000233231
  - Öğrenmeyi Yeniden Düşünmek: Eğitim Sistemleri İçin Sosyal ve Duygusal Öğrenmenin bir İncelemesi https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373890?locale=en
  - Antisemitizm ile Eğitim Yoluyla Mücadele: Politika Belirleyiciler için Kılavuz İlkeler https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000263702
- BM Nefret Söylemi Stratejisi ve Eylem Planı'nda[57], 7. *Taahhüt: Nefret Söylemini Ele Almada ve Bununla Mücadelede Eğitimi Bir Araç Olarak Kullanma, Birleşmiş Milletler kurumlarının 4 sayılı Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi'ni uygulamak, Küresel Vatandaşlık Eğitimi değer ve becerilerini teşvik etmek ve medya ve bilgi okuryazarlığını artırmak için örgün ve yaygın eğitimde önlemler alması gerektiğini belirtir. Söz konusu belge ayrıca, dijital veya teknolojik okuryazarlık da dahil olmak üzere medya ve bilgi okuryazarlığı konusunda, diğerlerinin yanı sıra, insanların eleştirel düşünme ve eleştirel yetkinliklerini teşvik eden ve destekleyen destek programlarını, projeleri ve aktiviteleri* önermektedir. Aşağıdaki dipnotlarda verilen bağlantılardan bu belgelere erişim sağlayın. Kaynakların içeriği etrafında çeşitli öğrenme aktiviteleri planlayın. Örneğin, öğrencileri gruplara ayırın ve kendi çevrelerinde veya bölgelerinde bu tür önlemlerin ne ölçüde uygulandığını araştırmaya teşvik edin..

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);

57 United Nations Strategy and Plan of Action on Hate Speech., https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/advising-and-mobilizing/Action_plan_on_hate_speech_EN.pdf Erişim Tarihi: 4 Ocak 2021. Ayrıca bkz. United Nations Guiding Note on Addressing and Countering COVID-19 related Hate Speech https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/Guidance%20on%20COVID-19%20related%20Hate%20Speech.pdf. Erişim Tarihi: 4 Ocak 2021.

- Araştırma makalesi;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım;
- Araştırma yazısı/raporu.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Propaganda ve mezenformasyon ile dezenformasyon;
- Bilgi-işlemsel propaganda teknikleri;
- Yapay Zekânın mezenformasyon ve dezenformasyon açısından etkileri;
- Yapay zekâ kullanılarak üretilen derin sahte videolar ve (görsel-işitsel manipülasyon teknolojileri de dahil olmak üzere) diğer sentetik medya biçimleri.

3. ÜNİTE: MEDYA VE MEZENFORMASYON

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Dezenformasyon ve medya manipülasyonu;
- Dezenformasyon için tercih edilen platform olarak sosyal medya;
- Dezenformasyonun mimarisi ve trolleme/tık tuzağı içerikler.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- Sosyal medya platformlarının bazı bağlamlarda dezenformasyon amacıyla tercih edilmelerine sebep olan niteliklerini ve özelliklerini açıklama;
- Dezenformasyonla da ilgili olmak üzere trollemenin/tık tuzağının nasıl işlediğini tarif etme;
- Dezenformasyon ve nefreti ele alma konusunda mevcut mekanizmaları ve internet aracılarının etkinliğini değerlendirme;
- Bir öğrenme alanı ortamında yanlış ve yanıltıcı içeriklerin nasıl ele alınacağına ilişkin basit bir çalışma planı hazırlama.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin. Aşağıda birkaç örnek listelenmiştir. Diğer örnekler ve onlar hakkında daha ayrıntılı bilgi için 1. Bölüm'e bakın.

- Örnek vaka incelemeleri/yaygın yanlış ve yanıltıcı içerik biçimlerine ilişkin örnek durumlar;
- Konu-sorgulama yaklaşımı;
- Araştırma;
- İçerik/bağlam analizi;
- Üretim.

- Sınıfı gruplara ayırın ve her gruptan, öğrenme alanı ortamlarında mezenformasyonun nasıl ele alınacağına ilişkin basit bir çalışma planı hazırlamalarını isteyin. Çalışma planı şu unsurları içerebilir: hedef kitleler, hedefler, mesajlar, stratejiler ve aktiviteler. Öğrencilerden, yazılı basın, görsel basın ve dijital medya gibi kendi tercih ettikleri platform(ları)u kullanarak kilit mesajlarını kampanya materyallerine (poster, infografik, kamu spotu, sosyal medya kartı, 'meme') çevirmelerini isteyin.
- "Bot" hesabın ne olduğu ve nasıl fark edilebileceğini tartışın. Şu adrese bakın: https://firstdraftnews.org/latest/how-to-spot-a-bot-or-not-the-main-indicators-of-online-automation-co-ordination-and-inauthentic-activity.
- Küçük bir grup ortamında (dört ila beş katılımcı), her katılımcıya bir sosyal medya platformu kullanırken yanlış içeriklerle karşılaştıkları deneyimleri sorun. Eğitmenler, şu sorularla katılımcıları yönlendirebilir: Geçmişte çevrimiçi olarak yanlış içerik paylaştınız mı? Sizi yanlış içeriği beğenmeye veya paylaşmaya iten güdü neydi? Beğenmeden/paylaşmadan önce içeriğin yanlış olduğunun farkında mıydınız? (Söz konusu içeriği beğenmeden/paylaşmadan önce farkında olmadığınızı varsayarsak) yanlış içerik olduğunu öğrendikten sonraki ilk tepkiniz ne oldu? Sosyal medya hesaplarını nasıl daha bilinçli kullanabileceklerine ilişkin olarak diğer gençlere tavsiyeleriniz nelerdir? (Not: Şayet katılımcıların yanlış içeriklerle deneyimi yoksa, yanlış içerikleri beğenme veya paylaşma deneyimi olan diğer gençlerle görüşebilirler).
- Algoritmaların nefreti ve/veya dezenformasyonu destekleyen içerik ve grupları nasıl güçlendirdiğini ve kullanıcılara önerdiğini tartışın. Şirketlerin bu konuda yükümlülükleri nelerdir? Kullanıcılar, bu tür içeriklere maruz kalmaları durumunda, bilgilendirilmeli midir?
- Bazı haber medyası kuruluşları neden dezenformasyon ve yanıltıcı anlatılar sunuyor? Medya çoğulculuğu nerede sona erer ve dezenformasyonu üretenler nerede başlar? Neden bazı haber medyası kuruluşları yalan ve/veya nefreti üretmek, meşrulaştırmak ve yaymak üzere 'zapt ediliyor'?

- Kütüphaneciler, arşivciler veya müze küratörleri ile dezenformasyon, yanlış beyan yayan kitapları, belgeleri veya tarihi eserleri nasıl tespit edebilecekleri veya tespit edip edemeyecekleri ya da bu ve diğer kaynakların tamamıyla gerçekliğinin doğruluğuna ilişkin çelişkili kanıtlar veya bakış açıları olup olmadığı hakkında konuşmak üzere görüşün veya onlarla bir ziyaret düzenleyin. Örneğin, belirli bir ırktan/kökenden kadınların tarihi kayıtlarda dışlandığı veya yeterince ele alınmadığı durumları göz önünde bulundurun. Bu tür meseleler nasıl ele alınıyor?

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Araştırma makalesi;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım;
- Araştırma yazısı/raporu.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Komplo teorileri;
- Mezenformasyona olanak tanıyan yazılımlar, örneğin Yapay Zekâ, algoritmalar ve bot hesaplar.

4. ÜNİTE: YANLIŞ VE YANILTICI İÇERİKLERİN BİREYLER VE TOPLUMLAR ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Mezenformasyon ile dezenformasyonun gazeteciliğe duyulan güven üzerindeki etkisi (medya);
- Disinfodemi ve COVID-19 Pandemisi – bireylerin sağlığı ve güvenliği ile kamu sağlığı ve güvenliği üzerindeki etkisi (bkz. https://en.unesco.org/covid19/disinfodemic)
- Dezenformasyon ve demokrasi (Seçimler de dahil olmak üzere. Bkz. “Elections and Media in Digital Times” (“Dijital Zamanlarda Seçimler ve Medya”), UNESCO Dünya Trendleri Raporu: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371486);
- Mezenformasyon ve ekonomi.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- Mezenformasyon ile dezenformasyonun haber medyası kuruluşlarına duyulan kamu güveni üzerindeki etkisini analiz etme;
- 'Disinfodemi'nin özellikle ebeveynlerin ve gençlerin sağlık arama davranışlarını ve pratiklerini nasıl etkilediğini etraflıca açıklama;
- Dezenformasyon tekniklerinin, vatandaşların, seçimler de dahil olmak üzere, yönetişime katılımını nasıl etkilediğini tasvir etme;
- Çeşitli mezenformasyon türlerinin ekonomiyi nasıl etkileyebileceğini açıklama.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin. Aşağıda birkaç örnek listelenmiştir. Diğer örnekler ve onlar hakkında daha ayrıntılı bilgi için 1. Bölüm'e bakın.

  - Örnek vaka incelemeleri/yaygın yanlış ve yanıltıcı içerik biçimlerine ilişkin örnek durumlar;
  - Konu-sorgulama yaklaşımı;
  - Araştırma;
  - İçerik/bağlam analizi;
  - Üretim.

- Sınıfı ikişerli veya küçük gruplara ayırın. Her gruptan, 'disinfodemi'nin özellikle COVID-19 pandemisinin önlenmesi, bağışıklama (aşılama) ve diğer öncelikli sağlık konularında bireylerin, bilhassa da ebeveynlerin sağlık arama davranışları ve sağlık pratikleri üzerindeki etkisi hakkında kamu sağlığı yetkilileri/görevlileri ile görüşmesini isteyin. Görüşme konuları, sağlık sorunlarına ilişkin yaygın mezenformasyon ve dezenformasyon ile 'disinfodemi'yi ele almaya yönelik stratejileri içerebilir.
- Architects of Networked Disinformation (Ağ Tabanlı Dezenformasyonun Mimarları) başlıklı raporun yönetici özetini okuyun (bkz. http://newtontechfordev.com/wp-content/uploads/2018/02/Architects-of-Networked-Disinformation-Executive-Summary-Final.pdf). "Ağ tabanlı dezenformasyonun mimarları"nın siyasilerin gündemleri lehine popülist duyguları harekete geçirmek için kullandıkları ikna edici iletişim teknikleri üzerine bir deneme/blog yazın veya bir vlog hazırlayın. Deneme/blog veya vlogunuzda yerel bağlamla karşılaştırma yapmak için yerel uzmanlarla görüşebilirsiniz. (Not: Raporun tamamına şu adresten erişebilirsiniz: https://newtontechfordev.com/wp-content/uploads/2018/02/ARCHITECTS-OF-NETWORKED-DISINFORMATION-FULL-REPORT.pdf

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Araştırma makalesi;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım;
- Araştırma yazısı/raporu.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Mezenformasyon ve sürdürülebilir kalkınma hedefleri;
- Özel hayatın gizliliği hakkı;
- Bilişsel önyargı teorileri;
- Reklamcılık ve halkla ilişkilerde hakikatin yeri.

5. ÜNİTE: MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI İLE MEZENFORMASYON

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Doğruluk kontrolü ve diğer araçlar;
- Bilgi düzensizliğinin ele alınmasında MBO yetkinlikleri;
- Mezenformasyonu ele alan örnek MBO programları ve projeleri.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- Mezenformasyon ve dezenformasyonla mücadele etmek için doğruluk kontrolü ve ilgili teknik ile araçların nasıl yürütüleceğini açıklama;
- MBO yetkinliklerini bilgi, tutum ve beceriler açısından ortaya konduğu şekliyle belirli performans göstergelerine çevirme;
- Mezenformasyonu ele almak üzere bir eylem programı/projesi hazırlama.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin. Aşağıda birkaç örnek listelenmiştir. Diğer örnekler ve onlar hakkında daha ayrıntılı bilgi için 1. Bölüm'e bakın.

- Örnek vaka incelemeleri/örnekler;
- Konu-sorgulama yaklaşımı;
- Araştırma;
- İçerik/bağlam analizi
- Üretim.

Doğruluk kontrolü üzerine grup çalışması: Öğrenme ortamlarında bir hükümet yetkilisinin bir konuşma veya açıklamasını analiz edin. Bu konuşma veya açıklamadan alıntılar yapın. Öğrencilere, her bir alıntının doğruluk kontrolü yapılabilir bir iddia mı yoksa yalnızca bir görüş mü olduğunu sorun. Bu iddia teyit edilebilir/doğrulanabilir mi? Neden? Şayet iddia teyit edilebilir/doğrulanabilir ise, siz nasıl yapardınız? Sonrasında, öğrencilerden söz konusu iddianın doğruluk kontrolünü yapmalarını isteyin. Öğrencilerin, süreci adım adım belgelemelerini, ardından araştırmayı yürütme biçimlerini tartışmalarını ve eleştirmelerini isteyin.

Tartışmayı zenginleştirmek için, asılsız iddiaların şu gibi sonuçlarını analiz edin: Bu içerik vatandaşları nasıl etkiledi? Asılsız iddiaların etkilerinin/sonuçlarının ele alınmasından kimler sorumludur? Asılsız iddiaların etkilerini/sonuçlarını ele almak için herhangi bir şey yapılıyor mu?

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Araştırma makalesi;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım;
- Araştırma yazısı/raporu.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Avrupa Komisyonu Üst Düzey Uzmanlar Grubu'nun (HLEG) Sahte Haber ve Çevrimiçi Dezenformasyona İlişkin tavsiyeleri.[58]

58. EC Directorate -General for Communication Networks, Content and Technology. (2018). A multidimensional approach to disinformation. Report of the independent High-Level Group on fake news and online disinformation. Belgium: European Union.

Bu Modül İçin Kaynaklar ve Referanslar

Amerika'nın Sesi Eğitim İngilizce Öğrenimi (VOA Learning English) (2018), "News Literacy Lesson 2: Verification, Independence, Accountability" ("Haber Okuryazarlığı 2. Ders: Doğrulama, Bağımsızlık, Hesap Verebilirlik"), erişim adresi: https://learningenglish.voanews.com/a/news-literacy-lesson-2-verification-independence-accountability/4388049.html.

Article 19 (2015), *Hate Speech Explained: A Toolkit* (*Açıklanmış Nefret Söylemi: Bir Araç Seti*), Londra: Article 19, (erişim adresi: https://www.article19.org/data/files/medialibrary/38231/'Hate-Speech'-Explained---A-Toolkit-%282015-Edition%29.pdf).

Avrupa Komisyonu İletişim Ağları, İçerik ve Teknoloji Genel Müdürlüğü Directorate (2018), *A Multi-Dimensional Approach To Disinformation* (*Dezenformasyona Karşı Çok Paydaşlı bir Yaklaşım*), Sahte Haberler ve Çevrimiçi Dezenformasyon Bağımsız Üst Düzey Grubu Raporu, Belçika: Avrupa Birliği.

Binamé, Charles, Siber Zorba (*Cyberbully*) (film), daha fazla bilgi için bkz.: https://www.imdb.com/title/tt1930315/.

Bradshaw, Samantha ve Howard, Philip (2019), The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation (Küresel Dezenformasyon Düzeni: Organize Sosyal Medya Manipülasyonu 2019 Küresel Envanteri), Çalışma Makalesi, Oxford UK Project on Computational Propaganda, (açık kaynak erişim adresi: https://digitalcommons.unl.edu/scholcom/207/).

David, Marian. (2004), "Theories of Truth ("Gerçeklik Kuramları"), in Niiniluoto, Ilkka, Sintonen, Matti ve Woleński, Jan (ed.), *Handbook of Epistemology* (*Epistemoloji El Kitabı*), Dordrecht: Springer Science Business Media.

Ireton, Cherilyn ve Posetti, Julie (2018), Gazetecilik, 'Sahte Haber' ve Dezenformasyon: Gazetecilik Eğitimi ve Alıştırmaları için El Kitabı, Paris: UNESCO, (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380323).

ITU ve UNESCO (2020), *Balancing Act: Countering Digital Disinformation While Respecting Freedom of Expression* (*Dengeleme Eylemi: Dijital Dezenformasyonla Mücadele Ederken İfade Özgürlüğüne Saygı Göstermek*), Sürdürülebilir Kalkınma İçin Genişbant Komisyonu Raporu, Cenevre: Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (International Telecommunications Union) ve Paris: UNESCO, (açık kaynak erişim adresi: https://en.unesco.org/publications/balanceact).

Jackson, Dean (2017), "Distinguishing Disinformation from Propaganda, Misinformation, and 'Fake News'" ("Dezenformasyonu Propagandadan, Mezenformasyondan ve 'Sahte Haber'den Ayırt Etmek"), *Issue Brief*, Ulusal Demokrasi Vakfı (National Endowment for Democracy – NED), www.ned.org, erişim adresi: https://www.ned.org/issue-brief-distinguishing-disinformation-from-propaganda-misinformation-and-fake-news/.

Kovach, Bill ve Rosenstiel, Tom (2014), The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect (Gazeteciliğin Unsurları: Habercilerin Bilmeleri ve Kamunun Beklemesi Gerekenler) (Revize Edilmiş ve Güncellenmiş), New York: Three Rivers Press of Random House

Levitin, Daniel J. (2017). Weaponized Lies: How to Think Critically in the Post-Truth Era (Silah Haline Getirilen Yalanlar: Hakikat-Sonrası Çağ Hakkında Nasıl Eleştirel Düşünülebilir), New York: Dutton.

Nery, John (2019), *Democratic Decay and Disinformation in the Digital Age* (*Dezenformasyon ve Dijital Çağda Demokratik Çürüme*), Friedrich Naumann Foundation for Freedom, erişim adresi: https://www.freiheit.org/sites/default/files/import/2019-04/17960-democracydecayanddisinformationinthedigitalage.pdf.

Ong, Jonathan Corpus ve Cabañes, Jason Vincent A. (2017). Architects of Networked Disinformation, Architects of Networked Disinformation: Behind the Scenes of Troll Accounts and Fake News Production in the Philippines (Dezenformasyon Şebekesi Mimarlar: Filipinler'de Trol Hesaplar ve Sahte Haber Üretiminin Sahne Arkası), Leicester: Newton Tech4Dev Network (açık kaynak erişim adresi: http://newtontechfordev.com/wp-content/uploads/2018/02/ARCHITECTS-OF-NETWORKED-DISINFORMATION-FULL-REPORT.pdf).

Ordway, Denise-Marie (2020), "'Rated False': Here's the Most Interesting New Research on Fake News and Fact Checking" ("'Yanlış Olarak Sınıflandırılmış': Sahte Haber ve Bilgi Doğrulama Hakkında En İlginç Yeni Araştırmalar"), NiemanLab, erişim adresi: https://www.niemanlab.org/2020/01/rated-false-heres-the-most-interesting-new-research-on-fake-news-and-fact-checking/.

Silverman, Craig (ed.) (2014), *Verification Handbook for Investigating Reporting* (*Araştırmacı Gazetecilik İçin Doğrulama El Kitabı*), Brüksel: European Journalism Centre, (açık kaynak erişim adresi: http://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook.2.pdf).

Silverman, Craig (ed.) (2020), *Dezenformasyon ve Medya Manipülasyonu Üzerine Doğrulama El Kitabı*, Brüksel: European Journalism Centre, (açık kaynak erişim adresi: https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/datajournalismcom/handbooks/Verification-Handbook-3-TR.pdf).

UNESCO, *#ThinkingBeforeSharing – Stop the Spread of Conspiracy Theories* (*#PaylaşmadanÖnceDüşün – KomploTeorilerininYayılmasınaDurDe*), erişim adresi: https://en.unesco.org/themes/gced/thinkbeforesharing.

UNESCO, *Think Before Clicking, Think Before Sharing: Visual Resources to Download and Share* (*Tıklamadan Önce Düşün, Paylaşmadan Önce Düşün: İndirmek ve Paylaşmak İçin Görsel Kaynaklar*), erişim adresi: https://en.unesco.org/covid19/communicationinformationresponse/visualresources.

Zuboff, Shoshana (2019), *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power* (*Gözetim Kapitalizmi Çağı: Yeni bir İktidarın Sınırında İnsani bir Gelecek Mücadelesi*). New York: Public Affairs. (Ayrıca bkz. YouTube videoları).

5. MODÜL:

VATANDAŞLAR OLARAK KİTLELER

ARKA PLAN VE GEREKÇE

Hepimizin çevrimiçi ve çevrimdışı içeriklerin izleyicileri olarak deneyimlerimiz var. Bu, giderek artan bir şekilde, dijital iletişim şirketleri ile sosyal medya ve cep telefonları ve uygulamaları gibi dijital teknolojiler ile desteklenen çevrimiçi dijital girişimciler aracılığıyla gerçekleşmektedir. Pek çok bölgede hem çocuklar hem de yetişkinler her gün zamanlarının kayda değer bir kısmını medya ve dijital iletişim faaliyetleriyle meşgul olarak geçirmektedir. 20. yüzyılın ikinci yarısında, belirli bir kitlenin, bir metni veya medya biçimini aynı ya da benzer şekilde yorumlayacak pasif veya alıcı bireylerden oluşan homojen bir grup olabileceği yaygın bir varsayımdı. Bu, iletişimin genellikle çoklu geri bildirim döngüleriyle çok boyutlu olmaması nedeniyle, özellikle ilk evresinde televizyon için sıklıkla geçerli bir durumdu. Günümüzün internet tabanlı bağlamı, yalnızca iletişim kurma biçimlerimizi değil, kimlerle iletişim kurduğumuzu da büyük ölçüde karmaşıklaştırdı. Artık, aynı anda, hem tüketiciler (bazen, veri odaklı reklamcılık ve seçili içerik ögeleri için hedefler de dahil olmak üzere "hedef kitleler" olarak da adlandırılır) hem de aktif katılımcılar olarak kabul edilebiliriz; bu da ayrıca içeriklerin üreticileri ve yaratıcıları da olduğumuz anlamına gelir.

Hedef kitleler, yaş, etno-kültürel arka plan, sosyoekonomik statü, toplumsal cinsiyet, kimlik veya ilgi alanları gibi belirli demografik veya diğer özelliklerle tanımlanan okuyucu, izleyici, dinleyici ve giderek artan bir şekilde de kullanıcı gruplarıdır. Bunlar, çeşitli aktörlerin bunlara yönelik mesajlarını geliştirdiği ve şekillendirdiği belirli gruplar olarak kabul edilebilir. Örneğin, geleneksel olarak reklam verenler, kendilerine belirli bir demografik ya da hedef kitleye erişim sağlayacak zaman ve alanları satın almakla ilgilenmişlerdir. Televizyon sektöründe, reklamcılar, belirli bir programın ulaşmak istedikleri hedef kitleyi çekmesi durumunda, bir kanaldan o program sırasında reklama ayrılan zaman aralıklarını alacaklardır. Pek çok program en baştan belirli reklam türlerini çekmek üzere tasarlanmıştır. Hâlihazırda, özellikle yeni medya ve sosyal medya bağlamında, kullanıcıları gizlice tanımlayabilecek ve izole edebilecek algoritmalar, izleme önlemleri ve dijital ayak izleri bulunmaktadır. Böylece, bir kitlenin bunu istemesine gerek kalmadan veya kitle reklamların tüketimlerinin içeriğine dahil edildiğinin farkına dahi varmadan, kullanıcılara reklamları ve diğer içerikleri sunmak üzere karmaşık pazarlama projeleri geliştirilebilir. Örneğin, belirli bir yere seyahat etmek isteyen biri internet tarayıcısı aracılığıyla bilgi arayabilir ve sonrasında erişim sağladıkları sosyal medya sitelerinde zahmetsiz şekilde birden reklamların belirdiğini fark edebilir; bu da erişim ve kullanım ile hedefli bilgiler ve mesajların katlanarak nasıl iç içe geçirilebileceğini açıkça gösterir. Reklamcılık hakkında daha fazla bilgi edinmek için 10. Modüle bakın.

Ne var ki, insanlar yalnızca bir kitle değil, vatandaştırlar. İnsanların, içerik tüketiminin çok ötesine geçen değerleri vardır. Mesajları ve etkileşimleri nasıl yorumladığımız, kültürel, ekonomik, etno-ırksal ve diğer kimliklerimiz göz önüne alındığında, sosyo-psikolojik ve yaşanmış deneyimlerimizin yanı sıra, değerlerimiz, tutumlarımız ve davranışlarımızla ilgili olabilir. Her ne kadar dünya genelinde sosyal ilişkileri engelleyebilecek ve azaltabilecek eşitsizlikler, bariyerler, engeller ve ayrımlar hâlâ olsa da, dilsel, coğrafi, kültürel ve politik sınırların ötesinden başkalarıyla etkileşime girmek ve iletişim kurmak için de sayısız olasılık ve kapı vardır. Bu gerçeklik, çevre, göç, ırkçılık, çatışma, yoksulluk ve ekonomi politikaları gibi ulusal ve yerel endişeleri aşan ciddi sorunlarla birleştiğinde, doğrudan küresel vatandaşlıkla bağlantılıdır. İnsanların (bu belgenin yazıldığı sırada COVID-19 krizi nedeniyle tehdit altında olan) hareketliliğinin artması, internet tabanlı haberleşmeye erişim ve fikirlerin, kültürün ve eğitimin dolaşımı ile küresel vatandaşlık, çoktandır süregelen sorunlarla yüzleşmek ve barış, toplumsal eşitlik ve özellikle dışlanan gruplar ve yerli halklar açısından kültürel olarak varlığını sürdürmek için çabalamak adına giderek daha gerekli hale geliyor. Küresel yurttaşlık için İskoçya Uluslararası Kalkınma Eğitimi Birliği'ne (ve Oxfam'a) göre:

Küresel Vatandaş:

- Daha geniş dünyanın farkında ve bir dünya vatandaşı olarak kendi rolünün bilincinde;
- Çeşitliliğe saygı duyan ve değer veren;
- Dünyanın nasıl işlediğine ilişkin bir kavrayışa sahip;
- Sosyal adaletsizliğe öfkelenen;
- Yerelden küresele çeşitli düzeylerde topluma katılan;
- Dünyayı daha âdil ve sürdürülebilir bir yer haline getirmek için harekete geçmeye istekli;
- Kendi eylemlerinin sorumluluğunu alan biridir.

UNESCO'nun bu konuya yaklaşımı şu şekildedir: "Vatandaşlık tanımı tartışılıyor ve küresel vatandaşlığın yaygın olarak kabul edilen bir tanımı bulunmuyor. Her durumda, küresel vatandaşlık hukuki bir statü içermez. Daha çok, küresel topluluğa aidiyet duygusuna ve varsayılan üyelerinin kendileri arasında dayanışma ve kolektif kimlik ve küresel

düzeyde kolektif sorumluluk sergiledikleri ortak bir insanlık duygusuna atıfta bulunur. Küresel vatandaşlık, resmî bir üyelikten ziyade bir değer sistemi veya bir mecaz olarak görülebilir. Kolektif eylem için bir çerçeve teşkil eden küresel vatandaşlık, daha iyi bir dünya ve daha iyi bir geleceği teşvik etmek için sivil eylemler yoluyla üyeleri arasında ve üyeleri için eylemler ve katılım oluşturabilir ve bunu oluşturması da beklenmektedir."[59]

Etkili Küresel Vatandaşlar olmak için, hem gençlerin hem de yetişkinlerin esnek, yaratıcı ve proaktif olmaları gerekir. Sorunları çözebilmeleri, karar alabilmeleri, eleştirel düşünebilmeleri, fikirleri etkili bir şekilde iletebilmeleri, takımlar ve gruplar halinde iyi çalışabilmeleri gerekir. Bu beceri ve nitelikler, birçok işyeri de dahil olmak üzere, 21. yüzyılın pek çok alanında başarı elde etmek için giderek artan bir şekilde elzem kabul edilmektedir. Bu beceri ve nitelikler, öğrencilerin bizzat yaparak ve başkalarıyla işbirliği kurarak öğrendikleri aktif öğrenme yöntemleri kullanılmadan geliştirilemez.

Eğitimin ve bu çalışmanın amaçları çerçevesinde küresel vatandaşlık eğitiminin (GCED), medya ve bilgi okuryazarlığı (MBO) denklemiyle muazzam bir ilgisi vardır. Aşağıda gösterileceği üzere, MBO ve GCED'in bazı ortak hedefleri de vardır.

Bu modül bazı kilit sorulara cevap arayacaktır:

1. Küresel vatandaşlık, içerik, kurumlar ve teknoloji ile ilgili olarak kitle kavramını değerlendirme biçimlerimizi nasıl etkiler?
2. Bir üreticinin/yazarın geçmişi veya deneyimleri, bütün biçimleriyle bir metnin anlaşılmasını nasıl etkileyebilir?
3. Kültürel, eğitimsel ve kimlikle ilgili değişkenler de dahil olmak üzere, içeriklerin nasıl yorumlandığını şekillendiren diğer etmenler nelerdir?
4. Metin bazlı bir kılavuzun veya medya ve bilgi okuryazarlığı modelinin oluşturulması, eleştirel yorum sürecini nasıl güçlendirebilir?
5. Kitleler iletişim ekolojisini günlük hayatlarında nasıl kullanıyor ve bunun etkisi nedir?

59. UNESCO (2017), *The ABCs of Global Citizenship Education* (*Küresel Vatandaşlık Eğitiminin Abecesi*), (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000248232.locale=en).

ÜNİTELER

1. ÜNİTE:
KÜRESEL VATANDAŞLIĞI ANLAMA

2. ÜNİTE:
KİTLELER

3. ÜNİTE:
MBO, İÇERİK SAĞLAYICILAR VE SİVİL KATILIM

4. ÜNİTE:
VATANDAŞ GÜDÜMLÜ BİLGİ, YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ

1. ÜNİTE: KÜRESEL VATANDAŞLIĞI ANLAMA

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Gerçek hayattaki zorlukları analiz etmek ve çözmek adına çalışmak için gerekli MBO yetkinlikleri;
- Küresel vatandaşlıkla ilişkili olarak medya ve bilgi okuryazarlığının önemi;
- Öğrenme alanının içinde ve dışında çok paydaşlı işbirliği ihtiyacı;
- Varsayımlarımızı, deneyimlerimizi, geçmişlerimizi, inançlarımızı ve bunların dünya görüşümüzü nasıl etkilediğini kabul etme;
- Bilgiyi ve iletişimi küreselleştirmenin küresel vatandaşlığı nasıl yönlendirebileceği. Bu konuda daha fazla bilgi edinmek için 13. ve 14. Modüllere bakın.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- MBO ve GCED arasındaki bağlantıyı ve öğrenmeyle olan ilişkisini tanımlama;
- Küresel, bölgesel, ulusal ve yerel meseleler hakkında eleştirel düşünmenin ve bunlara saygı ve etik değerlerle yaklaşmanın önemini anlama ve farklı ülke ile nüfusların birbirine bağlılığını ve karşılıklı bağımlılığını kabul etme;
- Paylaşılan değerleri ve eylem kapasitesi, empatisi, dayanışması, farklılıklar ile çeşitliliğe saygısıyla ortak bir insanlığa ait olmanın faydalarını listeleme.

GCED'in Açılımı

Bu MBO Müfredatı'nda ele alınan hemen hemen bütün konular GCED ile ilişkilidir. UNESCO, GCED'ye ilişkin birçok öğretim ve değerlendirme kaynağı geliştirmiştir. Bunların çoğu, aşağıda yer alan Kaynaklar bölümünde listelenmiştir. Bu ünitenin odak noktası ise MBO'nun GCED ile nasıl bir ilişkisi olduğu konusunda kullanıcılara fikir vermek ve onları UNESCO ve ortakları tarafından geliştirilen kaynaklara yönlendirmektir.

UNESCO GCED'yi şu şekilde tanımlar:

> Küresel vatandaşlık eğitimi, öğrencilerin daha kapsayıcı, âdil ve barış dolu bir dünyaya katkıda bulunabilmeleri için ihtiyaç duydukları bilgileri, becerileri, değerleri ve tutumları inşa ederek dönüştürücü olmayı amaçlar. Küresel vatandaşlık eğitimi, 'insan hakları eğitimi, barış eğitimi, sürdürülebilir kalkınma eğitimi ve uluslararası anlayış için eğitim dahil olmak üzere, başka alanlarda hâlihazırda uygulanmakta olan kavram ve metodolojileri kullanan çok yönlü bir yaklaşım' benimsemekte ve bunların ortak hedeflerini ilerletmeyi amaçlamaktadır. Küresel vatandaşlık eğitimi, erken çocukluktan başlayarak tüm eğitim düzeylerinde ve yetişkinlikte de devam eden ve hem 'formel ve enformel yaklaşımları, müfredat içi ve müfredat dışı müdahaleleri ve katılıma yönelik geleneksel ve geleneksel olmayan yolları' gerektiren bir yaşam boyu öğrenme perspektifi uygulamaktadır.[60].

"Kitle" dendiğinde, bunu aynı zamanda küresel vatandaşlık bağlamında da düşünün. Yalnızca içerik alıcıları olarak değil, aynı zamanda içerik üreticileri ve dağıtıcıları olarak da kolaylıkla oluşturulabilen ve bilgilendirilebilen pek çok farklı ama birbiriyle örtüşen kitle ve "mini-kitle" olduğundan, kitleyi tekil olarak izole edilmiş bir şekilde görmemek önemlidir. Anaakım ve resmî medya kuruluşları, hâlâ önemli olmakla birlikte, artık çok sayıda alternatif içerik sağlayıcı, ağ, uygulama ve sistem tarafından sorgulanabilir, şekillendirilebilir ve gölgelenebilir. Herhangi bir zamanda içerikleri kimin okuduğundan, görüntülediğinden, dinlediğinden veya onlarla başka şekillerde etkileşime girdiğinden emin olmayabiliriz. Bu önemlidir, zira bazı mesajlarımız, videolarımız, podcastlerimiz, yorumlarımız, görsellerimiz vb. "viral" hale gelebilir veya göz ardı edilebilir, yanlış yorumlanabilir ya da ittifak kuracakları yeni, bilinmeyen izleyiciler bulabilirler. Bunlar, karıştırılabilir, farklı bağlamlarda gözden geçirilebilir ve diğer unsurlarla (örneğin, farklı görsellerle veya işitsel yönlerle) birleştirilebilirler. Bu gerçekliğin çeşitli sonuçları vardır. Yukarıda bahsedilen belirli küresel vatandaşlık hedeflerini tehlikeye atabilir ya da bunlara olanak tanıyabilirler. Bunun, hem içerik üreticileri/sağlayıcıları hem de tüketiciler açısından yankıları olur. Bunlara ek olarak, geniş anlamda içerik ürünlerinin kullanımına, yorumlanmasına ve bunlarla etkileşime aracılık etmesi gereken eğitim sektöründeki zorluklar da söz konusudur. Aynı zamanda, bilgi ve iletişim ekolojisine küresel vatandaşlıkla ilgili hususlar nüfuz etmiştir. Özellikle gençlik, gördükleri, katkıda bulundukları ve miras aldıkları dünya türüyle meşguldür.

Küresel Vatandaşlık Eğitimi ve MBO

UNESCO ve dünya genelindeki birçok paydaş, küresel vatandaşlık eğitimi kavramını desteklemektedir. UNESCO çerçevesine göre, küresel vatandaşlık eğitiminin kendine özgü bazı boyutları vardır. Bu modülün giriş kısmında, sosyal öğrenme ile sosyal-duygusal öğrenmenin önemini vurguladık. Küresel vatandaşlık eğitiminin sosyal öğrenme ve aktif bir dijital vatandaş olmakla ilgili iki temel unsuru bulunmaktadır. Küresel vatandaşlık eğitimi hedeflerinin ayrıntılı bir listesi için *Global Citizenship Education: Topics and Learning Objectives (Küresel Vatandaşlık Eğitimi: Konular ve Öğrenme hedefleri)* (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232993) başlıklı UNESCO kaynağına bakın.

Aşağıda yer alan Tablo 5.1, bu ilişkiyi ve sosyal medyanın yaratıcı öğrenme için nasıl kullanılabileceğini, küresel vatandaşlık eğitiminin amaçlarıyla ilgili önerilen aktivitelerle birlikte göstermektedir.

60. UNESCO (2015), *Global Citizenship Education: Topics and Learning Objectives (Küresel Vatandaşlık Eğitimi: Konular ve Öğrenme Hedefleri)*, (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232993).

TABLO 5.1: MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI İLE KÜRESEL VATANDAŞLIK EĞİTİMİ

KÜRESEL VATANDAŞLIK EĞİTİMİNİN AMAÇLARI[61]	MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞININ AMAÇLARI	KÜRESEL VATANDAŞLIK EĞİTİMİ İLE MBO ARASINDA BAĞ KURMA	AKTİVİTELER: YARATICI MBO ÖĞRENİMİ VE KÜRESEL VATANDAŞLIK EĞİTİMİ İÇİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI
Öğrencileri gerçek hayattaki sorunları eleştirel bir biçimde analiz etmeye ve olası çözümleri yaratıcı ve yenilikçi bir şekilde belirlemeye teşvik etme.	MBO, çeşitli teknoloji platformlarındaki ferdi ve kurumsal içerik sağlayıcılar tarafından ifade edilen ve bazen de güçlendirilen gerçek hayattaki sorunları eleştirel bir şekilde analiz etmek ve bunlarla ilgilenmeye yönelik yetkinlikleri edinmekle ilgilidir.	MBO insanların eleştirel düşünmesini harekete geçirmenin yollarından biridir ve kültürlerarası yetkinlikler ve kültürel okuryazarlık gibi diğer sosyal yetkinliklerle bütünleştirildiğinde daha fazla güce sahiptir.	Sosyal medya, ülkenizde veya dünyada meydana gelen tartışma ya da sorunları keşfetmenize, değerlendirmenize ve analiz etmenize olanak tanıyan, algoritmik olarak seçilmiş, ticari olarak güdümlü kaynaklardır. Sosyal medya, çevrimiçi kamusal meydanları olduğu kadar, parçalanmış ve hatta kutuplaşmış toplulukları da mümkün kılabilir. Eğitmenler ve öğrenciler, kendileri ve öğrenme hedefleri açısından özel önem taşıyan tema veya konuları belirleyebilirler. Buradan hareketle, bu konuda sosyal medyada devam eden tartışmanın unsurlarını eleştirel olarak analiz edebilir ve tartışabilirler –tartışmanın bağlamı, aktörleri, sorunları ve bakış açıları; daha baskın olan anlatı hangisidir, tüm aktörlerin tartışmaya eşit erişimi var mı, tartışmanın temsili niteliği var mı, bu tartışma politika yapımını nasıl etkiler? İnsanların gerçek dünyadaki tartışmaları incelemesine olanak sağlayan eleştirel düşünme aktiviteleri tasarlamanın çeşitli yolları vardır. Eğitmenler ayrıca öğrencilere araştırma tekniklerini nasıl uygulayacaklarını ve sosyal medyadaki çeşitli kaynakları kullanarak bilgileri nasıl doğrulayacaklarını öğreten aktiviteler de geliştirebilirler. Bu kaynaklar, güvenilir haber siteleri veya muhabirler gibi diğer itibarlı bilgi kaynaklarıyla karşılaştırılabilir ve bunların doğruluk kontrolü gerçekleştirilebilir. Yukarıda yer alan örneklere bakın. (Daha fazla örnek için aşağıda yer alan 2. Ünitedeki Aktiviteler kısmına bakın.)
Anaakım söylemlerdeki varsayımları, dünya görüşlerini ve güç ilişkilerini yeniden ele almaları ve yeterince temsil edilmeyen/dışlanan kişileri/grupları dikkate almaları için öğrencilere destek olma.	MBO'nun son derece önemli bir yanı, insanların, içerik sağlayıcıların nasıl üstünlük kurup bazı içerikleri ayrıcalıklı kıldıklarını veya çeşitli seslere ve ifade özgürlüğüne olanak sağladıklarını, gerçekliği, bilgileri siyaseti, sosyal grupları, etnisiteyi, toplumsal cinsiyeti, ırkları vb. nasıl temsil ettiklerini eleştirel olarak değerlendirmelerini sağlamaktır. Bu anlayış, içerik sağlayıcıların insanların haklarını destekleyip desteklemediklerine, olanaklı kılıp kılmadıklarına ya da bu hakları ihlal etmediklerine ilişkin bir değerlendirmeyi de içerir. Bu durum, bireyin bütün süreçteki rolüyle ve Frau-Meigs'in (2013) deyimiyle "kendi kendini yönetme ve aynı zamanda etkileşim"le ilgilidir[62] (s.183, aynı eserden alıntılanmıştır).	MBO küresel vatandaşlık eğitiminin sağlanması için hem bir araç hem de amaçtır.	Yukarıdaki örneklere bakın. (Daha fazla örnek için aşağıda yer alan 2. Ünitedeki Aktiviteler kısmına bakın).

İstenilen değişiklikleri gerçekleştirmek için bireysel ve kolektif eylemlere katılıma odaklanma.	MBO insanların sosyal yapılarını ve çevrelerini dikkate almalarını sağlar. Olumlu etkilere, değişime, tartışmalara veya istenilen hedeflere yol açabilecek eylemlerde bulunarak, insanların kendi iletişim ekolojilerinde bireysel, işbirlikçi ve özerk bir şekilde faaliyet göstermelerini sağlayacak biçimde güçlendirir...	MBO bir sivil katılım biçimidir.	Yukarıda belirtildiği gibi, eğitmenler tek bir bireyin veya grubun sosyal söylemlerde veya özel sektör ile kamu politikalarında nasıl değişikliklere yol açtığını öğrencilerle birlikte keşfetmek üzere BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri etrafında aktiviteler geliştirebilir. Bu tür aktiviteleri yürütürken, başarılı olan ve olmayan hareket veya eylemler arasında denge sağlanmalıdır –neden bazı hareket ve eylemlerin başarılı olamadığı incelenebilir.
Öğrenme ortamının dışındakiler de dahil olmak üzere, topluluğa ve daha geniş topluma birden çok paydaşı dahil etme.	MBO, sınıf içi öğrenmeyi ile sınıf dışında gerçekleşen öğrenmeyi kapsar ve her ikisinin birbirini zenginleştirmesini sağlar.	MBO, örgün öğrenme ortamlarında içerik, kurumlar ve paydaşlar arasında önemli bağlantıların kurulmasını sağlar.	Sosyal medya sınıf içinde olduğu kadar sınıf dışında da öğrenme araçları işlevi görebilir. Eğitmenler, insanların/vatandaşların sınıf dışındaki öğrenme deneyimlerinden yararlanan aktiviteler tasarlayabilir ve bunları resmî öğrenme programlarıyla bütünleştirebilir. Bu bağlamda, öğrenmeyi neyin teşkil ettiğini, hangi içeriklerin öğrenmeye yol açtığını, örneğin çevrimiçi ortamda öğrenilen şeyler ile çevrimdışı gerçeklikler arasında bir çelişki bulunup bulunmadığını inceleyin; hangi paydaşların içerikleri hangi amaçlarla etkilediğini ve öğrenimin onlarının girdilerinden fayda sağlayıp sağlamadığını araştırın. (Daha fazla örnek için aşağıda yer alan 2. Ünitedeki Aktiviteler kısmına bakın).

61. UNESCO (2014), *Global Citizenship Education: Preparing Learners for the Challenges of the 21st Century (Küresel Vatandaşlık Eğitimi: Öğrencileri 21. Yüzyıl Zorluklarına Hazırlarken)*, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000227729?posInSet=1&queryId=36cccc9a-72ad-4fae-86f8.

62 Frau-Meigs, Divina (2013), "Transliteracy: Sense-Making Mechanisms for Establishing E-Presence" ("Transokuryazarlık: E-Varlığı Oluşturmak İçin Anlam Verme Mekanizmaları", s. 183, in Carlsson, Ulla ve Culver, Sherri Hope (2013), *Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue (Medya ve Bilgi Okuryazarlığı ve Kültürlerarası Diyalog*), 2013 Yıllığı, The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, Göteborg Üniversitesi, İsveç. (Açık kaynak adresi: https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:769151/FULLTEXT01.pdf).

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar)
- Araştırma makalesi;
- Araştırma yazısı/raporu.

2. ÜNİTE: KİTLELER: ULUSAL VE KÜRESEL BAĞLAMLAR

SÜRE: 4 SAAT

Başlıca Konular

- Kitleleri geliştirme ve hedefleme;
- Kitlelerin anlamı nasıl müzakere ettiği;
- Kitlelerin küresel vatandaşlık kavramından nasıl etkilendiği;
- Medya kullanıcılarını nasıl hem aktif tüketiciler, hem üreticiler hem de kullanıcılar olarak değerlendirdiğimiz.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Bireyler ve kitlelerin içerikleri nasıl farklı yorumladıklarını etkileyebilecek etmenler de dahil olmak üzere, izleyici kavramını inceleme;
- Kitlelerin dolaylı ya da dolaysız olarak nasıl belirlendiğini ve hedeflendiğini analiz etme;
- Kitlelerin belirli bilgi türlerini, yazılı basını nasıl tüketmeyi ve bunlarla nasıl etkileşim kurmayı seçtiklerini ve bunun nasıl değişken bir durum olduğunu açıklama;
- Kitlelerin bilgiye, yazılı basına ve dijital metinlere nasıl tepki verdiğini analiz etme ve

özellikle küresel vatandaşlık bağlamında belirleyici etmenleri açıklama;

- Üretim, mesaj, katılım ve kitle arasındaki dinamik, karşılıklı ilişkili ve muhtemelen dönüştürücü ilişkileri inceleme;
- Medyanın üretimi, tüketimi ve medyayla etkileşimde küresel vatandaşlık eğitiminin önemini göz önünde bulundurma.

Kitleler ve Dışlama

Metinlerden (görseller, videolar ve elektronik oyunlar gibi etkileşimli medya da dahil olmak üzere) anlamı müzakere etme, genellikle üretim ve kitle yorumlama düzeylerindeki bir dizi etmenden etkilenebilir. Kitlenin kimleri içerdiğine bağlı olarak, aynı içerik çok farklı şekillerde anlaşılabilir. Örneğin, kız çocukların medyadaki mevcudiyeti veya eksikliği alıcılara dolaylı ve dolaysız mesaj ve anlamlar gönderebilir. Gerçek hayattaki deneyimlerimiz nedeniyle hepimiz önyargılı olduğumuz için, insanların gördükleri şeylerden nasıl anlam çıkardıkları konusunda tarafsızlık söz konusu değildir. Örneğin, şu soruyu bir örnek olarak ele alalım: Belirli bir anlatıda veya birtakım söylemlerde ne ırkçı veya ayrımcı olarak kabul edilir? Kime danışıldığına bağlı olarak, bu soruya verilen yanıt büyük ölçüde değişebilir. Sosyal medya insanların şefkat ve anlayış geliştirmelerine ve dayanışma içinde ittifaklar kurmalarına olanak sağlarken, bir yandan da daha fazla ayrımcılığın, basmakalıp yargıların ve dışlamanın teşvik edilebileceği nişler ve alanlar da sağlayabilir.

Funk, Kellner ve Share (2016), eleştirel medya okuryazarlığına (EMO) ilişkin geliştirdikleri çerçevede, kitlelerin farklı boyutlarını ve diğer temel soruları vurgulamıştır. Daha geniş bir anlamda buna eleştirel medya ve bilgi okuryazarlığı diyebilir ve araştırmacıların fikirlerini aşağıdaki tabloda olduğu gibi uyarlayabiliriz.

EMO SORULARI	EMO KAVRAMLARI
1. Bu metnin oluşturulmasına yardımcı olan seçimleri yapan tüm olası kişiler kimlerdir?	Sosyal Oluşturmacılık: Bütün bilgiler, sosyal güç ve etki bağlamları içinde seçimler yapan bireyler ve/veya insan grupları tarafından birlikte oluşturulur.
2. Bu metin nasıl oluşturuldu ve iletildi/buna erişim nasıl sağlandı?	Diller/Göstergebilim: Bütün kurumsal içerik sağlayıcılar, görsel ve işitsel türler de dahil olmak üzere, belirli dil kuralları ve anlamlar içeren bir dil kullanır. Bu konu hakkında daha fazla bilgi edinmek için 7. Modüle bakın.
3. Bu metin nasıl farklı şekillerde anlaşılabilir?	Kitle/Konumsallık: Bireyler ve gruplar, çeşitli bağlamsal etmenlere bağlı olarak, medya mesajlarını benzer ve/veya farklı şekillerde anlarlar.
4. Bu metinde hangi değerler, bakış açıları ve ideolojiler temsil ediliyor veya eksik ya da sağlayıcıdan etkilenmiştir?	Temsil Politikaları: Mesajlar ve bu mesajları ileten kurumlar daima önyargı sahibidir; baskın güç, ayrıcalık ve zevk hiyerarşilerini destekler ve/veya bunlara karşı çıkarlar.
5. Bu metin neden oluşturuldu ve/veya paylaşıldı?	Üretim/Kurumlar: Tüm metinlerin, üreticileri ve/veya üreticilerin faaliyet gösterdiği sistemler tarafından şekillendirilen (genellikle ticari veya resmî) bir amacı vardır.
6. Bu metin kime avantaj ve/veya dezavantaj sağlıyor?	Sosyal Adalet: İçerik, insanlar, gruplar ve konular hakkındaki olumlu ve/veya olumsuz fikirleri idame ettiren veya bunlara karşı çıkan bir mücadele alanıdır; içerik asla tarafsız değildir.

Bu model, küresel vatandaşlık (ve GCED) bağlamına ve hızla değişen medya ortamı zeminine ek olarak, bilgi ve iletişim ekolojisine katılımın ne kadar dinamik, geniş kapsamlı ve etkili olabileceğinin altını çizmektedir. Belirli kültürel biçimlerin ve küresel olayların yerel söylemlere ve bilgi dağıtımına ne kadar kuvvetli bir biçimde nüfuz edebileceği göz önüne alındığında, medyayla etkileşime girmediğimiz zamanlarda bile genellikle medyadan etkilenir ve onun tarafından şekillendiririliriz. Bu nedenle, gruplara ve hatta toplumlara veya bölgelere bile orantısız bir şekilde zarar verebilecek ve onları dışlayabilecek bilgi ve iletişim ekolojisi yoluyla hegemonik kontrol ve etki konusunda endişe duymalıyız.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- İnsanların günlük hayatlarında çeşitli içerik sağlayıcıları ve BİT'leri nasıl kullandıklarına ilişkin örnekler toplayın ve bunları tarif edin. Eğlence sektöründeki ünlülerin odak noktasını araştırıp inceleyin ve bu bağlamda hedef kitlenin kim olabileceğini tartışın. Kimler dahil ediliyor, kimler dışarıda bırakılıyor ve kimlik ile kitleyi yeniden teyit

edebilecek ana temalar ve göstergeler nelerdir? Bu kaynaklar, kitlelerin içerikleri nasıl kullandığına ilişkin size ne söylüyor? Söz konusu kullanımlar, üreticilerin amaçladıklarından hangi biçimlerde farklı olabilir?

- Bir reality şovunda, eğlence performansında, haberlerde vb. gösterilenlerden tamamıyla farklı bir geçmişe sahip bir ailenin bazı güncel TV programlarını veya reklamları nasıl yorumlayabileceğini hayal edin. Bu, günümüzdeki içerik sağlayıcılar ve kitleler hakkında ne söylerdi? Bunun toplum açısından etkileri nelerdir?
- Yerli halkları, ırksallaştırılmış grupları, düşük sosyo-ekonomik statüye sahip veya yoksulluk içindeki grupları, etnik ve dini azınlıkları, kadınları, LGBTQI+ topluluğunun üyelerini (gruplar bağlama göre değişiklik gösterebilir) içerebilecek – dışlanmış grupların medya temsilleri ve kitle tepkisi açısından anaakım medyayla nasıl ilişki kurduğunu düşünün.
- Anaakım gazeteler, televizyon ve radyo da dahil olmak üzere anaakım, geleneksel medya ile alternatif medya ağları gibi daha yeni, alternatif sağlayıcılar ve çevrimiçi oluşturulan aktivist grupları vb. arasındaki farkları inceleyin.
- İnsanların, özellikle öğrencilerin sosyal medya ile nasıl etkileşime girdiğini ve sosyal medya ile etkileşimlerinin tutum, davranış ve eylemler açısından, onların günlük hayatını nasıl etkilediğini tartışın. Bunun sonuçları nelerdir? Bu kişilerin sosyal medya ile etkileşimleri daha büyük vatandaş katılımının bir parçası mı yoksa değil mi? Sivil eylemlerin "Beğen" düğmelerine tıklamakla veya gönderileri paylaşmakla sınırlı olduğu anlamına gelen "slacktivisim"de (dijital pasif eylemcilik) bir artış var mı? Başlıca endişeleri ve ilgi alanları nelerdir? Eğitmenler, küresel vatandaşlık ile sosyal medya arasındaki bağlantı noktasıyla ilintili başka aktiviteleri araştırmalı ve bunları daha fazla geliştirmelidir.
- Reklamların içerik sağlayıcılar ile içerikleri kullanmamızı, yorumlamamızı ve anlayışımızı nasıl etkilediğini göz önünde bulundurun. Reklamların filmlere, televizyona, basılı yayınlara, radyoya ve internete gizlice yerleştirildiğinin farkında mıyız? Dijital ayak izlerimize ve karar vericilerin bireysel olarak ilgimizi çekeceğini sandığı şeylere göre programlanan reklamlarla dünyayı okumamızı ve medya kullanımımızı donatan algoritmaları nasıl anlıyoruz? Sosyal medya reklamlarını analiz etmek, nasıl hedef alındığımızı belirlememiz için bir başlangıç noktası olabilir. Öğrencilerin reklamların ekonomik boyutunu ve bunun, etkileşime girmek için nasıl teşvik edildiğimiz de dahil olmak üzere, bildiklerimizi nasıl etkileyebileceğini araştırmasını sağlayın. Medya ve dijital platformlar, reklamlar olmadan veya en azından davranışları manipüle edebilen, veri güdümlü ve mikro hedeflemeye dayalı reklamcılık olmadan varlığını sürdürebilir mi? Alternatif iş modelleri neler olabilir? Reklamcılık hakkında daha fazla bilgi edinmek için 10. Modüle bakın.
- İnternet arama motorlarının verileri nasıl sunduğunu inceleyin. Reklamcıların veya üreticilerin, internet aramalarının belirli bilgileri diğerlerinden daha fazla içermesi biçiminde nasıl daha yüksek sıralamalar satın alabileceğini tartışın. İnterneti kullanırken yerel bağlam nasıl değerlendiriliyor? Daha da önemlisi, hangi bilgiler, görseller, fikirler veya endişeler vurgulanmıyor ya da ihmal ediliyor; hangileri daha ağırlıklı olarak sergileniyor? Bunun, içerik tüketimi, üretimi ve küresel vatandaşlık açısından olası sonuçları nelerdir?

- Bir televizyon programı veya sosyal medya üzerindeki gibi popüler bir medya metni aracılığıyla iletilen mesajları ve değerleri analiz edin. Farklı bir sosyal gruptan (örneğin, yaş, etnik köken) insanlar dahil edilseydi veya erkek ve kadın karakterler rollerini değişseydi, mesajlar nasıl değişebilirdi? Bu, kitleyi nasıl etkileyebilir? Bu değişiklikler gerçekleşseydi, ne, neden değişirdi ve sonuçları neler olurdu?
- Hangi içeriğin nasıl ve ne ölçüde sunulduğunu belirlemede dilin ne kadar kilit bir etmen olduğunu ve bunun bildiklerimizi ve davranma şeklimizi nasıl etkileyebileceğini analiz edin. Yerel diller, diğer bazı diller kadar kolay erişilebilir, mevcut ve etkili mi? Bazı dillerin diğerlerinden daha baskın olmasının etkisi nedir? Bu durum, bilgi tabanımızı yerel kültürel değerlerimizle uyuşmayabilecek değerler, tutumlar ve davranışlar lehine şekillendiriyor mu? Hegemonya çeşitliliğe dönüştürülebilir mi?
- Sosyal medyada yayılan *meme*leri görüntüleyip tartışın ve bunların kitlesinin kim olabileceğini anlamaya çalışın. Birkaç *meme* seçin ve bunları anlamak için neyin gerektiğini, bunların kitleye bağlı olarak farklı şekillerde anlaşılıp anlaşılamayacağını analiz edin. Öğrencilerin kendi toplumlarındaki sorun ve meseleleri bağlamsallaştırmaları ve aydınlığa kavuşturmaları için *meme*ler oluşturmalarını sağlayın. Ardından, *meme*lerin nasıl kullanıldığının, yayıldığının (bazen viral hale gelmesinin) ve yorumlandığının sonuçlarını tartışın. *Meme*lerin küresel vatandaşlık üzerindeki etkisini değerlendirmek adına mizah, ironi, yaratıcılık, kültürel bilgi ve kitle yorumu değişkenlerini analize dahil edin.
- Medyada ve medya aracılığıyla neler söylenebilir, neler engellenir veya hariç tutulur? Neden? Görseller mesaj iletmek için nasıl kullanılır? Neden bazı konuların tabu gibi göründüğünü ve diğerlerinden daha az ele alındığını tartışın. Bu durum, içerik sağlayıcılarla ilgili olarak kitle ve güç ilişkileri hakkında ne söylüyor?
- Bölgenizdeki kolej ve üniversiteler için mevcut olan tanıtım malzemelerini inceleyin. Bu malzemelerde öğrenciler gösteriliyorsa, nasıl görünüyorlar? Neler yapıyorlar? Bu malzemelerde okulun nasıl bir görüntüsü gösteriliyor? Bu öğrenciler, temsil ettikleri okula ilişkin nasıl bir izlenim uyandırıyorlar? Bunlar, gerçek öğrenciler mi yoksa model mi? Toplumsal cinsiyet yanlılığı söz konusu mu? Bu malzemelerde öğrenciler görünmüyorsa, hangi görseller seçilmiş ve bunlar kurum hakkında ne söylüyor? İlgili malzemeleri analizinize göre, hedef kitle kim? Hangi mesaj iletiliyor? Amaçlanan çerçeve alımlamayı nasıl etkiler?

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Belirli içerik türlerinin kitlesinin kim olduğunu belirlemek için bir model, tablo veya değerlendirme aracının geliştirilmesi;
- Medyadaki ve çevrimiçi mesajların, önemli etkilerin yanı sıra kitleyi de açıklayan bir kelime haritası veya Wordle gibi bir kelime bulutu aracılığıyla kolajlanması;
- Ana akım medya ve dijital platformların metin analizi (yönelim, odak noktası, olası etkiler, kitle vb.);

- Temel etmenlerin (yönelim, odak noktası, olası etkiler, kitle vb.) belirlenmesi için sosyal medyanın (örneğin, Facebook, WeChat, VK, Twitter, Instagram, TikTok, Taringa!, YouTube vb.) metin analizi;
- İnsanların, kitleler, içerik ve içerik sağlayan kurumlarla ilgili olarak küresel vatandaşlığın önemine ilişkin anlayışına dair küçük bir anket tasarlama ve başlatma.

3. ÜNİTE: MBO, DİJİTAL MEDYA VE SİVİL KATILIM

SÜRE: 2 SAAT

Günümüzde, "küresel vatandaşlık" ve "sivil katılım" ihtiyacı ve bunlara duyulan ilgi, en azından kısmen insanların şimdilerde, daha önce hiç görmediğimiz düzeyde, işbirliklerine, iletişime ve katılıma olanak tanıyan içerik sağlayıcılara ve dijital araçlara eşi benzeri görülmemiş erişimi sayesinde yeni bir aciliyet kazanmış gibi görünüyor.

Bundan yarım yüzyılı aşkın bir süre önce, iletişim uzmanı Marshall McLuhan, zaman içinde "küresel bilincimizi" tanımlama şeklimiz üzerinde önemli bir etkiye sahip olacak çok sayıda fikir geliştirdi. McLuhan, teknolojinin kimliklerimiz, ilişkilerimiz ve topluluklarımız ile bunlara katılma biçimlerimiz üzerinde derin bir etkisi olduğunun farkındaydı. McLuhan, internet ve sosyal medyanın kullanımından çok önce, içerik sağlayıcıların kitleler ve kullanıcılar ile bağlantı kuracağı biçimleri tanımlamak üzere "küresel köy" ifadesini buldu. Gerçekten, McLuhan içerik sağlayıcıların, dünyayı ve kendimizi düşünme biçimimiz de dahil olmak üzere, eylemlerimizi, tutumlarımızı ve davranışlarımızı etkileyeceğine inanıyordu. McLuhan (1964) "Biz araçlarımızı şekillendiririz ve sonrasında araçlarımız bizi şekillendirir," demişti.

Bilim insanları bugün daha da ileri giderek, bu "biz"in kim olduğunu daha yakından inceliyorlar. Hangi oluşumların araçları neden oluşturduğu, iş modellerinin ne olduğu ve zararlı olma potansiyeline sahip içsellikler ile dışsallıklar olup olmadığı üzerine sorular soruyorlar. Bu da, içinde bulunduğumuz dünyada BİT'in gelişiminden kimlerin yararlanıp kimlerin yararlanamadığının değerlendirilmesine işaret ediyor.

Sosyal medya kullanımı, tüketimi, üretimi, katılımı ve yaratıcılığın kişisel, sosyal, mesleki ve topluluk temelli hayatlarımızın bütün yönlerine nüfuz etmesi, vatandaşlık, demokrasi ve sivil katılım üzerine düşünme biçimlerimizi de değiştirdi. Bu nedenle, MBO mevzusu bu yeni iletişim ve bilgi ekolojisinin merkezinde yer alır ve başkaları ve kitlelerle – bilinen ve bilinmeyen, görünen ve görünmeyen, güdümlü ve sıradan – nasıl etkileşim kurduğumuza ve bu etkileşimin olası etkisinin ne olabileceğine ilişkin sorgulamalara alan açar.

Başlıca Konular

- Yeni teknolojilerin küresel vatandaşlık ve sivil katılım üzerindeki etkileri;
- Sivil katılımda ses ile kolektif ve bireysel eylem kapasitesinin rolü;
- Sosyal medyaya aktif katılımı vurgulayan ve bunun ile demokratik haklar, aktif vatandaşlık ve yetkinlikler arasında bağlantı kuran pedagojik stratejiler;
- Çeşitli kullanıcıları, dijital iletişim şirketlerini ve sivil katılım olanaklarını kabul eden ve destekleyen strateji örnekleri;
- Sınıf içinde, toplumda ve sivil kurumlarda medya ve bilgi okuryazarlığı ile sivil katılım potansiyeli.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Kitleleri çeşitli çevrimiçi alanlara çekmek için kullanılan stratejileri inceleme;
- Katılımcıların çevrimiçi alanlarda üstlenebilecekleri rolleri tanıma;
- Kimlik, amaç ve hedeflenen kitlenin çeşitli sosyal ağlar ve diğer içerik sağlayıcılar aracılığıyla oluşturulma ve iletilme biçimlerini analiz etme;
- Kitlelerin dijital iletişim şirketleri aracılığıyla sivil katılıma veya sosyal eylemlere nasıl dahil olabileceğini tanımlama.

Sivil Katılım ve Sınıf Ortamı

Sivil katılım olanaklarını keşfederken, birçok eğitmen ve öğrenci sosyal ağları ve bunların sosyal eylemler için nasıl kullanılabileceğini analiz ettikleri bir sorgulama sürecine katılırlar. Dijital iletişim şirketlerinin, benzer bir konuya ilgi duyan veya bir "yakınlık" paylaşan kişilerin bir araya gelebileceği ve bilginin mevcut sosyal ağlar aracılığıyla kolaylıkla edinilip geniş çapta dağıtılabileceği çevrimiçi alanlar oluşturma yollarını tartışırlar (Jones ve Hafner, 2012).

Bu tür sınıf tecrübeleri teknoloji ile kullanımına yoğunlaşan eleştirel pedagoji ihtiyacını vurgulamaktadır. Paulo Freire tarafından geliştirilen ve başka birçok araştırmacı ve aktivist tarafından kabul edildiği şekliyle eleştirel pedagoji, özgürleştirmeye ve bilinçlendirmeye yol açma arayışıyla, toplumsal ilişkilerdeki eşitsiz/adaletsiz güç ilişkilerini ve baskının anlamını incelemeyi ve sorunsallaştırmayı amaçlar. Daha basit bir ifadeyle, eleştirel pedagoji bir metodoloji değil, daha ziyade tüm öğrenciler ve toplum üyeleri için anlamlı, eleştirel dönüştürücü eğitimin nasıl geliştirileceği ve sağlanacağı üzerine düşünmeye dayalı sonsuz bir süreçtir.

MBO kapsamında eleştirel pedagoji, öğrencileri sosyal katılım ve dönüşüm olanaklarını geliştirmek veya bastırmak için teknolojinin nasıl kullanılabileceğini düşünmeye davet eder. MBO eğitmenlerin, yalnızca öğrencilerin sınıflarıyla ilgili konu ve meseleleri

araştırmak amacıyla yeni teknolojileri kullanmak için fırsatlar yaratmakla kalmayıp (diğer bir deyişle, çeşitli teknolojiler aracılığıyla eğitim vermesini değil), aynı zamanda bu fırsatları teknoloji hakkında eleştirel eğitim vermek üzere kullanmalarını gerektirir. Bu, öğrencilere çevrimiçi alanlar, çevrimiçi içerikler, kitlelerin dikkatini çekme teknikleri, kendi çevrimiçi davranışları ve katılım sürecinin temel yönleri üzerine eleştirel düşünme fırsatı sunmayı içerir. Öğrencilerin kendilerinin sosyal ağ sitelerini, sosyal medyayı, uygulamaları ve ilgili pratikleri nasıl kullandıkları bütün sınıflar için önemli konulardır.

Toplumsal ve siyasi etkileri de dahil olmak üzere, bir çevrimiçi alanın analiz ve değerlendirmesi üç kilit noktaya dayanır: 1) alanın amacının belirlenmesi ve bu alanın temelini oluşturan ve bu alanda temsil edilen ideoloji ve değerlerin incelenmesi; 2) bu alanı kimin oluşturduğunun ve kontrol ettiğinin belirlenmesi ve bu alanın neden belirli bir şekilde tasarlandığının analiz edilmesi; 3) bu alanın hedef kitlesinin kim olduğunun, insanların bu alanı nasıl kullandığının ve sonuç itibarıyla kimin fayda sağladığının belirlenmesi.

Aşağıdaki sorular, eğitmenler ve öğrenciler tarafından bu sorgulama hattını ilerletmek için kullanılabilir. Bu gibi sorular, dijital iletişim şirketlerini, belirli ideoloji ve değerleri temsil eden ve farklı kitleler tarafından farklı biçimlerde kullanılabilen yapılandırılmış "alanlar" olarak eleştirel bir şekilde analiz etmeye ve anlamaya yönelik bir çerçeve geliştirmeye yardımcı olabilir.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Bu alanlar insanları nasıl bir araya getiriyor veya insanları yankı odalarına veya potansiyel olarak dışlayıcı topluluklara nasıl yönlendiriyor? Bunlar, çevrimdışı olarak bir araya gelebileceğiniz yöntemlerden farklı mı? Bu site üzerinden ne tür sosyal ilişkiler oluşturuluyor?
- Ne tür iletişim veya etkileşim mümkündür? Bire-bir mi, bire-çok mu, çoka-çok mu? Bu tür bir iletişimin etkisi nedir? Etkileşim kuralları ve normları nelerdir? Bu kuralları nasıl öğreniyorsunuz?
- Söz konusu ağdaki insanlar hakkında neler biliyorsunuz? Onlar sizin hakkınızda neler biliyor? Hangi bilgiler gözler önüne seriliyor, hangi bilgiler gizleniyor? Bunun nedeni nedir?
- Bu alanda hangi değerler teşvik ediliyor? Bu değerler nasıl görünür kılınıyor? Bu alanın sahibi ve bu alanı kontrol eden, bir birey mi, kurum mu yoksa şirket mi? Nereden biliyorsunuz?
- Bu siteye kimlerin erişimi var? Bu alana dahil olmanın veya bu alanda iletişim kurmanın "bedeli" ya da yöntemi nedir? Katılım için başka hangi fırsatlar mevcut? Bunlar ne kadar etkili/erişilebilir?
- Söz konusu site başkalarının dikkatini çekmek veya bilgi paylaşmak için başka

hangi araçlardan yararlanıyor? Katılımcıları kapsamak ve onların çeşitli eylemlere katılmasını sağlamak için hangi stratejiler kullanılıyor?

- Söz konusu alan anlam oluşturmak ve iletmek için metinleri ve görsel unsurları nasıl kullanıyor? Söz konusu alanı tanımlayan veya yapılandıran kilit unsurlar nelerdir? Bunun sonucunda ne tür bir "gerçeklik" veya topluluk oluşturulur? (Jones ve Hafner, 2012)
- Sivil katılımı teşvik etmek amacıyla kalkınma ajansları ve/veya STK'lar tarafından kullanılan dijital iletişim şirketlerini inceleyin. Size göre, bu şirketlerin başarısına katkıda bulunacak etmenler nelerdir?[63]

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Güncel bir küresel konuyu genç bir kitleye tanıtmak amacıyla çevrimiçi bir alan oluşturmak için bir plan oluşturun. Bilgiyi "dışarı itecek" ve genç bir kitleyi alana "çekecek" stratejilere önem verilmelidir.
- Çevrimiçi alanları tasarım unsurları, iletilen mesaj ve değerler, etkileşim olanakları, kitleler üzerindeki olası etkisi vb. bakımından analiz edin.
- Mevcut dijital iletişim şirketleri için kitle profilleri oluşturun. Söz konusu profil, sitelerin hangi özelliklerinin hedef kitlenin belirlenmesinde önemli olduğunu vurgulamalıdır.
- Çevrimiçi alanların insanların küresel sorunlara ilişkin anlayışları ve sosyal eylemlere katılma istekleri üzerindeki etkisini belirlemek için küçük bir anket tasarlayın ve başlatın.
- Sahiplik ve kontrol konularını, alanın nasıl finanse edildiğini ve daha büyük bir çevrimiçi ağ veya topluluğa bağlı olup olmadığını belirlemek üzere bir çevrimiçi alanı analiz edin.

63. Bu kısım şuradan uyarlanmıştır: Johnson, Matthew ve Wilson, Carolyn, "Media Literacy, Digital Technologies and Civic Engagement: A Canadian Perspective" ("Medya Okuryazarlığı, Dijital Teknolojiler ve Sivil Katılım: Kanada'dan bir Bakış Açısı"), in Culver, Sherri Hope ve Kerr, Paulette (2014), *Global Citizenship in a Digital World (Dijital bir Dünyada Dünya Vatandaşlığı*), 2014 Yıllığı, The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, Göteborg Üniversitesi, İsveç. (Açık kaynak adresi: https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:769160/FULLTEXT01.pdf).

4. ÜNİTE: VATANDAŞ GÜDÜMLÜ BİLGİ VE YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ

SÜRE: 4 SAAT

Başlıca Konular

- Medya ve Bilgi Okuryazarlığı (MBO) perspektiflerinden kamu yararı için vatandaş güdümlü bilgi kavramını anlamak;
- Vatandaş güdümlü bilgi ile ilişkili olarak yurttaş gazeteciliği;
- Vatandaş güdümlü bilginin entelektüel temeli olarak Medya ve Bilgi Okuryazarı Vatandaşlar;
- Açık toplum ve liberal demokraside yurttaş gazeteciliğinin rolü;
- Sivil katılım ve kültürlerarası diyalog için vatandaş güdümlü bilgi;
- Medya ve bilgi okuryazarlığı güdümlü yurttaş gazeteciliği.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Vatandaş güdümlü bilgi ile yurttaş gazeteciliği arasındaki bağlantıyı açıklama.
- Sivil katılımlarda ve anlamlı kültürlerarası diyaloglarda vatandaş güdümlü doğrulanabilir bilgide medya ve bilgi Okuryazarlığının önemini anlama.
- Medya ve bilgi okuryazarı yurttaş gazetecilerin açık ve demokratik toplumu ve kamu yararına bilgileri savunmadaki rolünü anlama.
- Medya ve bilgi okuryazarı yurttaş gazetecilerin günümüzün kamusal alan bilgi ve iletişim ekosisteminde *influencer*'lar olarak yararlarını açıklama.

Vatandaşlar ve Bilgi

Sürdürülebilir kalkınma ve küresel vatandaşlık eğitimi için eğitimin geliştirilmesi şu gibi konuları gündeme getirir: 1) vatandaşlar tarafından karar verme ve bilgiye dayalı eylem (örneğin, vatandaşların Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'nin uygulanmasına ve izlenmesine ilişkin istişare ve girdileri veya tartışmaya dayalı oy verme örüntüleri), 2) sivil katılım ve kamu yararı için bilgilere kitlesel katılım; yönetişim, iş dünyasının, yerel topluluk liderlerinin, kamu görevlilerinin ve iktidardakilerin hesap sorulabilir ve şeffaf kalmasının sağlanması; iletişim kanallarının sahipliği ve demokratikleştirilmesi; sivil katılım, kamunun bilgiye erişimi ve eşit erişimin sağlanması; kamusal tartışma ve fikirlerin kamusal alanda demokratikleştirilmesi, vb.

Kalkınmada sivil katılım ve demokratik temsiliyet ilkelerine dayalı olarak, kurum temelli gazetecilik farklı çok dilli toplulukları nasıl temsil ettiğine bağlı olarak sorgulanabilir. Bu nedenle UNESCO ve ortakları topluluk radyosunu desteklemektedir (Bkz.: https://en.unesco.org/themes/community-media-sustainability). Aynı zamanda, geleneksel medya ve dijital iletişim şirketleri, daha fazla katılımlı farklı görüşler lehine uygulamalarını demokratikleştirmelidir. Bu düşünce, medya ve dijital platformların çoğulculuğunun temelini oluşturmalı, böylelikle vatandaşların, kendi medyalarına sahip olmaları, daha fazla bilgi kaynakları için rekabet etmeleri ve medya sahipliğindeki yoğunlaşma ile dijital iletişim şirketlerinin sınırlı sayıda '*influencer*'ı algoritmik olarak güçlendirmesinin neden olduğu, belirli toplumsal konuların haberleştirilmesinde gözlemlenen boşlukların, ihmallerin veya verimsizliklerin yıllardır süren etkilerine karşı koymaları için daha fazla fırsat sunmalıdır.

Yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinin sağladığı yeni medya ve sosyal medyanın gelmesiyle, vatandaşlar artık bir sorun haline gelen, hızla çoğalan içeriklerin büyüsüne kapılıyor. Günümüzün kamusal alanında birçok ülkedeki zorluk artık bilgi eksikliği veya kıtlığı değil, beraberinde getirdiği bununla ilişkili mezenformasyon, dezenformasyon, nefret söylemi ve derin sahtelerin (deep fake) birleştirilmesiyle ortaya çıkan aşırı bilgi yüklemesidir. Kamu yararına bilgilere erişebilmek için, vatandaşların medya ve bilgi okuryazarı olmaları gerekmektedir.

Başka bir deyişle, günümüzün 21. yüzyılının vatandaşları, çeşitlilik gösteren içerikleri değerlendirmek, kamu yararına bilgilere katkıda bulunmak ve bilinçli kararlar verirken 'infodemi' arasında kendi yönlerini etkili bir şekilde bulabilmek için eleştirel düşünme becerilerine ihtiyaç duyarlar. Bu açıdan, medya ve bilgi okuryazarlığı başlı başına kamu yararınadır (kamu malıdır). Vatandaşların katkıda bulunduğu bilgiler, sosyal medyada paylaşılan düzeltmelerden Vikipedi girdilerine ve hatta röportaj ile meslek etiğini de içeren yurttaş gazeteciliğine kadar, birçok biçim alabilir.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Yurttaş gazeteciliğinden ne anlıyorsunuz? (Farklı sosyal ve ekonomik mevkilerdeki) insanların yurttaş gazeteciliğinden ne anladığına ilişkin farklı görüşleri tartışın, bu konuda görüşmeler yapın ve bulgularınızı karşılaştırın. Farklı bakış açılarını özetleyin. Ayırt edilebilir eğilimler görüyor musunuz?
- Geleneksel medya yurttaş gazeteciliği kavramına nasıl bakıyor? Yurttaş gazeteciliğini nasıl algıladıklarını öğrenmek ve bunu, yukarıdaki alıştırmanın sonuçlarıyla karşılaştırmak amacıyla, geleneksel medya organlarından farklı kişilerle derinlemesine görüşmeler gerçekleştirmek için bilinçli bir çaba gösterin. Söz konusu algılamalar arasında herhangi bir farklılık görüyor musunuz?

- Vatandaşların topluluk medyasına katılımı, bilgi üretimi ile gazeteciliğin yanı sıra, aynı derecede diyaloglara katılımı, kültürü temsil etmeyi vb. de içerebilir. "UNESCO, bağımsız, topluluk tarafından ve topluluk için topluluk medyasını kuvvetle savunmaktadır... Topluluk radyosu, kırsal ve ulaşılması zor topluluklar arasında eğitime, kendini ifade etmeye ve iletişime daha fazla erişim için bir sosyal yardım mekanizması sağlaması açısından elzemdir. Bu tür radyo istasyonları, toplulukların kendi kalkınma gündemlerine ilişkin bir sahiplenme duygusu aşılayarak, görüşlerini alenen ifade etme, sorunları tartışma ve topluluklarının kültürünü, tarihini ve dilini tanıtmaları hususunda kendi kendine yetkin hale gelmelerini sağlar." Bu ifade etrafında bir sınıf tartışması düzenleyin. Tartışmanın sonuçlarını belgeleyip bu konuda bir rapor hazırlamaları üzere bir grup öğrenciyi görevlendirin. Ülkenizde veya bölgenizde hangi kuruluşlar topluluk radyosunu destekliyor? Topluluklarınızda topluluk medyası var mı? Şayet yoksa, neden olmadığını tartışın. Şayet varsa, bunlar sürdürülebilir mi? Kadınlar ve kız çocuklar topluluk radyosunun yönetiminde yer alıyor ve içeriklerde erkekler ve erkek çocuklarla eşit şekilde yansıtılıyor mu? Tartışma sırasında başkaca sorular geliştirin ve bu sorulara yanıt verin. Hazırladığınız raporu, ülkenizdeki veya topluluğunuzdaki ilgili makamlarla paylaşın.
- UNESCO'nun hazırladığı *Community Media Sustainability Policy Series* (Topluluk Medyası Sürdürülebilirlik Politikası Serisi) adlı kaynağı bu konuda daha fazla tartışma, araştırma ve eylemler için temel olarak kullanın (Bkz.: https://en.unesco.org/communitymedia-sustainability/policy-series).
- İnsanların bilgileri (metin, video, grafikler vb.) farklı sosyal medya platformlarında nasıl paylaştıkları üzerime düşünün. Bu platformlardaki vatandaş güdümlü bilgilerin kamusal alana olumlu katkı sağladığını ve kolaylaştırıcı bir bilgi ve dijital iletişim ekosistemi olduğunu söyleyebilir misiniz?
- Anaakım medyanın sosyal medya ile nasıl ilişki kurduğunu ve vatandaş gazetecilerin sosyal medya aracılığıyla haber içeriklerini nasıl etkilediğini tartışın. Bu ilişkilerin vatandaş güdümlü bilgi açısından etkileri nelerdir? Sosyal medya etkileşimi, sivil kamusal alan söylemine daha fazla vatandaşın katılmasına yol açar mı? Bu hususta, olası öne çıkan endişeler ve etkiler sizce neler olabilir?
- Medya ve dijital teknoloji '*influencer*'larının yurttaş gazeteciliğiyle nasıl bir ilişkisi olduğunu düşünün. Bu düşünceyi göz önünde bulundurarak, internetteki algoritma güdümlü bilgilerin vatandaş güdümlü bilgileri etkileme biçimlerini tartışın. Bu tür etki altında kalan anlatıların, gelecekteki siyasi katılımları ve kültürlerarası diyalog için vatandaşların bilgiye genel erişimi üzerindeki etkileri nelerdir? Yapay Zekâ ve algoritmalar hakkında daha fazla bilgi için 11. Modüle bakın.
- Yurttaş gazeteciler için Medya ve Bilgi Okuryazarlığı eğitiminin gerekliliğini ve bu eğitimin daha genel anlamda vatandaş güdümlü bilgi üzerindeki etkisini tartışın. Bu ve bu bölümdeki diğer aktivitelere yönelik tartışmalarda UNESCO'nun hazırladığı *MIL in Journalism: A Handbook for Journalists and Journalism Educators (Gazetecilikte MBO: Gazeteciler ve Gazetecilik Eğitmenleri İçin bir El Kitabı)*, (Bkz.: https://en.unesco.org/sites/default/files/mil_eng.pdf), adlı kaynağı dikkate alın.

- Medya ve bilgi okuryazarlığı eğitiminin vatandaşların internet arama motorlarında eriştikleri bilgilerin niteliğini nasıl etkileyebileceğini ve bu okuryazarlığın vatandaşların sivil katılım için güçlendirilmesi üzerindeki etkisini analiz edin. Bu süreçte çevrimiçi uygulamalı aktiviteler düzenleyin.
- Öğrencileri gruplara ayırın. Öğrencilere, farklı Açık Veritabanları'nın yanı sıra, yüksek lisans ve doktora tezi veritabanlarını da araştırmaları yönünde rehberlik edin. Vatandaş güdümlü bilgiler olarak bu havuzlar etrafında bir tartışmaya rehberlik edin. Toplumsal cinsiyet eşitliği, toplumsal kalkınma veya ilginizi çeken başka konularla ilgili araştırma raporları arayın. Aşağıdaki soruları tartışıp ilave sorular yazın. Bu bilgi kaynakları yerel ve ulusal tartışmalarda kullanılıyor mu? Neden kullanılmıyor? Yerel toplulukların, ulusal hükümetlerin ve uluslararası kalkınma kurumlarının bu bulguların bir kısmından daha fazla haberdar olması için neler yapılabilir? Sizin ilginizi çeken ve yüksek lisans veya doktora düzeylerinde hakkında çok az araştırma yapıldığını veya hiç araştırma yapılmadığını fark ettiğiniz konular var mı? Bu konuda ne yapılabilir? Bu sürece ilişkin kısa bir rapor hazırlayın. Okulda, topluluk merkezlerinde vb. izleme eylemleri düzenleyin. Bilgi yaşam döngüsü ile akademik bilgilerin nasıl oluşturulup doğrulandığı hakkında daha fazla bilgi edinmek için 3. Modüle bakın.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Hem geleneksel medyadaki hem de sosyal medyadaki medya influencer'larını ve vatandaş anlatılarına ilişkin kanaat oluşturucuları belirlemek amacıyla bir değerlendirme aracı ya da karşılaştırmalı analiz tablosu geliştirme;
- Belirli bir toplumsal veya politik konudaki sosyal medya anlatılarının metin analizini yapma ve vatandaş bilgileri güdümlü kilit etmenleri (zihniyet, düşünce, potansiyel önyargı, medya yönelimi vb.) belirleme;
- İnsanların yurttaş gazeteciliği kavramına ilişkin kavrayışına dair küçük bir anket geliştirip başlatma;
- Yurttaş gazeteciliğinin gerek çevrimiçi gerekse çevrimdışı günümüzün geleneksel medyası üzerindeki etkisi üzerine bir odak grubu tartışması ve derinlemesine görüşme yürütme;
- İnsanların medya ve bilgi okuryazarlığını kavrayışına ilişkin küçük ama kapsamlı bir anket tasarlayıp başlatma.

Bu Modül İçin Kaynaklar ve Referanslar

DEEEP (2015), *Transformational Communications for Global Justice: Reframing Toolkit* (*Küresel Adalet İçin Dönüştürücü İletişim: Yeni bir Çerçeve İçin Araç Seti*), Birleşik Krallık: DEEEP, (https://www.bridge47.org/sites/default/files/2018-12/17_transformational_communications_toolkit.pdf).

DiMaggio, Paul, Hargittai, Eszter, Neuman, W. Russell ve Robinson, John P. (2001), "Social Implications of the Internet" ("İnternetin Toplumsal Sonuçları"), *Annual Review of Sociology*, vol.27, s.307-336.

Funk, Steven, Kellner, Douglas ve Share, Jeff (2019), "Critical Media Literacy as Transformative Pedagogy" ("Dönüştürücü bir Pedagoji Olarak Eleştirel Medya Okuryazarlığı"), in Information Resources Management Association (IRMA), *Journalism and Ethics: Breakthroughs in Research and Practice* (*Gazetecilik ve Etik: Araştırma ve Pratikte Çığır Açıcı Yenilikler*), Hershey: IGI Global, s.318-348, (https://www.researchgate.net/publication/342214960_Critical_Media_Literacy_as_Transformative_Pedagogy).

Jones, Rodney H. ve Hafner, Christoph A. (2012), *Understanding Digital Literacies: A Practical Introduction* (*Dijital Okuryazarlıkları Anlamak: Pratik bir Giriş*), New York: Routledge.

Maguth, Brad M. (2013), The Use of Social Networks in the Social Studies for Global Citizenship Education: Reflecting on the March 11, 2011 Disaster in Japan ("Sosyal Ağların Küresel Vatandaşlık Eğitimi Sosyal Araştırmalarında Kullanımı: 11 Mart 2011 Japonya Felaketi Üzerine Değerlendirme"), *The Georgia Social Studies Journal*, 3(2), s.80-93.

Ontario İlkokul Öğretmenleri Federasyonu (ETFO) (2010), *Education for Global Citizenship: An ETFO Curriculum Development Inquiry Initiative* (*Küresel Vatandaşlık İçin Eğitim: EFTO Müfredat Geliştirme Tahkikatı Girişimi*). Toronto: ETFO, (http://etfo.net/globaled/HTML5/)

Share, Jeff, Mamikonyan, Tatevik ve López, Eduardo (2019), ("Critical Media Literacy in Teacher Education, Theory, and Practice" ("Öğretmen Eğitiminde Eleştirel Medya Okuryazarlığı, Teori ve Pratik"), *Oxford Research Encyclopedia of Education*, (Açık kaynak adresi: https://oxfordre.com/education/view/10.1093/acrefore/9780190264093.001.0001/acrefore-9780190264093-e-1404).

UNESCO (2014), *Global Citizenship Education: Preparing Learners For the Challenges of the 21st Century* (*Küresel Vatandaşlık Eğitimi: Öğrencileri 21. Yüzyıl Zorluklarına Hazırlarken*), Paris: UNESCO, (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000227729?1=null&queryId=f3748880-de67-4d95-9ffe-87245f5195a8).

UNESCO (2015), *Global Citizenship Education: Topics and Learning Objectives* (*Küresel Vatandaşlık Eğitimi: Konu Başlıkları ve Öğrenme Hedefleri*), Paris: UNESCO (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232993).

UNESCO (2017), (Santiago Ofisi), *Global Citizenship Education In Latin America and the Caribbean: "Towards a World Without Walls: Global Citizenship Education in the SDG 4 – E2030 Agenda"* (*Latin Amerika ve Karayiplerde Küresel Vatandaşlık Eğitimi: "Duvarsız Bir Dünyaya Doğru: SKH 4 – E2030 Ajandası'nda Küresel Vatandaşlık Eğitimi*), Santiago: UNESCO. (Açık kaynak adresi: https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.bridge47.org/sites/default/files/2018-12/22_gce_in_latin_america_and_the_carribean.pdf).

UNESCO (2018), (Bangkok ve Asya ve Pasifik Eğitim Bölge Ofisi), *Preparing Teachers for Global Citizenship Education: a Template* (*Öğretmenleri Küresel Vatandaşlık Eğitimine Hazırlamak: Bir Şablon*), Bangkok: UNESCO, (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265452).

UNESCO (2018), (Deardorff, Darla K., et al.), *Global Citizenship Education: Taking It Local* (*Küresel Vatandaşlık Eğitimi: Yerel Olarak Görmek*), Paris: UNESCO, (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265456?posInSet=1&queryI%20d=4087efd2-0912-4a83-ae0e-b1ddcae1f637).

UNESCO (2020), *Antisemitizm ile Eğitim Yoluyla Mücadele: Politika Belirleyiciler için Kılavuz İlkeler*, Paris: UNESCO, (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374902).

UNESCO (2020), *Addressing anti-Semitism in Schools: Training Curricula* (*Okullarda Antisemitizmle Mücadele: Eğitim Müfredatı*), Paris: UNESCO, (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374864?posInSet=1&queryId=dbd05bbf-952c-4111-b584-1a2a009d923a).

UNESCO ve UNODC (2019), *Empowering Students for Just Societies: Handbooks for Primary and Secondary School Teachers* (*Öğrencileri Âdil Toplumlar İçin Güçlendirmek: İlk ve Orta Öğrenim Öğretmenleri İçin El Kitapları*), Paris: UNESCO ve Viyana: UNODC, (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000370902?posInSet=2&queryId=301e5abc-edd0-462c-8433-5600c64490ee).

İnternet siteleri/veritabanları

Asya-Pasifik Uluslararası Anlayış İçin Eğitim Merkezi (APCEIU)

APCEIU, 2000 yılında UNESCO ile Kore Cumhuriyeti arasında yapılan bir anlaşmayla kurulduğundan bu yana, öğrencileri bu değerlerle güçlendirmek amacıyla önlemler aramak için özenle çaba sarf etmiştir. APCEIU, şu ana program alanları aracılığıyla GCED'in etkili bir katalizörü olmaya çalışmıştır: eğitmenlerinin kapasitesinin geliştirilmesi, araştırma ve politika geliştirme, bilginin yayılması, öğretim/eğitim materyalleri geliştirilmesi ve uluslararası öğretmen değişim programı. APCEIU, UNESCO'nun görev ve yetkisini, çeşitli Uluslararası Anlayış Eğitimi ve Küresel Vatandaşlık Eğitimi programları aracılığıyla gerçekleştirmektedir. http://www.unescoapceiu.org/en/index.php

Bridge 47

Bridge 47, insanların birbirleriyle paylaşmasını ve birbirlerinden öğrenmelerini sağlamak amacıyla oluşturuldu. Bridge 47, dünyanın her yerinden sivil toplumu, Küresel Vatandaşlık Eğitimi aracılığıyla küresel adalete ve yoksulluğun ortadan kaldırılmasına yönelik bir dönüşüme katkıda bulunmak üzere harekete geçirir. https://www.bridge47.org/about

GENE Küresel Eğitim Ağı Avrupa

GENE – Küresel Eğitim Ağı Avrupa – Avrupa ülkelerinde Küresel Eğitim'den ulusal düzeyde sorumlu olan bakanlıklar ve ajanslar ağıdır. GENE, Avrupa ülkelerinde ulusal politika geliştiren ve Küresel Eğitim için finansman sağlayan bakanlıkları, ajansları ve diğer organları bir araya getirir. GENE'ye katılan bakanlıklar ve kurumlar, uzmanlıklarını yapılandırılmış ağ oluşturma, paylaşım stratejileri ve ulusal düzeyde gelişmiş sonuçlara yol açan bir akran öğrenme yaklaşımı aracılığıyla birleştirir. https://gene.eu/

Küresel Vatandaşlık Eğitimi Takas Merkezi

GCED Takas Merkezi, UNESCO ve APCEIU tarafından bilgi paylaşımını kolaylaştırmak ve GCED bilgi ve kavrayışını geliştirmek için ortaklaşa kurulan, GCED hakkında küresel bir veritabanıdır. https://www.gcedclearinghouse.org

Küresel Vatandaşlık İçin IDEAS

İskoçya Uluslararası Kalkınma Eğitimi Birliği (IDEAS), İskoçya'da (Birleşik Krallık) Küresel Vatandaşlık için Eğitimi ve Kalkınma Eğitimi'ni aktif olarak destekleyen ve teşvik eden kuruluşlar ve bireylerden oluşan bir ağdır. http://www.ideas-forum.org.uk/

Media Smarts (Kanada'nın Dijital ve Medya Okuryazarlığı Merkezi)

MediaSmarts, dijital ve medya okuryazarlığı için Kanada menşeli, kâr amacı gütmeyen bir yardım kurumudur. Kurumun vizyonu, çocukların ve gençlerin, medyayla aktif ve bilgili dijital vatandaşlar olarak etkileşim kurmaları için eleştirel düşünme becerilerine sahip olmalarıdır. Kurum, bu amaca ulaşmak için, Kanada okullarında, evlerinde ve topluluklarında dijital okuryazarlığın ve medya okuryazarlığının geliştirilmesinde önderlik sağlar; yüksek kaliteli Kanada merkezli dijital ve medya okuryazarlığı kaynakları geliştirir ve sunar; medya ile ilgili konularda bilgilendirilmiş kamu politikasının geliştirilmesine katkıda bulunan araştırmalar yürütür ve bunları yayar. https://mediasmarts.ca/

McLuhan Dijital Medya Okuryazarlığı Vakfı

McLuhan Vakfı, dijital medya okuryazarlığı ile gerçek ve sanal bir Küresel Köy Meydanı oluşturmaya adanmıştır. Vakıf, dünya çapında dijital medya okuryazarlığına dahil olan binlerce girişim, STK, dernek ve ajans arasında en iyi uygulamaların paylaşımını kolaylaştırır. Meydan, eğitimciler, uygulayıcılar, endüstri oyuncuları ve politika yapıcılar için sanal ve gerçek bir buluşma yeridir. Küresel Köy Meydanı, işbirliği, keşif ve halka erişim aracılığıyla, dijital medya okuryazarlığı alanındaki yenilik ve ortaklıklar arasında gezinmek için uluslararası bir merkezdir. www.mcluhanfoundation.org

UNESCO – Küresel Vatandaşlık Eğitimi (GCED)

UNESCO, GCED'yi uygulama çabalarında üye devletleri destekleyerek çalışır. Bu, GCED konusunda farkındalığın artırılmasını, eğitimin uygulanması için savunuculuk yapılmasını, rehberlik ve kapasite geliştirme araçlarının geliştirilmesini içerir.

UNESCO'nun GCED'ye yaklaşımı şu şekildedir:

- Bütünsel: örgün, yaygın ve sargın öğrenme ortamlarında öğrenme içeriği ve çıktıları, pedagoji ve öğrenme ortamını ele alma;
- Dönüştürücü: öğrencilerin kendilerini ve toplumu dönüştürmelerini sağlamaya çalışma;
- Bağlamsallaştırılmış: yerel ihtiyaçlar ve kültürel gerçeklere uyarlanmıştır;
- Değer temelli: ayrımcılık yapmama, eşitlik, saygı ve diyalog gibi evrensel olarak paylaşılan değerleri teşvik etme;
- Kapsayıcı, eşitlikçi kaliteli eğitimi teşvik etmek için daha büyük bir taahhütte bulunma.

https://en.unesco.org/themes/gced

6. MODÜL:

MEDYA VE BİLGİDE TEMSİLİYET: TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİNİN VURGULANMASI

"Nasıl göründüğümüz kısmen bize nasıl davranıldığını da belirler: başkalarına nasıl davrandığımız onları nasıl gördüğümüze bağlıdır; bu görme eyleminin kaynağında ise temsiliyet vardır."

– Richard Dyer, *The Matter of Images*

ARKA PLAN VE GEREKÇE

İçeriklerde veya ürünlerdeki temsiliyet farklı şekiller alabilir. Çoğumuz, imajlar ile dolu bir kültürde yaşıyoruz ve televizyonda, filmlerde, habercilikte ve kitaplarda, hem çevrimiçinde hem de çevrimdışında her gün temsiliyetler ile kuşatılıyoruz.

Muhabirler, yazarlar, videografikerler, reklamcılar, yayıncılar, film yapımcıları, blogcular, video blogcular, içerik üreten sosyal medya kullanıcıları ve genel anlamda bireyler içerik iletmek için imajlar, sesler ve yazılı kelimeler kullanıyor. Anlatacakları hikâyeleri hazırlarken ve kamuya sunarken genellikle zaman, yer ve kaynağın sınırlı olmasını ve diğer editoryal kısıtlamaları dikkate almaları gerekiyor. Kaçınılmaz olarak kişileri, sorunları ve olayları 'yeniden sunmak' (*re-present*), yani 'temsil etmek' durumunda kalıyorlar, bunu yaparken de gördükleri ırk, cinsiyet, cinsel kimlik, yaş ve sınıf gibi belirli özelliklerin önemli olup olmadığını anlamlandırıyorlar. Yaptıkları seçimler kimi zaman basmakalıp yargılar ve fazlaca basitleştirilmiş temsiliyetler içeriyor ve bu bakış açıları, bireyleri veya grupları damgalamak ve dar inançlara veya tavırlara gerekçe göstermek için kullanılabiliyor. Oysa yazarın, yapımcının

veya gazetecinin/muhabirin böyle bir niyeti olduğu gibi, olmayabilir de. Kimi zaman bu aslında alıcının (izleyici, okur veya dinleyici) yorumu olabiliyor. Konuşan kişiler çatışma, nefret söylemi veya ayrımcılık araçları gibi davrandıklarında, yaptıklarından dolayı sorumluluk taşımaları doğal. Ancak aynı zamanda, seslerin ve içeriklerin çeşitliliği ve çoğulculuğu evrensel olarak kabul edilen ilkeler. Temsiliyete ilişkin endişelerin çeşitliliğe gölge düşürmemeleri ve çoğulculuğun korunan ifadeler parametreleri kapsamında gerçekleşmesi için, bir denge sağlanması gerekiyor.

İçerik sağlayıcıların bir toplumsal bağlamda çalıştıklarını ve bu toplumsal bağlamın aktörlerinden biri olduklarını da anlamalıyız. Toplumu etkiledikleri gibi, kendileri de toplumdan etkileniyorlar. Belirli kütüphanelerin, arşivlerin, müzelerin, medya kuruluşlarının ve dijital iletişim şirketlerinin içinde bulunduğu ulusal bağlamı ayrıntılı bir biçimde ele almak gerekiyor.

Medya ve bilgi okuryazarı olmak için, imajları veya temsiliyetleri incelemek gerekiyor, ancak imaj veya metnin ötesinde, anlatı bağlamını ve bu içerikleri çevreleyen, bazen göremediğimiz güç ilişkilerini de analiz etmek önem taşıyor. Medya kuruluşları ve dijital içerik şirketlerinin, kütüphanelerin, arşivlerin ve müzelerin topluma karşı koyabilmelerini sağlayacak hayli fazla güçleri olsa da, beri taraftan, genellikle fazla sorgulamadan kabullendiğimiz hikâyeleri ve temsil biçimlerini sunarak, güç ilişkileri ile beraber toplumun ta kendisini yansıttıklarını göz ardı etmemek gerekiyor.

Çeşitli bölgelerdeki birçok içerik sağlayıcı, kapsayıcılığı ve çeşitliliği göz önünde bulunduran içeriklere ve girişimlere bağlılıklarını göstermek için, gönüllü olarak birtakım çeşitlilik kuralları geliştirdi. Ayrıca birçoğu ırk, etnisite, yaş, toplumsal cinsiyet, cinsiyet kimliği, cinsel kimlik, fiziksel kabiliyet veya medeni durum temelli suiistimallere veya ayrımcılığa yol açabilecek öğelerin kullanımını yasaklayan etik ilkelere tabi.

Bu modüldeki kilit sorular şunları kapsıyor: ayrımcı temsiliyetlerin kabulünden kimler fayda sağlıyor ve kimler kaybediyor? İmajlar, kendimizi ve başkalarını görme biçimlerimizi nasıl etkiliyor? Doğrudan edindiğimiz deneyimlerimizin ötesindeki dünya ile ilgili bildiklerimizi ve anladıklarımızı nasıl biçimlendiriyor? Bu temsiliyetlerin toplumsal cinsiyet eşitliği ve diğer eşitsizlik biçimleri açısından sonuçları neler?

ÜNİTELER

1. ÜNİTE:
TEMSİLİYET KAVRAMI

2. ÜNİTE:
HABERCİLİK VE GÖRÜNTÜNÜN GÜCÜ

3. ÜNİTE:
ÇEŞİTLİLİK VE TEMSİLİYETE İLİŞKİN KURUMSAL KURALLAR

4. ÜNİTE:
TELEVİZYON, FİLM VE MATBU YAYINLAR

5. ÜNİTE:
TEMSİLİYET VE MÜZİK VİDEOLARI

1. ÜNİTE: TEMSİLİYET KAVRAMI

Medya ve bilgi okuryazarlığı, medya kuruluşları, dijital içerik şirketleri, kütüphaneler, arşivler ve müzeler, vb. tarafından sunulan temsiliyetlerin eleştirel bir analizini gerektiriyor; bir başka deyişle, çeşitli medya ve bilgi kaynaklarında bireylerin, grupların, yerlerin/toplulukların ve hatta gündemdeki haber başlıklarının bile "yeniden sunulma" ("temsil edilme") veya tasvir edilme biçimlerini sorguluyor.

MBO, temsiliyet biçimlerinin – konuların, bireylerin ve toplulukların – gücünü ve bu temsiliyetlerin gündelik söylemler ile kendimizi ve başkalarını nasıl gördüğümüzün üzerindeki etkisini eleştirel olarak anlamayı sağlıyor. MBO, bir pandemiye veya sağlık krizine verdiğimiz cevabın, bir seçimde oy kullanırken yaptığımız seçimin veya kimliklerimiz, yaşadığımız topluluklar ve kültürümüz ile ilgili düşüncelerimizin biçimlenmesinde içerik sağlayıcıların gücünü kavramak ile ilgili.

Len Masterman eğitmenlere farklı içerik sağlayıcıların analizinin önemini hatırlatırken, bütün içerik sağlayıcıların birer temsiliyet sistemi olduğunu da kabul eder. Eğer medya kuruluşlarına ve dijital iletişim şirketlerine temsiliyet sistemleri olarak bakarsak, o zaman bu temsiliyetleri yaratanların kimler olduğu sorusu beliriyor. Temsili kim gerçekleştiriyor? Bize dünyanın bu şekilde olduğunu söyleyen kim? Kendi görme biçimlerinin doğal olduğunu? Başka sorular da tezahür ediyor: Temsil edilen dünyanın doğası ne? Değerleri ve egemen varsayımları neler? 'Gerçekliği'ni yaratmak için kullanılan teknikler hangileri? Medya kuruluşlarının ve dijital içerik şirketlerinin temsiliyetleri kitleleri tarafından nasıl okunuyor ve anlaşılıyor? Kitleler olarak, bizler kimiz ve metne göre nasıl konumlanıyoruz? Ne tür farklılaşan yorumlar bulunuyor? (Masterman'dan uyarlanmıştır, 2010).

Her zaman olduğu gibi, medya ve bilgi okuryazarlığı çerçevesinde eleştirel analiz, eğitmenlerin ve öğrencilerin, temsiliyetlerin büründükleri bütün biçimlerle eylemlerimizi ve davranışlarımızı, bilgimizi ve anlayışımızı, düşüncelerimizi ve duygularımızı, kendimizle ilgili bilincimizi ve başkaları ile olan ilişkimizi nasıl etkilediğini araştırmalarını gerektiriyor. Medya ve bilgi okuryazarlığı ayrıca, vatandaşların, çoğu zaman anaakım içeriklerde yer bulmayan hikâyeleri ve bakış açılarını üretmelerini ve tanımalarını sağlayarak, diyaloğu, çeşitliliği, âdilliği ve kapsayıcılığı teşvik etmekte önemli bir rol oynuyor.

Pek çok durumda, çeşitli içerik sağlayıcılar vasıtasıyla karşımıza çıkan temsiliyetler basmakalıp yargılara dayanıyor – yani farklılıkları vurgulayan fazlasıyla basitleştirilmiş sunumlara. Bu fazlasıyla basitleştirme nedeniyle, kitlelere bazen bir konu, birey veya grup hakkında, bunları doğru bir biçimde veya tamamıyla temsil etmeyen yalnızca birkaç özellik gösteriliyor. Bu tarz dar bakışlar çoğu zaman, yapılan tasvirlerin ötesindeki zenginlikleri ve karmaşıklıkları kabul etmemize ve anlamamıza engel oluyor. En yaygın basmakalıp yargılar arasında ise toplumsal cinsiyete dayalı önyargılar bulunuyor. Bunun etkileri de son derece olumsuz, zira bu temsiliyetler dünya nüfusunun neredeyse yarısının medyada görünmez kılınmasına yol açıyor. Bu konuda en uzun soluklu araştırmayı yapan Küresel Medya İzleme Projesi'ne göre (Global Medya Monitoring Project –

GMMP) “2015’te kadınlar gazete, televizyon ve radyo haberlerinde dinlenen, hakkında okunan veya görülen kişilerin yalnızca yüzde 24’ünü oluşturdu, bu sayı 2010’da da tıpatıp aynıydı[64].” Bu uçurum, kadınların haberlerdeki kişilerin yalnızca yüzde 16’sını oluşturduğu siyaset ve hükümetler ile ilgili haberlerde daha da büyük.

Küresel köyümüzün çokkültürlü ortamında, medya ve bilgi okuryazarı olmanın bir yanı da çeşitli içerik sağlayıcıların, dünyamızın sosyal ve kültürel dokusunu oluşturan bireylerin, grupların ve toplulukların çeşitliliğini sunma biçimleri hakkında bilinç sahibi olmak.

Başlıca Konular

- Medya kuruluşları ve dijital iletişim şirketlerindeki basmakalıp yargılar;
- İçerik sağlayıcıların temsiliyet biçimlerinde çeşitliliğin, âdilliğin ve kapsayıcılığın önemi;
- Mesajların ve değerlerin içerik sağlayıcıların temsiliyetleri vasıtasıyla nasıl iletilebileceği;
- Temsiliyetin kitleler üzerindeki etkisi;
- Eylem gücünün temsiliyet açısından önemi;
- Çeşitliliği, âdilliği ve kapsayıcılığı sağlamakta politikaların rolü.

Öğrenme Hedefleri

- İçerik sağlayıcıların temsiliyetlerini birer inşa olarak analiz etme;
- İçerik sağlayıcıların temsiliyetlerinin kitleler üzerindeki etkisini değerlendirme;
- Politika kararlarının çeşitlilik, âdillik ve kapsayıcılık üzerindeki etkisini değerlendirme;
- İçerik sağlayıcıların medyadaki çeşitliliğe katkı sunan temsiliyet özelliklerini saptama.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat’ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm’de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Kullandığınız içeriklerde veya ziyaret ettiğiniz daha geniş çevrimiçi alanlarda ne tür ırk, toplumsal cinsiyet veya sınıf temelli temsiliyetler bulunuyor? Bu temsiliyetleri, basmakalıp yargılar mı içeren yoksa çeşitliliği göz ardı etmeyen temsiliyetler olarak mı tanımlarsınız? Kullanılan görseller ve dil bu basmakalıp yargıları perçinliyor mu yoksa aksine kırıyor mu?

64 Küresel Medya İzleme Projesi (Global Medya Monitoring Project – GMMP) 2015 yılı raporu, erişim adresi: https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/who-makes-thenews/Imported/reports_2015/highlights/highlights_en.pdf.

- Medyada hangi toplumsal cinsiyet gruplarını görüyorsunuz (varlık/görünmezlik) ve hangi rollerde (basmakalıp yargılar)?
- Kütüphanelerde, arşivlerde, müzelerde, yayınevlerinde vb. kurumlarda çalışanlar ile görüşmeler yapın. Toplumsal cinsiyet eşitliği ve çeşitlilik ile ilgili kurumsal politikaları olup olmadığını saptayın. Hangi bilgileri tutacaklarını, görünür kılacaklarını, yayınlayacaklarını, hangilerine öncelik vereceklerini nasıl kararlaştırıyorlar? Toplumsal cinsiyet eşitliğini, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi olarak (SKH 5) özel bir biçimde odaklarına alıyorlar mı?
    - İçeriklerde genellikle karşılaşılan "öteki" temsiliyetleri çoğu zaman belirli kategorilerin içine hapsoluyor ve bunlar arasında cinselleştirilmiş, egzotik, tehlikeli, nüktedan ve acındırıcı temsiliyetler yer alıyor. Bu temsiliyetler günümüzde ne kadar yaygın? İçeriklerde görebildiğiniz ve burada yer verilmeyen başka temsiliyet kategorileri de var mı? Bu temsiliyetler arasında belirli cinsiyet grupları ile ilişkilendirilen temsiliyetler var mı (kadınlar, erkekler ve LGBTI+lar da dahil olmak üzere)?
    - Bu tasvirler nasıl inşa ediliyorlar? Seçilen teknik unsurlar neler? Bu teknikler içeriği nasıl daha güçlü kılıyorlar?
    - Bu temsiliyetler aracılığıyla nasıl bir mesaj iletiliyor? Bu mesajın kabulünden kimler fayda sağlıyor? Kimler kaybediyor?
    - Anaakım veya alternatif medyada basmakalıp bir yargıyı kıran veya bu yargılarla ters düşen ve bir birey veya gruba dair daha karmaşık tasvirler sunan örnekler bulmak ne kadar kolay? Toplumsal cinsiyet, azınlık grupları veya ilgilendiğiniz diğer temaları üzerine araştırma yapın. Ne tür sonuçlar çıkıyor?
    - Kullandığınız veya oluşturduğunuz içeriklerde ne derece çeşitli seslere yer veriyorsunuz? Yer verdiğiniz seslerin belirli kitleler üzerinde ne tür etkileri var? Bazı seslerin eksik olmasının etkileri neler?
    - Kendinizi çevrimiçi olarak kendi medya veya dijital içerik üretimlerinizde "temsil etmeye" karar verirken ne tür etmenleri dikkate alıyorsunuz? Hangi etmenlerin önemli olduğunu nasıl belirliyorsunuz?
    - Küresel köyümüzün âdil temsiliyetleri olarak çeşitlilik, âdillik ve kapsayıcılık ilkelerini yayın politikasının bir parçası haline getiren bir medya platformunun özelliklerini tarif edin. Böyle bir platformun potansiyel kullanımları ve etkileri neler?

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Grup öğrenme aktivitelerine ve tartışmalarına katılım;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Temsiliyet biçimleri örnekleri için içerik sağlayıcıların metinsel analizi;
- Belirli medya temsiliyetlerinin kitlelerinin kimler olduğunu saptamak için bir model, tablo veya değerlendirme aracının geliştirilmesi;

- Bir dünya haritası veya bulmaca (*Wordle*) ile birlikte kullanmak üzere günümüzdeki egemen medya temsil biçimlerini ve kitleler üzerindeki başlıca etkileri tasvir eden medya mesajlarından bir kolaj hazırlama;
- Küresel köyümüzün âdil temsiliyetleri olarak çeşitlilik, âdillik ve kapsayıcılık ilkelerini yayın politikasının bir parçası haline getiren bir içerik sağlayıcı taslağı geliştirme. Taslakta platformun potansiyel kullanımlarını ve etkilerini de özetleyebilirsiniz.

2. ÜNİTE: HABERCİLİK VE GÖRÜNTÜNÜN GÜCÜ

SÜRE: 3 SAAT

Başlıca Konular

- Vaka incelemesi: habercilik ve görüntünün gücü;
- Felaketlerin temsiliyeti;
- Toplumsal cinsiyetlerin temsiliyeti.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Belirli olayların haberleştirilmesinde kullanılan temsiliyetleri analiz etme;
- Anaakım medyada yer verilen temsiliyetler yerine alternatif temsiliyet biçimleri sunan habercilik örneklerini inceleme;
- Temsiliyetlerin kitle ve tasvir edilen konu üzerindeki etkisini değerlendirme;
- Medya ve dijital platformlarda ve diğer bilgi sistemlerinde toplumsal cinsiyet temsiliyetlerini analiz etme.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Kimi medya eleştirmenleri bazı olayların, özellikle felaketlerin ve trajik gelişmelerin, medyada sunuluş biçimleri ile ilgili kaygılarını dile getirmiştir.
    - Gündemdeki olayların ve konuların medyada nasıl haberleştirildiğini inceleyin ve bu kaygıların ne derece geçerli olduğunu değerlendirin.

- Trajik bir olaydan veya bir felaketten doğrudan etkilenmiş kişilerin görüntüleri karşısında verilen tepkiler üzerine bir tartışma yürütün. Anaakım ve alternatif medyada çalışan gazeteciler tarafından olayların duygusal etkilerini tasvir ederken, insanların mahremiyetini ve onurunu korumak için kullanılan stratejileri araştırın ve üzerine değerlendirmede bulunun.

- İnsan veya doğa kaynaklı bir felaket gibi büyük bir olay ile ilgili haberleri araştırın ve analiz edin. Örnek vaka incelemesi haberlerdeki görüntülere ve olaylar ile bağlantılı olan kişilerin ve konuların temsiliyet biçimlerine odaklanmalıdır. Eğitmenler, bu olay ile ilgili anaakım medyadaki haberlerde veya sosyal medyada yayınlanan görüntülerin konumunu saptamak için interneti tarayabilir. Olayın haberlerde işleniş biçimini ve yayınlanan görüntüleri irdelemek için aşağıda yer verilen sorular kullanılabilir:

  - Çevrimiçi haber sitelerinde, televizyonda ve gazetelerde nelerin temsil edildiğini anlatın. En çok kullanılan görüntüleri saptayın. Kamera açılarının kullanımını, fotoğrafların kompozisyonunu, çekim türlerini, görüntülerde/fotoğraflarda kimlerin veya nelerin gösterildiğini ve dışarıda bırakıldığını göz önünde bulundurarak, bu temsillerin nasıl inşa edildiklerini inceleyin.
  - Bu görüntülerin kullanımı aracılığıyla iletilen mesaj nedir? Bu görüntülerin anlattıkları hikâye ne? Görüntülerin ikonlaşma potansiyelini değerlendirin. Bu görüntülerin kitleler üzerinde nasıl bir etkileri olabilir? Görüntülerin, izleyicilerin konuya dair anlayışlarını ve konu ile ilişkilerini nasıl etkilediğini değerlendirin.
  - Yaşanan olaya dair görüntülerde yer edinmeyen herhangi bir bilginin hatırlanıp hatırlanmayacağını tartışın. Görüntülerin, görsel bir biçimde yer bulamayan diğer bilgileri 'görünmez kılma' gücünü irdeleyin. Bu saptamanın bilgili bir vatandaşlık açısından ne tür sonuçları olabilir?

Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Kadınların Güçlenmesi

Toplumsal cinsiyete ilişkin sorunlar, uluslararası kalkınma ajanslarının (BM gibi), ulusal ve bölgesel hükümet sistemlerinin ve sivil toplum kuruluşlarının kalkınma gündemlerinde her geçen gün daha fazla önem kazanıyor. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi 5 "toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlama ve bütün kadınlar ile kız çocukların güçlenmesi" hedeflerini gerçekleştirmeye çalışıyor. SKH 5 ayrıca kadınlar ile kız çocuklarını etkileyen çeşitli sorunların ele alındığı dokuz hedef içeriyor[65]. Birleşmiş Milletler'in Dördüncü Dünya Kadın Konferansı kapsamında ilan edilen Beijing Deklarasyonu ve Eylem Platformu henüz 1995 yılında medyanın toplumsal cinsiyet eşitliğini bütün alanlarda görünür kılmaktaki kilit rolünü vurgulamıştı. Deklarasyonda bütün paydaşlar "kadınlara yönelik kalıp yargılara ve bütün iletişim sistemlerine, özellikle de medyaya erişim ve katılımda kadınların maruz kaldığı eşitsizliğe" karşı mücadele etmek için güçlerini birleştirmeye çağırılıyordu. Birleşmiş Milletler Genel Kurulu 2010'un Temmuz ayında BM Kadın Birimi'ni kurdu (UN Women). UN Women, Birleşmiş Milletler'in Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Kadınların Güçlenmesi ve bu zorluklarla mücadele edilmesi için kurduğu birimdir. Bu tarihi adımı atarak BM üye ülkeleri çok güçlü bir küresel mesaj verdiler. Bu

65 SKH 5 veya Hedef 5 ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz.: https://www.hedef5.org/.

mesaja göre Birleşmiş Milletler'in toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadınların güçlenmesi için koyduğu hedeflerin kurum bünyesinde ve üye ülkelerde mutlaka hızlandırılması gerekiyor[66]. UNESCO ise Öncelik Toplumsal Cinsiyet Eşitliği eylem planını (Öncelik Afrika ile birlikte) bütün çalışmalarında tanır.

- Beijing Deklarasyonu'nun, SKH'ların ve BM Kadın Birimi'nin hedeflerine erişebilmek için medya, dijital iletişim şirketleri, kütüphaneler, arşivler ve müzeler gibi içerik sağlayıcıların rollerini açıkça vurgulamak gerekiyor. Sınıf içinde, burada belirtilenler gibi bir dizi soruyu irdeleyin: İçerik sağlayıcılar, toplumsal cinsiyete duyarlı bir yaklaşım ortaya koyduklarını nasıl etkili bir şekilde değerlendirebilir ve sivil toplum bu yaklaşımı ne şekilde ölçebilir? İçerik temin eden kurumları kimler yönetiyor? Neden içerik sağlayıcılar toplumsal cinsiyet bakımından kapsayıcı bir şekilde idare edilmeli? İçerik sağlayıcılar kadınları, erkekleri ve azınlık gruplarını basmakalıp yargılarla tasvir eden temsiliyetleri ile nasıl mücadele edebilir? İçerik sağlayıcılar yalnızca toplumsal cinsiyet eşitsizliğine bağlı olarak anlam ileten mecralar mı, yoksa bilgi üretimine olanak sağlayarak ve çıktıların katlanmasına katkı sunarak Beijing Deklarasyonu'nu ve yukarıda belirtilen diğer hedefleri hayata geçirmenin birer ortakları mı? Eğer gerçekten de ortak iseler, bu rolü etkin bir şekilde nasıl yerine getirebilirler?

Yıllar boyunca küresel paydaşlar, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini ve kadınların güçlenmesini çevreleyen sorunlar ile mücadele etmek medya gelişimine ve dijital platformların büyümesine odaklanmıştı, ancak çok yavaş bir ilerleme kaydedildi. MBO, toplumsal cinsiyete duyarlı davranışları teşvik edebilir. MBO vasıtasıyla kitleler (okurlar, izleyiciler, dinleyiciler, ve içerik üreticileri), içerik ekosisteminin toplumsal cinsiyete duyarlı performanslarını değerlendirmek ve bunlara katılmak için gerekli yetkinlikler ile (bilgi, beceriler ve tutumlar) donatılırlar.

- Eğitmenlerden, şu sorulardan bazılarını cevaplamak amacıyla küçük bir anket düzenlemelerini isteyin: Ülkenizdeki medya kuruluşları MBO'yu teşvik ediyor mu? Bunu nasıl yapıyorlar? Ne tür bulgular bunu yaptıklarına işaret ediyor? Mümkünse, somut örnekler verin. MBO, toplumsal cinsiyete dayalı basmakalıp yargılar ile mücadele etmeye nasıl yardımcı olabilir ve toplumsal cinsiyet eşitliğine nasıl katkı sunabilir? Ülkenizde veya yaşadığınız toplulukta toplumsal cinsiyet ile ilişkili konular üzerine ne tür yerel kalkınma programları yürütülüyor? Bu programların uygulanmasının önündeki bazı engeller neler? Farklı cinsiyet grupları ile – kadınlar, erkekler ve azınlık cinsiyet kimlikleri (LGBTI+'lar) – ne ölçüde istişare ediliyor ve ne kadar temsil ediliyorlar? Nasıl tasvir ediliyorlar? Bu projelere çeşitli içerik sağlayıcıları hangi ölçüde dahiller? Toplumsal cinsiyete ilişkin konuların medyanın ve bilgi ortamının anaakımında daha fazla yer alması ve kadın temsiliyetlerinin iyileştirilmesi için MBO'yu yaratıcı bir şekilde kullanmanın yolları neler? Bu ve başka sorular, araştırma deneyimleri, iyi uygulamalar üzerinden toplumsal cinsiyet eşitliği ve medya ile bilgi okuryazarlığını temel alan tavsiyeler üretin. Toplumsal cinsiyet eşitliğine ilişkin şahsi görüşünüz ne? Kendi görüşleriniz ve deneyiminiz medyadaki ve diğer bilgi kaynaklarındaki cinsiyet temsiliyetlerini yorumlama şeklinizi nasıl etkiliyor olabilir?

66 BM Kadın Birimi'nin (UN Women) internet sayfası için bkz.: www.unwomen.org/en.

Medya, dijital iletişim şirketleri, kütüphaneler, arşivler ve müzeler gibi içerik sağlayıcıları ile kadınlara ilişkin olarak iki temel bakış açısı mevcuttur. İlki, bu kurumlarda çalışan kadınların statülerine odaklanır, diğeri ise kadınların, kız çocukların ve diğer cinsiyet gruplarının içeriklerde nasıl ele alındıkları ile ilgilidir.

- Küresel Medya İzleme Projesi'nin 2015 yılı raporunda, Haber Odalarında Kadınların Statüsüne İlişkin Küresel Rapor'da (bu modülün sonundaki kaynakları listesine bakın) veya kadınlara ve içerik sağlayıcılar ile ilişkili diğer araştırmalarda yer verilen bazı bulguları değerlendirin. Şu sorular ışığında tartışma yürüyün: Bu bulguların bireysel ve kolektif olarak sonuçları neler? Ne tür kadın imajları daha yaygın? Bu imajların arkasındaki motivasyon hangi toplumsal, ekonomi veya siyasi etmenlerin bir sonucu olabilir? Bu imajlar endişe uyandırmalı mı? Hükümetiniz olumsuz imajlar konusunda harekete geçmeli mi? Eğer cevabınız evet ise, açıklayın. Bu olumsuz imajlara karşı mücadele etmek için sivil toplum örgütleri neler yapmalı? Sizce içerik sağlayıcılar, hükümetler veya başka dış aktörler tarafından bazı uygulamalar dikte edilmesi yerine, bu imajlara karşı özdenetim vasıtasıyla çözüm aramayı mı tercih etmeli? Hükümet tarafından bir denetim gereksinimi var mı? Açıklayın. İçerikler ile ilişkili bazı sorunlar hükümetin düzenleyici önlemlerini ve dış denetimi gerekli kılıyor. Bu örnekler hangileri? Kamu desteği ile finanse edilen içerik sağlayıcılar ile özel içerik sağlayıcıların tabi oldukları kurallar farklı olmalı mı? Kamu desteği ile finanse edilen medya kuruluşları da dahil olmak üzere içerik sağlayıcıların toplumsal cinsiyet eşitliğini ve kadınların güçlenmesini gözetmek konusunda özel bir sorumlulukları olduğunu düşünüyor musunuz? MBO sizleri toplumsal cinsiyet eşitliği için bir şeyler yapmak konusunda güçlendirdi mi? Nasıl? Toplumsal cinsiyet eşitliğine ilişkin şahsi görüşleriniz neler? Medya kuruluşları, dijital içerik şirketleri, kütüphaneler, arşivler ve müzeler de dahil, içerik sağlayıcılar bünyesinde daha fazla kadın çalışanın olması halinde, kadınların erkeklere kıyasla imajları sizce değişir mi? Neden böyle düşünüyorsunuz? Araştırmalar bu konu hakkında neler söylüyor?

Kadın düşmanlığı, çevrimiçi zorbalık ve kadın gazetecilere yönelik tacizler artış gösteriyor. Uluslararası Gazeteciler Federasyonu'nun (IFJ) 2018 yılındaki küresel anketinin[67] aşağıda paylaşılan bulgularını değerlendirin:

- Bulgular, cevap veren kadınların yüzde 64'ünün çevrimiçi istismara maruz kaldığını gösteriyor.
- Çevrimiçi taciz farklı şekillerde gerçekleşiyor. Bunlar arasında ölüm veya tecavüz tehditleri, hakaretler, yaptıkları işin küçük düşürülmesi, cinsiyetçi yorumlar, müstehcen görüntüler içeren mesajlar, siberzorbalık, siberstalklama (aşırı takip) ve kişi adına sahte hesap açma.
- Çevrimiçi tacize maruz kalan kadın gazetecilerden yüzde 47'si istismarı bildirmediklerini, bildirdiklerinde de bunu çalıştığı kuruluşun yönetimine yaptıklarını (yüzde 40) söylüyor.

67 Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (IFJ) (2018), "IFJ survey: One in Two Women Journalists Suffer Gender-Based Violence at Work ("IFJ Anketi: İki Kadın Gazeteciden Biri İş Yerinde Cinsiyet Temelli Şiddete Maruz Kalıyor"), *IFJ Media Centre*, erişim adresi: https://www.ifj.org/media-centre/reports/detail/ifj-survey-one-in-two-women-journalists-suffer-gender-based-violence-at-work/category/press-releases.html.

- Bir başka endişe verici bulguya göre istismara uğrayan kadın gazetecilerin çoğunluğu bu saldırıların kaygı ve stres (yüzde 63) gibi psikolojik etkileri olduğunu belirtirken, yüzde 38'i otosansür uyguladıklarını ve yüzde 8'i ise işlerini kaybettiklerini aktarıyor.

Şimdi de bu sonuçları UNESCO'nun 2020'de yürüttüğü Kadın Gazetecilere Yönelik Çevrimiçi Şiddet Küresel Anketi'nin[68] bulguları ile karşılaştırın:

- Anketin sorularını yanıtlayan kadın gazetecilerin yüzde 73'ü çalışmalarında çevrimiçi şiddete maruz kaldıklarını söylüyor.
- Yüzde 25'i fiziksel şiddet tehdidi aldıklarını belirtiyor.
- Yüzde 18'i cinsel şiddet ile tehdit edildiklerini belirtiyor.
- Yüzde 20'si maruz kaldıkları çevrimiçi şiddete bağlı olarak çevrimdışı saldırılara uğradıklarını aktarıyor.

- Bu veriler arasında ne tür benzerlikler ve farklılıklar dikkatinizi çekiyor? Öğrencilere göre kadın gazetecilere yönelik düşmanlığın artmasındaki bazı sebepleri neler? Her iki ankette yapılan tavsiyeleri inceledikten sonra bu tavsiyelerin nasıl ve kimler tarafından uygulanabileceğini ve nasıl denetlenebileceğini gösteren posterler veya film şeritleri hazırlamaları konusunda öğrencilere rehberlik edin. Öğrencileri her iki araştırmanın yürütülmesinde kullanılan metodolojiyi incelemeye yöneltin. Güvenilirlik ve doğruluk bakımından araştırmalardaki titizliği yeterli buluyorlar mı? Güvenilirlik ve doğruluk terimlerin anlamlarını araştırın ve akademik araştırmalara ilişkin daha ayrıntılı bilgi için 3. Modüle bakın. Her iki küresel anketin sınırları üzerine tartışın.

  - "Toplumsal cinsiyete dayalı şiddet ile mücadele bütün insanlığı ilgilendiren bir konuyu ele almak anlamına geliyor. Peşin hükümlü temsiliyetler, basmakalıp yargılar, önyargılar ve kız çocuklar ile kadınlara yönelik şiddet üzerine düşünmek, nihayetinde bu şiddetin medya tarafından toplumlarımızın kaygılarını yansıtacak bir şekilde işlenmesine yönelik bir değişimi gerçekleştirmek anlamına geliyor. […] Gazeteciler sessizliğin bozulmasına ve bu sorunun, çoğu zaman içinde sıkışıp kaldığı özel alandan çıkarılmasına yardımcı olabilirler."[69]
  - Eğitmenler yukarıda alıntılan bölüm üzerine bir tartışma yürütmeli. Fiziksel ve cinsel şiddete maruz kalan kadınlara, doğum öncesi cinsiyet seçimi nedeniyle kayıp kız çocuklarına ve genital mutilasyona uğrayan kişilere ilişkin istatistikleri inceleyin (*Reporting on Violence Against Women and Girls: A Handbook for Journalists/ Kadınlara ve Kız Çocuklara Yönelik Şiddeti Haberleştirmek: Gazeteciler İçin Bir El Kitabı* başlıklı UNESCO kaynağının 8. Sayfasına bakın, erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371524). Öğrenciler şu sorular üzerine araştırma yapmalı ve değerlendirmede bulunmalı: Yaşadıkları bölgedeki yerel medya kadına yönelik şiddet haberleri yayınlıyor mu? Yerel medya kuruluşlarının kadına yönelik şiddet vakalarının bildirimi konusunda kurumsal politikaları var mı?

68 Posetti, Julie, Aboulez, Nermine, Bontcheva, Kalina, Harrison, Jackie ve Waisbord, Silvio (2020), *Online Violence Against Women Journalists: A Global Snapshot of Incidence and Impacts* (*Kadın Gazetecilere Yönelik Çevrimiçi Şiddet: Meydana Gelen Olaylar ve Etkileri Üzerine Küresel Bir Fotoğraf*), Paris: UNESCO, (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375136).

69 Impe, Anne-Marie (2019), *Reporting on Violence Against Women and Girls: A Handbook for Journalists* (*Kadınlara ve Kız Çocuklara Yönelik Şiddeti Haberleştirmek: Gazeteciler İçin Bir El Kitabı*), Paris: UNESCO, (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371524).

Öğrenciler veya eğitmenler bunu öğrenmek için yerel medya kuruluşları ile irtibata geçebilirler mi? Eğitmenler ve öğrenciler, dijital iletişim şirketlerine ilişkin olarak neler yapabilirler?

- Öğrencilere bu süreci araştırırken MBO yetkinliklerini uygulamaları konusunda rehberlik edin. Bulgularını, çevrimiçi ortamlarda da dahil olmak üzere, içinde yaşadıkları topluluklardaki başka insanlarla paylaşmalılar. Medya politikası ve içeriğine ilişkin şu kaynağa da bakınız: UNESCO (2019), *Setting the Gender Agenda for Communication Policy: New Proposals from the Global Alliance on Media and Gender* (*İletişim Politikası İçin Toplumsal Cinsiyet Gündemini Belirlemek: Medya ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Küresel İttifakı'ndan Yeni Öneriler*), Paris: UNESCO, (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368962.locale=en).

Eğitmen, toplumsal cinsiyetin yanı sıra, engeli olan bireyler, yerliler, azınlık etnik grupları ve yoksul kentsel veya kırsal topluluklar vb. üzerine yukarıda tarif edilenlere benzer aktiviteler geliştirmeyi de göz önünde bulundurmalıdır. Bu aktivitelerin hedefi, bu grupların medyadaki temsiliyetlerini inceleyerek, bu temsiliyetlerin nasıl ve kimler için oluşturulduklarını anlamak ve kabul edilmeleri halinde kimlerin fayda sağlayacağını ve kimlerin dezavantajlı olacağını sorgulamak olmalıdır.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Haberlerdeki görüntüleri analiz etme ve değerlendirme – teknik/tasarımsal bileşenleri de dahil olmak üzere;
- Konu ile ilgili söz edilenlerin dışındaki araştırmaları ve raporları tarama ve bunlara ilişkin bir sosyal medya kampanyası tasarlama – kampanyanızın etkisini nasıl ölçeceğinizi açık bir şekilde anlattığınızdan emin olun;
- Bilgili bir vatandaşlığın gelişimine en iyi katkıyı sunan haberleştirme prosedürlerini belirleme ve değerlendirme;
- Görüntülerin kitle üzerindeki etkisini değerlendirme.

3. ÜNİTE: ÇEŞİTLİLİK VE TEMSİLİYETE İLİŞKİN KURUMSAL KURALLAR

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Medya kuruluşları, dijital iletişim şirketleri, kütüphaneler, arşivler ve müzeler gibi içerik sağlayıcılar için kurallar ve etik ilkeler;
- Bu kuralların, çeşitli kural ve düzenlemeler üzerine medyanın kendi değerlendirmelerine uygulanması.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- Farklı içerik kurumlarında çeşitliliği ve etik ilkeleri inceleme;
- Kuralları ve etik ilkeleri bir dizi medya görüntüsüne ve metnine uygulama; çevrimiçi ve çevrimdışı metinleri belirlenen kurallar ve etik ilkeler ışığında değerlendirme;
- Bu kuralların amacını ve ne kadar etkili olduğunu değerlendirme;
- Çeşitli içerik sağlayıcıların kurumsal kurallarına ve etik ilkelerine değişiklikler önerme.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

Devletin medya üzerinde denetim sağlamasını önleme ihtiyacı pek çok bölgede medya sektörünü gönüllü olarak çeşitliliği teşvik eden kurallar belirlemeye yöneltti. Bu kurallar medya sektörünün kapsayıcı ve çeşitliliğe dayalı içeriklere ve girişimlere olan bağlılıklarını göstermekten sapmamalarını amaçlar. Birçok başka sektör de ırk, etnisite, yaş, toplumsal cinsiyet, fiziksel kabiliyet veya medeni durum temelli ayrımcılık içeren veya bunları istismar eden içeriklerin kullanımını yasaklayan etik ilkeler benimser. Kimi dijital iletişim şirketleri, her ne kadar bunları her zaman titizlikle uygulamadıkları için eleştirilseler de, bir dizi topluluk standartları uygular. Kütüphaneler ve müzeler de, kültürel sahiplenme ve temsiliyetin yanı sıra, kapsayıcılık ve eşitlik konularını da giderek daha fazla göz önünde bulunan politikalar belirlemekteler.

- Bölgenizde uygulanan meslek kuralları/etik ilkeler üzerine bir araştırma yapın. Bunlar medya, dijital iletişim şirketleri, kütüphaneler, arşivle veya müzeler ile ilgili olabilir. Bu mesleki kuralların oluşturulmasında kimlerin sorumlu olduğunu saptayın. Kapsanan kilit unsurları özetleyin ve amaçlarını açıklayın. Bu kurallar, vatandaşların ve tüketicilerin çıkarlarını nasıl destekliyorlar? Bu düzenlemelerin, bunlara tabi olan kurumlar üzerindeki etkisi ne olabilir?
- Mesleki kuralları, bir önceki çalışmada yer verilen haberlerde ve geliştirilen içeriklerdeki temsiliyetlere uygulayın. Kuralların ne derece uygulandığını değerlendirin. Değerlendirmenizde hem metni hem de bağlamını dikkate aldığınızdan emin olun. Cevabınızı desteklemek için haberden somut örnekler verin. İçeriğin kuralları ihlal etmesi durumunda, bireyler nasıl şikâyette bulunabilir?
- Bu kurallara tabi çeşitli içerik sağlayıcılar ile ilgili başka alanları da inceleyin (örneğin, reklamcılıkta basmakalıp yargılar ve cinselleştirme de dahil olmak üzere, toplumsal cinsiyet tasvirleri). Kuralların ne derece uygulandığını değerlendirin. Bu metinleri yayınlayan kurumlara ve/veya yapımcılara vereceğiniz geri bildirimin bir taslağını hazırlayın.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Çeşitliliği odağına alan kurallar/etik ilkelerin kilit unsurlarını ve bunların medya kuruluşları, dijital iletişim şirketleri, kütüphaneler, arşivler ve müzeler gibi çeşitli içerik sağlayıcılar tarafından uygulanmasını özetleyin. Bunlara ilişkin bir sosyal medyada veya çevrimdışı ortamında, topluluk bünyesinde düzenlemek üzere bir kampanya tasarlayın. Kampanyanızın etkisini nasıl ölçeceğinizi açıkladığınızdan emin olun.
- Kurallar/etik ilkeler üzerinde değişiklik/ekleme tavsiyeleri.

4. ÜNİTE: TELEVİZYON, FİLM VE MATBU YAYINLAR

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Filmler ve temsiliyet;
- Matbu yayınlarda temsiliyet;
- Film ve televizyon sektöründe topluluklara ve yerlilere ilişkin hikâyeler.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- Bazı güncel televizyon programları ve filmlerin neden başarılı olduklarını inceleme;
- Filmlerde, televizyonlarda ve matbu yayınlarda (kitaplar da dahil) temsiliyetleri değerlendirme;
- Film ve/veya televizyon için bir konunun nasıl işleneceğini belirleme;
- Kanalın yayın akışında televizyon programlarına verilen saat dilimlerini inceleme;
- Reklamcılıktaki toplumsal cinsiyet temsiliyetlerini inceleme;
- Temsiliyetlerdeki teknik stratejileri analiz etme;
- Film ve televizyon sektöründe topluluklara ve yerlilere ilişkin alternatif hikâyeleri inceleme.

Diğerlerinin Yanında Bir İçerik Biçimi Olarak Film

Film son yüzyılın en güçlü medyalarından biri ve tüm dünyada çok büyük kitlelere ulaşıyor. Son yıllarda, önce televizyon ardından da çevrimiçi görsel-işitsel içerikler de dünyanın dört bir köşesinde büyük kitlelere erişti. Aynı zamanda kitaplar hem çevrimiçi hem de çevrimdışı olarak fikirler ve bilgi bakımında önemli kaynaklar olmayı sürdürüyor. Tüm bunlar, bir toplumun kendini nasıl anladığının biçimlenmesinde – kendi ile ilgili

hikâyeler anlatarak veya ulusal tarihin belirli versiyonlarını öne çıkararak – önemli bir rol oynuyor. Medya ve bilgi okuryazarlığının önemli bir parçası da bütün bunların bireyler olarak içinde yaşadığımız dünyayı algılayış biçimimizi nasıl biçimlendirdiğini anlamak.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Büyük hasılatlı filmlerin neden başarılı olduklarını araştırmak için internet taraması yapın. Yerelde veya uluslararası çapta gişede başarılı olan beş tane film listeleyin. Eğer mümkünse, bu filmlerin her birinin tanıtımını çevrimiçi olarak izleyin veya

'Amacımız filmlerde ve televizyonda çeşitli bakış açıların temsil edilmesini sağlamak. Ekranda erişilebilen bakış açıların sayısını artırmak kimseden bir şey eksiltmek anlamına gelmez. Hatta aslında daha fazla ve daha iyi programlamalara ve ekranda yeni vizyonlara yol açar'

– Joan Pennefather, Kanada Ulusal Film Kurulu'nun ilk kadın başkanı, Maclean's de, 29 Mart 1993

aralarından birini seçip baştan sona seyredin. Hikâyenin konusunun merkezinde kimlerin veya nelerin temsil edildiğini tarif edin. Bu temsiliyetin kitlelere neden hitap ettiğini açıklayın.

- Eğitmenlerden tarihi olayların temsiliyetleri konusunda farklı yaklaşımları saptamalarını isteyin (Örneğin, dikkate alınan zaman diliminde yayınlanan kitaplarda, farklı türlerde çekilen filmlerde, sanat eserlerinde ve fotoğraf çalışmalarında ve başka görsellerde ve müzik videolarında). Bir müzeyi veya arşivi ziyaret edin (eğer yaşadığınız bölgede seçtiğiniz konu ile ilgili bir müze veya arşiv varsa) ve buna dayalı olarak, gözlemleriniz ile ilgili bir deneme yazmak için materyaller toplayın.
- Ülkeniz ile ilgili yazılan herhangi bir kitap veya makale seçin. İçinde yaşadığınız topluluk, kültür veya somut bir olay hakkında olabilir. Seçilen konunun farklı boyutlarının nasıl temsil edildiğini saptayın. Bu temsiliyetlere katılıyor musunuz? Neden katılıyorsunuz veya neden katılmıyorsunuz. Tartışın.
- Ülkenizde, internet veya televizyonda yayınlanan bir dizi reklamın olduğu bir kaydı edinin. Bu reklamlarda hem kadınların hem de erkeklerin yer almasına dikkat edin. Küçük gruplar halinde, kadınların erkeklere kıyasla nasıl temsil edikleri üzerine bir tartışma yürütün. Gözlemlerinizin bir kısmını yazın. Bu temsiliyetlerin olası sonuçlarını tartışın. Bu temsiliyetlerden bazıları, bazı grup üyeleri tarafından farklı bir şekilde yorumlanıyor mu? Neden böyle olduğunu düşünüyorsunuz?

- Yaygın film formüllerinden arketipik bir ‘kahraman hikâyesi’ mitine odaklanır. Mitler bir kültürün korkularını, arzularını ve umutlarını ifade eden örtük inanç sistemlerini temsil eder. Bu hikâyelerde kahraman (genellikle erkek) – yazgısından habersiz bir şekilde – önemli bir arayışa çağrılır. Kahraman genellikle bu arayışın bir parçası olarak birçok aşamadan geçer: en baştaki ‘doğuş’undan, ‘çağrı’sından veya yazgısından habersiz olmaktan, âşık olmaya, düşmanlar ile karşılaşmaya, daha bilge bir büyüğünden tavsiye almaya, en nihayet, evine dönene kadar.
  - Bu formüle dayanan filmler listesi hazırlayın. Kitlelere neden hitap ettiklerini açıklayın. Kahramanı tarif edin ve toplumdaki bireylerin arzularını ve değerlerine ne ölçüde temsil ettiğini anlatın.
  - Kameraların, seslerin ve müziğin nasıl kullanıldığını tarif edin. Bu teknik unsurların hikâyenin merkezindeki temsiliyetleri nasıl güçlendirdiğini değerlendirin (örneğin, kötülerin veya romantik kahramanın uyandırdıkları izlenimler). Örneğin, eğer müzikler değişecek olsaydı, filmin bazı sahnelerin anlamlarının da nasıl değişeceğini açıklayın.
- Gişe filmlerine alternatif teşkil eden filmler için anaakım, yerli veya topluluk medyalarının internet sitelerini ziyaret edin. Bu şirketler veya kurumlar tarafından anlatılan hikâyeler seçin. Bu hikâyeler ile büyük yapımı stüdyolarının filmlerinde yer verdiği hikâyeleri karşılaştırın. Alternatif ve yerli hikâyelerin temsil edilmesinde veya kitlelere ulaşmasında bu ‘bağımsız’ kurumların değeri üzerinde değerlendirmede bulunun.
- Film ve televizyon sektörlerinin izleyicilere olan hesap verebilirlikleri ve insanlığın gelişimi ile olan ilişkileri üzerine tartışın. Bütün izleyicilerin kendilerini ve hikâyelerini ekranda görebilmesi neden gereklidir? Anaakım hikâyelerin ve temsiliyetlerin çeşitli kitleler bakımından sonuçlarını tartışın. Tematik kanalların, internet sitelerinin, blogların ve yeni teknolojilerin hikâye anlatıcılığı sanatını nasıl etkilediğini ve kitlelere ne gibi alternatif temsiliyetler sunduklarını araştırın.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Güncel televizyon programları ve film örneklerini analiz etme;
- Teknik stratejilerin ve biçimin içerikler ve temsiliyetler üzerindeki etkisini değerlendirme;
- Ulusal film kuruluşları ile alternatif, yerli hikâyelere yer veren bağımsız yapımcılık şirketlerini inceleme ve üzerlerinde değerlendirmede bulunma.

5. ÜNİTE: TEMSİLİYET VE MÜZİK VİDEOLARI

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Müzik videoları ve temsiliyeti analiz etme;
- Müzik ve toplumsal değişim.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- Bir müzik videosunu işleyiş ve üzerine film şeridi geliştirme;
- Bir müzik videosunu toplumsal cinsiyet, ırk ve cinsel kimliğe vurgu yaparak analiz etme;
- 'Alternatif' müziklerde temsiliyetleri inceleme;
- Anaakım ile alternatif medyadaki temsiliyetleri karşılaştırma.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

- Müzik insanların yaşadığı toplumlarda hayati bir rol oynar. Müzik genellikle bir eğlence biçimi olarak görünür, ancak birçok dini ve kültürel pratiklerde de önemli bir rolü vardır, siyasi hareketlerde de sıklıkla kullanılır. Müziğin kitleleri nasıl etkilediğini anlamak MBO'nun bir parçasıdır.
- İnternet aracılığıyla ülkenizde ve uluslararası çapta günümüzün en ünlü pop müzik sanatçıların videolarını inceleyin. Seçtiğiniz bir müzik videosundaki (şarkının videosuna ve sözlerine erişim imkânına dayalı olarak) mesajları ve değerleri analiz edin. Analiz, şunları içermelidir:
    - Şarkının sözlerini inceleyin, bunu yaparken videodaki görüntülerin sözler ve şarkının melodisi ile ilişkisini ve sözler hakkında öğretmenin kendi yorumunu da tarif edin.
    - Videodaki teknik unsurları inceleyin, bunu yaparken renk, ışıklandırma, kurgu (hız, yan yana getirilen planlar, kesmeler), özel efektler ve ses ile video bileşenleri arasındaki bağlantıyı göz önünde bulundurun.
    - Videoda ele alınan toplumsal konuları inceleyin, bunu yaparken farklı sosyal sınıf veya ırktan insanların da dahil edilmeleri veya erkek ile kadın karakterlerinin rollerinin değişmesi halinde verilen mesajın nasıl farklılık göstereceğine de değinin.

- Aşağıdaki soruları kılavuz edinerek, bir videoda sunulan mesajları ideoloji ve değer bakımından yorumlayın:
  - Video belirli bir grubun inançlarını mı sunuyor?
  - Videodaki erkek ve kadın temsiliyetlerini tarif edin. Başvurulan basmakalıp yargılar var mı? Eğer varsa, bunlar üzerinden nasıl bir etki yaratmak isteniyor?
  - Güç konumunda olan kim? Kim güçsüz konumda? Bundan kim fayda sağlıyor?
  - Video belirli grupları veya inançlarını dışarıda bırakıyor mu?
  - Videoda ima edilen mutluluk, başarı ve ahlak tanımlamaları neler?
- Hedef kitleyi saptayın. Videonun hedef kitlenin ötesinde insanlara ne ölçüde hitap edebileceğini değerlendirin.
- Dönüştürücü değişim için bir araç olarak popüler kültürün ve müziğin gücünü değerlendirin. Müzisyenler ve sanatçılar, siyasi ve toplumsal yorumlar sunmakta ve toplumsal adaleti teşvik etmekte hangi ölçüde bir rol oynarlar? Toplumsal ve siyasi konularda kendilerini ifade eden müzisyenleri destekleyen Danimarka merkezli kuruluş Freemuse'a bakın. Hangi konular ve olaylar bu kurumun desteklediği müziklerde temsil ediliyor? Hangi sonuçlarla?
- Şarkı sözleri belirleyip, bu sözlerdeki mesajı iletecek bir müzik videosu için özgün bir film şeridi geliştirin. Sözleri temsil edecek görüntüleri özenle değerlendirin. Bu temsiliyeti pekiştirecek teknik unsurları saptayın ve belirleyin.
- Eğer seçtiğiniz sözler üzerine bir müzik videosu varsa, hazırladığınız film şeridi ile şarkının kendi videosunu karşılaştırın, görüntülerdeki ve tekniklerdeki benzerlikleri ve farklılıkları not edin.
- 'Medyada ırkçılık, cinsiyetçilik ve şiddet ile eğitim ve eylemler ile mücadele' etmeyi amaçlayan MediaWatch (www.mediawatch.org) gibi bir kuruluşun internet sitesini ziyaret edin. Bu ve benzer kuruluşların hedefleri ve kampanyaları üzerine bir araştırma yapın.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Güncel müzik videosu örneklerinin temsiliyetler, teknik unsurlar, ideoloji ve değer mesajları bakımından analizi ve değerlendirilmesi;
- Belirlenen şarkı sözleri üzerine film şerit(ler)i geliştirme.

Bu Modül İçin Kaynaklar

Bazı kaynaklar her ülkeye uygun olmayabilir, bu yüzden eğitmenler öncelikli olarak yaşadıkları bölgeye odaklanan kaynaklar geliştirmeli veya araştırmalıdır.

BIRTH, Avrupa ülkelerindeki televizyonlara dair tarihi arşivler içermektedir. Erişim adresi: www.birth-of-tv.org/birth.

Birleşmiş Milletler Dördüncü Dünya Kadın Konferansı (1995), Beijing Deklarasyonu ve Eylem Platformu, erişim adresi: http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/.

Box Office Guru, Amerika'da ve uluslararası çaptaki güncel ve geçmiş gişe rakamları. Erişim adresi: www.boxofficeguru.com.

Cynopsis, televizyon sektörüne yönelik günlük ücretsiz haber sitesi. Erişim adresi: www.cynopsis.com.

Imob, müzik kayıtları, filmleri teknolojisi ve yapım derslerine bir dizi bağlantılar sunuyor. Erişim adresi: www.imob.com.

Internet Film Veritabanı (Internet Movie Data Base/IMDB), film ve televizyon programı aramak için en kapsamlı internet sitesi. Site, filmler, aktörler, yönetmenler ve türler üzerine kapsamlı bilgiler, yorumlar ve sohbetler sunuyor. Erişim adresi: www.imdb.com.

Masterman, Len (2010), "Voices of Media Literacy – International Pioneers Speak: Les Masterman Interview Transcript" ("Medya Okuryazarlığının Sesleri – Uluslararası Öncüler Konuşuyor: Les Masterman ile Söyleşinin Transkripti"), *Center for Media Literacy*, erişim adresi: https://www.medialit.org/sites/default/files/VoicesMediaLiteracyLenMasterman_1.pdf.

Melfi, Theodore (yön.) *Gizli Sayılar* (*Hidden Figures*) (2016) (film), daha fazla bilgi için bkz.: https://www.imdb.com/title/tt4846340/?ref_=nv_sr_srsg_0.

Reconstructions (Yeniden inşalar), MIT Üniversitesi Karşılaştırma Medya Araştırmaları topluluğu üyeleri tarafından 11 Eylül 2011 olaylarının ardından başlattığı internet sitesi. Erişim adresi: www.web.mit.edu/cms/reconstructions.

Sidahmed, A. (2012), "The Plight of Female Journalists" ("Kadın Gazetecilerin Büyük Sorumlar"), *Doha Center for Media*, erişim adresi: http://www.dc4mf.org/en/content/plight-female-journalists.

Sudha, Devi (2013), "Promoting Gender Equality through Education in India" (Hindistan'da Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Eğitim ile Teşviki"), *Gender Parity and Women Empowerment-Challenges and Way Forward*, (erişim adresi: http://www.journal.bonfring.org/papers/iems/volume3/06.pdf).

Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (International Federation of Journalists/IFJ) (2009), *Getting the Balance Right: Gender Equality in Journalism* (*Dengeyi Doğru Kurmak: Gazetecilikte Toplumsal Cinsiyet Eşitliği*), Brüksel: IFJ, (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000180707).

Uluslararası Kadın Medya Vakfı (International Women's Media Foundation/IWMF) (2011), *Global Report on Status of Women in the News Media* (*Haber Medyasında Kadınların Statüsü Üzerine Küresel Rapor*), Washington: IWMF, (erişim adresi: http://www.iwmf.org/pdfs/IWMF-Global-Report.pdf).

World Association of Christian Communication (2010), "Who Makes the News? Global Media Monitoring Project" ("Haberleri Kimler Yapar? Küresel Medya İzleme Projesi"), erişim adresi: www.whomakesthenews.org.

7. MODÜL:

MEDYA VE TEKNOLOJİ İÇERİĞİ NASIL ETKİLER

“Dil, yanlış anlamaların kaynağıdır.”

– Antoine de Saint-Exupéry (1900 – 1944)

ARKA PLAN VE GEREKÇE

Marshall McLuhan 1964 yılında ‘araç mesajdır’ diye yazdı. McLuhan, bugün medya ve bilgi okuryazarlığı adını verdiğimiz dalın kurucularından biridir. Eğer araç mesajların nasıl alındığını etkiliyor ise, kullanıcıların/kitlelerin kendi geçmişleri/deneyimleri de mesajların yorumlanma şeklini bir o kadar etkiler. Medya ve bilgi okuryazarı olmanın ilk önemli adımı bilginin, fikirlerin ve anlamların kimi zaman medya, dijital içerik şirketleri, kütüphaneler, arşivler, müzeler, vb. gibi farklı içerik sağlayıcıları vasıtasıyla farklı bir biçimde iletildiklerini anlamaktan geçiyor.

Tarih öncesi çağlardan günümüze kadar duvar veya taş yazıları, deniz kabuklarının, davulların, gongların kullanımı ve parşömen tomarlarına yazılan yazılar gibi çeşitli bilgi iletişimi veya aktarımı yollarına başvuruldu. 1455 yılında Johannes Gutenberg’in matbaayı icat etmesi, gazete ve kitapların gelişmesine kapı açtı. Telgraf ve telefonun ardından, 1901 yılında radyo bulundu ve daha sonraki yirmi yıllık dönemde gelişti. Televizyon ise 1927’de seslere görüntü eklenmesini sağlayan ilerleme sayesinde ortaya çıktı. Bilgisayarların gelişimi 1937’de başladı. 20. yüzyılın ikinci yarısı boyunca, bilgi ve dijital iletişim alanında çok sayıda değişiklik medyana geldi. Bu değişimler, İkinci Dünya Savaşı’nın ardından anaçatı bilgisayarların piyasaya sürümü ile gerçekleşmeye başladı, 1960’ların sonunda Birbirleriyle Bağlı Ağlar’ın (İnternet) doğmasını sağlayan buluş da buydu. 1990’lara gelindiğinde, İnternet ticari olarak kullanılmaya başlandı ve erişim imkânına sahip herkesin internete bağlanması mümkün hale geldi (web 2.0). 21. yüzyılda ise daha fazla etkileşim olanakları ortaya

çıktı ve arayüzler daha kullanışlı olmaya başladı, özellikle de sosyal medya hızla yaygınlaştı. En yeni teknolojik evrim ise yapay zekâ kullanımı ve blokzinciri teknolojisini kapsıyor.

Her araç, sırasıyla yepyeni içerik türlerinde bir patlamaya yol açtı. Her aracın, anlamı eşsiz biçimlerde aktarmak için farklılıklar gösteren, kendine has bir 'dil' veya 'gramer' kullanımı var. 'Dil' bu anlamda bilgi, medya ve dijital medya ortamlarındaki profesyonellerin fikir ve bilgi paylaşımı için belirlediği ve kullandığı teknik ve sembolik unsurlara işaret eder. Bu teknik kodların arasında sesler, kamera açıları, çekim türleri, ışıklandırma, renkler, grafikler, ikonlar, menüler, programlama kodları, algoritmalar, GIF'ler, *memeler*, *emojiler*, vb. bulunur. Buradan hareketle, bu kodların kapsadıkları arasında, bir filmde tehlike duygusunu aktarmak için kullanılan tehditkâr müzik, bir fotoğrafta güç hissi vermek için başvurulan geniş açı çekimler, belirli grafiklerin görüntülenmesi veya içerikle etkileşim sağlamak için yazılan programlama kodları, veya duyguları sanal âlemde hızlı bir şekilde aktarmak amacıyla kullanılan *emoji*ler gibi örnekler sayılabilir. Sembolik kodlar dil, karakterlerin giyim veya hareketleri, veya ikonlardan oluşan ve kolayca anlaşılan sembolleri içerir. Örneğin, kırmızı bir gül romantik bir ilişki fikrini iletmek için sembolik olarak kullanılabilir, veya sıkılan bir yumruk ile öfke duygusu aktarılabilir. Kimi kodlar, Yapay Zekâ sistemlerinde kullanılan sesler ve tonlamalar gibi, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini güçlendirmek veya bu eşitsizlikler ile mücadele etmek için kullanılabilir. Farklı medya araçları tarafından kullanılan diller (sözlü veya görsel dil), belirli kelimelerin, cümlelerin veya imajların tekrarını içerebilir. Medya dillerini incelediğimizde, üç temel soruyu göz önünde bulundurmak gerekir: Günümüzde içerik sağlama alanında çalışan kişiler tarafından kullanılan başlıca kodlar ve kurallar neler? Bu diller, kitleler ve vatandaşlar tarafından nasıl anlaşılıyor? Farklı insanlar, aynı metinden veya bilgiden farklı anlamlar çıkarabilir mi? Buradaki "medya" kelimesinin kurumları değil (bunlar, anlamlara kendi nüanslarını da katarlar), iletişim için kullanılan teknik araçları ifade ettiğini göz önünde bulundurun.

Dijital iletişim, kullanıcıların – birey veya kurumlar – birbirleri ile bağlantıya geçebildiği platformlarda gerçekleşir. Bu dinamik sosyal medya ortamında Facebook ve VK gibi sosyal ağ siteleri, YouTube ve Vimeo gibi video paylaşım platformları, TikTok, Instagram, Snapchat veya Pinterest gibi görsel ve

görsel-işitsel içeriklerin paylaşımını sağlayan platformlar, Sina Weibo ve Twitter gibi mikroblog siteleri ile bloglar ve vikiler yer alır. Bugün işletmeler ve bireyler bu araçları bilgi aramak ve paylaşmak, fikirlerini sunmak ve ürünlerini tanıtmak, öğrenmek ve etkileşime girmek amaçlarıyla kullanır. Eğitmenler ve öğrenciler ise bu değişiklikleri takip etme, anlama ve bu araçların eğlence, öğrenme, sosyal katılım ve karar verme amaçlarıyla en iyi şekilde nasıl kullanılacağını belirleme zorunluluğu ile karşı karşıyalar.

Bu modül farklı türlerdeki medya teknolojisi biçimlerinin (dijital da dahil olmak üzere) mesajların aktarım şekillerinde ne tür farklara yol açtığını ele alacak. Ayrıca, bu araçların kullandığı dil türlerini inceleyecek. Örneğin, görsel-işitsel araçlar sayesinde kameralar koşan bir ata yanında eşlik edebilir, ancak film yönetmenlerinin bu imkânın farkına varması ve bunu kullanması zaman almıştır. Benzer şekilde *sitcom*lar, belgeseller, "reality TV" programları, *stand-up* habercilik şovları, *meme*ler, avangart ve soyut filmler de ancak zamanla gelişti.

Bu modül eğitmenlerin iletişimde kullanılan farklı diller ve türler hakkında bilgi sahibi olmalarını, ve böylelikle bilginin ve mesajların farklı iletilme yollarını anlamaları ve içerik sağlayıcılardan gelen bilgi ve fikirleri yorumlarken, insanların kullanılan dil türleri ile etkileşim biçimlerini de göz ardı etmemelerini amaçlar.

ÜNİTELER

1. ÜNİTE:
MEDYA VE BİLGİ METİNLERİNİ OKUMA

2. ÜNİTE:
ARAÇ VE MESAJ: MATBU HABER VE HABER YAYINLARI

3. ÜNİTE:
FİLM TÜRLERİ VE HİKÂYE ANLATICILIĞI

4. ÜNİTE:
DİJİTAL SOSYAL MEDYA PLATFORMLARINDA İLETİŞİM

1. ÜNİTE: MEDYA VE BİLGİ METİNLERİNİ OKUMA

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Medya ve bilgi metinlerindeki kodları ve kuralları inceleme;
- Anlamları, sembolleri ve görsel dili analiz etme;
- Medya ve teknolojik dilleri, fotoğraf ve video kolajlarını inceleme.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Çeşitli medya ve bilgi metinlerinde anlam aktarmak için kullanılan kodları ve kuralları saptama;
- Yerel ve küresel topluluklarda çeşitli amaçlar için kullanılan işaretleri ve sembolleri saptama.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

Şu türlerde (janrlarda) kullanılan tekil ve sembolik kodlar ve kuralların bazılarının bir listesini hazırlayın: televizyon dizileri, turistik broşürler, belgesel filmler, aile *sitcom*ları ve siyasi reklamlar. Bu kodlar vasıtasıyla ne tür mesajlar ve bilgiler iletiler?

- İçinde bulunduğunuz toplulukta, çeşitli amaçlarla bilgi iletmek için kullanılan (örneğin, yol gösterme, mekânlar, vb.) işaretleri ve sembolleri saptayın. Bu işaret ve sembollerde, aynı toplulukta yaşayan insanlar tarafından kolaylıkla anlaşılması için kullanılan sözlü ve görsel 'dilleri' tarif edin. Yazı tipi, biçimlendirilmiş imajlar, tasarım, vb. kullanımlarını göz önünde bulundurun.
- Ülkenizden veya yaşadığınız topluluktan bir dizi kartpostal inceleyin. Her birinde kullanılan kilit sembolik ve teknik kodları saptayın. Bu kodlar vasıtasıyla ülkeniz ile ilgili ne tür bir bilgi iletiliyor? Ne tür bilgilere yer verilmiyor? Belirlediğiniz bir mekân veya kurum ile ilgili bir kartpostal hazırlayın. Önemli bilgileri aktarmak ve istenen etkiyi yaratmak için ne tür teknik ve sembolik kodlar kullanırsınız?

- Hareketsiz görüntüler veya video görüntüleri kullanarak, belirli bir kitleye eğitim kurumunuzun önemini iletmek için bir imaj kolajı hazırlayın. Bu kitlenin dikkatini çekmenizi ve hitap etmenizi sağlayacak uygun ikonları, sembolleri, görsel/sözlü dili, müziği, renkler, kamera çekimleri ve açılarını, vb. kullanmaya özen gösterin. Bu kolajın kitleleri eğitim kurumunuza başvuracak potansiyel öğrenciler, ebeveynler, mütevelli heyeti üyeler, bir siyasetçi, vs. olabilir.
- Sosyal medya genellikle ticari amaçlarla tasarlanmış algoritmaların yönettiği ve nihayetinde karşılıklı söyleşebilme ve paylaşım imkânı sağlayan bir platform. Eğer sosyal medyanın asli amaçlarından bir tanesi dünyanın dört bir yanındaki arkadaşlarınız ve aile fertleri ile irtibatta kalmanızı sağlamak ise, bu aynı zamanda müşterilerin, yatırımcıların ve çalışanların birbirleri ile iletişim kurduğu bir platform. Özellikle de devasa ve sürekli büyüyen sosyal medya pazarlama sektörünün sahnenin merkezine çıktığı yerlerde. Öğrencileri küçük gruplara ayırın. Her bir gruptan bir sosyal medya platformu seçmelerini isteyin. Her platformun mesajları çerçevelemek ve iletmek için kullandığı teknik kodları ve kuralları saptamaları için platformu incelemeleri konusunda onlara rehberlik edin. Örneğin, Twitter'da bir *tweet*in 240 karakteri geçemeyeceğini düşünün. Gruplardan ayrı ayrı sunumlar düzenleyin ve ardından şu ve eğitmenin bunlara ekleyebileceği soruların cevaplanacağı bir tartışma yürütün: Bir sosyal medya platformunu bir diğerinden farklı kılan ne? Benzerlikleri neler? Her biri farklı kılan özellikler hangileri? Deneyimlerine dayalı olarak, kullanılan teknik kodlar ve kurallar öğrencilerin bilgi ile, dijital araçlarla ve türeyen anlamlarla etkileşimlerini etkiliyor mu? Öğrencileri ne şekilde etkiliyor? Bu kodlar ve kurallar her zaman toplumsal cinsiyete duyarlı mı yoksa kimi zamanlar kadınlara veya erkeklere karşı önyargılı mı? Eğitmenler ve öğrenciler mesajlaşma ve anlam ile ilgili bu kodların varlığı ve olası etkileri hakkında farkındalık sahibi olduktan sonra, gelecekte daha bilinçli davranabilmek için ne tür eleştirel adımlar atmalılar? Kimi platformların farklı özellikler geliştirdiğini (örneğin, TikTok'taki dans klipleri) göz önünde bulundurun. Ayrıca, platformların, kullanıcıların herhangi bir yönlendirme olmadan davranış sergilediği pasif sahneler olmadığını da göz ardı etmeyin. Bu platformlar, hangi içeriğin başarılı olacağını belirleyen algoritmalar tarafından oluşturulan sistemlerdir. Eğitmenleri ve öğrencileri, sosyal medya ile ilgili arkadaşları ve aile üyeleri ile birlikte öğrendiklerini paylaşmaya teşvik edin.
- Dinamik bilgi ve dijital iletişim ortamı yavaşlama emaresi göstermediğinden, eğitimciler ve öğrenciler yakın gelecekte birbirleriyle çatışabilecek talepleri ele almaya gereksinim duyarlar. Eğitmenler veya öğrenciler arasında bir fikir bulma ve tartışma oturumu düzenleyin. Onlara, gelecekte ne tür yeni teknolojiler ve medyaların geliştirilebileceğini düşündükleri ve bunların hangi yeni kodlar ve teknik kurallar kullanabileceğini paylaşmaları konusunda rehberlik edin. Örneğin, sıradan bir bilgisayar ekranının sanal ve üç boyutlu hale gelebileceğini hayal edin. Böyle bir teknolojik gelişme ne tür değişimlere yol açabilir? Aynı zamanda sınıflarda ve "derslik" olarak tertiplenen topluluk alanlarında hâlihazırda kullanılan ve gelecekte kullanılabilecek araçlar üzerine düşünün. Bazı belirli teknik kodların ve kuralların, gelecekte eğitim ve öğrenim süreçleri için nasıl yeni olanaklar sunabileceği veya engeller teşkil edebileceği üzerine bir tartışma yürütün.

- Yeni medya ve akıllı telefonların işbirliği potansiyeli yetenek ve yaratıcılığın ifadesi için yeni olanaklar sunar. Yeni medya platformları günümüzde, sıradan insanların alışılageldik engeller olmadan kendilerini ifade etmelerine ve kendi içeriklerini üretmelerine imkân sağlar. İnsanlar artık, daha önce kabiliyetlerini sergilemek ve dünyanın dört bir yanındaki izleyicilere ulaşabilmek için gerek duyulan daha büyük bütçe, ekipman ve insan kaynağı ihtiyacı ile kısıtlı değillerdir. Ayrıca, sanat ve yaratıcılığın yalnızca bazı belirli toplumlarda yaşayan belirli sınıftaki insanlar ile sınırlı olmadığı fikrinin yayılmasına ve beslenmesine de katkı yaparlar. Öğrencileri küçük gruplara ayırın. Onlardan, sıradan insanlar tarafından medya ve dijital ürünlerini daha nitelikli hale getirmek için geliştirilen bazı özgün medya ve teknolojik kodlar ve kurallar tespit etmeleri için bir araştırma yapmalarını isteyin. Bu örnekler, büyük medya ve dijital iletişim şirketleri tarafından kullanılanlarda farklılar mı? Ticari iş modelleri, hangi yaratıcı içeriklerin rağbet gördüğünü ve para kazandığını nasıl etkiliyor? Sunumlar düzenleyin ve tartışma yürütün.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Çeşitli metinlerde kodların ve kuralların analizi;
- Topluluk içindeki işaretlerin ve sembollerin analizi;
- Yerel veya ulusal kartpostallarda kullanılan kodların analizi ve değerlendirmesi;
- Kolaj üretimi.

2. ÜNİTE: ARAÇ VE MESAJ: MATBU HABER VE HABER YAYINLARI

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Haber medyasındaki kodların ve kuralların analizi;
- Kodların ve kuralların bir haber içeriğine uygulanması;
- Medya dilleri ve anlam; haber ve bilgi üzerinde değerlendirme ve analiz.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- Gerek çevrimiçi gerek çevrimdışı olarak televizyonda, radyoda ve gazetelerde bir olayın haberi yapılırken kullanılan kodlar ve kuralların analizi;
- Bu kodları ve kuralları belirli bir haber içeriğine uygulama;
- Belirli bir aracın ve kendine has kodlar ve kuralların iletilen mesajı hangi yollarla biçimlendirebileceğini değerlendirme;
- Belirli bir aracın kullanımı vasıtasıyla iletilebilecek bilgiliyi değerlendirme.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

Hükümetin, doğanın korunmasına veya sürdürülebilir kalkınma kapsamında toplumsal cinsiyet eşitliği mücadelesine olumsuz bir etkisi olacak bir yasa değişikliği planladığını hayal edin. Bir hükümet görevlisi, hükümetin tutumunu savunmak için bir konuşma yapar. Hükümeti barışçıl bir şekilde protesto etmek için konuşmayı gençlerin oluşturduğu geniş bir grubun izlediğini varsayın. Protestocuların arasına bazı şiddet uygulayan kişilerin karışır ve ardından protestocular ile kolluk kuvvetlerinin çatışır. Böyle bir olayı medyanın nasıl haberleştirebileceğini analiz etmek için, eğitmenler ve öğrenciler şu sorular üzerine düşünmelidir: Bu gençler kimler olabilir? Hangi toplumsal cinsiyet grupları gösteriye katıldı? Kendilerini nasıl takdim ediyorlar? Bütün bunlar büyük ihtimalle medyanın bu kişileri temsil etme biçimini etkileyecektir ve insanların belirli basmakalıp yargıların farkına varmalarına ve saptayabilmelerine yardımcı olacaktır.

- Bu olayın bir gazete, radyo istasyonu ve televizyon kanalı tarafından nasıl işleneceğine dair öngörülerde bulunun. Haberin işleniş biçiminin ne tür farklılıklar göstereceğini düşünüyorsunuz ve neden? Bu farklılıklar hangi ölçüde her bir aracın kendine has özelliklerine bağlı olacaktır?
- Genç işsizliği, bir yolsuzluk skandalı veya çevre kirliliği felaketi gibi önerilen bu vaka ile bir bağı olan bir olay veya sorun seçin. Gruplar halinde çalışarak, bu olay hakkında radyoda, gazetede ve televizyon haber programında yayınlanacak ayrı haber içerikleri geliştirin. Radyo için hazırlanacak haber içeriği 20 saniyeden uzun olmamalıdır; gazete için sınır 210 kelimedir; ve televizyon haberini ise 1-2 dakika ile sınırlı tutulmalıdır. Haberleri tamamladıktan sonra, sonuçları şu soruların rehberliğinde tartışın:
  - Farklı medyalar haberlerin işleniş ve bilgilerin iletilme biçimlerini nasıl etkiliyor?
  - Her haberin hazırlanmasında hangi kodlar ve kurallar kullanıldı?

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Farklı medyalarda yapılabilecek haber türlerinin tarifi ve değerlendirmesi;
- Radyo, televizyon ve gazete için ayrı ayrı haber hazırlama ve bu mecraların her birinde yayınlanan birer haberin analizi.

3. ÜNİTE: FİLM TÜRLERİ VE HİKÂYE ANLATICILIĞI

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Film türleri (janrları);
- Filmlerde teknik ve sembolik kodlar;
- Bir film sahnesinin film şeridini oluşturma.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- Farklı film türlerini ve bunlara bağlı kodları ve kuralları saptama (film tekniklerinin kullanımı, ana konu, tema, karakterler, alışıldık olaylar dizileri, durumlar ve sahneler);
- Filmlerde anlam iletmek için kullanılan teknik ve sembolik kodları saptama;
- Bir film sahnesi için belirli bir türün kodlarını ve kurallarını da dahil eden bir film şeridi hazırlama;
- Başka bir ülkede popüler olan bir film türünde kullanılan kodları ve kuralları saptama.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Sevdiğiniz film türleri ile ilgili bir liste hazırlayın. Her bir türü tanımlayan kilit unsurları saptayın. Bu filmlerin birinden bir sahne izleyin. Şunları belirtin: hikâyenin konusu, sahne, karakter tiplemeleri, müzik, ışıklandırma, özel efektler, kurgu ve kamera çalışması. Filmde bu unsurların kullanımı üzerinden iletilen mesajlar ve değerler neler? Sahnenin anlamının, bu unsurlardan bazılarının değişmesi halinde nasıl farklılaşacağını açıklayın (örneğin sahne, film müziği, vs.).
- Gruplar halinde, kendinizin seçeceği bir film türünden bir sahnenin film şeridini hazırlayın. Türün 'dili'nin her sahnede hangi yollarla kullanıldığını açıklayın.
- Eğitmenlere yabancı bir ülkede çekilen popüler bir filmden bir kesit izletin. Kendi ülkelerinde çekilen filmlerde kullanılan 'dil' ile kıyaslamalarını ve farklılıklarını saptamalarını isteyin. Kullanılan farklı tekniklerin etkileri üzerine tartışın. Bu teknikler vasıtasıyla ne iletiliyor? Bu filmlerden her biri için hedef kitle sizce kim?

- İnterneti veya yerel kütüphaneyi kullanarak, aynı filmin farklı ülkelerdeki gösterimler için hazırlanan iki ayrı afişini bulun ve şu soruları değerlendirin:
  - Afişler vasıtasıyla film ile ilgili nasıl bir izlenim aktarılıyor?
  - Hangi teknik ve sembolik kodlara başvuruluyor? Nasıl bir etkiyle?
  - Afişlere dayalı olarak her filmin hedef kitlesini saptayabilir misiniz?
  - Afişler vasıtasıyla her bir film ile ilgili hangi bilgiler aktarılıyor?

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Bir film sahnesinin analizi;
- Bir film sahnesinin film şeridini hazırlama;
- Film afişi analizi;
- Film karşılaştırması.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Filmlerde film müziği kullanımı;
- Ses efektleri yaratan sanatçıların yaptığı çalışmalar;
- Belgesel filmciliğinin kuralları.

4. ÜNİTE: DİJİTAL SOSYAL MEDYA PLATFORMLARINDA İLETİŞİM

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Sosyal medya;
- Platformlar üzerinde üretim, gelir elde etme ve verileştirme (*datafication*);
- Sosyal medyada estetik ve iletişim türleri ile biçimleri.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Sosyal medyanın bir iletişim ortamı olarak kendine özgü özelliklerini anlama;
- Dijital platformlarda iletişimin nasıl işlediğini ve sıradan insanların bu iletişime nasıl katıldığını anlama;
- Sosyal medyada iletişim örüntüleri saptama.

Sosyal Medyanın Özellikleri

Geleneksel kitlesel medya ile etkileşimde bulunurken, çevrimiçi medya ile bile, bireyler olarak genellikle mesajları alan ve deşifre eden kitlelerin birer üyeleri konumundayız. Sosyal medya ve diğer dijital iletişim biçimlerinde, her ne kadar mesajları okuma suretiyle pasif bir konumda bulunsak da, aynı zamanda mesaj üretebilme ve başka kullanıcıları etkileyebilecek eylemlerde bulunma imkânına sahip kamusal aktörleriz. Dolayısıyla, sosyal medya mesaj almak ve onları yorumlamanın ötesinde, bu mesajlara tepki vermek ve aynı zamanda bunları paylaşmak ve dönüştürmek, hatta yeni anlamlı iletiler üretmek ile ilgilidir. Kullanıcılar arasında etkileşim olanağı tanıyan bütün dijital teknoloji hizmetlerini kapsayan sosyal medya, bizlere iletişimin gerçekleştiği ve nihayetinde insan grupları tarafından gözlemleneceği ortamlar sunar. Sosyal medya, çoğu zaman platform diye söz edilen ve 21. yüzyılda ortaya çıkan çeşitli hizmetleri kapsar: mesajlaşma uygulamaları, görsel ve video paylaşım platformları, canlı yayın hizmetleri, podcastler, bloglar ve mikrobloglar, vikiler. Çoğu zaman farklı iletişim biçimlerini – yazılı, sesli ve görsel-işitsel iletişim – bir arada toplarlar ve bu durum multimodal iletişim olarak ifade edilir. Ayrıca, içerikler farklı platformlar arasında da dolaşım sağlayabilir ve farklı cihazlardan bunlara erişilebilir. En popüler içerik üreten kullanıcıları, en çok takipçisi veya abonesi olanı veya beğeni toplayarak en çok dikkat çekeni algoritmalar belirler ve bu içerik üreticileri, iletişimleri üzerinden gelir elde edebilirler. Nüfuzlu anlam yaratıcılarına, kanaat önderlerine ve trend belirleyicilere dönüşebilirler. Sosyal medyanın tamamının kamusal olmadığını vurgulamak önem taşıyor. Küçük gruplar veya belirli ölçekteki sosyal mesajlaşma ağları ile sınırlanan çok sayıda ortam bulunuyor. Her koşulda, sosyal medyanın ticari veya başka çıkarların hizmetinde veri kazıma ve profilleme çabalarına yaptığı katkıyı zihninizde bulundurun.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

Dijital iletişim şirketlerinin nasıl işlediğini anlamakta aşağıda belirtilen grup tartışmaları ve ödevler size yardımcı olabilir:

- Yaygın sosyal medya uygulamalarının, küresel çapta ve/veya kendi ülkenizde en çok kullanılan bir veya iki hizmeti şu kategorilerden birine yerleştirerek bir harita çizin ve şu bilgileri bulmaya çalışın: a) sosyal medya uygulamasının küresel çapta ve/veya ülkenizde kaç kullanıcısı var? b) Uygulama ilk kez ne zaman hizmete girdi? Ve c) sahipleri kimler: A) İçerik toplulukları (örneğin, YouTube, bloglar); B) Sosyal ağ oluşturma siteleri (örneğin VK ve Facebook); C) İşbirliği içindeki topluluklar (örneğin, Vikipedi); D) Sanal oyun dünyaları (örneğin, World of Warcraft); E) Diğer. Haritalarınızı küçük gruplar halinde sunun ve şu konular üzerine tartışın: Kullanıcılar platformda nasıl iletişim kurabiliyor? Başkalarının içeriklere tepki verme yolları neler ve asli iletişim biçimleri hangileri? Kitleler genellikle kaç kişi ile sınırlı, örneğin takipçi

grupları, ve kitlenin büyüklüğünü etkileyen etmenler neler? Kendi deneyimlerinize dayanarak, sürdürülebilir kalkınma ve insan haklarına katkı sunabilecek mesajların işlevlerini kullanıcılar hangi şekillerde kullanıyor veya kötüye kullanıyor ve neden? Bunlara ek bir tartışma konusu kullanıcıların içerik üretimlerinin karşılığı olarak nasıl bir gelir elde edebileceğini, bir diğer deyişle, belirli bir platformdaki en yaygın gelir etme prensiplerini kapsayabilir.

- Farklı platformlar, farklı diller ve farklı iletişim pratikleri geliştiriyor. Bir blogun, bir mikroblogun (örneğin, Sina Weibo), bir sosyal ağ oluşturma sitesinin (örneğin, Facebook), görsel temelli bir uygulamanın (örneğin, Instagram) ve bir video uygulamasının (örneğin TikTok) dillerini karşılaştırın. Belirli bir kitleye iletmek istediğiniz bir mesaj seçin (örneğin, okula giden çocukları olan ebeveynlere çocukların tasarladığı yeni bir dans kursunun açıldığı bilgisi) ve her bir platform için, platforma özgü bir dil kullanarak mesajlar yaratın. Platform işlevlerindeki ("sağlarlık" olarak da tabir edilen) olanaklar ve kısıtlamalar mesajı ne şekilde etkiliyor?
- Sosyal medya iletişimi önemli ölçüde ben-merkezli bir iletişim ve bu durum hem insanların ifade biçimlerine hem de birey- merkezli ağların takipçi, abone veya iletilerinin altında tepkiler toplamalarına yansır. Çevrimiçi iletişim kültürlerinde özçekimlerin (*selfie*, kişinin kendi portre fotoğrafını çekmesi) estetiğini ve işlevlerini tartışın. Özçekimler hangi platformlarda ve hangi bağlamlarda daha sık karşınıza çıkıyor? Birbirinden farklı kaç özçekim türü saptayabilirsiniz? Özçekimlerin sosyal işlevleri nelerdir? Neden insanlar özçekim fotoğraflar çeker (yahut çekmez)? Özçekim kültürünün olumlu ve olumsuz sonuçları neler? Özçekimler yasaklanacak olsaydı, internet iletişimi kültürü ne kaybederdi ve neye benzerdi? Gizlilik endişeleri ile ilişkili olarak yüz tanıma yazılımlarını değerlendirin.
- Farklı platformlarda kitaplar nasıl tartışılıyor? Kitapların sunumunun, platformların iletişim araçlarına ne derece bağımlı olduğu üzerine tartışın. Bloglarda, video bloglarda, görsel paylaşımı platformlarda ve sosyal okumaya ilişkin, kitap işaretleme ve yorumlama platformlarında (örneğin, Goodreads ve sosyal medya özellikleri kullanan ulusla/yerel kütüphaneler) kitap toplulukları örnekleri bulun.
- Sosyal medya içeriklerini şu kategorilere istinaden sınıflandırın: bilgilendirici, kişisel deneyim aktarımına dayalı, eğitici, eğlenceli. Bu içerikler kitlelerine neden hitap ediyor? Kullanıcılar neden bu tür içeriklere ilgi duyuyorlar? Neden izleniyorlar? İçeriklerdeki hangi özellikler, bunların popülerliğinin artmasına neden oluyor? İçerik üreticileri kitlelerin dikkatini nasıl çekmeye çalışıyorlar?
- Hikâye anlatıcılığı bakımından podcastleri dikkate alın ve bu formatta ne tür içeriklerin iyi işlediğini değerlendirin.
- Sosyal medyada türler genellikle hibrid olabiliyor, bir diğer deyişle, bir dizi farklı türden özellikler eklemlenerek birbirleri ile karıştırılabiliyor. YouTube hangi tarzda 'karışım' türleri var? Bazı videolar arasından örnekler seçerek, olabildiğince ayrıntılı bir biçimde hangi YouTube'a özel ortak ve tipik iletişim stratejilerine başvurulduğunu saptayarak kullanılan türleri tasvir etmeye çalışın. Örneğin bir video blogu iletisi (Vlog) seçip kitlesi ile nasıl bir iletişim kurduğunu inceleyebilirsiniz. Türler veya farklı türlerde bulunabilecek iletişim formatları arasında, örneğin, öğretici içerikler (*tutorial)*, satın alınan ürünlerin sunulduğu videolar (*haul*), günün nasıl geçtiğinin

anlatıldığı videolar (*my day*), kamera önünde yemek yenen videolar (*mukbang*), göster ve anlat, meydan okuma ve paket açma videoları bulunur.

- Sosyal medya iletişimi pratikleri belirli bir ölçüde son derece toplumsal cinsiyetin etkisindedir. Küçük gruplar halinde, farklı platformlardaki kadınlara ve erkeklere özgü bazı iletişim kültürlerini ve pratiklerini saptayın. Örneğin, güzellik ile ilgili bloglar ve vlogların çoğunluğu kadın içerik üreticileri tarafından yayınlanır, oyun ve teknoloji kültürleri ise sıklıkla erkeklerin çoğunlukta olduğu kültürlerdir. Bu durum, kadınların seslerinin duyulması için fırsatlar tanır mı yoksa basmakalıp cinsiyet yargılarının perçinleşmesine mi sebep olur? Neden? Belirlenen kültürlerde cinsiyet olarak azınlıkta olan kullanıcı örnekleri bulmaya çalışın ve bu azınlıktaki örneklerin iletişim pratiklerinin ve normlarının değişmesine nasıl bir katkı yapabilecekleri üzerine tartışın. Cinsiyet açısından daha dengeli çevrimiçi kültürler var mı? Cinsiyetin iletişimde nasıl bir rolü var ve kadınların veya erkeklerin çoğunlukta olmasının ne tür sonuçları olabilir?
- Öğrencilerin, sosyal medya kullanırken hedeflendikleri reklamları değerlendirin ve bu reklamların karşılaştıkları içerik önerileri ve yaptıkları aramalarla bir bağlantısı olup olmadığını tartışın. Veri izlerinin bu tarz sonuçları olduğunun bilincindeler mi? Bunun sonucunda, daha çeşitli içeriklere maruz kalmak yerine 'filtre balonu' etkisinin daha da güçlendiğini düşünüyorlar mı?

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Sosyal medya ortamının haritasını çıkarma; saptanan dijital iletişim şirketlerinin çok yönlülüğü;
- Sosyal medyanın işlevleri ve platformlardaki estetik ile iletişimsel seçimlerin sonuçları üzerine eleştirel analiz;
- Farklı platformlardan edinilen sade kullanıcı deneyiminin eleştirel irdelenişi.

Bu Modül İçin Referanslar

Beckman, Karen (2016), "The Tortoise, the Hare, and the Constitutive Outsiders: Reframing Fast and Slow Cinemas" (Kaplumbağa, Tavşan ve Grubun Dışındakileri Oluşturanlar: Hızlı ve Yavaş Sinemaları Yeniden Çerçeveleme"), *Cinema Journal*, Vol. 55(2), (erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/294576203_The_Tortoise_the_Hare_and_the_Constitutive_Outsiders_Reframing_Fast_and_Slow_Cinemas).

Bone, Jan ve Johnson, Ron (2001), *Understanding the Film: An Introduction to Film Appreciation* (*Filmi Anlamak: Film Takdirine Giriş*), New York: Glencoe McGraw Hill.

Bordwell, David ve Thompson, Kristin (1998), *Film Art: An Introduction, 6th edition* (*Film Sanatı: Bir Giriş, 6. baskı*), New York: McGraw Hill.

Burgess, Jean ve Green, Joshua (2009), *YouTube: Online Video and Participatory Culture* (*YouTube: Çevrimiçi Video ve Katılımcı Kültür*), New York: Polity Press.

Condon, Bill (yön.) The Fifth Estate (WikiLeaks: Beşinci Kuvvet) (film), daha fazla bilgi için bkz.: https://www.imdb.com/title/tt1837703/.

Film Education, erişim adresi: www.filmeducation.org. Bu kaynak, birçoğu internet sitesi üzerinden indirilebilen bir dizi ücretsiz eğitim materyali ve nitelikli öğrenim kılavuzları sunar.

Ghani, Mazuri Abd., Habes, Mohammed, Salloum, Said A. ve Alghizzawi, Mahmoud (2019), "The Effect of Social Media Usage on Students' E- learning Acceptance in Higher Education: A Case Study From the United Arab Emirates" ("Sosyal Medya Kullanımın Öğrencilerin Yüksek Öğretimde E-öğretime Kabulleri Üzerindeki Etkisi: Birleşik Arap Emirlikleri'nden Bir Vaka İncelemesi"), Vol. 3, (erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/338225144_The_effect_of_social_media_usage_on_students'_e-_learning_acceptance_in_higher_education_A_case_study_from_the_United_Arab_Emirates).

Goodman, Steve (2003), *Teaching Youth Media: A Critical Guide to Literacy, Video Production, and Social Change* (*Gençliğe Medya Öğretmek: Okuryazarlık, Video Üretimi ve Toplumsal Değişim Üzerine Eleştirel Bir Kılavuz*), New York: Teacher's College Press.

Hitchcock, Peter (1992), *Videography: A Guide to Making Videos* (*Vidyografi: Video Üretimi Üzerine Bir Kılavuz*), Ontario: Peter Hitchcock Productions.

Howard, Sue (ed.) (1998), *Wired-Up: Young People and the Electronic Media* (*Ağa Bağlı: Gençler ve Elektronik Medya*), Londra: Routledge. Bu antoloji kitabı yeni iletişim teknolojileri hakkında önemli araştırmalara anlaşılabilir bir giriş teşkil etmesi amacıyla tasarlanmıştır.

Isike, Christopher ve Omotoso, Sharon Adetutu (2017), "Reporting Africa: The Role of the Media in (Un)Shaping Democratic Agenda" ("Afrika'ya dair Haber Yapmak: Medyanın Demokratik Gündemi Biçimleme(me)kteki Rolü"), *Political Communication in Africa*, Şubat 2017, s. 209-227, (erişim adresi: *https://www.researchgate.net/publication/313731941_Reporting_Africa_The_Role_of_the_Media_in_UnShaping_Democratic_Agenda*).

Jenkins, Henry (2006), *Convergence Culture: Where Old Media and New Media Collide* (*Yakınsama Kültürü: Eski ile Yeni Medyanın Çarpıştığı Yer*), New York: NYU Press.

Kolan, Bernard John ve Dzandza, Patience Emefa (2018), "Effect of Social Media on Academic Performance of Students in Ghanaian Universities: A Case Study of University of Ghana, Legon" ("Sosyal Medyanın Gana'daki Üniversitelerde Öğrencilerin Akademik Performansları Üzerindeki Etkisi: Gana, Legon Üniversitesi'nde Bir Vaka İncelemesi"), *Library Philosophy and Practice*, 1637, (erişim adresi: https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/1637).

Leaver, Tama, Highfield, Tim ve Abidin, Crystal (2020), *Instagram: Visual Social Media Cultures* (*Instagram: Görsel Sosyal Medya Kültürleri*), New York: Polity Press.

Lindgren, Simon (2017), *Digital Media & Society* (*Dijital Medya ve Toplum*), Londra: Sage.

Lipschultz, Jeremy Harris (2018), *Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics, 2nd edition* (*Sosyal Medya İletişimi: Kavramlar, Pratikler, Veri, Hukuk ve Etik, 2. baskı*), New York: Routledge.

Luttrell, Regina (2016). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect, 2nd edition* (*Sosyal Medya: Nasıl Etkileşim Kurulu, Paylaşım Yapılır ve Bağlantıya Geçilir, 2. baskı*), Lanham: Rowman & Littlefield.

Mandiberg, Michael (ed.) (2012), *The Social Media Reader* (*Sosyal Medya Okuyucusu*), New York: NYU Press.

Manovich, Lev (2019), *AI Aesthetics* (*Yapay Zekâ Estetikleri*), Moskova: Strelka Press.

McLuhan, Eric and Zingrone, Frank (1995), *The Essential McLuhan* (*McLuhan Temel Kitabı*), Toronto: Anansi.

National Film Board of Canada, erişim adresi: www.nfb.ca. Kanada Ulusal Film Kurulu (NFB) belgesel filmleri eğitim ile bir araya getirmek için okullar, kamu kütüphaneleri ve müzeler ile birlikte çalışmalar yapar.

Open Learning Agency of British Columbia, Lise için Film İncelemesi Kılavuzları, erişim adresi: www.cinematheque.bc.ca. Bu adreste, Pacific Cinémathèque için yazılan ve Kanada, Britanya Kolumbiyası Eyaleti'nin Açık Öğrenme Ajansı tarafından dağıtılan filmler bazında inceleme kılavuzları bulabilirsiniz.

Saied, Sshimaa, ElSabagh, Hala, ve El-Afandy, Aliaa (2016), "Internet and Facebook Addiction among Egyptian and Malaysian Medical Students: A Comparative Study, Tanta University, Egypt" ("Mısırlı ve Malezyalı Tıp Öğrencileri Arasında İnternet ve Facebook Bağımlılığı: Karşılaştırmalı Bir İnceleme, Tanta Üniversitesi, Mısır"), *International Journal of Community Medicine and Public Health*, 3(5), (erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/302482216_Internet_and_facebook_addiction_among_Egyptian_and_Malaysian_medical_students_a_comparative_study_Tanta_University_Egypt).

van Dijck, José (2013), *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media* (*Bağlantısallık Kültürü: Sosyal Medyanın Eleştirel Bir Tarihi*), Oxford: Oxford University Press.

Wang, Yuan ve Yang, Yiyi (2020), "Dialogic Communication on Social Media: How Organizations Use Twitter to Build Dialogic Relationships with Their Publics ("Dijital İletişim ve Sosyal Medya: Kurumlar Kitleleri ile Diyaloğa Dayalı İlişkiler Kurmak İçin Twitter'ı Nasıl Kullanıyorlar"), *Computers in Human Behavior*, Vol. 104, (erişim adresi: https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106183).

8. MODÜL:

GİZLİLİK, VERİ KORUMA VE SİZ

"Gizlilik haklarını etkileyebilecek verilerinin nasıl toplandığı, kullanıldığı, paylaşıldığı ve tutulduğu konusunda kullanıcıları açık ve kolaylıkla erişilebilir bir şekilde bilgilendirmeleri ve uygun şeffaflık politikaları oluşturmaları" çağrısında bulunur.

Karar: Dijital Çağda Gizlilik Hakkı. A/RES/73/179

ARKA PLAN VE GEREKÇE

Gizlilik zamanımızın en önemli ve en çok tartışılan konularından biri. Çoğu kavram gibi, gizliliğin bir iki cümlede tam bir tanımını yapmak zor. Dolayısıyla, gizlilik ile ilgili evrensel bir tanım bulunmuyor. Gizlilik ifadesi, kişinin şahsi bilgilerini başkalarının erişimine karşı koruma ve bu erişimi kısıtlama ihtiyacını yansıtıyor[70]. Gizlilik, bireyler ya da gruplar olarak hepimizi ilgilendiriyor. Bilerek veya istem dışı bir biçimde kendimizle ilgili oluşturduğumuz bilgileri ilgilendiriyor. Özel, kamusal ve topluluk temelli kurumlar tarafından toplanan ve dağıtılan bilgiler, gizliliğe aynı derecede tabidir.

Birleşmiş Milletler'in Gizlilik Hakkı Özel Raportörü Joseph Cannataci ile görevdaşları, gizlilikten kaynaklı endişeleri üç geniş kategoride toplamayı öneriyor. Bu kategorilerin ilki fiziksel alanları ilgilendiriyor ve bu alanlarını istenmeyen kişilerin erişiminden korumaya çalışan bireyleri ve grupları içeriyor.

70. UNESCO, *Global Survey on Privacy in Media and Information Literacy, With Youth Perspectives* (*Medya ve Bilgi Okuryazarlığında Gizlilik Üzerine Araştırma, Gençlerin Bakış Açılarını da Katarak*), Paris: UNESCO, erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000258993.

Gizlilik kaynaklı endişelere ilişkin ikinci kategori ise bireyi birey yapan vasıflar ile ilgili – bir diğer deyişle, **bireylerin özgürce düşünmek, kendi seçimlerini yapabilmek ve dışarıdan herhangi bir müdahaleye maruz kalmadan kendilerini ifade etmek için ihtiyaç duydukları eylem gücü veya özerkliği ile ilgili. Son olarak, üçüncü kategorideki kişiler de birey olma vasıflarını kaybetmekten endişe duyuyorlar, ancak esas olarak kişisel bilgi akışına odaklanıyorlar. Buna, bilgi gizliliği adı veriliyor**[71]. Bu gizlilik türü bireyin, hatta toplumun bütününün de ötesine uzanıyor, zira gizliliğin toplumdaki bilgi akışını nasıl etkilediği ve bu durumun, bireylerin vatandaş olarak gelişimine nasıl tesir ettiği konularını da dert ediniyor[72].

Bilgi gizliliği ya da bilgisel gizlilik, veri gizliliği ile ilişkilidir. Dijital çağda, kişinin fiziksel alanı, bireysel özerkliği ve nasıl veri oluşturduğu ve kullandığı konularının tamamı yeni teknolojilerde toplanıyor ve sanal alanlar ile sanal veriye dönüştürülüyor. Örneğin, teknolojiden önce, insanlar kütüphanedeki bilgileri diledikleri kadar çok inceleyebilir ve yalnızca yetki sahibi kütüphane çalışanları o kişinin hangi bilgileri kullandığına ilişkin geçmişine veya kaydına erişebilirdi. Mağazaya alışveriş yapmaya gittiğinizde, yalnızca mağaza sahibi neler satın aldığınızı bilebilirdi. Günümüzün çevrimiçi ortamında, bunlar tamamen değişti. Herhangi biri ne zaman bir mağaza satış noktasında ya da çevrimiçinde alışveriş yapsa, hükümete bağlı bir internet sitesinde bir işlem gerçekleştirse, hastanede doktora muayene olsa, arama motoruyla internette arama yapsa veya sosyal medyada herhangi bir faaliyette bulunsa, veri oluşturuluyor, toplanıyor ve depolanıyor. Bu veriye kimlerin erişebildiği, verilerin hangi amaçla kullanıldığı ve bireylerin bu verinin kullanımına ilişkin verdiği veya vermeyi reddettiği izinler, hepimizi ilgilendiriyor.

Gizlilik bir insan hakkıdır ve Evrensel İnsan Hakları Bildirgesi'nin 12. Maddesi ile Kişisel ve Siyasal Haklar Uluslararası Sözleşmesi'nin 17. Maddesi altında koruma altındadır. Çeşitli ülkeler ve bölgesel coğrafi oluşumlar gizliliğin daha güçlü bir şekilde korunmasını sağlayan veri koruma yasalarına sahiptir[73].

71. Cannataci, Joseph A., Zhao, Bo, Torres Vives, Gemma, Monteleone, Shara, Bonnici, Jeanne Mifsud ve Moyakine, Evgeni (2016), *Privacy, Free Expression and Transparency: Redefining Their New Boundaries in the Digital Age* (*Gizlilik, Özgür İfade ve Şeffaflık: Dijital Çağda Yeni Sınırlarını Yeniden Tanımlamak*), Paris: UNESCO, (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246610).
72. a.g.e.
73. a.g.e.

Dünyada 132'nin üzerinde ülke, uluslararası standartlar uyarınca veri koruma yasaları geliştirmiş ve yürürlüğe koymuştur[74].

Eğer gizliliğin medya ve bilgi okuryazarlığı ile nasıl bir ilgisi olabileceğini kendinize soruyorsanız, eleştirel bir şekilde düşündüğünüz anlamına geliyor çünkü bu geçerli bir soru. 1. Modülde ve diğer ilgili modüllerde, medya ve bilgi okuryazarlığı yetkinlikleri geniş bir şekilde özetlendi ve açıklandı. Bu yetkinlikler, bireyin, bilgi ile, medya ile ve her türde dijital teknoloji ile eleştirel ve maksatlı etkileşimlerde bulunması için gereksinim duyduğu bilgiyi, becerileri ve tutumları kapsıyor. Bireyin gizliliğini korumak için gerekli yetkinlikler de içten içe içerikler ile, BİT'ler ile ve içerik sağlayan kurumlar ile etkileşimde bulunmak için gerek duyulan yetkinlikler. "Kişinin kendi gizliliğini savunması ve diğer bireylerin gizliliğine saygı göstermesi, MBO yetkinliklerinin kullanımının bir şeklini teşkil eder[75]." Okur için iki MBO yetkinliği kullanımı örneği sunulabilir. Birincisi, bilginin yerini saptama, bilgiye erişme ve bunu etik ve hesap verebilir bir şekilde kullanma yetkinliği, insanların kendi özel bilgilerini kimlerin bulabileceğini ve erişebileceğini, bunu nasıl ve hangi amaçla yaptıklarını ve de kişisel verileri korumak için neler yapılabileceğini anlamaya yardımcı olacaktır. İkinci bir örnek ise, içerik sağlayıcıların çevrimiçi ve çevrimdışı rollerini ve işlevlerini anlamayı sağlayan yetkinliklerin, insanların gizliliğin sosyal, ekonomik ve siyasi bağlamlarını anlamalarına yardımcı olması ile ilgili. BİT'leri ve kurumları anlamak ayrıca, sensörlerin ve algoritmaların davranışlarımızı nasıl izledikleri ve gözlemledikleri ve, gerekli güvenceler olmadığı zaman, gelecekte karar verirken eylem gücümüz ile özerkliğimizi zedeleyebilecek şekilde bizi hedeflemeye yarayan verilerin oluşturulmasını nasıl sağladıkları konularında bilgi sahibi olmayı gerektiriyor.

Gizlilik, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH) açısından önem arz ediyor. Bireylerin, SKH'lara bağlı olarak kalkınma ve demokrasiye katılımları içerik sağlayıcılar vasıtasıyla gerçekleşiyor ve MBO yetkinlik düzeyleri ile biçimleniyor. Bu bakımdan, gizliliğe yapılan müdahaleler toplumdaki bilgi akışını değiştirme imkânına sahip. Örneğin, SKH 5 ve toplumsal cinsiyet eşitliği ile kadınların güçlenmesi bağlamında çevrimiçi kadın düşmanlığının ve kadın gazeteciler ile blogculara yönelik saldırıların arttığını, bu saldırılarda kadınlara gözdağı vermek için özel bilgilerinin kullanıldığını, vb. göz önüne getirin. Gizliliği medya ve bilgi okuryazarlığı kapsamında anlamak, bireylerin kişisel bilgilerini, kalkınma ile ilgili bilgiler ve SKH'ların ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarına bağlı kamusal bilgiler ile yan yana koyar.

Bu modül, MBO kapsamında gizliliğin, veri oluşumu ve kullanımının, gizlilik ile kalkınma arasındaki ilişkinin ve bireylerin gizliliği ile verilerini korumak için etik ve kurumsal yükümlülüklerin temellerine dair açıklamalar, pedagojik örnekler ve kaynaklar sunan dört üniteden oluşur.

74. Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD), Dünya Çağında Veri Koruma ve Gizlilik Yasaları, erişim adresi: https://unctad.org/en/Pages/DTL/STI_and_ICTs/ICT4D-Legislation/eCom-Data-Protection-Laws.aspx.
75. a.g.e.

ÜNİTELER

1. ÜNİTE:
MBO KAPSAMINDA GİZLİLİĞİ ANLAMA

2. ÜNİTE:
GİZLİLİK, VERİ VE KALKINMA

3. ÜNİTE:
GİZLİLİĞİNİZİ VE VERİLERİNİZİ KORUMAYA YÖNELİK KURUMSAL YÜKÜMLÜLÜKLERE DAİR FARKINDALIK

1. ÜNİTE: MBO KAPSAMINDA GİZLİLİĞİ ANLAMA

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Gizlilik yetkinliklerine giriş;
- Çevrimiçi gizliliği yönetme;
- Kişisel bilgileri koruma;
- Çevrimiçi verilerin etik kullanımı;
- Çevrimiçi veri oluşumu ve kullanımı.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Çevrimiçi gizlilik ile ilgili endişeleri ve bunların MBO açısından sonuçlarını açıklama;
- Çevrimiçi ortamlarda kişisel bilgilerin korumasını sağlayacak stratejiler belirleme;
- Çevrimiçi etkinliklerin nasıl veri oluşturduğunu, çevrimiçi ortamlardaki kişisel bilgilerin ve çevrimiçi itibarın nasıl yönetilebileceğini anlama.

Bu Ünitede Hedeflenen Yetkinlik Düzeyi

- Temel.

Gizlilik ile MBO'nun Kesişimleri

Bireylerin gizliliklerini korumak için gereksinim duyduğu yetkinlikler özü itibariyle MBO yetkinlikleri, her ne kadar, gizlilik de dahil, insan haklarını koruma ve gözetme görevi asıl devletlere düşse de. Aşağıda, UNESCO'nun *Medya ve Bilgi Okuryazarlığında Gizlilik Üzerine Araştırma, Gençlerin Bakış Açılarını da Katarak* başlıklı çalışmasından uyarlanın iki tablo yer almaktadır. Söz konusu kaynakta gizlilik ile MBO arasındaki ilişki açıkça belirtiliyor olup, eğitmenlere bir dizi kaynaklar da önerilmektedir. Eğitmenler, aşağıda belirtilen yetkinliklerin her biri etrafında ders planları ve grup tartışmaları gibi aktiviteler geliştirebilirler.

TABLO 8.1 BİREYLER[76] İLE BAĞLANTILI OLARAK GİZLİLİK VE MBO İLE İLİŞKİSİ

ÖNERİLEN GİZLİLİK YETKİNLİKLERİ	MBO'YA DAHİL/ENTEGRE GİZLİLİK
Siberalemde kişisel gizlilik haklarına duyulan gereksinimi ve bu hakların değerini anlama.	IMBO'da, kişisel gizlilik haklarının çevrimiçi ve çevrimdışı insan hakları ile bağlantılı olması gereklidir. Buna internete erişim ve internette ayrımcılıkla mücadele; ifade ve bilgi edinme özgürlüğü; toplanma, örgütlenme ve katılım özgürlüğü; eğitim ve okuryazarlık; çocukların ve genç insanların özel olarak korunması; ve 'insan haklarınız ile temel özgürlükleriniz kısıtlandığında veya ihlal edildiğinde etkin bir telafi hakkından'[77] yaralanabilmesi gibi unsurlar dahildir.
Kişisel profillerin ve bilgilerin, özellikle çevrimiçi olarak metalaştırılması ve gelir kaynağına dönüştürülmesi ile ilgili farkındalık kazanma.	İnternet/teknoloji alanlarında aracıları ve medyayı gizlilik politikalarından dolayı sorumlu tutma ve anonim verinin İnternet uygulamalarını ve hizmetlerini nasıl destekleyebileceğini takdir etme. İnternette 'ücretsiz' hizmetler kullanmanın ve 'ücretsiz', bağımsız ve çoğulcu medyaya erişmenin gizlilik açısından bazı bedelleri vardır. Ancak, bu bedellerin kati suretle istismar edilmemesi ve erişim koşullarının şeffaf kullanıcı iznine tabi tutulması gerekir.
Gizlilik ve anonimliği ne zaman ve nasıl talep etmek gerektiğini, başkalarının gizliliğine ve anonimliğine de ne zaman saygı göstermek gerektiğini anlama.	Gizlilik ve anonimliğin, bilgiye erişme hakkı da dahil olma üzere ifade özgürlüğünü korumak için gerekli olduğunu ve şifreleme sistemlerinin bunu destekleyebileceğini anlama ve takdir etme.
Çevrimiçi veya çevrimdışı ortamlarda kişisel bilgiler paylaşırken fark gözetmeyi sağlayan bir muhakeme yürütme.	Vatandaşlar bilinçli olarak paylaştıkları ve paylaşmadıkları bilgiler ile ilgili bireysel ve bilgiye dayalı kararlar almalıdır, bunu yaparken de, ifade özgürlüğünü engelleyecek bir başka unsur olan otosansüre karşı önlem almalı.
Çevrimiçi platformlar da dahil olmak üzere, kuruluşlar üzerinde değerlendirmede bulunma ve onlarla etkileşime girme ve gizlilik ile veri yönetimi pratiklerini tanımlama kabiliyeti.	Politikaların gelişimi ve uygulanması süreçlerinde aracılar ve medya ile etkileşimde bulunma, bu çerçevede, insan haklarını ihlal edebilecek devlet müdahaleleri risklerini azaltma yönünde önlemler alınması için, hükümetler tarafından sağlanan denetimlerin özdenetim ve ortak denetim pratikleri ile dengelenmesini savunma.
Dijital ortamlardaki gizlilik risklerini ve faydalarını anlama ve gizlilik ayarlarını/düzeylerini buna bağlı olarak belirleyebilme.	Kişisel güvenliğiniz, başkalarının güvenliği ve ulusal güvenliği göz önünde bulundurarak gizliliğin riskleri ve faydalarını tartın. Yasallık, gereklilik, orantılık ve meşru amaç ilkeleri uyarınca uluslararası standartlar korunduğu müddetçe, bazı gizlilik düzeylerinin başka hakların korunması için sınırlandırılmış olabileceğini (güvenlik hakkı veya itibar hakkı da buna dahil olmak üzere) takdir edin.
Başkalarının kişisel bilgilerinin etik kullanımı ve gizliliklerine saygı gösterme.	Bilgi ve medya etiği ile ilgili daha geniş bir anlayış geliştirme.

Kaynak: UNESCO, Global Survey on Privacy in Media and Information Literacy, With Youth Perspectives (Medya ve Bilgi Okuryazarlığında Gizlilik Üzerine Araştırma, Gençlerin Bakış Açılarını da Katarak), Paris: UNESCO.

76. Bu yetkinlikler Medya Farkındalık Ağı'nın (Media Awareness Network) *The Privacy Piece* (*Gizlilik Bileşeni*) adlı çalışmasından uyarlanmıştır (2011), erişim adresi: https://mediasmarts.ca/sites/mediasmarts/files/pdfs/publication-report/full/The-Privacy-Piece.pdf.
77. Bkz. Avrupa Konseyi, 2014.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Gizlilik ile ilgili kavramları (tanımlar ve kelime dağarcığı) tanıtın, örneğin: mahremiyet, kişisel bilgi, dijital ayak izi, çevrimiçi itibar, Shoshana Zuboff'un (2019) 'gözetim kapitalizmi' adını verdiği olgu ve gizlilik ayarları. Bu ve müfredattaki diğer birçok kavram ile ilgili önerilen tanımlar için Terimler Sözlüğü bölümüne bakın. Gizlilik ile ilişkili kavramların temelleri anlaşıldıktan sonra, bu kavramlar ile bağı olan yetkinliklerden söz edin, örneğin: dijital teknoloji ve uygulamalarını kullanmanın kişisel gizlilik açısından sonuçları, güvenli bir şekilde paylaşılabilecek bilgi türleri, bilginin ne zaman ve hangi tür bilgilerin gizli kalması gerektiği, gizlilik ve çevrimiçi ayarların yönetimi, çevrimiçi olarak paylaşılan bilgilerin kalıcılığını anlama ve dijital teknolojilerin çevrimiçi ve çevrimdışı hayatlarımız üzerindeki etkisi.
- Herkesin dijital ayak izinin önemini vurgulayın. Her ne kadar genç erkek ve kız çocukların, örneğin, kendi başlarına açtığı sosyal medya hesapları olmayabilse de, aile fertlerinin veya arkadaşlarının onlar hakkında geçmişte paylaştığı bilgiler olabilir. Dijital ayak izlerimiz, bizim çevrimiçi temsillerimizi oluşturur. Çevrimiçi davranışlarımız, yüz yüze davranışlarımızı yansıtır ve bu durum karşılıklıdır[78] . Mesajlar, fotoğraflar, bağlantılar, yorumlar ve "beğeniler" özenle paylaşılmalıdır. Bilgi bir kere çevrimiçi olarak paylaşıldığında, kontrol edilmesi zordur ve ilk kez paylaşımından çok daha uzun bir süre var olmayı sürdürür. Dijital ayak izleriniz, asla tanışmadığınız insanlar tarafından görülebilir. İnternet hizmet sağlayıcıları ve onlar vasıtasıyla erişilen uygulamalar 'yığını', bunların hepsi, arama ve tarama da dahil, dijital etkileşimlerinizi saklama ve analiz etme eğilimindedir.
- Şu noktalardan bazılarına değinerek bir tartışma yürütün: (1) Başka birisi ile ilgili bir bilgi, videolar, fotoğraflar, vs. paylaşmak ne zaman uygun bir davranıştır? (2) Sırlarınızı kimlerle paylaşırsınız? (3) Neden bu bilgileri başkaları ile paylaşmazsınız? (4) Ne tür bilgilerin korunması önemlidir? (Örneğin, şifreler, e-posta, cep telefonu numaraları, vs.). Öğrencileri, insanların çevrimiçi olarak istemeyecekleri veya yabancılar ile paylaşmak istemeyecekleri kişisel bilgi türleri ile ilgili bir tartışma yürütmeye yönlendirin.
- Eğer eğitmenseniz, öğrenci gruplarına kendileri hakkında Baidu, Google, Yandex, DuckDuckGo, Yahoo, Bing, Apple, vb. gibi çeşitli arama motorlarını kullanarak bir arama yapmaları konusunda rehberlik edin. Öğrencilerden arama sırasında buldukları bazı bilgileri paylaşmalarını isteyin. Bazı bilgileri bulmanın onları şaşırtıp şaşırtmadığını diğerleri ile paylaşmalılar. Ayrıca, farklı arama motorlarında buldukları bilgileri de kıyaslamalarını isteyin. Farklılıklar ve benzerlikler neler? Bu bilgiler internete nasıl yer alıyor? Kendileri mi paylaşmış? Öğrenciler ile, arama motorlarının

78 Carlsson, Ulla (ed.) (2019), *Understanding Media and Information Literacy (MIL) in the Digital Age: A Question of Democracy* (*Dijital Çağda Medya ve Bilgi Okuryazarlığını (MBO) Anlamak: Bir Demokrasi Meselesi*), Göteborg: UNESCO, açık kaynak erişim adresi: https://en.unesco.org/sites/default/files/gmw2019_understanding_mil_ulla_carlsson.pdf.

onlar hakkında sahip olduğu verilerin ne tür sonuçlar doğurduğunu eleştirel bir şekilde tartışın.

- Line, WeChat, Instagram, VK, Snapchat, Facebook, LinkedIn, TikTok, Twitter, Telegram veya Signal, vb. popüler sosyal medya platformlardan birini seçerek gizlilik ayarlarını gözden geçirin. Sosyal medyada paylaşılan fotoğraflar ve diğer içerikler her zaman koruma altında değiller. Kimi zaman fotoğraflarda gizli zaman ve konum damgaları bulunabiliyor, ki sonuncusu yaşadığınız adres olabilir. Sosyal medya hesaplarınız tarafından size sunulan gizlilik özellikleri ile ilgili bilgi edinmek önem taşıyor. Bütün sosyal medya hesaplarınızda 'Güvenlik Ayarları' başlığını taşıyan bir özellik bulunur. Bu özelliği inceleyin ve böylece çevrimiçi olarak paylaştığınız bilgilere kimlerin erişebildiğini, başkalarının paylaşımlarda sizi etiketleyip etiketleyemediğini, ve çevrimiçi profillerinizde hakkınızda ne tür özgeçmiş bilgilerinin görüntülenebildiğini öğrenin.
- İnternette, hesaplarda kullanılan en yaygın şifrelerin listesine yer veren çok sayıda içerik bulunuyor. Bu içeriklerden birini seçin ve öğrenciler ile paylaşın. Bu şifrelerden birini kullanıyorlar mı? Bu tür şifreler kullanan birisini tanıyorlar mı? Bilgileri korumak için güçlü bir şifre kullanmanın önemi üzerine tartışma yürütün.
- "Bir taraftan, aracılı ortamlarda veri yönetimi becerisi, internetin teknik özellikleri ile ilişkili çeşitli gizlilik öğelerine daha mahir (bir başka deyişle, veri koruma ile ilgili teknik davranışlar) erkek kullanıcılara avantaj sağlayabilir. Beri taraftan, verilerin erişilebilir olmasından kaynaklı gizlilik endişesi özünde kadınları, özel-kamusal ayrımının olduğu ortamlarda sosyal açıdan anlamlı (bir başka deyişle, veri koruma ile ilgili sosyal davranışlar) gizlilik becerilerini sergilemeye daha yatkın kılabilir – veya kılmayabilir. İnternet gizliliği ile etkileşimlerinde düşük becerilere sahip olanlar ise bir eşitsizlik döngüsüne kısılabilir ve giderek daha yüksek gizlilik becerisi düzeyi gerektiren çevrimiçi ortamda başarılı olmayı sağlayacak özelliklerden yoksun kalabilir" (Park, 2015, s.153). Bu açıklamalar etrafında bir grup tartışması düzenleyin. Öğrencilere, bu açıklamanın tamamına veya bazı kısımlarına ne derece katılıp ne derece katılmadıkları ve bunun nedenleri ile ilgili araştırma yapıp, destekleyici bulgular sunmaları konusunda rehberlik edin.
- Kaspersky, Norton, Avira ve Avast son derece popüler antivirüs ve veri koruma şirketleri. Bunların dışında bu hizmeti veren başka şirketler de bulunuyor. Aşağıda, Norton tarafından sunulan tavsiyeleri değerlendirin. Bu tavsiyeleri öğrenciler ile tartışın. Bunları ne derece uyguladıklarını araştırın. Bu tavsiyelerin hepsine katılıyorlar mı? Neden katılıyorlar veya neden katılmıyorlar?

  - Sosyal medyada paylaştığınız kişisel bilgileri sınırlı tutun;
  - Tarama yaparken görünmez veya gizli modu kullanın;
  - Farklı bir arama motoru kullanın;
  - Sana özel ağ (VPN) kullanın;
  - Tıkladığınız bağlantıya dikkat edin;
  - Mobil cihazlarını koruma altına alın;
  - Kaliteli bir antivirüs yazılımı kullanın.

- Çevrimiçi erişilebilir gizlilik araçları listesini gözden geçirin:
  - www.haveibeenpwned.com: Şifre, kullanıcı adı ve e-posta adresinizin gizliliklerinin hiç ihlal edilip edilmediğini kontrol etmek için;
  - Tor, www.torproject.org: En yaygın bir şekilde kullanılan VPN (Sanal Özel Ağ) hizmetlerinden biri, ücretsiz olarak sunuluyor;
  - Anonymizer, www.ntrepidcorp.com: Daha fazla anonimlikle tarama yapmanızı sağlayan bir site. Buna benzer bazı hizmetler bilgileriniz saklar, bu yüzden dikkati elden bırakmayın. Gizlilik politikalarını dikkatli bir şekilde okuyun ve ağınızda daha deneyimli insanlardan destek alın.
  - Privacy Badger, www.privacybadger.org: "beni izleme" özelliklerini kullanabilmenizi sağlayan bir tarayıcı uzantısı.
  - Alanda tanınmış bir uzman ve gizlilik hakkı savunucusu Paul Bischoff tarafından derlenen, çevrimiçi kişisel gizliliğinizi korumayı sağlayan 73'ün üzerinde ücretsiz aracın yer aldığı listeye bu bağlantıdan erişebilirsiniz: https://www.comparitech.com/blog/vpn-privacy/75-free-tools-to-protect-your-privacyonline/.
- Kaçının bu araçlardan haberdar olduğunu hızlıca öğrenmek için öğrencilerden ellerini kaldırmalarını isteyin. Öğrencilerden kaçı bunları gerçekten kullanıyor? Öğrencileri küçük gruplara ayırın ve seçilen bazı araçların güçlü ve zayıf yanlarını araştırmaları konusunda onları yönlendirin. İnsanların çevrimiçi ortamlarda kişisel verilerini korumalarını sağlayacak başka yararlı araçlar sayabiliyorlar mı? Bazı araçların uzman desteğine muhtaç olmaları nedeniyle dikkati elden bırakmayın.
- Uygulamaların kaç tane veri noktası toplandığına, bunların profilleme ve bilgi akışlarının, önerilerin ve reklamların kontrolü için nasıl kullanıldığına ilişkin çevrimiçi bir araştırma yapın. Bu konularda bilgi edinmeye çalışın ve *Sosyal İkilem* (*The Social Dilemma*) gibi belgeseller izleyin, sonrasında da kişinin kendini korumasının ötesindeki çözümler ile ilgili öğrenciler ile tartışma yürütün.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Şifrelerin ne kadar güçlü olduğunu nordpass.com ve password.kaspersky.com gibi siteleri kullanarak test edin. Öğrenciler, olası yeni şifreler üzerine bir beyin fırtınası yürütebilir ve bu şifrelerin ne kadar güçlü olduğunu test edip, şifrelerin güçlerini nelerin artıracağına ilişkin geri bildirimler alabilir. Benzer şekilde, bu internet siteleri güvenli şifre oluşturmayı sağlayan araçlar da sunuyor, dolayısıyla bu araçlar öğrencilere kendi şifrelerine ilham verecek örnekler bulmalarına yardımcı olabilir.
- Çevrimiçi varlığın analizi – öğrencilerden sosyal medya varlıklarını analiz etmelerini isteyin. Çevrimiçi bir aramada kendilerini bulabiliyorlar mı? Bir öğrencinin seçmiş olduğu sosyal medya profilinin içeriği, platformun amacıyla uyumlu mu (örneğin, sosyalleşme, profesyonel, vs.). Sosyal medya platformlarındaki içerik onları doğru bir biçimde temsil ediyor mu?
- Farklı dijital içerik şirketleri ve öğrenciler olarak bunların birincil kullanımına ilişkin analiz.

2. ÜNİTE: GİZLİLİK, VERİ VE KALKINMA

SÜRE: 3 SAAT

Başlıca Konular

- Veri güdümlü kalkınma;
- Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri;
- Gizlilik ve veri koruma;
- Gizliliğin kişisel ve sosyal gelişimin üzerindeki etkisi;
- Gizlilik, ifade özgürlüğü ve bilgiye erişim;
- Gizlilik ve şeffaflık.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Verinin, toplumsal ve ekonomik kalkınmanın yanı sıra, içerik ve iş modellerinin gelişimini nasıl taşıyabileceğinin temellerini anlama ve tarif etme;
- Gizlilik ve veri korumayı birbirinden ayırt etme;
- Gizlilik, kişisel ve sosyal gelişim arasındaki etkileşimi inceleme;
- Gizliliğin, insanların kendilerini özgürce ifade edebilmeleri ve bilgiye erişimden yararlanabilmeleri için neden kritik bir önemi olduğunu açıklama;
- Bu konuları kişisel, yerel ve toplumsal bağlamlarda araştırma ve irdeleme.

Bu Ünitede Hedeflenen Yetkinlik Düzeyi

- Temel ile Orta.

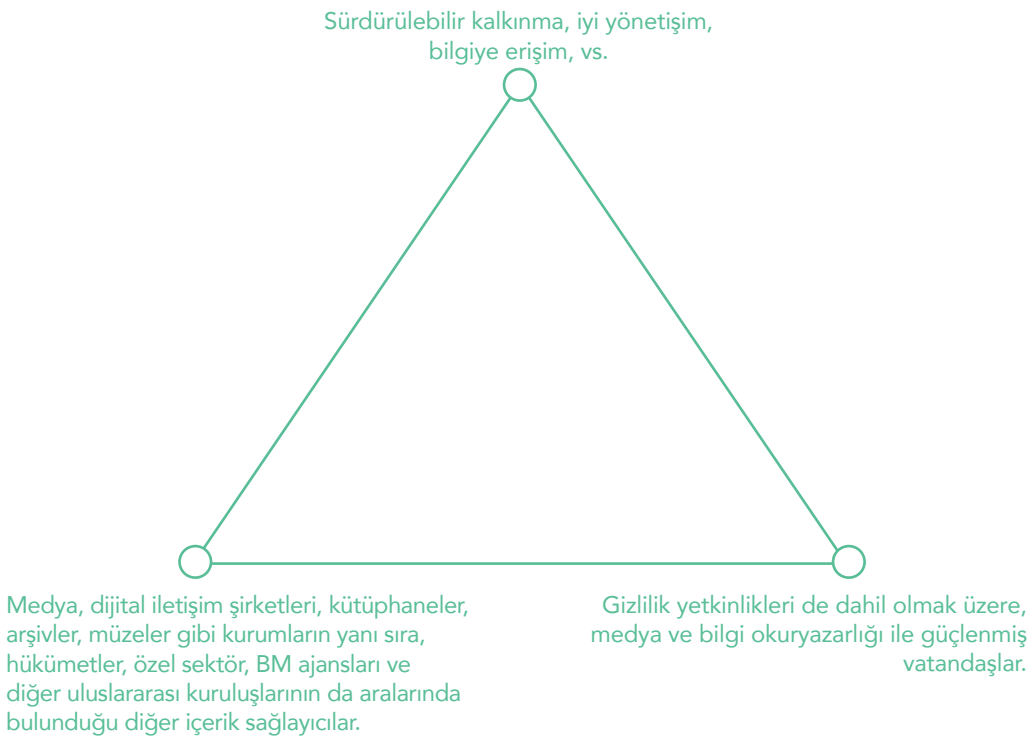
Veri ve Toplum

Veri ve Gizlilik: Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'nin Sonuçları

Toplumları daha kapsayıcı kılmak ve sürdürülebilir kalkınma konusunda katılımı genişletmek ve anlayışı artırmak istiyorsak, hem bu amacı yerine getirmeyi sağlayacak bir tasarım hem de sistemli ve doğru bir izleme ve değerlendirme imkânı tanıyan veri türleri edinmemiz bir gereksinim. 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne (SKH) ulaşmanın temelinde bir veri devrimi yatıyor. Teknolojideki hızlı gelişimler ve dijital depolama kapasitesinin ve hızının katlanarak artması, akıl almaz miktarda verinin toplanıp kullanılmasına olanak sağlıyor. Veri devriminin kalkınma ile iki açıdan bağlantısı var. Birincisi, bunlar daha keskin ve ölçülebilir performans değerleri sunan kalkınma ile ilgili veriler (hükümet ve özel sektör). İkincisi ise, bireyler, gruplar ve kurumlar ile ilgili

veriler. Gizlilik konusu özellikle bu bakımdan SKH'lar ve bireylerin yönetişim süreçlerine katılımı açısından önem arz ediyor. SKH'lar ile ilgili daha fazla bilgi için 13. Modülü okuyunuz. MBO yetkinlikleri, hem SKH'ların nasıl ölçülecekleri ve izleneceklerini hem de bunların birey ve kolektif yaşantılar ile bağlantılarını[79] – özel ve kamusal anlamda – anlamaya yardımcı olabilir.

ŞEKİL 8.1: MBO VE SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA İLE DEMOKRASİ İÇİN ÖNEMİ (İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ, GİZLİLİK, VS.)



Birleşmiş Milletler bünyesinde çeşitli özel raportörler görev alıyor. Raportörler, kalkınma ile ilgili birbirinden farklı konular hakkında geniş deneyimi ve derin bir uzmanlığı olan kişiler. Özel raportörler, kapsamlı araştırmalar yapabilmelerini sağlayan yetkiler ile donatılmış olup, Birleşmiş Milletler'e kalkınma ile ilgili çeşitli konularda raporlar sunarlar. Bu raporlar Birleşmiş Milletler'in tartışmaları ve kararlarına ışık tutan resmî belgelerinin bir parçası haline gelir. Bu modül kaleme alınırken, Birleşmiş Milletler'in gizlilik ile ilgili özel raportörlük görevini Joseph Cannataci üstleniyordu. Belirlenen süreler dolduğunda, raportör olarak atanan kişilerin görevleri de son buluyor. Cannataci, sunduğu raporların birinde engelsiz bir kişisel gelişimin üç sütuna dayanmasını öneriyor. Bunlar:

79. Singh, Jagtar; Grizzle, Alton; Yee, Sin Joan ve Culver, Sherri Hope (ed.) (2015), *Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals* (*Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri İçin Medya ve Bilgi Okuryazarlığı*), International Clearinghouse on Children, Youth and Media, NORDICOM, Göteborg Üniversitesi, (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000234657).

1. Gizlilik;
2. İfade özgürlüğü;
3. Bilgi edinme özgürlüğü.

Bu bölümde gizlilik sütununa odaklanırken, gizlilik ile ifade özgürlüğü ve bilgi edinme özgürlüğü arasındaki bağlantıları bir sonraki bölümde ele alacağız.

Bu Modülün arka planında belirtildiği üzere, kişisel bilgilerimizin bazı unsurları insanları bilgilendirmeye yardımcı olur ve kalkınma bilgisine, hatta kamusal bilgiye katkı sağlar. Örneğin, tüketici alışkanlıklarını ele alın. Bu kolektif kişisel bilgi toplamı, ekonomik aktörler tarafından sunulan ürün ve hizmet türleri konusunda bilgilendirmeye yardımcı olur. Benzer şekilde, kişisel sağlık bilgilerimizin toplamı, örneğin, hayat tarzı hastalıklarındaki, kronik hastalıklardaki veya, COVID-19'da olduğu gibi, pandemiye, şeker hastalığına, hipertansiyona, kalp hastalıklarına, kansere, vs. ilişkin artış oranları hakkında halka gerekli kamusal bilgilerin aktarımı için hükümete ışık tutar. Veya, siyasi veya sivil katılım bağlamında, oy kullanan gençlerin oranının saptanmasını sağlar. Bununla beraber, bütün bu bilgilere erişimin bir toplumun üyelerini etkilemek için kullanılabileceğini de kolaylıkla hayal etmek mümkün.

Gizlilik, ifade özgürlüğü, bilgiye erişim ve şeffaflık

Bir önceki bölümde, gizliliğin ifade özgürlüğü ve bilgi edinme özgürlüğe ile iç içe geçtiğini ve hep birlikte kişisel gelişimimizi etkilediği belirtiliyordu. Daha geniş bir biçimde düşünülürse, hep birlikte ele alındıklarında bu unsurlar bizleri sadece bireyler olarak değil, ailelerimizle, içinde yaşadığımız topluluklarla, ülke ile ve dünya ile ayırt edilemez bir şekilde bağlı bireyler olarak da etkiler. UNESCO, yakın veya uzakta olmaları fark etmeksizin, çevremizdekilere karşı sosyal yükümlülüklerimizi açıklamak için küresel vatandaş kavramını kullanır. İfade özgürlüğü ve bilgi edinme özgürlüğüne ilişkin daha fazla bilgi için 1. ve 2. Modüle bakın. Küresel vatandaşlık ile ilgili daha fazla bilgi için ise 5. Modüle bakın. Bu bölüm daha ziyade, gizliliğin bireylerin ifade veya bilgiye erişme özgürlüklerini nasıl olanak sağlayabileceğine veya tehlikeye sokabileceğine odaklanır.

Neredeyse 20 yıl önce kimi yazarlar 'gizliliğin ölümü'[80] üzerine tartışarak, teknolojideki hızlı ve katlanarak meydana gelen ilerlemelerin, insanları kendileri ve aileleri üzerindeki kontrollerin giderek azalacağını savunuyordu. Bunun ifade özgürlüğü ile ilişkisi nedir diye sorulabilir. Bir anlığına internette bir toplumsal sorun ile ilgili kendinizi özgürce ifade etmek istediğinizi, ancak bunun anonim bir şekilde ve mağduriyet yaşama ihtimali bulunmadan yapmak isteyeceğinizi düşünün. Veri koruma mekanizmalarının işlerliği konusunda herhangi bir güvence olmadığı takdirde, kendinizi sansürlemeyi, bir başka deyişle, bilginin sizinle ilişkilendirilebileceğinden endişe duyduğunuz için bu sorun ile ilgili kendinizi hiç ifade etmemeyi seçebilirsiniz. Bu senaryo, araştırmacı gazeteciler veya kesinlikle anonim kalmak gereken durumlarda ifşaat yapan kişiler de dahil olmak üzere, dünyada pek çok kişinin karşı karşıya olduğu bir geçekliği ifade ediyor.

Uluslararası Şeffaflık Derneği (Transparency International) gibi kuruluşlar dünyada hesap verebilirliği teşvik etmek ve hükümetlerde, özel sektörde, hükümet-dışı ve başka

80 Cannataci, Joseph A., Zhao, Bo, Torres Vives, Gemma, Monteleone, Shara, Bonnici, Jeanne Mifsud ve Moyakine, Evgeni (2016), *Privacy, Free Expression and Transparency: Redefining Their New Boundaries in the Digital Age* (*Gizlilik, Özgür İfade ve Şeffaflık: Dijital Çağda Yeni Sınırlarını Yeniden Tanımlamak*), Paris: UNESCO, (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246610).

kuruluşlarda yolsuzluğu ortadan kaldırmak için faaliyetlerini sürdürüyor. Uluslararası Şeffaflık Derneği, tüm dünyada 100'ün üzerinde ülkede ofisi bulunan bir küresel ağ olarak bu örneklerden biri. Bunun gibi başka ağlar da var. Şeffaflığı teşvik etmek herkes için âdillik, adalet ve eşitlik hedefine ulaşmak için de bir gereksinim. Bu, aynı zamanda kamuyla paylaşılan bilgiye ilişkin belirli bir düzeyde açıklık gerektiriyor. Çeşitli kurumlardaki aktörler, hükümetler ve özel oluşumlar çoğu zaman gizlilik perdesinin arkasında saklanabiliyorlar. Uluslararası standartlar ve yasalar, gizliliğin başladığı veya bittiği yer olarak çizgiyi, eylemlerinin başkalarını ve kamunun genelini olumlu ya da olumsuz etkilediği yerde çiziyor. Şeffaflık yalnızca kurumlar ile sınırlı değil. Bu çerçevede, 'kişisel şeffaflık' veya etik kavramı da öneriliyor. Kavram, gerçeğin ve güvenin öncelikle bireylerde var olması gerektiği, böylelikle bu ahlaki davranış yaygınlaştıkça uluslararası standartlara tesir edebileceği ve yolsuzluğa karşı daha az hoşgörülü kılacağı fikrine dayanıyor. Aynı zamanda, güçsüzler için gizliliği ve güçlüler için şeffaflığı vurgulayan bir yaklaşım bulunuyor.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin..

- 17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi üzerine tartışın. Öğrencilere, şunlar gibi sorular sormaları konusunda rehberlik edin: Bu hedeflerin benimle, özellikle gizliliğim ve özerkliğim açısından nasıl bir ilişkisi var? Aileniz ve arkadaşlarınız ile bu hedeflerin nasıl bir ilişkisi var? Bu hedeflerin gerçekleştirilebileceğini düşünüyor musunuz? Bazı SKH'ların gerçekleştirilmesine nasıl bir kişisel katkı sağlayabilirsiniz? Gruplar bünyesinde ne tür katkılarda bulunabilirsiniz? SKH'lar arasında hangisine hiç katkınızın olamayacağını düşünüyorsunuz? Neden böyle düşünüyorsunuz? Eğitmenler, öğrencileri SKH'lara hangi farklı yollarla katkı sağlayabileceklerini ve bir şeyler yapabileceklerini, bunun yanı sıra sunacakları katkının kişisel gizlilikleri ile alakalı olup olmadığını düşünmeye yöneltmeli.
- SKH'lar ile ilgili bilgiler ve bu alandaki ilerlemeleri izlemek için veriler içeren BM'nin resmî internet sitesini ziyaret edin: Küresel SKH Göstergeleri veritabanı, https://unstats.un.org/sdgs/indicators/database/. Bu platformda SKH'ları gerçekleştirmek için kaydedilen ilerlemeler hakkında toplanan verilere erişim sunuluyor: Öğrencileri, farklı hedefler ile bağlantılı göstergeleri daha ayrıntılı bir şekilde incelemeye yöneltin. Onlara veritabanını kullanmayı öğretin. Öğrenciler, kendilerine ve içinde yaşadıkları topluluğa yakın buldukları en az birer tane hedef belirlemeliler. Ardından da iki hedefe bağlı göstergeleri bulup, bu SKH'ları ilerletmek için ülkelerinde veya topluluklarında paydaşların neler yapıldığına ilişkin bulunan temel veriler hakkında basit bir arama yapmalılar. Şunlar gibi sorular sorun: Kişisel verilerim bu SKH göstergeleri ile nasıl ilişkili? Topluluğumdaki insanlar ile ilgili bilgilerin bu SKH göstergeleri ile nasıl bir bağı olabilir? Belirlenen SKH'lar ile ilgili yaşadığım topluluktaki veya ülkedeki hükümet veya özel oluşumlarda bulunan bu verilerin izi belirli gruplara kadar geriye sürülebilir mi? Bu gruplar, bu verilerin bir sonucu olarak fayda mı görüyorlar yoksa mağdur mu

oluyorlar? Verilerin nasıl anonim hale getirilebileceği ve bireysel veya grup kimliklerini ve özerkliğini koruyacak şekilde üzerlerine nasıl "gürültü" eklenebileceği konusunda tartışma yürütün.

- Öğrenci gruplarına kendileri hakkında Google, Yandex, Baidu, DuckDuckGo, Bing, vb. gibi çeşitli arama motorlarını kullanarak bir arama yapmaları konusunda rehberlik edin. Öğrencilerden arama sırasında buldukları bazı bilgileri paylaşmalarını isteyin. Bazı bilgileri bulmanın onları şaşırtıp şaşırtmadığını diğerleri ile paylaşmalılar. Ayrıca, farklı arama motorlarında buldukları bilgileri de kıyaslamalarını isteyin. Farklılıklar ve benzerlikler neler? Öğrenciler ile, arama motorlarının onlar hakkında sahip olduğu verilerin ne tür sonuçlar doğurduğunu eleştirel bir şekilde tartışın.
- Sizinle ilgili toplanan verilerin kime ait olduğu ve kullandığınız çevrimiçi hizmetlerde 'veri taşınabilirliği' seçeneğinin açık mı olduğu yoksa bloke mi edildiği – bir diğer deyişle, veri kayıtlarınızı istediğinizde çekmeye karar vererek, hâlihazırda tutuldukları 'duvarlı bahçeler'in dışında bir yere taşıyabilme imkânınızın olup olmadığı – üzerine tartışın.
- "Denge Oyunu: Ticari Oluşumlar ve Gizliliğimiz, Gizlilik ve Kalkınmaya Karşı" konu başlığı üzerine bir tartışma yürütün. Tartışma sorularının zeminini oluşturmak amacıyla, şu soruyu yöneltin: Medya, internet ve teknolojik donanım ile yazılım şirketleri yalnızca ticari amaçlar için mi varlar, yoksa vatandaşlara, SKH'ları gerçekleştirmek için gerekli olan ekonomik, sosyal ve kültürel faydalar da sağlıyorlar mı?
- Yaşadığınız toplulukta veya uluslararası çapta faal olan, şeffaflığı veya yolsuzlukla mücadeleyi teşvik eden bir dernek belirleyin. Öğrencilere, bu kuruluşun varlığından daha önce haberdar olup olmadıklarını sorun. Kuruluşun neler yaptığı üzerine kısa bir tartışma yürütün, stratejisinin işbirliğe dayanan doğasına odaklanın, öğrencilere Uluslararası Şeffaflık Derneği'min öğrencilerin yerel gerçeklikleri ile ne kadar ilgili olduğu gibi sorular sorun. "Hükümet ve kamu görevlilerinin gizlilik hakları vardır" açıklamasını tartışın.
- Şu soru üzerine tartışma yürütün: Halka ürünler ve hizmetler satan özel sektör kuruluşlarındaki aktörler ne ölçüde gizlilik yasaları tarafından korunmalı?
- Birleşmiş Milletler Gizlilik Özel Raportörü'nün son üç raporunu arayın. Öğrencileri üç gruba ayırın. Her grubu, raporlardaki tavsiyeler bölümüne yönlendirin. Burada belirlenen tavsiyelerin ülkelerinde uygulanıp uygulanmadığını araştırmanın yolları konusunda onlara rehberlik edin. MBO veya vatandaşların gizlilik konusundaki becerilerini yükseltmek ile ilgili tavsiyeler var mı? Bu tavsiyeler, kişileri MBO yetkinlikleri ile güçlendirme ile ne kadar bağlantılı? Tartışma yürütün. Her rapordaki ayrı ayrı tavsiyelerde gözlemlenebilen eğilimler neler? Benim ve topluluğum için bunları ne tür sonuçları var?
- Öğrencilere gruplar halinde gizlilik, ifade özgürlüğü ve bilgiye erişim arasındaki bağ üzerine posterler veya infografikler hazırlamaları konusunda rehberlik edin. Ardından her grup, hazırladıkları posteri kullanarak 10 dakikalık bir sunun yapmalı. Bu bağlantının bireyler, gruplar, kurumlar, özel sektör ve hükümetler açısından sonuçlarını odağına alan bir tartışma yürütün.
- Öğrencileri YouTube veya başka bir çevrimiçi video havuzunda gizlilik ve MBO üzerine öğrenme kaynakları aramaya yöneltin. Video içeriğinin güvenilir olduğunu saptamak

için nelere bakmaları gerektiği konusunda onlara rehberlik edin. Ardından öğrencileri doğrulanan videoları sosyal medyada ağlarında paylaşmaya teşvik edin.

- UNESCO'nun sosyal medyadaki MBO girişimi MIL CLICKS'i kullanarak bir öğrenme aktivitesi düzenleyin (erişim adresi: https://en.unesco.org/milclicks) ziyaret edin. Gizlilik ile ilgili mikro öğrenme içerikleri için MILCLICKS'te arama yapın. Bu içerikleri hem eğitimlerinizde hem de öğrenimlerinizde kullanın.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Öğrencileri gruplar halinde okullarında, yaşadıkları topluluklarda veya bir ibadethanede gerçekleştirmek üzere bir anket tasarlamaya, planlamaya ve hazırlamaya yöneltin. Anket hedef grubunun, içerik sağlayıcılar, sürdürülebilir kalkınma ve gizlilik yetkinlikleri de dahil olmak üzere, medya ve bilgi yetkinlikleri hakkında bilgisini, tutumunu ve pratiklerini araştırmalıdır.
- Öğrencilerden "Benim Gizliliğim, Onların Şeffaflığı, Bizim Kalkınmamız" başlığı altında bin kelimelik bir deneme yazmalarını isteyin.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Gizlilik ile ilgili ulusal, bölgesel ve uluslararası yasal çerçeveler;
- Gizliliğin meşru istisnaları;
- Yapay zekâ gibi yeni teknolojiler ve gizliliğe yönelik yeni tehditler;
- Gizlilik ve MBO üzerine eğitim ve öğrenme kaynakları;
- Terörle mücadele ve gizlilik politikaları veya yasaları.

3. ÜNİTE: GİZLİLİĞİNİZİ VE VERİLERİNİZİ KORUMAYA YÖNELİK KURUMSAL YÜKÜMLÜLÜKLERE DAİR FARKINDALIK

SÜRE: 3 SAAT

Başlıca Konular

- Gizlilik koruma alanındaki kilit aktörler;
- Kurumsal yükümlülük türleri;
- Gizlilik ihlalinin telafisi;
- MBO'yu kişisel savunma olarak teşvik eden kurumlar;
- Gizlilik ihlali türleri.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Gizlilik koruma alanındaki kilit aktörleri ve rollerini saptama;
- Gizliliğin korunması ile ilgili kişisel yükümlülükleri ve kurumsal yükümlülüklerden ayırt etme;
- Gizliliklerinin ihlal edilmesi durumunda telafi bakımında nerelere başvurabileceklerini ve ne tür adımlar atabileceklerini anlama;
- Bireylerin ve grupların gizliliğinin daha güçlü kılınması için gerekli kurumsal mekanizmaların bir parçası olarak medya ve bilgi okuryazarlığının nasıl savunulabileceğini anlama ve bilme.

Bu Ünitede Hedeflenen Yetkinlik Düzeyi

- Temel.

Gizliliği Korumak Kimlerin Görevi?

Gizlilik koruma alanında çok sayıda farklı aktör yer alır. Bunların başında yasa koyucu ve yargı, düzenleyici kurumlar, Birleşmiş Milletler ve diğer Hükümetlerarası ve çok taraflı oluşumlar bulunur. Uluslararası standartlar çerçevesinde, bireyler ve kurumların hakları istismar etmekten kaçınmaları gerekmektedir, ve özellikle işletmelerden insan haklarına saygı göstermeleri beklenir.

TABLO 8.2 GİZLİLİK KORUMA ALANINDAKİ AKTÖRLER

AKTÖRLER	ROLLER
Hükümet, yasa koyucu ve yargı.	Veri koruma da dahil olmak üzere, gizliliği koruma yasalarını tanımlama ve uygulama.
Bilgi ve iletişim bakanlıkları, sibergüvenlik kurumları, gizlilik ve veri koruma komisyonları, vb. gibi düzenleyici kurumlar.	Ülkedeki gizlilik ve veri koruma yasalarına veya uluslararası standartlara dayalı olarak daha ziyade mikro düzeyde eylemlerin gerçekleştirilmesini sağlamak amacıyla düzenlemeler, politikalar ve programlar tasarlayıp, uygulama ve izleme.
Bireylerin kişisel bilgilerini kayıtlarında tutan özel ve kamusal kurumlar. Bunlar arasında sosyal hizmetler sunan hükümet kurumları, hastaneler, çeşitli çevrimiçi veya internet hizmetleri, vs. de yer alıyor.	Kullanıcıların, vatandaşların ve müşterilerin gizliliğini korumak için çeşitli kurumsal mekanizmalar tasarlayıp, uygulama ve izleme. Kamunun gizlilik müdahalelerine karşı telafi talebine cevap vermek de buna dahildir.
Sivil toplum kuruluşları ve topluluk temelli kuruluşlar, eğitim kurumları.	MBO'nun gizlilik konusunda bir bilinç geliştirme ile bağlantılı olarak teşviki için eylemler tasarlama ve uygulama ve gizlilik hakları için savunuculuk.

Birleşmiş Milletler ajansları, çok taraflı kuruluşlar ve diğer Hükümetlerarası oluşumlar.	Uluslararası işbirliğini ve diyaloğu geliştirme, gizlilik yasaları, düzenlemeleri, politikaları ve girişimleri ile ilgili standart belirleme ve bunların nasıl uygulandığını izleme. Bu konu ile ilgili sorumluluk taşıyan kurumların ve hak sahiplerinin kapasitelerinin, rollerini etkin bir biçimde yerine getirebilmelerini sağlamak amacıyla güçlendirilmesinin desteklenmesine yardımcı olma.
Bireyler ve gruplar.	Gizlilik koruma savunuculuğu ve MBO bilinçlenme süreçlerine aktif biçimde katılma; şahsi gizliliklerini koruma ve başkalarının gizlilik hakların saygı göstermeye ilişkin MBO yetkinliklerini özümseme.
Araştırmacılar veya akademik topluluk.	Gizlilik ihlallerinin doğası, etkileri ve gizlilik ihlallerini azaltmak için oluşturulan mekanizmaların başarısı veya başarısızlığı üzerine araştırmalar yürüterek bulgular edinme – burada kilit amaç bilgilendirme ve gizlilik politikalarını izleme.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Öğrencileri, yukarıdaki Tablo 8.2'de adı geçen aktörlere göre küçük gruplara ayırın. Grupların her birinden, ülkelerindeki ve yaşadıkları topluluklardaki yukarıda belirtilen rolleri yerine getiren bazı belirli kurumlar/aktörler ile ilgili araştırma yapmalarını isteyin. Ardından, şunlar gibi bazı soruları cevaplandırmaları konusunda onlara rehberlik edin: Bu rolleri yerine getirmek konusunda var olan ve aktif rol oynayan aktörler hangileri? Bu kurumlar ve gizlilik alanındaki eylemleri ile ilgili yeterli farkındalık var mı? Gizlilik konusunda gereğince önlem almayan aktörler hangileri? Bunun arkasındaki neden ne olabilir? Durumun değişmesi veya iyileşmesi için ne yapılabilir? Yönlendirilmiş bir tartışmanın yürütüldüğü bir oturumda her grup edindiği bulguları sunar.

Kurumlar ve Gizlilik

TABLO 8.3 GİZLİLİĞİN KURUMLARLA İLİŞKİSİ

ÖNERİLEN GİZLİLİK YETKİNLİKLERİ	MBO'YA DAHİL/ENTEGRE GİZLİLİK (KURUMSAL BAĞLAM)
Kurumların siberalemdeki yükümlülüklerini anlama. →	Kurumsal sürdürülebilirlik açısında bir gereklilik olarak bütün kurumsal personelin yaşam boyu öğrenme kapsamında MBO eğitimi görmesini sağlamak için kurum içi politikalar geliştirme.
Gizlilik ile şeffaflık, ifade özgürlüğü ve bilgiye erişim arasındaki dengeyi irdeleme. →	Son kullanıcıların (kurum içinde veya dışında) gizliliğine, veri tabanlı iş modellerinin şeffaf bir etki analizini gerçekleştirerek ve şirketlerin kullanıcıları/vatandaşları MBO konusunda eğitmeye yönelik sosyal sorumluluk programlarına yatırım yapma suretiyle saygı duyulacağının taahhüdünde bulunma. Kamu yararının nerede olduğunu ve neden gizliliğe muhtaç 'durumları' ilgilendirdiğini saptama. Böyle bir eğitim, kurumsal bilgilere erişmeleri veya bu bilgileri edinmeleri halinde son kullanıcıların faydalarını veya haklarını etkileyebileceği durumlarda gereklidir.
Çevrimiçi gizliliğin meşru sınırlandırmalarını (uluslararası standartlar çerçevesinde) değerlendirme. →	Son kullanıcılara yönelik kurum içi politikalarının çevrimiçi ve çevrimdışı gizliliği istismar etmediğinden ve MBO ile ilgili değerlendirmeler de içerdiğinden emin olma, bu çerçevedeki gerekli farkındalık kazanma eğitimini sağlama.
Gizlilik, anonimlik ve şifreleme arasındaki bağları anlama. →	Son kullanıcıların, gizlilik, anonimlik ve şifrelemenin tolum açısından sonuçlarını vurgulayan bir MBO eğitimi görmelerini sağlama.
Gizlilik ihlalleri meydana geldiğinde bunları fark etme ve bildirme. →	Bilgileri ile ilgili tam bir koruma ve güvenliğin sağlanamayacağı (veya sağlanamadığı) durumlar hakkında kamu ile (kurum içinde ve dışında) – uluslararası standartlara dayalı politikalar, düzenlemeler ve yasalar el verdiği ölçüde – şeffaf olma.
Başkalarının kişisel bilgilerinin etik kullanımı ve gizliliklerine saygı gösterme. →	Şirketlerin kullanıcıları/vatandaşları MBO konusunda eğitmeye yönelik sosyal sorumluluk programlarına yatırım yapma suretiyle – özellikle de son kullanıcıların kişisel bilgileri söz konusu olduğunda – son kullanıcıların (kurum içinde veya dışında) gizliliğine saygı gösterme taahhüdünde bulunma. İçeriği fazlasıyla hukuki yahut teknik olan ve okunması ile anlaşılması kolay olmayan gizlilik politikaları yayınlamanın ötesine geçme.

Kaynak: UNESCO, *Global Survey on Privacy in Media and Information Literacy, With Youth Perspectives* (*Medya ve Bilgi Okuryazarlığında Gizlilik Üzerine Araştırma, Gençlerin Bakış Açılarını da Katarak*), Paris: UNESCO.

- Tablo 8.3'ün her sırasında yer verilen içeriklerin etrafında grup tartışması düzenleyin veya aktiviteler planlayın. Bunlar arasında poster sunumları, açık kitap soruları (internet aramasına dayalı olarak), ilgili kurumlara ziyaret gerçekleştirme vb. ile kurum dışında, alanda çalışan profesyoneller veya uzmanlardan sunumlar talep etme veya bu kişileri ziyaret etme gibi aktiviteler olabilir. Aynı şekilde, vaka incelemeleri (örneğin, gizlilik ihlali deneyimleyen insanlar) saptamayı ve paylaşımını da kapsayabilir. Dahası, katılımcılardan dijital iletişim şirketlerinin, hükümet kurumlarının ve uluslararası kalkınma kuruluşlarının gizlilik politikalarını saptamaları ve bunların ne kadar kolay erişilebilir ve anlaşılabilir olduğu üzerine tartışmaları istenebilir.

Gizlilik İhlali Durumunda Telafi Yolu

Bireyler veya kurumlar gizliliğinizi ihlal ettiğinde telafi elde etmek kolay değil. Ancak, böyle biri durum karşısında kendimizi çaresiz hissetmemek önemli, nitekim birçok ülke ve kurum vatandaşlara ve kullanıcılarına destek vermek için mekanizmalara sahip veya sahip olmalı.

Aşağıda, gizliliğiniz ihlal edildiğine atmanız önerilen adımları bulabilirsiniz.

1. Öncelikle, şikâyet başvurusu yapmak için gizliliğinizi ihlal eden kuruluş veya kurum ile iletişime geçin.
2. Ulusal düzenlemeler/politikalar uyarınca veya kuruluşun kendi iç politikaları gereğince, ilgili kuruluşun size cevap vermesi için belirlenmiş bir süre olup olmadığını kontrol edin.
3. Eğer bu yolda bir başarı sağlayamazsanız, *bağımsız bir gizlilik telafi mekanizmasına*[81] müracaat etmeyi değerlendirin.
4. Gizlilik telafi mekanizmasının bağımsızlığını ve güvenilirliğini, aşağıdaki unsurlara dayalı olarak teyit ettiğinizden ve teyit etmek için gerekli yardımı olduğunuzdan emin olun:
   a. Tarafsızlık;
   b. Şeffaf oluşum ve finansman;
   c. İspatlanmış başarı geçmişi;
   d. Gizlilik hakkında bilgi sahibi insanların tanıdığı ve yararlanmış olması.
5. İlgili kuruluşun gizlilik politikasının gereği aldığınız cevabın yeterli olup olmadığını değerlendirin. İhtiyaç duyduğunuz yerde yardım alın. Deneyiminizi paylaşın. İtibarlı bir gizlilik ağına veya derneğine katılın. Küçük çapta bir MBO veya gizlilik kulübü kurmayı değerlendirin.
6. Dijital içerik şirketlerinin şeffaflığa tabi tutulmaları ve kişisel verilerin kullanımı ve istismarı konusunda denetim ve ortak denetim uygulanması yönünde savunuculuk yapın.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

Bazı şirketler belirleyip, gizlilik politikalarını, sorunlu ve faydalı bileşenlerini öne çıkararak basitleştirmeyi hedefleyen grup projeleri planlayın. Bulgularınızı bir araya getirip çevrimiçi olarak paylaşın. Projeleri puanlayın.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Şeffaflık ve kurumsal gizlilik politikası;
- Finansal gizlilik;
- Gizlilik için kamusal talebin nasıl canlandırılacağı;
- İftira ve gizlilik.

81. Örneğin, AB, ABD ve İsviçre ortaklığındaki Gizlilik Kalkanı Ağı'nın (Privacy Shield Network) gizlilik konusundaki ihtilafları çözme ve uygulama politikası: www.privacyshield.gov/article?id=11-Dispute-Resolution-and-Enforcement-a-c.

Bu Modül İçin Referanslar

1. Kılavuzlar:

- Cannataci, Joseph (2016), "Getting Things Done in Privacy Protection Part 2: Another Dimension of Privacy: Communal Privacy, Privacy of the Community and Personal Privacy" ("Gizlilik Koruma ile İlgili Yapılması Gerekenleri Yapmak 2. Bölüm: Gizliliğin Başka Bir Boyutu: Toplumsal Gizlilik, Topluluğun Gizliliği ve Kişisel Gizlilik"), *Privacy and Personality*, (erişim adresi: https://www.privacyandpersonality.org/2016/06/gettingthings-done-in-privacy-protection-part-2-another-dimension-of-privacycommunal-privacy-privacy-of-the-community-and-personality/).
- UNESCO, *Global Survey on Privacy in Media and Information Literacy, With Youth Perspectives* (*Medya ve Bilgi Okuryazarlığında Gizlilik Üzerine Araştırma, Gençlerin Bakış Açılarını da Katarak*), Paris: UNESCO, erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000258993.

2. İnternet siteleri:

- AB, ABD ve İsviçre ortaklığındaki Gizlilik Kalkanı Ağı Programı (Privacy Shield Network Programme), erişim adresi: www.privacyshield.gov/welcome.
- Uluslararası Veri Gizliliği Profesyonelleri Birliği (International Association of Privacy Professionals/IAPP), erişim adresi: www.iapp.org.

3. Videolar, oyunlar ve mobil cihazları gibi çevrimiçi kaynaklar:

- "My Data and Privacy Online" ("Çevrimiçi Verilerim ve Gizliliğim"): Gençler için bir araç seti, erişim adresi: https://www.lse.ac.uk/myprivacy-uk.
- Ihle, John (yön.) (2012), Gizlilik (Privacy) (film), daha fazla bilgi için bkz.: https://www.imdb.com/title/tt2008602/?ref_=ttpl_pl_tt.
- Scott, Tom (2020), "Why the Web Is Such a Mess" ("İnternet Neden Böyle Karmakarışık"), *YouTube*, erişim adresi: https://youtu.be/OFRjZtYs3wY.
- Şu kılavuzda bir dizi kaynak bulabilirsiniz: UNESCO, *Global Survey on Privacy in Media and Information Literacy, With Youth Perspectives* (*Medya ve Bilgi Okuryazarlığında Gizlilik Üzerine Araştırma, Gençlerin Bakış Açılarını da Katarak*), Paris: UNESCO, erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000258993.

Kitaplar/Makaleler

Abdulrauf, Lukman Adebisi ve Fombad, Charles Manga (2016), "The African Union's Data Protection Convention 2014: A Possible Cause for Celebration of Human Rights in Africa?" ("Afrika Birliği'nin 2014 Yılındaki Veri Koruma Konvansiyonu: Afrika'da İnsan Haklarını Kutlamak İçin Bir Neden Mi?"), *Journal of Media Law*, 8:1, s.67-97,

(erişim adresi: https://doi.org/10.1080/17577632.2016.1183283).

Avustralya Yasa Reformu Komisyonu (2013), "Other Legal Remedies to Prevent and Redress Serious Invasions of Privacy" ("Ciddi Gizlilik İhlallerini Önlemek ve Telafi Etmek İçin Diğer Yasal Telafi Yolları"), *ALRC*, erişim adresi: https://www.alrc.gov.au/publication/serious-invasions-of-privacy-in-the-digital-era-ip-43/issues-paper-2/other-legal-remedies-to-prevent-and-redress-serious-invasions-of-privacy/.

Cannataci, Joseph A., Zhao, Bo, Torres Vives, Gemma, Monteleone, Shara, Bonnici, Jeanne Mifsud ve Moyakine, Evgeni (2016), *Privacy, Free Expression and Transparency: Redefining Their New Boundaries in the Digital Age* (*Gizlilik, Özgür İfade ve Şeffaflık: Dijital Çağda Yeni Sınırlarını Yeniden Tanımlamak*), Paris: UNESCO, (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246610).

Gunby, Matthew (2012), "Changes to Facebook Privacy Settings: An Information Literacy Perspective" ("Facebook Gizlilik Ayarlarında Değişiklikler: Bilgi Okuryazarlığı Bakış Açısı"), *Syracuse University School*, erişim adresi: http://infospace.ischool.syr.edu/2012/12/19/changes-to-facebook-privacy-settings-an-information-literacy-perspective/.

Deane, Michael (2018), "AI and the Future of Privacy" ("Yapay Zekâ ve Gizliliğin Geleceği"), *Towards Data Science*, erişim adresi: https://towardsdatascience.com/ai-and-the-future-ofprivacy-3d5f6552a7c4.

Makulilo, Alex B. (2020), "The Long Arm of GDPR in Africa: Reflection on Data Privacy Law Reform and Practice in Mauritius" ("Genel Veri Koruma Yönetmeliği'nin Afrika'daki Uzantısı: Mauritius'da Veri Koruma Yasa Reformu ve Uygulaması Üzerine Değerlendirme"), *The International Journal of Human Rights*, 25:1, s.117-146, (erişim adresi: https://doi.org/10.1080/13642987.2020.1783532).

Marr, Bernard (2018), "How Much Data Do We Create Every Day? The Mind-Blowing Stats Everyone Should Read" ("Her gün Ne Kadar Veri Oluşturuyoruz? Herkesin Okuması Gereken Akıl Almaz İstatistikler"), *Forbes*, erişim adresi: https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/05/21/how-much-data-do-we-create-every-day-the-mind-blowing-stats-everyone-should-read/?sh=52c314e60ba9.

Privacy Rights Clearinghouse, "California Consumer Privacy Act Basics" (Kaliforniya Tüketici Gizliliği Yasasına İlişkin Temel Bilgiler"), Privacy Rights, erişim adresi: https://privacyrights.org/resources/california-consumer-privacy-act-basics.

Sharp, Tim (2013), "Right to Privacy: Constitutional Rights & Privacy Laws" ("Gizlilik Hakkı: Anayasal Haklar ve Gizlilik Yasaları"), *Live Science*, erişim adresi: https://www.livescience.com/37398-right-to-privacy.html.

Shou, Darren (2019), "The Next Big Privacy Hurdle? Teaching AI to Forget" ("Sıradaki Büyük Gizlilik Engeli? Yapay Zekâya Unutmayı Öğretmek"), *Wired*, erişim adresi: https://www.wired.com/story/the-next-big-privacy-hurdle-teaching-ai-to-forget/.

Slifer, Doyle (2008), "International Personal Data Protection and Its Redress" ("Uluslararası Kişisel Veri Koruma ve Telafisi"), *Illinois Business Law Journal*, erişim adresi: https://publish.illinois.edu/illinoisblj/2008/11/08/international-personal-data-protection-and-its-redress/.

9. MODÜL:

İNTERNETİN OLANAKLARI VE ZORLUKLARI

BM Genel Kurulu

“Hızlı teknolojik değişimlerin Devletleri farklı biçimlerde etkilediğini ve bu etkileri irdelemenin Devletlerin ulusal gerçeklerine, kabiliyetlerine ve gelişmişlik düzeylerine bağlı olup, bu değişimden doğan fırsatlardan istifade etmenin ve zorlukları ele almanın yanı sıra, dijital uçurumları kapamanın da uluslararası ve çok paydaşlı bir işbirliği gerektirdiğini”

kabul eder.

BM Kararı: Yeni ve gelişmekte olan teknolojiler ve insan hakları. A/HRC/RES/41/11

ARKA PLAN VE GEREKÇE

Sanal dünyaya katılım ve erişim her yaştan vatandaşlar için elzem haline geldi. İnternet her kullanıcının hayatını iyileştirmek ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne doğru daha hızlı ilerleyebilmek için ciddi olanaklar sunar. Eğitim, toplum, iş dünyası ve ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkileri olabilir. İnternete erişimin artması vatandaşlara, bilgiye evrensel erişim bakımından, bunun daha erken bir yaşta başlaması da dahil olmak üzere, daha geniş fırsatlar sunar. Çocuklar ve gençler teknoloji konusunda giderek daha bilgililer ve internet erişiminden olağanüstü biçimde fayda sağlayabilirler, ancak internet erişimi, sunduğu fırsatların yanında, eylemlilik ve etik yükümlülükler ile ilgili bir dizi endişelere yol açmanın yanı sıra, daha önceki nesillerin hiç karşılaşmadığı türde zorlukları da beraberinde getiriyor. Bazı bakımdan internetin insanlara verdiği anonimlik algısı etrafında dönen bu yeni ortama bazı riskler ve tehditler eşlik ediyor. Dijital ayak izleri, herhangi biri interneti kullandığında arkasında bıraktığı kayıtlar ve izlerdir. Her ne kadar insanlar hataları unutsa da, internet unutmuyor – çevrimiçi hareketlerimizin ve eylemlerimizin izlerini bırakıyoruz ve birçok ticari ve devlet kendi çıkarları doğrultusunda bu kayıtları saklayıp, çoğu zaman farkında olmadığımız amaçlar için kullanıyor.

Geçmişte, farklı kapsamlarda, 18 yaşından küçük çocukları korumak için çeşitli önlemler alınmıştı. Ancak, bütünüyle koruma stratejilerine itimat etmek, genç erkeklerin ve kadınların, ve genel anlamda insanların, interneti özenli ve güvenli bir şekilde kullanmalarını, devletleri ve şirketleri de insanların iyiliğine dair yükümlülüklerini yerine getirmelerini sağlamakta yeterince etkili olmadı. Medya ve bilgi okuryazarlığı yetkinlikleri, gençler de dahil vatandaşları bilgi ekosistemlerini anlama konusunda güçlendirerek, çevrimiçi aktivitelere bilinçli ve etik bir şekilde yaklaşmanın sağlayacağı faydaları en üst seviyeye çıkarır ve buna bağlı risklerden de dikkatle kaçınmalarına yardımcı olur.

Bu modül, gençlerin öğrenebileceği ve ders çalışabileceği, sosyalleşebileceği ve oyun oynayabileceği, dahası medya ve bilgi üretebileceği ve dağıtabileceği sanal dünyada karşılarına çıkabilecek fırsatları ve zorlukları tartışıyor. Gençler, çok küçük yaşlardan itibaren, sanal dünya ile giderek daha fazla bağlantılılar. Birçok ülkede, yeni genç nesil sanal dünya ile aktif bir biçimde etkileşim içinde. Dolayısıyla, gençlerin kabiliyetlerinden faydalanmak, eğitime, topluma ve ekonomiye, hem yerel hem de küresel ölçekte daha fazla katkı sağlamaları için bir gereksinim. Teknolojideki gelişmeler ve internete daha küçük yaşlarda erişimin artmasıyla beraber, gençlerin daha önce erişmelerinin mümkün olmayacağı fikirlere, seslere ve alanlara artık daha fazla ulaşma şansları var. Bu durum, gençlere sosyal ve küresel hareketlerle bağlantılı çekirdek sorunlar hakkında daha aktif bir rol üstlenme olanağı sağlarken, aynı zamanda hem kendilerinin hem de görüşlerinin geliştiği bir dönemde söylediklerinin ve yaptıklarının kayda geçilmesine yol açıyor ve elde edilen verilerin, yeterince bilincinde olmadan, neler yapacaklarını öngörmek ve onları manipüle etmek için kullanılabileceği anlamına geliyor. Bu da gençlerin, dijital ayak izlerinin ve çevrimiçi davranışlarının kalıcılığını ve istismar edilme potansiyelini anlamalarının önemini daha güçlü kılıyor. Sosyal medyayla beraber, her yaşta insan, yalnızca tüketiciler olarak değil, aynı zamanda bilgi üreten kişiler olarak, tartışmalara, diyaloğa ve çeşitli etkileşimlere katılıyor. Kişiler mesajlar, videolar, *meme*ler, yorumlar ve bütün bunları gözetleyen içerik sağlayıcıların diğer girdilerini paylaşırken karşılarındaki kitlenin kim olduğunu tam olarak bilemiyor. Bu gerçeklik tartışma ve müzakere süreçlerini demokratikleştirebileceği gibi, endişe, stres ve yanlış yorumlama kaynağı da olabilir, özellikle de etkileşimler sınırları, dilleri ve kültürleri aştığında. Mezenformasyonun üretimi, dağıtımı ve bu içeriklere inanılması gibi bir olgunun ortaya çıkması bu yeni bağlamın örneklerinden yalnızca biri, bir diğer örnek de dijital iletişim şirketlerinin bunları görünür kılınmasındaki rolü.

Bu modül eğitmenlere, öğrencilere dijital ayak izlerini daha iyi anlamalarını sağlayacak öğrenme deneyimleri sunma olanağı tanır, bunu yaparken de sanal dünyadaki etkileşimlerin nasıl gerçek dünyada sonuçları olduğunu, internete erişirken ve internette medya ve bilgi kullanırken ve üretirken, küresel söyleme katılan birer dijital vatandaşlar olarak rollerini, eylem güçlerini ve etik yükümlülüklerini ele alır.

Nitelikli eğitim, sürdürülebilir kalkınmanın temelini oluşturur ve de iş imkânları ile ekonomik büyüme sağlar. Eğitim ve formasyon amaçlı nitelikli kaynaklara daha fazla erişim olanağı tanıyarak, gençlere yönelik ekonomik büyüme ve iş imkânları sağlayan Açık Eğitsel Kaynaklar (AEK'lar) araştırılacak. İnternet erişimi ve AEK'lar vasıtasıyla birer seçenek haline gelen eğitsel fırsatlar, daha kapsayıcı ve âdil bir eğitime katkı sunmanın yanı sıra, öğrenme alanlarının ötesindeki yaşam boyu öğrenme imkânlarının teşvik edilmesini de sağlar.

ÜNİTELER

1. ÜNİTE:
SANAL DÜNYADA GENÇ İNSANLAR

2. ÜNİTE:
SANAL DÜNYADAKİ ZORLUKLAR VE RİSKLER

3. ÜNİTE:
ÇEVRİMİÇİ ÖĞRENME, AĞ KURMA VE SOSYAL ETKİLEŞİM

4. ÜNİTE:
MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞININ AYAK İZİ: ÇEVRİMİÇİ VARLIĞINIZI YÖNETME KONUSUNDA DAHA FAZLA BİLGİ

1. ÜNİTE: SANAL DÜNYADA GENÇ İNSANLAR

SÜRE: 3 SAAT

Başlıca Konular

- Web 2.0 ve sanal dünya;
- Çocukların ve gençlerin internet kullanma ve çevrimiçi alışkanlıkları;
- Çocuk haklarına ilişkin uluslararası sözleşmeler ve diğer araçlar.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Genç insanların internet kullanma örüntülerini ve ilgilerini anlama;
- İnternet kullanımı ve dijital iletişim şirketlerinin uyguladıkları gözetim bakımından genel hükümleri ve koşulları, davranış kurallarını ve gizlilik sorunlarını tarif etme;
- Genç insanlara interneti özenli kullanmalarında, haklarından istifade etmelerinde ve fırsatlar, zorluklar ve riskler hakkında farkındalık kazanmalarında yardımcı olacak eğitimsel yöntemleri ve temel araçları kullanma kabiliyetlerini geliştirme.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

Bilginin kolaylıkla dijitalleştirilebilmesi ve depolanması, ve farklı cihazlardan bu bilgelere erişilebilmesi sayesinde internet üzerinde vatandaşların yararlanabilecekleri bilgi kaynakları devasa ölçülerde arttı. Web 2.0, cep telefonu uygulamaları gibi internetin etkileşimi ve kullanıcılar tarafından üretilen içeriklerin yüklenmesini kolaylaştıran özellikleri için kullanılan bir kısaltma terim. Bu ünite, internet ve giderek genişleyen özellikleri ile toplum üzerindeki etkisi üzerine telif haklarından muaf videolar gibi çevrimiçi olarak bulabileceğiniz kaynakları kullanarak öğretilebilir.

Eğitmenler ile öğrencilerin aktif olarak eğitime katılmalarını sağlamanın potansiyel yolları arasında şunlar yer alır:

- Sanal dünyanın olabildiğince çok sayıda kilit unsurunu içeren kısa bir sunum hazırlayın. Bu kilit unsurlarla ilgili küçük gruplarda tartışmalar düzenleyin. Her gruptan, Web 2.0'ın hem kullanıcılar hem de hizmet sağlayıcılar için faydaları ve potansiyel zararları

hakkında kısa sunumlar hazırlamalarını ve yapmalarını isteyin.

- Katılımcılara sosyal ağları ve/veya interneti kullanıp kullanmadıklarını, eğer kullanıyorlarsa, bunu ne kadar sıklıkla yaptıklarını sorun. İnternette gezinmelerini, profil oluşturmalarını, başkalarının profillerine bakmalarını, internet platformlarına içerik yüklemelerini ve buldukları içerikleri indirmelerini (örneğin, Vikipedi), sohbet odalarına, çevrimiçi işbirliklerine katılmalarını, blog yazmalarını ve tweet atmalarını isteyin. Bu aktiviteden sonra öğrencilerle yapılacak tartışma internetin eğitimsel faydalarını ve etik kullanımını, üstesinden gelinmesi gereken zorluklarını ve risklerini odağına almalı. İnterneti kullanırken kişisel endişelerinizin bazılarını not edin ve tartışın.
- Viki kullanarak eğitim pratiğinin veya politikasının bir boyutu ile ilgili bilgi tasarlayıp paylaşmak için gruplar halinde çalışın. Bu ödeve gereken dikkatin verilmesi için yeterince zaman ayrılmalıdır (örneğin, bir dönem süresince). Eğitmenler ve öğrenciler vikinin ne kadar etkili ve uygun bir araç olduğunu ve öğrenim gören katılımcılar üzerindeki etkisini değerlendirmek için kıstaslar geliştirmelidir.
- Katılımcılardan küçük gruplara ayrılmalarını isteyin. Gruplardan her biri, gençlerin internette dahil olduklarını düşündükleri en az beş temel aktivite belirlemeli ve tartışmalı. Bu aktiviteleri, önemlerine göre 1'den 5'e sıralamalarını isteyin. Gruplardan her biri tartışmalarının çıktılarını, nasıl organize olduklarını ve aldıkları karara nelerin etki ettiğini açıklayarak sunmalı. Bunun ardından eğitmen çocukların internet kullanımları ile ilgili (bu oturumdan önce var olan kaynakları temel alarak hazırladıkları) gerçek istatistikleri – eğer bu rakamlara erişilebiliyorsa – sunmalı. Grup çalışmalarının çıktılarıyla gerçek istatistiklerin neler söylediğini kıyaslayın. Tartışın. Şaşırtıcı sonuçlar var mı? Bölgeniz veya ülkenizde internet kullanımıyla ilgili istatistikler bulunuyor mu? Eğer bulunmuyorsa, bu verinin olmamasının getirdiği sonuçlar neler? Bu istatistiklerin eksikliği ile ilgili neler yapılabileceğini tartışın.
- Genç insanların interneti ne derece eğitim, haber, ülkelerinin siyasi süreçlerine katılma, başka kültürler hakkında daha fazla bilgi edinme ve bu ülkelerden insanlara etkileşime geçme, vb. amaçlı kullandığını tartışın. Bu tarz kullanımların yüksek olduğuna ilişkin işaretler var mı? Gençleri, interneti daha olumlu bir biçimde kullanmaya motive etmek için ne yapılabilir? Eğitmenlerden veya öğrencilerden (küçük gruplar halinde veya bireysel olarak) çalıştıkları konu ile ilgili, internet kullanımını da bünyesine entegre eden kısa bir ders hazırlamalarını isteyin. Dersin hedeflerine internet kullanımıyla nasıl erişebileceğini göstermenin yanı sıra, eğitmenlerin de öğrencileri bu şekilde nasıl motive edebileceğini de ortaya koymalısınız.
- Katılımcılarla farklı internet uygulamalarının genel hüküm ve koşullarını, davranış kurallarını ve gizliliğe ilişkin düzenlemelerini tartışın. Ardından onları, çocuklar ve gençlerin internet kullanımına odaklanan bir davranış kuralı modeli geliştirmeye teşvik edin.
- Çocukların çevrimiçi davranışlarını ve profillerini analiz edin: öğrenciler gruplar halinde 6-17 yaşları arasındaki çocukların internet kullanımını araştırmalı. Gruplar raporlarında internet kullanımının ne kadar geniş olduğunu ve hangi amaçla kullanıldığını vurgulamalı ve bunları ebeveynlerin internet bilgisi ve kullanımı ile karşılaştırmalı. İnternet çocuklar ve ebeveynler için ne tür fırsatlar ve zorluklar sunuyor?
- İnsan Hakları Beyannamesi, Birleşmiş Milletler'in Çocuk Haklarına Dair Sözleşme,

Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'nin gençler, barış ve güvenlik üzerine 2250 numaralı kararı veya ülkenizdeki veya bölgenizdeki ilgili uluslararası veya yasal araçlardan seçtiğiniz bir madde etrafında bir tartışma yürütün. Tartışma genç insanlar ve internet kullanımı ile ilgili olmalıdır – bilgi edinme hakkı, ifade özgürlüğü, katılım, 18 yaşından küçüklerin korunması ve ebeveynlerin, hükümetlerin ve sivil toplumun bu bağlamlardaki rolleri. Bu sorunları ayrı ayrı tartışın ve aralarında nasıl bir ilişki olduğu üzerine değerlendirmede bulunun. İfade özgürlüğü ve bilgi edinme hakkı korumayla çatışmamalıdır. İfade özgürlüğünden ve bilgi edinme hakkından koruma uğruna ödün verilmemelidir. Nedeni üzerine düşünün. Kız ve erkek çocukların bilgiye, internete ve teknolojilere eşit erişime sahip olmaları gerekiyor mu? Bölgenizde neler oluyor? Bu sorun karşısında neler yapılabilir? Öğrencilerden bazı özgürlükler ve haklar ile 18 yaşından küçüklerin korunması üzerine kısa bir şiir yazmalarını isteyin.

- Öğrencilere, çevrimiçi 'ücretsiz' hizmetlerin gerçekten ücretsiz olup olmadığını ve bunun nedenini sorun. Onlara göre kim, neyle ödüyor? Bu diyalog çerçevesinde, gözetim iş modellerinin, farklı hizmetler üzerinden kullanıcıları nasıl izlediğini ve tüketim davranışlarını inceden inceye etkilemeye veya seçim davranışlarına son derece daraltılmış yollarla tesir etmeye çalışan müşterilere satmak üzere bu verileri nasıl kazıdığını saptayın.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Araştırma makalesi;
- Araştırma yazısı/raporu.

2. ÜNİTE: SANAL DÜNYADAKİ ZORLUKLAR VE RİSKLER

SÜRE: 3 SAAT

Başlıca Konular

- İnternet kullanımının getirdiği zorlukları ve riskleri anlama;
- İnternet kullanırken güçlendirme ve etik yükümlülükler;
- Gizlilik ve güvenlik.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- İnternet kullanımının yol açtığı zorlukları/riskleri ve bunların nerede karşımıza çıkmasının en olası olduğunu listeleme ve tarif etme;
- Yeni geliştirilen internet uygulamalarının potansiyel olarak taşıdığı riskler ve tehditler ile ilgili bilgi geliştirme;
- Kullanıcıların davranışlarının birbirlerini nasıl etkilediğini ve bir kişinin istismara maruz kalmış biri veya istismarcı olma ihtimalini anlama, veya bu kişilerin kullanıcıları belirli değerlere veya davranışlara doğru yöneltme veya hafifçe dürtme fırsatlarından çıkar sağlamanın bilinç dışı bir sonucu olarak mı hareket ettiğini kavrama;
- Eğitmenlerin ve öğrencilerin, interneti, ortamı ve altında yatan ticari çıkarlar hakkında daha fazla farkındalık edinerek kullanmaları ve ferdi haklarının bilincinde olup, ötekilerin haklarına değer vermeleri gayesiyle bu bilgileri uygulama;
- Çevrimiçi gizlilik ve güvenlik arasındaki farkı tanımlama.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

Çevrimiçi içeriklere ilişkin zorluklar ve riskler

Stiftung Digitale Chance'nin *Youth Protection Roundtable Tool Kit* (*Gençliği Koruma Yuvarlak Masası Kiti*) adlı çalışmasından uyarlanmıştır.

Bu Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Müfredatı'nın kullanıcıları, paydaşların aşağıda paylaşılan çevrimiçi zorluklar ve riskler listesini nasıl ele almalarını gerektiği üzerine düşünürken, konuyla ilgisi olan başlıca uluslararası insan hakları normlarını da derlemelidir. Kullanıcılar, uygun görüldüğü şekilde, aşağıda belirtilenlerin dışındaki uluslararası norm çerçevelerini de araştırabilir ve değerlendirebilir.

i. Kişisel ve Siyasal Haklar Uluslararası Sözleşmesi (ICCPR): https://inhak.adalet.gov.tr/Resimler/Dokuman/2312020093321bm_05.pdf.

ii. İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin 19. Maddesi: https://www.hsk.gov.tr/Eklentiler/Dosyalar/9a3bfe74-cdc4-4ae4-b876-8cb1d7eeae05.pdf.

iii. Birleşmiş Milletler'in "İnsan Haklarının İnternette Teşviki, Korunması ve Kullanımı" üzerine A/HRC/32/L.20 sayılı kararı: https://undocs.org/A/HRC/32/L.20

iv. Birleşmiş Milletler'in "Küresel bir Siber Güvenlik Kültürü Oluşturma ve Kritik Bilgi Altyapılarını Koruma Amaçlı Ulusal Çabaları Değerlendirme" üzerine A/RES/64/211 sayılı kararı: https://undocs.org/A/RES/64/211

v. Birleşmiş Milletler Düşünce ve İfade Özgürlüğünün Korunmasına ve Geliştirilmesine İlişkin Özel Raportörün çevrimdışı ve çevrimiçi nefret söylemiyle mücadele üzerine A/74/486 sayılı raporu: https://undocs.org/A/74/486

vi. Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Yüksek Komiseri'nin "Dijital Çağda Mahremiyet Hakkı" başlıklı A/HRC/39/29 sayılı raporu: https://undocs.org/A/HRC/39/29

vii. Birleşmiş Milletler'in Veri Gizliliği, Etik ve Koruma Kalkınma Grubu'nun "2030 Gündemi'nin Gerçekleştirilmesi için Büyük Veriye İlişkin Kılavuz Notu": https://unsdg.un.org/sites/default/files/UNDG_BigData_final_web.pdf

Her yaş grubuna uygun olmayan içerik: İnternet, her grup kullanıcı için büyük bir içerik zenginliği sunar. Gerek anaakım gerekse özel ilgileri olan kullanıcılara yönelik içeriklere erişme imkânı tanır. Bununla beraber, çocuklar ve genç insanlar internetteki bütün içeriklere erişmemeli. Bu yüzden, hangi içeriğin hangi yaş grubu için uygun olduğuna titizlikle karar verilmesi gerekli. Yasadışı olmayan ancak genç yaşlardaki kullanıcılara için zararlı olabilecek içeriğe özel bir dikkat gösterilmeli. Pornografi gibi belirli yaş gruplarına uygun olmayan içerikler, kasıtlı olmadan bunlara maruz kalan özellikle küçük çocuklara zarar verebilir. Yaş grupları için uygunsuz içeriklere kullanıcının bilinçli olarak bu içerikleri aramasının sonucunda erişilebilir, ama aynı zamanda bu içerikler istem dışı bir biçimde karşılarına çıkabilir, hatta, dikkat çekmeye çalışan bir algoritma tarafından, potansiyel olarak hedeflenen kişiler hakkındaki veri analizine dayalı olarak onlara önerilebilir.

Her yaş grubuna uygun olmayan içerikler ticari nedenlerle yayınlanabileceği gibi, bizzat kullanıcıların kendileri tarafından da üretilebilir. Şayet birincisine olan erişim bir dizi kapalı kullanıcı grupları ile sınırlı tutulabilirken, kullanıcılar tarafından oluşturulan içerikler çoğunlukla herkesin erişebileceği türde olduğundan, özel bir dikkat gerektirmektedir. Günümüzde çok sayıda çocuk ve genç insan, multimedya özellikleri içeren cep telefonlarına sahiptir ve internet erişimi parmaklarının ucundadır, bu nedenle, yalnız başına olduklarında ve yanlarında onları yönlendirecek bir yetişkin yokken yaş gruplarına uygun olmayan içeriklere erişebilecekleri göz önünde bulundurulmalıdır. Cep telefonları çocuklara hayatları ile ilgili herhangi bir konu hakkında kendi dijital içeriklerini üretebilme olanağı sunar, bunun bir sonucu olarak da, kullanıcılar tarafından oluşturulan içerik hacminin artmasına neden olur.

Yasadışı içerik (örneğin, içinde çocuk istismarı bulunan içerikler): Yasadışı sınıflandırılan içerikler öncelikle ulusal yasalara bağlı olarak değişmekte, ancak bazı türdeki içerikler çoğu ülkede yasalara aykırı. Bununla beraber, yasadışı içeriklere internette erişmek mümkün ve çocuklar ve genç insanlar bu içeriklere gerek istem dışı gerekse kasıtlı bir şekilde erişebilirler. Çocuklara ve gençlere, örneğin, çocukların cinsel olarak istismar edildiği fotoğrafların veya videoların çekilmesi ve yayınlanması suretiyle, yasadışı içeriklerin potansiyel mağdurları olarak da dikkat gösterilmesi gereklidir.

Doğrulanmamış içerikler: İnternette erişilebilen içerik çoğu zaman bağımsız bir kaynak tarafından doğrulanmamış olduğundan, gençlerin içerikleri eleştirel bir gözle okumayı ve bunlarda ifade edilen her şeyi doğru kabul etmemeyi öğrenmeleri önem arz eder. Web 2.0 ortamının özelliklerinden biri olan kullanıcı tarafından oluşturulan içerikler sıklıkla taraflı, önyargılı veya yanlış olabilir. Daha genç yaştaki kullanıcıların, çevrimiçi ortamda okudukları her şeye sorgulamadan inanmanın getirdiği tehlikelerin bilincinde olmaları gereklidir.

Zarar vermeye teşvik: Kullanıcıları kendilerine zarar vermeye teşvik eden çok sayıda internet sitesi bulunuyor (örneğin, intiharı veya anoreksiyi öven internet siteleri). Web 2.0 sayesinde kullanıcıların kendi içeriklerini yayınlama imkânlarının çoğalmasıyla beraber, zarar vermeye teşvik eden içeriklere maruz kalma riski de artar. Özellikle çocuklar ve gençler, bu sitelerdeki talimatları uygulamanın getireceği riskleri gerçekçi bir biçimde değerlendiremeyebilirler. Gençlerin yanı sıra yetişkinler de, giderek çoğalan bir şekilde algoritmalar tarafından önerilen zarar vermeye teşvik edici içerikler ile karşılaştıklarında, bunun yalnızca etkileşimlerini sürdürmeyi ve kullanımları ile ilgili veri toplamayı amaçladığını ve reklam ile diğer türdeki paralı içerikleri (örneğin, gizlice sponsor ücreti alan '*influencer*'lar) göstermenin bir yolu olduğunu bilmeliler.

İnsan hakları ihlalleri/iftira: İnternetin sağladığı anonimlik, belirli kesimlere veya bireylere yönelik nefretin kolaylıkla yaygınlaşmasına neden oluyor. Bunun yanı sıra, insanların çoğu zaman çevrimiçi ortamlarda muhatapları veya mağdur ettikleri kişiler ile yüz yüze olmaları gerekmediğinde, dolayısıyla da davranışlarının sonuçları ile doğrudan yüzleşmediklerinde farklı davrandıkları varsayılabilir. Bunun sonucunda, insan hakları ihlalleri ve iftiraya uğrama ihtimalleri çevrimiçi ortamlarda, gerçek hayata kıyasla daha fazla. Bu tarz içerikler ayrıca, görüşleri yanlış yönlendirici bilgiler tarafından etkilenebilecek çocuklar ve gençler için de zararlı olabilir.

Çocuklara yönelik uygunsuz reklamlar ve pazarlama: Uygunsuz reklam, çocuklar için uygun olmayan ürünler ve/veya hizmetler ile ilgili reklamlar alma veya onlara maruz kalma riskini ifade eder. Kullanıcılar çevrimiçi ortamlarda ne kadar çok kişisel bilgi paylaşırlarsa (örneğin isim, yaş veya cinsiyet), reklam veya çekilişlere katılma isteği alma ihtimalleri de o kadar artar. Çoğu durumlarda, çocuklar, internetteki formlara ve kutucuklara isimlerini yazmanın sonuçlarının farkında olmadıkları için, risk altındalar. Cep telefonu kullanımı oranının çocuklar ve gençler arasındaki yaygınlığının yüksek olması da göz önünde bulundurulduğunda, reklamların ek dağıtım kanalları dikkatle ele alınmalıdır. Her türlü reklam tarafından manipüle edilmeye karşı en savunmasız kesim küçük çocuklardır ve onları hedef alan bu içerikler ile ilgili özel bir hazırlığa ihtiyaç duyarlar.

Gizlilik: İçerik, internette bir kere yayınlandı mı, bütün dünyaya çok hızlı bir şekilde yayılabilir ve süresizce çevrimiçi ortamlarda kalabilir. Kullanıcılar, özellikle de çocuklar ve gençler, ileriki yaşlarında kamunun erişmesini istemeyecekleri metinler veya fotoğraflar yayınlamanın kısa ve uzun vadeli sonuçlarının bilincinde olamayabilirler. Belirli bir sunucu veya platformda depolanan verilere başkaları tarafından kolaylıkla erişilebilir ve insanlar kişisel verilerinin ne kadar korunmasız olduğunu bilemeyebilirler. Bu yüzden, internet kullanırken insanların çalıştıkları ortamı tamamıyla anlamaları önem arz eder. Gizlilikle ilgili daha ayrıntılı bilgi için 8. Modüle bakın. Açık bir şekilde paylaşılmadan toplanılan veriler bile, veri toplayıcılar veya sistemlerini *hack*leyenler (ele geçirenler) tarafından kişilerin aleyhine kullanılabilir.

Telif hakkı ihlali: Telif hakkı ihlali büyük oranda kullanıcıların davranışlarına bağlı bir risk. Telif hakkının bilinçli veya kazara ihlal edilmesinden bağımsız bir şekilde, ihlal hak sahibi tarafından bir çeşit dolandırıcılık olarak görülür ve ihlalde bulunan kişiyi ceza riskiyle karşı karşıya bırakır. Bununla beraber, gençler ve yetişkinler 'âdil kullanım' ve içeriklerin yeniden kullanımı veya kişilerin kendi özgün içeriklerinin paylaşımı ile ilgili Creative Commons olanaklarının yanı sıra, dijital iletişim şirketlerinin kişisel veriler üzerindeki hak iddiaları ve sosyal medya platformlarının hak sahipleri tarafından ticari olarak nasıl kullanıldığı konularında bilgi edinmeli.

Çevrimiçi olarak irtibata geçilen kişilerden kaynaklanabilecek riskler

Stiftung Digitale Chance'nin *Youth Protection Roundtable Tool Kit* (*Gençliği Koruma Yuvarlak Masası Kiti*) adlı çalışmasından uyarlanmıştır.

Zararlı tavsiyeler: Forumlar, bloglar ve internette kişilerin irtibata geçmesini sağlayan diğer alanlar kullanıcılar arasında bilgi alışverişi için platformlar sunar. Bunlar kimi zaman faydalı bilgilerin paylaşımına ön ayak olabilir, ancak uygunsuz hatta zararlı tavsiyeler veren kişiler ile irtibatı kolaylaştırabilir, örneğin, şirket algoritmaları, idealleştirilen vücut ve yüz biçimleri gibi toplumsal olmayan amaçlara sahip gruplara katılmalarını insanlara önerdiği zaman. Zararlı tavsiyeler alma riski sıradan internet sitelerine kıyasla, özellikle çocuklar ve gençler söz konusu olduğunda, sosyal topluluk platformları ve diğer Web 2.0 platformlarında daha da artar.

Kimlik hırsızlığı: Başka kişilerin elektronik kimliklerinin (örneğin, kullanıcı adı ve şifre), ticari veya diğer türde dolandırıcılık yapma ve bundan yararlanma amacıyla ele geçirilmesini ve kullanılmasını ifade eder. İnternet kullanıcı sayısıyla birlikte sanal kimliklerin ve özellikle de kişiselleştirilmiş hizmetler kullanan kişi sayısının da giderek artması, kimlik hırsızlığı riskinin artmasını da beraberinde getirir. Bu riskin, bireylerin hesaplarını zayıf şifreler ile korumasından, şirketlerin *hacker*lara (bilgisayar korsanları) karşı güvenlik önlemlerinin yetersiz olmasına kadar çeşitli kaynakları vardır.

Para hırsızlığı/oltalama (*phishing*): Banka bilgilerinin, özellikle de kişisel kimlik (PIN) ve banka işlemi doğrulama (TAN) numaralarının, başka insanların banka hesaplarını yağmalamak amacıyla ele geçirilmesine oltalama (*phishing*) denir. Gençler bir internet sitesinin sahte olduğunu anlamayıp banka bilgilerini paylaşabilir.

Ticari dolandırıcılık: Satıcılar birtakım ürünler veya hizmetler sattıklarını iddia ettiklerinde ve, ödemeden sonra, ürün veya hizmet söz verildiği özelliklere sahip değilse ya da hiç teslim edilmediği takdirde, buna ticari dolandırıcılık denir. Bir diğer ticari dolandırıcılık kaynağı ise birtakım dijital hizmetlerin (örneğin, telefon çalma sesi) fahiş ve âdil olmayan fiyatlarla ve çoğu zaman satın alan kişinin istemediği şekilde hizmete abone olması zorunlu kılınarak satılması. Kullanıcılar çoğunlukla (özellikle de gençler ve çocuklar), bu tarz çevrimiçi sözleşmelerin sonuçlarının farkında değillerdir.

Ayartma (*grooming*): Ayartma, pedofillerin interneti, yetişkin kimliklerini gizleyerek çocuklar ve gençlerle iletişim kurmak için kullanmalarını ifade eder. Bu stratejilerini genellikle çocukların arkadaş edinme ve yakınlık kurma hevesleri üzerine inşa ederler. Kişisel iletişim ve paylaşım imkânı tanıyan internetteki bütün platformlar ayartma saldırıları için zemin sağlarlar. Daha önce belirtilmiş olduğu üzere, cep telefonlarının (başkalarıyla irtibat kurma ve sosyal ağlara erişim olanağı tanıyan ek bir cihaz olarak) bu başlıkta özellikle göz önünde bulundurulmaları gerekir, hele ki çocukların cep telefonlarını özel hayatlarının bir parçasıymış gibi görmeleri ve cihazlarını genellikle yalnızken kullanmaları nedeniyle. Dolayısıyla, mobil iletişim teknolojilerinin ve sosyal ağların gelişmesi ile beraber, ayartma saldırısına maruz kalma ve tehlikeli bir davetiyeyi kabul etme riski de büyür.

Zorbalık: İnternetin sağladığı anonimlik nedeniyle farklı türlerde zorbalık uygulamak daha kolay hale gelir. Özellikle çocuklar ve gençler zorbalığın hem mağduru hem de faili olma riski taşırlar. Dolayısıyla zorbalık, başkalarının davranışlarına olduğu kadar kendi davranışlarımızla da bağlantılıdır. Her ne kadar, örneğin, iftira içeren fotoğraflar yayınlamak da zorbalık olarak tanımlansa da, bu davranış genellikle çevrimiçi irtibatlarda meydana gelir. Çok sayıda çocuk kameralı cep telefonlarına sahip olduğundan, zorbalık uygulamak giderek kolaylaşmaktadır.

Kişisel bilgilerin ifşa edilmesi: Herhangi bir sosyal topluluk platformunda profil oluştururken, kullanıcılardan kendilerini topluluğa sunmak için belirli kişisel bilgilerini paylaşmaları istenir. Bunun yanında, sohbet odalarında ve forumlarda da kullanıcılar, adresleri veya telefon numaraları gibi bazı kişisel verilerini diğer kullanıcılarla paylaşabilir. Özellikle gençler bireysel verilerini yayınlamanın sonuçlarını öngöremeyebilir. Bir sohbet odasının özel bir alan olmadığının, aksine kamusal bir alan olduğunun çoğu zaman farkına varamayabilirler.

Profilleme: Bir kişinin farklı platformlarda yayınlayabileceği profil sayısının giderek artmasıyla beraber, bu platformların birinde yayınlanan verilerin diğer platformlarda yayınlanan verilerle birleştirilerek, veri aracılarına satılması veya başka amaçlarla kullanılmak üzere paylaşılması (örneğin, anketler veya çekilişler) riski de perçinlenir. Dolayısıyla, oluşturulan profiller, insanlara potansiyel olarak istemedikleri içerikler, hizmetler ve reklamlar ile doğrudan ulaşılmasını mümkün kılar.

Bir internet sitesini veya hizmeti ziyaret ettiklerinde 'çerez kabul etme'nin ne anlama geldiğini kullanıcılar biliyorlar mı? Profilleme, bir internet sitesi üzerinden kişisel veriler kamuya açık bir şekilde gösterildiğinde de meydana gelebilir, ancak daha tehlikeli bir şekli kullanıcı profillerinin (veya profillerin bir kısmının) internet sitesinin veritabanından toplanması ve platform sağlayıcı tarafından üçüncü kişilere satılması suretiyle gerçekleşir. Bazı çevrimiçi platformların, kullanıcılar kendi platformlarını (veya aynı şirkete bağlı diğer platformları) kullanmadıklarında bile, kullanıcı verilerine erişebilmek için başka çevrimiçi hizmetler ile anlaşmaları vardır.

- Eğitmen, öğrencilere aşağıdaki listede yer verilen uluslararası normlar çerçevesinin dışındaki örnekleri araştırmaları ve değerlendirmeleri konusunda rehberlik eder. Bu belgelerin her birindeki tavsiyelere ve eylem maddelerine dikkatle bakın. Ülkeniz, aşağıda referans verilen Kişisel ve Siyasal Haklar Uluslararası Sözlemesi'ne taraf mıdır? Birleşmiş Milletler'in kararları, raporları ve kılavuzları ülkeniz açısından önem arz ediyor mu? Tavsiyeler ve eylem maddeleri ülkenizde uygulanmakta mı? Bunları araştırın ve neden ve hangi sonuçlarla uygulandığını veya uygulanmadığını sorun. Ülkenizde bu konular ile ilgili kilit paydaşlar kimler? Böyle paydaşlar var mı? Sivil toplum bu süreçlere ne kadar dahil? Onlara danışılıyor mu? Uygulama, izleme ve karar verme süreçlerinde yer alıyorlar mı? Gençler, kadınlar ve diğer dışlanmış gruplar bu süreçlere dahil ediliyor mu? Edilmiyorlarsa, neden? Neler yapılabilir?
  - Kişisel ve Siyasal Haklar Uluslararası Sözleşmesi (ICCPR): https://inhak.adalet.gov.tr/Resimler/Dokuman/2312020093321bm_05.pdf.
  - İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin 19. Maddesi: https://www.hsk.gov.tr/Eklentiler/Dosyalar/9a3bfe74-cdc4-4ae4-b876-8cb1d7eeae05.pdf.

- Birleşmiş Milletler'in "İnsan Haklarının İnternette Teşviki, Korunması ve Kullanımı" üzerine A/HRC/32/L.20 sayılı kararı: https://undocs.org/A/HRC/32/L.20.
- Birleşmiş Milletler'in "Küresel bir Siber Güvenlik Kültürü Oluşturma ve Kritik Bilgi Altyapılarını Koruma Amaçlı Ulusal Çabaları Değerlendirme" üzerine A/RES/64/211 sayılı kararı: https://undocs.org/A/RES/64/211.
- Birleşmiş Milletler Düşünce ve İfade Özgürlüğünün Korunmasına ve Geliştirilmesine İlişkin Özel Raportörün çevrimdışı ve çevrimiçi nefret söylemiyle mücadele üzerine A/74/486 sayılı raporu: https://undocs.org/A/74/486.
- Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Yüksek Komiseri'nin "Dijital Çağda Mahremiyet Hakkı" başlıklı A/HRC/39/29 sayılı raporu: https://undocs.org/A/HRC/39/29.
- Birleşmiş Milletler'in Veri Gizliliği, Etik ve Koruma Kalkınma Grubu'nun "2030 Gündemi'nin Gerçekleştirilmesi için Büyük Veriye İlişkin Kılavuz Notu": https://unsdg.un.org/sites/default/files/UNDG_BigData_final_web.pdf.

- Çevrimiçi zararlı içeriğin ne anlama geldiğini anlayabilmek önem taşır. Uluslararası insan hakları yasası ifade özgürlüğünün sınırlanması için yalnızca belirli sayıda kabul edilebilir koşulların sağlanmasını – özellikle ifade özgürlüğü başka haklar ile çatıştığı durumlarda – şart koşar. Kabul edilebilir sınırlama örnekleri arasında şiddete ve ırk temelli nefrete teşvik ile çocuk pornografisi yer alır. Uluslararası hukuk, bu sınırlamaların her uygulandıklarında sarih bir biçimde ayrıntılandırılmalarını ve mahkemeler tarafından gözetilmelerini zorunlu kılıyor. Ancak, doğrudan insan hakları ile ilişkilenmeyen bazı duyarlılıkları olan kişileri rencide etmek, başlı başına zararlı bir davranış olarak değerlendirilmemelidir. Eğer böyle olsaydı, belirli bir müzik türünü eleştiren ifadelerin, bu türün hayranlarına zarar verdiği iddia edilebilirdi, vb. Uluslararası standartlar açısından, insanları inciten ve şok edici ifadeler, zarar vermek için tek başına yeterli değildir. Bu değerlendirmeler çerçevesinde, öğrenme alanında uluslararası standartlar ile ilgili bir tartışma yürütün ve tartışmada, gri alanlara girenler de dahil olmak üzere, farklı içerik örneklerini öne çıkarın.
- Zarar verme olasılığını gerçek anlamda zarar olarak görmekten kaçınmak gerekir. İçeriklerin toplum üzerindeki etkileri, genel olarak kabul edilen uyaran-tepki modelinin varsaydığından çok daha karmaşıktır. Öncelikle, teorisyen Stuart Hall'ın göstermiş olduğu üzere, farklı insanlar farklı tepkiler verirler – anlamları kabul edebilir, reddedebilir veya üzerinde müzakere edebilirler ve bunları bilişsel, duygusal veya pratik düzeylerde, farklı biçimlerde idrak edebilirler. İkinci olarak, olası etkilerin yelpazesi hayli geniştir, meşrulaştırma ve güçlendirme gibi, veya çerçeveleme ve gündem belirleme gibi, ve bunların bazıları korku, şehvet, umut veya öfke uyandıran içeriklerin sebep olduğundan çok daha ince sonuçlardır. Bu bağlamda, belirli bir metnin özünde yol açabileceği varsayılan zararın ötesinde, etkilerini anlamak ve bunlara tepki vermek için nüans gereklidir. MBO, zarar verme olasılığının gerçek anlamda zararla sonuçlanabileceğini saptamanın yollarından biridir. Örneğin, MBO belirli bir ifadenin hangi koşullarda tehlikeli sonuçları olabileceğine ve, başka bağlamlara kıyasla, derhal müdahaleye muhtaç olduğuna ilişkin fikir sahibi olunmasını sağlayabilir. Bu becerilere, Birleşmiş Milletler'in nefret söylemi ile mücadele amacıyla hazırladığı ve konuşmacının statüsü, etkisi, ifadesinin kimlere erişebildiği, bağlamın uçuculuğu vb. gibi kilit etmenlerin gözetilmesine dikkat çeken Rabat Planı'nda yer verilmiştir. MBO, içeriklerin tekrarı ve görünürlüklerinin

artmasında – meşru olarak görünen, ancak zarar veren eylemlere şifreli bir çağrı işlevi görebilecek "köpek ıslığı" (*dog whistles*) diye tabir edilen kışkırtıcı içerikler de dahil olmak üzere – dijital iletişim şirketlerini rolünü anlamaya yardımcı olabilir.

  - Eğitmenlerden, yukarıda belirtilenler çerçevesinde zarar verme olasılığı taşıyan veya gerçek anlamda zararlı içeriklere ilişkin kendilerinin veya bir arkadaşlarının başına gelen bir deneyimi paylaşmalarını isteyin. Bu durumun nasıl üstesinden geldiler? Nihai sonuç neydi? Bu deneyimden ne gibi dersler çıkardılar?

- Örneğin, kimlik hırsızlığını, para hırsızlığını/oltalamayı, insan hakları ihlallerini veya internet vasıtasıyla yapılan diğer istismar biçimlerini ele alın. Araştırma yürüterek veya bu Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Müfredatı'nda sunulan kaynakları kullanarak, eğitimcilerin ve öğrencilerin, dolandırma amaçlı çevrimiçi bilgi taleplerini, dolandırma amaçlı internet sitelerini ve insan haklarını ihlal eden içerikleri anlayabilmek için bakabilecekleri özellikleri veya atabilecekleri adımları saptayın ve listesini hazırlayın. Bu aktivite için kullanılacak kaynakların olabildiğince pratiğe yönelik bilgiler içermesi ve gerçek hayattan vaka örnekleri sunması gerekmektedir. Eğitmenler bu aktiviteyi yukarıda belirtilen risklerin her biri için ayrı ayrı gerçekleştirebilir.
- COVID-19 pandemisi bağlamında, internette bulunan sağlık (veya başka bir kategori) ile ilgili bilgilerin ne kadar zengin olduğunu tarayın. Sağlık hakkında internet siteleri yaşadığınız kimi sağlık sorunlarını teşhis etmenize yardımcı olabilir mi? İnternetten edindiğiniz tavsiyelere dayalı olarak sağlığınız ile ilgili kararlar almanın güvenli olduğunu düşünüyor musunuz? Sağlık hakkında internet sitelerinin verdiği bilgilerin gerçekliğini ve yetkinliğini belirlemenin temel yollarını listeleyin ve tartışın.
- Bir sosyal ağa üye iseniz, isminiz ile ilgili DuckDuckGo, Google, Yandex, Baidu ve diğer arama motorlarında arama yapın. Kamusal alanda sizinle ilgili ne kadar bilgiye erişilebiliyor? Sosyal ağlarınızdan silmenize rağmen aramada karşınıza çıkan bilgiler var mı? Bu durum, yukarıda belirtilen hangi risk ile ilişkili?
- Facebook'un Hak ve Sorumluluklar Bildirimi'nin 2. Maddesinde, "İçeriğinizi ve Bilginizi Paylaşırken" kısmından (veya başka herhangi bir sosyal ağdan, hatta bilgisayarınızda yüklü olan bir yazılımdan) bir bölüm seçin. Küçük gruplar halinde, seçtiğiniz bölümün bazı kişilerin gizlilikleri ve belki de güvenlikleri üzerinde sonuçları olup olmayacağını analiz edin. Kullanıcılar, kendileri ile ilgili çevrimiçi olarak yayınlanan içeriği nasıl kontrol edebilir? Sosyal ağlarda veya internet sitelerinde yayınlanan belirli türdeki içerikler (fotoğraflar, videolar, vs.) ile ilgili telif haklarının kimde olduğunu analiz edin ve üzerine tartışın. Gizlilikle ilgili daha fazla bilgi için 8. Modüle bakın.
- Kullanıcıların kendileri, geçmişleri ve bulundukları coğrafi konumlara dair hatırladıkları ile internet şirketlerinin onlar hakkında bildikleri arasındaki asimetri üzerine tartışma yürütün.
- Birleşmiş Milletler'in Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'sini inceleyin. Belge, dünyanın her yerindeki çocukların sahip olduğu hakları tanımlar: yaşama hakkı; potansiyellerini gerçekleştirme hakkı; zararlı etkilerden, istismardan ve sömürüden korunma hakkı; ve ailevi, kültürel ve toplumsal yaşama bütünüyle katılma hakkı. Sözleşmenin maddeleri arasında, esenliklerine zarar verebilecek türdeki bilgilerden ve materyallerden çocukları

korumayı sağlayacak birtakım kılavuzların geliştirilmesini gerektiren maddeler var mı?

- Uluslararası Telekomünikasyon Birliği'nin 10. Teknoloji İzleme Raporu'na göre gizlilik ve güvenlik sorunları ile mücadele etmek, dijital dünyada ve internetteki hayat kalitesini iyileştirmenin bir numaralı önceliği (ITU 2009). Güçlü bir güvenlik sisteminin olmaması, kaçınılmaz bir şekilde elektronik iletişimi kullanan bütün sistemler ve işlemler için bir risk oluşturuyor (ITU 2006). Güvenliğin zayıf olması yahut olmaması siber suçların artmasına yol açıyor. Kimileri "çevrimiçi huzur ve güvenliğin sağlanamaması halinde iletişime erişmenin faydasız" olduğunu savunarak, dijital dünyada "kullanıcıların daha etkin bir güvenlik karşılığında bazı özgürlüklerden ve belirli ölçüde anonimlikten ödün verdiği, etrafı çevrili güvenlikli topluluklar" geliştirilmesini önermektedir.

Ancak, birçok internet özgürlüğü aktivisti hükümetlerin müdahalesinden ve kontrolünden kaygı duyuyor. İnternetin, kamu yararını merkeze alan açık bir alan olmaktan çıkıp, hükümetler ve şirketlerin giderek daha fazla hâkimiyetinde olan kapalı ve kontrol atında bir alana dönüşmesi ile ilgili endişeler artıyor. Bazı hükümetler ve işletmeler için güvenlik birincil öncelik olsa da, çoğu vatandaş için durum böyle değil. Anonimlik ve şifreleme ile desteklenen mahremiyet hakkı, bazı görüşlerin bastırılmasını önlemek, gözetime dayalı iş modellerinin daha iyi izlenmesini sağlamak ve siber suçluların arka kapılardan girmelerini engellemek için önemli bir hak olarak görülüyor.

  - Yukarıda alıntılanan açıklamaları tartışın. Hükümetlerin dijital dünyayı daha güvenli hale getirmek için adımlar atmaları gerektiğini düşünüyorsunuz? Bunu neden destekliyorsunuz ya da neden karşısınız?
  - Gizlilikten bazı durumlarda, belirli ölçüde taviz verilmesi gerektiği fikrine katılıyor musunuz? Bunun sonuçları neler olabilir? İnternet dünyadaki bir ülke veya bölge tarafından kontrol edilseydi, ne olurdu?

- İnternet güvenliği için kullanılan çeşitli araçlar hakkında – şifreleme, şifre koruma, *hack*lenen şirketler ve hükümetlerin güvenlik açıklarının ifşa edilmesinin denetimi – bir araştırma yürütün. Faydalarını ve dezavantajlarını tartışın.
- Kullandığınız herhangi bir sosyal ağ sitesini veya yazılımını seçin. Gizlilik ayarlarıyla deneyler yapın. "Kullanım şartları" belgesinde "gizlilik ve güvenlik" terimlerini arayın. Gizlilik için verilen güvencelerin, bu bölümde tarif edilen risklerden bazılarını önlemeye yardımcı olmak için yeterli olduğunu düşünüyor musunuz (internet içeriğine ve çevrimiçi irtibatlara ilişkin risklerin yer aldığı kutuya bakın). Gizlilik ayarlarını en yüksek düzeye çıkardığınızda, bunun nasıl sonuçları oluyor? Gizlilik ile ilgili daha fazla bilgi için 8. Modüle, sosyal medya ile ilgili daha fazla bilgi için ise 7. ve 11. Modüllere bakınız.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;
- Grup öğrenme aktivitelerine katılım;

- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Araştırma makalesi;
- Araştırma yazısı/raporu.

3. ÜNİTE: ÇEVRİMİÇİ ÖĞRENME, AĞ KURMA VE SOSYAL ETKİLEŞİM

SÜRE: 8 SAAT

Başlıca Konular

- Ağ bağlantılı öğrenme;
- Sosyal katılım;
- Eleştirel medya ve bilgi okuryazarlığı;
- Sosyal medya kullanımı, tüketim, üretim ve katılım.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler şu becerilere sahip olacaktır:

- Öğrencilerin sosyal medyaya katılma motivasyonlarını anlama ve kullandıkları kimi yöntem, teknik ve araçları göz önünde bulundurma;
- Öğrencilerin nasıl ağ oluşturduğunu, ağ oluşturma pratiklerinin ne derece farkında olduklarını ve bu pratikteki yerlerine nasıl bir değer biçtiklerini analiz etme;
- Öğrenmenin sosyal medya ve çevrimiçi ağ oluşturmaya odaklanarak nasıl gerçekleşebileceğini inceleme;
- Sosyal medya katılımına bağlı olarak bazı öğrenme aktiviteleri geliştirme;
- Sosyal katılımın sosyal medya ve çevrimiçi ağlar aracılığıyla nasıl gerçekleştiğini ve bu sosyal katılımın öğrenciler, öğrenme biçimleri ve hayatları üzerinde ciddi bir etkisinin olup olmadığını değerlendirme.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Sosyal medya dünyada yaygın bir şekilde kullanılıyor. Sosyal medya mecraları, uygulamaları ve hizmetleri hızlı biçimde çoğalıyor ve çoğu kullanıcılardan

abonelik ücreti talep etmezken, verilerini kullanıyor ve veri aracıları ile ödeme yapan reklamcılara satıyor. Bu mecralar, eğitim sektörü açısından da önemli bir ağ oluşturma potansiyeli taşıyor[82] . Aynı zamanda, kullanıcıların, söz konusu potansiyelin mahremiyetleri, dolayısıyla da edindikleri içeriklerin kontrolü elinde olan özerk bireyler olarak eylem güçlerinin pahasına sunulduğunun bilincinde olmaları gerekiyor. Bu tarz pratikler bir yana, normatif düzeyde ağ oluşturma akranların birbirlerini etkilemesi ve topluluk inşa etme ile ilgili olup, BİT'ler ve bunları sağlayanlar aracılığıyla sosyal ve öğrenme sermayesini artırmanın bir yolu olarak görülmelidir. Sosyal medya ile ilgili daha fazla bilgili için 7. ve 11. Modüllere bakın. **Bu Ünite özellikle sosyal medya vasıtasıyla sosyal değişim sağlama amacını taşıyan öğrenme ve ağ oluşturma pratiklerine odaklanmaktadır.**

- Mira (2017), bağlantılı öğrenme ve eğitimi geliştirmek için şu unsurları vurgular:
  - İŞBİRLİĞİ: Birbirleriyle bağlantılı eğitmenler işbirliği içinde çalışırlar.
  - MERAK: Birbirleriyle bağlantılı eğitmenler, öğrenme alanı çalışmalarına sorgulayıcı bir zihinsel yaklaşım katarlar.
  - CESARET: Birbirleriyle bağlantılı eğitmenler, öğrenme deneyimlerinde kontrolün bir kısmından feragat ederler.
  - SİVİL KATILIM: Birbirleriyle bağlantılı eğitmenler, kamusal hayattaki öğrencilerin katılımını sağlarlar.
  - ÖZEN: Birbirleriyle bağlantılı eğitmenler, ilgi alanlarını ve neler öğrendiklerini öğrenciler ile paylaşırlar.
- Sosyal medya, öğrenimi geliştirmek için çeşitli yollarla kullanılabilir. West (2019), etkileşimi artırmak ve öğrenme deneyimini pekiştirmek için öğrencilerin başkaları ile bağlantıya geçmelerini sağlayabilecek birçok aktiviteye yer verir:
  - Güncellemeler ve uyarılar paylaşmak için Facebook sayfası kullanın;
  - Canlı dersler yayınlamak ve tartışmalar düzenlemek için Facebook'un grup özelliğini kullanın;
  - Sınıf mesaj panosu olarak Twitter'ı kullanın;
  - Fotoğraf denemeleri için Instagram'ı kullanın;
  - Tartışmalar için öğrencilere bir blog açın;
  - Blog yazıları ve denemeleri ödevleri verin;
  - Sınıflara özgü Pinterest panoları yaratın;
  - İlgilere odaklanan Facebook grupları kurun;
  - (Acil durumlar için) sosyal medya kriz stratejileri üretin.

Bunları yaparken yalnızca kullanıcılara değil, dijital platformların kendilerine de seslendiğinizi aklınızda bulundurun.

- Eğitmenler ve öğrenciler arasında aşağıdaki argümanlardan biri veya her ikisi

82 Bkz.: https://www.commonsense.org/education/top-picks/social-networks-for-students-and-teachers ve https://www.techlearning.com/tl-advisor-blog/25-social-networks-media-sites-for-education.

hakkında bir tartışma düzenleyin. Tartışmaların çıktılarını belgeleyip, üzerine kısa bir rapor hazırlayacak ve bu raporun eğitim yetkililerine sunmaya değip değmeyeceğine karar verecek öğrenci grupları atayın.

  - Günümüzün koşulları, öğretim ve öğrenim açısından faydalı, hatta kritik önemde olabilecek sosyal medyaya ve ağ bağlantılarına dayalı fırsatlar ve katılım olanakları sunuyor. Ancak, yeni ve ağlarla örülmüş bir öğrenme ortamının olması eğitimin emek sarf etmeden geliştirilebileceği ve veri kazıma ile pazarlamadan muaf olduğu anlamına gelmiyor. Sosyal katılım, ciddi bir değerlendirme ve eğitim süreci boyunca refakat gerektiren bir konu.
  - Sosyal medyanın eğlence ve hoş vakit sunma boyutlarının yanında, sosyal katılımla ilişkili olarak sosyal medya ve öğrenme üzerine giderek artan bir araştırma külliyatı bulunur. Buradaki asıl soru ne tür bir katılım sağlanacağı ve nasıl bir etki yaratılacağıdır (Jenkins, Shresthova, Gamber-Thompson, Kligler-Velenchik ve Zimmerman, 2016). Sosyal medyada ağ oluşturma, örneğin, vatandaşların katılımını ve öğrenme deneyimini eleştirel bir biçimde geliştirir mi? [Ayrıca Kitleler ve Küresel Vatandaşlık ile ilgili 5. Modüle bakınız].

- Bu aktivite bu alanda ileri düzeyde bir birikimi olan eğitmenler veya öğrenciler içindir. Öğrencilere, topluluklarında, ülkelerinde veya bölgelerindeki başka eğitmenler için, aşağıdaki argümanları temel alan basit videolar ile bir dizi kamusal veya çevrimiçi dersler geliştirmeleri ve sunmaları konusunda rehberlik edin:

  - Sosyal medya kullanımına, üretimine ve katılımına ilişkin bazı tartışmalar, mezenformasyon ve komplo teorileri ile dünyayı daha iyi anlayabilmek için medya ve bilgi okuryazarlığına duyulan ihtiyacı merkezine alır[83] . Dolayısıyla, eğitmenler, ağ oluşturma vasıtasıyla sosyal medyayı kullanmayı ve sosyal katılım sağlamayı nasıl öğrendikleri üzerine düşünmelidir, özellikle de, sosyal medyada yaptıklarından, nelere maruz kaldıklarından ve katılımlarının ileride neye dönüşebileceğinden ne anladıklarına odaklanmalıdır. Sosyal medya eğer iletişimlerin belirli ölçüde demokratikleşmesini sağladıysa da, diğer taraftan gözetim, mahremiyet ve güç ile ilgili çeşitli kaygıların oluşmasına neden oldu.

- Eğitmenleri, "bağlantılı öğrenme deneyimlerinin öğrencileri eğitsel düşüncelerini, ısrara meyleden tutumlarını ve değişimlere açıklıklarını geliştirmenin yanı sıra, eleştirel düşünme süreçlerini olgunlaştırdığı ve daha yüksek sınav sonuçlarıyla olumlu bir bağlantısı olduğu" sonucuna varan Chicago LX (2019) adlı araştırmanın ayrıntılarını aramaları konusunda yönlendirin. Araştırma, öğrenmeyi beslemek için İlgiler, İlişkiler ve Fırsatlar arasında bir bağ kurulmasını önermektedir:

  - Okullardaki, topluluk merkezlerinde/ortamlarındaki veya çevrimiçindeki öğrenciler ile bir öğrenme alanı tartışması düzenleyin. Öğrencilerin kendilerini bu bulgularla özdeşleştirip özdeşleştirmediği, bunların kendi deneyimleriyle ne derece uyumlu

83 Bkz. Carr, Cuervo ve Daros (2019) ile Carr, Cuevo ve Thésée (2020).

olduğu ve sosyal medyanın öğrenme amaçlı kullanımı konusunda neler yapılması gerektiğini düşündükleri hakkında geri bildirimler alabilmek için tartışmanın enformel odak grubu şeklinde yürütülmesi gerekmektedir.

- Öğrenme alanlarında sosyal medyanın kullanımını teşvik eden "Twitter ile Öğretmek ve Öğrenmek" gibi sosyal medya kılavuzlarını inceleyin.

Eğitmenler ile bu kılavuzları hiç kullanıp kullanmadıklarını tartışın. Deneyimler neler? Ne tür avantajlar ve dezavantajlar görüyorlar? Eğitim kurumlarından veya bizzat sosyal medya şirketlerinden desteğe ihtiyaç duyuyorlar mı, eğer duyuyorlar ise, bu ne tür bir destek olabilir? Nasıl bir gelir elde ettiklerine dayalı olarak, bu şirketlerin bu tarz hizmetler ve tavsiyeler sunmalarındaki çıkarları neler?

- Sınıfınızın/okulunuzun/topluluğunuzun ne kadar bağlantılı olduğunu gösteren bir poster hazırlayın. Bu aktivitenin çerçevesini çizmekte ve uygulamakta size yardımcı olması için, paylaşılan bağlantıyı tıklayarak *Media Smarts* adlı internet sitesinde yayınlanan "Connected to Learn" ("Öğrenmek İçin Bağlı") başlıklı içerikten yararlanabilirsiniz: https://mediasmarts.ca/sites/default/files/publication-report/summary/ycwwiii_connected_to_learn.pdf.
- Poster hazırlamak için insanlara danışmanız ve araştırma yapmanız gerekecektir. Örnekleminizdeki (öğrenme alanı/topluluk) kişiler ile ilgili bir anket düzenleyin ve aşağıdaki unsurları belirlemek için bir metodoloji geliştirin:
  - Katılımcılar kim, kendilerini nasıl tanımlıyorlar (örneğin, yaş, cinsiyet ve diğer anlamlı kimlik özellikleri)?
  - Bağlamınız (örneğin, yer, ne tür bir okul, hangi koşullar, dil, vb.) neresi?
  - Hangi türdeki sosyal medya mecraları kullanılıyor, ne kadar sıklıkla, ne zaman ve neden?
  - Öğrenciler, eğitimcilerden ve/veya ebeveynlerinden ne tür bir destek ve rehberlik alıyorlar?
  - Sosyal medyaya erişirken karşılaştıkları zorluklar neler?
  - Sosyal medya sağlayıcılarını kullanmanın sonuçları neler?
  - Sosyal medya kullanımı aracılığıyla ne tür ağlar geliştiriliyor? Bu ağlar öğrenme, katılım, sosyal dayanışma, sosyalleşme, vb. açılardan bir fayda sağlıyor mu? Cevabınızı detaylandırın.
  - Sosyal medya vasıtasıyla ağ oluşturma 'daha akıllı' bir öğrenme deneyimi sağlıyor mu? Eğer öyleyse, neden?
  - Aldığınız eğitim sosyal medya vasıtasıyla öğrendiklerinizi ve kurduğunuz ağları nasıl etkiliyor?
- Bu küçük bir araştırma projesi olarak görülebilir. Posterin hazırlanmasının yanı

sıra, soruları belirlemek ve analizi derlemek için konu üzerine biraz düşünmeyi gerektirecektir. Ödevin önemli bir kısmı, sosyal medya kullanımı, katılımı, üretimi ve bu mecralardaki öğrenme imkânları arasındaki ilişki de dahil olmak üzere, sosyal medyada ağ oluşturmanın anlamını sorunsallaştıracak ve sorgulayacaktır.

- Öğrenciler için, farklı düzenleme seçenekleri sunmaya özen göstererek bir sosyal medya mesajı panosu oluşturun. Mesajlara ve tartışmalara odaklanın ve öğrencilerin aktif katılım sağlamalarına çalışın. Sosyal medya kullanımına ilişkin kılavuzlar geliştirin, saygı, gizlilik, mahremiyet, moderasyon, veri arşivleme gibi konuları göz önünde bulundurun ve tartışmanın niteliği ile katılımcıların ilgisini nasıl ölçülebileceğini değerlendirin. Konu örneklerinden biri, COVID-19 pandemisinin öğrenciler üzerindeki etkisinin eğitimsel, sosyal, ekonomik, sağlık ve topluluk boyutları olabilir.

  Öğrencilerden sosyal medyada ne kadar çok ve kiminle zaman geçirdiklerini ve hangi amaçla kullandıklarını bir haftalık bir süre boyunca belgelemelerini isteyin. Çevrimiçi katılımlarında neleri değerli bulduklarını öğrenciler hiş tartıştılar mı? Tanıdıkları insanlarla mı bağlantı kuruyorlar yoksa yakın çevreleri dışındaki kullanıcılarla mı? Başkalarıyla diyalogları oluyor mu, hangi konularda ve nasıl? Yalnızca benzer görüşleri olan insanlarla etkileşimde bulunmayı mı tercih ediyorlar yoksa farklı görüşlere sahip insanlarla mı? Maruz kaldıkları farklı bakış açıları sayesinde görüşlerinin değiştiğini hissetmişler mi? Sosyal medya kullanımlarının başka yerlerde gördükleri içerikler ve reklamlar üzerinde bir etkisi olduğunu görmüşler mi?

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Öğrencilerden, sosyal medya katılımlarının etkisine ilişkin kendilerini değerlendirmelerini isteyin (bunun için bir anket geliştirin veya konu ile ilgili kısa bir yazı yazmalarını isteyin);
- Öğrencilerin sosyal medyada ve hangi ortamlarda ne kadar zaman harcadıklarını ölçmek için nicel bir araç geliştirin;
- Ağ oluşturmanın ana bileşen olduğu, bir diğer deyişle işbirliği ve ortak çalışmayı öne çıkaran projeler sunun;
- Öğrenciler yaşadıkları topluluklar dışında ağ oluşturmaya teşvik edin (gerekli gizlilik ve güvenlik önlemlerinin uygulandığını gözettiğinizden emin olun). Gizlilik ile ilgili daha fazla bilgi için 8. Modüle bakınız.
- Öğrencilerden farklı sosyal medya mecraları hakkında eleştirel bir analiz yapmalarını isteyin: Neleri seviyorlar ve sevmiyorlar, neleri değiştirirler ve bu mecraları kullanmanın sonuçları neler? vs.

4. ÜNİTE: MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞININ AYAK İZİ: ÇEVRİMİÇİ VARLIĞINIZI YÖNETME KONUSUNDA DAHA FAZLA BİLGİ

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Medya ve bilgi okuryazarlığı (MBO) ayak izi nedir?
- MBO ayak izi ile dijital ayak izi arasındaki ilişki nedir?
- MBO ayak izlerini neden teşvik etmek gerekir?

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- MBO ayak izinin ne olduğunu tarif etme ve çevrimiçi ortamlarda MBO ayak izleri bırakmanın önemini anlama;
- Çevrimiçi MBO ayak izleri oluşturmanın ve onları izlemenin ne anlama geldiğini liste halinde açıklayın.

MBO'yu Gerçekleştikçe Sergilemek

Medya ve bilgi okuryazarlığı ayak izlerinizin (MBO ayak izleri) önemi anlayabilmek için dijital ayak izleriniz üzerine düşünmek yardımcı olabilir. Dijital ayak izleri kullanıcıların dijital cihazlarda ardında bıraktığı verilerdir. Bu veriler aktif veya pasif bir şekilde oluşabilir ve çoğu zaman internet hizmetleri ve şirketleri tarafından farklı ve genellikle ticari kullanım amacıyla sistematik bir biçimde toplanır; bunların kullanımı da, bu kez, kullanıcıların internette gezinme deneyimlerini, çevrimiçi profillerini, arama motoru sonuçlarını, hatta gizlilik ile güvenliklerini etkiler. Dolayısıyla, internet kullanıcılarının, internet hizmetleri ve şirketlerinin onlarla ilgili topladığı bilgiler hakkında bir bilinç geliştirmeleri için MBO yetkinlikleri ile donanımlı olmaları gerekmektedir, zira arzulanan ayak izleri olumlu kişisel ve sosyal değişime katkı sunabilirken, istenmeyen ayak izlerinden kaçınmak gerekir ve MBO bunun nasıl yapılabileceğine ışık tutar. Medya ve bilgi okuryazarı kullanıcıları çevrimiçi ortamlara eleştirel katılımları ile ilgili deneyimlerini aktardıklarında ve paylaştıklarında, buna "MBO ayak izleri" denebilir.

Ne tür MBO ayak izleri vardır?

- Sosyal medya ağlarınızda paylaştığınız MBO ile ilişkili içerikler;
- MBO aktivitelerini görünür kılmak için kullandığınız çevrimiçi araçlar;
- Sizin veya kurumunuzun MBO aktiviteleri ile ilgili çevrimiçi haberler veya videolar;
- Hedeflerinizi savunmak için kullandığınız farklı türlerdeki çevrimiçi medya;
- Siz veya kurumunuzun aktiviteleri ile ilgili bilinçli olarak paylaştığınız bilgiler.

MBO ayak izleri oluşturmanın yolları neler?

- MBO ile ilişkili içerikleri arama ve izleme/dinleme;
- MBO ile ilişkili içerikleri başkaları ile paylaşma.

MBO ayak izlerinizi artırmak için bu iletileri kullanın. Sosyal medya platformlarının algoritmaları, daha önce etkileşimde bulunduğunuz içeriklere benzer içerikleri sunabilmenin yanı sıra, benzer ilgileriniz olabilecek kurumlar ve insanlar önermeyi sağlayan veriler kullanır. Bu algoritmaları, size görmek istediğiniz içeriklerin benzerlerini sunması için eğitin. Bununla beraber, yalnızca sistemin tavsiye ettiklerini kabul etmek yerine, proaktif olun ve araştırın.

Şunları yapmaya karar vererek MBO ayak izleri bırakabilirsiniz:

- İletişim ekolojisi ile bilgili bir etkileşim sağlamak için sosyal medya kullanımını teşvik edin;
- Vatandaşların ifade özgürlüğünü kullanmaları ve toplumlarına aktif bir biçimde katılmalarının bir yolu olarak sosyal medya kullanımını teşvik edin;
- Vatandaşların yaşadığı zorluklar ve hangi çözümlerin uygulanabileceği veya pratiğe konabileceği ile ilgili eleştirel bilgi paylaşmak için sosyal medya kullanın;
- Dezenformasyonu ifşa etmek ve bildirmek için sosyal medya kullanın. Bilgi kontrolü yapan internet sitelerini paylaşın ve akranlarınıza bunu yapmaları konusunda yardımcı olun. Bu, sizin güvenilir bir kaynak olarak görülmenizi sağlayacak ve başkalarının bulabileceği şekilde MBO ayak izleri bırakacak.

- Bazı sosyal sorunlar hakkında MBO ile ilişkili tartışmalar yürütün. Örneğin, MBO'nun bireyleri, karşılaştıkları bilgilerde ve çevrimiçi içeriklerde toplumsal cinsiyete ilişkin basmakalıp yargıları saptamak ve karşı anlatılar geliştirmek konusunda nasıl yetkin kılabileceğini irdeleyin.

Tavsiyeler:

- Profilinizde veya belirli bir grubun bünyesinde MBO ile ilgili bir haber paylaşın;
- İnsanlara MBO'nun içerik akışınızı, içerik sağlayıcıların size sunmak için kullandıkları algoritmalara bağlı olarak neden daha iyi anlamanızı sağladığı konusundaki görüşünüzü aktarın;
- Başkalarını da kendi görüşlerini paylaşmaya davet edin;

- Görüşlerine katılsanız veya katılmasanız da, insanların yorumlarına cevap verin, ancak uygar bir tartışma sürdürmek ile ilgilenmeyen trolleri ise görmezden gelin;
- Tartışmanın bakış açınızı nasıl etkilediğini insanlar ile paylaşın.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Güncel bir konu ile ilişkili olarak MBO'yu tanıtmak üzere kısa bir video paylaşın ve başkalarına düşüncelerini sorun.
- UNESCO'nun sosyal medya ve MBO'yu bir araya getiren girişimi MIL CLICKS'in internet sitesini (erişim adresi: https://en.unesco.org/milclicks) ziyaret edin. Benzer kaynaklar bulmak için "MBO ayak izi" başlığıyla arama yapın. İlginizi çeken başka konuları da araştırın. Öğretim ve öğrenim deneyimlerinde bu kaynaklardan yararlanın ve kendi deneyiminizi #MILCLICKS etiketiyle çevrimiçi olarak paylaşın.
- Öğrenme alanınızda, kütüphanenizde veya topluluğunuzda bir MBO Kulübü kurun. Basit bir proje belgesi hazırlayın; bu belgede, gelişim hedeflerini, beklenen sonuçları, girdileri, çıktıları, aktiviteleri/stratejileri, sürdürülebilirlik stratejisini, ihtiyaç duyulan kaynakları, vs. belirtin. Eğer gerekiyorsa, izin aldığınızdan emin olun. Kulüp üyelerinin MILCLICK üyesi (MIL CLICK girişiminin internet sitesinde daha fazla bilgi bulabilirsiniz: https://en.unesco.org/feedback/commitment-be-milclicker) ve kendi aile/sosyal grup/topluluk ortamlarında MBO ayak izi "elçisi" olmalarını destekleyin.

Facebook: Uygulamalar kısmında veya internet sitesinde Zaman Tüneli Ayarları'na gidin ve şunları kontrol edin:

- Facebook kullanarak hangi internet sitelerine bağlandınız?
- Hangi uygulamaların verilerinize aktif olarak erişimleri var?
- Hangi verileri kullanıyorlar?
- Erişebildikleri bilgi türlerini düzenleyin.
- Süresi dolan veya sildiğiniz uygulamalardaki verilerinize neler oluyor?
- Hakkınızda Facebook'tan elde ettikleri verileri silmelerini onlardan nasıl isteyebilirsiniz?

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yazılı sınavlar;
- Derslere, örnek vaka incelemelerine, görsel-işitsel sunumlara/gösterimlere ilişkin denemeler, değerlendirme ve yorum yazıları;

- Grup öğrenme aktivitelerine katılım;
- Bilgi-eğitim-iletişim materyalleri üretme (örneğin posterler, broşürler, infografikler, sosyal medya kartları, video bloglar);
- Araştırma makalesi;
- Araştırma yazısı/raporu.

Bu Modül için Kaynaklar

Carr, Paul R., Cuervo Sánchez, Sandra Liliana ve Daros, Michelli Aparecida (2019), "Citizen Engagement in the Contemporary Era of Fake News: Hegemonic Distraction or Control of the Social Media Context?" ("Bugünün Sahte Haber Çağında Vatandaş Katılımı: Dikkat Dağıtma Hegemonyası mı Yoksa Sosyal Medya Bağlamının Kontrolü Mü?"), *Postdigital Science and Education*, s.39-60, (erişim adresi: https://doi.org/10.1007/s42438-019-00052-z).

Carr, Paul R., Daros, Michelli Aparecida, Cuervo Sánchez, Sandra Liliana ve Thésée, Gina (2020), "Social Media and the Quest for Democracy: Faking the Re-awakening?" ("Sosyal Medya ve Demokrasi Arayışı: Yeniden Uyanışın Taklidi Mi?"), in Trifonis, Peter (ed.), *Handbook of Theory and Research in Cultural Studies and Education* (*Kültür Çalışmaları ve Eğitimde Kuram ve Araştırma El Kitabı*), New York: Springer, Cham, (erişim adresi: https://doi.org/10.1007/978-3-030-01426-1_31-1).

Chen, Joyce Chao-chen (2013), "Opportunities And Challenges of MOOCS: Perspectives From Asia" ("Kitlesel Açık Çevrimiçi Derslerin Fırsatları ve Zorlukları: Asya'dan Bakış Açıları"), Uluslararası Kütüphane Dernekleri ve Kurumları Federasyonu'nun (IFLA) 2013'te Singapur'da düzenlediği Dünya Kütüphaneler ve Bilgi Kongresi'nde (WLIC) sunulmuştur, "Geleceğin Kütüphaneleri: Sonsuz Olasılıklar" başlıklı 98. Oturum, açık kaynak erişim adresi: https://library.ifla.org/id/eprint/157/1/098-chen-en.pdf.

Chicago Learning Exchange (2019), *Connected Learning Guide: A Field-Tested Resource for Practitioners* (*Bağlantılı Öğrenme Kılavuzu: Pratik Yapanlar İçin Sahada Test Edilen Bir Kaynak*), chicagolx.com, erişim adresi: https://chicagolx.org/resources/connected-learning-guide.

Dalberg (2013), I*mpact of the Internet in Africa: Establishing Conditions for Success and Catalysing Inclusive Growth in Ghana, Kenya, Nigeria and Senegal* (*İnternetin Afrika'daki Etkisi: Başarı İçin Koşulların Oluşturulması ve Gana, Kenya, Nijerya ve Senegal'de Kapsayıcı Büyümenin Katalizörü*), New York: Dalberg, (erişim adresi: https://docplayer.net/945127-Dalberg-impact-of-the-internet-in-africa-establishing-conditions-for-success-and-catalysing-inclusive-growth-in-ghana-kenya-nigeria-and-senegal.html).

Jenkins, Henry, Shresthova, Sangita, Gamber-Thompson, Liana, Kligler-Velenchik, Neta ve Zimmerman, Arely (2016), *By Any Media Necessary: The New Youth Activism* (*Her Türlü Medyaya Başvurarak: Yeni Gençlik Aktivizmi*), New York: NYU Press.

Johnson, Matthew, Riel, Richard ve Froese-Germain, Bernie (2016). *Connected to Learn: Teachers' Experiences with Networked Technologies in the Classroom* (*Öğrenmek İçin Bağlantılı: Öğretmenlerin Sınıf İçinde Ağ Teknolojileri İle Deneyimleri*), Ottawa: MediaSmarts/Canadian Teachers' Federation, erişim adresi: https://mediasmarts.ca/sites/default/files/publication-report/full/ycwwiii_connected_to_learn.pdf.

Mirra, Nicole (2017), "From Connected Learning to Connected Teaching: A Necessary Step Forward" ("Bağlantılı Öğrenmeden Bağlantılı Öğretime: İleriye Doğru Gerekli Bir Adım"), *Connected Learning Alliance*, erişim adresi: https://clalliance.org/blog/connected-learning-connected-teaching-necessary-step-forward/.

Amaizu, Maryleen ve Okereafor, D. (2015), "Internet of Things for Africa: Challenges and Opportunities" ("Afrika İçin Nesnelerin İnterneti: Fırsatlar ve Zorluklar"), Siber Uzay Yönetişimi İçin Uluslararası Konferans (CYBERABUJA 2015), (erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/287997186_Internet_of_Things_for_Africa_Challenges_and_Opportunities).

Seidler, Nicolas (2013), "An Open Internet in Africa: Challenges Shifting Beyond" ("Afrika İçin Açık Bir İnternet: Gelecekte Değişen Zorluklar"), *Internet Society*, erişim adresi: http://www.internetsociety.org/blog/2013/03/open-internetafrica-challenges-shifting-beyond-access.

West, Chloe (2021), "12 Ways to Use Social Media for Education" ("Sosyal Medyayı Eğitimde Kullanmanın 12 Yolu"), *Sprout Social*, erişim adresi: https://sproutsocial.com/insights/social-media-for-education/.

İnternet Siteleri

Medya Okuryazarlığı Derneği (Association for Media Literacy/AML, Kanada)

AML, insanların medyanın doğasına, tekniklerine ve etkilerine ilişkin bilgiye dayalı ve eleştirel bir anlayış geliştirmelerine yardımcı olmayı amaç edinmiş öğretmenleri, kütüphanecileri, danışmanları, ebeveynleri, kültür ve medya çalışanlarını bir araya getiren, kâr amacı gütmeyen bir yardım derneği. AML tarafından 1989'da geliştirilen Medya Okuryazarlığının Kilit Kavramları, dünyanın dört bir yanındaki birçok kuruluşun MBO kavramlarının da temelini oluşturur. Erişim adresi: https://aml.ca/

Medya Okuryazarlığı Merkezi (Center for Media Literacy/CML, Küresel)

CML'nin temel çerçevesini uyarlamak ortak bir terminoloji oluşturmanın yanı sıra, ortak anlayışlara sahip olunmasını sağlar ve disiplinlerarası, sınıflararası, okullararası ve bölgeler, devletler hatta ülkelerarası birbiriyle uyumlu bir eğitim metodolojisinin benimsenmesini teşvik eder. Erişim adresi: https://www.medialit.org/global

Bağlantılı Öğrenim İttifakı (Connected Learning Alliance, ABD)

Bağlantılı Öğrenim İttifakı, yeni teknolojilerden bütün gençlerin âdillik, erişim ve fırsatlar çerçevesinde yararlanabilmeleri için eğitmenlerin, uzmanların ve gençlere yönelik çalışmaları olan kuruluşların bir araya geldiği bir ağın genişlemesini ve etkisini artırmasını destekler. Erişim adresi: https://clalliance.org/

Media Smarts (Kanada)

Media Smarts, dijital okuryazarlık ve medya okuryazarlığı için Kanada merkezli kâr amacı gütmeyen bir yardım kuruluşudur. Vizyonu, çocukları ve gençleri, medya ile aktif ve bilgili dijital vatandaşlar olarak etkileşimde bulunmalarını sağlayacak eleştirel düşünme becerileri donatmayı temel alır. Erişim adresi: https://mediasmarts.ca/

Sorumlu Medya İçin Kuzey Batı İttifakı (Northwest Alliance for Responsible Media, ABD)

Sorumlu Medya İçin Kuzey Batı İttifakı, haber ve eğlence medyasının toplumdaki etkilerini izlemeye, toplumu bu etkiler konusunda eğitmeye ve herkesin bir parçası olduğu canlı bir kültür ortamının yaratılmasına yardımcı olmak amacıyla, sektörü daha sorumlu davranmaya ikna etmek için medya profesyonelleri ile çalışmaya taahhüt eder. Erişim adresi: https://nwaresponsiblemedia.org/

10. MODÜL:

REKLAMCILIK VE MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI

ARKA PLAN VE GEREKÇE

Reklamcılık, şu ya da bu şekilde, dünyanın neredeyse her köşesine ulaşıyor. Şirketler, kuruluşlar, vatandaşlar ve hükümetler kâh ürünlerini, kâh hizmetlerini, kâh bilgi, inanç ve değerlerinin yaygınlaşmasını sağlayacak fikirlerini görünür kılabilmek için reklamcılığı kullanıyor. Reklamcılık hemen hemen her yerde, farklı biçimlerde karşımıza çıkıyor. Gerek gazeteler, televizyon ve radyo gibi geleneksel medyada gerekse sosyal medya, bloglar ve internet siteleri gibi yeni medyada, akıllı telefonlarda, mobil uygulamalarda ve cihazlarda, ürün yerleştirmenin yapıldığı filmlerde, vs. reklamları görebiliyoruz. Yapay Zekâ, devasa miktarda kişisel verinin depolanması ve kullanıcıların hem çevrimiçi olarak hem de satış noktalarında bıraktıkları dijital izler ile birleşince, müşterilerin davranışlarını analiz etmek üzere kullanılıyor ve ihtiyaçlarını, tercihlerini, neleri sevdiklerini ve neleri sevmediklerini hem öngörmeye hem de şekillendirmeye yarıyor. Veri kazıyarak kişiselleştirilmiş reklam üretmek için algoritmalara başvuruluyor. Yapay Zekâ, reklamcıları, bireyleri, bazen en ince ayrıntılara kadar otomatize bir şekilde mikro hedefleme olanağı tanıdı; böylece cinsiyete, yaşa, sosyal statüye, cinsel yönelime ve kişisel beğenilere, vs. dayalı olarak özel hazırlanmış reklamlarla müşterilere erişebilmeyi mümkün kıldı. Kişiler, dijital şirketlerin ve uygulamaların sunduğu 'ücretsiz' hizmetlerden yararlanmak için bilerek veya bilinçsiz bir şekilde verilerini paylaştıklarında veya sattıklarında, bu gerçeklik daha da belirgin bir hal alıyor.

Şirketler veya hükümetler, başarılı kampanyalar yürütmek istediklerinde reklamlara gereksinim duyar. Reklamlar, gerekli talebi yaratabilmek veya davranışlarda tetiklemeye çalıştıkları değişiklikleri gerçekleştirebilmek adına hedefledikleri pazarlara veya kitlelere erişmelerini sağlar. Reklamcılık süreci, bireylerin eleştirel ve rasyonel muhakemelerinden çok, heveslerine ve bilinçdışı arzularına itimat eder. Ancak, medya ve bilgi okuryazarlığı (MBO), reklamlarla etkileşime girmek konusunda bireylerin sahip oldukları eleştirel ve sorgulayıcı yetkinliklerini uyandırmaya yardımcı olabilir.

Genel tabirle, reklamcılık ikiye ayrılır: ticari reklamcılık ve kamu hizmeti duyuruları. Ticari reklamcılık çoğu zaman bir

kişinin, ürünün, hizmetin veya şirketin satış yapmak için tanıtılmasını amaçlar (örneğin, giyim markaları, meşrubat, film, dijital iletişim hizmetleri, vs. için reklamlar ve gazete ilanları). Kamu hizmeti duyuruları ise kamu yararı güden mesajların ve hizmetlerin tanıtımını sağlar (örneğin, sağlık ve güvenlik mesajları, okuryazarlığın teşvik edilmesi, vs.). Her iki reklam türü, geleneksel ve dijital iletişim şirketlerinin başlıca gelir kaynaklarından biridir. İçerik sağlayıcıların reklamcılıktan kazandıkları gelirler işletme giderlerini ve içerik üretimini (örneğin, televizyon programları, internet sitesi içeriği, gelişmiş dijital hizmetler, dergi makaleleri, radyo programları, vs.) karşılamak için kullanılır. Bu gelir olmadan, çoğu özel medya kuruluşu ve dijital şirket – ki bunlar sürdürülebilir kalkınmanın, diyaloğun, çeşitliliğin ve istifade ettiğimiz demokrasi ve özgürlüklerin savunuculuğunu yapmak için gerek duyulan mekanizmaların da merkezindedir – varlığını sürdüremez. Fakat aynı zamanda, reklamcılık, bireyler olarak özerk eylemde bulunma ve bilinçli, rasyonel karar verme kabiliyetimizi kısıtlayabilir ve tartışmalı değerler ile sürdürülemez bir tüketim arzusunu tetikleyebilir. Bu MBO Müfredatı'nda yer alan birçok modül, medya kuruluşlarının ve dijital iletişim şirketlerinin şeffaflıkla yönetilmelerini talep etmek için vatandaşların medya ve bilgi okuryazarı olmalarının önemini vurgulamaktadır. MBO ayrıca, insanların, ekonomik açıdan sürekliliği olan içerik üretimi ve dağıtım modellerinin ve de, özellikle kitlelerin küçüklüğü veya yoksulluğu gibi etmenlerin reklamcıların ilgisini azaltabileceği veya yayınlanan bilgiler karşılığında abonmanlık gelirlerinden mahrum bırakabileceği durumlarda, yerel dillerde yapılan gazeteciliğin önemini anlamalarına yardımcı olur.[84]

Reklamcılık vasıtasıyla yaygınlaştırılan bilgi ve mesajlar sosyal ve kültürel değerleri, çeşitliliği ve eşitliği etkileyebilir. Örneğin, kadınlar ve erkeklerin reklamlardaki imajları hakkında geniş bir bilgi birikimi vardır. Reklamlarda çağdaş feminenlik ve kadınlık, kadınlara evde veya toplumda atfedilen rollere dayalı olarak, öncelikle eş veya anne olarak temsil edilir. Bazı ülkelerde, kadınlar reklamlarda cinsel objelere de dönüştürülür. Erkeklik ise, reklamcılıkta maçolukla, liderlik rolleriyle, güçle, insanlar üzerinde etki sahibi olan kişiliklerle, vb. tasvir edilir. Bu tarz içerikler basmakalıp cinsiyet yargılarını pekiştirir ve, bunun sonucunda, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin

84. Chiochetto, Lynne, "Images of Women in Advertising Both Consumer and Object of Consumption" ("Türketici ve Tüketim Objesi Olarak Reklamcılıkta Kadın İmajları"), *Media Asia*, 35:4, s. 241-249, (erişim adresi: https://doi.org/10.1080/01296612.2008.11771964).

sürmesine yol açar. Bu benzetme ırk temelli ayrımcılık ve diğer toplumsal sorunlar için de geçerlidir. Medya ve teknolojide daha fazla temsil örneklerine dair 6. Modüle bakınız. Reklamcılığın günümüzün toplumlarındaki önemli rolü nedeniyle, eğitimciler ve öğrencilerin, etkili reklamların nasıl üretildiğini anlaması ve bunları bir bilgi kaynağı olarak değerlendirebilmesi gerekmektedir. Dahası, vatandaşların reklamlar ile ilgili sektörlere ve hükümet yetkililerine geri bildirimde bulunmalarını sağlayan mekanizmaların neler olduğunu öğrenmeleri de önem taşımaktadır.

Reklamcılığın, medyanın ve dijital iletişim şirketlerinin bağımsızlığı üzerinde de olumsuz etkileri olabilir. Reklamcılardan gelen baskılar, gazeteciler ve bilgi yahut dijital alanda çalışan profesyonellerinin belirli tartışmalı konular üzerine yazmaktan veya içerik yayınlamaktan imtina etmelerine yol açabilir. Kamu yararı veya toplumsal fayda odaklı içerikler yerine belirli bir kitleyi çekmeyi sağlayan eğlenceye ağırlık verilmesi ile sonuçlanabilir. Medya kuruluşları ve dijital içerik şirketlerinde editoryal ve ticari faaliyetler keskin bir çizgi ile ayrılmadığı takdirde, ki bu azalma eğilimindedir, ticari çıkarlar içeriğe ve haberciliğe el altından etki edebilir.

Her ne kadar medya ve dijital teknolojilerde yaşanan yüksek artış reklamcılık fırsatlarının çoğalmasına neden olsa da, sektör kamunun güvenini korumayı amaçlayan belirli kurallar ile denetlenmeyi sürdürüyor. Genel anlamda, bu kurallar ulusal düzeyde işlemekte ve hükümetler ile reklamcılık sektörü tarafından belirlenmektedir. Söz konusu kurallar, reklamcılığın gerçeğe uygun, âdil ve doğru olmasını sağlamak üzere tasarlanmıştır. Birçok ülkede, tüketiciler, sektörün bazı pratikleri ile ilgili soru sormak veya endişelerini dile getirmek istediğinde, reklamcılık konseyleri ve tüketici grupları ile iletişime geçebilir.

Çoğu ülkede, mevcut bütün medya kuruluşlarını desteklemek için yeterince büyük bir yerel özel reklamcılık sektörü bulunmuyor. Dolayısıyla, medya şirketlerinin zaman zaman, kamu destekleri, sponsorluklar ve içerik satışları gibi başka gelir kaynaklarından da faydalanmaları gerekiyor. Bilgiyi eğer bir toplumsal fayda olarak görürsek, bunun medya kuruluşlarının gerek doğrudan gerekse dolaylı olarak desteklenmelerini sağlayacak bir kamu politikasını savunmanın bir temeli olduğu söylenebilir. Bazı ülkelerde medya kuruluşlarına vergi indirimleri

uygulanırken, bazılarında da topluluk medyasına yayın sinyalleri masraflarını karşılamaya yardımcı olmak için kamu desteği sağlanır.

Medya kuruluşlarına doğrudan devlet yardımı ise, her ne kadar kamunun belirli bir kesimi için piyasanın haber hizmetlerini finanse etmekte yetersiz kalması nedeniyle gerekli görülse de, 'medya zaptı' riskini her zaman taşır. Medya zaptı editoryal bağımsızlıktan ödün verilmesi anlamına geleceğinden, bunu önlemek için güçlü sistemler oluşturulması gerekmektedir. Benzer şekilde, hükümet kaynaklı reklamcılığın yayınlanan içerikler için bir ödül veya bir cezalandırma aracı olarak görülmesinin de önüne geçilmelidir. Şeffaflık ve bağımsız denetim şarttır.

MBO, duygularına göre tasarlanmış reklamlarla karşılaştıklarında ve reklamlarda istenen davranışları sergileme arzusu belirdiğinde vatandaşların, özellikle de çocukların ve gençlerin, eleştirel biçimde bakmalarını, dinlemelerini, hissetmelerini ve okumalarını sağlamak ve bu konuda onları güçlendirmek için elzemdir.

ÜNİTELER

1. ÜNİTE:
REKLAMCILIK, GELİR VE DÜZENLEMELER

2. ÜNİTE:
HEDEFLİ REKLAMCILIK VE SİYASİ ARENA (SOSYAL AĞLAR VE SATIŞ PAZARLAMASI DA DAHİLDİR)

3. ÜNİTE:
KAMU HİZMETİ DUYURULARI/ REKLAMLARI (KHR)

4. ÜNİTE:
REKLAMCILIK: YARATICI SÜREÇ

5. ÜNİTE:
ÇOK ULUSLU REKLAMCILIK VE "SÜPERMARKALAR"

1. ÜNİTE: REKLAMCILIK, GELİR VE DÜZENLEMELER

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Reklamcılık düzenlemelerinin analizi;
- Düzenlemelerin hâlihazırda yayınlanan reklamlara nasıl uygulandığı;
- Farklı türdeki medya ve dijital iletişim şirketlerinde reklam geliri;
- Farklı hükümetlerin yürürlüğe koyduğu düzenlemeleri izlemekteki etik sorunlar.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Reklamcılığı farklı türlerde içerik üretmek için önemli bir gelir kalemi olarak araştırma;
- Reklamcılık sektöründeki düzenlemelerin amaçlarını, ne kadar etkili olduklarını ve farklı hükümetlerin yürürlüğe koyduğu düzenlemeleri izlemenin neticesinde ortaya çıkabilecek etik sorunları inceleme ve değerlendirme;
- Yürürlükteki düzenlemeleri hâlihazırda yayında olan reklamlara uygulama;
- Reklamcılığın, medya ve dijital içeriğin programlanma süreci üzerindeki etkisini değerlendirme.

Reklamcılık Vasıtasıyla Gelir Sağlama

Birçok içerik sağlayıcının başlıca amaçlarından birinin kâr elde etmek olduğu aşikâr, gelir sağlamanın başlıca yollarından biri ise reklamcılık. Çeşitli hükümetlerin, medya sektöründe reklamlarla ilgili gözetilmesi gereken birbirinden farklı birtakım düzenlemeleri vardır. İçinde bulunduğumuz sosyal medya çağında, hem bireyler hem de şirketler gerek internet sitelerinde, gerek kanallarında gerekse internet tabanlı içeriklerinin etrafındaki diğer platformlarda paralı reklamlar yayınlanmasının karşılığında reklam geliri elde ederler.

Dijital teknoloji, yıllar içinde reklamcılığın niteliğini değiştirmek amacıyla kullanıldı. Öncesinde reklamcılık belirli içeriklere bağlıydı. Örneğin, moda üzerine içeriklerin kitlesinin mantık çerçevesinde ürünlerini satma gayesindeki giyim markalarının mesajlarıyla da ilgileneceği varsayılırdı. Günümüzde ise, dijital veri toplamanın sonucu insanlar hakkında profillerin oluşturulması etkisi ile her türlü reklam herhangi bir içerik bağlamından bağımsız olarak belirebilir, zira tüketicileri hedefleme imkânı kişilerin ziyaret ettikleri tek bir internet sitesindeki içerikten ziyade onlar hakkında bilinenlerin toplamına dayanır. Birçok internet sitesinin kullanıcılara, çevrimiçi olduklarında “alakalı” reklamlar görmelerine sebebiyet veren izleme çerezlerini kabul edip etmediklerini

sormaları da bu yüzdendir. Büyük oranda otomatize şekilde işleyen bu sistem sık sık reklam mesajları ile içerik mesajları arasında çelişkilere yol açmakta, bu da görüldükleri içerik ortamını kendileri seçmeyi tercih eden reklam markalarında bir utanma duygusu meydana getirebilmektedir.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

Yukarıda belirtilen sorunları mercek altına almak için izlenebilecek pedagojik aktiviteler arasında şunlar vardır:

- Tartışma: Reklamcılığın birçok medya kuruluşunun ve dijital iletişim şirketinin başlıca gelir kaynağı olmasından hareketle, reklamcıları, büyük şirketleri veya hükümeti memnun etmek adına ifade özgürlüğünden, basın özgürlüğünden veya bilgiye özgürce erişme hakkından ne tür tavizler verilmesi söz konusudur? Bunun sonuçları neler olabilir? Hükümetlerin medyaya ve diğer içerik sağlayıcılarına yönelik kamu desteği şeffaf olmalı mı? Kamu yahut özel kaynaklarla finanse edilen içerik sağlayıcıları, elde ettikleri reklamcılık gelirleri ile ilgili hükümete hesap vermeli mi?
- Deneme: "Medya kuruluşları ve dijital iletişim şirketleri gibi içerik sağlayıcıların çoğunun birincil amacı kâr sağlamaktır." Bu açıklamayı tartışın. Lehte ve aleyhte argümanlar sunun. Vikipedi gibi içerik sağlayıcılar reklam almaksızın nasıl işleyebilmektedir? İçerik sağlayıcıların, reklam gelirleri lehine toplumsal faydadan ödün verdikleri ortaya çıktığında vatandaşlar neler yapmalıdır? Ne tür adımlar atılabilir? Operasyonlarını finanse etmenin bir yolu olarak reklam alan bir kamu kanalı ile hissedarlarına para kazandırmanın bir yolu olarak reklam alan bir ticari kanal arasında fark var mıdır? Para elde etmek için medya yayıncılığı yapmak ile medya yayıncılığı yapabilmek için para elde etmenin arkasındaki kurumsal mantık farklı mıdır, yoksa ikisi arasındaki ayrım bulanık mıdır?
- Vaka incelemesi: Reklamcılıkla ilgili düzenlemeler hükümetten hükümete değişebilir. Birçok ülkede faaliyet gösteren bir sosyal medya şirketi (örneğin, WeChat) veya arama motoru şirketi (örneğin, Yandex) bulun ve bu ülkelerde tabi oldukları reklamcılık düzenlemelerine göz atın. Söz konusu sosyal medya/arama motorunun farklı ülkelerde farklı düzenlemelere uyum sağlayıp sağlamadığını araştırın ve aralarında şunların da bulunduğu konular üzerine tartışmalar yürütün: a) gelir ve kamu yararı arasındaki çatışan unsurlar; b) kişisel veriler mikro hedefli reklamcılıkta kullanıldığında gelir ve gizlilik arasında ortaya çıkan etik sorunlar; ve c) kamunun farklı ülkelerde a) ve b) maddelerine verdiği cevaplar; vs.
- Araştırma: İnternet kullanarak reklamcılık sektörüyle ilgili bölgenizde yürürlükte olan düzenlemeleri araştırın. Bu bilgilere erişme gereksinimi olan vatandaşlar için gerekli düzenlemelerin nerede bulunduğunu saptayın. Bu düzenlemeleri kimlerin veya hangi grupların oluşturduğunu saptayın. Düzenlemelerde yer alan kilit maddeleri

özetleyin ve amaçlarını açıklayın. Vatandaşların ve tüketicilerin çıkarlarının ne kadar iyi korunmasını sağladıklarını anlatın. Bu düzenlemelerin olası etkilerini açıklayın.

- Bu düzenlemelerdeki unsurları yerel medyada bulduğunuz çeşitli reklamlara uygulayın. Düzenlemelere ne ölçüde uyulduğunu değerlendirin. Cevabınızı temellendirmek üzere analiz ettiğiniz reklamlardan somut örnekler verin. Herhangi bir reklamın düzenlemelere aykırı olduğu durumlarda, tüketicilere sunulan itiraz yollarını araştırın.
- Reklamcıların ihtiyaçlarının, medya ve sosyal medyadaki program akışları ve içeriklerin ele alınış biçimleri üzerinde etkisi olup olmadığını araştırın, araştırmanıza arama motorlarını da katın. Dijital cihazlarda ve platformlarda öncelikli yerleştirme üzerinde bir tesir göze çarpıyor mu? Belirli bir medya aracı için reklamcılığı bir gelir modeli olarak ele alın. Örneğin, televizyonda ve radyoda izleyici sayısının en yüksek olduğu *prime-time* dilimini nasıl programlandığı ile dijital içerik şirketlerinin bölgenizde hangi içeriklere öncelik verdiğini inceleyin.
- Karşılaştırmalı inceleme: Yukarıda tarif edilen araştırmanın bulgularını seçeceğiniz bir ülke veya bölge ile karşılaştırma yapmak için kullanın, benzerliklere, farklılıklara ve bunların neden kaynaklandığına bakın.

  - Araştırma: Bazı birtakım reklamcılık teknikleri ile ilgili basit bir araştırma yapın. Bu tekniklere özgü özellikleri, benzerlikleri ve ne kadar etkili olduklarını kıyaslayın. Şu teknikleri değerlendirin (kullanılan teknikler bunlarla sınırlı değildir):
  - Duygusal çekicilik;
  - Promosyona dayalı reklamcılık;
  - Çoğunluğa katılma (*bandwagon*) reklamcılığı
  - Olgular ve istatistikler;
  - Bitmemiş reklamlar;
  - Müşteriye iltifat;
  - Halka hitap etme;
  - Vatanseverlik;
  - Ödeme karşılığında ürün yerleştirme veya kimi '*influencer*' tavsiyelerinin arkasında yatan sponsorluklar gibi gizli reklamlar.

- Eğitmenler öğrencilere medya ve bilgi okuryazarlığı ve eleştirel düşünme becerilerini kalıtsal kültürel kalıp yargılar ve kadınlar ile erkekler, kız ile erkek çocukların çeşitli medya içeriklerinde – film, televizyon, popüler müzik, video ve görsel paylaşım platformlarında, gazetelerde ve dergilerde – nasıl temsil edildikleri üzerinde uygulamaları konusunda rehberlik etmeli. Öncelikle her yaştaki erkek ve kadınlarla ilişkilendirilen kalıp yargıları inceleyerek ve bu yargıların olası kaynakları üzerine düşünerek başlayın. Öğrencileri, bir dizi reklamı cinsiyet temsillerine dayalı olarak analiz etmeye ve okudukları yazılardaki toplumsal cinsiyet temelli kalıp yargılara ilişkin sorulara cevap vermeye yöneltin. (*eGirls* Projesi'nden uyarlanmıştır; ders planlarında kullanabileceğiniz başka potansiyel aktiviteler için bkz.: https://egirlsproject.ca/outreach/mediasmarts/media-and-gender/).

- Vaka incelemesi: Bir televizyon kanalı veya radyo istasyonu seçin ve bir de internette aynı bölgeden yapılan bir yayın belirleyin. Birer saatlik bir program izleyin veya dinleyin, bu sürede yayınlanan reklamlara dikkatinizi yöneltin. Belirli programlarda reklamların nasıl yerleştirildiğinin arkasında yatan mantığı açıklayın. Program arasında olmayıp, programların içindeki reklamları veya ürün yerleştirmeleri de not alın. Bu süre zarfında kullanılan reklam stratejilerinin hedeflenen kitlelere erişmek bakımından ne kadar etkili olduğunu değerlendirin.

- Proje: Bir televizyon kanalı ve bir sosyal medya ağı seçin ve belirli programlarda yahut zaman aralığında hangi ürünlerin veya hizmetlerin reklamlarını yapacağınıza karar verin. Seçimlerinizin nedenini açıklayın, bunu yaparken de bu zaman diliminde erişebileceğiniz hedef kitleyi belirleyin.
- *YouTuber*'lar (YouTube sayfalarında yayın yaparak gelir sağlayan bireyler) ile ilgili vaka incelemesi:

  a. Araştırma: En popüler 10 *YouTuber*'ı sıralayın ve ne kadar kazandıklarına bakın. Nasıl gelir elde ettiklerini şu soruları sorarak araştırın: YouTube, video yüklemeleri için *YouTuber*'lara ödeme yapıyor mu? Onlarla reklam geliri paylaşıyor mu? Markalarının ürünlerini yerleştirmeleri için şirketler onlara ödeme yapıyor mu? Yoksa bağışlar veya patron desteği ile mi işlerini idame ettiriyorlar?

  b. Tanımlama: *YouTuber*'lar farklı biçimlerde reklam geliri kazanabiliyor. Öne çıkanlar şunlar:

  - Marka ve ürün yerleştirme;
  - Marka ve ürün entegrasyonu;
  - Ürün değerlendirmeleri;
  - Video içinde bir üründen bahsetme/reklam verme;
  - Satış ortaklığı;
  - Süper chat (sohbet);
  - Patreon.

Ne anlama geldiklerini araştırın. Cevaplarınızı kontrol etmek için MBO Müfredatı'nın sonundaki Terimler Sözlüğü'ne bakın.

Not

Bu çalışma gazeteler, dergiler, internet sitesi vs. için de uygulanacak şekilde uyarlanabilir.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Reklam analizi ve düzenlemelere dayalı değerlendirmeler;
- Televizyon kanallarının program akışına, yayınladıkları reklamlara ve gelirlerine ilişkin araştırma ve değerlendirme.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Dinamik ve hareketli reklamcılık;
- Sosyal medya reklamcılığı;
- Davranışsal hedefleme;
- Modern ve dijital reklamcılık tekniklerine ilişkin daha ayrıntılı bilgi.

2. ÜNİTE: HEDEFLİ REKLAMCILIK VE SİYASİ ARENA

SÜRE: 3 SAAT

Başlıca Konular

- Siyasi ve seçimlere yönelik reklamların analizi;
- Siyasi reklamların kılavuz ilkelerini değerlendirme;
- Özellikle seçimlere yönelik reklamları denetleyen kurumları ve ulusal seçimlerde medyanın tabi olduğu düzenlemeleri değerlendirme;
- Hedefli reklamlarda sosyal medyanın rolü.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Siyasi ve seçimlere yönelik reklamları değerlendirme;
- Siyasi ve seçimlere yönelik reklamların duygusal yönlerini analiz etme;
- Siyasi reklamlarda duygulara hitap edilmesinden hareketle, vatandaşların bilinçli olmalarını sağlamak için stratejiler önerme;
- Sosyal ağlardaki hedefli reklamları değerlendirme;
- Pazarlamanın tüketicilerin kararları ve toplumsal cinsiyet eşitliği veya ırk temelli ayrımcılık karşıtlığı gibi değerler üzerindeki etkilerini değerlendirme.

Bu Ünitede Hedeflenen Yetkinlik Düzeyi

- Orta.

Siyasi Reklamlara İlişkin Sorunlar

Siyasi reklamlar, siyasi partilerin, seçim adaylarının ve seçim sonuçları ilgili bazı kuruluş ve bireylerin ürettiği kamu duyurularıdır. Bu duyurular genellikle seçmenlerin aklı ve eleştirel düşünme kabiliyetinden ziyade, duygularına hitap etmeyi hedefleyen pazarlama ilkelerine yaslanır. Bu duyuruların amacı, seçmenleri hem bir görüşü savunmalarını hem de rakiplere oy verme vermekten caymalarını – ki bu taktikler "seçmen sindirme" adıyla bilinir – sağlamaktır.

Vikipedi'nin tanımına göre (2020) "hedefli reklamcılık, reklamcının tanıtımını yaptığı ürün veya kişiye dayalı olarak belirli özellikleri olan kitlelere yönelik, çevrimiçi de dahil olmak üzere, bir reklamcılık türüdür. Bunlar ırk, cinsiyet, ekonomik statü, yaş, kuşak, eğitim seviyesi, gelir düzeyi ve meslek temelli demografik özellikler olabilir, veya psikografik diye nitelenen ve odağına tüketicilerin değerlerini, kişiliğini, tutumlarını, görüşlerini, hayat tarzını ve ilgilerini alan bir biçimde olabilir. Bunun yanı sıra, tarama geçmişi, satın alma geçmişi ve kullanıcının diğer güncel etkinlikleri gibi davranışsal değişkenlere de dayanabilir. Hedefli reklamcılık bazı belirli özelliklere odaklanır ve mesajlarını, ilgi duymayan veya tercihleri bir ürünün özellikleri ile örtüşmeyen tüketiciler değil, bunlara ilişkin güçlü tercihler gösteren tüketicilere iletir. Bu da israfı ortadan kaldırır (bkz.: (https://en.wikipedia.org/wiki/Targeted_advertising)." Hedefli siyasi reklamcılık partilere, yeni seçmen kazanmalarını mümkün kılacak şekilde, belirli bireylere yönelik farklı hatta kimi zaman tutarsız mesajlar gönderme ve münferit konuları öne çıkarma (konuların bütününe dayalı kararlar vermelerini sağlamak yerine) olanağı tanıyor.

Sosyal ağlar, şirketleri, coğrafi konum, davranış, sosyo-psikografik veriler ve kullanıcıların dijital iletişim şirketlerinde paylaştıkları bilgilere dayalı hedefli reklamlar üretmeye yöneltiyor. Kullanıcıların her eylemi, mesela "beğeniler" ve aradıkları bilgiler gibi, ilgi geçmişlerinin görüntülenmesi için toplanan dijital ayak izleri bırakıyor. Bunun sonucunda oluşan profil satıcılar tarafından pazarlama reklamlarını hedeflemekte kullanılıyor. Reklamcılara/satıcılara tüketicileri ilgi alanlarına göre hedefleme imkânı tanıyacak şekilde, Facebook, Twitter, Sina Weibo, Instagram ve diğer platformlarda kullanıcılar, örneğin, beğendikleri sayfaları temel alan reklamlar görecekler ve coğrafi bölgelerine yöneltilecekler. Tüketicilerin ve kullanıcıların, gerek tüketim gerekse siyasi kararlar alırken, hedefli reklamların bu kararlarına nasıl etki ettiği konusunda bilinçli olmaları gerekir.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Kendi ülkeniz veya bölgenizden siyasi reklamcılık örnekleri toplayın. Eğer gerekli görürseniz, yerel kütüphanenizde bir araştırma yürütün. Bu reklamları, aşağıdaki 3. Ünitenin ana hatlarını temel alarak analiz edin. Her reklamın, amacı, iletilen bilgi veya mesaj ve hedeflediği kitle bakımından ne kadar etkili olduğunu değerlendirin.

Reklamların tasarımının/biçiminin içeriği güçlendirmekte nasıl kullanıldığını açıklayın.

- Aynı siyasi kampanyaya ait birden çok reklamı inceleyin. Kampanyanın bir bütün olarak ne kadar etkili olduğunu grafiklerin, görsellerin, sloganların ve mesajların kullanılış biçimlerine dayanarak değerlendirin.
- İnternet ve/veya kütüphane kaynaklarını kullanarak, siyasi reklamcılığı denetlemek için oluşturulan düzenleyici kurumları araştırın. Seçimlerde siyasi adayların kullandığı reklamları denetlemek için yürürlüğe konan kuralları inceleyin. Seçtiğiniz reklamların bu kurallara ne ölçüde uyduğu üzerine değerlendirmede bulunun.
- İçerik sağlayıcıların, mikro hedefli ilanlar da dahil olmak üzere – böylece karşılaştırma imkânına erişilir – bütün siyasi parti reklamlarının yer aldığı bir veritabanı oluşturup oluşturmadığını araştırın.
- Düzenleyici kurumların vatandaşların çıkarlarını nasıl temsil ettiklerini araştırın. Siyasi reklamların gerçeğe uygun, âdil ve doğru olmaları için vatandaşların nasıl bir rol oynayabileceklerini inceleyin. Siyasi reklamcılıkla ilgili düzenleyici bir kuruma yapabileceğiniz herhangi bir öneriyi not alın.
- Siyasi reklamcılık, toplumdaki konuların kapsamlı bir biçimde gündeme gelmesi adına her türlü çıkara yer verilecek şekilde herkese açık mı olmalı, yoksa yalnızca doğrulanmış bilgiler içeren reklamlara mı izin verilmeli? Bu konu üzerine tartışma yürütün.
- Seçim haberleri hakkında basın kuruluşlarının uyması gereken kuralların (ulusal seçim kurulları tarafından belirlendiği üzere) listesini yapın. Kamuoyu araştırmaları ile ilgili haberlerin, farklı siyasi partilere ulusal kanallarda tanınan zamanın, ve seçim sonuçlarının açıklanmasının, vb. tabi olduğu kurallar olup olmadığına bakın. Bu kuralların, siyasi reklamlar üzerinde bir etkisi var mı?
- Siyasi danışman Frank Luntz, siyaset alanından müşterilerine şunları söylüyor: “Hayatımızın yüzde 80’i duygu, yalnızca yüzde 20’si akıl. Ne hissettiğiniz beni ne düşündüğünüzden daha çok ilgilendiriyor.” Siyasi reklamcılığı bu yorum ışığında değerlendirin. Siyasi reklamların ne ölçüde duygulara hitap etmeye çalıştığını açıklayın. Bir adayı ve fikirlerini veya politikalarını ‘satmaya’ çalışmak için nasıl bir dil kullanıldığını inceleyin. Kullanılan dilin doğru mu yoksa yanlış yönlendirici mi olduğunu analiz edin.
- Öğrencileri gruplara ayırın ve ulusal, bölgesel ve uluslararası kalkınma kuruluşları tarafından sürdürülebilir kalkınma konusunu tanıtmakta kullanılan sosyal pazarlama teknikleri üzerine basit bir araştırma yapmaları konusunda onlara rehberlik edin. Birleşmiş Milletler’in ajanslarını ve diğer Hükümetlerarası ortaklarını, uluslararası kalkınma işbirliği ajanslarını vb. ele alın. Bunun yanı sıra, araştırmanızda, toplumsal cinsiyet eşitliği, hoşgörü, COVID-19 pandemisine bağlı mezenformasyon ve dezenformasyonla mücadele, iklim sorunları ve gençliğin ulusal ve uluslararası kalkınmaya katılımına olanak tanıma gibi konuları da değerlendirin. Bunlar gibi başka başlıklar da düşünün. Öğrencileri, bu alanlarda sürdürülen sosyal pazarlama çabalarının erişimi, etkisi, artıları ve eksileri üzerine düşünmeye yönlendirin. Gruplar, bu kalkınma kuruluşlarının, ilgili kalkınma mesajlarıyla daha fazla kişiye ulaşabilmeleri için neleri farklı yapabileceklerini düşündüklerini belgelemeli.

- Duygulara hitabın siyasi reklamlardaki kullanıma bakıldığında, vatandaşların bilgili ve toplumsal cinsiyete duyarlı olmalarını sağlamak için stratejiler önerin.
- Öğrencilerden bir arama motorunda belirli bir konu üzerine araştırma yapmalarını isteyin; bu, eğer mümkünse, satın almayacakları bir şey olabilir, ve motorun ürünleri ve hizmetleri tanıtmak için dijital izlemeyi nasıl kullandığını analiz edin.
- En popüler sosyal medya platformlarının farklı ürünleri ve hizmetleri nasıl pazarladıklarını değerlendirin. Bu reklamlara davranışlara, coğrafi konumlara, cinsiyete ve yaşa, vs. dayalı mıdır?
- Öğrencilerden sosyal ağların zevklerini, değerlerini ve tercihlerini nasıl güçlendirdiği üzerine bir değerlendirme yapmalarını isteyin.
- Öğrencilerden sosyal ağlarında gördükleri üç farklı reklamı değerlendirerek satıcının hangi hedefleme seçeneklerini kullandığını saptamalarını isteyin: yaş, cinsiyet, ilişki durumu, konum, etnisite, meslek ve eğitim. Gizlilikleri nasıl etkileniyor? Sosyal medya pazarlamasına karşı neler yapabilirler? Reklamcı, her bir kullanıcıyı mikro hedeflemek için ne kadar veri göstergesine erişebiliyor?

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Deneme;
- Medya ve dijital platformlarda saptanan bazı basmakalıp yargılara karşı bir poster yarışması;
- Toplumsal cinsiyete duyarlı reklamlar için film şeritleri üretme.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Ticari ve topluluk sponsorlukları (öğrenme alanlarındaki sponsorluklar ve reklamlar da dahil olmak üzere);
- Reklamcılıkta ünlüler;
- Yardımsever kapitalizm – ünlülerin markalara verdiği desteklere bağlı olarak, ancak çeşitli şirketlerin stratejik ve bir pazarlama niyetiyle sundukları diğerkâmlığının tanıtımını odağa alarak;
- Psikografik özellikler ve kitle araştırması.

3. ÜNİTE: KAMU HİZMETİ DUYURULARI/REKLAMLARI (KHR)

SÜRE: 3 SAAT

Başlıca Konular

- Kamu hizmetleri duyuruları analizi;
- Bir kamu hizmeti duyurusunun yaratıcı süreci ve planlanması.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Çeşitli konularla ilgili bir bilgi iletişimi yolu olarak bir dizi KHR'yi analiz etme;
- Belirlenen bir konu hakkında özgün bir KHR için, amaç açıklaması, mesaj, hedef kitle ve teknik ile yaratıcı stratejileri de kapsayacak şekilde bir plan geliştirme;
- KHR ve iletişim stratejilerin ne kadar etkili olduklarını değerlendirme;
- Bir KHR üretme.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

KHR genellikle hükümetler ve kalkınma kuruluşları tarafından üretilen, kamu yararını gözeterek belirli bir davranışın uygulanmasını ve bir toplumsal sorun ile ilgili farkındalık kazandırmayı veya toplumun tutumlarını değiştirmeyi hedefleyen bir mesajdır. Kamusal kampanyalar arasında şu örnekler gösterilebilir: fırtınalar, depremler ve seller gibi doğal felaketler sırasında uygulanması üzere güvenlik önlemlerinin aşılanması; veya COVID-19 virüsünün, sigara kullanımının, malarya, HIV ve AIDS gibi hastalıkların yaygınlaşmasının önlenmesi, yahut maske, el yıkama, sosyal mesafe, sivrisineklere karşı ağlar ve korunmalı cinsel ilişki gibi davranışların desteklenmesi. Hükümetler ve kalkınma kuruluşlarının rolleri kadar, bu reklamlardaki temalar da çeşit çeşittir: okuryazarlık, trafik kurallarına uyma ve ekoloji kampanyaları bu örneklerden sadece birkaçı. Eğitmenlerin kullanabileceği pedagojik yaklaşımlar ticari reklamlara kıyasla yerel ve ulusal KHR'lerin içeriğini, amacını ve etkisini analiz etmeyi temel alabilir..

- Yukarıda verilen örneklere dayalı olarak, KHR'lerin anlamını ve amacını tartışın. KHR'lerin ticari reklamlardan ne ölçüde farklı olduğunu açıklayın. KHR'lerde ele alındığını gördüğünüz bir dizi sorun üzerine bir beyin fırtınası yürütün. Bölgenizde KHR'lerin kullanıldığı farklı alanları saptayın.
- Kamu hizmetlerine ilişkin bir internet sitesini veya aşağıda bağlantısı paylaşılan siteleri ziyaret edin (Bu siteler burada değinilen aktiviteye örnek olarak paylaşılmaktadır, bunlar yerine başka bölgelere uygun kaynaklar da kullanılabilir):
  - Birleşmiş Milletler Uyuşturucu ve Suç Ofisi (UNODC), "Uyuşturucuların Etkileri Üzerine Kamu Hizmeti Duyurusu": https://www.unodc.org/unodc/en/frontpage/2010/March/public-service-announcement-on-effects-of-drugs-targets-youth.html.
  - Birleşmiş Milletler Uyuşturucu ve Suç Ofisi (UNODC), "İnsan ve Göçmen Kaçakçılığı": https://www.unodc.org/unodc/human-trafficking/
  - Salo Productions, kamu hizmeti duyuruları örnekleri: http://saloproductions.com/public-service-announcements/psa-samples.php.
- Bir dizi KHR'yi – matbu ve video olarak – analiz edin ve her birinin kilit özelliklerini tartışın. İletilmeye çalışılan kilit bilgiyi ve ana mesajı saptayın, nasıl sunulduklarını analiz edin. Kullanılan hem teknik hem de yaratıcı stratejileri ele alın.

- Farklı KHR'lerde duygulara nasıl hitap edildiğini analiz edin. Bu KHR'lerde ortaya konan iddialar olup olmadığını ve bu iddiaların bulgularla desteklenip desteklenmediğini saptayın. KHR'deki teknik unsurların anlamı veya mesajı ne şekilde güçlendirdiğini analiz edin. Farklı kamera planları ve açıları ile elde edilmeye çalışılan etkileri açıklayın. Anlamı aktarabilmek için seslerin nasıl kullanılabileceğini anlatın.
- Eğitmenler, sunulan örnekler arasından tek bir KHR seçerek daha detaylı bir şekilde mercek altına alabilir ve bunu görüntüleyip bir film şeridi üretmek suretiyle reklamı 'parçalara ayırabilir'. Eğitmenlerin bu aktivite çerçevesinde söz konusu KHR'yi birden fazla kez izlemesi ve gördükleri ile duyduklarına dayanarak film şeritlerini hazırlayabilmeleri için kolaylaştırıcının KHR'yi her planda durdurması gerekir. Örnek film şeritlerine şu adresten erişebilirsiniz: www.storyboardsinc.com.
- Önemli bir toplumsal veya kültürel konu ile ilgili bir KHR için özgün bir plan oluşturun. KHR'nin ana eksenini oluşturmak üzere öne çıkarılacak sorunlara ilişkin bir beyin fırtınası yürütün. KHR'nin amacını ve kitlesini tartışın. Tartışma, iletilmek istenen mesajın şekillendirilmesine yardımcı olacaktır. Aktarmaya ihtiyaç duyduğunuz kilit bilgileri ve ana mesajı değerlendirin.
- Şimdi ise kime ve nasıl erişmek istediğiniz üzerine düşünün. Bilgi ve mesaj belirli bir hedef kitleye yöneltilmelidir.
- Bir kâğıda not alarak, KHR'nin konseptini tarif edin ve bunu oluşturmak için kullanabileceğiniz stratejilerin listesini geliştirin. Listede yaratıcı stratejilere (KHR için içerik fikirleri) ve teknik stratejilere (üretim bileşeni) yer verebilirsiniz.
- Konsepti, kullanılacak teknik ve yaratıcı stratejileri ve kitleyi tarif eden bir açıklama da dahil olmak üzere KHR için bir özet taslak hazırlayın.

4. ÜNİTE: REKLAMCILIK: YARATICI SÜREÇ

SÜRE 3 SAAT

Başlıca Konular

- Reklamcılık ve sponsorluk – konum, mesajlar ve kitle;
- Reklamcılıkta iddialar ve kitleye hitap etme biçimlerini değerlendirme;
- Reklamların tasarımını ve üretimini inceleme;
- Programlarda ürün yerleştirme.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Bir bilgi iletişimi yolu olarak reklam sürecini analiz etme;
- Reklamcılıkta konsept geliştirme sürecini, teknik ve yaratıcı stratejiler de dahil olmak üzere, araştırma;
- Bir reklamda ve duygulara hitap etme biçiminde kullanılan kilit unsurları 'parçalara ayırma';
- Reklamlardaki mesajların belirli hedef kitleler üzerindeki etkisini değerlendirme;
- "Aktif" kullanıcılar kavramının reklamcılığa nasıl uygulandığını, hatta, daha somut bir biçimde, kitlelerin anlamı nasıl müzakere ettiklerini (bir diğer deyişle, bazı reklamların neden başarılı, bazılarının ise neden başarısız olduğunu nasıl açıkladığımız) açıklama;
- Reklamcılıktaki en son trendleri saptama;
- Programlarda dolaylı reklamcılık örneği olarak (editoryal ile ticari içeriğin karışımını teşkil eden) ürün yerleştirmeyi saptama.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Öğrenme alanınızda, çevresinde veya mahallede bir gezintiye çıkın:
  - **a.** Gördüğünüz reklam türlerini, kamu hizmetleri duyurularını (KHR), promosyonları veya sponsorlukları saptayın;
  - **b.** Her reklam/KHR/sponsorluk örneğinin kısa bir tasvirini yapın;
  - **c.** Her örnekteki mesajı ve yaratılan imajı tarif edin ve gerekli olan bilginin aktarımında ne kadar etkili olup olmadığını değerlendirin;
  - **d.** Her örnek için kaynağı saptayın (bir diğer deyişle, reklamın kimin ürettiğini veya reklamdan kimlerin yararlandığını/kâr sağladığını);
  - **e.** İş yerlerinin veya kurumların neden gezinti yaptığınız alanda isimlerinin, markalarının veya logolarının görülmesini isteyeceğini anlatın. Karşılaştığınız sponsorluk/promosyon örneklerin 'geleneksel' reklamlardan ne şekilde ayrıldığını açıklayın.
- Bir dizi dergiyi tarayın, televizyonda çıkan reklamları izleyin ve birtakım büyük şirketlerin internet sitelerini ziyaret edin:
  - **a.** Karşınıza çıkan örneklerde kullanılan reklamcılık stratejilerini tarif edin;
  - **b.** Daha ayrıntılı biçimde incelemek için birkaç adet reklam belirleyin;
  - **c.** Reklamların her birinde yer verilen ürünün 'kişiliğini' tarif edin ve reklamcının uyandırmaya çalıştığı duyguları saptayın;
  - **d.** Söz konusu reklam veya KHR'nin verdiği sözler ve sunduğu çözümler neler? Ne kadar gerçekçiler? Mutluluk veya başarıya ilişkin ne tür görüşler iletiliyor?
  - **e.** Reklamların her birinde iletilen bilgiyi, mesajları ve değerleri saptayın;
  - **f.** Editoryal ve reklam içeriği arasında açık bir ayrım yapılması gereksinimini tartışın.

Ayrıca, bu reklamlarda sunulan bazı belirli iddialar var mı? Bu iddiaların dayanağı olarak hangi olgular sunuluyor? Bunlar arasında herhangi bir yanlış yönlendirici veya belirsiz bir bilgi var mı? Analizinize dayalı olarak, kitlelere bu reklamlara ilişkin ne tür tavsiyelerde bulunabilirsiniz? Bir başka deyişle, bu reklamda sunulan bilgiyi kabul eder misiniz? Neden edersiniz yahut etmezsiniz? Bilginin veya mesajın daha doğru ya da eksiksiz olması için önerebileceğiniz değişiklikler var mı? Örneklerle açıklayın.

- Basılı bir reklam seçin ve ayrıntılı biçimde inceleyin. Bu çalışma reklamda kullanılan tasarımsal öğeleri, iletilen bilgi ve mesajı ve hedeflenen kitleyi dikkate almanızı gerektirir. Tasarımsal öğeler (kompozisyon, açı, ışıklandırma, renk, kelime seçimi, vs.) iletilen mesajı veya bilgiyi nasıl destekliyor? Bir diğer deyişle, içeriği basıl güçlendiriyor?
- Ürün yerleştirme, belirli bir radyo veya televizyon programında veya kitapta, hatta giderek artan şekilde internette, programın sponsoru olan (yani maliyetinin bir kısmını veya tamamını karşılayan) üreticiyi memnun etmek için, ticari bir ürünün, bunun reklam olduğu açıkça belirtilmeksizin kolaylıkla fark edilecek biçimde konumlandırılması anlamına gelir. Bazı düzenleyici kurumlar, izleyicilerin ürün yerleştirme yapıldığına ilişkin programın başlangıcında ve sonunda açıkça bilgilendirilmeleri şartıyla, ürün yerleştirmeye izin vermektedir. Ancak böyle bir kural dijital iletişim şirketleri tarafından nadiren uygulanmaktadır. Ürün yerleştirme örnekleri belirleyin: bunların ürün yerleştirme olduğu belirtiliyor mu? Ülkenizde ürün yerleştirme ile ilgili düzenlemeler varsa, vatandaşlar ne tür adımlar atabilir? Bağlamından kaynaklı olarak ürün hakkında iletilen mesaj nedir? Ürünün kendisi ile bağlamı vasıtasıyla iletilen mesajlar neler? Farklı bir bağlam veya yerleştirme ürünün ve mesajının imajını değiştirir mi?
- Reklamcılık sektöründe hangi aktörlerin yer aldığına ilişkin bir listesi yapın. Listenizde bireylere ve kurumlar/kuruluşlara yer vermelisiniz. Her birinin rollerini anlatın. Herhangi bir görsel-işitsel reklamı göz önüne alın. Listenizde yer verdiğiniz kilit aktörlerin her birinin rolünün söz konusu reklama belirgin bir şekilde yansıdığını düşünüyor musunuz? Söz konusu reklamın üretiminde ve dağıtımında kimlerin rol oynadığına ilişkin edindiğiniz bilgi, bu reklamla daha iyi etkileşimde bulunmanızı veya gereksinim duyduğunuz bilgiyi iletmekte ne kadar faydalı olduğunu değerlendirmenizi sizce neden sağlıyor? (Not: bu konuyla ilgili, *The Persuaders/ İkna Ediciler* adlı belgesel film serisi faydalı olabilir – bu modülün sonunda bu program ile ilgili kısa tanıtıma bakınız).
- Araştırma: Reklam ödüllerine ilişkin şu internet sitesini ziyaret edin: https://clios.com/awards/winners. Farklı ülkelerde, farklı reklamlara verilen ödülleri inceleyin. Farklı ürünleri sunarken kullanılan teknik ve yaratıcı stratejiler de dahil olmak üzere, reklamcılık tekniklerindeki benzerlikleri ve farklılıkları saptayın.
- Reklam verilebilecek başlıca sosyal medya kanalları arasında Facebook, Instagram, Twitter, WeChat, Pinterest, LinkedIn, TikTok, YouTube, Snapchat vb. bulunuyor. Yaklaşım farklılıkları üzerine tartışma yürütün.
- Reklam yerleştirmenin nasıl otomatize olduğunu araştırın ve büyük verilere ile gerçek zamanlı müzayedelere dayanan broker (al-sat işlemi yapan) firmalarının

rolünü anlamaya çalışın. Çevrimiçi reklamcılıkta kullanılan oyun algoritmaları sonucu nefret söylemi aktörlerine, internetteki içeriklerinin yanında yayınlanan reklamlar nedeniyle verilen teşviklerin sonlandırılmasını amaç edinerek, dijital iletişim şirketleri üzerinde baskı oluşturulmasını hedefleyen *#KârİçinNefreteSon* (*#StopHateForProfit*) gibi kampanyaları inceleyin. Söz konusu teşvik, reklamların, çevrimiçi olarak etkileşimde bulunan hedef kitleye erişmek için, varsayılan fırsata dayalı olarak otomatize bir şekilde yerleştirilmelerinden kaynaklı olup, kamusal bir baskı oluşmadığı sürece şirketler bu durumu sonlandırmaya yönelik gerekli herhangi bir önlem almadığından sürmektedir.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Sosyal medya aracılığıyla reklam yapmanın artıları ve eksileri üzerine bir deneme yazın.

5. ÜNİTE: ÇOK ULUSLU REKLAMCILIK VE "SÜPERMARKALAR"

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Çok uluslu reklam stratejilerinde yeni teknolojilerin kullanımı;
- 'Süpermarkaların' çekiciliği;
- Süpermarka yaratmak için kullanılan stratejiler;
- Küresel reklam kampanyalarında iletilen başlıca temalar ve mesajlar;
- Süpermarkalar ve telif hakları konusu.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Markalaşma stratejilerini ve bu stratejilerin ne kadar etkili olduğunu analiz etme ve değerlendirme;
- Markalaşmanın yerel ve küresel topluluklar üzerindeki etkisi ile küreselleşmeyi nasıl etkilediği üzerine değerlendirmede bulunma;
- Belirli markalaşma stratejileri vasıtasıyla iletilen mesajları ve değerleri analiz etme;
- Yeni teknolojilerin yerel ve küresel ölçekte markalaşma konusunda nasıl bir rol oynadığını değerlendirme;
- 'Süpermarkaların' telif haklarına bağlı olarak bazı etik ihlali sorunları.

Çok Uluslu Reklamcılık

Şirketler giderek küreselleşmekte ve 'çok uluslu bir reklam stratejisi' ile kendilerini görünür kılmak için dünyanın dört bir yanına erişmektedir. Bunu yaparken, küresel bir markayı yerel zevklere hitap edecek bir pazarlama vasıtasıyla satmayı hedeflerler. Bu şirketler küreselleşme süreci çerçevesinde dünyanın pek çok yerine erişmeyi sürdürürken, 'süpermarkalar' da kaçınılmaz hale gelir ve bu değerleri, altında yatan mesajlarını, bunların farklı kültürler üzerindeki etkilerini anlamak ve analiz etmek önemlidir.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

Çok uluslu şirketlerin başvurdukları pazarlama stratejilerini belirlemek için çevrimiçi bir araştırma yürütün. Bunu yaparken, sektörle ilgili bir yayın olan *Advertising Age*'in internet sitesini (www.adage.com) ziyaret etmeyi düşünebilirsiniz. Dünyadaki başlıca şirketler tarafından ürünlerini tanıtmak ve bir kültür 'satmak' için kullanılan çeşitli stratejileri saptayın. Bu stratejilerde, 'geleneksel' ile 'çağdaş' kültür arasındaki fark ile ilgili – doğrudan yahut dolaylı bir şekilde – nelerin varsayıldığını tartışın.

- Çok uluslu bir şirketin internet sitesini ziyaret edin ve reklamlarından birini daha detaylı incelemek için seçin. Bu reklamı daha çekici kılmak için kullanılan öğeleri saptayın. Sunulan iddiaları ve duygulara hitap etmek için nelerin kullanıldığını dikkate alın. Eğer mümkünse, bu reklamı aynı ürün için farklı bir bölgeyi veya pazarı hedefleyin başka bir reklamla kıyaslayın. Her bir reklamın hedeflediği pazar için nasıl inşa edildiğini saptayın.
- Belirli bir topluluk veya bölgeye özgü bir ürün veya hizmet ile ilgili bir reklam özet taslağı hazırlayın. Dünyanın farklı yerlerindeki farklı pazarlarda kitlelere erişmek için hangi teknik ve yaratıcı stratejilerin en etkili olacağını saptayın ve anlatın, bunun yanında teknolojinin nasıl ve hangi sonuçlarla kullanıldığını açıklayın.
- Kurmaca bir ürünü uluslararası olarak pazarlamak için bir plan geliştirin. Hedef kitleyi belirleyin. Bu kitleye erişmekte en etkili olacak stratejileri açıklayın. Dijital teknolojilerin bunu nasıl mümkün kıldığını ve bu yöntemin olumsuz yanlarının neler olabileceğini araştırın.
- Kendi yerel topluluğunuzdan markalaşma örnekleri inceleyin. Etkili bir markanın oluşumuna katkı sağlayan unsurları açıklayın. Bu örneğin, bir markanın yüksek tanınırlığa sahip olması, marka anlamı aksettirmesi ve hedef kitleye erişmesi bakımından neden manidar olduğunu değerlendirin.
- Seçtiğiniz bir süpermarka veya küresel marka üzerine bir araştırma yürütün: mesela popüler yemek zincirlerinin menülerine kısmen işletmenin bulunduğu ülkeye göre karar verilir, bu kararda o ülkenin kültürü, insanların damak tatları ve tercihleri de dikkate alınır. En az beş ülke belirleyin ve şunları kontrol edin: a) bazı yemek

zincirlerinin restoranlarının genel görünüşü ve verdiği duygu; ve b) menüleri; c) bunlara dayalı olarak satılan yemeklerde ve içeceklerdeki benzerlikleri ve farklılıklar saptayın ve a) ile b) kısmında edindiğiniz bulguların arkasındaki olası nedenleri değerlendirin.

- Bazı Süpermarkaların ürünleri popüler hale geldiğinde, başka ticari işletmeler, müşterileri satın aldıklarının süpermarkalara ait gerçek ürünler olduğu izlenimini yaratarak yanlış yönlendirmek için, benzer logolar ve tasarımlarla birtakım ürünler piyasaya sürebilir. Buna benzer örnekler tespit edin ve burada ortaya çıkan telif hakları ve diğer etik sorunları tartışın.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Çevrimiçi bir araştırma yaparak var olan reklam örneklerinin ve stratejilerinin analizi;
- Reklam kampanyaları için özet taslakları oluşturma.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Çok uluslu reklamcılıkta ve süpermarkalarda spor ve eğlence dünyası süperstarlarının kullanımı;
- Çok uluslu reklamcılığın ve süpermarkaların, toplumsal cinsiyet eşitliği, farklı dinlere hoşgörü, sağlık alışkanlıkları vb. gibi alanlarda yerel kültürel ve sosyal pratikler üzerindeki etkileri.

Kaynaklar ve Referanslar

Aşağıda paylaşılan kaynakların önemli bölümünün Kuzey Amerika'dan olduğunu ve dünyanın birçok yerinde bunlara başvurmanın uygun olmayabileceğini lütfen göz önünde bulundurun. Eğitmenler, öğrenciler için daha anlamlı örnekler sunabilecek alternatif yerel veya bölgesel materyaller belirlemeye çalışmalıdır.

Adbusters ("Reklam Avcıları"/"Reklam Çürütenler") – www.adbusters.org – Reklamcılık ve popüler kültür üzerine eleştiriler sunar, 'parodi' reklamlarıyla ünlüdür.

Ads of the World ("Dünyadaki Reklamlar") – www.adsoftheworld.com – Dünyanın birçok ülkesinde yayınlanan reklamlarla bir arşiv ve tartışma forumu sunar.

Advertising Age – www.adage.com – Reklam maliyetleri, stratejiler üzerine raporlar gibi içerikler sunan sektörel bir yayın.

Bernstein, David ve Keller, Bruce (2020), *The Law of Advertising, Marketing and Promotions* (*Reklamcılık, Pazarlama ve Promosyon Yasası*), USA: Law Journal Press.

Fowler, Erika, Franz, Michael, ve Ridout, Travis (2016), *Political Advertising in the United States* (*ABD'de Siyasi Reklamcılık*), New York: Routledge.

Fueroghne, Dean (2017), *Law & Advertising: A Guide to Current Legal Issues* (*Hukuk ve Reklamcılık: Mevcut Yasal Sorunlara İlişkin Bir Kılavuz*), Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.

Hughes, Andrew (2018), *Market Driven Political Advertising: Social, Digital and Mobile Marketing* (*Pazar Güdümlü Siyasi Reklamcılık: Sosyal, Dijital ve Mobil Pazarlama*), Londra: Palgrave McMillan.

kersey sta. ines, Media and Information Literacy ("Medya ve Bilgi Okuryazarlığı"), video kaynak, YouTube erişim adresi: https://www.youtube.com/watch?v=lxSYtwaXo2M.

Kleebpung, Nonthasruang (2010), A*dvertising and Media Literacy: Young People and Their Understanding of the World of Advertising in Australia and Thailand* (*Reklamcılık ve Medya Okuryazarlığı: Avustralya ve Tayland'da Gençler ve Reklamcılık Dünyasına İlişkin Anlayışları*), Doktora tezi, Victoria Üniversitesi, açık kaynak erişim adresi: https://vuir.vu.edu.au/19411/1/Nonthasruang_Kleebpung.pdf.

PBS Frontline (2001), *The Merchants of Cool* (*Cool Tüccarları*): Reklamcıların gençleri nasıl hedeflediklerini anlatan ve internet ortamında erişebileceğiniz bir belgesel.

PBS Frontline (2004), *The Persuaders* (*İkna Ediciler*): Bu program pazarlama ve reklamcılık stratejilerinin yalnızca insanların neler satın aldıklarına değil, kendilerini ve çevrelerindeki dünyayı nasıl gördüklerine de nasıl tesir ettiğini araştırıyor. Bu 90 dakikalık belgeselde reklamcılık/pazarlama dünyasından bir dizi uzmana ve gözlemciye söz veriliyor. Programın tamamı PBS kanalının internet sitesine altı bölüm olarak izlenebilir. Bu modül kapsamında, eğer mümkünse, programın Yüksek Konseptli Kampanya ve Duygusal Markalaşma konularını işleyen 1. ve 2. bölümlerini izleyin (erişim adresi: https://www.pbs.org/wgbh/frontline/documentary/showspersuaders/).

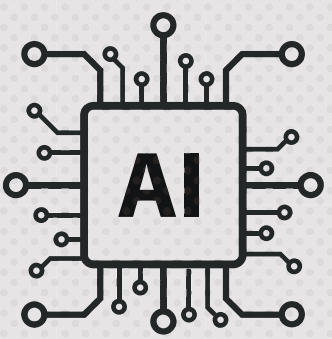
Rejected Online (Çevrimiçinde Reddedilenler – www.bestrejectedadvertising.com – Müşteriler tarafından estetik, ticari veya stratejik sebepler ile reddedilen reklamlar. Site, izin verilmeyen, yasaklanan, parodi ve çok eleştirilen reklamlar da içerir.

Summers, Christopher A., Smith, Robert W. ve Walker Reczek, Rebecca (2016), "A An Audience of One: Behaviourally Targeted Ads as Implied Social Labels" ("Tek Kişilik Kitle: Örtülü Bir Sosyal Etiketleme Olarak Davranışsal Temelli Hedefli Reklamlar"), *Journal of Consumer Research*, Volume 43, Issue 1, s.156–178, (erişim adresi: https://doi.org/10.1093/jcr/ucw012).

Think Literacy, *Medya* (Okuryazarlık, Medya Düşün) (2005) – Kanada'nın Ontario Eyaleti hükümeti tarafından kamu hizmetleri duyuruları üretimi için sunulan bir kaynak (erişim adresi: http://www.edu.gov.on.ca/eng/studentsuccess/thinkliteracy/library.html).

11. MODÜL:

YAPAY ZEKÂ, SOSYAL MEDYA VE MBO YETKİNLİKLERİ



"Bir konu üzerine düşünmeyi düşünmeden düşünmek üzerine düşünemezsiniz."

– Seymour Papert,
Mindstorms: Children, Computers, and Powerful Ideas (*Zihin Fırtınaları: Çocuklar, Bilgisayarlar ve Güçlü Fikirler*), 2005

ARKA PLAN VE GEREKÇE

İnsanlar karar vermek için bilgiye dayanırlar. Peki, ya kusursuz bilgiye sahip olsaydık, bir başka deyişle karar vermek için ihtiyaç duyduğumuz bütün doğru bilgileri doğru zamanda edinebilseydik? Karmaşık kararlar verebilmek için gerekli bütün bilgiler her zaman ihtiyaç duyduğumuzda mevcut olmayabilir; yine karmaşık karar verme süreçlerinde beynimiz gerekli bütün bilgileri tek seferde idrak edemeyebilir. Bazı aktörlere göre Yapay Zekâ (YZ) gibi bilgisayar teknolojileri bize kusursuz bilgi verebilir. Ancak bu henüz insanların yetkin olduğu veya teknolojik olarak gerçekleştirilebilir bir şey değil.

Buna rağmen Yapay Zekâ veri toplayarak, depolayarak, işleyerek ve analiz ederek, karar vererek veya insanların karar vermesine yardımcı olarak teknolojinin birçok popüler kullanımına olanak tanımaktadır. Yapay Zekâ biricik bir araçtan ziyade yazılım, donanım, algoritmalar, ağlar gibi birçok parçadan oluşan toplu bir sistemdir. Algoritmalar Yapay Zekâ sistemlerinin işeyişinin ana unsurlarından biridir. Kelimenin en basit anlamıyla algoritma, bir görevi tamamlamayı veya bir problemi çözmeyi sağlayan kurallar bütünü veya komutalar listesi olarak tasvir edilebilir. Bu anlamda, bir yemek tarifini de algoritma olarak değerlendirmek mümkün. Dijital teknolojiler bağlamında, algoritmalar bilgisayarlara önceden belirlenen görevleri yerine getirmek için hangi adımları izlemeleri gerektiğini veya verileri hangi işlemden geçirip bunlara dayalı olarak nasıl kararlar alacaklarını söyler. Algoritmalar bilgisayar yazılımcıları tarafından yazılır. Birden fazla algoritma bir sistemde birbirine eklemlendiğinde, görece karmaşık görevler yerine getirebilir veya problemler çözebilir.

Yapay Zekâ birçok alanda uygulanabilir – hastalık teşhisinden iletişim sistemlerine kadar. Bir konumu nasıl bulabileceğimiz gibi birçok sorumuza seçili yanıtlar vermek veya çeşitli dillerde somut şeyler söylemek için bazı teknolojik araçlara çevrimiçi sanal asistanlar yerleştirilmiştir. Robotlar her yerde bulunur hale gelmektedir. Felaketler yaşandığında, Yapay Zekâ uygulamaları, insani yardım kuruluşlarına bir an önce yardıma ihtiyaç duyan kişilere acil durum tedariki yapılması konusunda yardımcı olabilir. Bilim

insanları, Yapay Zekânın veriyi bilgiye dönüştürme hızını kullanarak karmaşık sorunları ele almakta ve genom dizilimi gibi keşifleri eskisinden çok daha kısa sürede yapabilmektedir. Uyarlandığı teknolojik çözümlerin sayısı artıkça, Yapay Zekâ her amaca uygun bir teknoloji ve hayatımızın her alanına ciddi anlamda etki eden çok güçlü bir araç olarak görülür. Ancak asıl soru, Yapay Zekânın gelişimini ve nerelerde uygulandığını kimin ve hangi amaçlarla kontrol ettiğidir. Şu ana kadar, kendi menfaatlerini korumaya ve bakış açılarını yaygınlaştırmaya çalışanlar, tahmin edilebileceği üzere, dünyadaki en güçlü ülkeler ve sanayilerdir, ve gerek menfaatleri gerekse bakış açıları başka aktörlerinkilerden farklıdır. Ayrıca, Yapay Zekâ asla nötr değildir – belirli bir demografik gerçeklikte yaşayan ve iş ilişkileri olan insanlar tarafından bazı somut amaçlar için tasarlanmıştır, ve de algoritmalar ile veri dizilerinin, şu ya da bu şekilde, her zaman bir yöne doğru saptırıldığı söylenebilir. Çoğu sanal asistanlara belirli bir cinsiyet atanır ve verdikleri programlanmış cevaplar bazı belirli dünya görüşlerini ve önyargıları yansıtır. Çeviri olanakları en yaygın, kaybolma tehlikesinde olmayan dillere yöneliktir, robotlar ise kamusal kullanımdan ziyade özel kullanım için daha elverişlidir.

Yapay Zekâ sistemleri genellikle insan zekâsıyla bağdaştırılan şu davranışlardan en azından bazılarını sergiler: planlama, öğrenme, mantıksal muhakeme, problem çözme, bilgi temsili, algılama, devinim, el hareketlerini uygulama ve, daha kısıtlı bir düzeyde, sosyal zekâ ile yaratıcılık[85] . Yapay Zekâ sistemleri insanlar veya makineler tarafından tasarlanmış algoritmalar veya komuta setleri ile işletilebilir. Muhtelif Yapay Zekâ türleri vardır ve Yapay Zekânın tek bir tanımını yapmak mümkün değildir. Bu modül, makine öğrenmesi, büyük veri analitiği, örüntü tanıma ve bilişsel sistemler de dahil olmak üzere Yapay Zekânın farklı boyutlarını ele alır ve 'dar' ile 'genel' Yapay Zekâ arasındaki farkı tarif eder.

Elimde Olsa Kızarırdım: Eğitim Aracılığıyla Dijital Becerilerdeki Toplumsal Cinsiyet Uçurumunu Kapama[86] başlıklı UNESCO kaynağı bu sorunlardan bazılarına ışık tutar. Bu kaynakta dijital becerilerde cinsiyet farklarının sürmesini ve bu durumun ciddiyetini ele almak için başvurulabilecek politika kılavuzları sunulmaktadır; bunun yanı sıra "BİT toplumsal cinsiyet çelişkisi", bir başka deyişle UNESCO'nun toplumsal cinsiyet eşitliği düzeyinin en yüksek olduğu ülkelerde bilgisayar

85. Heath, Nick, *Managing AI and ML in the Enterprise* (Şirketlerde Yapay Zekâ ve Makine Öğrenmesini Yönetmek).
86. UNESCO, *I'd Blush If I could: Closing the Gender Divides in Digital Skills through Education* (*Elimde Olsa Kızarırdım: Eğitim Aracılığıyla Dijital Becerilerdeki Toplumsal Cinsiyet Uçurumunu Kapama*), https://en.unesco.org/Id-blush-if-I-could.

bilimleri veya benzer konularda eğitim gören kadın oranının en düşük olduğuna ilişkin bulgusu üzerine bir değerlendirme yer almaktadır. Yayın aynı zamanda, örneğin ürün geliştiriciler tarafından yapılan Yapay Zekâ ses asistanlarında genç kadın sesleri kullanma tercihinin zararlı cinsiyet önyargılarını nasıl devam ettirdiğini vurgular ve Yapay Zekâ bünyesinde ve vasıtasıyla cinsiyet uçurumunun genişlemesini önlemek ve bunu tersine çevirmek için tavsiyeler sunar. Kimi ses asistanlarında cinsiyet rollerine ilişkin basmakalıp yargılar azalırken, bunlar halen yalnızca sınırlı sayıda dillerde hizmet vermektedir.

'Cambridge Analytica' vakası Yapay Zekâ tarafından yönetilen içerik moderasyonu ve kürasyonunun demokratik sistemler üzerinde ne tür etkileri olabileceğini gözler önüne serdi. 'Cambridge Analytica' skandalında büyük veriler seçmenleri bilgileri dışında etkilemek için kullanılmıştı. Bazı durumlarda, Yapay Zekâ kitlesel gözetim sağlayacak bir araç olarak görülüyor. Sosyal medya platformları ve diğer dijital iletişim şirketleri Yapay Zekâyı çok yaygın bir şekilde kullanıyor. Sosyal medya, makine öğrenmenin, kullanıcılar tarafından geliştirilen içerikler üretiminin yanı sıra pazarlama ve satın alma kararları üzerinde nasıl bir etkisi olduğuna ilişkin olumlu ve olumsuz yanlarıyla bir örnek vaka incelemesi sunuyor. Eğitim alanında, öğrenci profili oluşturmak için veri analitiğinin kullanımını da hem olumlu hem olumsuz etkileri olduğu düşünülen bir örnek.

Bunlara paralel olarak, algoritmaların tasarımındaki genel şeffaflık eksikliği ve bunların erişebildikleri veriler endişe konusu olmayı sürdürüyor.

'Ethical by Design' (Etik Olarak Tasarlama) hareketi Yapay Zekânın tasarımını algoritmalardan kaynaklı önyargılarla mücadele edecek bir şekilde iyileştirmeyi hedefliyor. Bu önyargılar geçmişte insanlar hakkında, örneğin ırk/etnisite, cinsiyet veya dil gibi etmenler temelinde profil oluşturulmasına ve basmakalıp yargılara maruz kalmalarına yol açtı. Tüketicilerin ve hak sahiplerinin, kişisel verilerinin kontrolünü geri almalarını ve onlara yeniden sahip olmalarını hedefleyen bir başka koalisyon da 'My Data Belongs to Me' (Verim Bana Ait).

Yapay Zekânın sunduğu olanaklar karmaşık etik ve sosyal kaygılar ile birleştiğinde, Yapay Zekâ alanındaki inovasyonun insanı merkezine alan ve sarih etik standartlar ile toplumsal hedeflere dayanan bir yaklaşımla dengelenmesi gerektiğini gösteriyor. Dahası, insanların Yapay Zekâ sistemleri ile bilinçli ve eleştirel bir biçimde etkileşime girebilmesi için ne tür bilgilere, becerilere ve davranışlara gereksinim duydukları sorusunu da gündeme getiriyor. Bu yetkinlikler, gerek programlama/kodlama gibi teknik dijital becerileri gerekse eleştirel düşünme ve yurttaşlık bilinci gibi MBO ile doğrudan bağlantılı yumuşak becerileri kapsar.

Bu modül, okurun, Yapay Zekâ sistemlerinin teknik işlemleri ve uygulamalarının yanı sıra, ekonomik ve sosyal bağlamları hakkında temel bir anlayış geliştirmesine yardımcı olur. Modül, MBO yetkinliklerinin toplumlarda Yapay Zekânın daha etkin bir şekilde kullanılmasına katkı sağlayacağını önerir.

ÜNİTELER

1. ÜNİTE:
YAPAY ZEKÂNIN TEMELLERİNİ VE SOSYAL MEDYADA YAPAY ZEKÂ KULLANIMINI ANLAMA

2. ÜNİTE:
YAPAY ZEKÂ VE SOSYAL MEDYA ÇAĞINDA MBO YETKİNLİKLERİ

3. ÜNİTE:
BİREYSEL VE TOPLUMSAL HAKLAR, SEÇİMLER VE TEKNOLOJİ

4. ÜNİTE:
KALKINMADA YAPAY ZEKÂ VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI

1. ÜNİTE: YAPAY ZEKÂNIN TEMELLERİNİ VE SOSYAL MEDYADA YAPAY ZEKÂ KULLANIMINI ANLAMA

SÜRE: 3 SAAT

Başlıca Konular

- Algoritmaların temelleri;
- Farklı Yapay Zekâ türleri – Otomasyon, GPAI (Genel Amaçlı Yapay Zekâ), Makine Öğrenmesi, Nöral Ağlar;
- Büyük Veri, Örüntü Tanıma;
- Sosyal Medya ve Veri-Tabanlı iş modelleri.

Öğrenme Hedefleri

7. Algoritmaların nasıl yaratıldığını ve nasıl işlediğini kavrama;
8. Farklı Yapay Zekâ türlerini ve nasıl işlediklerini tanıma;
9. Yapay Zekâ türlerine bağlı olarak günlük hayatta kullanılan dijital çözümleri listeleme ve haritalama;
10. Eğitimde Yapay Zekâ kullanımı için olanaklar üzerine tartışma;
11. Farklı sosyal medya türlerini tanıma ve iş modellerini açıklama;
12. Yapay Zekânın toplumsal etkisini araştırma, örneğin, fotoğraf etiketleme, ses tanıma, davranış değiştirme ve profil oluşturma.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

1. Eğitmenler ve öğrenciler, UNESCO Kanada Komisyonu ve Kids Code Jeunesse'in ortak girişimi olan Algoritma Okuryazarlığı Projesi'ni incelemeli. Algoritmaların şu basit tanımı üzerine düşünün: "Algoritmalar bir görevi yerine getirmek ya da bir problem çözmek için adım adım tanımlanmış planlar veya komutalardır – bunları kodlamacıların bazı sonuçlar elde etmemize yardımcı olan şeyler üretmek ya da bilgiler toplamak için kullandıkları tarifler olarak düşünebilirsiniz." Ardından, daha fazla bilgi edinmek için şu bağlantıdaki videoyu izleyin: https://algorithmliteracy.org/. Daha sonra, proje kapsamında sunulan kılavuzu inceleyerek üzerinde Düşünebilir, Daha Fazla Okuyabilir, Harekete Geçebilir ve algoritmalar dünyasına Katılabilirsiniz.
2. Çevrimiçi olarak ve dijital teknolojiler kullanarak yaptıklarınızın çoğu bir şekilde kayda alınır ya da bir çeşit veri olarak toplanır. Gizlilik, Veri Koruma ve Siz başlıklı

8. Modülü inceleyin. Aslına bakılırsa, bazı algoritmalar ya da bilgisayar programları sizin hakkınızda veri toplamak için yazılmıştır. Toplanan veriler bu veya başka algoritmalar veya bilgisayar programları tarafından, size ne tür içerik önerileceği veya reklam sunulacağı da dahil olmak üzere, farklı amaçlarla, bir profilinizi oluşturmak için kullanılır. Uzmanlar çeşit çeşit algoritmalar olduğunu, ancak bunların altı temel türe ayrılabileceğini belirtiyor:

a. Tekrarlanan (*Recursive*) Algoritmalar

b. Böl ve Fethet (*Divide and Conquer*) Algoritmaları

c. Dinamik Programlama (*Dynamic Programming)* Algoritmaları

d. Açgözlü (*Greedy)* Algoritmalar

e. Kaba Kuvvet (*Brute Force*) Algoritmaları

f. Geri İzleme (*Backtracking*) Algoritmaları

Öğrencilere bu algoritmaların tanımını ve özelliklerini araştırmaları konusunda rehberlik edin. Bu özelliklerle ilgili bir dizi sunum veya tartışma düzenleyin. Bu algoritmaları kullanan bazı popüler dijital araçlar hangileri? Bu algoritmaların bazı faydaları neler? Bazı istemsiz etkileri neler olabilir? Algoritmaları kimler, hangi sonuçlarla kontrol ediyor?

3. Bu aşamadan sonra, eğitmenlerin ve öğrencilerin algoritmaların ne olduğu konusunda ve işleyişleri hakkında temel bir fikir edindikleri varsayılır. Algoritma şeffaflığının neden bir gereksinim olduğu ve algoritmaların neden izlenmesi gerektiğine ilişkin derinlemesine bilgi edinmeleri için eğitmenlere ve öğrencilere rehberlik edilmelidir. Birleşmiş Milletler Özel Raportörü'nün, Yapay Zekâ veya algoritmaların düşünce ve ifade özgürlüğü hakkının korunması ile ilişkileri üzerine hazırladığı raporu okuyun ve rapordan bölümler seçin (https://www.undocs.org/A/73/348). Sorular sorun, örneğin: Algoritmalar hangi bilgilerin öncelikli olarak belirlendiğini, öncelik olarak görülmediğini, kapsama dahil edildiğini ya da kapsamın dışında bırakıldığını ne şekillerde etkiliyor? Algoritmalar insanların özgürlüklerini kısıtlayabiliyor mu? Kamu, Yapay Zekâ veya algoritmaların insan hakları ilkelerini temel alarak tasarlanmasını nasıl sağlayabilir? Kamusal aktörler, özel sektör ve sivil toplum aktörleri tarafından uygulanması gereken bazı kilit mekanizmalar hangileri?

4. Öğrencileri, bilgisayar programlama öğrenmiş olsalardı hangi türdeki algoritmaları geliştirmeyi seçeceklerini veya aksine geliştirmeyeceklerini anlatmaya yönlendirin. Algoritmaların kullanımından kimler faydalanır ve neden sorusuna cevap vermelerini isteyin. Ardından bu algoritmaların hâlihazırda kullanılıp kullanılmadığını ve, eğer kullanılıyorlarsa, nerede kullanıldıklarını araştırmaları konusunda onlara rehberlik edin. Eğer gerekli ise, bu durumda ne tür önlemler almalılar?

5. Grup çalışması veya bireysel çalışma. Grup, Yapay Zekâ kullandığını saptadıkları uygulamaların listesini çıkarmalı. Öğrenciler, basit otomasyon ile Yapay Zekâ arasında ayrım yapmaya teşvik edilebilir.

6. Grup tartışması: Ses veya yüz tanıma, fotoğraf etiketleme, otomatize arabalar, sanal sohbet robotları (chat bots), robotlar ve Yapay Zekânın günlük hayatta diğer gündelik kullanımları üzerine, bunların nasıl işlediğini anlamak için bir tartışma yürütün. Bu, Yapay Zekânın eğitim alanındaki kullanımları üzerine bir tartışma da içerebilir. Her bir Yapay Zekâ türü için ayrı renkte kartlar kullanabilir ve listenin tamamını posterlerle sunabilirsiniz.

7. Öğrencileri ikişerli gruplara ayırarak, onlardan en faydalı buldukları Yapay Zekâ uygulamasını ve neden böyle düşündüklerini birbirlerine anlatmalarını isteyin. Bu, Yapay Zekânın eğitim alanında kullanımı ile ilgili bir tartışma da içermelidir. Ardından, ikişerli grupların her bir üyesi düşüncelerini bir dakikalık kısa anlatımlar şeklinde bütün sınıfa sunmalıdır. En iyi anlatımı seçin. Hizmet sağlayan, birbirlerinden farklı ajandalara sahip bazı şirketlere bağımlılık gibi etmenlerin yanı sıra, bireysel ve sosyal öğrenme arasındaki farklar gibi çeşitli konular tartışılmalıdır.
8. Sosyal medyayı bir örnek vaka sayarak, öğrenciler sosyal medyanın Yapay Zekâyı nasıl kullandığına ve hangi Yapay Zekâ türlerinin sosyal medyada kullanıldığına ilişkin, Yapay Zekânın sosyal medyada neden kullanıldığını da açıkladıkları bir makale yazmalı veya düşüncelerini beş noktada listelemeli.
9. Bir sosyal medya sitesi nasıl daha fazla veri toplar? Bu neden önem taşır? Öğrencilerden bir sosyal medya şirketinin kurulduğunu hayal etmeleri istenebilir. Ardından takımlar halinde, 'yeni' sosyal medya faaliyetleri için daha fazla veri toplamalarını sağlayacak hayali bir iş stratejisi geliştirebilirler.
10. Muhtelif Yapay Zekâya dayalı çözümlerin öğrencilerin hayatlarındaki etkisi üzerine grup tartışması. Kilit sorular: Gerekli mi, faydalı mı, yoksa kaçınılmalı mı? Eğitmenler bu kilit soruları farklı şekillerde uyarlayabilir.

2. ÜNİTE: YAPAY ZEKÂ VE SOSYAL MEDYA ÇAĞINDA MBO YETKİNLİKLERİ

SÜRE: 3 SAAT

Başlıca Konular

- MBO yetkinlikleri, Yapay Zekâ ve sosyal medya açısından neden önem taşır?
- Yapay Zekâ ve sosyal medya için gerekli, önerilebilecek yetkinlikler hangileri?
- MBO yetkinlikleri, Yapay Zekâ ve sosyal medya için ihtiyaç duyulan yetkinliklerle aynı mı?
- MBO yetkinliklerini Yapay Zekâ ve sosyal medya ortamlarına uygulamak.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Öğrencilerin medya ve bilgi okuryazarı olduklarında, Yapay Zekânın sosyal bağlamını neden daha iyi anlayacaklarını ve Yapay Zekâ sistemleri ile nasıl eleştirel biçimde bir etkileşime gireceklerini tarif edin;
- Yapay Zekâ ve sosyal medya için gereksinim duyulan yetkinlikleri ve bunların MBO ile ilişkisini saptayın ve tarif edin;

- MBO yetkinliklerinin Yapay Zekâ ve sosyal medya ortamlarına nasıl uygulanabileceği hakkında bir anlayış geliştirin ve bu bağlamda destekleyici nitelikteki araçları ve kaynakları belirleyin.

Bu Ünitede Hedeflenen Yetkinlik Düzeyi

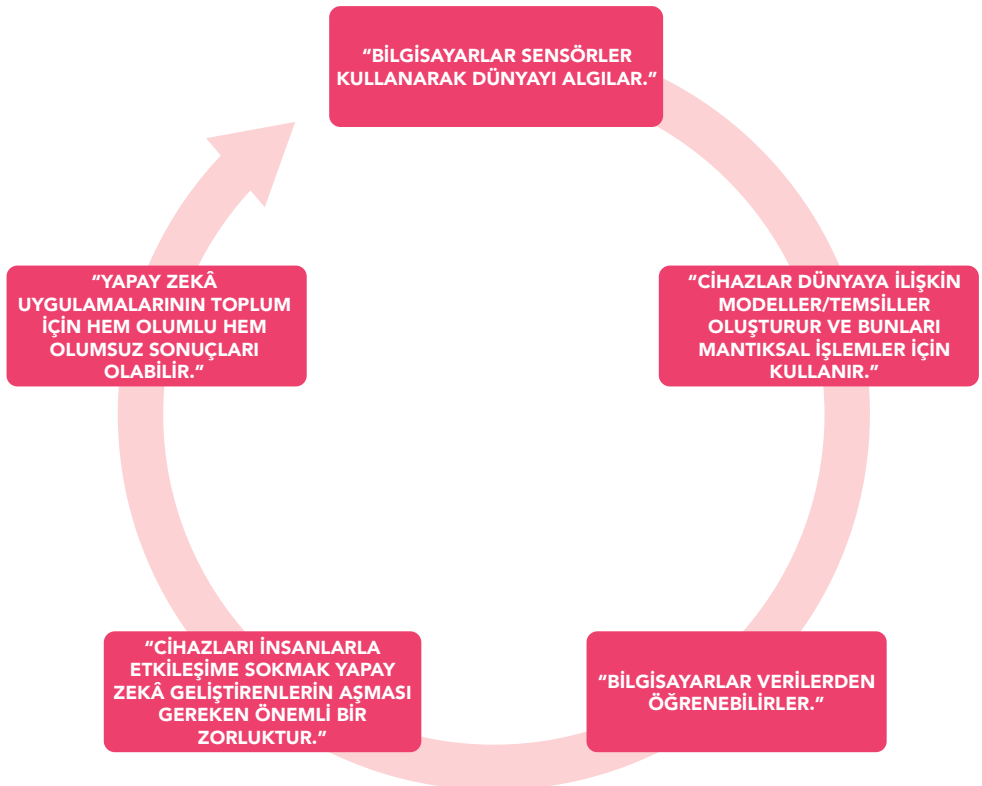
- Temel.

Endişeler ve Bağlantılar

Medya okuryazarlığı ve bilgi okuryazarlığı kavramları sırasıyla 1930'lu ve 1960'lı yıllarda ilk kez tanımlandığında, günümüzde neredeyse bütün iletişim araçlarımıza hâkim olan sosyal medya ve Yapay Zekâ sistemleri henüz icat edilmemişti. Hatta bilgisayarlar bile, bugünkü şekliyle, yoktu. O dönemlerde daha ziyade bilginin doğrulanması ve radyo ve televizyon gibi geleneksel medya üzerinden iletilen siyasi propaganda mesajları endişe uyandırıyordu. Ancak, yine de, medyada temsiliyet (bkz. 6. Modül), reklam ve haberlerle etkileşim ile medya mesajlarının gerçekliği temsil etmek üzere nasıl inşa edildiği (bkz. 10. Modül) gibi konuları anlamak aynı derecede önem taşıyordu. İnternet, sosyal medya ve Yapay Zekâ ile birlikte bu temel endişeler hâlâ ortadan kalkmış değil. Hatta, bu yeni teknolojilerin bazı belirli iş modellerinde uygulanma şekilleri, insanların birbirleriyle bağlantı kurma, sosyal olarak etkileşime girme ve çevrelerindeki dünyayı öğrenme ve kavrama biçimlerini değiştirdiğinden, bu endişelerin iyice büyüdüğü ve daha karmaşık bir hale geldiği söylenebilir. Örneğin, sosyal medya, sosyal etkileşimleri metin olarak şifreler (yazılı mesajlar, imajlar, ses, video, sanat, emojiler, beğeniler, paylaşımlar vb.). Aslında bu sembollerin tamamıyla yeni olduğu söylenemez, ancak sosyal medya, insanların genellikle farklı fiziksel mekânlarda birbirleriyle bağlantıda olmalarını gerektiren daha klasik yüz yüze iletişimin ortak sanal mekânlarda da gerçekleşmesini mümkün kılmanın yanı sıra, bu sembolleri de kullanıcılarına sunar. Sosyal medya bu sayede gerek yabancıların gerek birbirlerini tanıyan kullanıcıların, sürekli değişmekte olan – kültür veya deneyimlerinin etkisi altındaki – şeyler söylemelerine ya da paylaşmalarına olanak tanıyor[87] . Sosyal medyaya ve teknolojik cihazlar ile platformlara Yapay Zekâyı yeni bir katman olarak eklemek söz edilen endişelerin daha da artmasına ve yeni endişelerin oluşmasına neden oluyor. Bu durum Yapay Zekâ sistemlerinin büyük miktarda veri toplamayı kolaylaştırmasından kaynaklanıyor; nitekim bu sistemler verileri işleyip, işledikleri verileri öğrenmek amacıyla kullanıyor ve böylece sıradan vatandaşlar için olumlu veya olumsuz sonuçları olabilecek karar verme süreçlerini mümkün kılıyor veya bu süreçler üzerinde tayin edici bir rol oynuyor.

87. Livingstone, Sonia (2014), "Developing Social Media Literacy: How Children Learn to Interpret Risky Opportunities On Social Network Sites" ("Sosyal Medya Okuryazarlığı Geliştirmek: Çocuklar Sosyal Ağ Sitelerinde Riskli Fırsatları Yorumlamayı Nasıl Öğrenirler") *Communications. The European Journal of Communication Research*, 39 (3): s.283–303.

ŞEKİL 11.1 YAPAY ZEKÂ SİSTEMLERİNİN TEMEL ÖZELLİKLERİ



Kaynak: Duri Long ve Brian Magerko'dan (2020) uyarlanmıştır[88]

Aşağıda bulunan Tablo 11.1, sosyal medya ve Yapay Zekâ sistemlerine ilişkin bazı endişelere ve MBO'nun bunları azaltmaya nasıl yardımcı olduğunu tasvir eder. Bir sonraki bölümde Yapay Zekânın birçok faydalarına yer verilecektir.

88. Long, Duri ve Magerko, Brian (2020), "What is AI Literacy? Competencies and Design Considerations" ("Yapay Zekâ Okuryazarlığı Nedir? Yetkinlikler ve Tasarıma İlişkin Değerlendirmeler"), *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (2020 CHI Bilgisayar Sistemlerinde İnsan Etmenleri Konferansı Tutanağı), s.1–16 (https://doi.org/10.1145/3313831.3376727).

TABLO 11.1: YAPAY ZEKÂ VE SOSYAL MEDYA KAYNAKLI ENDİŞELERE MBO KULLANARAK CEVAP VERMEK

YAPAY ZEKÂ VE SOSYAL MEDYA KAYNAKLI BELİRLİ ENDİŞELER	MBO NASIL YARDIMCI OLABİLİR?	BAĞLANTILAR
1. Verileriniz nasıl toplanıyor ve kullanılıyor?	MBO'nun en önemli ve geniş yetkinliklerinden biri insanların bilgiye etkin bir şekilde erişmelerini ve kullanmalarını sağlar. Bu yetkinlik, bilginin etik bir şekilde kullanımını, telif ve fikri mülkiyet hakları ile bilginin kullanımına ilişkin bireylerin haklarını da kapsar.	Gizlilik hakları: Toplanma ve bağlantı kurma hakkı; bilgiye erişme hakkı, ifade özgürlüğü ve genel olarak bilginin kullanımıyla ilişkili diğer insan hakları.
2. Rıza ile ilgili sorunlar ve gizlilik ihlalleri.	Yukarıda, #1'de belirtilen ile aynı (ayrıca, MBO'nun kişilerin kendi gizliliğini koruması ve başkalarının gizliliğine saygı göstermesi için nasıl bir savunma mekanizması sağladığına ve kişisel verilerin devletler tarafından korunması konusunda savunuculuk yürütmeyi mümkün kıldığına ilişkin 8. Modüle bakın).	Yukarıda, #1'de belirtilen ile aynı.
3. Anonimlik.	Medya ve bilgi okuryazarı bireyler anonimliğin önemini, hangi durumlarda anonimliğin korunması gerektiğini, hangi durumlarda gerekmeyebileceğini ve bunun nedenlerini anlar.	Yukarıda, #1'de belirtilen ile aynı.
4. Bilgisayar programlarında veya algoritmalarda, kodlayan kişilerden ya da verilerden kaynaklı önyargılar.	Kilit MBO yetkinliklerinden bir diğer de bilgide ve mesajlarda önyargıları çözümlemeyi sağlamasıdır. Bilgiyi kimin, hangi amaçla ürettiği, nelerin söylenmediği, bilginin yaygınlaşması sonucunda kimlerin kazançlı çıktığı, kimlerin kaybettiği veya olumsuz etkilendiği gibi sorular bu bağlamda önemlidir. Ayrıntılı bilgi için 1. ve 6. Modüllere bakın.	Önyargı konusunda MBO yetkinlikleri, geleneksel haber medyası ve çevrimiçi veya çevrimdışı haber ortamları için geçerli olduğu kadar dijital bilgi, bilgisayar kodlaması ve algoritmalar için de geçerlidir.
5. Genel anlamda farklı seslere olanak tanıyan ve çoğulcu ortamlar.	MBO yetkinliklerden bir diğeri de temsiliyeti anlayabilmekle ilgilidir. Bu ve medya sahipliği ile çoğulculuk konularına ilişkin daha fazla bilgi için 6., 2. ve 13. Modüllere bakın. MBO farklı etnik, kültürel veya sosyal gruplarının seslerinin duyulup duyulmadığını anlamamıza yardımcı olur. Birden fazla kaynaktan mı bilgi alıyoruz, yoksa sadece birkaç kaynaktan mı?	Bu durumun yarattığı endişe Yapay Zekâ ve algoritmaların – tıpkı bir medya kuruluşundaki veya haber mecrasındaki veya hükümet birimindeki bir editör nasıl bilgi akışını kontrol ediyorsa – gördüklerimizi, duyduklarımızı ve okuduklarımızı etkileyebilmesinden kaynaklanıyor. Şayet Yapay Zekâ yalnızca toplumun küçük bir kesiminin deneyimlerini yansıtacak şekilde dar bir tanımla eğitilirse, ondan doğacak uygulamaların da tanımı dar olacaktır.

6. Toplumsal ve ekonomik eşitsizlikler.	Yukarıda, #5'te belirtilen ile aynı. Bu konuyla ilgili bir diğer önemli unsur ise toplumdaki hangi grupların veya kişilerin, belirli sosyoekonomik koşullar altında olanlar da bunlara dahil olmak üzere, hâlihazırdaki bilgi ve iletişim ekolojisinden daha çok çıkar sağladıkları ve bunun arkasındaki nedenler. MBO, cinsiyet ayrımcılığının ve ırkçılığın ele alınmasına yardımcı olabilir, zira insanların bilgide ve dijital teknolojilerdeki önyargıları saptamalarını, ve toplumda dışlanan gruplar başta olmak üzere diğer grupların da – gereksinim duyduklarında başvurabilecekleri karşı anlatılar ve daha dengeli ve doğrulanmış bilgiler sunarak – güçlenmesini sağlayabilir.	Bilgiye erişim sosyal ve ekonomik eşitliği etkiler (bkz. 1. Modül). Örneğin, kadınların bilgiye erişme konusunda ve dijital teknolojilerde ve medyada daha geride olması, kendilerini ifade etme yollarına ve olanaklarına erişmelerini, ve sosyal ve ekonomik kalkınmaya bütünüyle ve anlamlı bir şekilde katılmalarını engeller.
7. Güvenlik ve gizlilik.	Medya ve bilgi okuryazarı bireyler mezenformasyonu, uygunsuz içerikleri ve şiddete veya başkalarının haklarını ihlal etmeye teşvik eden bilgileri veya içerikler ve, bunların yanı sıra, özellikle çocukları da hedef almasından dolayı, uygunsuz reklamları daha iyi saptar. Kişilerin çevrimiçi etkileşimlerinden dolayı maruz kalabilecekleri insan hakları ihlallerine ilişkin daha ayrıntılı bilgi için 9. Modüle bakın.	Dijital çağda, güvenlik ve gizlilik fiziksel temasın çok daha ötesini kapsıyor. Güvenlik ve gizlilik ayrıca çevrimiçindeki zararlı bilgiler ve sanal etkileşimlerle de ilgilidir. Daha ayrıntılı bilgi için 9. Modüle bakın.
8. 'Derin sahteler' ve genel olarak dezenformasyon.	Yukarıda, #4'te ve #7'de belirtilenler ile aynı. Mezenformasyon ve dezenformasyon ile mücadele birçok boyutu olan zorlukları aşmayı gerektirir. Bunların kaynağına yönelik müdahalelere gereksinim duyulur, ancak bu müdahale mezenformasyon ve dezenformasyona ilişkin talebi ve bunların paraya çevrilmesini de kapsamalıdır. Sürdürülebilirlik yapbozunun parçalarından biri de bireylerin MBO yetkinliklerine sahip olarak kendilerini olabildiğince fazla koruyabilmesidir (örneğin, bkz. 9. Modül).	En yetkin medya ve bilgi okuryazarı bireyler bile 'derin sahteleri' tanımakta zorlanabilir. Çoğu durumda, bunun benzeri yanlış bilgiyi saptayabilme konusunda gerekli yetkinliklere sahip olmak için adli tıp bilimine özgü becerilere gereksinim vardır. Medya ve bilgi okuryazarlığı öğrencisi, Yapay Zekânın botlar gibi araçlarla istismar edilmesi sonucu nasıl ve neden, 'derin sahteler' de dahil, dezenformasyonun çok daha fazla üretildiğini ve yaygınlaştığını anlar. Çoğu kişiye göre çevrimiçi iletişim şirketlerinin, karşılıklı güven ilişkisi bağlamında bu tarz uydurma içerikleri işaretlemek gibi bir görevi vardır.
9. İnsan hakları ilkelerine saygı.	Yukarıda, #1'e ve 1. Modüle bakın. Yapay Zekâ kalkınmayla ilgili her türlü meseleyi ilerletmek için olumlu bir şekilde kullanılırken, istismarı her türlü insan hakkını zedeleyebilir. Örneğin, Yapay Zekânın nitelikli eğitimi ve bilgiye erişimi ilerletme potansiyellerini ele alın. Söz konusu imkânlarının istismarı, kişilerin ne öğrendiklerini ve en aşırı haliyle manipülasyon da dahil olmak üzere, nasıl öğrendiklerini etkileyebilir. Medya ve bilgi okuryazarı bireyler, Yapay Zekânın olası toplumsal sonuçlarının neden etik bir şekilde yönetilmesi gerektiğini kavrar ve bu alandaki savunuculuk çalışmalarına katılır.	Eğitmenin bu bağlamda dikkate alabileceği haklar: eğitim hakkı, barış ve güvenlik içinde yaşama hakkı, kültürel haklar ve dini inanç hakları vb.

10. Bireyler üzerindeki olumsuz insan hakları etkilerine karşı çarelere erişim.	Yukarıda, #1'de #9'da belirtilenler ile aynı. Kişilerin, Yapay Zekânın haklarını ihlal ettiğini düşündüklerinde, bunu nerede ve nasıl telafi edebileceklerini bilmeleri gerekmektedir. Bu durum, Yapay Zekâ sistemlerinin kullanımına ilişkin yönetişim ve düzenlemelerle ilintilidir, bu da daha genel internet yönetişimi ve denetimi konuları çerçevesinde ele alınmalıdır (bkz. 13 Modül ve bu modülün sonraki bölümleri). MBO, bireylerin iletişim ekolojisine ilişkin düzenleyici, ortak düzenleyici ve özdenetim mekanizmaları hakkında temel bir anlayış geliştirmelerini sağlar. Medya ve bilgi okuryazarı bireyler, farklı denetim türleri arasındaki farkları ve Yapay Zekâ kullanımının genel anlamda insan hakları çerçevesinde gerçekleşmesine duyulan gereksinimi anlar.	Yukarıda, #1'de #9'da belirtilenler ile aynı.
11. Yapay Zekânın sahipliği, kontrolü ve hâkimiyetinin az sayıda şirketin elinde olması.	Yukarıda, #10'da belirtilen ile aynı. MBO dijital teknolojilerin sahipliği ve kontrolü konularını, bireylerin ifade özgürlüğünü, bilgiye erişimlerini, seslerin ve içeriğin çoğulluğunu vb. etkileyebilecek hayati meseleler olarak ele alır. Bkz. bu Müfredatta yer alan özellikle 1., 2., 6. ve 13. Modüller.	Atıf yapılan modüllerdeki kavramlar Yapay Zekâ sistemlerine, kullanımına, sahipliğine ve kontrolüne uygulanabilir.
12. Yapay Zekâ sistemlerinin ve sosyal medyanın şeffaf, etik ve çoklu paydaştan oluşan bir yönetişime tabi olması.	MBO, bilginin, medyanın ve, Yapay Zekâ da dahil, dijital teknolojilerin etik ve eleştirel bir değerlendirmesi ile ilgilidir. MBO yetkinliklerden biri de, içerik sağlayan bütün kurumların rollerini ve işlevlerini, ayrıca, bu işlevleri 2030 Ajandası ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri gibi amaçlar doğrultusunda hangi koşullar altında etkin bir şekilde yerine getirebileceklerini anlayabilme kabiliyetidir. Bkz. bu Müfredatta yer alan özellikle 1., 2., 7. ve 13. Modüller ve bu tabloda #1'den #11'e kadar belirtilenler.	Bu tabloda #1'den #11'e kadar belirtilen ve bu konuyla da ilgili olabilecek unsurlar.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Tablo 11.1'de yer verilen 12 unsura ilişkin tartışmalar yürütün, grup aktiviteleri ve oyunlar düzenleyin ve sosyal medyayı bu unsurlar ışığında kullanımını sağlayın. Tablo'da atıf yapılan modüllerdeki ilgili aktiviteleri ele alın ve bu aktiviteleri odağa Yapay Zekâyı alacak şekilde uyarlayın.

- Botlar, Yapay Zekâ sistemleri tarafından yönetilen bilgisayar programlarıdır. İnternet kullanıcıları, botlarla, çevrimiçinde, dilin yazılı veya sesli biçimde kullanımı suretiyle etkileşime girerler. Botlara ilişkin öğrencilerinizle şu YouTube videosunu izleyin: https://www.youtube.com/watch?v=fEbzk4vTHsQ. Öğrencilerden, videoda değinilen bazı popüler botlardan hangilerini sıklıkla kullandıklarını belirtmelerini isteyin. Deneyimlerini ve endişelerini paylaşmalarını isteyin.
  - Botların olumlu kullanımlarına odaklanın ve ardından olası olumsuz kullanımları üzerine tartışma yürütün.
- Yapay Zekâ hem mezenformasyon ve dezenformasyonla mücadele için hem de bunların yaygınlaşması amacıyla kullanılabilir. Avrupa Parlamentosu tarafından gerçekleştirilen "Dezenformasyonla Otomatize Mücadele" başlıklı bir araştırmaya göre (mezenformasyon ve dezenformasyona ilişkin daha fazla bilgi için 4. Modüle bakın), muhalefet partilerine karşı saldırılar düzenlemek, dikkat dağıtan mesajlar yayınlamak ve trolleme ile taciz amaçlı kullanımlarda bulunmak için sosyal medya manipülasyonu stratejilerinde yaygın şekilde sahte hesaplar ve botlara başvuruluyor. Eğitmenler, öğrencileri kendi bölgelerinde veya ülkelerinde buna benzer araştırmalar olup olmadığını aramaları konusunda yönlendirmelidir. Bunun gibi araştırmalar var mı? Bu araştırmadaki bazı bulgular neler? Bu bulgulardaki sorunlara karşı kamu politikası bağlamında önlemler alınıyor mu? Ulusal ve toplumsal düzeylerde bu bulgularla bağlantılı olarak ne tür somut önlemler uygulamaya konuyor?
  - Eğer mümkünse, bu konuda yetkili olan kuruma (örneğin, bu konularda yetkin hükümet birimi/bakanlık) bir ziyaret planlayın.
  - Bunun yanı sıra, eğitmenlere ve öğrencilere yönelik konuşmalar düzenlemeleri amacıyla bu alandaki uzmanların öğrenme alanlarına bir dizi ziyaretler planlayın.
- Eğitmenler, başta Yapay Zekâ alanında olmak üzere, bilimde, teknolojide ve daha genel anlamda çalışan kadınların oranın artmasının ne denli önemli olduğunu vurgulamalıdır. Yapay Zekâdaki Kadınlar (Women in AI – WAI) gibi çeşitli kuruluşlar üzerine daha fazla okuma yapın (https://www.womeninai.co/). WAI, kadınların Yapay Zekâ alanında temsiliyetinin ve katılımının artmasını misyon edinen bir "yapma-kuruluşu" (*do-tank*) sivil toplum örgütüdür. Benzeri kurumları araştırın.
- Kim Nelsson'ın Forbes dergisindeki "Why AI needs more women" ("Neden Yapay Zekâ daha fazla kadına gereksinim duyuyor") başlıklı blog yazısını okurun ve üzerine tartışın (https://www.forbes.com/sites/kimnilsson/2019/03/08/why-ai-needs-morewomen/). Nelsson, bir girişimci ve Avrupa'nın en büyük veri bilimi *hub*'ı Privigo'nun CEO'sudur. Ülkenizde veya bölgenizde konuyla ilgili yerel uzmanların veya alandaki saygın kişilerin kaleme aldığı buna benzer blog yazıları veya makaleleri araştırın. Seçtiğiniz yazıları detaylı inceleyin. Taraflılar mı yoksa nesneller mi? Yapay Zekâ konusunda âdil yazılar mı yoksa tek bir bakış açısına dayalı iyimser veya kötümserler mi? Sundukları argümanlar ispatlı bulgulara dayanıyor mu? Nelere katılıyorsunuz veya katılmıyorsunuz? Neden? Bu konuda bir eylem ve değişim için nasıl harekete geçebilirsiniz? Bu eylemleri teşvik etmek için iletişime geçebileceğiniz yerel kurumlar var mı?

- Sosyal medyada haklarında yanlış bilgi (mezenformasyon) ve dezenformatif içerik paylaşılmasının sonucunda bazı kişiler saldırıya uğradı ve öldürüldü.
    - Katılımcılar, eğiticinin seçtiği, Yapay Zekâ sistemleri ve bunların mezenformasyon ve dezenformasyonla nasıl ilişkili olduğu üzerine yerel veya uluslararası bir haber metnini okur ve üzerine tartışır. Öğrencilere, haberi okuduklarında akıllarından neler geçtiğini sorun. Neler hissettiler? Haberde yer verilen hikâyeye inandılar mı? Neden inandılar yahut inanmadılar? Hikâyeyi inandırıcı kılan nedir? Yapay Zekâ sistemleri mezenformasyon ve dezenformasyon amaçlı içerik üretmek ve yaymak için kullanıldığında neler olur? Yapay Zekâ ve algoritmalar vasıtasıyla mezenformasyon ve dezenformasyon amaçlı içerikleri durdurmak için neler yapılabilir? Son soru niyetine, öğrenciler bireysel olarak ve diğer paydaşlarla birlikte (hükümetler, dijital iletişim şirketler vb.) alabilecekleri önlemler üzerine düşünmelidir. Önerilen her eylem için, farklı paydaşların bakış açısına göre olası sonuçlar üzerine tartışın.
    - Yapay Zekâ sistemleri ve botlar tarafından üretilen yanlış ve çarpıtılmış içeriklerin kişilerin psikolojik veya fiziksel olarak zarar görmesine sebep olduğu iki örnek vaka araştırın. Yukarıda belirtilen çerçeve doğrultusunda bu vakalar üzerine tartışın.
- Araştırmacılar, mezenformasyonun insanlar üzerindeki etkileri üzerine bazı deneyler yürüttü. Bu deneylerin birinde, araştırma ekibi[89] "katılımcılara bir araba kazası fotoğraflarının slaytlarını gösterdi ve ardından onlara kazayla ilgili hatalı ve insanları yanlış yönlendiren bilgiler okuttu." Deney "katılımcıların bu yanlış bilgiyi kolaylıkla özümsediklerini ve daha sonra kazanın nasıl olduğu sorulduğunda hata yaptıklarını gösterdi"[90] . Öğrencilerle, hangi etmenlerin yanlış bilginin özümsenmesine yol açtığı üzerine tartışın. Bunlar arasında hafıza, geçmiş deneyimler, duygular (korku, kaygı, kuruntu, şüphe), önyargılar, beklentiler vb. gibi etmenler vardır. Öğrencilerden kendi deneyimleri üzerine düşünmelerini ve bunları paylaşmalarını isteyin.
- Öğrencileri gruplara ayırın. Onlardan, seçtikleri bir formatta (haber, hikâye, uydurma bir görgü tanığı aktarımı, imaj, video) dezenformatif bir içerik hazırlamalarını isteyin. Ardından her gruptan hazırladıkları içeriği diğerlerine sunmasını isteyin. İçeriğin inandırıcı olup olmadığı üzerine tartışın. Onu inandırıcı kılan nedir? Bunun gibi yanlış bilgiler yaymanın olası sonuçlar neler? Hangi algoritmalar bu dezenformatif içeriği engelleyebilir, hangileri daha büyük sonuçları olmasına yol açabilir?
- Yukarıda, Tablo 11.1'de yer alan 12 belirli endişeyi inceleyin. Ülkedeki sorunlar ve çalıştığınız öğrenci grubunun ilgi alanlarını temel alarak, bu konular etrafında aktiviteler planlayın.
- Öğrencileri gruplara ayırarak, bağlantısını paylaşacağımız yazıda 'derin sahte' videoları saptayabilmek için yer verilen bazı ipuçlarının uygulanabileceği örnekleri ve bu konuda daha fazla bilgiyi araştırmalarını isteyin. MIT Üniversitesi'ndeki Medya

89 Loftus, Elizabeth F.; Miller, David G. ve Burns, Helen J. (1978), "Semantic Integration of Verbal Information into a Visual Memory" ("Sözlü Bilginin Görsel Hafıza Olarak Semantik Entegrasyonu"), Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory, 4 (1), s.19–31 (https://doi.org/10.1037/0278-7393.4.1.19).

90 Reboot Foundation, Elevating Critical Thinking (Eleştirel Düşünmeyi Yükseltmek): https://reboot-foundation.org/misinformation-effect/.

Laboratuvarının projesi ve ipuçlarına dair şu bağlantıda daha fazla bilgi edinin: https://www.media.mit.edu/projects/detect-fakes/overview/. Mezenformasyon ve dezenformasyona ilişkin ayrıntılı bilgi için 4. Modüle bakın.

- Yüzlerdeki değişikliklere ve biçimsizliklere dikkat edin. Ayrıca, saçlar ve sakallar gerçek görünüyor mu, yoksa olmamaları gereken yerlerde varlar ve olmaları gereken yerde de yoklar mı? Boyları ve renkleri kişinin yüzünün diğer yanlarıyla uyumlu mu?
- Yanaklarda ve alınlardaki derinin fazla düz ya da fazla buruşuk olup olmadığını kontrol edin. Saç ve sakaldaki yaş belirtileri, derideki ve gözlerdeki ile uyumlu mu?
- Yüzde, gözlerde ve kaşlarda olmaması gereken gölgeler var mı? Kişinin taktığı gözlüklerdeki ışık yansıması hareket ettiğinde değişiyor mu? Kişiler çok mu fazla ya da çok mu az göz kırpıyorlar? "Derin Sahte videolar bir sahnenin doğal fiziksel hallerini (…) ve ışıklandırmanın doğal yapısını tamamıyla yansıtmak konusunda çoğu zaman yetersizdir"[91].

Daha yukarıda belirtildiği üzere, derin sahte videolarını saptamak bazen uzmanlık ve adli tıp biliminde kullanılanlara benzer yetkinlikler gerektiriyor. Bu sebeple, eğitmenler ve öğrenciler zamanla bu konuda daha yetkin olacak şekilde bir tartışma yürütmeli ve pratik yapmalı. Şirketlerin, işaretleme uygulama gibi yöntemlerle bu tarz içerikleri saptamak ve kontrole tabi tutmak ve bu işaretlemelerin kullanımı ile bunlara karşı itirazda bulunmanın yollarını açıklamak için daha fazla kaynak ayırmaları konusunda savunuculuk yapma seçeneğinin de bilince olmak eşit derecede önemlidir.

- Tablo 11.1'de farklı kaynaklardan beslenen Yapay Zekâ ve sosyal medya ile ilişkili yetkinliklere değinilmiştir. Bu yetkinliklerin her biri hakkında çeşitli aktiviteler planlayın. Her aktivitede, MBO yetkinliklerin Yapay Zekâ ve sosyal medyaya nasıl bir ilişkileri olduğunu ve nasıl uygulanabileceklerini anlatın. Öğrencilerden, yukarıdaki Tablo 11.1'in üçüncü sütununda görüleceği üzere, başka konularla ilgili de görüşler sunmalarını isteyin. Tamamladığınız tabloyu veya bir kısmını @MILCLIKS hesabını etiketleyip sosyal medyada paylaşın veya kaynaklarınızı belirterek MIL CLIKS programına e-posta gönderin (milclicks@unesco.org).

91. MIT Üniversitesi Medya Laboratuvarı projesi kapsamında paylaşılan ipuçları: https://www.media.mit.edu/projects/detect-fakes/overview/

TABLO 11.2: YAPAY ZEKÂ İLE ETKİLEŞİM İÇİN GEREK DUYULAN MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI YETKİNLİKLERİ

YAPAY ZEKÂ VE SOSYAL MEDYA İÇİN GEREK DUYULAN YETKİNLİK ÖRNEKLERİ[92]	VAR OLAN DİĞER MBO YETKİNLİKLERİ İLE İLİŞKİ	BAĞLANTILARA İLİŞKİN YORUMLAR
Yetkinlik 1 (Yapay Zekâyı Tanıma) Yapay Zekâ kullanan ve kullanmayan teknolojik cihazları birbirinden ayırt edebilme ve bunu yapmanın zorluğunun farkına varma.		
Yetkinlik 2 (Zekâyı Anlama) İnsan, hayvan ve makine zekâsı arasındaki farkları tartışabilmek de dahil olmak üzere, herhangi bir canlıyı veya nesneyi "zeki" yapan özellikleri eleştirel olarak analiz edebilme ve tartışma.		
Yetkinlik 3 (Disiplinlerarasılık) "Zeki" makineler üzerine düşünmenin ve bunları geliştirmenin çok sayıda yolları olduğunun farkına varma. Farklı teknolojileri kapsayan bilişsel sistemler, robotik ve makine öğrenme de dahil, Yapay Zekâ kullanan muhtelif teknolojileri saptama.		
Yetkinlik 4 (Genel[93] vs. Dar[94]) Genel ve Dar Yapay Zekâyı birbirinden ayırt edebilme.		
Yetkinlik 5 (Yapay Zekânın Güçlü ve Zayıf Yanları) Yapay Zekânın çözmekte çok başarılı olduğu ve üstesinden gelmekte daha fazla zorlandığı problemleri saptayın. Bu bilgiyi, Yapay Zekânın kurumlar tarafından ne zamanlar kullanılmasının uygun olduğunu ve ne zaman insan becerileriyle dengelemek gerektiğini belirlemek için kullanın.		
Yetkinlik 6 (Gelecekte Kullanılacak Yapay Zekâ Türlerini Hayal Edin) Yapay Zekâ sistemlerinin hem gelişimine hem de kullanımlarına kimlerin şekil verdiğini göz önünde bulundurarak, Yapay Zekânın gelecekte nerelerde uygulanabileceğini hayal edin ve bu uygulanma şekillerinin dünya üzerindeki etkileri üzerine değerlendirmede bulunun. Eğitmenler ve öğrenciler, verilerin Yapay Zekâ ile ilişkili rolü hakkında, toplumsal ve çeşitli bağlamlardaki sonuçları ve özellikleri de dahil, temel farkındalık geliştirir.[95] Eğitmenler ve öğrenciler, olasılıksal muhakemeye ilişkin temel bir anlayış geliştirir. Eğitmenler ve öğrenciler bilgisayar düşünmesi aracılığıyla problem çözme konusunda temel bir anlayış geliştirir; kodlamanın temel ilkelerini görsel programlama dilleri kullanarak uygular. Eğitmenler ve öğrenciler, dijital riskleri, içeriği ve içeriklerin kaynaklarını eleştirel biçimde değerlendirir; Yapay Zekânın "kara kutusu" konusunda (kararların açıklanabilir olması ilkesi gereğince) eyleme geçme gereksinimini anlar. Eğitmenler ve öğrenciler, teknolojinin güçlü aktörlerin kontrolünde toplumu ve değerleri değiştirdiği konusunda farkındalık geliştirir; otomatize kararların (Yapay Zekâ destekli kararlar) toplumlar, farklı gruplar ve kişiler açısından etik etkilerinin ve insan hakkı mahrumiyeti gibi sonuçlarının bilincindedir.		

92. UNESCO'nun Bilgiye Erişim Perspektifi Bakımından Yapay Zekâ İçin Öğretme ve Öğrenme Yetkinlikleri Atölyesi'nin (UNESCO'nun Paris'teki Genel Merkezi, 7 Kasım 2019) taslak sonuç bildirgesine dayalı olarak uyarlanmıştır.
93. Genel Yapay Zekâ (AGI), zeki bir aracın insanların yapabileceği herhangi bir entelektüel görevi anlama ve öğrenme kabiliyetidir. Bazı yapay zekâ araştırmalarının asli hedeflerinden biridir ve bilimkurgu ile gelecek araştırmalarında da yaygın bir olgudur (bkz.: https://en.wikipedia.org/Artificial_general_intelligence).
94. Aynı zamanda "Zayıf" Yapay Zekâ olarak da bilinen Dar Yapay Zekâ (ANI), dünyada bulunan Yapay Zekâ türüdür. Dar Yapay Zekâ – gerek hava durumunu kontrol etmek, gerek satranç oynamak, gerek gazetecilikte ham verilerin analizi olsun – bir tek görevi yerine getirmek için programlanmış Yapay Zekâ türüdür (bkz.: https://medium.com/mapping-out-2050/distinguishing-between-narrow-ai-general-ai-and-super-ai-a4bc44172e22).
95 Bu yetkinlik, Öğretmenler İçin Yetkinlik Çerçevesi (CFT) uyarınca BİT'ler hakkında Bilgi Kazanma Düzeyi sırasında gelişecektir (bkz.: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265721).

3. ÜNİTE: BİREYSEL VE TOPLUMSAL HAKLAR, SEÇİMLER VE TEKNOLOJİ

SÜRE: 4 SAAT

Başlıca Konular

- Hak kavramını anlama: Sosyal haklar ve bireysel haklar;
- Teknolojinin, sosyal ve bireysel haklar ve seçimler öncelik olarak belirlenmelerindeki rolü;
- Teknolojinin, sosyal haklar, sosyal adalet ve toplumsal hareketler açısından kültürlerarası diyalogu pekiştirebilecek, ancak aynı zamanda gözetim, kontrol ve manipülasyon amaçlarıyla kullanılabilecek platformları mümkün kılması;
- Bireysel ve sosyal haklar ve seçimler açısından medya ve bilgi okuryazarlığı yetkinlikleri ve dijital beceriler;
- Teknolojik determinizm ve gündem belirleme teorilerinin sosyal haklar ve bireysel seçimler üzerindeki belirleyici niteliği.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Teknolojinin, sosyal ve bireysel hakları ve seçimleri öncelikli olarak tanımlamadaki rolünü anlama;
- Haklar ve seçimler konusunda uzlaşırken, teknolojinin ve sahiplerinin önemini anlama;
- Seçim yapmak için gereksinim duyulan medya ve bilgi okuryazarlığı yetkinliklerini tarif etme;
- Teknolojinin, onu kontrol eden kişilere dayalı olarak, vatandaşları dini inançları, finansal kazanç elde etme arzusu, kültürel bağlar, toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri ve siyasi bağlar temelinde nasıl daha duyarlı kılabileceğini veya kutuplaştırabileceğini anlama;
- Teknolojinin ve onu kontrol edenlerin demokrasideki rollerini, özellikle kamu kurumları, siyasi seçimler, seçim süreçleri, oy kullanma, yönetişimde hesap verebilirlik ve toplumda şeffaflık bağlamında anlama.

Yapay Zekâ ve İçerik Paylaşımı

Teknolojik determinizm kavramı, dijital iletişim araçlarının platformlarda kimin ve hangi türde içeriklerin görülebileceğinde etkisi olduğunu varsayar. Ancak bu kavram teknolojiyi başlı başına bir özü veya varlığı varmış gibi somut bir özelliğe bürür, bunu yaparken de bütün teknolojilerin toplumsal kökleri olduğunu görmezden gelir, dahası,

belirli ticari amaçların, diğerlerin yanında, teknolojilerin gelişimini ve yaygınlaşmasını biçimlendirdiği konusu bir kör nokta teşkil eder. Teknoloji tasarımını, örneğin, bir "duvarlı bahçe" adı verilen sistemlerde veya bunların dışında nelerin paylaşılabileceği, hangi verilerin toplanabileceği, depolanabileceği ve kullanılabileceği gibi yapısal tasarım ve mühendislik kararlarının kontrolü belirler.

Dolayısıyla, platformlarda kimlerin paylaşım yapabileceği ve ne tür içeriklerin paylaşılabileceğini anlamak, bu platformların neden belirli kürasyon hedefleri ve içerik denetimi stratejileri ile pratikleri geliştirdiğini kavramayı gerektirir. Yapay Zekânın işlediği bilgisayar algoritmaların temelinde yatanlar bunlardır; bu sistemler de içeriğin sıralanma şekli ve başka türlü işlem görmesi (örneğin, yükleme engeli, silme, işaretleme, insanlardan oluşan moderatörlere iletme, bilgi kontrolü yapan kişilere gönderme) amacıyla kabiliyetlerini aktarırlar. Bunun sonuçları kullanıcıların gündem maddesi olarak gördüklerini etkileyebilir, bireysel seçimlerine, dolayısıyla haklarına tesir edebilir ve kamuoyunu biçimlendirebilir. Zaman içinde bilgisayar algoritmalarının vatandaşların çevrimiçi deneyimlerini ve kararlarını belirleyen etmenleri değiştirdiği, bunun bir sonucu olarak kamuoyunda hâkim olan görüşleri ve algılama biçimlerini de değişime uğrattığı gözlemlenmiştir. Bireysel kimliklere de tesir edebilir – yani bireylerin kim oldukları ve nasıl bir birey olmak istedikleri konusundaki hisleri ve değerleri etkilenebilir. Bu durum, özlerini inşa etme sürecindeki gençler açısından önem taşır.

"Filtre balonu" (*filter bubble*) tabiriyle bilinen olgu çevrimiçi deneyimleri hakkında bir fikir vermiştir. Bu tabir, algoritmik tasarımın etkisiyle, algoritmaların var olan seçimleri, beğenileri ve bilgi edinme alışkanlıklarını güçlendirmeyen her türlü içeriği filtreleyerek nasıl kapsam dışında bıraktığını vurgular. Sonuç, bireysel önyargılara karşıt hiçbir şeyin olmadığı kapalı bir evrendir, çünkü sistem diğer bütün anlatıları engellemiştir. Reuters Gazetecilik Araştırmaları Enstitüsü[96] gibi bazı merkezlerin yürüttüğü araştırmalar, çoğu kişinin aslında "filtre balonu" modelinin varsaydığından daha büyük bir içerik çeşitliliği ile karşılaştığını göstermiştir. Bununla birlikte, bir başka kavram – yankı odası (*echo chamber*) – içerik çeşitli olsa bile insanların benzer bakış açısına sahip dar bir toplulukta konumlandığını varsayar. Bu kavrama göre, her ne kadar insanlar inançlarıyla ve varsayımlarıyla çelişen türde bilgilere maruz kalsa da, atfettikleri anlam bakımından bu bilgileri daha değersiz görüyor. Bunun sebebi, çelişen bilginin, kişilerin daha öncesinde maruz kaldıkları ve alışkın oldukları çerçeveler ile anlamların hâlâ geçerli olduğu yönünde bir güvenlik duygusu edindikleri, sürekli tekrarlanan ve birbirlerine eklemlenen birtakım "yankılar" bağlamına oturtulmasından kaynaklanıyor.

Algoritmik filtre balonları "yankı odaları"nı güçlendirebilir, öte yandan yankı odaları filtre balonlarından bağımsız olarak da oluşabilir. Bu durum bazı uç örneklerde, her birinde farklı (ve görece içlerine kapalı) toplulukların siyaset, sağlık, iklim değişikliği vb. konularda farklı olgular ve yanlış inanışlarla paylaşım yaptığı ve daha genel anlamda gerçeklik hakkında farklı anlatılara sahip olduğu, birbirinden bütünüyle ayrı paralel evrenler ile sonuçlanabilir.

96 Daha fazla bilgi için bkz.: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Eli Pariser'in "Çevrimiçi 'Filtre Balonlarından' Sakının" ("Beware Online 'Filter Bubbles'") başlıklı popüler TED Konuşması videosunu izleyin (https://www.youtube.com/watch?v=B8ofWFx525s). Video neredeyse on sene önce çekilmişti. Üzerine tartışma yürütün: Bu videoda söylenenler hâlâ ne kadar geçerli? Eğitmenlerden videoda değinilen sorunların listesini yapmalarını isteyin. Daha küçük gruplar internette bu konular hakkında daha yeni konuşmalar olup olmadığını araştırabilir. Filtre balonu olgusu sosyal haklara ne kadar öncelik verildiğine, bireysel seçimlerin nasıl yapıldığına ve kamuoyundaki görüşlerin nasıl oluştuğuna tesir ediyor mu? Yapay Zekânın işlediği algoritmalar anlatıları değiştirerek topluma, kalkınmaya ve siyasete ilişkin gündemi belirleyebilir mi?
- Eli Pariser'in, geleneksel medyada doğrulama amaçlı yürütülen editoryal süreçler ('neşriyat toplumu') ve dijital iletişim araçlarında algoritmaların kontrolündeki bilgi akışı arasında yaptığı karşılaştırmayı kıyaslayın ve tartışın. Bu beyana katılıyor musunuz? Neden katılıyor veya katılmıyorsunuz? Eğitmenler veya öğrenciler hangi yeni argümanları ve bulguları ekleyebilir? Argümanlarınızı ve fikirlerinizi temellendirmek için araştırma yapın.
- Dijital iletişimin paradoksu kimilerine zararlı gelebilecek şeylerin diğerlerine fayda sağlayabilmesi – ve durumun karşılıklı olması. İçerik sıralama ve kitle hedeflemeye etki eden algoritmalar insan haklarına somut bir şekilde zarar verebilir. Ama aynı zamanda – bu amaçla tasarlanırlarsa veya kasti olmayan bir sonucun etkisiyle – genellikle susturulan ve bastırılan seslerin duyulmasını sağlayabilir. Örneğin, toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri, kadınların temsiliyetinin yetersiz olması, cinsiyete dayalı şiddet, insan kaçakçılığı ve ırk ayrımcılığı gibi uzun süredir yeterince haberlere konu olmayan ve görünmez kılınan sorunlar artık küresel söylemlerde daha önemli bir yer ediniyor. Teknolojinin sunduğu imkânlar sayesinde başka kültürlerle etkileşime geçerek ve edindikleri yeni bilgiler ışığında, bazı insanlar, kadın sünneti gibi, maruz kalan kişilerin zarar görmesine yol açan örf ve adetlerle ilgili görüşlerini değiştirdi. Teknoloji hizmetleriyle bu anlamda etkileşime geçmenin sosyal haklara bir ivme kazandırdığını ve toplumsal görüşler ile inançlarda değişime yol açtığını düşünüyor musunuz? Teknolojiler dışında hangi etmen bu gelişmede rol oynuyor? Sahip olduğunuz MBO yetkinliklerini bu tartışmanın neresinde görüyorsunuz?

- Eğitmenleri veya öğrencileri, toplanma hakkı, dini inanç özgürlüğü, düşünce özgürlüğü ve ifade özgürlüğü alanlarında teknolojinin bir ilerleme sağladığı yahut engel oluşturduğu, hâlihazırda var olan olumlu ve olumsuz örnek vakaları araştırıp incelemeleri için gruplara ayırın. Bir dizi sunum ve tartışma düzenleyin. Araştırma üzerine analizin ve tartışmanın odağına ise, teknolojinin bir sonucu olarak giderek daha mümkün hale gelen, tarihsel ve temel varsayımların bireysel seçimler tarafından sorgulanması, tartışmalı inanç sistemlerinin reddi, doğal kimliğin ifadesi, uzlaşılan kültürel değerleri ve değer sistemlerinin yeniden düzenlenmesi gibi konuları alın.
- MBO savunucuları, kültürlerarası diyaloga vurgu yapan bir medya ve bilgi okuryazarlığı eğitiminin, Yapay Zekâ ile işletilen algoritmik platformlarda iki farklı uçlardaki görüşleri dengelemek için gerekli beceriler olduğunu belirtmiştir. Aşağıdaki soruları, vatandaşların seçimleri ve teknolojinin insanlara fırsatlar sunması ışığında gerek bireysel gerekse toplumsal haklar bağlamında inceleyin:
  - Bireylerin haklarından ne anlıyorsunuz? İnsanların farklı haklara ilişkin geliştirdikleri anlayışlar ve bu hakların kamuoyundaki görüşleri algılama biçimlerine nasıl etki ettiği hakkında söyleşiler ve tartışmalar düzenleyin, farklı bakış açılarını toplayın. Konu hakkında en iyi kısa video kliplerini kaydedin, derleyin ve paylaşın
  - İnsanların 21. yüzyılda karşı karşıya oldukları farklı sosyal haklar hangileri? Sosyal haklar konusunda farkındalık kazanmalarına neden olan içerik sağlayıcılar hangileri? Günümüzün dijital ortamında birbirleriyle çelişen sosyal hakları göz önünde bulundurun.
  - Kurumların toplumu şekillendirmek için gerçekleştirebilecekleri eylemler ışığında, varılan sonucun sosyal haklara ve bireysel seçimlerin ifadesine çeşitli olanaklar sunduğunu düşünüyor musunuz? Teknolojinin olanak tanıdığı sosyal haklar ve bireysel seçimlerin yol açtığı sonuçları nasıl algıladıklarını öğrenmek gayesiyle farklı kişilerle söyleşiler düzenlemek için bilinçli bir çaba gösterin.
- Şahsi görüşler ve bireysel seçimler ile çağdaş sosyal hakları dengelemek için gerek duyulan barış içinde bir arada yaşayabilme kabiliyetinin ve hoşgörünün temelinde yatan medya ve bilgi okuryazarlığı becerilerini göz önünde bulundurun. Yenilikçi MBO pratikleri sunmak için farklı insan gruplarıyla odak grup görüşmeleri düzenleyebilirsiniz.
- Dijital iletişim şirketlerinin, çevrimiçi bilgiye ve anlatılara daha adil bir şekilde erişim sağlamalarına olanak tanıyacak önlemlere duyulan ihtiyacı, vatandaşların çevrimiçi deneyimlerinin iyileştirilmesi ve, "filtre balonları" ile potansiyel olarak zararlı içeriklerin daha görünür kılınması gibi, Yapay Zekâ ile işletilen algoritmik platformlarla ilişkili birtakım zorlukların ele alınması bakımından tartışın.
- Bazı internet şirketlerinin, verdikleri hizmetin mühendislik tasarımı ve mimarisine dayalı olarak, bireysel hakları ve seçimleri nasıl zedelediği üzerine değerlendirmede bulunun. Bu sorunların nasıl çözülebileceğine ilişkin düşüncelerinize dayalı olarak bazı uygulanabilir çözümleri tartışmaya açın ve öneri olarak sunun.
- MBO eğitiminin, vatandaşların çevrimiçi arama motorlarında erişebilecekleri bilginin niteliğine nasıl tesir edebileceğini ve MBO'nun vatandaşların hakları ve seçimleri üzerindeki etkisini tartışın.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Dijital ortamda bireysel haklar ve seçimleri dengelemek için gerek duyulan MBO becerilerini belirlemek amacıyla bir beceri matrisi ve yetkinlik değerlendirmesi geliştirin;
- Dijital bağlamlarda insan hakları üzerine, siyasi temsilcilerinizin dikkate alabilecekleri bir kanun tasarısı hazırlayın;
- Demokratik bir ortamda farklı türdeki haklara ve var olan internet iletişim şirketlerinin bu haklar üzerindeki tesirine ilişkin insanların ne anladığı hakkında küçük bir anket tasarlayın ve başlatın;
- Vatandaşların bugünün dijital ortamındaki hakları ile ilgili odak grubu tartışmaları ve söyleşiler düzenleyin.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Bireysel seçimlerin dayandığı ilkeler;
- Bireysel seçimler ile kolektif seçimler arasındaki fark;
- Teknolojinin etik kullanımı;
- Dijital seçimlerin geleceği.

4. ÜNİTE: KALKINMADA YAPAY ZEKÂ VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI

SÜRE: 3 SAAT

Başlıca Konular

- Yapay Zekânın kalkınma amacıyla kullanımı;
- Sosyal medyanın kalkınma amacıyla kullanımı;
- Yapay Zekâ kullanan kilit aktörler;
- Kilit Yapay Zekâ yönetişimi/denetimi sorunları.

Öğrenme Hedefleri

Bu modülü tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Yapay Zekânın ve sosyal medyanın kalkınma amacıyla genel kullanımlarından bazılarını saptama ve listeleme;
- Yapay Zekâ kullanan kilit aktörlerden bazılarını saptama;
- Yapay Zekâ yönetişiminin temel unsurlarını (normlardan etiğe ve denetim mekanizmalarına kadar) anlama ve tarif etme.

Bu Ünitede Hedeflenen Yetkinlik Düzeyi

- Temel/Orta.

Yapay Zekânın Sektörel Uygulamaları

Birçok akademik, özel ve uluslararası kalkınma kurumu Yapay Zekâyı sosyal fayda girişimlerinde belgelemiştir. Yapay Zekânın bazı olumlu kullanımları yaygın, bazıları küçük çapta, bazıları ise deneme aşamalarındadır. Bir sonraki bölümde, farklı kaynaklara dayalı olarak Yapay Zekânın kalkınma alanındaki kullanımlarının bir özetine yer verilmektedir. Örneklerin her birini, üzerine tartışılması önerilen sorular ve eğitmenler veya öğrencilerin gerçekleştirebileceği aktiviteler izlemektedir.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- **Kamu sektöründe Yapay Zekâ:** Yapay Zekâ hükümetler tarafından giderek daha fazla kullanılmaktadır. Yapay Zekâ, kamu sektöründeki çeşitli süreçlerin yetkinliğini ve ölçeğini geliştirmeyi sağlayabilir. Örneğin, Yapay Zekâ, vatandaşların kamu sektörü reformları, politikalar üretme, kendileri için önemli hizmet süreçleri tasarlama ve kamu sektörü üretkenliğini artırma gibi konularda hükümetler bünyesinde daha katılımcı olmalarını sağlayabilir.
  - Eğitmenler, öğrencileri ayrı gruplara ayırarak, Yapay Zekânın sivil katılım ve kamusal makamlarla etkileşim amacıyla kullanımına ilişkin araştırma yapmaları konusunda onları yönlendirmeli. Yapay Zekânın bu alandaki uygulamaları sizin için önemli mi? Yapay Zekânın kullanımları yetkililer tarafından kamuya açıklanmış mı? Bunları yönetmek için bir politika var mı? Daha önce olmayan bir değişim sağlıyorlar mı? Kamusal raporlarda bu sistemler hakkında insanlar tarafından yürütülen şeffaf denetimler/değerlendirmeler var mı? Kullanılan Yapay Zekâ sistemlerinin bazı toplumsal gruplara karşı veya kimi durumlarda ayrımcılık uygulaması mümkün mü? Bütün kullanıcıların Yapay Zekâ tarafından işletilen sistemler hakkındaki şikâyetlerine ve itirazlarına hızlı bir şekilde cevap vermek amacıyla oluşturulmuş telafi mekanizmaları var mı? Bu sistemlerin ve mekanizmaların kadınlar ve erkekler için ayrı ayrı bakış açıları ve sonuçları var mı, ve varsa, neden? Toplumsal cinsiyet odaklı bakış açılarını göz önünde bulundurmak neden önem taşıyor? Bulguları derleyin ve tartışın. Vardığınız sonuçları çevrimiçi ve çevrimdışı olarak paylaşın. MBO ve Yapay Zekâ üzerine mikro öğrenme kaynakları için UNESCO MILCLICKS sosyal medya girişimini arayın (https://en.unesco.org/MILCLICKS). Ayrıca, tartışmada yardımcı bir unsur olarak, UNESCO'nun Yapay Zekâ ile ilgili hikâyeler ve fikirler içeren videolarından bazılarını izleyin (https://en.unesco.org/artificial-intelligence/stories-ideas). Başka kurumlara ait videolara dair de çevrimiçi bir arama yapın.

- **Artırılmış sanal gerçeklik kullanılan çeşitli alanlardaki Yapay Zekâ uygulamaları:** Yapay Zekâ teknolojisi hâlihazırda artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik donanımları ve yazılımlarında kullanılıyor. İnsanlara eğlenme imkânları sumaktan engeli olan kişilere destek olmaya kadar çeşitli avantajlar sağlıyor. Bu uygulamalardan birinde, sanal gerçeklik, kamunun medya gelişimi ve gazetecilerin güvenliği ile etkileşimde bulunması amacıyla kullanıldı. Sanal gerçeklik gözlüğü takarak, sıradan bir vatandaş savaş bölgesinde gazeteci olma deneyimini yaşayabilir ve böylece gazetecilerin haber almamız için girdikleri riskleri daha fazla takdir edebilir. Bir başka sanal gerçeklik kullanımı ise, birçok şirketin müşterilerine sunduğu, örneğin bir mobilya parçasının veya makinenin vb. belirli bir mekânda nasıl görüneceğini ve o alana nasıl sığacağını hatasız bir şekilde gösterebilen cep telefonu uygulamaları.
  - o Öğrencilere, Yapay Zekâ kullanılan sanal gerçeklik araçları araştırmaları konusunda rehberlik edin. Şayet ilgili kalkınma veya özel sektör kuruluşunu öğrenme alanına gösterim yapmaları için davet edip bu araçlara fiziksel olarak erişmeniz mümkün değilse, çevrimiçi olarak erişmeyi deneyin. Öğrencilerden sanal gerçeklik cihazları ve uygulamaları kullanma deneyimlerini paylaşmalarını isteyin. Yapay Zekâ tarafından işletilen sanal gerçekliğin eğitim alanında kullanımı üzerine tartışma yürütün. Bunlar insanların öğrenmesine etkili bir şekilde yardımcı oluyor mu? Etik bağlamında yahut psikolojik etki düzeylerine ilişkin endişeler var mı? Araştırın ve tartışın. Üzerine daha fazla tartışma yürütmek için UNESCO'nun Yapay Zekâ ile ilgili hikâyeler ve fikirler içeren videolarından bazılarını izleyin (https://en.unesco.org/artificial-intelligence/stories-ideas).
- **Bilimde ve sağlıkta Yapay Zekâ:** Yeni bilimsel cihazların kullanımı da dahil olmak üzere, teknolojik ilerlemeler çok sayıda veri üretir ve bu veriler üzerinde yerinde bir analiz yapılması için Yapay Zekâ kullanımı kritik bir öneme sahiptir. Yapay Zekâ, örneğin, genetik biliminde karmaşık hesaplamaların üstesinden gelmek, görüntüleme kalitesini artırmak ve bilimsel araştırmaları yeniden üretebilme kabiliyetini geliştirmek gayesiyle kullanıldı. Yapay Zekâ ayrıca birbirinden farklı işlevleri yerine getirmek için de kullanılıyor, örneğin, sağlık araştırmalarına destek olmakta, nüfusun özelliklerini anlamakta ve kontrol etmekte, sağlık sorunlarını erken teşhis etmeye yardımcı olmakta, hasta bakımını iyileştirmekte, kişiye özel sağlık hizmetleri sunmakta ve sağlık hizmetlerinin bir yandan kalitesini artırırken, diğer yandan maliyetini düşürmekte. Aynı zamanda, Yapay Zekâdan, kamunun genelinden ziyade küçük ve elit bir grubun yararlanabileceği, daha ticari bir sağlık hizmeti sunmak için istifade edilmesine ilişkin endişeler mevcut.
  - Yukarıda önerilen aktiviteleri tekrarlayın veya bu konuya uyarlayın. *Built in* sitesinde verilen 32 örneği inceleyin (bkz.: https://builtin.com/artificial-intelligence/artificial-intelligence-healthcare). Yapay Zekânın sağlık hizmetlerinde kullanımına ilişkin aşılması gereken başlıca etik sorunlar hangileri?
- **Güvenlik ve ceza yargılaması alanında Yapay Zekâ:** Dijital ve fiziksel güvenlik sorunlarını azaltmak konusunda Yapay Zekânın büyük bir potansiyeli var, ancak kullanımı aynı zamanda adli hata risklerine yol açabiliyor ve gözetimi genişletiyor.
  - Yapay Zekâ, ağ güvenliği, anormallik saptama, güvenlik işlemleri otomasyonu ve tehdit veya potansiyel tehlike belirleme gibi çeşitli dijital güvenlik uygulamalarında yaygın bir şekilde kullanılıyor (AGİT, 2017).

- Yukarıda belirtilen hedefleri yerine getirebilmek için, Yapay Zekâ algoritmaları, zaman içinde, bir alanda sıklıkla bulunan kişilerin ve nesnelerin normal hareketlerini ve o andaki varlıklarını ve etraflarını analiz etmeyi öğrenir, böylece anormal hayat belirtileri saptadığında tehdit algılama olanağına erişir.
- Yukarıda tarif edilen uygulamaların benzerleri hukuk sistemleri çerçevesinde suçlarla mücadele etmek ve soruşturmaların sonuçlarını öngörebilmek için kullanılıyor, ancak veriler üzerinden toplumun bazı kesimlerini kalıp önyargılarla damgalayan bir profilleme oluşturulmasına ilişkin endişeler bulunuyor.
- Video gözetimi, kamu güvenliğini artırmak için giderek daha yaygın hale gelen bir yöntem. Tüm dünyada giderek artan güvenlik kamerası sayısı (2014 itibarıyla tüm dünyada 245 milyon adet), toplanan ve analiz edilen veri miktarının da arttığını göstermekte. İnsan beyninin bütün bu verileri işlemden geçirmesi imkânsızdır. Bunun yerine, büyük miktarda veriyi yönetmek ve mekanize tanıma ve hata prosedürlerini otomatize etmek için Yapay Zekâ teknolojileri kullanılır. Ancak, yüz tanıma teknolojilerinin yarattığı endişelere ilişkin çok güçlü argümanlar bulunuyor ve totaliter potansiyelleri olarak görülen özelliklerini önlemek amacıyla bazı durumlarda bu teknolojilerin kullanımı yasaklandı.
- Bu çaptaki gözetim ve öngörüye dayalı polislik ve cezalandırma, kişilerin gizliliği ve hareketlerinin izlenmesi ve kaydedilmesi konusunda rızaları olup olmadığı, önyargı ve profil oluşturma gibi etik sorunlar meydana getirdi.
- Faydaları ve olumsuz yanları neler? Ne tür güvenceler gerekiyor? Ülkenizde benzer gelişmeler olup olmadığını araştırın. Tartışın.

- **Sosyal medyada, pazarlamada ve reklamcılıkta Yapay Zekâ:** Yapay Zekâ kullanımı çevrimiçi deneyimi kişiselleştirdi. Örneğin, Yapay Zekâ yansıtılan içeriğin belirli bir kişinin dikkatini çekecek şekilde olmasını sağlamak amacıyla kullanılıyor. Bu aynı zamanda reklamcılara kampanyalarını daha iyi hedefleme imkânı tanıyor. "Tüketicilere, emsali olmayan bir ölçekte kişiselleştirilmiş ve dinamik reklamlar sunabiliyorlar" (Chow, 2017). Bu, şirketlerin satışlarını artırabilecekleri ve pazarlama kampanyası yatırımlarının geri dönüşünü alabilecekleri anlamına geliyor. Diğer yandan, tüketiciler, araştırma maliyetlerinin belirgin şekilde azalmasından fayda görebilir. Ancak, bir kez daha, mikro hedeflemeye dayalı reklamcılığın bir sonucu olarak insanların özerkliği ve eylemliliğinin kısıtlanması ve şirketlerin manipülasyon gücünün artması soru işaretlerinin belirmesine neden oluyor.
  - Öğrencilere, çevrimiçi reklamlarla deneyimleri üzerine tartışma yürütmeleri için rehberlik edin. Bir reklamı belirli bir kişinin görmesi için Yapay Zekâ kullanıldığının bilincindeler mi? Bu durum, onları rahatsız ediyor mu? Ediyorsa neden veya neden etmiyor? Öğrenciler, hangi reklamları gördüklerini belirli ölçüde kontrol edebilirler mi? Bazen ekranınızda açılan "bu reklamı neden görüyorum" uyarısına dikkat edin. Reklamlarla ilgili ayrıntılı bilgili için 10. Modüle bakın.
  - Yapay Zekânın bu bağlamda kullanımının ticari aktörler açısından bazı belirgin faydaları olsa da, ayrımcılık ve hatalı içerik gibi konular endişeye neden oluyor; ayrıca, borsada istikrarsızlığın ve kısa-vadeli işlemlerin artmasına yol açtığından, Yapay Zekâ kullanılan piyasa işlemleri ile ilgili de ciddi endişeler var.

- Aşağıdaki iki raporu inceletin ve üzerine tartışma yürütün::

1. Avrupa Komisyonu, Kadınlar ve Erkekler İçin Eşit Fırsatlar Danışma Komitesi'nin Yapay Zekâ Hakkında Görüşü: Toplumsal Cinsiyet Eşitliği İçin Fırsatlar ve Zorluklar (bkz.: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/aid_development_cooperation_fundamental_rights/opinion_artificial_intelligence_gender_equality_2020_en.pdf)
2. UNESCO, Yapay Zekâ ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliği: UNESCO Küresel Diyaloğu'ndan Kilit Bulgular (bkz.: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374174)

    - Öğrencilere göre hangi kilit konular ve tavsiyeler daha önemli? Neden_ Öğrencilere, sosyal medyada konuyla ilgili küresel söylemler aramaları konusunda rehberlik edin. Çevrimiçi tartışmalara katılmaları için öğrencilere teşvik edin, ancak buna önceden hazırlandıklarından emin olun. MBO yetkinliklerini uygulayın, bazı bulgular paylaşın ve bir beyanınız olduğunda, eğer yalnızca kişisel görüşünüz ise, bunu belirtin. Öğrenciler, vatandaş olarak başka neler yapabilirler?
    - Toplumsal cinsiyet eşitliği ve Yapay Zekânın medya iletişiminde kullanımı ile doğrudan ilgili konular ve tavsiyeler seçin, bu çerçevede çevrimiçi bir kampanya planlayın veya Dünya Kadınlar Günü (8 Mart, her sene) ya da başka bir âna ilişkin kamu spotları hazırlayın.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Deneme yarışması;
- Gruplar halinde kamu spotları hazırlama;
- Soru-cevap;
- Açık kitap sınavı;
- Yapay Zekâ ve MBO üzerine fikir yarışması.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Yapay Zekâyı denetleme;
- Makine öğrenmesi;
- Derinlemesine öğrenme;
- Botlar;
- Yüz ve duygu tanıma ve saptama.

Kaynaklar ve Referanslar

A.I. Artificial Intelligence (*Yapay Zekâ* – Film, 2011). Film ile ilgili bir özet için tıklayın: https://www.imdb.com/title/tt0212720/?ref_=nv_sr_srsg_0,

Yapay Zekânın eğitimde kullanımı

AGİT (2019), Toplumda Yapay Zekâ, (https://ec.europa.eu/jrc/communities/sites/jrccties/files/eedfee77-en.pdf).

Staats, Beth (2020), "Algorithm Literacy 101: A Study by Project Information Literacy" ("Algoritma Okuryazarlığı 101: Bilgi Okuryazarlığı Projesi Tarafından bir İnceleme"), Minitex, 21 Ocak 2021, (https://minitex.umn.edu/news/2022-05/algorithm-literacy-101-study-project-information-literacy).

Stanford Üniversitesi, *Artificial Intelligence and Life In 2030: One Hundred Year Study On Artificial Intelligence (AI100)* (*2030 Yılında Yapay Zekâ ve Yaşam: Yapay Zekâ Üzerine 100 Yıllık Araştırma*), 2015 Yılı Araştırma Paneli Raporu, Eylül 2016, bkz.: https://ai100.stanford.edu/.

Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (2018), *United Nations Activities on Artificial Intelligence* (*Birleşmiş Milletler'in Yapay Zekâya İlişkin Eylemleri*), (https://www.itu.int/dms_pub/itu-s/opb/gen/S-GEN-UNACT-2018-1-PDF-E.pdf)

UNESCO (2019), *Steering AI and Advanced ICTs for Knowledge Societies – A rights, Openness, Access and Multi-stakeholder Perspective* (*Yapay Zekâyı ve Gelişmiş BİT'leri Toplumlarda Bilgiye Doğru Yönlendirmek – Haklara, Açıklığa, Erişime ve Çoklu Paydaşlara Dayalı Bir Yaklaşım*), (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000372132).

UNESCO (2020), *Artificial Intelligence and Gender Equality: Key Findings of UNESCO's Global Dialogue* (*Yapay Zekâ ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliği: UNESCO Küresel Diyaloğu'ndan Kilit Bulgular*), (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374174).

Yapay Zekâyı Sosyal Fayda İçin Kullanmak Kılavuzu: Bu kılavuz kâr amacı gütmeyen kuruluşlara ve sosyal girişimlere, Yapay Zekâyı ve makine öğrenmeyi nasıl sosyal, insani ve ekolojik mücadelelerde uygulayabilecekleri konusunda yardımcı oluyor (bkz.: https://ai.google/education/social-good-guide?category=examples).

Farklı Yapay Zekâ türleri

Öğretmenler Tarafından Oluşturulan Ders Planları: Algoritmalara Giriş, bkz.: https://www.commonsense.org/education/lesson-plans/introduction-to-algorithms.

http://content.educate.ericsson.net.s3.eu-north-1.amazonaws.com/learning-about-ai/what-is-ai.html

https://www.youtube.com/watch?v=im0XTC91qMI&feature=emb_logo

Makineler nasıl öğrenir

https://www.youtube.com/watch?v=R9OHn5ZF4Uo

https://course.elementsofai.com/1/3

https://theappsolutions.com/blog/development/pattern-recognition-guide/

http://teachingaifork12.org/

Sosyal medya

https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/newglobal-social-media-research/

https://www.statista.com/statistics/489230/number-of-social-network-users-in-thailand/

https://www.marketingaiinstitute.com/blog/what-is-artificial-intelligence-for-social-media

Genel kaynaklar

https://medium.com/humansforai/the-impact-of-artificial-intelligence-on-social-media-579345b6f751

https://sproutsocial.com/insights/social-media-algorithms/

Ek – bir oyun ve çevrimiçi ders

Machine Learning for Kids (Çocuklar İçin Makine Öğrenme): https://machinelearningforkids.co.uk/

General Resources: The state of AI (*Genel Kaynaklar: Yapay Zakânın Durum Değerlendirmesi*), Kasım 2020, (https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/global-survey-the-state-of-ai-in-2020).

4.5 ila 17 Yaş Arası Çocuklar için Uluslararası Programlama Dersleri: https://mah.alg.academy/

12. MODÜL:

DİJİTAL MEDYA, OYUNLAR VE GELENEKSEL MEDYA

"Yurttaşları sosyal, ekonomik ve ekolojik zorlukları aşmak için güçlendirme ve toplumlarımıza aktif olarak katılmalarını sağlama gayesi içinde olduğumuz bir dönemde, medya ve bilgi okuryazarlığı yaşam boyu okuryazarlığa dönüşüyor."

– Ekselansları Tamara Rastovac Siamashvili, Sırbistan Cumhuriyeti'nin UNESCO Büyükelçisi ve Daimi Temsilcisi

ARKA PLAN VE GEREKÇE

Bu modül eğitmenleri ve öğrencileri, yeni kurumların ve birlikte kullanılan teknolojilerin, vatandaşların sosyal, ekonomik ve siyasi değişime katılımlarını genişletmekte oynadığı role bir giriş niteliğindedir. Modül, geleneksel medyanın nasıl yeni dijital ve elektronik medya biçimlerine (internet haberciliği, bloglar, Vikipedi, YouTube sosyal ağ uygulamaları, video oyunları vb.) evrildiğini ve bunların ne şekilde bilgiye ve öğrenmeye, sürdürülebilir kalkınmaya, ifade özgürlüğüne, iyi yönetişime ve demokratik süreçlere katılıma daha fazla erişme imkânı sunduğunu açıklıyor.

Matbu medya, görsel-işitsel medya (radyo ve televizyon), internet, cep telefonları ve sosyal medyanın eşzamanlı olarak kullanımı, farklı platformlarda bir içerik akışı olmasına yol açıyor ve böylece bilgiye erişimi genişletirken, vatandaşların bilgiyi sadece pasif bir biçimde tüketmediği, aksine bilginin değişmesinde, üretiminde ve yayılmasında aktif olarak yer aldığı katılımcı bir kültürün oluşmasını sağlıyor. Bu dönüşümü betimlemek için "üretken tüketici" (*prosumer*) gibi yeni terimler icat edildi. Yeni bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT'ler), örneğin, bilgi paylaşımı ile ilgili daha büyük bir kitle katılımı için imkânlar tanıdı ve sosyal ve sürdürülebilir kalkınma süreçleri ile aktif olarak etkileşime girmeleri konusunda insanları cesaretlendirdi. Asıl büyük tartışma konusu ise faydaların artması sağlanırken, olumsuz etkilerin nasıl azaltılabileceği.

Bu çerçevede, Medya ve Bilgi Okuryazarlığı (MBO) farklı formlardaki oyunların yanı sıra, Yapay Zekâ ve diğer sınır teknolojilerinin potansiyel faydalarını ve teşkil ettikleri zorlukları da göz önünde bulundurur. UNESCO, MBO ve oyunlar arasındaki güçlü bağa ilişkin uluslararası diyaloğu, ilk kez düzenlenen Dijital Dünyada Medya ve Bilgi Okuryazarlığı ve Oyunlar Konferansı bünyesinde ve konu hakkında kaynaklar üreterek ilerletmiştir[97]. BİT'ler vasıtasıyla oyun-bazlı öğrenme süreçlerinin büyük bölümünün kontrollü öğrenme alanlarında gerçekleşmediğini teslim etmek gerekir. Kişiler çoğu zaman oyunlarla çevrimiçi olarak veya dijital mobil cihazları kullanarak bağımsız bir şekilde etkileşime girer. Bu ortamlarda, oyun tasarımı ve oyun oynarken geçirilen zaman bağımlılık yaratabilir. Bazı oyunların diyaloğu, barış içinde bir arada yaşamı ve hoşgörüyü güçlendirmek yerine nefreti, şiddeti ve saldırganlığı beslediği konusunda endişeler vardır. Her yaştaki kadın ve erkeklerin veya bazı ırklara, kültürlere ve insan gruplarına mensup kişilerin basmakalıp yargılara dayalı temsiliyeti de bazı oyunlarda pekişir. Bazı oyunlarda kadınların cinselleştirilmesi, çok açık elbiseler giymesi söz konusu[98]. Erkekler ise güçlü ve şiddete meyilli olarak gösteriliyor. Siyahlar ve diğer ırklar oyunlarda yeterince temsil edilmiyor[99]. PEW Araştırma Merkezi'nin 2015 yılında yürüttüğü araştırmaya göre, Siyahların yüzde 35'inin, Hispaniklerin yüzde 36'sının ve Beyazların yüzde 25'inin azınlık gruplarının video oyunlarında çok zayıf bir şekilde tasvir edildiğini düşünüyor (ancak bu örneklem küresel açıdan temsili değildir)[100]. Bu tarz temsiliyetler kız ve erkek çocukların cinsiyet rollerini[101] ve etnik kimliklerini algılayış

97. UNESCO (2019), *Media and Information Literacy and Games in the Digital World* (*Dijital Dünyada Medya ve Bilgi Okuryazarlığı ve Oyunlar*), daha fazla bilgi için bkz.: https://en.unesco.org/news/journeying-world-games-media-and-information-literacy
98. Griner, David (2012), "Videogame Ad Sets New Low for Objectifying Women" ("Video Oyunu Reklamında Kadınları Nesneleştirmede Yeni Bir Dip Nokta"), *Adweek*, 10 Ocak 2012, (https://www.adweek.com/creativity/videogame-ad-sets-new-low-objectifying-women-137421/).
99. Everett, Anna ve Watkins, Craig (2008), "The Power of Play: The Portrayal and Performance of Race in Video Games" ("Oyunun Gücü: Irkların Video Oyunlarında Temsili ve Performansı"), in Salen, Katie (ed.), *The Ecology of Games: Connecting Youth, Games, and Learning* (*Oyun Ekolojisi: Gençler, Oyunlar ve Öğrenme Arasında Bağlantı Kurmak*), John D. and Catherine T. MacArthur Vakfı'nın Dijital Medya ve Öğrenme Serisi. Cambridge: *The MIT Press*, s.141–166 (https://www.bibsonomy.org/bibtex/ddee929b556eb3ecbe5af30bb40e001b).
100. Pew Research Center (2015), "Views on Gaming Differ By Race, Ethnicity" ("Oyun Oynamakla İlgili Görüşler Irk ve Etnisiteye Göre Farklılık Gösteriyor"), 17 Aralık 2015, (https://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/12/17/views-on-gaming-differ-by-race-ethnicity/).
101. Dietz, Tracy (1998). "An Examination of Violence and Gender Role Portrayals in Video Games: Implications for Gender Socialization and Aggressive Behaviour" ("Video Oyunlarında Şiddet ve Cinsiyet Rolleri Üzerine Bir İnceleme: Cinsiyet Sosyalleşmesi ve Saldırgan Davranışlar Açısından Sonuçlar"), *Sex Roles*. 38 (5/6): s.425–442, (https://doi:10.1023/A:1018709905920).

biçimlerini etkileyebilir. MBO insanlara, özellikle de gençlere, zihinlerini koruyabilmeleri ve oyunlarda ve diğer bütün dijital teknoloji biçimlerinde, bu tarz basmakalıp yargılar ve cinsiyet körlüğü ile karşılaştıklarında bunu saptayabilmeleri konusunda yardımcı olabilir. Üzerine değerlendirme yapılacak başka konular ise dijital oyunların takımlarda işbirliğinden çok yarışmaya öncelik vermesi ve oyuncuların verilerini kimlerin toplayıp kullandığı ve nasıl kullandığı. Bu veriler daha ziyade oyunu geliştirmek için mi kullanılıyor, yoksa öncelikli olarak üçüncü taraflara satılan veya mikro hedeflemeye dayalı reklam fırsatları için kullanılan, pazarlanabilecek ayrı bir ürün olarak mı görülüyor?

Modül, ilk önce geleneksel medyadan yeni medya teknolojilerine uzanan bir seyahatle başlayacak. Eğitmenlere ve öğrencilere, bu kapsamda, belirli bir dönemdeki farklı medya türlerinde yaşanan değişimler ve devamlılık gösteren özellikler sunulacak. Modül ayrıca ikisi arasındaki benzerlikleri ve farkları ele alarak, öğrencilerin bunlar hakkında temel bir anlayış geliştirmek için gerek duyulan unsurları değerlendirmesini ve gerek eski gerek yeni medyadaki yenilikçi potansiyeli görebilmesini sağlayacak.

Modül yalnızca zaman ve mekândaki değişimlere bir bakış sunmanın ötesinde, aynı zamanda medya, dijital teknolojiler ve araçların toplumdaki farklı türdeki kullanımlarını da değerlendirir. Bunlar biçimsel (formel) iletişim, kişisel iletişim, pazarlama, öğrenme ve sivil katılımı da kapsar. Etkileşimli medya araçları ve oyunlar, öğrenmeye katılımın yanı sıra kamusal söylemin bir parçası olmak açısından ilgi çekici olanaklar sunar – olasılıklar neredeyse sonsuzdur. Eğitmenlere ve öğrencilere bu modülde, öğrenmeyi kolaylaştıran araçlar olarak eski medya, yeni medya ve oyunlar arasındaki alanlarda yönlerini bulmaları konusunda rehberlik edilir. Bireyler, şayet oyun oynama deneyimleri üzerine eleştirel düşünme becerilerine sahip olurlarsa, öğrenme deneyimlerini oyunlarla geliştirebilir. Sosyal ve duygusal okuryazarlık ile birlikte MBO da bu alanda önemli bir unsurdur. UNESCO Mahatma Gandi Barış ve Sürdürülebilir Kalkınma İçin Eğitim Enstitüsü (MGIEP) sosyal ve duygusal öğrenme ile ilgili kaynaklar sunmaktadır[102].

Dijital medya alanındaki ilerlemeler sonucu önemli gelişmelerden biri, matbu ve görsel-işitsel medyaya özgü "birden birçok kişiye" şeklinde gerçekleşen geleneksel iletişim modelinden, işbirliğine dayalı içerik üretimini ve paylaşımını kolaylaştıran "akrandan akrana" modeline geçiştir. İçerik dijitalleştikçe, radyo, televizyon ve kişisel bilgisayarlar gibi çeşitli cihazlarda erişilebilir hale gelir ve, belki de en önemlisi, her türlü içeriğin dağıtımında en çok kullanılan platform olarak öne çıkan cep telefonlarında görüntülenebilir. Yakınsama (*convergence*) olarak bilinen, insan sesi, görüntü, diğer sesler ve verinin dijitalleşmesi, yeni etkileşim fırsatları yaratmaktadır.

102. Sosyal ve duygusal okuryazarlık üzerine kaynaklar için bkz.: https://mgiep.unesco.org/reports-and-guides

ÜNİTELER

1. ÜNİTE:
GELENEKSEL MEDYADAN DİJİTAL MEDYA TEKNOLOJİLERİNE

2. ÜNİTE:
TOPLUMDA YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN KULLANIMI – SOSYAL DEĞİŞİM

3. ÜNİTE:
DİJİTAL OYUNLAR DA DAHİL OLMAK ÜZERE ETKİLEŞİMLİ MULTİMEDYA ARAÇLARININ SINIFLARDA KULLANIMI

1. ÜNİTE: GELENEKSEL MEDYADAN DİJİTAL MEDYA TEKNOLOJİLERİNE

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Değişim ve devamlılık – medyanın kısa bir tarihi;
- Medya yakınsaması nedir?
- Yeni medya olarak dijital medya;
- Gelenekse ve yeni medya arasındaki kilit farklar.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Medyanın gelişimi ve medyaya ilişkilendirilen farklı kullanımların kısa bir tarihçesini anlatma;
- Yeni teknolojilerin, geleneksel ve yeni medyayı nasıl birbirlerinden farklı ve ayrı oldukları bir düzene (ıraksama yahut diverjans) yahut medya yakınsamasına yönelttiğini tarif etme;
- Geleneksel ve yeni medya arasındaki farkları tarif etme ve yeni medyanın katılımcı demokrasinin gelişmesini nasıl sağladığını anlatma;
- Oyunların örgün, yaygın ve sargın eğitimdeki kullanımlarını araştırın.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Araştırma: öğrencileri çalışma gruplarına ayırarak, onlardan medyanın evrimini araştırmalarını ve farklı türdeki medya mecralarının gelişimi ile bağlantılı sorunları saptamalarını isteyin.
- Anket: öğrenciler, biri dijital göçmenler (30 yaş ve üzeri) diğeri ise dijital yerliler (30 yaş ve altı) olmak üzere, iki farklı insan grubu tanımından yola çıkarak bir anket düzenler. Ankette her iki grubun geleneksel ve yeni medyayı nasıl ve hangi amaçla kullandıklarını, bunun yanında toplumda geleneksel medya ile (gazeteler, radyo ve televizyon) yeni medya (örneğin, cep telefonu teknolojisi, oyunlar, multimedya

erişimli çevrimiçi haber siteleri) arasında nasıl bir yakınsama olduğunu gözlemleyip çözümlemeli. Anket ayrıca kadınların, erkeklerin ve gençlerin oyunlarda ve kullandıkları diğer medya türlerinde temsil edilme şekillerini gözlemlemeyi de kapsamalı. Öğrencilere, ilgili paydaşlara tavsiyeler sunmaları konusunda rehberlik edin.

- Araştırma: öğrenciler, yeni medyanın toplumlarında geleneksel haber medyasını ne ölçüde sınadığını, insanların yaşadıkları toplumlardaki önemli gündem maddeleri ile ilgili kendi görüşlerini dile getirmek için hangi medya türlerini kullandıklarını, farklı medya platformlarının kullanıcılarının kimler olduğunu ve hangi sorunları/konuları tartıştıklarını araştırır. Bu araştırmanın sonucu grup tartışmasına sunulmalıdır.
- Vaka incelemesi: vaka incelemesi yöntemi, teorik bilginin gerçek hayattaki bazı durumlara nasıl uygulanabileceğini anlamak için tek bir örneğin veya olayın derinlemesine incelenmesini öngörür. Bu yaklaşım MBO öğretimine uygundur, zira öğrenciler medya ve diğer içerik sağlayıcıların yaydığı çeşitli formlardaki mesajlara gündelik olarak maruz kalır. Vaka incelemesi olaylara sistemli bir şekilde bakma, veri toplama, içerik çözümleme ve sonuçları raporlama imkânı sunar ve elde edilen sonuçlar da öğrenciler arasında sorgulayıcı öğrenmeyi destekler.
- Araştırma ve grup sunumları: Öğrencileri, farklı medya biçimlerinin tarihsel gelişimi ile aralarındaki benzerlikler ve farklar üzerine araştırma yapmaları için gruplara ayırın ve ardından grup sunumları düzenleyin.
- Söyleşi: Geleneksel medyanın özelliklerinden biri, medya içeriğinin haberleri doğrulamak için tasarlanmış organize bir editoryal süreçten geçmesi ve nihayetinde bunların bir birey yerine bir haber medyası kuruluşuna atfedilmesi. Çevrimiçi yurttaş gazeteci böyle bir sürece tabi değil. Bu bağlamda, gazetelerden editörlerle ve çevrimiçi gazetecilerle söyleşiler gerçekleştirin ve haberlerin belirlenmesi ve işlenmesi konusundaki benzerlikler ve farklılıklar üzerine tartışın.
- Raporlama: Yaşadığınız toplumda yeni medyanın ve yeni medya teknolojilerinin etkisiyle bilginin ne ölçüde değiştiği ya da değişmediğini araştırın ve bu konuda bir rapor hazırlayın.
- Deneme: Yeni medyanın gelişimi sonucu insanların birbirleriyle etkileşime girme şeklinin nasıl etkilendiği ve onlara ne tür faydalar sağlandığı konusunda bir deneme hazırlayın. Metinde, yeni medyanın eğitmenlerin ve öğrencilerin sosyal ve akademik hayatlarını nasıl etkilediği ve küresel ölçekte dijital medyaya erişimi iyileştirmenin önündeki zorluklar ve fırsatların neler olduğu sorularına da cevap arayın.

- Önemli bir haber seçin ve farklı medya biçimlerinin bu haberi nasıl işlediği konusunda bir vaka incelemesi çalışması gerçekleştirin ve sonuçları analiz edin. Örneğin, Covid-19 pandemisi 2020'de meydana geldiğinde, farklı medya biçimleri farklı derinliği olan, farklı analizler, hatta bulgular sunan içerikler yayınladı. Farklı ülkelerdeki geleneksel ve yeni medyaları gözden geçirin ve pandeminin kaynağını, nedenlerini, önleyici tedbirleri vb. gibi konuları nasıl işlediklerini inceleyin ve farklı medya biçimlerinin içerikleri arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları saptayın, bunların sebeplerini de ayrıca açıklayın. Koronavirüs krizinin haberleştirilmesinde cinsiyet ve ırk temelli ayrımcılık gibi sorunlar tartışılıyor mu?

2. ÜNİTE: TOPLUMDA YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN KULLANIMI – SOSYAL DEĞİŞİM

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- İletişim teknolojisi ve kalkınma ile toplum üzerindeki etkileri;
- Yeni içerik üretme, kullanıcı etkileşimi ve sosyal ağ kurma biçimleri de dahil olma üzere, bireylerin yeni medya ortamlarına erişimleri ve bu ortamları nasıl kullandıkları;
- Yeni teknolojilerin katılımcılığı artıran işlevlerinin demokratik kurumlar ve süreçlerdeki değişimler üzerindeki etkisi.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Dijital iletişimin bir toplumun sosyal ve siyasi hayatı üzerindeki etkisini çözümleme ve anlama;
- Yeni medya ortamlarını ve bireylerin eylemleri, etkileşimleri ve çevrimiçi varlığının amaçlarını ve dijital platformlarda kendini tanıtma yollarını tarif etme;
- Yeni teknolojilerin toplumdaki demokratik kurumlar ve süreçlere nasıl katkı sunduklarını (ve sunmadıklarını) değerlendirme.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Araştırma ve grup sunumu: öğrenciler, dijital iletişim teknolojileri kullanımının toplumsal gelişimdeki etkisini tartabilmek için yeni teknolojilerin kullanımı üzerine bilgi toplama amaçlı küçük ölçekte bir araştırma yapar. Bu bağlamda yeni teknolojiler internet, bilgisayar ve mobil cihazları kapsar, ayrıca, bunlar üzerine toplanan istatistik veriler genellikle erişimi (cihazın kime ait olduğu ve kimin kullandığı), kullanımı (sıklık, geçirilen süre, kullanma amaçları) ve becerileri (bireyin kendisi üzerine yaptığı değerlendirmeler) gibi unsurlarla ilgilidir. Öğrenciler, teknoloji kullanımı ve bu teknolojilerin gelişimi için küresel, ulusal ve yerel istatistikleri nasıl ve nerede bulabileceklerini öğrenmeli, bulgularını karşılaştırmalı ve farklılıklar üzerine (sosyoekonomik, nesilsel, bölgesel, zamana dayalı) düşünmelidir. Bu cihazlardaki hizmetlere kimlerin sahip olduğu ve kimlerin kontrol ettiğini göz önünde bulundurmak da önem arz ediyor.
- Sınıf içi tartışma: e-yönetişim, BİT'lerin kilit bir rol oynadığı yeni ve gelişen yönetişim biçimlerini kapsar. Eğitmen, hükümetin yeni teknolojilerin sunduğu imkânları kullanarak vatandaşlar için demokratik süreçleri nasıl kolaylaştırmaya çalıştığı – ve ne ölçüde bunu yapmaktan kaçındığı – hakkında sınıf içinde bir tartışmayı yönetmelidir. E-yönetişim (*e-governance*) şu anlamlara gelebilir: (1) e-demokrasi (*e-democracy*), yani katılımın, karar verme sürecinin temelini oluşturan bilgiye erişimin artması aracılığıyla daha kolay kılınması; (2) e-hizmetler (*e-services*), bir başka deyişle vergi formlarının doldurulması veya başvuruların hangi aşamada olduğunun kontrol edilebilmesi gibi kimi görevlerin otomatize edilmesi suretiyle sunulan olanaklar; ve (3) e-idare (*e-administration*), hükümet süreçlerinin ve kamu sektörünün iç işleyişinin BİT'lerin kullanıldığı yeni bilgi süreçleri ile iyileştirilmesi. Öğrenciler, çevrimiçinde ne tür demokratik iletişim ve etkileşimin desteklenebileceğini gözlerinde canlandırmaya teşvik edilir, örneğin, demokratik siyasi faaliyetler (seçimler, hükümet ya da yerel idarenin şeffaflığı, siyasi tartışma), eğitim, sağlık, işe alım hizmetleri, yapılı çevre, kent planlama ile bakım ve sanayi ile ticaret gibi alanlarda. Ardından, gelişmiş bir e-yönetişim ajandasına sahip ülkeler birer örnek olarak incelenebilir. Bir ülkede e-yönetişimi arttırmanın önündeki başlıca engeller neler ve bu zorluklar nasıl aşılabilir?
- Grup çalışması: yeni teknolojiler, sıradan vatandaşlara kendi içeriklerini üretme ve paylaşma imkânı tanımıştır. Öğrenciler, ülkelerinde veya mahallelerinde belirli tartışmaları ve süreçleri keşfetmeleri için, kullanıcılar tarafından geliştirilen içeriklerin geleneksel medya veya hükümet kurumları tarafından ele alınmayan konuları gündeme getirdiği küçük çaplı vaka incelemeleri gerçekleştirmeli. Küresel görünürlük ve etki örnekleri arasında Arap Baharı (2010'ların başı) ve #*MeToo* hareketi (2017 ve sonrası) sayılabilir, ancak öğrencilerden kendi yaşadıkları toplulukları etkileyen yerel

olaylar ve süreçler saptamaları istenmelidir. Çevrimiçi aktivizm örnekleri arasında yurttaş aktivizmi, hayvan hakları aktivizmi ve beden olumlama hareketi sayılabilir. Bu vaka incelemelerine dayalı olarak eğitmen, yeni teknolojilerin demokratik potansiyelinin yeniden tesisi üzerine bir tartışma yürütür. Kullanıcılar tarafından geliştirilen içeriklere dayalı olarak, farklı dijital platformlar farklı mesajların yayılmasına nasıl katkı sağlamıştır? Dijital teknolojiler insanların seslerini yükseltmelerine ve daha fazla duyulmasına nasıl olanak tanımıştır? WeChat, Twitter, VK, Facebook, Instagram ve TikTok gibi platformların farklı işlevleri doğrultusunda sosyal medya önemli demokratik sorunları gündeme getirmeye ve adalet ile eşitliği ilerletmeye nasıl yardımcı olabilir? Öğrenciler, çevrimiçi aktivizmin gücünü ne şekilde değerlendirir ve bu aktivizm saptadıkları yerel örneklere nasıl yansımaktadır? Bu hizmetleri, bizzat onları sağlayan kişilerden insan haklarına daha fazla saygı gösterilmesini talep etmek için kullanan aktivizm ile ilgili neler söylenebilir?

- Erişimi inceleyin: BİT'lere veya yeni teknolojilere erişimin, erkekler, kadınlar, farklı yaş grupları (genç ve yaşlı vatandaşlar), engeli olan vatandaşlar, farklı etnisiteye mensup veya yerli nüfus gibi diğer dışlanan gruplar ve ücra bölgelerde yaşayan kişiler açısından önem arz eder. Yerel ve uluslararası kaynaklara başvurarak bireylerin BİT'lere veya yeni teknolojilere erişimleri üzerine basit bir araştırma yapın: Kadınlar, engeli olan vatandaşlar ve ücra bölgelerde yaşayan kişilerin internete nasıl erişebiliyorlar? Kadınlar, erkeklerle eşit düzeyde erişime sahip mi? Engeli olan vatandaşlar veya ücra bölgelerde yaşayan kişiler bu teknolojilere ne derecede erişebiliyor? İnternet kullanımı farklı ülkelere göre hangi yaşta başlıyor? Bu durumun sonuçları neler? Erişim eşitsizliklerinin altında ne tür siyasi kararlar ve sosyal farklılıklar yatıyor? Bazı grupların yeni teknolojilere erişimden dışlanmaları durumunda neler yapılmalı? Öğrenciler odağına tek bir ülkeyi alabilir, farklı ülkeler arasında bir karşılaştırma yapabilir veya tek bir kullanıcı grubu belirleyebilir. Kendi ülkeniz veya bölgeniz hakkında konuyla ilgili yeterli veri yoksa, neden olmadığını anlamaya çalışın. Böyle bir verinin eksik olmasıyla hangi kurumlar ilgilenmeli? Bu konuda ne yapılabilir?
- Kamu kurumlarının resmî sitelerinin anasayfaları üzerine vaka incelemeleri: kent, belediye, bölge vb. idareleri vatandaşların faaliyetlerine ve etkileşimine ne tür olanaklar tanıyor, bir başka deyişle nasıl bir e-yönetişim uyguluyor? Örneğin, ülkenin başkentinin veya büyük ya da küçük bir kentinin resmî internet sitesinin anasayfasını seçin ve e-yönetişim yöntemlerini karşılaştırın. Vatandaşlara daha iyi çevrimiçi hizmetler sunmak ve yaşadıkları ortama katılımlarını desteklemek için daha fazla veya daha iyi neler yapılabileceği üzerine düşünün. Bir başka seçenek ise bir kamu kurumu, örneğin bir okul, hastane veya bakımevi seçip, internet sitesinin anasayfasının dışarıdaki gruplara yönelik ve onlarla birlikte (paydaşlar) nasıl bir iletişim olanağı sunduğunu incelemek. Farklı işlevlerin olanak tanıdığı farklı faaliyetler üzerine bir tablo oluşturun ve bu faaliyetlerin pratikte ne kadar iyi işlediğini değerlendirin. Sitedeki katılımcılığı sağlayan işlevler nasıl geliştirilebilir?
- Katılımcı süreçleri haritalamak: ülkenizde ne tür kamusal katılımcı süreçler var? Vatandaşlar, kamusal açıdan önem arz eden süreçlerin planlanmasına, bütçesinin belirlenmesine, uygulanmasına ve iyileştirilmesine nasıl katılabilir? Kamusal hayata dair bir alan seçin (bu örneğin gençlik politikası gibi siyasetin belirli bir alanı olabilir)

ve vatandaşlara yaşadıkları yerde belirlediğiniz bu alanla ilgili süreçlere nasıl katılabileceğini ve katkı sunabileceğini göstermek için bir harita çizin.

- Dijitalleşmeye dayalı algılanan değişimler: yeni teknolojiler ve özel şirketlerin sundukları hizmetler son on yıllarda eğitim şeklini nasıl değiştirdi? Daha önceki nesillerin deneyimini sizinkiyle karşılaştırın. Örneğin, 60 yaşındaki bir bireyle her gün okula giden bir öğrencinin iletişim biçimleri arasındaki farklar neler? Geçen yıllarda insanlar arasındaki etkileşim nasıl değişti ve öğretmenler ile öğrenciler, öğretmenler ile öğrencilerin ebeveynleri, öğretmenler ile okul dışındaki ortaklar ve son olarak öğretmen, öğrenci ile vatandaşlar arasında hangi yeni iletişim ve birlikte çalışma biçimleri kullanılmaya başlandı? Bu değişimlerin (1) öğrenci ve öğrenme koşulları, (2) öğretmen ve eğitim verme olanakları açısında faydaları ve dezavantajları neler?
- Seçtiğiniz bir sosyal medya kanalının GZFT (güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler) analizi: popüler ve tanınan bir mobil uygulama seçin ve farklı boyutları ile kullanımlarına ilişkin teker teker, ikişer gruplar halinde ya da küçük gruplarda GZFT diye tabir edilen analizi yapın. Kullanıcılar için uygulamanın güçlü yönlerinin (G), zayıf yönlerinin (Z), sunduğu fırsatların (F) ve maruz bıraktığı tehditlerin (T) haritasını hazırlayın. Kendi ya da akranlarınızın duyduğunuz deneyimlerini kullanabilir veya uygulamayı yoğun biçimde kullanan kişilerle çalışmanın arka planını oluşturacak söyleşiler yapabilirsiniz. Analizin sonucunda, uygulamanın bir kullanıcının günlük hayatını nasıl etkilediği üzerine bir değerlendirmede bulunun. Genel olarak, etkisi olumlu mu yoksa olumsuz mudur? Artılarını ve eksilerini nasıl tartarsınız?
- Sosyal medyada fark yaratmak: örneğin, YouTube, Vimeo, TikTok veya Instagram gibi sosyal medya platformları için görsel-işitsel içerik üreten biriyle bir söyleşi yapın. İdealinde, kendini açıkça bir içerik üretici olarak tanımlayan birini seçin. Bu kişinin sosyal medya stratejisini tasvir edin ve yapabileceği veya hâlihazırda yapmış olduğu demokratik katkıyı değerlendirin. İletişiminin odağında ne var? Belirlediği misyonu nasıl gerçekleştiriyor? Ürettiği içerik takipçileri tarafından takdir görüyor mu? İçeriği insanların veya kurumların düşünme veya davranış şekillerini değiştirebilmiş mi? Nasıl? Ne tür kısa veya uzun vadeli sonuçları olabilir?

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Uygulamalı bir grup projesi geliştirme ve değerlendirme;
- Gözetime tabi çevrimiçi etkileşim;
- Saha ziyaretleri ve günlük tutma;
- Örnek vaka analizi.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Dijital inovasyon;
- Belgesel mirasın kalkınma için korunması;
- Eğitimde BİT'ler.

3. ÜNİTE: DİJİTAL OYUNLAR DA DAHİL OLMAK ÜZERE ETKİLEŞİMLİ MULTİMEDYA ARAÇLARININ SINIFLARDA KULLANIMI

SÜRE: 3 SAAT

Başlıca Konular

- Etkileşimli multimedya araçları, açık eğitsel kaynaklar ve eğitimi geliştirmek için yazılımsal çözümler;
- Öğrenci dostu ortamlar oluşturmak için etkileşimli multimedya araçları/dijital oyunlar;
- İnsanların küresel sorunları tanımasını ve bunlar hakkında farkındalık kazanmasını sağlama aracı olarak medya oyunları;
- Eğitici oyunlar ile eğlence amaçlı oyunlar arasındaki farklar.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Etkileşimli internet siteleri, sunumlar, çevrimiçi tartışmalar, bloglar, viki, vikikitaplar, e-kitaplar, podcastler, videocastler, vodcastler ve oyunlar da dahil olmaz üzere, etkileşimli multimedya araçlarının öğretme ve öğrenme açısından ne kadar değerli olduğunu tanımlama;
- Etkileşimli multimedya araçları ve özellikle de oyunlar kullanarak sosyal, entelektüel ve zaman ve mekâna ilişkin beceriler geliştirme;
- Etkileşimli multimedya araçlarını, özellikle de dijital oyunları, öğretme ve öğrenme için uygulayın. Akademik konulara ilişkin (örneğin, matematik, fen bilimleri, sosyal bilimler vb.) kavramlara aşinalık kazandırmak için düşük/yüksek teknoloji ile geliştirilen multimedya araçlar/oyunlar kullanın.
- Ücretsiz ve açık kaynaklar veya sahipli yazılımlar kullanılarak geliştirilen farklı etkileşimli multimedya araçlarını analiz edin ve öğretme ile öğrenme üzerindeki sonuçları ve etkileri değerlendirin.
- Öğretme ve öğrenme süreçlerinde açık eğitsel kaynakların etkisi ve sunduğu fırsatlar üzerine bir değerlendirmede bulunun.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

"Günümüzde dijital öğrenme çözümleri üretmek kesinlikle şart hale gelmiştir... Bunun için, bütün öğrencilerin 21. yüzyıl becerileri kazanmalarının yanı sıra, sosyal ve duygusal becerilerde de yetkin olması son derece büyük önem arz eder."

– Ekselansları Shri Ramesh Pokhriyal, Hindistan Eğitim Bakanı

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Etkileşimli multimedya araçları: eğitimini verdiğiniz ders konusu üzerine düşünün. Herhangi bir arama motoru ile, bir grup eğitmene ve öğrenciye belirli bir ders konusunu (veya konularını) anlatmak için kullanabileceğiniz, dijital oyunlar da dahil, çeşitli etkileşimli multimedya araçlarını saptayın ve listeleyin. Birden çok araç bulabilmeniz gerekiyor. Seçkinizdeki oyunlarda çeşitliliğin sağlandığından emin olabilmek için, kadınlar tarafından geliştirilen veya geliştirmeden sorumlu ekipte kadınların da yer aldığı oyunlar, veya azınlıklara ya da toplumda dışlanmış gruplara mensup kişilerin geliştirdiği oyunlar arayın. İhtiyaçlarınız için, sağladıkları faydaya istinaden, bu araçlara öncelik tanıyın. Araçları belirlerken başka hangi kıstasları kullandınız? Eğitimde multimedya araçların kullanımına ilişkin uzmanlar tarafından kullanılan kıstasları araştırın. Ardından kendi kıstaslarınız ile uzmanların kıstaslarını kıyaslayın. Gözlemleriniz neler? Uzmanların kıstaslarını katılıyor musunuz?
- Etkileşimli multimedya araçlar listenizde, öğretme/öğrenme sürecinde işbirliğini ve tartışmayı ciddi biçimde değiştirecek ve kolaylaştıracak araçlar saptayabiliyor musunuz? Neden bu araçları seçtiniz? Multimedya teknolojilerinin, öğrenciler ve eğitmenlerin bilgi ile yeni biçimlerde etkileşime girmesini, içerikleri değiştirmesini ve kendi bilgilerini üretmesini nasıl sağlayacağını düşünüyorsunuz?
- Çevrimiçi oyunlar[103]: herhangi bir ücretsiz çevrimiçi insani yardım simülasyon oyunu oynayın. Bir bilgisayar oyunu, küresel sorunlarla üzerine yaratıcı bir şekilde düşünmenize nasıl yardımcı olabilir? Bu oyunların öğrenme çıktıları neler? Bu oyunlarda kadınlara ve erkeklere aynı oranda yer veriliyor mu? Bu durumun sonuçları neler? Değişimi nasıl savunabilirsiniz? Eğitim kurumunda internete erişim sınırlıysa veya hiç yoksa, eğitmenler ve öğrenciler başka kamusal internet hizmetlerini kullanarak söz konusu materyallere erişim sağlamaya teşvik edilmeli. İnternet erişiminin önemli ölçüde sınırlı olduğu yerlerde ise eğitmen oyunları çevrimiçi/elektronik formatta satın almayı veya bilgisayarlarda yerleşik oyunları kullanmayı deneyebilir. Öğrenciler ise şunları yapmaya teşvik edilmelidir:

103 Bkz.: https://en.wikipedia.org/wiki/Food_Force_2; https://papersplea.se ve http://paxwarrior.com/home.

- Elektronik oyunlar üzerine bazı belirli konularda (örneğin, dil bilimi, matematik, coğrafya, vs.) örnek incelemelerde bulunun ve belirlediğiniz bir öğrenme bağlamı çerçevesinde bir veya iki oyunu kullanarak pilot uygulamalar gerçekleştirin. Oyunun öğrenciler tarafından nasıl kullanıldığı ve dersteki hedefleri gerçekleştirmeye nasıl yardımcı olduğu konusunda bir rapor yazın.
- Açlık, çatışma ve barış gibi bazı küresel sorunlar hakkında farkındalık kazandırmak için, öğretme ve öğrenmenin bir parçası olarak bir elektronik oyunun kullanıldığı bir ders planı geliştirin. Dersi verdikten sonra eğitmenlerin ve öğrencilerin sorunlara verdiği tepkiler üzerine kısa bir rapor yazın, sordukları soruları ve oyunların bunları ele almaya nasıl yardımcı olduğunu da raporunuza not edin.
- Açık eğitsel kaynaklar (AEK'lar): açık eğitsel kaynaklar (AEK'lar) bilgiye erişimi desteklemek amacıyla kullanılan, açık-belge formatında, açık kaynak yazılımıyla paylaşılan, ücretsiz kullanıma ve yeniden kullanıma izin veren ve bazı belirli kullanıcı gruplarının (örneğin, öğrenciler, eğitici eğitmenleri, kolaylaştırıcılar, vs.) özel ihtiyaçlarına uygun şekilde kişiselleştirilebilen öğrenme materyalleri ve araçlardır – bütün dersler, modüller, ders materyalleri, ders kitapları, canlı video yayınları, testler, yazılımlar ve her türlü diğer materyal (etkileşimli veya etkileşimsiz). Eğitim alanlar şunları yapmaya teşvik edilmeli:
  - Açık eğitsel kaynaklara erişim sağlayan çeşitli internet sitelerini saptamalı ve eğitsel kaynakların AEK olarak kullanılabilmesi için gereklilikleri/kıstasları anlamalı;
  - AEK'ların nasıl üretildiğini, kullanıldığını, dağıtıldığını ve belirli öğretme ve öğrenme ortamlarına ve ihtiyaçlarına uyarlandığını çözümlemeli;
  - Örneğin, dijital oyunların nasıl bir AEK'ya dönüşebileceğini çözümlemeli ve telif hakları da dahil, AEK olmaya uygun görülmeleri için nelere gerek duyulduğunu anlamalı;
  - Kütüphane araştırması ve sınıf içi tartışması: öğrenciler, elektronik oyunlarda kullanılan ve aşina oldukları çeşitli teknikleri saptamalı, çözümlemeli ve üzerine eleştirilerde bulunmalı. Elektronik oyunları, eğitsel değerleri ve sınırları bakımından geleneksel veya kültürlere özgü oyunlarla kıyaslayın. Öğrenciler vardıkları sonuçları sunumlar şeklinde yahut şemalar kullanarak paylaşmalı.
  - Sınıf içi tartışma: Basit etkileşimli multimedya araçları veya dijital oyunları öğretme ve öğrenme süreçlerinde kullanmak da dahil olmak üzere, bir ders planı ve bir dizi eğitim aktiviteleri üretin. Öğrenciler, dijital oyunların öğretme pratiklerine entegre edilmesinin olumlu ve olumsuz yanlarını incelemelidir. Gruplardan biri, dijital oyunları öğretme ve öğrenme için kullanılmasının avantajları, bir diğeri ise zorluklar ve olumsuzluklar üzerine sunum yapmalı.[104]
  - Daha derinlemesine irdeleyin: UNESCO'nun BİT Öğretmenler İçin BİT Yetkinlik Çerçevesi adlı Açık Eğitsel Kaynak platformunu inceleyin (https://www.oercommons.org/hubs/unesco). Eğitmenlere, platformda aradıklarını bulabilmeleri ve BİT'leri öğrenme alanlarına nasıl entegre edebileceklerine ilişkin

104 Bkz. Avrupa Okul Ağı'nın (European Schoolnet) Okullarda Ders Kitaplarının Nasıl Kullanılacağına Dair Kılavuz'un 3 Bölümüne bakınız (erişim adresi: http://games.eun.org/2009/09/teachers_handbook_on_how_to_us.html).

farkındalık kazanmaları için rehberlik edin. Grup tartışması yürütün. Eğitmenler bu tür eğitim metotlarıyla karşılaşmışlar mı? Eğitmenler MBO eğitimi ile karşılaşmışlar mı? Ülkelerinde veya yaşadıkları topluluklarda eğitmenlerin BİT yetkinliklerini artırmak ve MBO eğitimini öğretme süreçlerine entegre etmek gayesiyle atılan adımları araştırmalarını isteyin. MBO yetkinlikleri ile teknik BİT yetkinlikleri arasındaki farklara ve birbirini tamamlayıcı niteliklerine vurgu yaptığınızdan emin olun. Eğitmenlere, MBO'yu eleştirel düşünme olarak değerlendirmeleri ve MBO yetkinliklerinin nasıl uygulanabileceğini ve uygulandıklarında, BİT'lerin öğrenme alanındaki kullanımını nasıl iyileştirebileceğini sürekli düşünmeleri konusunda rehberlik edin.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yukarıdaki konularla ilgili ders planları geliştirin ve bu dersleri gözetim altında uygulayın. Belgeleyin ve geri bildirimlerde bulunun.
- Deneme kaleme alın.
- Buradakilerin dışında önerilen aktiviteler ve pedagojik yaklaşımlar değerlendirme amaçlı uyarlanabilir.

Kaynaklar ve Referanslar

Chen, Wendy Hui Kyong; Fisher, Anna Watkins ve Keenan, Thomas (ed.) (2015), *New Media, Old Media: A History and Theory Reader* (*Yeni Medya, Eski Medya: Bir Tarih ve Kuram Okuyucusu*, Londra: Routledge.

Digital Media: New Learners of the 21st Century (*Dijital Medya: 21. Yüzyılın Yeni Öğrencileri*) (film, 2011), daha fazla bilgi için bkz.: https://www.imdb.com/title/tt2056555/?ref_=nv_sr_srsg_0

Gençliğin Korunması Yuvarlak Masası, Gençliği Koruma Araç Kiti, bkz.: www.yprt.eu.

Hjorth, Larissa (2011), *Games and Gaming: An Introduction to New Media* (*Oyunlar ve Video Oyunu Oynama: Yeni Medyaya Bir Giriş*), Oxford: Berg.

Lenhart, Amanda (2009), "It's Personal: Similarities and Differences in Online Social Network Use between Teens and Adults" ("Kişisel: Ergenler ve Yetişkinlerin Çevrimiçi Sosyal Ağ Kullanımında Benzerlikler ve Farklılıklar"), *Teens, Social Networking, Generations* (*Ergenler, Sosyal Ağ Oluşturma, Nesiller*) başlıklı Uluslararası İletişim Derneği'nin Yıllık Toplantısı'nda gerçekleştirilen sunum, (https://www.pewresearch.org/internet/2009/05/23/its-personal-similarities-and-differences-in-online-social-network-use-between-teens-and-adults/).

Madden, Mary (2009). "Eating, Thinking and Staying Active with New Media" ("Yeni Medya ile Yemek, Düşünmek ve Aktif Kalmak"). *Health, Education, Teens, Families, Web* (*Sağlık, Eğitim, Ergenler, Aileler, Ağ*) başlıklı ABD Ulusal Çocuk Sağlığı ve İnsan Gelişim Enstitüsü'nde gerçekleştirilen sunum (https://www.pewresearch.org/internet/2009/06/02/eating-thinking-and-staying-active-with-new-media/).

Strasburger, Victor C. ve Donnerstein, Ed (2013), “The New Media of Violent Video Games: Yet Same Old Media Problems?” (“Şiddetli Video Oyunları Yeni Medyası: Yoksa Hâlâ Eski Medya Sorunları Mı?”), *Clinical pediatrics*, 53:8, s.721-725, (https://doi.org/10.1177/0009922813500340).

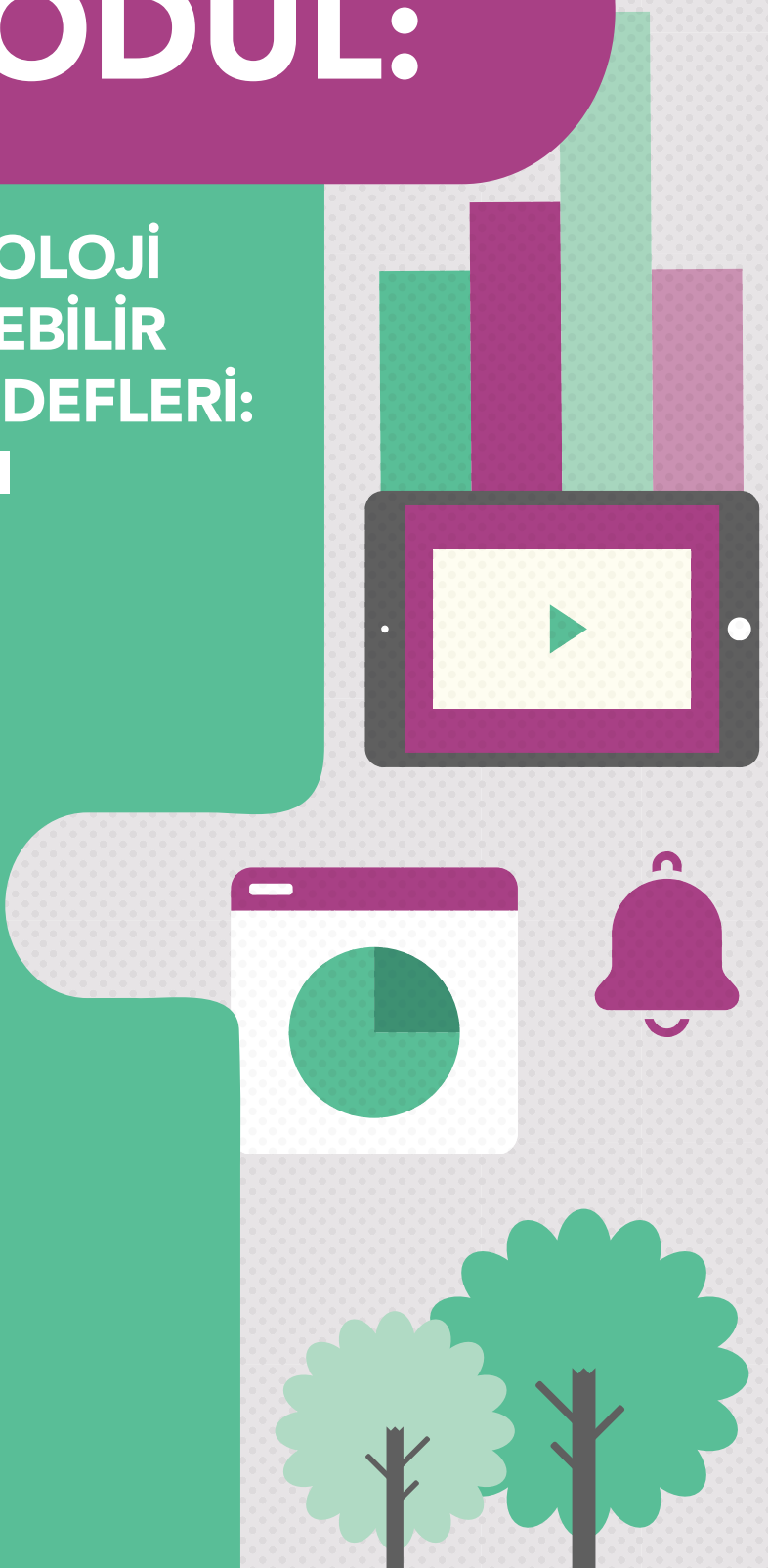
UNESCO Mahatma Gandi Barış ve Sürdürülebilir Kalkınma İçin Eğitim Enstitüsü (MGIEP), *Games for Learning* (*Öğrenme Amaçlı Oyunlar*) ve diğer kaynaklar, bkz.: https://mgiep.unesco.org/games-for-learning ve https://mgiep.unesco.org/games-for-learning-old-page.

UNESCO Mahatma Gandi Barış ve Sürdürülebilir Kalkınma İçin Eğitim Enstitüsü (MGIEP) (2019), *Industry Guidelines for Digital Learning: Discussion Draft* (*Dijital Öğrenme İçin Sanayi Kılavuzları: Tartışma Taslağı*), bkz.: https://www.researchgate.net/publication/337257834_UNITED_NATIONS_INDUSTRY_GUIDELINES_ON_DIGITAL_LEARNING_DISCUSSION_DRAFT.

UNESCO Mahatma Gandi Barış ve Sürdürülebilir Kalkınma İçin Eğitim Enstitüsü (MGIEP) (2019), *Rethinking Pedagogy: Exploring the Potential of Digital Technology in Achieving Quality Education Resources* (*Pedagojiyi Yeniden Düşünmek: Dijital Teknolojinin Nitelikli Eğitim Kaynaklarına Erişmek İçin Sunduğu Potansiyeli Araştırmak*), bkz.: https://www.researchgate.net/publication/337824802_Rethinking_Pedagogy_Exploring_the_Potential_of_Digital_Technology_in_Achieving_Quality_Education.

13. MODÜL:

MEDYA, TEKNOLOJİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA HEDEFLERİ: MBO BAĞLAMI



"Medya ve bilgi okuryazarı vatandaşlar bilgiyi arama, bilgiye erişme ve onu eleştirel biçimde değerlendirme konusunda yetkinlik sahibidir. Böylece, bilginin kültürlerarası diyalog ve sürdürülebilir kalkınma için taşıdığı potansiyelden yararlanma ve zamanımızın en acil zorluklarından birine cevap verebilme vasfını kazanırlar."

– UNESCO Genel Direktör Yardımcısı Xing Qu, 2019

ARKA PLAN VE GEREKÇE

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH) "herkes için daha sürdürülebilir bir geleceği gerçekleştirmenin bir yol haritasıdır"[105] ve küresel ölçekteki fırsatları ve zorlukları ele alır. Medya ve bilgi okuryazarlığı müfredatlarının geliştirilmesi ve uygulanması ile ilgili UNESCO tarafından teşvik edilen uluslararası standartlar SKH'lar ve küresel vatandaş eğitimine olanak tanınması[106] etrafında biçimleniyor. Bu modül, medya ve bilgi okuryazarlığının açık ve sürdürülebilir bir kalkınma için bir araç olduğunu savunarak diğer

105. Birleşmiş Milletler (2020). *About the Sustainable Development Goals* (*Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Hakkında*), bkz.: https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/.
106. Singh, Jagtar; Grizzle, Alton; Yee, Sin Joan ve Culver, Sherri Hope (ed.) (2015). *Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals* (*Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri İçin Medya ve Bilgi Okuryazarlığı*), International Clearinghouse on Children, Youth and Media, NORDICOM, Göteborg Üniversitesi, (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000234657).

modülleri tamamlar. Medya ve bilgi okuryazarlığı (MBO), 17 SKH'nın tamamı için önem arz eder. MBO, özellikle şu SKH'larla ilgilidir: Nitelikli Eğitim (SKH 4); Toplumsal Cinsiyet Eşitliği (SKH 5); İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme (SKH 8); Eşitsizliklerin Azaltılması (SKH 10); Sürdürülebilir Şehir ve Yaşam Alanları (SKH 11); Barış, Adalet ve Güçlü Kurumlar (SKH 16); ve Hedefler İçin Ortaklıklar (SKH 17).

MBO'nun SKH'lara katkısını gösteren üç örnek sunulmaktadır. Herkes için nitelikli eğitime ilişkin SKH 4'ü göz önünde bulundurduğumuzda, MBO, gençlere ve yetişkinlere kritik önem taşıyan bilgiler, nitelikli eğitime imkân tanıyan medya ve dijital yetkinlikler, küresel vatandaşlık ve barış inşası sağlamak suretiyle katkıda bulunur. İkinci bir örnek ise toplumsal cinsiyet eşitliğini ve kadınların güçlendirilmesini önceliklendiren SKH 5; MIL her yaştan kadınlara ve erkeklere, her türlü medya ve dijital platformlarda basmakalıp cinsiyet yargılarını, nefreti ve ırk temelli ayrımcılığı saptama ve karşı koyma kabiliyetlerini geliştirmelerine ve kullanıcılar tarafından üretilen içerikler aracılığıyla karşı anlatılar sunmalarına yardımcı olur. Son olarak, MBO, bilgiye ve temel özgürlüklere kamusal erişimi, vatandaşların bilgiye nasıl erişim sağladıkları, iletişimsel güçleri ve bu alandaki dijital özerklikleri, temel hakları ve kentleri daha katılımcı, güvenli, dirençli ve sürdürülebilir kılan bilgiyle olan etkileşimleri ile ilgili eleştirel farkındalıklarını artırarak temin etmeyi hedefleyen SKH 16'yı da destekler.

MBO, farklı içerik sağlayıcıların sunduğu kalkınmaya ilişkin mesajlar ve bilgileri eleştirel düşünme ve öğrenme aracılığıyla kavrayarak bu alanda farkındalık kazandırır ve anlayışı geliştirir. MBO ayrıca, SKH'ları gerçekleştirmek için bilgiye erişimin ve teknoloji kullanımının rolünün sosyal bağlamının da daha iyi anlaşılmasını sağlar. SKH'lara katılımı artırmak için vatandaşların bilgilendirilmesi şarttır, bu anlamda MBO, bireylerin bilgi, medya ve dijital ortamlarda yönlerini bulabilmeleri açısından bir hayat becerisi teşkil eder. UNESCO'nun üye ülkeleri ile ikili ve çok taraflı kurumları, MBO'yu, SKH'lar açısından taşıdığı önemden ötürü, politika önceliklerine ve programlarına giderek daha fazla entegre etmektedir.

SKH'ları gerçekleştirebilmek için medya ve bilgi okuryazarı vatandaşlar bir gerekliliktir. Bu hedefe doğru diğer önemli sütunlardan biri de dijital iletişim şirketlerinin ve medyanın yapısı ile organizasyonudur. Medya ve iletişim şirketlerinin

yapısı ve organizasyonu, özgürlük, bağımsızlık ve çoğulculuk oranları ile bağlantılıdır (bu kavramlar ile ilgili daha fazla bilgi için 1. ve 2. Modüllere ve de Terimler Sözlüğü bölümündeki tanımlara bakınız). Dijital iletişim şirketleri ve medyanın sahipliği ve kontrolü konuları, içerikleri ve süreçleri etkilediğinden kritik bir öneme sahiptir. Her ne kadar gazeteciler ve diğer bilgi profesyonelleri, ifade özgürlüğünün ve basın özgürlüğünün ifa edilmesinde sürdürülebilir kalkınma ve demokrasinin rolünü teşvik etse de, bazı eleştirilere göre, medyadaki özgürlükler ve bağımsızlık, şu veya bu şekilde, bu kuruluşların sahiplerinin, iş verenlerinin veya reklamcıların finansal ve siyasi kaygılarının tesiri altında – bu tesir kimi durumlarda göze çarpmayacak derecede, kimi durumlarda ise son derece belirgin. Bu kontrol, örüntüsü ve yapısı da dahil olmak üzere, genellikle baskın sosyal, ekonomik, çevresel, siyasi (ve jeopolitik) gerçeklikler ile sahiplik yoğunlaşması potansiyeli sonucunda şekilleniyor. Dolayısıyla gerek editoryal bağımsızlık gerekse yerel ve küresel ölçeklerde medya, dijital platform ve bilgi havuzlarının çoğulluğu önem arz ediyor. Giderek artan küresel bağlanırlık sonucu, Güney-Kuzey, Kuzey-Güney ve Güney-Güney yönlerinde bir bilgi akışı potansiyeli mevcut. Bazı nüfuzlu bölgesel medya kuruluşları ve dijital iletişim şirketleri, uluslararası medya ve teknolojik sistemlerinin düzenini her geçen gün değiştirmekte.

Dünyadaki birçok ülkede, kitlesel medya kuruluşları ve dijital iletişim şirketlerinin bazıları özel ticari şirketlerden oluşuyor. Bazıları ise özel olsalar da ticari amaç gütmüyor, örneğin STK'lar tarafından işletilen kuruluşlar gibi; bazıları da hükümete ait olup kontrolleri altında bulunuyor. Görsel-işitsel yayıncılıkta, kamusal görsel-işitsel yayıncılık modeli hem ticari hem de hükümet kontrolündeki medyaya bir alternatif teşkil ediyor. Olumlu gelişmelerden bir tanesi de, bir yörede yaşayan vatandaşların içerik geliştirmelerini sağlayan ve toplumdaki dışlanmış kesimlerin seslerini duyuran topluluk medyasının popülerliğinin artması. Medya türlerindeki ve içeriklerindeki çoğulluk sürdürülebilir kalkınma için büyük bir potansiyel teşkil ediyor. Alternatif medya, farklı ten rengine sahip bireyler ve her yaştan kadınlar ve erkeklerin de aralarında bulunduğu dışlanmış seslerin görünür kılınmasına yardımcı oluyor. (Alternatif bir medya türü olarak değerlendirilen) topluluk medyası okullarda, yerel topluluklar bünyesinde, iş alanlarında vb. kurulabilir ve daha büyük medya kuruluşlarına bir alternatif sunabilir. Bu 'küçük ölçekteki' medya kanalları haber alma özgürlüğünün savunulmasını sağlarken, yerel topluluklara seslerinin yayınlanacağı ve duyulacağı bir platform sunar.

Bu modül kısmen UNESCO'nun Medya ve Bilgi Okuryazarlığı ve Kültürlerarası Diyalog Üniversitesi Ağı'nın (MILID Network) 2015 Yıllığı, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri için Medya ve Bilgi Okryazarlığı'nı temel almaktadır[107].

107. Daha fazla bilgi için bkz.: https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2015/07/milid_yearbook_20151.pdf

ÜNİTELER

1. ÜNİTE:
MBO'NUN SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA HEDEFLERİ KAPSAMINDAKİ ROLÜ

2. ÜNİTE:
MEDYA VE DİJİTAL İLETİŞİM ŞİRKETLERİNİN SOSYAL, KÜLTÜREL VE POLİTİK BOYUTLARI

3. ÜNİTE:
MEDYA SAHİPLİĞİ VE BİLGİNİN METALAŞMASI

4. ÜNİTE:
DİJİTAL TEKNOLOJİLER ARACILIĞIYLA ALTERNATİF MEDYANIN TEŞVİK EDİLMESİ

5. ÜNİTE:
TOPLUMDA YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN KULLANIMI – SOSYAL DEĞİŞİM

1. ÜNİTE: MBO'NUN SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA HEDEFLERİ KAPSAMINDAKİ ROLÜ

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Sürdürülebilir kalkınma için MBO eğitimi ve öğrenimi;
- Sürdürülebilir kalkınma için eğitim;
- Eğitim müfredatı kapsamında "araştır", "etkileşime geç" ve "güçlendir" MBO modeli;
- Kalkınma için veri ve kütüphaneler;
- Herkes için MBO kapsamında küresel ortaklıklar: UNESCO MBO İttifakı;
- MBO Şehirleri;
- MBO, dil çeşitliliği ve kültürlerarası diyalog;
- Toplumsal cinsiyet eşitliği ve engeli olan vatandaşlar için MBO;
- Bilgi toplumlarını ilerletmek için MBO: çevre, iklim değişikliği, sağlık ve tarım.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- MBO ile SKH'lar arasındaki ilişkiyi anlayın; MBO'nun çeşitli kalkınma sorunlarına nasıl uygulanabileceğini anlatın;
- Verilerin ve kütüphanelerinin önemini anlayın ve anlatın;
- İnsanları UNESCO MBO İttifakı'na katılmaya teşvik edin ve parçası olun; MBO Şehirler kapsamında şehirlerde öğrenme alanları için savunuculuk yapın.

MBO'nun üç "E"si

Alagaran II (2015), MBO öğretmek ve öğrenmek için bir model olarak "Araştır" (*Explore*), "Etkileşime Geç" (*Engage*) ve "Güçlendir" (*Empower*) modelini[108] önerir (MBO'nun üç "E"si):

1. Araştırmak, bilgiyi, medyayı ve dijital içeriği beceri ile saptamak, erişim sağlamak ve edinmek;

2. Etkileşime geçmek, medyayı, bilgiyi ve dijital içerikleri eleştirel bir şekilde analiz etmek ve değerlendirmek;

3. Güçlendirmek, bilgiyi ve medya içeriğini karar vermek ve kalkınma hedefiyle harekete geçmek için etik, güvenli ve sorumlu bir şekilde oluşturmak veya üretmek, paylaşmak veya iletmek ve kullanmak anlamına gelir.

MBO'nun üç "E"si UNESCO'nun Sürdürülebilir Kalkınma İçin Eğitim (SKE) Çerçevesi ile de uyumludur. SKE, öğrencilerin, çevre ve kültürlerin çoğulluğuna saygı ile bağlantılı olarak, toplumsal dönüşüm için bilgiye dayalı eyleme geçmeleri konusunda güçlendiren bir yaşam boyu öğrenme türüdür. UNESCO'nun, SKE'ye ilişkin öğrenme çıktısını şu şekilde tanımlamıştır: *Öğrenmeyi kışkırtma ve eleştirel ve sistemsel düşünme gibi temel yetkinlikleri, uzlaşmaya dayalı karar verme süreçlerini teşvik etme ile günümüzdeki ve gelecekteki nesiller için sorumluluk alma*. SKE'ye ilişkin daha fazla bilgi için #ESDfor2030 (2030 yılı için SKE) Araç Kutusu'na bakın: https://en.unesco.org/themes/education-sustainable-development/toolbox

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Özetle: Bu Müfredat'ta daha önce (1. Bölüm) tartışıldığı üzere, çeşitli pedagojik yaklaşımlar mümkündür. Lütfen, 1. Bölüm'de yer alan listeyi gözden geçirin ve aşağıda önerilen Aktivitelere ve sizin formüle edebileceğiniz diğer aktivitelere hangi yaklaşımı uygulayacağınıza karar verin.

- Eğitmenler, öğrencilere **MBO'nun üç "E"si'ni** #ESDfor2030 Araç Kutusu'na uygulamaları konusunda rehberlik etmelidir. SKE'nin beş öncelikli eylem alanı hangileridir? Bu öncelik alanlarından herhangi birinin yaşadıkları topluluklarda veya ülkede uygulanıp uygulanmadığı konusunda öğrenciler nerede bilgi bulabilir ve edinebilir? Öğrencileri gruplara ayırın ve bir veya iki alana odaklanmalarını sağlayarak MBO yetkinliklerini kullanıp buldukları bilgileri değerlendirmek konusunda onlara rehberlik edin. Öğrencilerin bu konuda neler yapabilir?

108 Alagaran I José Reuben Q. (2015), "Explore, Engage, Empower Model: Integrating Media and Information Literacy (MIL) for Sustainable Development in Communication Education Curriculum" ("Araştır, Katıl, Güçlendir Modeli: Medya ve Bilgi Okuryazarlığını (MBO) İletişim Eğitimi Müfredatında Sürdürülebilir Kalkınma İçin Entegre Etmek"), in Singh, Jagtar; Grizzle, Alton; Yee, Sin Joan ve Culver, Sherri Hope (ed.) 2015). *Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals* (*Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri İçin Medya ve Bilgi Okuryazarlığı*), International Clearinghouse on Children, Youth and Media, NORDICOM, Göteborg Üniversitesi, (erişim adresi: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000234657).

- SKE çerçevesinin 4. öncelikli alanı gençliği güçlendirmek ve seferber etmek olarak belirlenmiştir. Eğer öğrenciler gençler veya gençlerle çalışan eğitmenler ise, onlardan UNESCO'nun *Proje Planlamacısı – fikirden eyleme konabilecek proje planına geçmenizi sağlayacak Gençlik Eylemi için Püf Noktaları* başlıklı içeriğinin yeterli olup olmadığını araştırmalarını ve analiz etmelerini isteyin (bkz.: https://en.unesco.org/youth/toptips). Bu proje planlamacısında neleri değiştirmeyi düşünürler? Kız çocuklar, bakış açıları ve katılımları bu planlamacıda açık bir şekilde ifade ediliyor mu? Eğitmenler veya öğrenciler MBO'yu proje planlamacısına nasıl entegre edebilir? Öğrenci gruplarına, belirledikleri SKE alanlarıyla bağlantılı olarak küçük, orta ve büyük ölçekli eyleme dönüştürülebilecek proje planları geliştirmeleri konusunda rehberlik edin. MBO ile ilişkili aktivitelerin her bir plana dahil edildiğinden emin olun. İlgili yetkili kuruma danışın ve büyük ölçekli projeler için gerekli finansal kaynakların sağlanmasına çalışın. Bu süreçte eğitmen veya öğrenci MBO'nun üç "E"si'nin etkisini gözlemleyebiliyor mu?

- Öğrenciler gruplara ayırın ve onları yerel veya uluslararası medya kuruluşları, haber ağları veya çevrimiçi dijital iletişim platformları belirlemeye yönlendirin. Bunlarda çıkan, SKE ile bağlantılı sorunlar üzerine haber veya belgesel, çocuklara ve gençlere yönelik animasyonlu içerik veya başka herhangi bir formda resmî raporlar veya medya içeriği saptayın. İçerik üzerinde doğruluk kontrolü uygulayın. MBO ile bağlantılı soruları sorun: Bu içeriği kim üretti? Hangi amaçla? Mesajlar neler? Verilen destekleyici kanıtlar neler? İçerik neleri kapsıyor? Neler dışarıda bırakılmış olabilir? Bu bilgiden kimler etkilenebilir? Öğrencileri, çevrimiçi ve çevrimdışı ağlarında doğrulanmış içerik paylaşmaya teşvik edin.
- Dünyadaki çeşitli cep telefonu uygulamaları ve öğrenme programları üzerine bir araştırma yapın. Bunlar arasında bir örnek de UNESCO Gençler İçim Mobil Cihazlar Girişimi (*YouthMobile)*: https://en.unesco.org/youthmobile. Öğrencilere, SKE'yi ve MBO'yu görünür kılacak, mobil cihazlarda kullanılacak bir uygulama fikri geliştirmeleri ve planı oluşturmaları konusunda rehberlik edin. Ama öncesinde, hâlihazırda ne tür uygulamaların olduğunu görmek için bir araştırma yapın.
- SKH'ların nasıl uygulandığına dair izleme çalışmalarının temelinde veri vardır. Kütüphanede veya öğrenme ortamında bir okuma düzenleyin. UNESCO'nun sunduğu kaynaklardan olan *Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri İçin Medya ve Bilgi Okuryazarlığı* adlı kılavuzun aşağıda belirtilen bölümlerini okuyup üzerine tartışma yürütün (https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2015/07/milid_yearbook_20151.pdf).

1. *Veri Okuryazarlığı: Kütüphanelerin Yeni Beliren Sorumluluğu,* Tibor Koltay, s.131;
2. *Medya ve Bilgi Okuryazarlığını Ölçmek: Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Açısından Sonuçları,* Alton Grizzle, s.107.

İçeriği derinlemesine inceleyin. Eleştiriler sorular yöneltin. Bu bölümlerdeki referansları gözden geçirin ve sunulan argümanları destekleyen başka bulgular araştırın. Öğrenciler bu bölümlerdeki önermelere katılıyorlar mı? Neden katılıyorlar veya karşı çıkıyorlar?

Öğrenciler neler yapabilir? SKH göstergelerine ilişkin ilgili aktiviteler için 7. Modüle bakınız.

Uluslararası Kütüphane Dernekleri ve Kuruluşları (IFLA) kütüphaneler ve bilgi hizmetleri ile bu hizmetleri kullanan bireylerin görünürlüğünü artırma ve bu alanda savunuculuk yapma amacını güdüyor. IFLA ile ilişkin daha fazla bilgi için kurumun internet sitesine bakın (https://www.ifla.org./about). SKH'ların 2015 yılında uzlaşmalar sonucunda kabulü sürecinde, IFLA, Birleşmiş Milletler Üye Ülkeleri tarafından danışılan paydaşlardan biriydi.

  - IFLA'nın "Kütüphaneler, Kalkınma ve Birleşmiş Milletler'in 2030 Ajandası" adlı çerçevesini okuyun (https://www.ifla.org/libraries-development). Kütüphaneler kalkınmaya nasıl katkı sağlayabilir? Öğrencilere, yörelerindeki, yaşam alanlarındaki veya okullarındaki kütüphanelerin bu çerçeveye dayalı olarak eylemler gerçekleştirip gerçekleştirmediğini araştırmaları konusunda rehberlik edin. Öğrenciler bu konuda neler yapabilir? IFLA'nın Uluslararası Savunuculuk Programı'nın görünür kılmaya nasıl katılabilir veya yardımcı olabilir? IFLA'nın SKH'lar için sunduğu bu çerçevenin IFLA Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Tavsiyeleri (https://www.ifla.org/publications/ifla-media-and-information-literacy-recommendations) ile ilişkisi neler?

- Kütüphanede veya öğrenme ortamında bir okuma düzenleyin. UNESCO'nun sunduğu kaynaklardan Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri İçin Medya ve Bilgi Okuryazarlığı adlı kılavuzun (https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2015/07/milid_yearbook_20151.pdf) "Toplumsal cinsiyet eşitliği ve engeli olan bireyler için MBO" başlıklı bölümünü okuyun ve üzerine tartışma yürütün. Öğrencilere, bu konularla ilgili sunulan argümanları ve bulguları eleştirel olarak analiz etmeleri konusunda rehberlik edin. Öğrenciler bu alanda neler yapabilir? Öğrencileri, kadınlar ve kız ile erkek çocukların yanı sıra engeli olan bireylere yönelik, SKH'lar ile bağlantılı çeşitli programları ve projeleri araştırmaya yöneltin. Bu tartışmaları, Birleşmiş Milletler'in **3 Aralık Dünya Engelliler Günü**[109] ve **8 Mart Dünya Kadınlar Günü** (https://www.un.org/en/observances/womens-day/background) kapsamında ele alın.
- Yukarıda önerilen aktiviteyi aynı kaynaktaki "Bilgi toplumlarını ilerletmek için MBO: Çevre, İklim Değişikliği, Sağlık ve Tarım" (s.299-327) başlıklı bölüm ile tekrarlayın; burada söz konusu olan SKH 17 dünyada sürdürülebilir kalkınma için küresel ortaklıkları yeniden canlandırmayı amaçlıyor. Bu başlıktaki hedefler finans, teknoloji, kapasite geliştirme, ticaret, çok paydaşlı ortaklıklar da dahil olmak üzere sistemsel sorunlar, veri, izleme ve hesap verebilirlik gibi konu başlıklarını kapsıyor. MBO, yukarıda ve bu MBO Müfredatı'ndaki diğer modüllerde belirtildiği üzere, bu hedefi gerçekleştirmeye yardımcı olabilir. Bu çerçevede UNESCO ve partnerleri, UNESCO MBO İttifakı'nı (öncesinde MBO Üzerine Ortaklıklar İçin Küresel İttifak) oluşturdu (bkz.: https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/gapmil). Ayrıca, bu konuyla bağlantılı olarak, SKH 11 şehirleri ve yerleşimleri daha kapsayıcı, güvenli, dirençli ve

109 Bkz.: https://www.un.org/en/observances/day-of-persons-with-disabilities#:~:text=UNESCO%20will%20mark%20the%20International,and%20with%20persons%20with%20disabilities%22

sürdürülebilir kılmayı hedefler. Benzer şekilde, UNESCO ve ortakları Küresel MBO Şehirler Çerçevesi'ni açıklamıştır (https://en.unesco.org/milcities). "MBO Şehirler" girişimi odağına vatandaşlarını alır. "MBO Şehirler" girişiminin ana hedefi şehirleri, kentsel alanlarda ve kentsel hayat çerçevesinde gerçekleşen MBO eğitimi vasıtasıyla, vatandaşları yenilikçi ve yaratıcı bir şekilde güçlendirmeye yöneltmek, bir yandan da dünyadaki başka şehirlerle bağlantıya geçirmek. Şehir terimi bu kapsamda çeşitli yaşam alanlarını temsil etmek için kullanılan genel bir ifadedir.

- Öğrencilere, SKH 11 ve SKH 17'nin hedeflerini araştırmaları konusunda rehberlik edin. MBO ile ilişkilendirebiliyorlar mı? MBO bu hedefler doğrultusunda nasıl yardımcı olabilir? UNESCO MBO İttifakı ve MBO Şehirler Çerçevesi ile ilgili araştırma yapın. İlgili belgeleri indirin ve inceleyin.
- MBO'yu görünür kılma konusunda en ön saflarda bulunmayan kurumları göz önünde bulundurun: Belediyeleri ve belediye başkanları ağlarını, seçim komisyonları ve bunlara bağlı teşkilatları, ulaşım sistemlerini, film konseylerini, medya düzenleyici kurumları, eğitim ve sağlık gibi farklı sosyal sektörleri, sanat okullarını ve diğer kültürel mekânları, kent müzelerini, yaratıcı kent ağlarını, çevreyi koruma ve atık yönetimi alanındaki aktörleri, mesleki örgütleri, araştırma kurumlarını, STK'ları, yerel toplulukları ve diğer sosyal merkezleri vb. gibi paydaşları bunlara dahil edin. Öğrencileri, yukarıda değinilen kentsel aktörlerin MBO'yu daha görünür kılmak için neler yapabilecekleri üzerine tartışma yürütmeye ve önerilerde bulunmaya yöneltin. Öğrenciler, çevrimiçi ve çevrimdışı olarak kullanılabilecek posterler veya infografikler hazırlamak için fikir üretmeli. Öğrenciler, yaşadıkları şehirlerin veya yukarıda adı geçen aktörlerin MBO Şehirler girişimlerine katılmaları için savunuculuk yürütebilir mi? Öğrenciler, MBO ve SKH'lar etrafında ortaklıklar oluşturulmasını talep etmek için UNESCO MBO İttifakı çerçevesinde ne tür girişimlerde bulunabilir? Ülkelerinde yerel veya ulusal MBO ağları, öğrenme ve yaşam alanlarında da SKH Kulüpleri kurabilir, bunlara katılabilir ya da daha görünür olmalarını sağlayabilir mi? Öğrencileri kurum veya bireyler olarak UNESCO MBO İttifakı'na katılmaya teşvik edin.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Yukarıdaki aktiviteleri temel alan araştırma projeleri;
- Bağlam analizinin temel alan yazılı fikirler.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- SKH'lar ile bağlantılı olarak Ulusal MBO politikaları için savunuculuk çalışmaları;
- Ulusal MBO değerlendirmesi;
- SKH'lar ve dijital çağda diyalog alanlarında faal olan dini liderler için MBO;
- BİT'ler ve SKH'lar.

2. ÜNİTE: MEDYA VE DİJİTAL İLETİŞİM ŞİRKETLERİNİN SOSYAL, KÜLTÜREL VE POLİTİK BOYUTLARI

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Medya ve dijital iletişim şirketleri ve ülkenin toplumsal yapısı;
- Medya ve dijital iletişim şirketleri ve ülkenin kültürü;
- Medya ve dijital iletişim şirketleri ve ülkedeki siyasi koşullar.

Öğrenme Hedefleri

- Medya kuruluşları ve dijital iletişim şirketleri ile ülkelerin toplumsal yapısı arasındaki bağı anlama;
- Medya kuruluşları ve dijital iletişim şirketleri ile bir toplumun kültürü arasındaki bağı anlayabilme;
- Bir ülkedeki siyasi atmosferin ve toplumun medya kuruluşları ve dijital iletişim şirketleri üzerinde nasıl bir etkisi olabileceğini anlama.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

Medya ve dijital iletişim şirketleri toplumsal bir boşlukta faaliyet göstermiyor; birbirinden farklı kurumların olduğu bir toplum bünyesinde yer alıyorlar. İçerik sağlayan kuruluşlar ile toplumdaki diğer kurumlar – siyasi, sosyal, kültürel ve ekonomik – arasında güçlü bağlar olduğu şüphesiz. İçerik sağlayıcılar bu kurumların varlığından etkileniyor. Ama aynı zamanda, onların varlığı da bu kurumları etkiliyor. Karşılıklı etkilerin derecesi bir ülkeden diğerine farklılık gösteriyor. Örneğin, belirli bir toplumdaki siyasi rejim medya kuruluşlarının durumunu etkiler. Bası özgürlüğü de toplumdaki siyasi rejimden etkilenir.

Medya kuruluşları ve dijital iletişim kuruluşları bir ülkedeki ekonomik sistemden de etkilenir. Örneğin, özel sektörün egemen olduğu ülkelerde, medya kuruşlarının finansmanı daha ziyade reklam ve diğer mali kaynaklara dayanır, düzenleyici mekanizmaların işler olduğu sistemlerde ise medya kuruluşları bizzat hükümetler tarafından desteklenebilir, hatta bazı durumlarda medya hükümetlerin sözcüsü olarak kullanılabilir. Bunun bir benzeri de bir ülkedeki kültür için geçerlidir. Medya kuruluşları ve dijital içerik şirketleri ülkedeki kültür ve geleneklerden etkilenir.

Bu ünite daha ziyade öğrencilerin etkileşimine yaslanacaktır. Öğrencilerden, kendi toplumlarından aşağıdaki konularla ilgili örnekler vermeleri istenecektir (daha fazla ayrıntı ve başka önerilebilecek aktiviteler için 1., 2., 12. ve diğer Modüllere bakınız):

- Yaşadıkları toplumdaki medya ve dijital iletişim şirketleri düzenleyici mekanizmalardan az ya da çok muaf sayılabilir mi? Vatandaşlar, toplumdaki gelenekler ve kültürden bağımsız olarak dilediklerini söylemekte özgür mü? Gazeteciler, habercilikte profesyonel doğrulama standartları ve yayıncılıkta kamu yararı kıstası çerçevesinde diledikleri gibi çalışmakta özgür mü?
- Medya ve dijital iletişim şirketlerinin savundukları etik kodlar bulunur. Bu etik kodlara uygun bir şekilde davranıyorlar mı?
- Ekonomik koşullar medya çalışanlarının pratiklerini nasıl etkiliyor? Medya kuruluşları ve dijital iletişim şirketleri nasıl finanse ediliyor? Birincil finansman, reklam ve/veya diğer gelir kaynakları neler?
- Medya kuruluşlarının ve dijital iletişim şirketlerinin sahipliğine de ışık tutmak önem arz ediyor. Sahipleri kimler ve bunun nasıl bir etkisi var?
- Medya sahipliği ile ilgili daha fazla bilgi için bu modülün 3. Ünitesi'ne bakınız.

3. ÜNİTE: MEDYA SAHİPLİĞİ VE BİLGİNİN METALAŞMASI

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- Küresel ekonomi, e-ticaret;
- Dijital iletişim şirketleri ve medya sahipliği;
- İletişim örüntüleri, medya sahipliği ve kontrolü;
- Özel (ticari) medya, hükümete ait veya hükümet kontrolündeki medya ve kamusal medya kuruluşları (örneğin, kamusal görsel-işitsel yayıncılık sistemleri);
- Toplum medyası ve dijital projeler;
- Teknoloji yakınsaması (kitlesel medya, dijital iletişim şirketleri, telekomünikasyon ve bilgisayarlar) ve medya ile dijital iletişim şirketleri holdinglerinin oluşumu;
- Ulusötesi mecralar (küresel medya ve dijital iletişim şirketleri);
- Medya sahipliği üzerine uluslararası ve ulusal protokoller ve antitröst yasaları;
- Medya ve dijital iletişim şirketleri sahipliği, içerik geliştirme ve programlama;
- Yabancı içerik ile yerel içerik arasındaki farklar;
- Sosyal (kamusal) bir üretim olarak bilgi ile parayla erişilen bir meta olarak bilgi;
- Medya ürünleri ve hizmetlerinin ölçümü olarak reyting ve tiraj;
- Tüketim kültürü (kitlenin ihtiyaç duydukları ile istedikleri ve arzuladıkları arasındaki farklar);
- Bilginin metalaşmasındaki stratejiler ve yaklaşımlar;
- Kamuya açık bilgi ve fikri mülkiyet hakları (bkz. 3. Modül);

- Telif hakları ve diğer bilgi mülkiyeti hakları (bkz. 3. Modül);
- Kamuya açık bilgi;
- Ücretsiz ve açık kaynak yazılımları (ve Creative Commons).

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Farklı medya sahipliği ve kontrolü örüntülerini tarif etme;
- Medya sahipliğinin ve kontrolünün medya politikalarını, süreçlerini, içeriğini ve iletimini nasıl etkilediğini değerlendirme;
- Medya yakınsamasının içerik (editoryal) geliştirme ile ilgili yeni yaklaşımların gündeme gelmesini nasıl kolaylaştırdığını anlatma (örneğin, içerikleri dışarıya yaptırmak, başka bir ülkede çalışanlara yaptırmak ve evden çalışma);
- Var olan uluslararası sözleşmelerin ve ulusal yasaların/politikaların medya sahipliği yapısını nasıl şekillendirdiğini veya düzenlediğini anlama;
- Bilginin metalaşmasını tanımlama;
- Bilginin metalaşmasındaki farklı stratejileri ve yaklaşımları tanımlama;
- Bilgi mülkiyeti ile kamuya açık bilgiyi ayırt etme ve bilgiye evrensel erişimi destekleyerek kamu yararına hizmet etmekte kamuya açık bilgi kullanımının rolünü değerlendirme.

Arka Plan ve Sorunlar

Medyanın esnek bir denetime tabi olması, çok uluslu medya veya dijital holdingler olarak tabir edilen küresel medya ve dijital iletişim şirketlerinin büyümesine ön ayak oldu. Bu kuruluşların gücü ve tesiri coğrafi, ekonomik ve siyasi sınırları aşıyor. Küresel medya ve dijital iletişim şirketlerinin bünyesinde bölgesel olarak faaliyet gösteren medya ve şirketler de bulunuyor. Antitröst yasalarına rağmen yakınsama, ulusal ve küresel düzeyde medya birleşmelerini ve satın alımlarını da kolaylaştırdı. Birçok kitlesel medya kuruluşu, telekomünikasyon, internet uygulamaları, eğlence sektörü (filmler ve video oyunları) vb. alanlarda faaliyet gösteren şirketlerle ortaklıklar kurdu. Bu ortaklıklarla birlikte kurulan yeni şirketler, mesajları, görüntüleri ve seslerinin küresel olarak iletilebilmesi, hatta farklı platformlar – matbu, görsel-işitsel ve dijital – vasıtasıyla dünyadaki en ücra kasabalara bile ulaşabilmesi sonucunda daha da güçlü hale geldi.

Küresel medya ve dijital iletişim şirketlerinin ortaya çıkışı hem fırsatlara hem de aşılması gereken bazı zorluklara gebe. Bazı iletişim bilimi uzmanları kültürel homojenleşme tehdidi konusunda uyarırken, aynı medya araçları kültürel çeşitlilik ve çoğulluk için de fırsatlar sunuyor (bir başka deyişle, artık yerel medya içeriği üretmek, yayınlamak ve karşılıklı olarak paylaşmak daha kolay). Ayrıca, küresel medyanın daha yüksek profesyonellik standartları belirlemek için kapasitesi ve kaynakları daha fazla. Bunun sonucunda, çoğu yerel medya kuruluşları kendi programlarının kalitesini yükselterek daha rekabetçi olmak

zorunda kalıyor. Dahası, etkisi dünya genelinde hissedilen kalkınma sorunları – iklim değişikliği, pandemiler veya biyolojik çeşitliliğe yönelik tehditler gibi – küresel medya aracılığıyla etkili bir şekilde aktarılabilir. Politik ve ekonomik kısıtlamalar nedeniyle yerel ve ulusal ölçekteki kitlelerden gizlenen birçok haberin de bağımsız uluslararası kitlelere yayın yapan küresel medya aracılığıyla su yüzüne çıktığı da görülmüştür. Küresel dijital iletişim şirketleri ise içerik denetimi ve ağ güvenliği gibi konulara bütçe ayıracak finansal kaynaklara sahiptir, her ne kadar zorluklar devasa boyutta olsa da (ki bunlar aynı zamanda şirketlerin büyüklüğünü ve kârlılığını gösteren işlevlerdir).

Medya ve dijital iletişim sektörlerinin politik düzen üzerindeki etkileri de değişim geçiriyor. Yeni medya teknolojileri ile artık ülke sınırları içinde ve dışında iki yönlü bir bilgi akışı oluşurken, kamusal söylem platformları da genişliyor. Bütün bunlar hoşgörüyü ve karşılıklı anlayışı beslemenin yanı sıra, sınırlar ötesi uluslararası işlemlere de imkân tanıyor. Esas mesele ise şu: Medya ve dijital iletişim seçenekleri, seçimleri ve özgürlükleri genişletmeye nasıl katkı sağlayabilir? Yaygın olan ticari medya kuruluşları ve dijital sistemler özel bir dikkat gerektiriyor çünkü ana gelir kaynaklarını hâlâ reklamcılık oluşturuyor. Medya kuruluşları bir yandan ekonomik olarak ayakta kalmayı (kârlılık) ve sürdürülebilirliğini sağlamayı (operasyonel olarak) hedeflerken, bir yandan da bağımsızlığını ve güvenilirliğini nasıl koruyabilir? Bu etmenlerden her birine aşırı vurgu yapmanın sonuçları dikkate alınmalı.

Medyada tekelleşme, devlet kontrolü örneğinde olduğu gibi, medya çeşitliliğini ve çoğulculuğu, dolayısıyla da ifade özgürlüğünü ciddi biçimde tehdit edebilir. Rekabetin denetlenmesi ve gazeteciliğin profesyonellik ile bağımsızlıktan sapmaması tekelleri önlemenin önemli parçalarıdır. Görüş çeşitliği, farklı sahiplik biçimleri (kamusal, özel ve kâr amacı gütmeyen) ve farklı medya türlerinin erişilebilir olması (matbu, radyo, televizyon, internet, vs.) ile desteklenir. Aynı ilkeler, medyayı rehin alabilme olanağına sahip ve rekabet gücü olmayan küçük ölçekteki şirketlere zarar verebilme olasılığı bulunan dijital iletişim şirketleri için de geçerlidir.

Tartışma yürütmek için: bilginin, farklı ve çoğulcu kaynaklardan olabilecek en geniş şekilde yaygınlaşması demokrasi ve kalkınma seçimleri için şarttır. Her ne kadar farklı sahipleri olan gazeteler ve görsel-işitsel yayınlar genellikle birbirlerini eleştirseler de, medyanın tek ve ortak bir sahiplik etrafında yoğunlaşması her türlü karşılıklı eleştirinin önünü tıkayabilir ve böylece medyanın kendi reklamını yapmasıyla sonuçlanabilir.

Örnek Vaka İncelemeleri

- Medya sahiplerinin siyasi ve ekonomik çıkarlarının belirli konuların haberleştirilmesini nasıl etkilediğine dair daha önce çıkan haberleri kullanın (haber değeri ve haber üretim sürecine ilişkin arka plan bilgisi için 2. Modülün 2. ve 3. Ünitelerine bakınız). Öğrenciler, haber tesirin veya kontrolün ölçeğini belirlemelerini sağlayan etmenler görebiliyor mu?
- Dijital iletişim şirketlerinin kapı bekçisi rollerinin, hangi haberlerin daha görünür kılındığı ve ekonomik kârlılık üzerinde nasıl bir etkisi olduğunu araştırın.

Bağlam Analizi

- Farklı televizyon kanalları (özel, hükümete ait ve kamusal) tarafından geniş bir biçimde haberi yapılan ulusal bir sorun saptayın ve haberlerin ele alındığı açı (yani belirli görüşleri ve bakış açılarını) ile işleniş şeklini (nesnel haberleştirme veya manipülatif) kıyaslayın (haber değeri ve haber üretim sürecine ilişkin arka plan bilgisi için 2. Modülün 2. ve 3. Ünitelerine bakınız).
- Farklı ortamlardaki okul yayınlarının (özel veya devlet okulu, dini veya seküler, yerel veya zincir okullar) editoryal politikalarını gözden geçirin ve okulun sahipliğinin yayın yönetimi ile editoryal içeriği nasıl etkilediğini keşfedin.
- Örneğin dünyanın farklı bölgelerinden, iki farklı medya kuruluşunun belirli bir konu hakkında aynı gün yaptığı haberi inceleyin ve haberin açısı ile işeniş şeklini kıyaslayın.
- Dijital iletişim şirketlerinin, yayınladıkları içerikler için medya kuruluşlarına ödeme yapılması zorunluluğu getiren Avustralya hükümetinin 2021 yılındaki girişimi benzeri önlemleri inceleyin.
- En az iki veya üç gün boyunca, başlıca bir gazete veya haber kanalının iş dünyası ile ilgili haberlerinde yer verilen konuları gözden geçirin. Günlük olarak özel şirketler ile ilgili haber sayısını sayın ve bu bölümdeki toplam haber sayısı ile karşılaştırın. Ayrıca, şirketler ile ilgili bu haberler "iyi", "kötü" ve "nötr" olarak sınıflandırılabilir.
- Yukarıda yapılan incelemeyi şimdi de Facebook ve Sina Weibo gibi bir sosyal medya platformunun içerik akışının nasıl işlediği ile karşılaştırın.

Konu Bazlı Soruşturma Yaklaşımı/Araştırma

- Eğitmenler en az on ilkokul öğrencisi ile söyleşi yapar ve neden belirli bir marka veya ürünü tercih ettiklerini sorar. Öğrenciler çocukların cevaplarını toplayıp, öne çıkan cevapları tercih edilen ürünlerin reklamlarıyla karşılaştırır.

Fikri Mülkiyet Hakları (FMH) Üzerine Araştırma Makalesi

- Eğitmenler fikri mülkiyet haklarının farklı boyutlarını inceler ve bilgiye evrensel erişim açıdan sonuçlarını değerlendirir. Makale, fikri mülkiyet haklarının tarihsel sürecini, olumlu ve olumsuz yanlarını, bu haklardan kaynaklı sorunlardan bazı somut örnekleri, gelişmekte olan ülkelerin bu haklara karşı dile getirdikleri bazı sorunları vb. konuları kapsayabilir. Avrupa Birliği bünyesinde, yayıncıları, arama motorları ve sosyal medya şirketlerinin gelir modeli çerçevesinde atıf verdikleri çevrimiçi içeriklerinin maliyetini telafi etmek için gündeme getirilen "bağlantı vergisi" tartışmasını inceleyin.

Değerlendirme

- Eğitmenler, en yeni gazete tirajları veya ulusal televizyon kanalları reytinglerini edinir. Ardından öğrenciler tirajı en yüksek olan gazetenin veya en çok reyting alan televizyon kanalının editoryal içerik belirleme veya programlama tarzı üzerine düşünür ve bu deneyimden öğrendikleri şeyler hakkında bir deneme yazar.
- Dijital iletişim şirketlerinin eriştikleri kitlenin sayısı ve niteliğine ilişkin reklamını yaptığı iddiaları inceleyin.

Araştırma Projesi

- Başlıca medya kuruluşlarının tescilli sahipleri (yetkili hükümet kurumuna yansıtıldığı şekilde) üzerine bir araştırma yürütün ve, eğer varsa, başka ekonomik ve politik çıkarlar ile ilişkilerini irdeleyin. Sonuçlar bir şema üzerinde görselleştirilebilir.
- Facebook ve Taringa! gibi şirketlerin sahibinin kim olduğunu ve bunları kimlerin kontrol ettiğini inceleyin ve Vikipedi gibi oluşumlarla karşılaştırın.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Medya sahipliği ve kontrolü ile internet şirketi sahipliği ve kontrolü üzerine araştırma makalesi;
- Örnek vaka analizlerine katılım.

Önerilen bağlam analizi çalışmalarına dayalı olarak yazılı fikirler

- Çalışmaları analiz edin ve üzerine araştırın;
- Örnek vaka incelemeleri/araştırma makalesi;
- Sınıf içi tartışmalara ve diğer grup öğrenme aktivitelerine katılım;
- Bilgi toplumu;
- Dijital uçurum/bilgi uçurumu;
- Bilgiye evrensel erişimi ile ilgili sorunlar: Fikri mülkiyet hakları ve kamuya açık bilgi.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Medya ile bağlantılı yaratıcı sanayilerin ortaya çıkışı;
- Oyun gelişimi (etkileşimli eğlence yazılımları);
- Elektronik yayın;
- Film, video ve fotoğraf;
- Yazılım ve bilgisayar hizmetleri;
- Diğer konular.

4. ÜNİTE: DİJİTAL TEKNOLOJİLER ARACILIĞIYLA ALTERNATİF MEDYANIN TEŞVİK EDİLMESİ

SÜRE: 2.5 SAAT

Başlıca Konular

- Alternatif medya: neden ortaya çıktı?
- Anaakım medyanın inandırıcılığı;

- Bilgi ve iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışı;
- Medya alışkanlıklarının ve tüketici tercihlerinin değişmesi;
- Alternatif medyanın sahipliği ve kontrolü (bir başka deyişle, sahipliğin ve kontrolün demokratikleşmesi). Alternatif medyayı takip eden kitle: farklı kesimler (kadınlar, gençler, çocuklar, işçiler, vs.), dışlanan gruplar (kültürel topluluklar, göçmenler, vs.) vb.;
- Alternatif medyanın sunduğu içerikler (örneğin bir yaşam alanında veya sektördeki kalkınmayla ilgili sorunlar ve kaygılar);
- Alternatif medyadaki gazetecilik süreçler (örneğin şeffaflık, çoğulluk ve ifade özgürlüğü);
- Bir alternatif medya kuruluşunun farklı ortamlarda planlanması, yönetilmesi ve varlığının sürdürülmesi;
- Okul ortamında alternatif medya;
- Belirli bir topluluk bünyesinde alternatif medya;
- Alternatif medyanın gelir modelleri.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Alternatif medyayı – mantığını, özelliklerini ve uygulamalarını – tanımlama;
- Farklı formatlardaki – matbu, görsel-işitsel yayınlar ve elektronik – alternatif medya örneklerini çözümleme;
- Alternatif medyayı anaakım medyadan ayırt ermek için başvurulan editoryal süreçleri (planlama, üretim ve dağıtım da dahil olmak üzere) tarif etme;
- Özellikle dışlanmış kitlelerin sorunları ve kaygılarını haberleştirme ve onların seslerini duyurma konusunda alternatif medyanın belirli topluluklar (sanal topluluklar da dahil olmak üzere) üzerindeki etkisini değerlendirme;
- Bir topluluk bünyesinde veya okul ortamında bir alternatif medyanın kuruluşunu planlama.

Pedagojik Yaklaşımlar ve Aktiviteler

ÖRNEK VAKA İNCELEMELERİ

Eğitimciler önde gelen alternatif medya kuruluşlarını (bazıları çevrimiçi olmak üzere) ele alarak örnek vakalar üzerine okuma yapar ve alternatif bir medya kuruluşu bünyesinde planlama ve yönetim konusundaki iyi uygulamaları listeler. Özellikle şu konular göz önünde bulundurulur:

- Konu planlama (yani haber konusu saptama);
- Bulguları ortaya çıkarma veya kaynağını bulma;
- Veri/bilgi işleme/düzenleme;

- Paydaşları (kitleleri) editoryal sürece dahil etme;
- Operasyonel yönetim (editoryal ve ekonomik);
- Takipçi kitlelerini genişletme ve koruma suretiyle gelir elde etme;
- Öğrenciler aşağıdaki özellikleri iyi uygulama göstergeleri olarak kullanabilir:
  - Yaratıcılık;
  - Yerellik;
  - Etkililik;
  - Etkinlik;
  - Katılımcılık.

ALTERNATİF MEDYA KURULUŞUNA SAHA ZİYARETİ/BİR TOPLULUĞU İÇERİDEN GÖZLEMLEME

Öğrenciler, bir alternatif medya kuruluşuna saha ziyareti gerçekleştirir; bu çerçevede editörler, medya yöneticileri ve gazeteciler ile söyleşiler gerçekleştirir ve editoryal ile yönetim politikaları ve pratiklerini gözlemleyerek anaakım medya şirketlerinki ile kıyaslar. Raporları, alternatif medya kuruluşunun yöntemlerine ilişkin şunları da içermelidir:

- Haberleri nasıl seçer?
- Bilgi kaynaklarını nasıl seçer?
- Haberin açılarını (belirli bir bakış açısını öne çıkarma) ve işlenme şeklini (nesnel haberleştirme veya manipülasyon) nasıl seçer?
- Kitleden nasıl geri bildirim alır?
- Nasıl gelir elde eder?
- Reyting ve tiraj/tıklama olarak başarıyı nasıl ölçer?

MEDYA ÜRETİMİ

Eğitmenler dışlanmış bir topluluğu ziyaret eder ve bilgi ihtiyaçlarını öğrenmek için söz konusu topluluğun liderleri ve üyeleri ile söyleşiler gerçekleştirir. Ekip daha sonra bu ziyaret ile ilgili bir YouTube videosu veya podcast üretir. Daha güçlü bir etki bırakması için müzik ve başka unsurlar ekleyebilirler.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Vaka incelemeleri;
- Alternatif medya üretimi;
- Alternatif medya kuruluşlarına gerçekleştirilen saha ziyareti ile ilgili yazılı bir makale;
- Sınıf içi tartışmalara ve diğer öğrenme aktivitelerine katılım.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Topluluk muhabirleri ve topluluk yayıncılığı;
- Çatışmalara duyarlı habercilik/barış gazeteciliği.

5. ÜNİTE: TOPLUMDA YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN KULLANIMI – SOSYAL DEĞİŞİM

AYRINTILAR İÇİN 12. MODÜL, 2. ÜNİTEYE BAKINIZ

Bu Modül İçin Kaynaklar ve Referanslar

Birdsall, William F. (1996), "The Internet and the Ideology of Information Technology" (İnternet ve Bilgi Teknolojisi İdeolojisi"), *The Internet: Transforming Our Society Now* (*İnternet: Toplumumuzu Şu Anda Değiştiriyor*), INET96 Tutanakları, (http://www.isoc.org/inet96/proceedings/e3/e3_2.htm).

Deutsche Welle Akademie (2020), *MIL Index Study: An Assessment of MIL in Six African Countries* (*MBO Endeksi Araştırması: Altı Afrika Ülkesinde MBO Değerlendirmesi*), https://www.dw.com/en/dw-akademie/mil-index/s-54253270.

Ejiofor, Chiwetel (2019), *The Boy Who Harnessed the Wind* (*Rüzgârı Dizginleyen Çocuk*) (film), daha fazla bilgi için bkz.: https://www.imdb.com/title/tt7533152/.

Fidler, Roger (1997), *Media Morphosis: Understanding New Media* (*Medya Morfoz: Yeni Medyayı Anlamak*), California: Pine Forge Press.

Green, Lelia (2002), *Communication, Technology, and Society* (*İletişim, Teknoloji ve Toplum*), Londra: Sage Publications.

Habermas, Jürgen (1989), *The Structural Transformation of the Public Sphere* (*Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*), İngilizceye çev. Thomas MacCarthy. Cambridge: Polity Press.

Habermas, Jürgen (1994), "Citizenship and National Identity" (*Vatandaşlık ve Ulusal Kimlik*), in Steenbergen, Bart Van (ed.). *The Condition of Citizenship* (*Vatandaşlık Hali*), Londra: Sage Publications.

Johannessen, Paul ve Jousan, Jeffrey (2012), *Women of Fukushima* (*Fukuşima'nın Kadınları*) (film), izlemek için: https://vimeo.com/203761250.

Littlejohn, Stephen W. ve Foss, Karen A. (2008). *Theories of Human Communication (9th Edition)* (*İnsan İletişimi Teoriler, 9. baskı*), Belmont, California: Thomson Wadsworth.

Marris, Paul ve Thornham, Sue (ed.) (2002), *Media Studies: A Reader (2nd edition)* (*Media Araştırmaları: Bir Okuyucu – 2. baskı*), New York: New York University Press.

Pavlik, John V. (1998), *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives (2nd edition)* (*Yeni Medya Teknolojisi: Kültürel ve Ticari Perspektifler – 2. Baskı*), Boston: Allyn and Bacon.

Servaes, Jan (ed.) (2003), *Approaches to Development Communication: Studies on Communication for Development* (*Kalkınma İletişimine Yaklaşımlar: Kalkınma İçin İletişim Üzerine Araştırmalar*), Paris: UNESCO.

Stevenson, Nick (1995), *Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication* (*Medya Kültürlerini Anlamak: Sosyal Kuram ve Kitlesel İletişim*), Londra: Sage Publications.

Sussman, Gerald ve Lent, John (ed.) (1991), *Transnational Communications Wiring the Third World* (*Üçüncü Dünya Ülkelerini Bağlayan Ulusötesi İletişim*), Newbury Park, California: Sage Publications.

UNESCO (2017), Education for Sustainable Development Goals: Learning Objectives (Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri İçin Eğitim: Öğrenme Hedefleri), (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000247444).

UNESCO (2019), *Educational Content Up Close: Examining the Learning Dimensions of Education for Sustainable Development and Global Citizenship Education* (*Eğitsel İçeriğe Çok Yakından Bakınca: Sürdürülebilir Kalkınma İçin Eğitim ve Küresel Vatandaşlık Eğitimi'nin Öğrenme Boyutları Üzerine Bir İnceleme*), (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000372327).

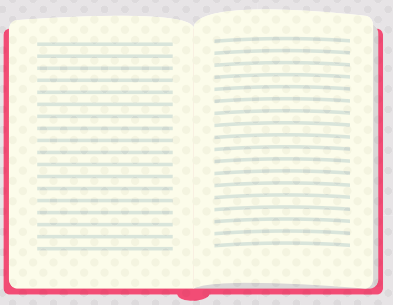
UNESCO (2020), *#ESDfor2030: A Roadmap for Education for Sustainable Development* (*#2030İçinSKE: Sürdürülebilir Kalkınma Eğitimi İçin Bir Yol Haritası*), video: https://youtu.be/0XTIP_PsEos.

UNESCO (2020), *Education for Sustainable Development: A Roadmap* (*Sürdürülebilir Kalkınma İçin Eğitim: Bir Yol Haritası*), (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374802).

UNESCO, *Sustainable Development Goals - Resources for Educators* (*Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri – Eğitmenler İçin Materyaller*), bkz.: https://en.unesco.org/themes/education/sdgs/material.

14. MODÜL:

İLETİŞİM VE BİLGİ, MBO VE ÖĞRENME – BİTİRME MODÜLÜ



ARKA PLAN VE GEREKÇE

Medya ve bilgi okuryazarlığını odağına alan bu MBO Müfredatı, iletişim ve bilginin daha geniş alanının bir parçası ve modern öğrenme kuramlarının biçim verdiği bir müfredat olarak görülmelidir. Öğretme ve öğrenme arasında çok yakın bir ilişki vardır ve her ikisi de iletişim ve bilgi süreçlerinin bir parçasıdır. Aslına bakılırsa, ikisinden biri, diğeri olmadan etki yaratamaz (Ndongko, 1985). Eğitmenler ve öğrenciler öğrenme alanlarında, bilinçli yahut bilinçdışı bir şekilde temel, hatta zaman zaman karmaşık iletişim ve bilgi süreçleri unsurlarını uygular.

Kitlesel medya (radyo, televizyon ve gazeteler) ve dijital iletişim şirketleri öğrenme alanına entegre edildiklerinde, eğitim vermek ve öğrenmek hem da zengin hale gelir hem de sunduğu zorluk derecesi artar. Eğitmenler ve öğrencilerin MBO yetkinliklerine sahip olması, daha zengin eğitim ortamları ve daha dinamik öğretme ve öğrenme süreçleri için olanaklar sağlar.

Eğitmenler, her yeni nesilde bilginin önceki nesillerle ilişkilendirilmesini, sürdürülmesini ve yenilenmesini sağlayan çok sayıda değişikliğin ön saflarında yer almıştır. Bugünün dünyasında, bilgi insanlar, makineler ve dijital ağlar arasında dağıtılmaktadır. Sınıf içinde ve dışındaki öğrenme deneyimlerini güçlendirebilmesini de insanların bu dağıtılan bilgiye erişimleri ve onunla etkin etkileşimleri sağlayabilir.

COVID-19 pandemisi, internete erişimi olan insanların çoğunun çevrimiçi etkileşiminin ciddi oranda artmasına neden oldu. Örneğin, birçok öğrenci, örgün eğitimlerini sürdürebilmek için, teknoloji destekli çevrimiçi ya da uzaktan öğrenmeye tabiydi. Ancak insanlar, koronavirüs krizinin

ötesinde de çevrimiçi olmanın azami faydasını görebilmek için MBO yetkinliklerine ihtiyaç duyacaklar. Çevrimiçi platformların gelişimi ve kullanımı ve uzaktan öğrenme içerikleri nedeniyle gerek eğitmenler gerekse öğrencilerin çevrimiçi riskler ve dikkat dağıtıcı unsurların farkına varmaları için ciddi MBO yetkinliklerine sahip olmaları şarttır. MBO'nun kurumlara genişletilmesinin ve MBO yetkinliklerinin bütün vatandaşlara yaygınlaştırılmasının araştırma ve politika süreçlerindeki bazı sonuçları nelerdir?

Eğitmenlerin ve öğrencilerin, kütüphaneler, arşivler, müzeler, medya ve dijital iletişim şirketleri gibi içerik sağlayıcılarıyla etkileşim içinde olmaları sürdürülebilir kalkınmayı vurgulayan, çoğulcu, demokratik ve aynı zamanda açık bilgi üretimini de besleyen öğrenme alanlarının oluşturulmasını destekleyebilir. Bu dinamik olguların öğrenme alanlarında gerçekleştirildiğinin bilinci, öğrenme kuramlarında ve temel iletişim ve bilgi kuramlarında saptanan bilişsel ve üstbilişsel süreçleri odağa koyar. Bilişsel terimi, düşünme, deneyimler ve diğer duyular vasıtasıyla bilgi edinme, öğrenme ve bilgiyi anlama sürecini tanımlayan bilişsellik teriminden türemiştir.

Bu modül, daha önceki modüllerdeki içeriklerden yararlanarak bir kapanış rolü görmektedir. Modül, iletişim, bilgi ve öğrenme (öğrenme kuramları da dahil olmak üzere) arasındaki bağları araştırmaktadır ve MBO'nun bu bağları nasıl güçlendirebileceğine dair öneriler sunar. Değişimin, MBO ortamının insanlara daha fazla olanaklar sunacak şekilde pekiştirilmesi için nasıl yönetilebileceğine ilişkin bir tartışmayla son bulur.

ÜNİTELER

1. ÜNİTE:
İLETİŞİM VE BİLGİ, ÖĞRETME VE ÖĞRENME

2. ÜNİTE:
ÖĞRENME TEORİLERİ VE MBO

3. ÜNİTE:
ÖĞRENME ALANLARINDA MBO İÇİN ELVERİŞLİ BİR ORTAMI GELİŞTİRMEK İÇİN DEĞİŞİMİ YÖNETME

1. ÜNİTE: İLETİŞİM VE BİLGİ, ÖĞRETME VE ÖĞRENME

SÜRE: 2 SAAT

Başlıca Konular

- İletişimi tanımlama;
- Temel iletişim ve bilgi kuramları;
- Öğretme ve öğrenmeyi birer iletişim ve bilgi süreçleri olarak inceleme ve MBO bilgisinin bu süreci nasıl güçlendirebileceği;
- MBO hakkında ve vasıtasıyla eğitim verme stratejileri.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- İletişim ve bilgi hakkında temel bir anlayış sergileme;
- MBO yetkinliklerinin uygulanması bakımından temel iletişim ve bilgi kuramlarını ve bunların öğretme ve öğrenme süreçleri ile ilişkilerini tespit etme ve çözümleme.

Aktiviteler

Öğrenme alanlarında kütüphaneler, arşivler, müzeler, medya ve dijital iletişim şirketleri gibi içerik sağlayıcıları kullandığımız takdirde, eğitim verme biçimlerimiz üzerine bir değerlendirme yapmamız gerekir: Bunları nasıl kullanıyoruz? İçerik sağlayıcılar bilginin öğrencilere aktarım şekillerini, öğrencilerin birbirleriyle ve eğitmenlerle olan iletişimini nasıl etkiliyor? Bu sürece ilişkin içerik sağlayıcılar ne tür veriler topluyorlar ve veri toplama faaliyetlerinin sonuçları neler?

İletişim ve bilgi modelleri, MBO'nun öğretme ve öğrenme deneyimindeki yerini kavramsallaştırmak için bir çerçeve sunabilir. Bu modeller öğrenme alanlarında eğitmenlerin, öğrencilerin ve bilgi sağlayıcıların rollerini yakinen inceleme olanağı tanır.

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından mühendislikten mülhem bir paradigma kullanılarak basite indirgenmiş bir model önerilmişti (Shannon ve Weaver, 1948; Schramm, 1954; Berlo, 1960). Bu model sürecin doğrusal olduğunu ve bir mesajın göndericisi ile başladığını varsaymaktadır, oysa başka birçok model iletişim kanallarının birer vasıta olarak yapılandırıcı etkisini ve itici gücünü, aynı zamanda da bu kanalların mesajları tür ve format olarak biçimlendirdiğini vurgular. Her ne kadar söz konusu model insan topluluğu, kültür, güç ve anlamla etkileşim gibi önemli öğeleri ıskalasa da, sınırlı bir anlayış sunabilecek bazı unsurların saptanmasını sağlamıştır.

- Gönderici (üreten/kaynak);
- Mesaj (içerik);
- Kanal (vasıta);
- Alıcı (cevap veren/şifreyi çözen);
- Geri bildirim (alıcıdan göndericiye ve döngü boyunca karşılıklı olarak sürmesi).

Aşağıda başka modeller de önerilmektedir. Ancak bu basit şema temel alınarak şu aktiviteler göz önünde bulundurulabilir:

- Eğitmenler ve öğrenciler bu modelin öğretme ve öğrenme alanlarındaki öğrenme deneyimlerine hangi şekillerde uygulanabileceğini saptayabilir. Bu modelde hangi roller eğitmen olarak benimsenmektedir? Öğrencilere hangi roller düşer? Bu rollerin biçimlendirdiği bir öğrenme deneyimi nasıl olur? Öğretme-öğrenme süreçlerinde geri bildirim süreci nasıl yönetilmektedir? MBO bilgisi bu süreci iyileştirmeye nasıl yardımcı olur?
- Öğrencilerin, öğrenmek amacıyla içerik edindikleri ve iletişim sağladıkları platformları eleştirel bir şekilde inceleme olanaklarını göz önünde bulundurun. Kütüphaneler, arşivler, müzeler, medya ve dijital iletişim şirketleri vasıtasıyla eğitim verme mevhumları da bu konuyla ilişkilidir. Öğrenciler, öğrenme alanlarında hangi içerik sağlayıcılar vasıtasıyla içerik edinmekte ve iletişim sağlamaktadır? Bu içerik sağlayıcıların öğretme ve öğrenme deneyimleri üzerindeki etkisi nedir? Örgün eğitim ve öğrenme alanlarınızda hangi içerik sağlayıcıların kullanımına izin verilmektedir? Hangilerine izin verilmemektedir? Neden? Bu içerik sağlayıcıları müfredata dahil etmenin arkasındaki mantığı ve seçme sürecini açıklayın. MBO nasıl yardımcı olabilir?
- MBO eğitimi vermek farklı türdeki bütün içerik sağlayıcılar ve bunların yaşam boyu eğitimde ve bilginin, mesajların ve iletişimin aktarımında ve biçimlenmesinde (örneğin, kütüphaneler, arşivler, medya ve hatta dijital teknoloji başlı başına sınıfa incelenen konular olabilirler) oynadıkları role ilişkin farkındalık ve analiz gerektirir. Bunları öğretmek, içerik sağlayıcılarını kullanırken gerek eğitmenler gerekse öğrencilerin kendi rollerine ve bu içerik sağlayıcıların rolleri ile her birinin ayrı ajandaları ve çıkarlarına ilişkin farkındalık sahibi olmalarını ve analiz yapmalarını şart koşmaktadır. Bu içerik sağlayıcılarının kullanımı öğretilen konuları etkiler mi? Ya bu konuların hangi içerik sağlayıcılar ya da araçlar vasıtasıyla öğretildiklerini? Kütüphaneler, dijital iletişim şirketleri ya da medya vasıtasıyla öğretilen belirli bir konu var mı? Eğitmenler, MBO yetkinliklerini öğrettikleri konulara nasıl uyarlayabilirler?
- MBO üzerine ve dijital teknolojiler, kütüphaneler, arşivler ve diğer içerik sağlayıcılar vasıtasıyla eğitim vermeye ilişkin genel örnekler saptayın. Kendi öğrenme alanlarınızda bu iki yaklaşımın kullanıldığı somut aktiviteleri/örnekleri anlatın. Bu yaklaşımlar öğrencilere, kendi öğrenme deneyimleri özelinde neler sunmaktadır?
- Eğitmenler ve öğrenciler, aşağıda belirtilen, iletişim biliminde tanımlanan iletişim ve bilgi modellerini araştırmak için küçük gruplar halinde bir çalışma düzenlemelidir:

İletişim Kuramları Örnekleri

- Lasswell İletişim Modeli;
- Uyarlanabilir Düşünme Kavramı;
- Gündem Belirleme Kuramı;
- AIDA (Dikkat Çekme Etmeni, İlgi Uyandırma Öğesi, Arzu Öğesi ve Eylem Öğesi);
- Atıf Kuramı;
- Bilişsel Uyumsuzluk Kuramı;
- Sosyal Pazarlama Kuramı.

Bilgi Kuramları Örnekleri

- Bağlamsal Tasarım;
- Enformasyon Kuramı;
- Bilgi Kültürü;
- Sosyal Bilgi İşlemi.

Dijital Teknoloji Araştırmaları ve Etkileşim Kuramları Örnekler[110]

- Teknoloji Kabullenme Modeli;
- Kontrol Kuramı;
- Toplumsal Sözleşme Kuramı;
- Kanal Kuramı;
- Bilgi Entegrasyonu Kuramı;
- Bayes Karar Kuramı;
- Yaratıcılık Kuramı;
- Farkındalık Kuramı.

Her grup, sınıf tartışmasında kuramları diğerlerine anlatmak üzere kullanacakları basit, özgün posterler hazırlamalı. Eğitmenler ve öğrenciler şu sorulara cevap vermelidir (bunlara başka sorular da eklenebilir): Kuramın temel bileşenleri nelerdir? Odağında ne vardır, güçlü yanları nelerdir? Diğer kuramların en azından biriyle olan farklarını veya ilişkisini anlatın. Zayıf yanları nelerdir? Eğitmenler ve öğrenciler, söz konusu kuramın eğitim ya da öğrenme sürecine yararlı olduğunu gözlemledikleri, gerçek hayattan en az bir örnek verebilirler mi? Kuram ya da modelin eksik noktaları neler olabilir? MBO'nun ne şekilde yardımcı olabileceğini düşünüyorsunuz?

110 Lim, Sanghee; Saldanha, Terence; Malladi, Suresh ve Melville, Nigel (2013), "Theories Used in Information Systems Research: Insights from Complex Network Analysis" ("Bilgi Sistemleri Araştırmasında Kullanılan Kuramlar: Karmaşık Ağ Analizi'nden Gözlemler"). *Journal of Information Technology Theory and Application*. 14. s. 5-46.

- Eğitmenler, yukarıda listelenen kuramları araştırmalı ve örnek vaka incelemeleri konusunda öğrencilere rehberlik etmelidir. Grup tartışması yürütün ve tartışmayı yönlendirin.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Uygulamalı bir grup projesi geliştirme ve değerlendirme;
- İletişim veya bilgi modellerinden birini seçip belirli bir senaryoya uygulama.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Eğitimde BİT'ler;
- Bilim, Teknoloji, Mühendislik ve Matematik alanlarında (STEM) kadınlar ve kız çocuklar;
- Dijital inovasyon.

2. ÜNİTE: ÖĞRENME TEORİLERİ VE MBO

Başlıca Konular

- Pedagoji ve MBO;
- Öğrenme teorileri nelerdir?
- Üstbiliş nedir?
- Üstbiliş ve MBO: Bağ kurmak.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- MBO öğrenimi görenlere uyacak pedagojik stratejiler geliştirme;
- Öğrenciler için üstbilişsel stratejiler saptama ve geliştirme.

Pedagojik Stratejiler

Çeşit çeşit öğrenme kuramları vardır. Bunların büyük bölümü ile bu MBO Müfredatı'nda yer alan 14 modülde değindiğimiz kavramların çoğu arasında bağlantılar bulunur. Sonuç olarak, bu kuramları bilmek, insanların MBO'yu hem daha iyi öğrenmelerini hem de, genel anlamda, sosyal hayatlarında daha etkin bir şekilde uygulamalarını sağlayacaktır. Öğrenme kuramlarından bazı örnekler şunlardır:[111]

- Piaget Bilişsel Gelişim Kuramı;
- Vygostky Öğrenme Kuramı;
- Sosyal Öğrenme Kuramı;
- Bilişsel Öğrenme Kuramı;
- Bruner'ın Spiral Müfredatı;
- Davranışçı Öğrenme Kuramı;
- Yapısalcı Öğrenme Kuramı;
- Hümanist Öğrenme Kuramı;
- Bağlantıcı Öğrenme Kuramı.

- Yukarıdaki kuramları öğrenmeyi değerlendirin. Eğitmenler ve öğrenciler gruplara ayrılır. Her grup beş dakika uzunluğunda basit bir video çekmelidir (cep telefonuyla veya bir bilgisayar yazılımı kullanarak). Videoların sunumunu yapın ve ardından moderasyonlu bir tartışma yürütün. Eğitmenler ve öğrenciler şu sorulara cevap vermelidir (bunlara başka sorular da eklenebilir): Kuramın temel bileşenleri nelerdir? Odağında ne vardır, güçlü yanları nelerdir? Diğer kuramların en azından biriyle olan farklarını veya ilişkisini anlatın. Zayıf yanları nelerdir? Eğitmenler ve öğrenciler, söz konusu kuramın eğitim ya da öğrenme sürecine değer kattığını gözlemledikleri, gerçek hayattan en az bir örnek verebilirler mi? Kuram ya da modelin eksik noktaları neler olabilir? MBO'nun ne şekilde yardımcı olabileceğini düşünüyorsunuz? Yararlı olabilecek başka kuramlar da var mı?
- "Twitter gibi sosyal platformlar görece yeni aktörler olarak görülebilir olsalar da, sosyal öğrenme yeni değil. Sosyal öğrenme teorilerinin, İnternet'ten çok daha eskilere dayanan, onlarca yıllık uzun bir geçmişi var. Yeni teknolojiler, yeni bir bilgi akışı ve medyanın giderek yaygınlaşması bazen olumsuz açılardan değerlendirilebilir. MBO, insanların bu yeniliklerin sunduğu olanaklardan yararlanırken risklerinden de kendilerini korumalarını sağlar. MBO insanların daha iyi bir sosyal öğrenme ve yaşam boyu öğrenme arayışlarını destekler. Eğer Burrhus Frederic Skinner, Clark Lewis Hull, Neil Miller ve John Dollard gibi bazı önde gelen yenilikçi eğitmenler bugün yaşıyor olsalardı, sosyal medya vasıtasıyla araştırma yapmanın faydalarından övgüyle bahsedebilirlerdi. Hiç şüphesiz, Albert Bandura, sosyal medyanın, eğitmenlere ve diğer sosyal aktörlere, insanların öğrenme sürecini ve etkileşimlerini zenginleştirebilmek için eşsiz fırsatlar sunduğu fikrine katılırdı." UNESCO ortaklığında geliştirilen *Twitter ile Öğretmek ve Öğrenmek: Medya ve Bilgi Okuryazarlığı, Dijital Sınıf* başlıklı kaynaktan alıntılan bu görüş üzerine tartışma yürütün. Bu aracın ne kadar faydalı olduğunu

111. Bkz.: Teacherofsci, Eğitimde 15 Öğrenme Kuramı (Kapsamlı bir Özet); https://teacherofsci.com/learning-theories-in-education/

değerlendirmek için sorular belirleyin ve cevaplayın. Eğitmen veya öğrenci olarak, örgün öğrenme alanları içinde ve dışında Twitter'ı kullanıyor musunuz?

- *Twitter ile Öğretmek ve Öğrenmek: Medya ve Bilgi Okuryazarlığı* başlıklı kaynakta önerilen çeşitli aktiviteleri inceleyin ve test edin. Bu kaynakta eğitmenler ve öğrencilere yönelik deneyimlerini belgelemeleri ve farklı çevrimiçi sosyal medya platformlarında çeşitli etiketlerle (*hashtag*) paylaşmaları için bir kılavuz da yer almaktadır. Başka sosyal medya platformları veya dijital iletişim şirketleri tarafından hazırlanan, eğitmenlere ve öğrencilere yönelik kılavuzlarla ve araçlarla da aynısını yapabilir misiniz? MBO ile ilişkili yetkinlikler bu kaynaklarda daha geniş bir kitleye aktarılıyor mu? Bunlara ne tür iyileştirmeler eklenebilir?
- Medya ve bilgi okuryazarlığını Bloom'un Öğrenme Taksonomisi ile ilişkilendirin:
  - Görev tanımı;
  - Bilgi arayışı;
  - Yer saptama ve erişim;
  - Mesaj ve bilgi analizi;
  - Mesajlar ve bilgide bağlam analizi;
  - Bilgi kullanımı;
  - Sentezleme;
  - Değerlendirme.

Öğrencilerin öğrenme alanınızda bu öğelerle ilişkili becerileri nasıl geliştirebileceklerini ve sergileyebileceklerini saptayın. Bunu mümkün kılacak pedagojik stratejileri veya aktiviteleri tarif edin.

- Bu stratejileri ve aktiviteleri içeren bir müfredat ünitesi için bir ders planı veya özeti tasarlayın. MBO üzerine tek bir ders/özet geliştirebilir veya var olan bir derse MBO'yu entegre eden bir ders/özet hazırlayabilirsiniz. Öğrencilerin bu becerileri başarıyla sergileyebilmeleri için eğitmenlerin yapmaları gereken kilit değerlendirmeleri/uyarlamaları saptayın.
- Bir önceki ünitede özetlenen kuramları/modelleri göz önünde bulundurarak medyanın, kütüphanelerin, arşivlerin ve diğer içerik sağlayıcıların dersinizde/ünite özetinizde oynayacağı rolü açıklayın ve bunun gerekçelerini anlatın. Eğitmen olarak hangi rolü/rolleri üstleneceksiniz? Öğrencilere sunulan rol(ller) nedir? Bu rollerin öğrenme sürecini nasıl daha etkin hale getireceğini düşünüyorsunuz?
- Eğitimi alan öğrencilerin başarısı için üstbiliş ve üstbilişsel stratejiler üzerine bilgi sahibi olmaları önemlidir. Üstbiliş, "bilişsellik üzerine bilişsellik" veya "bilmeyi bilmek" olarak tarif edilebilir. Muhtelif şekiller alır ve belirli öğrenme veya sorun çözme stratejilerinin nasıl kullanılabileceğine ilişkin bilgi içerir. Pratikte, bu beceriler kişinin kendi bilişselliğini yönetebilmesini, düşünme ve öğrenme potansiyelinden azami olarak yararlanabilmesini ve uygun etik/ahlâkî kuralları değerlendirebilmesini sağlar.
- Yukarıda belirtilen MBO yetkinlikleri listesini inceleyin. MBO yetkinliklerinin her biri için öğrencilerin öğrenme deneyimlerini pekiştirmek için başvurabilecekleri

üstbilişsel stratejileri listeleyin ve tanımını yapın. Örneğin, görev tanımı için kavramsal bir haritadan yararlanılabilir, mesaj ve bilgi analizine destekleyici olarak ise bir bilgi metninin farklı bölümlerini kısa tanımlarla özetleyen bir diyagram hazırlanabilir ve bu diyagramın yanında yöneltilmesi gereken kritik sorulara yer verilebilir.

- Tercih ettiğiniz bir modülden birkaç aktivite seçin. Aktivitelerin her birini tamamlayabilmek için öğrencilerin ihtiyaç duyduğu yetkinlikleri saptayın. Öğrencilerin bu aktivitelerden öğrendiklerini örgün öğrenme alanlarının dışında kütüphaneler, arşivler, müzeler, medya, dijital iletişim şirketleri gibi bilgi sağlayıcılarla ve araçlarla olan ilişkilerine uygulamalarında üstbiliş ne tür bir rol oynayabilir?
- MBO öğretiminde pedagojik stratejilere ilişkin 1. Modülün 5. Ünitesi'ne bakın. Kendi müfredatınız bağlamında, belirli bir strateji seçip uyarlayın veya öğrenciler için geliştirin. Bu yaklaşım iletişim ve bilgi kuramlarını, öğrenme kuramlarını ve MBO'yu öğrenme deneyimi nasıl entegre etmektedir? Bu stratejinin sizin müfredatla ilgili somut beklentilerinizle bağları nelerdir? Eğitmenler ve öğrenciler başarılı olduklarını nasıl anlarlar? (Örneğin, söz konusu strateji değerlendirme ve ölçme amaçlı bir programla nasıl bağdaşmaktadır?)
- Kütüphanelerin, arşivlerin ve müzelerin MBO yetkinliklerinin gelişimindeki rolünü değerlendirin. Belirli bir pedagojik stratejinin bu ortamların birinde nasıl kullanılabileceğini gözler önüne serecek bir aktivite tasarlayın. Bu ortamlara özgü olan, öğretme ve öğrenme deneyimlerini olumlu biçimde etkileyebilecek özellikleri göz önünde bulundurun.
- Bu Müfredatta yer alan modüllerden birinde gördüğünüz veya kendi çalışmanızda tasarladığınız bir aktiviteyi temel alarak MBO Müfredatı'nın farklı öğretme ve öğrenme türleri için (örneğin, kinestetik öğrenme, görsel öğrenme, işitsel öğrenme, derin okuma, sosyal öğrenme vb.) ne gibi olanaklar tanıdığını açıklayın.

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Uygulamalı bir grup projesi geliştirme ve değerlendirme;
- Cevapların yalnızca sosyal medya temel alınarak verileceği bireysel ödevler. Ödevi tamamlarken eğitmen tarafından belirlenen MBO yetkinliklerinin sergilenmesi gerekmektedir.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Engeli olan vatandaşları için medya ve bilgi okuryazarlığı;
- Medya ve bilgi okuryazarlığının göçmenler, mülteciler, kız ve erkek çocuklar vb. gibi farklı sosyal grupları odağına alacak şekilde tasarlanması;
- Eğitimde BİT'ler;
- Toplumsal cinsiyet duyarlı öğrenme yaklaşımları;
- Dijital inovasyon.

3. ÜNİTE: ÖĞRENME ALANLARINDA MBO İÇİN ELVERİŞLİ BİR ORTAMI GELİŞTİRMEK İÇİN DEĞİŞİMİ YÖNETME

Başlıca Konular

- Küresel medya ve bilgi okuryazarlığını geliştirme çabası: dünyada yapılan faaliyetlerden örnekler, politika geliştirme, vs.
- MBO'nun örgün, yaygın ve sargın öğrenme alanlarında ele alınmasına olanak sağlayacak ortamlar;
- MBO'yu öğrenme alanlarına entegre ederken karşılaşılabilecek zorluklar ve bu zorlukların üstesinden gelebilmek için göz önünde bulundurulabilecek stratejiler.

Öğrenme Hedefleri

Bu üniteyi tamamladıktan sonra, eğitmenler ve öğrenciler şu becerilere sahip olacaktır:

- Yerel ve küresel çapta uygulanabilecek MBO inisiyatiflerini saptama ve tarif etme;
- Farklı paydaşları medya ve bilgi okuryazarlığı konusunda teşvik etme;
- MBO'nun okullara entegrasyonunu planlarken dikkate alınması gereken kilit konuları tarif etme.

Pedagojik Stratejiler

Eğitmenlere, aşağıda belirtilen yedi farkındalık türü üzerinde düşünmeleri ve bunlarla ilgili şahsi değerlendirmelerini yazdıkları ve daha sonra herkesle paylaşacakları kısa bir günce tutmaları konusunda rehberlik edin[112] . Eğitmenler bunu daha derin bir araştırma yapmaya gerek olmadan gerçekleştirebilmelidir. Ardından, daha ayrıntılı bir araştırma yapmalarını, konu üzerine düşünmelerini ve günceyi yeniden yazmalarını isteyin; öğrencileri blog yazılarına başlayarak kendi deneyimleri ile düşüncelerini yayınlamaya veya sosyal medya üzerinden paylaşmaya yöneltin.

- Öz farkındalık;
- Bilgi farkındalık gerektirir;
- İletişim farkındalığı;
- Dil farkındalığı;
- MBO farkındalığı;
- Öğrenme farkındalığı;
- Değişim yönetimi farkındalığı.

112 Dr. Drissia Chouit'nin Dilin Gücü başlıklı bir konuşmasından esinlenmiştir (https://www.youtube.com/watch?v=5yGWASki1OU).

Arama motorları ve başka kaynaklar kullanarak, hâlihazırda çevrimiçindeki veya topluluk bünyelerinde, okullarda ve öğretmenlik eğitimi veren enstitülerdeki öğrenme alanlarında bulunan medya ve bilgi okuryazarlığı programları, projeleri veya girişimleri ile ilgili bir araştırma yürütün. Hem yerel hem de uluslararası örnekleri değerlendirin. Bu örneklerden birini seçerek odağına aldığı kilit konu başlıklarını saptayın. Söz konusu programın MBO'yu bünyesine katan bu Müfredat ile farkları nelerdir? Program, saptadığınız farklara rağmen ne şekilde MBO'ya ilgi duyan eğitmen ve öğrencilerin yararlanabilecekleri bir kaynak olarak kullanılabilir?

MBO hedeflerini destekleyen dernekler ve kurumlara ilişkin bir araştırma yürütün. Bu dernek ve kurumun programları eğitmenlere ve öğrencilere hangi bilgileri ve kaynakları (insan kaynağı ve materyaller olarak) sunmaktadır.

Eğitmenleri ve öğrencileri şunları araştırmaya ve süreçlere dahil olmaya yönlendirin:

- UNESCO MBO İttifakı (https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/gapmil);
- Ulusal MBO dernekleri veya ağları; ve
- UNESCO MIL CLICKS (https://en.unesco.org/MILCLICKS).

MBO dersleri ve programlarının başarılı olmasını sağlamak için birçok uzman bir dizi tavsiye geliştirdi. Bu tavsiyelerin birçoğunu aşağıdaki listede bulabilirsiniz. Bu listenin kendi özel durumunuza nasıl uygulanabileceğini açıklayın. MBO'nun bulunduğunuz bölümde veya kurumda başarılı olmasını sağlamak için burada belirtilenlere ilaveten verebileceğiniz tavsiyeleri belirleyin.

Örnek Alınabilecek Tavsiyeler:

- İçeriği saptayın;
- Program ve politika düzeylerindeki kilit katılımcıları ve destekçileri belirleyin;
- Uygulama/entegrasyon için stratejik bir plan geliştirin, vs.;
- MBO'yu tanıtılması için bir planlama yapın;
- Destek verebilecek birimleri/dernekleri belirleyin;
- Hâlihazırda erişilebilir ve gerekli olan kaynakları belirleyin;
- MBO dersleri ve programları için değerlendirme ölçütleri geliştirin.

Öğrenciler için başarılı bir program oluşturulması kriteri dikkate alındığı zaman bu listede değişiklikler gerekiyor mu? Burada belirtilenlere ek değerlendirmeleri saptayın.

Kendi ve eğitim alanınızdaki insanların öğrenme ihtiyaçlarını göz önünde bulundurduğunuzda, MBO eğitmenlere ve öğrencilere yönelik hâlihazırda yürütülen programlara ne şekilde entegre edilebilir veya nasıl ayrı ve tek bir program olarak geliştirilebilir? Her birinin avantajları ve dezavantajları neler? Somut modülleri örnek olarak gösterin.

Değişim, farklı paydaşları saptamayı ve değişimin önündeki engelleri ve sunacağı faydaları analiz etmeyi gerektirir. Bunun için önceliklerin belirlenmesi ve ittifaklar oluşturulması gerekir. Katılımcılardan somut olarak eyleme geçmeyi sağlayacak bir strateji ya da bir plan oluşturulmasına katkı sunabilecek bir değişim teorisi geliştirmelerini isteyin.

MBO'ya yönelik ilginin politika yapıcılar, program direktörleri, BM ve diğer uluslararası kuruluşlar ve kurumunuzda veya yaşadığınız topluluktaki eğitmenler arasında artmasını sağlayacak bir plan geliştirin. Her bir grubun öncelikleri ve ihtiyaçları neler? Bu MBO Müfredatı'nın bu ihtiyaçlara cevap verilmesine nasıl yardımcı olabileceğini açıklayın. Burada adı geçen paydaşlara eklenebilecek diğer paydaşları da belirleyin. Bunlardan her biri MBO'nun tanıtımı için nasıl bir rol oynayabilir?

Değerlendirme ve Tavsiyeler

- Grup projesi fikirleri üretme, bunları geliştirme ve uygulama.

Daha Ayrıntılı Bir Değerlendirme İçin Konular

- Ulusal veya kurumsal MBO politikaları ve stratejilerinin geliştirilmesine ve uygulanmasına katılım;
- Değişim yönetimi;
- Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri için MBO.

Kaynaklar ve Referanslar

Big6. 2010. *Edebiyat Vasıtasıyla Bilgi Okuryazarlığı Öğretmek*, Big6 e-bülteni 11.1, 4. (www.big6.com).

Geek the Library (Kütüphaneye Bilgiç bir Merak Besle), Uluslararası Kütüphane Dernekleri ve Kuruluşları Federasyonu, (https://www.facebook.com/geekthelibrary).

Handbook for Information Literacy Teaching, third revision (*Bilgi Okuryazarlığı Öğretimi El Kitabı, üçüncü revizyon*), University Library Service, 2009.

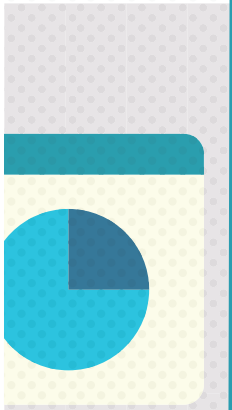
Mokhtar, Intan Azura (2008), *Teaching Information Literacy Through Learning Styles: The Application of Gardner's Multiple Intelligences* (*Öğrenme Biçimleri Üzerinden Bilgi Okuryazarlığı Öğretmek: Gardner'ın Çoklu Zekâ Kuramı'nın Uygulanma Şekli*), Nanyang Teknoloji Üniversitesi (NTU) Wee Kim Wee İletişim ve Bilgi Okulu (WKWSCI), Singapur.

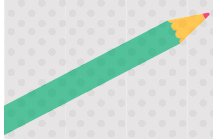
UNESCO (2003), *Media Education in the Pacific: A Guide for Secondary School Teachers* (*Pasifik'te Medya Eğitimi: Ortaokul Öğretmenleri İçin Bir Kılavuz*), Paris, 2003.

UNESCO (2009), *Sürdürülebilir Kalkınma Eğitiminde Bir Ortak Olarak Medya: Eğitim ve Kaynak Kiti*, (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000158787)

UNESCO (2019), *Twitter ile Öğretmek ve Öğrenmek: Medya ve Bilgi Okuryazarlığı, Dijital Sınıf*, (https://en.unesco.org/sites/default/files/gmw2019_twitter_mil_guide.pdf)

AI





Terimler Sözlüğü

TERİMLER SÖZLÜĞÜ[113]

Açık eğitsel kaynaklar: Kamusal alanlarda mevcut kılınan veya açık kaynak olarak yayınlanan, herhangi bir kısıtlamaya tabi olmayan veya bu kısıtlamaların sınırlı olduğu, başkaları tarafından ücretsiz bir şekilde erişilebilen, kullanılabilen, uyarlanabilen ve yeniden dağıtılabilen, her türlü kanaldaki (dijital veya diğer kanallar) eğitim, öğrenim ve araştırma materyallerine Açık Eğitsel Kaynaklar (AEK) denir.

Aktif kitle: Bireylerin, medya mesajlarını kendi geçmişleri, deneyimleri ve bakış açıları çerçevesinde aldıklarına ve yorumladıklarına, bunun sonucunda da farklı grupların aynı mesajı farklı biçimlerde yorumlayabileceğine ilişkin bir teori.

Algoritma: Genellikle sorun öbekleri çözmek veya hesaplamalar yapmak için tanımlanan, kapsamı belirli, bilgisayarlara uygulatılabilecek bir sonlu diziden oluşan komutalar, programlar ve kodlar.

Alternatif medya: Alternatif medya, içerik, üretim ve dağıtımı temelinde yerleşik veya baskım medya türlerinden (anaakım veya kitlesel medya gibi) farklılık gösteren medya kaynaklarıdır. Kimi zaman, bu kuruluşların büyük medya şirketlerinden bağımsızlığına atfen bağımsız medya terimi eşanlamlı olarak kullanılır, ancak bu terim basın özgürlüğünden yararlanan ve hükümet kontrolünden muaf medya kuruluşlarından söz etmek için de kullanılır. Alternatif medya, matbu, sesli, film/video, çevrimiçi/dijital ve sokak sanatı vb. gibi çeşitli biçimleri kapsadığından, belirli bir formatla sınırlı değildir.

Anaakım medya: En geniş dağıtım kanalları üzerinden yaygınlaştırılan ve medya tüketicilerinin çoğunluğunun karşılaşma ihtimalinin en yüksek olduğu medya. Bu terim aynı zamanda en yaygın düşünce akımlarını, etkileri ve aktiviteleri yansıtan medya kuruluşlarını da imler. Dijital iletişim şirketleri içerikleri çoğaltmayı sürdürdükçe, anaakım medya kuruluşlarının rollerini ve erimini azaltan bir parçalanma meydana gelir.

Anlatı: Bir hikâye veya konunun olaylar dizisi ile anlatımı. Çoğu nesnel bilgi, belirli olguları öne çıkaran daha geniş bir anlatının bir parçası olarak düzenlenir ve metinle etkileşime giren kişiye bunu yorumlamasını sağlayacak bir kılavuz sunar. Dolayısıyla anlatılar faklı biçimlerde olabilir ve buna rağmen hepsi nesnelliğini koruyabilir. Ancak bazı anlatılar, mezenformasyon ve dezenformasyon tekniği olarak, yapılarının bünyesine yanlışlar ve yanlış yönlendirici içerikler örer.

Araç (*medium*): Bu terim, "medya" sözcüğünün teknolojiyi ifade eden tanımı ile eşanlamlı olabilir (bkz. "medya" başlığı). Ama aynı zamanda belirli bir teknolojiye ya da birden fazla teknolojinin bir arada kullanımına dayalı bir kanal anlamına da gelebilir. Örneğin, televizyon, yayınla (dijital veya uydu) veya kablosuz ve 3G telekomünikasyonla veya kablolu internet ile dağıtılabilen bir kanaldır.

Arketip: Bir kişi veya bir nesnenin, o kişi veya nesnenin daha sonraki versiyonlarını temsil ettiği kabul gören model veya ideal biçim.

113. Bu terimler sözlüğünün hazırlanışında, Vikipedi de dahil olmak üzere çok sayıda kaynaktan yararlanılmıştır. BM'nin bu terimlerle ilgili kesin tanımları olarak okunmamalıdır.

Arşivci: Uzun vadeli bir değeri olduğu addedilen kayıtları ve arşivleri değerlendiren, toplayan, düzenleyen, koruyan, kontrolünde muhafaza eden ve bunlara erişim sağlayan bilgi profesyoneli.

Ayrılıp birleşme tekniği ile öğrenme (*jigsaw learning*): Ayrılıp birleşme tekniği (*jigsaw*), ana gruptaki her öğrenciye bir konunun tek bir unsuru hakkında uzmanlaşmasını sağlayan (örneğin, gruplardan biri yağmur ormanlarındaki hayvanların habitatlarını incelerken, başka bir grup yağmur ormanlarındaki sadece avcı olan hayvanları araştırır), işbirliğine dayalı bir öğrenme stratejisidir.

Bağlam analizi: MBO eğitiminde metinlerin teknik, anlatısal ve durumsal bağlamlarının incelenmesi ve analizine odaklanan pedagojik yaklaşım.

Basın özgürlüğü: Bireylerin veya kuruluşların (sadece medya kuruluşlarıyla sınırlı değil) ifade özgürlüklerini, kitlesel bir dağıtıma olanak tanıyan bir kanal vasıtasıyla belirli bir kitleye içerik sağlamak üzere kullanma özgürlüğüdür. Bu özgürlük, doğrudan sansürden veya hükümet kontrolünden muaf olma kaidesini imler. Medyada veya dijital iletişim şirketlerinde tekelleşmeyi önlemek için rekabet yasalarının uygulanmasının önüne geçmez; devletin yayın frekansları tahsis etmesi veya bir telif hakkını uygulaması, çocukları koruma ve uluslararası standartlara uygun bir şekilde tanımlanan başka gerekçelerle yapılan kısıtlamalar da özgürlük kapsamına girer.

BIG 6 bilgi işleme modeli: Big 6 her yaştaki bireylerin bir sorunu nasıl çözdüklerine ilişkin bir işleme modelidir. Bu süreç, bilgi sorun çözme işlemine eleştirel düşünme becerilerine dayanan sistematik bir yaklaşım sunar: 1) Görev tanımı; 2) Bilgi arama stratejileri; 3) Yer saptama ve erişim; 4) Bilginin kullanımı; 5) Sentezleme; 6) Değerlendirme.

Bilgi (*knowledge*): Bilginin (enformasyon) daha sonra uygulanabilecek bir şekilde (teknik bilgi/*know-how*) dönüştürülmesi veya anlama eyleminde için kullanılması. Bilgi, öğrenilebilir. Bilgi ayrıca, bunların hangilerinin hangi durumlarda uygulandığını yargılayabilmeyi sağlayan bilgeliğin de temelidir.

Bilgi edinme hakkı: Vatandaşların, kamusal kurumların muhafaza ettiği veya kamusal bir yetkiye dayanarak üretilip özel paydaşların sahip olduğu (örneğin, vergi mükelleflerinin katkısıyla finanse edilen enstitülerdeki araştırmalar) veya kamu yararı için çok büyük önem taşıyan (örneğin, bir petrol sızıntısı sonucu) bilgilere erişme hakkını ifade eder.

Bilgi etiği: Bilginin üretimi, düzenlenmesi, yaygınlaştırılması ve kullanımı arasındaki ilişki ile toplumda bireylerin davranışlarına tesir eden etik standartlarını ve ahlak kurallarını odağına alan etik dalı.

Bilgi gizliliği/veri koruma: Bilgi veya kişisel veri gizliliği (veri korumanın bir parçası olarak), verilerin toplanması ve yaygınlaştırılması, teknoloji ve gizliliğin korunması yönündeki kamusal beklenti arasındaki ilişkiyi ifade eder. Veri koruma, şirketlerin ve

hükümetlerin sınıflandırılan verileri veya ticari sırları koruma beklentisini de kapsayabilir, ancak bu vakalar mahremiyet hakkıyla ilgili değildir. Ancak, şirketlerin ve hükümetlerin, vatandaşlarla üzerine kayıtlarında bulundurdukları veriler bakımından mahremiyet hakkını koruma görevleri vardır.

Bilgi kontrolü: Çoğu zaman bir araştırmanın veya editoryal sürecin parçası olarak, bir iddianın (konuşmada veya yazıda yapılan bir beyan veya doğru varsayılan bir görsel) doğruluğunu teyit etme.

Bilgi okuryazarlığı: Bilgiye ne zaman gereksinim duyulduğunu anlayabilme ve farklı formatlardaki bilginin konumunu saptamanın yanı sıra, onu değerlendirme, etkin biçimde kullanma ve iletme kabiliyetini ifade eder.

Bilgi sağlayıcı: Toplanan bilgileri temin eden bir birey veya kurum. Farklı içerik sağlayıcılar, diğer içeriklere nazaran bilgi konusunda daha fazla uzmanlaşabilir, ama çoğu genellikle karışık türde içerikler sunar. Haber medyası bilgi alanında uzmanlaşmıştır, ancak birçok medya şirketi haberin yanı sıra eğlence de sunar, kimi zaman bu ikisinin arasındaki sınırı bulanık hale bile getirebilir. Kütüphaneler, gerek ansiklopediler ve dergiler (bilgi) gerekse romanlar (kurmaca) sunar. Dijital içerik şirketleri ise, tartışmalı bir şekilde, bilginin, yaratıcı sanatların ve eğlenceli videolar, *meme*ler, reklamlar ve diğer içeriklerin yanında mezenformasyon, dezenformasyon ve nefret söyleminin de bulunduğu geniş bir karışım sunmakla bilinir.

Bilgi/enformasyon toplumu (*information society*): İçerik üretiminin, dağıtımının ve manipülasyonunun başlıca bir ekonomik ve kültürel faaliyet halini aldığı toplumlara bilgi toplumu denir. Bir bilgi toplumu, ekonominin temelini sanayinin veya tarımın oluşturduğu toplumlardan ayırt edilebilir. Bilgi toplumunun makine araçları bilgisayarlar ve telekomünikasyon sistemleridir.

Bilgi toplumu (*knowledge society*): Bu kavram "bilgi toplumları"nın (information societies) daha üst bir merhalesini ifade etmek için UNESCO tarafından tanımlanmıştır. "Bilgi ekonomileri" (*knowledge economies*) kavramından farklıdır. UNESCO'nun yaptığı tanım çerçevesinde, bilgi toplumları, insan gelişimi için bilimsel bilgi inşa etmek ve uygulamak amacıyla bilgiyi saptama, üretme, işleme, dönüştürme, yaygınlaştırma ve kullanma kabiliyetleri ile ilgilidir. Bilgi toplumları doğaları gereği dört ana hat üzerine kuruludur: ifade özgürlüğü, bilgi ve bilimsel bilgiye evrensel erişim, kültürel ve dilsel çeşitliliğe saygı ve herkes için nitelikli eğitim.

Bilgi yaşam döngüsü: Bilgi yaşam döngüsü, her bilginin kaydın (yazılı veya bilgisayar ortamında) ve üretiminden depolanmasına ve dağıtımına, sonrasında da yok edilmesine/kaybına kadar geçirdiği süreci ifade eder. Bu aşamalar, daha kolay bir erişime veya depolanmanın daha güvenli olmasına imkân tanıyacak şekilde format veya kaydın yapıldığı medyanın değişimini de kapsayabilir. Bilginin yaşam döngüsünde, belirli bir içeriğin bilimsel bilgi hatta bilgeliğe dönüştürülmesi sonucunda, söz konusu bilginin değeri zaman içinde değişikliğe uğrayabilir. Bireyler, bir bilgi ile yaşam döngüsünün farklı aşamalarında etkileşime girmenin değer bakımından ve diğer sonuçlarının bilincinde olmalıdır.

Bilgiye erişim: Bilgiye erişim, bilgiyi saptama, edinme ve etkin bir şekilde kullanma hakkı, olanağı ve kabiliyeti ile ilgilidir. Kapsamına bilgi üzerinde yasal veya başka türlü hak sahipliği, bilginin ne ölçüde "açık" olduğu veya olması gerektiği ve de erişimi sağlayacak internet bağlantısının olup olmadığı ile bu bağlantının maliyeti gibi konular girer. Kabiliyet konusu, var olan olanakları anlamlı biçimlerde kullanma yetkinlikleri ile bağlantılıdır. Bilgi Edinme Hakkı Yasası'nın (Bilgi Edinme Özgürlüğü yasaları olarak da bilinir) sunduğu güvenceden yoksun bir erişim sınırlıdır. Bilgiye erişmeye olanak sağlayan koşullar ve yetkinlikler olmadan, bu hakkın içi boş kalır.

Bilgiye erişme hakkı: Bkz. "bilgiye erişme" başlığı.

Bilişsel sistem: İnsanların, uzmanlığını artırmak ve kavrayışını geliştirmek amacıyla makineler ile daha doğal biçimde etkileşime girebilmesi için bilişsel hesaplama, doğal dil işleme ve makine öğrenmesi gibi teknikler kullanan teknolojiler sınıfı.

BİT (Bilgi ve İletişim Teknolojileri): Bilgi ve iletişim teknolojileri, bilgiyi işlemek ve iletişimi kolaylaştırmak için kullanılan, bilgisayar ve ağ donanları ile gerekli yazılımlar da dahil olmak üzere, bütün teknik imkânları kapsar. Bir başka deyişle, BİT'ler, bilgi teknolojilerinin yanı sıra, telefon sistemleri ve görsel-işitsel medya da dahil olmak üzere, aralarında ses ve videoyu işleyen ve aktaran her türlü araçtan oluşur. İletişimin, modern bilgi teknolojilerindeki rolünü (telefon hatları ve kablosuz sinyaller) vurgular. Bütün BİT'ler elektroniktir, ancak hepsi dijital değildir (her ne kadar bu durum giderek değişmekte olsa da). Ayrıca, MBO açısından bakıldığında bütün dijital teknolojiler bilgi ve iletişimle ilgili değildir; bunlardan bazıları ticari işlemlerde verileri analiz eder, motorlu taşıtları kullanır veya iklim alanında izleme çalışmalarında kullanılır.

Blog: Genellikle tek bir kişi tarafından yönetilen, bu kişinin yorumlarını, bazı olaylarla ilgili anlatımlarını, fotoğraflarını veya videolarını yayınladığı bir internet sitesi. Başka kullanıcılar da blog girişlerinde yorumlarını bırakabilir ancak yalnızca blogun sahibi düzenleme yapma yetkisine sahiptir. Bloglardan çoğu zaman "çevrimiçi günlükler" olarak söz edilir.

Bloklama: Belirli bir içeriğe veya bir içeriğin kaynağına erişimi engellemek suretiyle yayındaki dijital içeriklerin erişimden kaldırılması için kullanılan teknik veya editoryal yöntemleri ifade eder. Geçmişteki seçenekler yalnızca bloklama veya izin verme ile sınırlıyken, kimi içerikler veya hizmetlere erişimi yavaşlatma, içerikleri belirli şekillerde etiketleme ve başka içeriklerle karşı dengeleme vb. gibi çeşitli işlemler de buna eklenebilir.

Blokzinciri (*blockchain*): Farklı konumlarda yapılan bütün ödeme işlemlerinin dijital bir kaydını almak için kullanılan ve bu konumlardan bağımsız dahili işlem doğrulama süreçleri olan bir sistem. Blokzinciri çoğunlukla alınıp satılabilen ve kayıtlara yeni bloklar eklendikçe sürekli büyüyen kripto para uygulamalarından (bitcoin gibi) söz etmek için kullanılır.

Boole işleçleri: Boole işleçleri, çevrimiçi bir aramada daha odaklanmış ve verimli sonuçlar elde edebilmek amacıyla anahtar kelimeleri birbirleriyle bağdaştırmak veya dışarıda bırakmak için kullanılan bazı basit kelimelerdir (AND, OR, NOT veya AND NOT).

Cinsiyetçi gizlilik: Bu alanda araştırma yapan akademisyenler tarafından yeni tanımlanan ve gizliliğin kadınlar ve erkekler için farklı işler kaidelere tabi olduğunu ifade eden bir terim.

Cinsiyetçilik: Cinsiyete dayalı önyargı veya ayrımcılık, özellikle de kadınlara karşı. Cinsiyete dayalı toplumsal roller ile ilgili basmakalıp yargıları besleyen davranışları, koşulları veya tutumları kapsar.

Çeşitlilik: Farklılığa samimi bir saygı ve takdir – çoğulculuk fikrine ek olarak. Demokratik toplumlar ve sistemler çeşitliği insan haklarının ve insan onuruna saygının bir parçası olarak savunurlar. Daha ayrıntılı bir açıklama için "medya çoğulculuğu" tanımına bakınız.

Çoğulculuk: Bkz. "medya çoğulculuğu" başlığı.

Çoğunluğa katılma (*bandwagon*) reklamcılığı: Bir eğilimin dışında kalmamak amacıyla insanları bir ürünü veya hizmeti satın almaları veya tutumlarını ve davranışlarını değiştirmeleri için kullanılan bir ikna şekli.

Dar yapay zekâ: Dar yapay zekâ, belirli veya sınırlı bir görevi yerine getiren yapay zekâ sistemlerini tarif etmek için kullanılan bir terimdir.

Davranış kuralları ve etik ilkeler: Etik ilkelerin çerçevesi geniştir ve çalışanlara veya üyelere hangi tür davranışların ve kararların kabul edilebilir olduğuna ilişkin genel bir fikir verir. Davranış kurallarının tanımı ise daha odaklıdır. Çalışanların veya üyelerin belirli durumlarda nasıl bir davranış sergilemeleri gerektiğini tarif eder. Daha fazla ayrıntı için bkz. "gazetecilik ilkeleri."

Demokrasi: Doğrudan veya hür bir seçim sisteminde seçilmiş temsilcileri üzerinden dolaylı ifası suretiyle, nihai yetkinin bireylere ait olduğu bir hükümet sistemi. Demokrasi, bireyin hayatını ve temel hakları ile özgürlüklerini etkileyen kararlar ile ilgili söz sahibi olma özgürlüğünü de imler.

Denetim: Kurallar ve ilkelerin geliştirilmesi ve uygulanması suretiyle kurumların ve aktörlerin davranışlarını kontrol etme veya etkileme çabalarını ifade eder. Bu denetimler devletler tarafından belirlenebilir ve ideal olarak üzerinde demokratik biçimde karar kılınan politikalar ve yasal çerçeveler uyarınca yapılmalıdır. Denetim örneklerinden bazıları tekelleşmeye karşı âdil rekabeti, spektrum tahsisini, gizliliği, telif haklarını, nefret söylemini vb. kapsar. Denetime tabi kurumlar tarafından bunun doğrudan uygulanması özdenetim veya akran-denetimi olarak bilinir ve bu, bağımsız bir denetime olanak tanıyacak ve bunu cazip kılacak şekilde sivil toplumun da sürece dahil olduğu düzenlemeler gerektirir, tıpkı kamusal temsilcilerin de yer aldığı Basın Konseyleri örneğinde olduğu gibi. Dijital iletişim şirketleri alanında benzer bir kurum ise Facebook'un Denetim Kurulu'dur. "Ortak denetim" ise genellikle devlet ve özel sektörün birlikte yer aldığı sistemleri ifade eder (örneğin, siber güvenlik sorunları, terörle mücadele veya çocuk koruma).

Dezenformasyon: Yanlış ve/veya yanlış yönlendirici içerik. Bu terim kimi zaman yalnızca yanlış olduğunu bilen ve zarar verme niyetinde olan kişiler tarafından üretilen içerikle sınırlanır. Bu anlamda "dezenformasyon", farkındalık ve niyet öğelerinden

yoksun yanlış içeriği imleyen “mezenformasyon” ile kıyaslanır. Ancak, her iki durumda da içeriğin potansiyel etkisi aynı olabilir. İçeriği üretenlerin farkındalığını ve niyetini bilmek kolay olmadığı için, yanlış içeriği onları yaygınlaştırmak için kullanılan teknikler üzerinden tanımlamayı amaçlayan bir yaklaşım gelişti. Özellikle de, örneğin, sahte hesaplar ve belirgin kampanyalar yoluyla “yapay” ve “eş-güdümlü” davranışlar hangi türde bir yanlış içerikle karşı karşıya olunduğunun anlaşılması için ipuçları olarak görülür. Genel anlamda dezenformasyon, ifade özgürlüğünün anlamlı kılan doğrulanabilir ve güvenilebilir bilgiye erişime taban tabana zıt bir niteliği olduğundan, güçten mahrum bırakan bir eylem. Dezenformasyon çoğunlukla ya komplo teorileri gibi kolay açıklamalar sunarak hedeflerini cezbetmeye çalışır veya iddiasının inanılması için doğası gereği yerine geçmeye çalıştığı, doğruyu söyleyen kişilere gözdağı vermeye ve itibarlarını zedelemeye kalkışır.

Dijital ayak izi: Dijital ayak izi, bireylerin, internet ortamında veya dijital cihazlarındaki kendilerine ait ve izlenebilir kullanımlarını, eylemlerini, katkılarını ve iletişimlerini ifade eder.

Dijital beceriler: Dijital okuryazarlığın, dijital araçları kullanmak konusundaki teknik kabiliyetleri kapsayan kısmı olup, bu araçların temelini oluşturan kodlamayı veya dijital teknoloji özelliklerini anlamayı gerektirmez. Bilgisayar kodu okumak ve yazmak da çoğu zaman kapsamına girer, ancak dijital beceriler bunlarla sınırlı değildir.

Dijital okuryazarlık: Bu kavram, genellikle birden fazla anlamı kapsar. Kavramın Müfredatta yorumu daha dar olup diğer okuryazarlık türlerinden birini imler. Dolayısıyla, ekonomi politikası okuryazarlığı veya içerik türü okuryazarlığı tarafından işlenen unsurlar olan dijital iletişim şirketlerini ve de bu şirketlerin sunduğu içerikleri kapsamaz. Benzer şekilde, dijital okuryazarlık ne gizlilik okuryazarlığı ne de veri okuryazarlığı ile kesişir. Daha ziyade, bu Müfredat çerçevesinde, dijital okuryazarlığın kapsamı, içeriklerin konumunu saptama ve onları değerlendirme, kullanma, üretme ve paylaşma amaçlı olarak dijital teknolojiyi, iletişim araçlarını ve ağları anlama ve kullanma kabiliyeti ile sınırlıdır. Bu, verileri ve görselleri dijital manipülasyon aracılığıyla dönüştürme kabiliyetini de içerir. Her bağlamda zaruri olmamakla birlikte, bazı durumlarda kodlama okuryazarlığını da dahil edebilir.

Dijital vatandaşlık: Dijital vatandaşlık, vatandaşlığın katılım, hak sahipliği, küresel dayanışma ve toplum duyarlılığı gibi özelliklerini ilerletmeyi sağlayan BİT etkileşimini ifade eder. Dijital vatandaşlık, siber zorbalığı önleme, çevrimiçi güvenliği, dijital hesap verebilirlik, dijital sağlık ve zindelik gibi konuların ele alınmasında medya ve bilgi okuryazarlığı ve dijital beceriler ile yakından ilişkilidir. Kamu yararının teknolojik hizmetler çerçevesinde belirlenmesi yerine, insanların, teknolojik hizmetleri kamu yararı amaçlarını gerçekleştirebilmek için şekillendirme ve kullanma gayesi ile ilgilidir.

Doğruluk: Doğruluk, bir metnin temsilinin eldeki bulgularla hangi ölçüde uyumluğu olduğunu imler.

Dokunsal öğrenme: Örneğin, bir dersi dinlemek yerine fiziksel aktivitelere öncelik veren öğrenme yaklaşımını ifade eder.

Duygulara hitap etme: Olgu ve muhakeme yerine duygusal tepkiye dayalı ikna yolu.

Editoryal bağımsızlık: Editörlere, kurumun editoryal politikası ve daha genel meslekî standartlar çerçevesinde, medya sahibinin veya diğer herhangi devlet veya devlet dışındaki aktörlerin müdahalesi olmaksızın, editoryal karar almaları için sağlanan meslekî özgürlük. "Medya zaptı" diye adlandırılan olgudan kaçınmak için editoryal bağımsızlık şarttır.

Editör: Herhangi bir metnin, özellikle de gazetenin veya derginin içeriğinin son halini belirlemesi suretiyle bir yayının editoryal süreçlerinden sorumlu kişi. Bu terim, bir medya şirketinin ait olduğu kişi veya paydaş grubunu tarif eden medya sahibinden (veya dijital iletişim şirketi sahibi) açıkça ayırt edilmelidir, ancak rollerin sorunlu bir biçimde tek bir şapkada birleştiği çok sayıda örnek bulunur.

Eleştirel düşünme: Sunduğu iddiaları olduğu gibi kabul etmek yerine bir içeriği, mantıksal bağlantıları, değerleri ve varsayımları bakımından anlama ve değerlendirme amacıyla inceleme ve çözümleme kabiliyeti. Bunu yapmak, sorgulayıcılık şeklini alan bir şüphecilik gerektiriyor, ancak bu sinizmden (cevapları baştan bilen, bir diğer deyişle, peşin hükümlere dayalı bir yaklaşım) farklı anlaşılmalı.

Erkeklik: Erkekler ve erkek çocuklar ile özdeş tutulan birtakım özellikler, davranışlar ve roller.

Eşitlik: Yaş, cinsiyet, din ve etnisiteden bağımsız olarak herkesin aynı haklardan yararlanması gerektiği fikri. Evrensel İnsan Hakları Bildirgesi'nin "insanlık ailesinin bütün üyelerinin doğal yapısındaki onuru ile eşit ve devredilemez haklarını tanımanın dünyada özgürlük, adalet ve barışın temeli olduğu" cümlesinde ifade edilen temel ilkedir. Vatandaşlık fikri, eşitlikle ilgili konuları kapsar.

Farklı kimliğe bürünen içerik (*impostor content*): Gerçek kaynakların taklit edilmesi suretiyle hazırlanan içerik.

Fikri mülkiyet: Fikri mülkiyet, insan zihninin maddi olmayan üretimlerini kapsayan bir tür mülkiyettir. Çeşitli fikri mülkiyet türleri bulunur ve bazı ülkeler fikri mülkiyetleri, diğerlerine nazaran daha fazla tanır. En çok bilinen fikri mülkiyet türleri telif hakları, patentler, markalar ve ticari sırlardır.

Gazetecilik ilkeleri: Gazetecilik etik ilkeleri, meslekî sorumluluk kuralları ve diğer kurallar (örneğin, ayrımcılığa karşı) de dahil olmak üzere, gazetecilerin tabi oldukları ve en yüksek profesyonel standartlara ulaşabilmek için gerekli davranış ilkeleri. Bu ilkelerden bazı örnekler Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (IFJ) tarafından belirlenmiştir. Her ne kadar çeşitli metinler arasında bazı farklar olsa da, çoğu doğruluk, kesinlik, doğrulama, tarafsızlık, âdillik ve kamu karşısında hesap verebilirlik gibi ortak ilkelerde buluşur ve bu ilkeler haber değerine sahip bilgileri edinme ve sonrasında kamuya dağıtma süreçlerinde uygulanır.

Gazetecilik: Doğrulanmış bilgilerin ve bilgiye dayalı görüşlerin toplanması, üretimi, düzenlenmesi ve sunumu. Kimi gazeteciler bilgi toplamaya odaklanırken (muhabirlik), kimileri ise bu bilgileri düzenlemekle sorumludur (editörlük). Gazetecilik, mesleki etik

ilkeleri ve standartlar gözetildiği sürece, bunu bir meslek olarak icra etmeyen aktörler tarafından da yapılabilir. Hiç kimse, özellikle de bir kamu hizmeti olan gazetecilik mesleği gereğince, ifade özgürlüğünden yararlanmaktan dolayı saldırıya uğramamalıdır. UNESCO'nun öncülük ettiği, Birleşmiş Milletler'in Gazetecilerin Güvenliği ve Cezasızlık Sorunu Eylem Planı'nı gazetecileri korumayı amaçlar.

Genel kullanıma açık bilgi: Özgün yaratıcı eserler, örneğin şiir, müzik, sanat, kitaplar, filmler, ürün tasarımları ve bilgisayar programları gibi diğer fikri mülkiyet biçimleri için kullanılan terim. Genel kullanıma açık olmak söz konusu yaratıcı eserin, kullanıcıların istediği şekilde kullanılabilmesi anlamına geliyor. Genel kullanıma açık yapıtlar, bir bireye ait olmak yerine, toplumun genelinin kolektif kültürel mirasının bir parçası olarak görülür,

Gişe hasılatı (*box office*): Bir filmin veya aktörün ne kadar popüler veya finansal açıdan başarılı olduğuna ilişkin bir ölçüm. Gişe hasılatı aynı zamanda bir filmin veya tiyatro oyunun bilet satış sayılarıyla ölçülen finansal başarısız veya başarısızlığını ifade eder.

Gizlilik ayarları: Bir ağ internet sitesinin, internet tarayıcısının, yazılımın veya dijital cihazların vb. kullanıcıların kısmen üçüncü tarafların kendileri ile ilgili neleri doğrudan görebileceklerini veya hangi bilgilere erişebileceklerini kontrol etmelerini sağlayan kısmı; bununla beraber kullanılan hizmetlerin de kullanıcılar hakkında veri topladığını veya kullanılan uygulamalar veya erişilen içerikler tarafından toplanmasına izin verdiğini göz önünde bulundurmak gerekiyor. Örneklerden biri kişilerin kullandığı bağlantı sağlayıcı (tarayıcı). Bunun yanı sıra, bu özelliğin mevcut olduğu çeşitli uygulamalar da sayılabilir.

Görsel öğrenme: Görselleri özümseme veya sunumlar izlemeye dayalı bir öğrenme türü.

Görünmez veya gizli mod: Bu moddayken, internet tarayıcı, ana oturumdan ve kullanıcı verilerinden yalıtılmış geçici bir oturum açar. Tarama geçmişi kaydedilmez ve çerezler gibi oturuma ilişkin yerel veriler oturum kapatıldığında silinir. Ancak, bu söz konusu oturumda yapılanların, çerez izleme veya yazılımın alışıldık şekilde kullandığı başka yollar dışında şifrelendiği ve korunduğu anlamına gelmez.

Haber değeri: Bazen haber kıstası da denir. Bir habere bir mecra tarafından atfedilen önemi ve bir kitlenin verdiği dikkati belirler. Tesiri en büyük olan haber değerleri arasında bir olayın sıklığı, ne kadar beklenmedik olduğu, kişilerin haber konusuyla özdeşleşip özdeşleşemeyeceği, ne kadar anlamlı olduğu ve bir çatışmanın sonucu olup olmadığı gibi unsurlar bulunur. Ancak, bu şekilde tanımlanan haber değerleri, örneğin, olayların (fırtınalar gibi) karşısında süreçlerin (küresel ısıtma gibi), elitlerin karşısında sıradan insanların, kıyasıya geçen seçimlerin karşısında sorunları temel alan seçimler vb. gibi içerdikleri bilgiler açısından önemli boyutları olan bazı konuların değerinin düşmesine sebep oluyor,

Haber medyası: Kitlesel medyanın, güncel haberleri kamuya sunmaya odaklanan bölümü. Tarihi matbu medyayı (örneğin, gazeteler ve dergiler), görsel-işitsel medyayı (radyo ve televizyon), yalnızca çevrimiçi olan haber medyasını ve haber üretebilecek STK'ları veya bireyleri (örneğin, internet sayfaları ve bloglar) kapsar.

Halka hitap etme: Bir ürün veya hizmeti tanıtmak için sıradan insanlara başvurulması. Bu yöntemin hedefi, herkesin bir ürünü veya hizmeti beğenebileceğini ve onlarda bir değer bulabileceğini göstermek.

Havuz: Birtakım şeylerin konulduğu, depolandığı veya dağıtım veya erişim için sunulduğu muhafaza amaçlı bir hazne veya yer. Aynı zamanda çok sayıda kaynağın veya tedarik edilecek şeyin bulunduğu yer, bir depo (örneğin, bilgi deposu). Fiziksel veya elektronik olabilir (belirtilen örnekte genellikle dijitaldir).

Hedef kitle: Bir metnin özel olarak hitap ettiği ve birtakım ortak özelliklerine dayalı olarak (yaş, cinsiyet, meslek, sınıf, vb.) üretici veya dağıtımcının oluşturmaya çalıştığı kişiler grubu.

Hedefli reklamcılık: Bir reklam şirketinin tanıtımını yaptığı bir ürün veya kişi bazında, çevrimiçi reklamcılık da dahil olmak üzere, belirli özellikleri paylaşan bir kitleye yöneltilen bir reklamcılık türü. Hedefli reklamcılık, her bir birey hakkında toplanan ve kişinin nasıl ikna edilebileceğini kendisinden bile daha çok anlamayı sağlama potansiyeli olan binlerce veri noktasına dayalı olarak mikro hedefli reklamcılığa olanak tanımıştır. Reklamların kişinin profil özelliklerinden ziyade belirli bir ürünün özellikleri ile ilişkili olarak hazırlandığı bağlamsal reklamcılıktan farklıdır. Bireylere yönelik hedefli reklamcılık giderek otomatize hale gelmiştir ve bir sayfadaki belirli bir içerikten bağımsız bir şekilde görülebilir, bu nedenle de birçok markanın, içerik körü olan algoritmik işlemlerin doğrudan bir sonucu olarak, nefret söylemini veya kadın düşmanlığını kışkırtan içeriklerle özdeşleşme konusunda giderek artan endişeleri bulunmaktadır.

Hoşgörüsüzlük: Bir kişinin, başkalarının kendisininkinden farklı olan görüşlerini, inançlarını veya davranışlarını dikkate alma isteksizliği.

Irkçılık: Toplumsal olarak inşa edilen genetik veya kültürel etmenlerin ırkları imleyerek insan özelliklerinin ve kabiliyetlerinin birincil belirleyici unsurları olduğu ve ırk farklılıklarının bir grubun özünde bir diğer gruptan üstün veya aşağı olmasına yol açtığı inancı.

İçerik: Farklı niteliklerde ve teknolojik formatlardaki anlamlı mesajları imler. İçerik, bilginin yanı sıra, eğlence odaklı (örneğin, filmler), eğitsel (örneğin, belgeseller) veya iknaya dayalı (örneğin, reklamlar) boyutları olan diğer anlam türlerini de kapsar. İçerik ayrıca, dezenformasyon, mezenformasyon ve nefret söylemi gibi, örneğin, bilgi veya eğlence odaklı içerik türleri istismar edilerek, herhangi bir amaç gütmeme iddiasıyla sunulan söylemleri de kapsar.

İfade özgürlüğü: Temel bir insan hakkı. Sözlü konuşma özgürlüğünün ötesinde, herhangi bir bilgi arama, edinme ve aktarma eylemi için de kullanılır. Basın özgürlüğü bu hakkın doğal bir sonucu olup, farklı toplulukların ve sivil toplumun inşası ve desteklenmesi için olmazsa olmazdır. Diğer insan haklarının çoğu gibi, ifade özgürlüğü için de kaide, varsayılan bir hal olduğudur ve herhangi bir müdahalenin ancak olağanüstü bir gerekçeyle yapılabilir. Uluslararası standartlar açısından, devletler ifade özgürlüğünü yalnızca sınırlı birtakım nedenlere (örneğin, insan onurunun korunması, kamu sağlığı ve kamu düzeni) dayanarak kısıtlayabilir ve bu kısıtlamaların hem yasal hem de ulaşılmak istenen amaçla orantılı olması gerekir.

İletişim: İçeriğin, göndericiden alıcıya paketlendiği, bir kanal vasıtasıyla aktarıldığı ve ulaştırıldığı bir süreç. Her iletişim türünde doğrusal veya bilinçli bir biçimde bir gönderici, mesaj ve kastedilen bir alıcı olması gerekmez. İletişim eyleminin gerçekleşmesi için, alıcının iletişim anında hazır bulunması veya göndericinin iletişim kurma niyetinin farkında olması şart değildir. Alıcı, uyaran-tepki sürecinin son halkası değildir; içerik alma eylemi, üretildikleri bağlama kıyasla son derece farklı anlamlar içerebilecek mesajlarla "şifre çözme" şeklini alan bir etkileşim gerektirir.

İmaj: İkonlaşmış bir zihinsel temsil veya bir görsel.

İnsan eylemliliği veya bireyin özerkliği: İnsan eylemliliği, bireylerin kendi hayatlarını şekillendirme kabiliyetini ifade eder. Özerklik ise, bir bireyin kendi seçimlerini belirleme veya kendini yönetme kabiliyetidir. Bu kavramlar, bireyin tutumlarını ve davranışlarını manipüle etmeye veya "dürtmeye" yönelik dış aktörlerin çabaları hakkında mutlak bir farkındalık gerektirir. Birey ile diğer aktörler (ve algoritmalar) arasında bir bilgi asimetrisi oluştuğunda, kendi seçimlerini belirleme kabiliyeti tehdit altında olur. Bu aktörler, söz konusu birey hakkında, kişinin ruh halini, isteklerini, umutlarını, korkularını ve sosyal bağlantılarını etkileyecek kadar çok şey bilebilirler veya gerektiğinde toplayabilirler ve kullanabilirler. Bu durum, özellikle çocuklar ve kimliklerini oluşturma sürecinde olduklarından, manipülasyonun etkisi altında kalmaya çok daha açık olan gençler açısından önem taşır. Depresyon, yalnızlık ve mahrumiyet gibi etmenler nedeniyle daha savunmasız olan ve böyle anları fırsat bilen veri sahiplerinin istismarına maruz kalabilecek yetişkinler açısından da bir risk oluşturur.

İnsan hakları: İnsan onurunu ve özsaygısını korumak için gerek duyulan bir dizi hak ve güvence. Bu haklar genellikle, onları açıklayan ulusal ve uluslararası belgelerde koruma altına alınır (örneğin, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi, Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, vb.). Ayrıca, belirli gruplara veya halklara yönelik haklar da özellikle yoksul ve/veya toplumdan dışlanmış grupları korumayı amaçlar.

İnternet sitesi (web sitesi): Ortak bir Standart Kaynak Bulucu (*Uniform Resource Locator* veya *URL*) altında bir dizi internet sayfasını, görseli ve veriyi bir arada toplar.

İnternet yönetişimi: İnternetin evrimini ve kullanımını şekillendiren ortak ilkeler, normlar, kurallar, karar verme prosedürleri ve programların hükümetler, özel sektör ve sivil toplum tarafından, her biri kendi rolü çerçevesinde, geliştirilmesini ve uygulanmasını ifade eder. UNESCO, çok paydaşlı yönetişimin değerli olduğunu vurgular: Dijital ortamın yönetiminin tek bir aktör tarafından (örneğin, şirketler ve hükümetler) zaptını önlemek için farklı sektörler arasında bir uzlaşı sağlanması önem arz eder. İnternet yönetişimi, yasaların hazırlanmasını, politikaların geliştirilmesini ve uygulanmasını (hükümetler, şirketler ve kurumlar düzeyinde) ve izleme mekanizmaları ile denetimi kapsar.

İnternet: Standart İnternet İletişim Kuralları Dizisi (TCP/IP) kullanan ve dünya çapında milyarlarca kullanıcıya hizmet veren, birbirleriyle bağlantılı bilgisayar ağlarının oluşturduğu küresel bir sistemdir. Muhtelif elektronik ve optik ağ oluşturma teknolojilerin birbirine bağlanmasıyla oluşmuş, yerelden küresele kadar farklı kapsamlardaki milyonlarca özel, kamusal, akademik, ticari ve resmî ağın parçası olduğu ağların ağıdır.

İşitsel öğrenme: Dinleyerek öğrenme – kimi zaman görsel ve dokunsal öğrenme ile birlikte üç öğrenme türünden biri olarak kabul edilir.

Janr: Belirli bir tarz, biçim veya içerik özelliklerine sahip sanatsal, müzikal veya edebî bir üretim kategorisi.

Kadınlık: Kadınlar ve kız çocuklar ile özdeş tutulan birtakım özellikler, davranışlar ve roller.

Kamu hizmeti ilânı: Kamu yararını gözeten ve bir sosyal soruna ilişkin farkındalık kazandırmayı veya toplumsal davranışları değiştirmeyi hedefleyen, ücretsiz olarak üretilen ve dağıtılan bir mesaj.

Kamu hizmeti medyası: Kamu tarafından finanse edilen ve çoğu zaman dengeli ve toplumun bütünlüğünü temsil edecek şekilde çeşitliliği gözeten bir programlama ile kamu yararını güden medyayı tanımlar.

Kamu hizmeti duyurusu/reklamı: Bir ürün veya marka yerine kamu yararına ilişkin bir unsuru ele alan bir reklam türü.

Kamu yararı için bilgi: Geniş bir yelpazede üretilen farklı içerikler arasında bilgiye erişmenin kamu açısından son derece değerli hale geldiğini ifade eden kavram. Dahası, bu kavram çerçevesinde, bilgiye erişmenin kamu desteği ve ihtiyaç duyulduğunda kamu kaynaklarının aktarılmasını gerektirecek önemde olduğu savunulur. Kütüphaneler, müzeler, arşivler, bazı haber medyası mecraları (örneğin, topluluk medyası) ve belirli çevrimiçi kuruluşlar (örneğin, toplumsal kaynak merkezleri), performansları ve ihtiyaçlarına dayalı olarak bu rolü yerine getirmeye adaydır. Gazetecilik, etik ve meslekî standartları çerçevesinde icra edildiğinde, bilgi üretiminde kilit bir süreçtir.

Kamu yararı: Belirli bir kişinin veya grubun çıkarlarını gözetmek yerine sosyal refah ve halkın tamamına fayda sağlamanın gözetilmesini ifade eden kavram. Kamu yararının nelerden oluştuğuna dair genel bir uzlaşı olmamakla birlikte, bu terim, bazı çıkarların, statüleri veya konumları ne olursa olsun, herkese fayda sağladığını ve bunları korumak için eylemler gerektiğini yansıtır. Ortak çıkar örnekleri arasında yolsuzluğun ortaya çıkarılması, çocukları korumak ve iklim değişikliği ile mücadele sayılabilir.

Kamusal alan: Toplum üyelerinin özgürce haber, bilgi ve görüşlerini paylaşabilecekleri kamuya ait bir alan mefhumu. Bireylerin eşitlik ve kapsayıcılık temelinde bir araya gelerek, kamuyu ilgilendiren konular hakkında görüşlerini karşılıklı olarak paylaştıkları bir mekân. Önde gelen modern kamusal alan teorisyenlerinden bir Jürgen Habermas'dır.

Kapı bekçisi: İçeriği filtreleme yahut yayın öncesinde işleme tabi tutma rolüne sahip herhangi birini tanımlamak için (birey, kurum veya algoritma) kullanılan genel bir terim. Medya kuruluşlarında, kapı bekçiliği medya hiyerarşisinin her seviyesinde gerçekleşir – bir habere hangi kaynakları katmaya karar veren muhabirden, hangi haberleri yayınlamaya karar veren editörlere kadar. Dijital iletişim şirketlerinde, kapı bekçiliği, örneğin, bazı içerikleri diğerlerinin pahasına öneren ya da daha görünür kılan algoritmik ölçümler, bazen de şirketin içeriklerle ilgili kılavuz ilkelerini yorumlamakla yükümlü iç veya dışarıdan hizmet veren insan moderatörler vasıtasıyla gerçekleşir.

Katılım (sivil katılım): Demokrasinin kalbinde katılım vardır ve temel amacı her bireyin toplumdaki yerini alabilmesine ve gelişimine katkı sağlayabilmesine imkân tanımaktır. Demokratik pratiğin önemli bir unsuru olup, temel insan haklarının köşe taşı olarak görülen karar verme mekanizmaları açısından da kritik bir önem arz eder.

Kitle: Belirli içerik metinlerinin potansiyel tüketicileri olarak bir araya gelen, hitap edilen ve inşa edilen bir grup. Günümüzde özellikle çeşitli dijital iletişim şirketlerinin sağladığı içerik ile aktif etkileşim olanakları gerçeği nedeniyle, kimi zaman (pasif) "tüketiciler" yerine "daha önce kitle olarak bilinen grup" ve "profesyonel tüketici" diye söz edilir.

Kitlesel medya: Mikro hedefli reklam ve bireyselleştirilmiş içerik akışları sunma potansiyelleri bulunsa bile, hedefleri geniş kitleler oluşturmak olan medya kuruluşları ve içerik sağlayıcılar.

Kullanıcı tarafından oluşturulan içerik (*user-generated content* veya *UGC*): Tüketici tarafından oluşturulan medya olarak da bilinen bu içerikler, dijital medya kullanıcıları tarafından üretilebilecek çeşitli kamuya açık medya içeriklerini ifade eder. Dolayısıyla içerikleri tüketenler aynı zamanda, çoğu zaman belirli etik standartlar çerçevesinde içerik üretebiliyorlar. Dijital iletişim şirketlerinin kürasyon modelleri, kullanıcıların oluşturduğu bazı türdeki içerikleri teşvik eder, daha görünür kılar ve bazılarına müsamaha eder, oluşturdukları moderasyon faaliyetleri çerçevesinde de içerik politikalarını uygulamaya çalışır ve bu çerçevede – farklı sonuçlarla – genel kullanıcılardan, onaylı kullanıcılardan ve ücretli kurum dışı teyitçilerden bazen destek alır.

Kusursuz bilgi: Bir bireyin karar vermek için gereksinim duyduğu bütün doğru bilgileri doğru zamanda edinebileceğine ilişkin varsayım.

Kültür: Bir kişinin algılama veya davranış şekline şekil veren ve tesir eden, öğrenilmiş ve sembolik değerler, inançlar ve tutumlar sistemi – soyut bir "zihinsel kalıp" veya "zihinsel kod." Kültür aynı zamanda, insanların sembolik düşünce ile sosyal öğrenme kabiliyetine bağlı olarak farklılık gösteren, bilgi, inanç ve davranışların birbirine entegre edilmiş örüntüsünü de ifade eder.

Küresel vatandaşlık eğitimi: Küresel vatandaşlık, daha geniş bir topluluğun ve ortak bir insanlığın parçası olma duygusunu ifade eder. Siyasi, ekonomik, toplumsal ve kültürel alanlarda toplumların birbirleri ile bağımlılıklarını ve yerel, ulusal ile küresel ölçeklerin birbirine bağlantılı olma halini vurgular. 2030 Eğitim Ajandası'nın 4.7 sayılı hedefinin bir parçası olarak küresel vatandaşlık eğitimi, öğrencilerin daha kapsayıcı, âdil ve barışçıl bir dünyaya katkı sağlayabilmeleri için gereksinim duydukları bilgiyi, becerileri, değerleri ve davranışları inşa etmek suretiyle dönüştürücü bir etki yaratmayı amaçlar. Küresel vatandaşlık eğitimi, insan hakları eğitimi, barış eğitimi, sürdürülebilir kalkınma eğitimi ve uluslararası anlayış eğitimi gibi daha önce farklı alanlarda pratiğe konulan kavram ve yöntemleri kullanarak çok yönlü bir yaklaşıma dayanır ve bütün bu alanların ortak hedeflerini ilerletmeyi amaçlar.

Kütüphane becerileri: İçerik kaynakları bulmak, değerlendirmek ve kullanmak için kütüphaneden yararlanabilme yetkinliği.

Mahremiyet (gizilki) hakkı: Kişisel hayatın izinsiz ihlalinden muaf olma; bir kişinin özel işlerini ve ilişkilerini gizli tutma hakkı. Günümüzün dünyasında tehdit altında olan bu temel özgürlük Kişisel ve Siyasal Haklar Uluslararası Sözleşmesi'nin 17. Maddesi'nde şu şekilde tanımlanır: "Hiç kimsenin özel ve aile yaşamına, konutuna veya haberleşmesine keyfi veya hukuka aykırı olarak müdahale edilemez; onuru veya itibarı hukuka aykırı saldırılara maruz bırakılamaz."

Makine öğrenmesi: Algoritmalar ve istatistiki modellerle veri örüntülerini analiz edip onlardan çıkarımlar yaparak açık komutalar izlemeksizin öğrenme ve adaptasyon işlemleri yapabilen bilgisayar sistemlerinin kullanımı ve gelişimini ifade eder.

Manipüle edilmiş içerik: Yanıltmak amacıyla manipüle edilen gerçek içerik veya görsel imge.

Marka ve ürün entegrasyonu: Markaları ve ürünleri, önceden var olan eğlence özelliklerine katma süreci. Böylece bir marka veya ürün, yalnızca (masum bir biçimde) arka planda kalmak yerine, bir hikâye anlatımının veya deneyimin parçası olur.

Marka ve ürün yerleştirme: Marka yerleştirme – çoğu zaman "ürün yerleştirme" olarak da tabir edilir – giderek artan sayıdaki medya vasıtalarında yaygınlaşan bir uygulama. Bu çerçevede bir marka "yerleştirme" suretiyle kitlesel bir medya kuruluşundaki bir programın veya dijital platformdaki bir içeriğin parçası haline gelir, bu uygulamanın finansal karşılığı da reklamcıdan temin edilir. Benzer şekilde, örneğin, çevrimiçi "fenomenlerin" (*influencer*) belirli bir marka ürünü giydiklerinde veya tavsiye ettiklerinde gizli sponsorluk anlaşmalarını açıklamadığı durumlarda olduğu gibi, marka desteği de dolaylı bir iletişim biçimi olarak görülebilir.

MBO: Medya ve bilgi okuryazarlığının kısaltmasıdır ve vatandaşların sosyalleşme ve aktif vatandaş olabilme amacıyla içerik sağlayıcılar ile etkin bir şekilde etkileşime girmelerini, eleştirel düşünme ve yaşam boyu öğrenme becerilerini geliştirmelerini sağlayan temel yetkinlikleri (bilgi, beceriler ve tutumlar) ifade eder.

Medya bağımsızlığı: Medya bağımsızlığı, bir kuruluş veya medyada çalışan bir birey üzerinde dışarıdan herhangi kontrol olmaması ve tesirde bulunulmamasını ifade eder. Editoryal politikalar ve mesleki standartlar uyarınca karar alma kabiliyetinin bir ölçümüdür ve bu çerçevede bağımsız medya ile hükümet veya sahipleri tarafından kontrol edilen medya arasında bir ayrıma işaret eder. "Medya zaptı"nın karşıtıdır.

Medya çoğulculuğu: Medya çoğulculuğu, birbirinden farklı ve çeşitlilik arz eden medya türlerinin bir arada var olmasını ifade eder. Merkezi, yerleşik ve tekelleşmiş medya hizmetlerinin tersi bir durumdur. Bu kavram, çoğulculuğun erişim maliyetini azaltmak gibi bir sosyal fayda olarak görüldüğü internet ve bağlantı hizmetleri gibi, birçok dijital hizmet açısından da önem arz eder. Diğer uygulamalarla dezavantajlı bir durum yaratacak şekilde rakip olmayan uygulamalara öncelik verme olanağına sahip veya bazı gizlilik ayarlarını aktif hale getirip kaldırabildikleri ölçüde, oligopolcü "uygulama dükkanları" (*app store*) gibi bazı merkezi yapılarla ilgili sorunlara da dikkat çeker. Medya alanında ise çoğulculuk medya kuruluşlarının üç sektörünün benimsemiş olduğu farklı rolleri de kapsar: özel medya, topluluk medyası ve kamusal medya – her bir sektör

bir diğerinden asli çalışma esasları, kaynakları, yönetişim şekli ve içerikleri bakımından diğerinden farklı özellikler sergiler. Medya çoğulculuğu, medyada çeşitliliğin bir garantisi değildir.

Medya dilleri: Medya mesajlarının anlamlarını bir kitleye imleyen kurallar, formatlar, semboller ve anlatı yapılarıdır. Elektronik medyanın dili de sembolik bir şekilde, tıpkı matbu medyada gramerin işlediği biçimde işler.

Medya etiği: Medya etiği, görsel-işitsel medya, film stüdyolar, tiyatrolar, sanat stüdyoları ve sergi alanları ve matbu medya da dahil olmak üzere, bu kurumların çalışmalarının gerek çevrimiçi gerekse çevrimdışı boyutlarını kapsayacak şekilde, uygulamalı etiğin medya kuruluşlarında geçerli olan etik ilkeler ve standartlar ile ilgili dalıdır. Medya etiği, kültürel ifadelerin çeşitliliğine saygı, eşitlik ve ayrımcılık karşıtlığı, bütünlük ve seçim gibi değerleri teşvik eder ve savunur. Gazetecilik etiği ise medya kuruluşları açısından önem taşıyan, çalışmalarına özgü ilkelerden oluşur (ancak bu ilkeler aynı zamanda bu kurumların dışındaki yurttaş gazetecilerin çalışmaları için de geçerlidir).

Medya okuryazarlığı: Medya kuruluşları hakkında, sahiplik yapısı, normatif ve fiili işlevleri, çalışma şekli, içeriklerinin etkileri de dahil olmak üzere bilgiye dayalı ve eleştirel bir anlayış geliştirme suretiyle gerek açık sözlü bir şekilde gerekse böyle bir iddia gütmeksizin kitlesel medyanın işleyişini anlama ve onu kullanma vasfı. Ayrıca, çeşitli medya biçimleri ile (örneğin, görsel-işitsel, yazılı, grafik, etkileşimli oyunlar, vs.) iletişimi okuma, analiz etme, değerlendirme ve üretme kabiliyeti.

Medya özgürlüğü: Bkz. “basın özgürlüğü” başlığına ilişkin bölüm.

Medya sahipliği: Kişilerarası ve kitlesel iletişim teknolojilerinin bireyler, şirketler ve/veya hükümetler tarafından ticari ve yasal kontrolünü ifade eder. Günümüzde, sağlanan içeriklerin kitlelere ulaştırılmasında (medya kuruluşlarının içerikleri de dahil olmak üzere) oynadıkları rol nedeniyle dijital iletişim şirketlerinin sahipliği ve hesap verebilirliği de ciddi bir kaygı konusu haline gelmiştir.

Medya şiddeti: Medya şiddeti, bakış açısı ve potansiyel etki gibi çeşitli varsayımlara dayanan, son derece tartışmalı bir kavram. Genel olarak güç kullanma tehdidi, güç kullanma eylemi veya canlılar üzerinde güç kullanmanın sonuçlarını (çizgi film karakterleri ve insanların yanı sıra insan dışındaki türler de dahil olmak üzere) tasvir eden içerikleri kapsar. Onlarca yıla uzanan bilimsel veriler şiddet tasviri yapan medya içeriklerine maruz kalmanın saldırganlığı artırdığını öne sürerken, bazı çalışmalar ise bundan farklı sonuçlar sunmakta hatta tam tersini belirtmektedir. Uluslararası standartlar bakımından ise, fiilen şiddet uygulanmasına açıkça teşvik eden ve ırkçılık temelli nefret meşru bir şekilde kısıtlanmıştır. Ancak, Birleşmiş Milletler’in nefretin kışkırtılmasının yasaklanmasına ilişkin Rabat Eylem Planı’nda, herhangi bir kısıtlamanın yalnızca son derece tehlikeli ifadelerle sınırlı tutulması ve birçok kilit noktalar üzerine (nefreti kışkırtan kişinin statüsü, anında bir saldırı tehlikesinin olup olmadığı, vb.) yapılacak değerlendirmeler temelinde uygulanması gerektiği konusunda uyarıda bulunuluyor. Dijital iletişim şirketleri, gerçek zamanlı verileri aracılığıyla, hangi ifadelerin (çoğu zaman “köpek ıslığı” – dog *whistle* – diye tabir edilen en hafifleri bile) gerçekten kışkırtıcı bir hale büründüğünü

değerlendirebilmektedir. Teorik olarak, bu şirketler şiddeti önlemek için geç kalmadan, önceden harekete geçebilir.

Medya zaptı: Hükümetler ve güçlü çıkar grupları tarafından sistematik adımlar ile gerçekleştirilen medya üzerinde bir kontrol biçimi. Medya zaptı, şu öğelerin kontrolünü ve istismarını kapsar: medyayı yöneten düzenleyici mekanizmalar, devlete ait veya devlet kontrolündeki medya operasyonları, gazeteciliği finanse etmek için kullanılan kamusal kaynaklar ve özel sektöre ait haber mecralarının sahibinin hükümetle yakın ilişkisi olması.

Medya: Bu kelime en az iki farklı tanım için kullanılır – birincisi toplumsal kurumları diğeri ise iletişimi sağlayan teknik araçları ifade etmek için. Toplumsal kurumlar olarak, örneğin, "medya" çoğu zaman kamuyla paylaştığı bilgilerin inandırıcı olmalarını sağlamak amacıyla bazı belirli kurallara ve standartlara uyması ve gazetecilik değerleri ile belirlenen bir editoryal süreci uygulamanın yanı sıra, bir kuruluşa ya da tüzel kişiye atfedilen editoryal hesap verebilirliğe dayanması gereken haber kurumlarından söz etmek için kullanılır. Teknolojiye değinildiğinde ise, medya sözcüğü, kâğıt, yayın, film ve dijital iletim gibi iletişim için kullanılan fiziksel araçları ifade eder.

Medyada çeşitlilik: Kimi zaman "iç çoğulculuk" olarak tabir edilse de, medya çoğulculuğu ile aynı değildir. Bir medya kuruluşu veya medya sektörü bünyesinde farklı seslerin, görüşlerin ve analizlerin dile getirilmesini ifade eder. Çeşitliliğin derecesi çoğu zaman medya kuruluşunun sahipliğinin, çalışanlar kadrosunun ve hedef kitlesinin dar veya geniş olmasıyla bağlantılıdır. Kapsayıcı bir medya sistemi geniş bir yelpazede farklı içeriklere, farklı biçimlere ve dillere yer verir ve böylece halka seçim yapma imkânı sunar ve demografik kapsayıcılık konusunda farkındalık kazanma fırsatı tanır.

Metin: MBO çerçevesinde, metinler bir medya üretiminin bireysel sonuçlarını ifade eder ve yalnızca yazılı olmayıp, sesli veya video görüntülü, grafik hatta bağlantılı oyunları da kapsayabilir (örneğin, bir TV dizisi bölümü, bir *meme*, bir kitap, bir dergi veya gazete nüshası, bir fenomen videosu, bir reklam, vb.).

Mezenformasyon: Yanlış ve yanlış yönlendiren içeriği kapsar. Bu Müfredat'ın bazı bölümlerinde bu içeriklerin hem yanıltıcı hem de kasıtsız bir şekilde üretilmesini ve dağıtılmasını da kapsayacak şekilde kullanılmıştır. Dar anlamıyla, mezenformasyon yanlış ancak, her ne kadar tahripkâr bir etkisi olsa da (aşı karşıtı yanılgılarda olduğu gibi), zarar verme niyeti barındırmayan içeriklerdir. Çoğu zaman mezenformasyon, başlangıçtaki dezenformasyondan türer. Aynı içerik (örneğin, bir seçimin "çalındığı" iddiası) yanıltıcı bir niyetle dolaşıma sokulabilir, ancak sonrasında bunun gerçekten doğru bir değerlendirme olduğunu düşünen insanlar tarafından yaygınlaştırılabilir. Bir başka deyişle, aynı yanılgı hem dezenformasyon hem de mezenformasyon olabilir.

Müfredat: İçeriği, öğrenime bölüm bölüm bir yaklaşım sunacak şekilde tasarlanmış bir dizi ders.

Müze küratörü: Müzelerin koleksiyonlarından sorumlu ve tarihi eserler de dahil olmak

üzere, miras niteliğindeki materyallerin yorumlanmasıyla ilişkili bir içerik uzmanı. "Kürasyon" terimi dijital iletişim şirketlerine de genişledi ve bu kuruluşların "mağazalarını", belirli algoritmalar vb. tarafından hangi içeriklerin öne çıkarıldığı temelinde düzenleme biçimini de ifade etmek için kullanılmaya başlandı. "Moderasyon" terimi ise kullanıcıların bu kürasyon ile olan etkileşimlerini tanımlıyor.

Nefret söylemi: Kolektif özelliğinden ötürü (etnisite, cinsiyet, cinsel kimlik, vs.) belirli bir gruba karşı yöneltilen ve düşmanlığı, ayrımcılığı veya şiddeti teşvik eden herhangi bir iletişim.

Olgu: Gerçek dünya ile ilişkisi olduğuna inanılan ve toplumda kabul görmüş anlamlar. Beyan edilen bir olgu için en alışıldık test teyit edilebilir olup olmadığı, bir başka deyişle, algılarla uyumlu olduğunun ispatlanıp ispatlanamayacağı. Bütün içerikler olgulara dayalı değildir (örneğin, görüşlerin ne kendileri ne de aksi ispatlanabilir). Çoğu zaman, koronavirüs pandemisindeki gibi, bilim de sürece dahil olduğunda, bir şeyin kesin bir şekilde olgu veya yanlış diye tanımlamanın mümkün olmadığı belirsizlikler ile karşılaşılır, bu durumlarda toplumda kabul gören olgular bile, yeni olgular ortaya çıktığında veya daha geniş bir anlatı sunulduğunda, yeni anlamlar kazanabilir.

Otosansür: Otosansür, bir kişinin söylemini bastırmaya karar vermesi eylemidir. Bu eylem, belirli herhangi bir taraf veya kurum veya otoritenin açık bir komutu olmaksızın, kişinin başkalarına karşı duyduğu korku, gösterdiği itaat, onların hassasiyetleri veya tercihlerine (gerçek veya algılanan) dayalı bir şekilde gerçekleşir. Söylem dışarıdan bir tarafın komutu sonucu bastırılırsa, bu eylem sansür kapsamına girer.

Öğrenci merkezli: Eğitime, öğrenme sürecinin merkezine öğrenciyi alan bir yaklaşım biçimi. Bu yaklaşımda bireylerin ihtiyaçları ve istekleri öğrenme süreçlerinin ve programlarının merkezine yerleştirilirken, öğrenme sırasında yaşadıkları deneyimlere odaklanılır. Bu kavram katılım mevhumunu kucaklar ve öğrencinin öğrenme topluluğuna yaptığı katkıya değer verir.

Özdenetim: Bkz. "denetim" başlığı.

Pazarlama (marketing): Şirketlerin ürünlere, hizmetlere ve fikirlere ilgi gösterilmesini sağladığı süreç. Pazarlama, satış tekniklerinin, şirketlerin iletişimlerinin ve iş geliştirme süreçlerinin zemini hazırlayan stratejinin oluşturulmasına katkı sağlar. "Stratejik iletişim" ve "bilgi operasyonları" temelinde pazarlama biçimleri olup, çoğu zaman görünür ve gizli bileşenler içerir.

Pedagojik yaklaşım: Eğitim uygulamalarında kullanılan genel ilkeler ve yöntemler. MBO ile ilgili olarak pedagojik yaklaşım örnekleri için bu MBO Müfredatı'nın 1. Modülüne bakınız.

Popüler kültür: Enformel bir uzlaşmaya dayalı olarak tercih edilen ve belirli bir kültürün anaakımını oluşturan – özellikle erken 20. yüzyılın Batı kültürü ile 20. yüzyılın sonları ile 21. yüzyılın başlarında ortaya çıkan küresel anaakım – fikirler, bakış açıları, tutumlar, temalar, imajlar ve diğer olguların bütününü ifade eder.

Portal: Örneğin, e-posta, oyunlar, alıntılar, arama motoru, haberler ve borsa değerleri gibi çok geniş bir yelpazede hizmet sunan bir internet sitesi veya hizmeti fikridir. Bir portal veya internet portalı (İngilizce *vortex* yani "girdap" olarak da bilinir), ziyaretçilerin sıklıkla eriştiği ve ziyaret edilme ihtimali daha yüksek olan çeşitli hizmetleri bir araya getirerek sunar. Portalın tersine ise "duvarlı bahçe" (*walled garden*) adı verilir ve bu internet siteleri kullanıcıları sınırlı bir çevrede tutmaya çalışır, tıpkı bu "yapışkanlığı" sağlamak için algoritmik etkileşim ve önerilerle dikkati yüksek seviyede tutan ve benzeri psikolojik yöntemlere başvuran sosyal ağ uygulamaları gibi. İnternetin farklı seçenekler için sunduğu ihtimaller hem portalların hem de duvarlı bahçe hizmetlerin kullanıcıların çevrimiçi hareketlerini izlemek için sürekli olarak yeni yollar bulmaları anlamına geliyor, örneğin, çerezleri izlemek veya farklı İnternet sitelerinden toplanan verileri kişisel Internet Protokolü adresi ile eşleştirmek de bu yollardan bazıları. Uygulama dükkânları (*app store*) adı verilen portallar günümüzde giderek daha fazla önem kazanıyor ve hangi uygulamaları dahil ettikleri, hangilerini ise dışarıda bıraktıkları nedeniyle ve kimilerinin iş modellerini "gasp" olarak değerlendirmesinden dolayı bunların verdiği hizmetler hâlihazırda tartışma yaratıyor.

Profesyonel tüketici (*prosumer*): Aynı zamanda hem tüketen hem de içerik üreten tüketiciler.

Reklam denetimi: Reklamların tabi tutulduğu ve uygunluk, dürüstlük ve doğruluk gibi sıfatların onay verilen reklamlara nasıl uygulanması gerektiğini tanımlayan denetim (özdenetim veya yasal denetim).

Reklamcılık: Reklamı yapılan ürünü veya hizmeti tüketicilerin satın almaları veya tutumlarını ve davranışlarını değiştirmeleri için, dikkatlerini bu ürünlere ve hizmetlere çekmeyi amaçlayan birtakım uygulamalar ve teknikler. Ayrıca bkz. "hedefli reklamcılık".

Revizyonizm ve inkârcılık: Tarihsel revizyonizm veya inkârcılık, tarihi olayların tahrif edilmesi veya çarpıtılması anlamına gelir. Tarihsel revizyonizm, günümüzde tarihin akademisyenler tarafından belirli bir mantık çerçevesinde yeni kanıtlarla yeniden yorumlandığı çalışmaları da içine alabilecek geniş bir terim. Kimilerine göre tarihsel revizyonizm terimi, tarih ile ilgili yanlış ve siyasi veya ideolojik motivasyonları olan "yeniden yorumlamalara" meşruiyet kazandırmak için kullanılır. Böyle olduğunda tarihsel revizyonizm, akademisyenler tarafından belirlenen tarihi olayların siyasi ve ideolojik nedenlerle kasten çarpıtılmasını ifade edebilir.

Sahte içerik: İnsanları yanılgıya düşürmek için tasarlanan ve insan onuru, siyasi katılım, kimlik, vb. gibi insan haklarına zarar verebilecek yanlış içerikler.

Sanal özel ağ (VPN): Sanal özel ağlar, belirli özel ağı kamuya açık ağlara genişletir ve kullanıcılara ortak veya kamusal ağlar üzerinden, bilgisayar cihazları doğrudan özel ağa bağlıymış gibi veri gönderme ve veri alma olanağı tanıt. VPN'ler bloklama ve filtrelemeleri baypas edebilir ancak kullanıcılar VPN kullansalar bile gözetimden ve şirketler tarafından izlenmekten otomatik bir şekilde muaf olmazlar.

Satış ve pazarlama ortaklığı: Bir ortağın, başka birine veya şirkete ait ürünleri satıştan komisyon ücreti karşılığında pazarladığı süreç.

Satış/gişe rekortmeni (*blockbuster*): Çok başarılı ve çok kârlı bir ürün, film, vb.

Siber zorbalık: Siber zorbalık, cep telefonları, bilgisayarlar ve tabletler gibi dijital cihazlarda gerçekleşen zorbalık türü. SMS, mesajlar ve uygulamalar vasıtasıyla veya çevrimiçi olarak insanların görüntüleme yapabileceği ve içerik üretebileceği veya paylaşabileceği sosyal medyada, forumlarda veya oyunlarda gerçekleşebilir. Siber zorbalık, başka birisi hakkında olumsuz, zarar verici, yanlış veya kötücül içeriklerin gönderimini, yayınlanmasını veya paylaşımını kapsar. Başka biri hakkında, utanç verici veya küçük düşürücü kişisel veya özel bilgi paylaşımını da içerebilir. Kimi siber zorbalık eylemleri, yasa dışı veya kriminal davranış olarak tanımlanan sınırı aşar.

Sosyal ağ oluşturma: İnsanların, ortak bir ilginin veya faaliyetin etrafında birbirleriyle çevrimiçi ağlar aracılığıyla olan bağlantıları. Sosyal ağ faaliyetleri arasında insanların profiller oluşturarak kendileri hakkında bilgi paylaşmaları da bulunur. Facebook, WeChat ve VK popüler sosyal ağ örneklerinden bazılarıdır. Her ne kadar birçok sosyal ağ kullanıcısı başka kullanıcılarla etkileşimde oldukları izlenimine sahip olsa da, aslında söz konusu platform veya şirketin kürasyon ve moderasyon sistemleri ile ilgileri üzerinden etkileşim kurarlar ve bunlara reklam mesajları ile kullanılan veri toplama teknikleri de dahildir. Bir başka deyişle, "platform" insanların bir performans sergiledikleri pasif bir yapı olmaktan çok, sahiplerinin iş modellerinin aktif bir şekilde yerine getirilmesini sağlayacak şekilde yaratılmıştır ve işletilmektedir.

Sosyal pazarlama: Birincil hedefler "sosyal fayda" olan pazarlama türü. Örneğin, kamu sağlığı bağlamında, sosyal pazarlama halk sağlığını teşvik etmeyi, farkındalık kazandırmayı ve davranışların değiştirilmesini amaçlar.

Sosyal ve duygusal okuryazarlık: Sosyal ve duygusal öğrenme, sosyal ve duygusal becerileri geliştirme ve kullanma sürecini ifade eder. Duyguların üstesinden gelmek, hedefler belirlemek ve diğer insanlarla geçinebilmek– ve empati duymak – için gerekli becerilerdir (sosyal ve duygusal öğrenme veya sosyal ve duygusal okuryazarlık için zaman zaman SDÖ/SDO kışlatmaları kullanılabilir).

Söylem: Bir konu veya meselenin (sözlü veya yazılı olarak) enine boyuna işlenmesi.

STEM: Fen (*science*), teknoloji, mühendislik (*engineering*) ve matematik alanlarını entegre eden bir öğrenim ve gelişim yaklaşımının kısaltılmış adıdır. STEM vasıtasıyla öğrenciler, sorun çözme de dahil olmak üzere kilit beceriler geliştirir.

Sürdürülebilir kalkınma için eğitim: Sürdürülebilir kalkınma için eğitim, öğrencileri, bugünkü ve gelecek nesillere çevresel bütünlük, ekonomik uygulanabilirlik ve âdil bir toplum bırakmak için bilgiye dayalı kararlar vermeleri ve hesap verebilirliğe tabi eylemler gerçekleştirmeleri konusunda güçlendirir. Öğrenim içeriklerini ve çıktılarını, pedagojiyi ve öğrenim alanını tayin eden bütünsel ve dönüştürücü bir eğitim türüdür.

Telif hakları: Bir çalışmanın üreticisi veya yaratıcısına tanınan ve içeriğinin başkaları tarafından kopyalanması, yeniden dağıtılması ve değiştirilmesini kısıtlayan bir dizi hak. Bu haklar çoğu zaman çalışmayı yaratan kişiden ziyade, onu destekleyen şirketlere ait olup piyasada alınmaları veya satılmaları mümkündür.

Temsil: İnşa edilmiş bir metnin gerçek hayattaki ve metnin dışında var olan insanların, mekânların, olayların ve fikirlerin yerine geçtiği, bunları simgelediği veya tasvir ettiği süreçler. Gerçek mekânlar, insanlar, olaylar, fikirler ve içerikler arasındaki ilişkiyi de ifade edebilir.

Topluluk medyası: Kamusal ve ticari görsel-işitsel yayıncılığa ek olarak üçüncü bir görsel-işitsel yayın modeli sunan bir yayıncılık hizmetidir. Topluluk medyası, hizmet etmeyi amaçladığı topluluk üyeleri tarafından yönetilmeli ve içerik üretimi de yine topluluk üyelerince sağlanmalıdır. Bu, coğrafi bir yaşam alanı veya kimlik yahut ilgi (örneğin, yerel diller) temelli bir topluluk olabilir.

Toplumsal cinsiyet körlüğü (*gender-blindness*): Toplumsal cinsiyet körlüğü, cinsiyetin önemsiz olduğuna ilişkin üstü kapalı varsayımı, bir başka deyişle, bütün cinsiyetlerin biyolojik ve tarihi farklarından bağımsız olarak aynı şekilde muamele görmesini tanımlayan bir terim. Eğer görünüşte bu toplumsal cinsiyet eşitliğine bir katkı olarak değerlendirilebilse de, herkese her koşulda aynı biçimde davranmak, gerçekten var olan eşitsizliklerin görmezden gelinmesine ve sürekli kılınmasına neden olabilir.

Toplumsal cinsiyete duyarlı (*gender-sensitive*): Toplumsal cinsiyet duyarlılığı, bireylerin, hayatın her yönünde bir kişinin başkalarına sergilediği davranışlarda cinsiyetin oynadığı rol hakkında farkındalık kazanma sürecini ifade eder. Toplumsal cinsiyet ilişkileri bütün kurumlarda vardır ve toplumsal cinsiyet duyarlılığı, özellikle cinsiyete dayalı ayrıcalık ve ayrımcılığı tanımakta kendini gösterir. Her ne kadar bütün kadınlar şiddet ve ayrımcılığı aynı biçimde deneyimlemese de geleneksel cinsiyet rolleri ve basmakalıp cinsiyet yargıları nedeniyle kadınlar toplumlarda dezavantajlı konumdadır. Toplumsal cinsiyet duyarlılığı atölyeleri insanları bu konuda eğitmek için düzenlenir, böylece özellikle çalışanların hayatlarında veya iş ortamlarında, projelerde, programlarda ve genel olarak yapılan faaliyetlerde cinsiyet konusunda daha bilinçli ve duyarlı olmaları sağlanır.

Toplumsal cinsiyeti dönüştürücü (*gender-transformative*): Toplumda var olan önyargılı/ayrımcı politikaların, pratiklerin, programların köklerindeki sebepleri odağına alan ve daha fazla eşitliğe doğru bir dönüşüme tesir eden politikalar ve girişimler.

Toplumsal cinsiyeti göz önünde bulunduran (*gender-responsive*): Toplumsal cinsiyete duyarlı olan ve kadınlar ile erkeklerin farklı ihtiyaçlarını, isteklerini, kabiliyetlerini ve katkılarını ele alan politikalar ve girişimler.

Ürün veya hizmet yorumları: Müşterilerin belirli bir ürün veya hizmet hakkındaki (örneğin, restoran) görüşleri ve geri bildirimleri. Bu uygulamaya, kimi zaman olumlu veya olumsuz yorumların arkasında bir niyet veya bazı ödemeler gizlendiğine ilişkin eleştiriler yöneltilir.

Vatandaş-güdümlü bilgi: Vatandaş-güdümlü bilgi, dış paydaşlar tarafından oluşturulan bilgilerin yaşam döngüsü veya değer zincirinin bir veya birden fazla aşamasında vatandaşların bizzat doğrudan katkı yaptığı, merkezine vatandaşı alan veya vatandaş-odaklı bilgi süreçlerinin bir basamak üstüdür.

Vatandaşlık (aktif): Bir kişinin, belirli bir topluluğun (siyasi, ulusal veya sosyal) üye olmasını ifade ediyor. Vatandaşlığın genellikle bir dizi hak (örneğin, oy verme ve sosyal yardımdan yararlanma) ve sorumluluğu (örneğin, katılım) içerdiği kabul edilir. Aktif vatandaşlık, vatandaşların katılım, kamusal görevler veya gönüllülük esasıyla ve bütün vatandaşların hayatlarını daha iyi kılmaya yönelik benzeri çabalarla, daha iyi yaşam alanlarına sahip olma gayesi içinde çalışmaları gerektiği yönündeki felsefeyi ifade eder. Belirli bir ülkenin yasal vatandaşlığının, çoğu zaman o ülkede yaşayan birçok kişiyi yaş veya uyruk temelinde kapsam dışında bıraktığını göz önünde bulundurun. MBO çalışmalarında kullanılan "vatandaşlık" teriminin kapsamı, "yasal vatandaşlıktan" daha geniştir.

Vatandaşlık/sivil katılım: Belirli bir sosyal, siyasi ve ulusal topluluğun üyesi olma durumu. Toplumsal sözleşme kuramı çerçevesinde vatandaşlık statüsü hem haklar hem de sorumluluklar içerir.

Veri: Veri bilginin ham maddesidir – bu bağlamda bilgi, potansiyel bir önem taşıdığı varsayılan münferit parçalardan anlam üretimi şeklini ifade eder. Veriler, olguları meydana getirebilir, sırasıyla olgular da başka anlam üretimi işlemleri için yeni birer veri olarak kullanılabilir. Olgular veya sayılar gibi veriler anlamlı birer referansa dönüştürüldüğünde karar verme süreçlerini zenginleştirebilirler. Dijital izler sonucu devasa miktarda bir veri oluşur veya veriler başka yollarla toplanır, sonrasında da bireylerin işleyemeyecekleri biçimde bilgisayarlar tarafından depolanır ve kullanılır. Büyük veriyi kimlerin topladığı veya kullandığı, bu verilerin gerçeği ne kadar temsil ettiği ve bireysel özerklikler ile gizlilik gibi insan hakları üzerindeki etkisi büyük tartışmalar yaratan konulardır.

Veritabanı: Veritabanları, düzenlenmiş bilgi depolayan bir veri yapısıdır. Çoğu veritabanları, her biri çok sayıda farklı sekme içerebilecek birçok dijital tablodan oluşur. Örneğin, bir şirket veritabanında ürünler, çalışanlar ve mali kayıtlar için farklı tablolar yer alabilir.

Videoda isim geçirme/reklam: Bir sponsor markanın isminin ve/veya ürününün bir videonun herhangi bir yerinde açık bir şekilde belirtilmesi.

Viki: Kullanıcıların içeriklerin üretimi için birlikte çalıştığı, birden fazla kişi tarafından yürütülen bir internet sitesi. Genellikle birbirleriyle bağlantılı çok sayıda sayfaları bulunur ve içerikleri arasında yorumlar, olay anlatımları, belgeler vb. de yer alır. Vikiler, içerikleri genellikle birden fazla kullanıcı tarafından güncellendiğinden ve çok sayıda materyal yükleme olanağı tanıdığından bloglardan farklıdır.

Vikikitaplar: Vikikitaplar (daha önce Vikimedya Ücretsiz Ders Kitabı Projesi ve Vikimedya Ders Kitapları olarak adlandırılan), herkes tarafından düzenlenebilen ücretsiz elektronik ders kitapları ve ek açıklama metinleri üretimi için Wikimedia Vakfı tarafından oluşturulan viki-bazlı bir Vikimedya projesidir.

Vlog (video blog): Vloglar, bir kişinin internette düzenli olarak yayınladığı ve düşüncelerinden veya deneyimlerinden söz ettiği veya bir konu üzerine konuştuğu videoları ifade eder.

Web 2.0: Etkileşimi kolaylaştıran ve kullanıcılara kendi yazılım özelliklerini tasarlama imkânı sunan uygulamalar. Web 2.0 uygulamalar işbirliği ve paylaşımın önemini vurgular.

World Wide Web (WWW): İnternette devasa boyutlarda içeriğin üç kilit işlev görerek erişilebilir olmasını sağlayan bir işletme hizmeti: yayın formatı ve Hiper Metin İşaretleme Dili (HTML); her bilgi için ayrı bir adres (Standart Kaynak Bulucu veya *URL*); ve bilgi aktarımı için bir araç olan Hiper Metin Transfer Protokolü (*https*).

Yakınsama: İnsan sesi, ortam sesleri, görüntü veya metin gibi farklı içerik türlerini, sonrasında kişisel bilgisayardan cep telefonuna kadar bir dizi cihazdan erişilebilecek biçimde dijital koda dönüştürme ve böylece bir dijital iletişim ortamı oluşturma kabiliyetini imler. Bu terim aynı zamanda, birtakım kurumların ve pratiklerin birleşmesini, örneğin, bir gazetenin, kuruluşun internet platformunda paylaşmak amacıyla video üretmesini de ifade edebilir.

Yanlış bağlam: Yanlış bağlam bilgisiyle paylaşılan gerçek içerik. Mal-enformasyon (kötücül bilgi) olarak da tabir edilir.

Yanlış kurulan bağlantı: Başlıkların, görsellerin veya fotoğraf altı metinlerinin içeriği desteklemediği durumlar. Ayrıca, olgular arasında, komplo teorilerinin inşa edilmesine mahal verecek şekilde yanlış bağlantılar kurulması.

Yanlış yönlendiren içerik: Bir insanı, doğru olmayan bir şeye inanması için kandırmaya çalışan içerik türü.

Yapay Zekâ (YZ): Dil kavrama, görüntü tanıma, sorun çözme ve öğrenme kabiliyetleri gibi, insan zihnine mahsus özelliklerden bazılarını yerine getirebilen baz makine ve yazılımlar üzerine araştırma, bunları uygulama ve üretme. UNESCO'nun üye ülkeleri, 2021'in Kasım ayında Yapay Zekâ Etiği Üzerine Tavsiyeler metni kabul etmeyi değerlendirecek. Üç ayrı tür zekâ bulunur:

• Genel Yapay Zekâ (AGI): Kapasitesi insan yetkinlikleri ile eşit düzeyde bir Yapay Zekâ türü.

• Dar Yapay Zekâ (ANI): Dar bir kabiliyet kapsamı olan ve aynı zamanda "zayıf" olarak da tabir edilen bir Yapay Zekâ türü. Dar Yapay Zekâ, bugüne kadar başarıyla gerçekleştirilen tek Yapay Zekâ türü. Dar Yapay Zekâ hedef-odaklı olup – örneğin, yüz tanıma, ses tanıma/sesli asistanlar, araba kullanma veya internette arama yapma gibi – tek bir görev gerçekleştirmek için tasarlanmıştır ve gerçekleştirmek için programlandıkları görevi tamamlamakta son derece zekidir.

• Süper Yapay Zekâ: İnsandan daha yetkin bir Yapay Zekâ türü.

Yaşam boyu öğrenim: Öğrenci merkezli eğitim fikri ile bağlantılıdır. Yaşam boyu eğitim, hayatın belirli bir zamanda ve mekânda bir eğitim programı ile 'başlayıp' sonrasında 'durmadığını' kabul eder. Buna göre her birey sürekli olarak öğrenmektedir ve bu öğrenim biçimini sürdürmek için de içerik sağlayıcılar ile etkileşimdedir. Medya ve bilgi

okuryazarlığını geliştirmek belirli bir programı bitirmek ile sınırlı değildir ve örgün eğitim bağlamlarının ötesine uzanır. Bu da farklı alanlarda gerçekleşir (işyerlerinde, toplum bünyesindeki aktivitelerde, sargın öğrenim alanlarında, vb.).

Yeni medya: Dijital platformlarda düzenlenen ve dağıtılan içerik.

Yönetişim: Resmî kurumlar ve sivil toplum kuruluşları arasında etkileşim sağlanmasına dayalı bir yönetim süreci olarak kabul edilir. Yönetişim, gücün ve otoritenin sahibinin kim olduğu ve kimlerin süreci etkileyebildiği, bunların nasıl kullanıldığı ve toplumsal ve kamusal hayata ilişkin politikaların nasıl belirlendiği ve kararların nasıl alındığı gibi konularla ilgilidir. Bu süreç, özellikle medya ve dijital iletişim şirketleri gibi içerik sağlayıcılar açısından son derece büyük önem arz eder. E-hükümet ise hükümetin işlevlerini yerine getirmek için BİT'leri kullanması ile bağlantılı olup, yönetişim konularıyla karıştırılmamalıdır.

Yurttaş gazeteciliği: Gazeteciliği profesyonel olarak yapmayan herhangi bir vatandaşın, haber ve bilgi toplanma, iletme, çözümleme ve yayma süreçlerinde aktif bir rol oynaması.

Zorunlu ve hedeflenen etik: Zorunlu etik bazı aktörler tarafından etik dışı olarak tanımlanan davranışları önlemeyi amaçlar, bunun sonucunda genellikle kurallar ile ifade bulur. Bazı davranış yönergeleri sunar veya hangi davranışların kabul edilir veya edilemez olduğunu ayrıntılı bir şekilde açıkça belirtir. Hedeflenen etik ise belirlenen standartlar doğrultusunda gönüllü bir etik davranışı teşvik etmeyi amaçlar.

TEŞEKKÜR

İKİNCİ BASKI

Revize Edenler:

Bernard Combes, Program Uzmanı, Eğitim Bölümü, Sürdürülebilir Kalkınma İçin Eğitim, UNESCO

Damiano Giampaoli, Program Uzmanı, Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Dairesi, UNESCO

Isabel Ramoj, Proje Sorumlusu Yardımcısı, Eğitim Bölümü, Küresel Vatandaşlık ve Barış Eğitimi Dairesi, UNESCO

Joyce Monteiro, Program Uzmanı Asistanı; Sosyal ve İnsan Bilimleri Bölümü, Dinlerarası Diyalog Programı, UNESCO

Karel Fracapane, Program Uzmanı, Eğitim Bölümü, Küresel Vatandaşlık ve Barış Eğitimi Dairesi, UNESCO

Ke Leng, Program Koordinatörü, Kültür Bölümü, Kültürel Politikalar ve Kalkınma Dairesi, UNESCO

Peter Wallets, Proje Sorumlusu, Eğitim Bölümü, Öğretmen Eğitimi Dairesi, UNESCO

Katkı Sunanlar:
Öğretmenler İçin MBO Müfredatı Hakkında Uluslararası İstişare Toplantısı, 12-13 Eylül 2019

Albert K. Boekhorst, Araştırmacı, Amsterdam Üniversitesi, Hollanda, ve Pretorya Üniversitesi, Güney Afrika

Alexandre Sayad, Başkan Yardımcısı, UNESCO Medya ve Bilgi Okuryazarlığı İttifakı Uluslararası Yönlendirme Kurulu

Alice Lee, Profesör, Hong Kong Baptist Üniversitesi

Alton Grizzle, Program Uzmanı, UNESCO

Arul Selvan, Doçent Dr., Gazetecilik ve Yeni Medya Araştırmaları Okulu, Indira Gandi Ulusal Açık Üniversitesi (IGNOU), Hindistan

Bogdan Trifunovic, Başkan, Sırbistan Kütüphane Derneği

Carolyn Wilson, UNESCO Medya ve Bilgi Okuryazarlığı İttifakı Uluslararası Yönlendirme Kurulu eski Başkanı, MediaSmarts (Kanada) ve MENTOR Medya Okuryazarlığı Derneği (İspanya) Yürütme Kurulu Üyesi, Batı Üniversitesi Eğitim

Fakültesi, Kanada

Dalibor Todorovic, Bilgisayar Bilimi Öğretmeni, Sırbistan

Divina Frau-Meigs, Profesör ve UNESCO Kürsüsü Sahibi, Paris 3 Sorbonne Nouvelle Üniversitesi, Fransa

Felipe Chibas Ortiz, Doçent Dr., São Paolo Üniversitesi, Brezilya

Igor Simic, Film/Oyun Sanatçısı, Demagog Stüdyosu

Irina Zhilavskaya, UNESCO Medya ve Bilgi Okuryazarlığı ve Vatandaşların Medya Eğitimi Kürsüsü Başkanı, Moskova Devlet Pedagoji Üniversitesi, Rusya

Jesús Lau, USBIVER Kütüphanesi'nin Direktörü, Veracruzana Üniversitesi, UNESCO MBO İttifakı Uluslararası Yönlendirme Komitesi Eş Başkanı

Katarina Aleksic, Eğitim Teknoloji Merkezi Başkanı, Eğitim Kalitesi ve Değerlendirmesi Enstitüsü, Sırbistan

Lisa Serero, Eğitim Projeleri Direktörü, Barış İçin Karikatürler

Maha Bashri, Doç Dr., Birleşik Arap Emirlikleri Üniversitesi, BAE

Maja Zaric, Medya Bölümü'nde Daire Başkanı, Sırbistan Kültür ve Medya Bakanlığı

Marjana Brkic, Bilim Tanıtımı Merkezi, Sırbistan

Mouna Benslimane, Öğretim Görevlisi, Bilgi Bilimleri Okulu, Fas

Olunifesi Suraj, Kıdemli Okutman, Kitlesel İletişim Bölümü, Lagos Üniversitesi, Nijerya

Rachel Fisher, Araştırmacı ve Koordinatör, Afrika İçin Bilgi Etiği Ağı, Geleceğin Afrika'sı Enstitüsü, Pretorya Üniversitesi, Güney Afrika, ve Uluslararası Bilgi Etiği Merkezi (ICIE) Başkan Yardımcısı

Ramón Tuazon, Asya Gazetecilik Enstitüsü Başkanı, Asya Medya Bilgi ve İletişim Merkezi Genel Sekreteri

Roxana Morduchowicz, Medya Okuryazarlığı Programı Eski Direktörü, Eğitim Bakanlığı, Arjantin

Sasa Mirkovic, Medya Uzmanı ve Okutman, Medya ve İletişim Fakültesi, Sırbistan

Tatyana Murovana, Program Uzmanı, UNESCO Eğitimde Bilgi Teknolojileri Enstitüsü

Violeta Kecman, Dil Öğretmeni, Belgrad Beşinci Lise, Sırbistan

Wallace Gichunge, İcra Direktörü, Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Merkezi, Kenya

Xu Jing, Proje Sorumlusu Yardımcısı, UNESCO

Arap Devletleri Bölgesel İstişare Toplantısı, 3 ve 10 Aralık 2020

Abdelhamid Nfissi, Başkan, Uluslararası Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Forumu

Abtar Darsbau Singh, Profesör, Hamdan Bin Mohammed Akıllı Üniversite, BAE

Alton Grizzle, Program Uzmanı, UNESCO

Anna Page, Kıdemli Yapımcı, Birleşik Krallık Açık Üniversitesi, Birleşik Krallık

Basu Der Kahe, Profesör, Tribhuvan Üniversitesi, Nepal

Bushro binti Ali, Kıdemli Okutman, Öğretmen Eğitimi Enstitüsü, Malezya

Cathal de Paor, Sürekli Mesleki Gelişim Direktörü, Mary Immaculate Koleji, Limerick Üniversitesi

Connie Elaine George, Eğitim Müdürü, Eğitim Bakanlığı, Britanya Virgin Adaları

Danilo Padilla, Program Uzmanı, UNESCO

Drissia Nfissi, Profesör, Meknes Moulay İsmail Üniversitesi, Fas

Enas Abulibdeh, Doçent Dr., Al Ain Üniversitesi, BAE

Gabriel Elrhili, Program Uzmanı, UNESCO

Gihan Osman, Öğretim Tasarımı ve Teknoloji Doçent Dr., Kahire Amerikan Üniversitesi, Mısır

Naglaa Emary, Danışman ve Medya Uzmanı, Mısır İngiliz Üniversitesi, Mısır

Ramón Tuazon, Asya Gazetecilik Enstitüsü Başkanı, Asya Medya Bilgi ve İletişim Merkezi Genel Sekreteri

Steve Nwokeocha, İcra Direktörü, Afrika Eğitim Denetimi Otoriteleri Federasyonu (AFTRA)

Suad Al-Furrain, Doç. Dr., Eğitim Fakültesi, Kuveyt Üniversitesi, Kuveyt

Summayah Abuhamdieh, Eğitim Danışmanı, Ürdün Üniversitesi, Ürdün

Doğa Afrika Bölgesel İstişare Toplantısı, 5 Mart 2020

Abas Mpindi, CEO, Media Challenge Initiative

Abdirahman Moallin Addow, Direktör, Ulusal Telekomünikasyon Enstitüsü, Postane, Telekomünikasyon ve Teknoloji Bakanlığı, Somali

Elifas Bissanda, Rektör Yardımcısı ve UNESCO Kürsüsü Sahibi, Tanzanya Açık Üniversitesi Ulusal Komisyonu, Tanzanya

Emmanuel Munyarukumbuzi, Yardımcı Doçent Dr., Ruanda Üniversitesi, Ruanda

Farah Judith Isaacs, Program Sorumlusu, Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Öğrenme Girişimi (MiLLi), Namibya

Gundeea Narrainen, Kıdemli Okutman, İletişim Okulu, Mauritius Üniversitesi, Mauritius

Henry Kabwe, İcra Direktörü, Çocuklar Hakları İçin Medya Ağı, Zambiya

John Oluoch, Dekan, Bilgi ve İletişim Okulu, Rongo Üniversitesi, Kenya

John Okande, Ulusal Program Sorumlusu, UNESCO

Kara Chaplain, Dekan Yardımcısı, Gazetecilik ve İletişim Bölümü, Juba Üniversitesi, Güney Sudan

Levi Obonyo, Dekan, Gazetecilik Okulu, Daystar Üniversitesi, Kenya

Menychle Meseret Abebe, Medya Uzmanı, Araştırmacı ve Okutman, Gazetecilik ve İletişim Bölümü, Gondar Üniversitesi, Etiyopya

Mirjam Gehrke, Program Direktörü, Ülke Koordinatörü, DW Akademie Uganda

Olunifesi Suraj, Kıdemli Okutman, Kitlesel İletişim Bölümü, Lagos Üniversitesi, Nijerya

Prossy Kawala, İcra Direktörü, Medya Okuryazarlığı ve Toplumsal Gelişim Merkezi (CEMCOD), Uganda

Rachel Fisher, Araştırmacı ve Koordinatör, Afrika İçin Bilgi Etiği Ağı, Geleceğin Afrika'sı Enstitüsü, Pretorya Üniversitesi, Güney Afrika ve Uluslararası Bilgi Etiği Merkezi (ICIE) Başkan Yardımcısı

Rebecca Ryakitimbo, Ülke Koordinatörü, Digital Grassroots Tanzanya

Thomas Sithole, Eş Kurucu ve İcra Direktörü, Zimbabwe Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Merkezi, Zimbabwe

Vitalis Bruce Ziraba, İcra Direktörü, Medya Okuryazarlığı ve Toplumsal Gelişim Merkezi (CEMCOD), Uganda

Wallace Gichunge, İcra Direktörü, Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Merkezi, Kenya

William Tayebwa, Başkan, Gazetecilik ve İletişim Bölümü, Makerere Üniversitesi, Uganda

Latin Amerika Bölgesel İstişare Toplantısı, 29-30 Haziran 2020

Abel Antonio Grijalva Verdugo, Fakülte Üyesi, Sosyal ve İnsan Bilimleri Bölümü, Batı Üniversitesi, Guatemala

Abigail Castro de Pérez, Eğitim Eski Bakanı, El Salvador

Adelaida Trujillo, Sinema Yapımcısı

Alexandre Bianquini do Amaral, Gazeteci ve Sinema Yapımcısı, São Paolo Üniversitesi, Brezilya

Alexandre Fernandes Barbosa, Başkan, Bilgi Toplumu Gelişimi Araştırmaları Bölge Merkezi, Brezilya

Alexandre Le Voci Sayad, CEO, ZeitGeist ve UNESCO MBO İttifakı Uluslararası Yönlendirme Kurulu Eş Başkanı

Ana María Rodino, Uluslararası Danışman, İnsan Hakları Eğitimi

Anabella Serignese, Direktör, Asociación Conciencia, Arjantin

Ángel Martín Peccis, Direktör, İbero-Amerikan Devletleri Örgütü (OEI)

Camila Muñoz Churruca, Öğretmenler İçin Dijital Kütüphane Projesi Danışmanı, Santiago Üniversitesi, Şili

Camila Ponce, Direktör, America Solidaria, Şili

Carlos Staff, Genel Sekreter, Orta Amerika Eğitim ve Kültür Koordinasyonu – Orta Amerika Entegrasyon Sistemi (CECC-SICA), Eğitim Eski Bakan Yardımcısı, Panama

Carlos Vargas Tamez, UNESCO Eğitim İçin Latin Amerika ve Karayip Bölgesel Ofisi

Carolina Casas, Bölge Direktörü, Sesame Workshop

Cecilia Martins, Koordinatör, Amerikalar Arası Eğitim Komitesi

Claudia Dulce Romero, Barış İçin Eğitim ve Kültür Başkanı, UNESCO

Claudia Tobar, Direktör, Eğitim ve Öğrenim Enstitüsü, Quito San Francisco Üniversitesi, Ekvador

Corrina Grace, İcra Direktörü, Asociación SERES, Guatemala

Daniela Zallocco, Ulusal Koordinatör, UNESCO Kardeş Okullar Ağı (ASPnet)

Edgar Mestre Sierra, Latin Amerika Program Direktörü, Young Americas Business Trust

Edison Lanza, İfade Özgürlüğü Eski Özel Raportörü, Amerikalar Arası İnsan Hakları Komisyonu

Eduardo González Saá, İcra Direktörü, Eğitsel Araştırma ve Eylem Merkezi, Bolivya

Emilio García Méndez, Çocukların İfade Özgürlüğü Hakları Uzmanı

Ernesto Reyna Alcántara, Eski İcra Direktör Yardımcısı, İklim Değişikliği Ulusal Konseyi, Dominik Cumhuriyeti

Esther Hamburger, Profesör, São Paolo Üniversitesi, Brezilya

Esther Kuisch-Laroche, Direktör, San José UNESCO Ofisi, Kosta Rika

Facundo Galván, Küresel Vatandaşlık Eğitimi (GCED) ve Öğretmen Mesleki Gelişimi Uzmanı, Asociación SERES, Guatemala

Felipe Chibás Ortiz, Doçent. Dr., São Paolo Üniversitesi, Brezilya

Felisa Tibbits, Siyaset Bilimci, Profesör, Seçim Eğitimi Eski Direktörü, İçişleri Bakanlığı, Arjantin

Gabriela Martini, Siyaset Bilimci, Profesör, Arjantin'de çeşitli üniversitelerde görev yapmakta, Seçim Eğitimi Eski Direktörü, İçişleri Bakanlığı, Arjantin

Gilson Schwartz, Doçent. Dr., São Paolo Üniversitesi, Brezilya

Glenda Marisol Xulú Pérez, Öğretmen, Asociación SERES, Guatemala

Guillermo Orozco Gómez, Profesör, Guadalajara Üniversitesi, Meksika

Henry Arias Guido, Sürdürülebilir Kalkınma İçin Eğitim Danışmanı, Uluslararası İlişkiler ve İşbirliği Ofisi, Kamu Eğitimi Bakanlığı, Kosta Rika

Ismar Oliveira Soares, Kıdemli Profesör, İletişim ve Sanat Okulu, São Paolo Üniversitesi, Brezilya

Jamion Knight, Program Uzman Yardımcısı, UNESCO

Jesús Lau, USBIVER Kütüphanesi'nin Direktörü, Veracruzana Üniversitesi, UNESCO MBO İttifakı Uluslararası Yönlendirme Komitesi Başka Yardımcısı

José Fernando Mejía, Küresel Vatandaşlık Eğitimi (GCED) Direktörü, Convivencia Productiva, Kolombiya

Kerstin Forsberg, Direktör, Platena Oceana, Peru

Laura Engel, Küresel Vatandaşlık Eğitimi (GCED) UNESCO Kürsüsü Başkanı, George Washington University, ABD

Luisa Villegas, Eğitim Uzmanı, Pan Amerikan Kalkınma Vakfı, Amerikan Devletleri Örgütü (OAS)

Manuel Salamanca Rangel, Direktör, "Alfredo Vásquez Carrizosa" İnsan Hakları Enstitüsü, Kolombiya

Marcela Browne, İşbirliği Koordinatörü, Fundación SES, Arjantin

Marcio Guerra Amorim, Araştırmalar ve Gelecek Birimi İcra Direktörü, Sanayi Ulusal Konfederasyonu, Brezilya

María Soledad Bos, Eğitim Uzmanı, Amerikalar Arası Kalkınma Bankası

Mirian Vilela, İcra Direktörü, Earth Charter International (Uluslararası Dünya Sözleşmesi) Sekreterliği, Kosta Rika

Mónica Reinoso, Eğitim İdaresi Eski Bakan Yardımcısı, Ekvador

Nascira Ramia, Eğitim Koordinatörü, Quito San Francisco Üniversitesi, Ekvador

Orlando Sáenz, Koordinatör, Sürdürülebilirlik ve Çevre İçin İbero-Amerikan Üniversiteler Ağı İttifakı Environment (ARIUSA Alliance)

Roberto Beltrán, UNESCO Eğitim ve Barış Kültürü Kürsüsü Sahibi

Rosa Campusano, İcra Direktörü, Eğitici Eğitimi Ulusal Enstitüsü, Dominik Cumhuriyeti

Roxana Morduchowicz, Medya Okuryazarlığı Programı Eski Direktörü, Eğitim Bakanlığı, Arjantin

Sara Jaramillo, Direktör, Ekvador Ulusal Ofisi, İbero-Amerikan Devletler Örgütü

Silvia Bacher, Başkan, Las Otras Voces, Arjantin

Soledad Mena, Öğretim Görevlisi, Simón Bolivar And Dağları Üniversitesi, Ekvador

Tais Gadea Lara, Gazeteci, Conexión Coral Arjantin

Tomas Durán Becerra, Ulusal Araştırmaları Direktörü, Yüksek Eğitim Ulusal Birleşik Okulu, Kolombiya

Vicky Colbert, Direktör, Escuela Nueva Fundación, Kolombiya

Batı Afrika Bölgesel İstişare Toplantısı, 7 Temmuz 2020

Aboubakar Ali Kore, Genel Direktör, Ulusal Müfredat Merkezi, Çad

Akore Massa Zoumanigui, Genel Direktör, Gine Eğitim Bilimleri Yüksek Enstitüsü (ISSEG), Gine

Alain Sessou, Direktör, Medya Evi, Benin

Amivi Cra Komlan, Eğitim Direktörü, Lomé Üniversitesi, Togo

Biyao Kokou Essohanam, İlk ve Orta Öğretim Bakanlığı, Togo

Camille Bulabula, Başkan, İletişim ve Bilgi Ofisi, İlk, Orta ve Mesleki Eğitim Bakanlığı, Kongo

Cyrille Guel, Kurucu Başkan ve Uzman, EducommunikAfrik, Burkina Faso

Elvis Michel Kenmoe, İletişim ve Bilgi Danışmanı, UNESCO

Emille-Pierre Bazyomo, Öğretim Görevlisi ve Araştırmacı, Afrika Medya ve Dijital Eğitim Kamu Politikaları Gözlemevi (OPENEMA)

Emmanuel Edima N'Guessan, Başkan, Ulusal Gençlik Konseyi, Fildişi Sahili

Etienne Damome, Okutman, Bordeaux Montaigne Üniversitesi, Fransa

Evariste Hodonou, Başkan, Basın ve Görsel-İşitsel Yayınlar Sahipliği Ulusal Konseyi (CNPA), Benin

Francis Babbey, Afrika Medya ve Dijital Eğitim Kamu Politikaları Gözlemevi (OPENEMA)

Georges Madiba, Öğretim Görevlisi ve Araştırmacı, İletişim Bölümü Sosyal ve Medya İletişimi Laboratuvarı, Edebiyat ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Douala Üniversitesi, Kamerun

Géraldine Apo Yanon, Uzman ve Araştırmacı

Germain Gonzalo, Direktör, Porto-Novo Öğretmen Eğitimi Koleji, Benin

Ibrahim Harouna, Direktör, Medya Evi, Nijer

Ibrahima Sarr, Asistan, Bilgi Bilimleri ve Teknikleri Araştırmaları Merkezi / Afrika'da Sosyal Bilimler Araştırmalarının Gelişimi Konseyi (CESTI/CODESRIA)

Ismaïla Camara, Başkan, BİT Gazetecileri Ağı (REJOTIC), Senegal

Jean-Claude Bationo, Genel Direktör, Koudougou Yükseköğrenim Okulu (ENS/UK), Burkina Faso

Jean-Claude Coulibaly, Yürütme Kurulu Başkanı, Fildişi Sahili Ulusal Gazeteci Sendikası (UNJCI), Fildişi Sahili

Kate Adoo-Adeku, Yürütme Kurulu Başkanı, Afrika'da Kalkınma İçin Medya ve Eğitim Koalisyonu Forumu (CAFOR)

Khadim Diop, Başkan, Ulusal Gençlik Konseyi, Senegal

Leonce Gamai, Genel Direktör, BANOTOU (dijital medya), Benin

Maidaji Mahamadou, Genel Direktör, Orta Öğretim Bakanlığı, Nijer

Mamadou Kone, Hizmet Öncesi Eğitim Direktörü, Abican Yükseköğrenim Okulu, Fildişi Sahili

Noël Gbaguidi, Başkan, Ulusal Eğitim Konseyi, Benin

Pierre Chanou, Direktör, Eğitimde Mesleki Formasyon ve Araştırma Ulusal Enstitüsü (INFRE), Benin

Roger Kabore, Genel Direktör, Bobo Dioulasso İlkokul Öğretmenleri Eğitim Okulu (ENEP), Burkina Faso

Romaine Raïssa Zidouemba, Koordinatör, Gazeteci Girişimleri Ağı, Burkina Faso

Salzabo Dimougna, İletişim Direktörü, Ulusal Gençlik Konseyi, Çad

Sounmaïla Moumouni, Direktör, Natitingou Yükseköğrenim Okulu, Benin

Valy Sidibé, Gene Direktör, Abican Yükseköğrenim Okulu, Fildişi Sahili

Vinod Seegum, Başkan, Hükümet Öğretmenler Sendikası (GTU), Mauritius

Yaovi Ekoue, Direktör, Notsé Öğretmen Eğitimi Koleji, Togo

Zakiath Latondji, Başkan, Benin Medya Çalışanları Sendikası (UPMB), Benin

Zara Bakingue Gaoh, Eğitim Direktörü, İlkokul, Okuryazarlık, Ulusal Dillerin Teşviki ve Yurttaş Eğitimi Bakanlığı, Nijer

Karayipler Bölgesel İstişare Toplantısı, 30 Temmuz 2020

Alexandre Le Voci Sayad, CEO, ZeitGeist ve UNESCO MBO İttifakı Uluslararası Yönlendirme Kurulu Eş Başkanı

Anthea Henderson, Okutman, Karayipler Medya ve İletişim Okulu (CARIMAC), Jamaika

Asif Dover, Okuyazarlık Üzerine Eğitim Sorumlusu, Eğitim Bakanlığı, Saint Vincent ve Grenadinler

Catherina Schönhammer, Kamusal Bilgi Sorumlusu, UNESCO

Charlene James, Program Asistanı, UNESCO

Cheryl Bernabe Bishop, Müfredat Bölümü Başkanı, Eğitim, İnsan Kaynakları ve Dini İşler Bakanlığı, Grenada

Cordel Green, İcra Direktörü, Jamaika Yayıncılık Komisyonu, Jamaika

Daisy St. Rose, Kütüphaneci, West Indies Üniversitesi Açık Kampüsü, Jamaika

David Jenkins, Bilgi İşlem Asistanı, UNESCO

Dorcas R. Bowler, Kütüphaneler Direktörü, Ulusal Kütüphane ve Bilgi Hizmetleri, Eğitim Bakanlığı, Bahamalar

Everton Hannam, Genel Sekreter, UNESCO Jamaika Milli Komisyonu

Faryal Khan, Program Uzmanı, UNESCO

Georgiana Adriana-Henríquez, Devlet Okulları İçin Bilgi Teknolojileri Koçu

Ingrid Peart-Wilmot, Mentorluk Baş Sorumlusu, Jamaika Öğretmenler Konseyi, Jamaika

Isabel Viera Bermúdez, İletişim ve Bilgi Danışmanı, UNESCO

Joan McDermott, Kütüphaneci, Shortwood Öğretmenlik Koleji, Jamaika

Katherine Grigsby, Direktör ve Temsilci, UNESCO Kingston Karayipler İçin Küme Ofisi

Kathy McDiarmed, Kıdemli Kütüphane Asistanı, Hunter J François Kütüphanesi, Saint Lucia

Kiran Maharaj, Başkan, Karayipler Medya Enstitüsü, Trinidad ve Tobago

Latoya Swaby-Anderson, Ulusal Program Sorumlusu, UNESCO

Marcellia Henry, Genel Sekreter, UNESCO Sint Maarten Milli Komisyonu

Marva C. Browne, Genel Sekreter, UNESCO Curaçao Milli Komisyonu

Nurizcka Everts, Eğitim, Bilim, Kültür ve Spor Bakanlığı, Curaçao

Paulette Stewart, Başkan, Kütüphanecilik ve Bilgi Araştırmaları Bölümü, West Indies Üniversitesi, Jamaika

Valerie Clarke, Kampüs Kütüphanecisi, West Indies Üniversitesi, Jamaika

BİRİNCİ BASKI

Katkı Sunanlar:
Müfredatı Hazırlama Stratejisini İstişare Etmek İçin Uluslararası Uzmanlar Grubu Toplantısı

Albert K. Boekhorst, Araştırmacı, Amsterdam Üniversitesi, Hollanda, ve Pretorya Üniversitesi, Güney Afrika

Bandula P. Dayarathne, Üniversite Öğretim Görevlisi ve Müfredat Geliştirme Sorumlusu, Ulusal Eğitim Enstitüsü, ve Medya Eğitimi Misafir Okutmanı, Kolombo Üniversitesi, Sri Lanka

Carmilla Floyd, Yazar, Gazeteci ve Medya Eğitmeni, İsveç

Caroline Pontefract, Başkan, Öğretmen Eğitimi Bölümü, UNESCO

Carolyn Wilson, UNESCO Medya ve Bilgi Okuryazarlığı İttifakı Uluslararası Yönlendirme Kurulu eski Başkanı, MediaSmarts (Kanada) ve MENTOR Medya Okuryazarlığı Derneği (İspanya) Yürütme Kurulu Üyesi, Batı Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Kanada

C. K. Cheung, Öğretmen Eğitmeni, Eğitim Fakültesi, Hong Kong Üniversitesi, Çin

Divina Frau-Meigs, Profesör ve UNESCO Kürsüsü Sahibi, Paris 3 Sorbonne Nouvelle Üniversitesi, Fransa

Évelyne Bévort, Direktör Yardımcısı, Eğitim ve Bilgi Araçları Bağlantı Merkezi (CLEMI), Fransa

Fackson Banda, SAB Limited, UNESCO Medya ve Demokrasi Kürsüsü Sahibi, Rhodes Üniversitesi, Güney Afrika

Jesús Lau, USBIVER Kütüphanesi'nin Direktörü, Veracruzana Üniversitesi, UNESCO MBO İttifakı Uluslararası Yönlendirme Komitesi Başka Yardımcısı

Jordi Torrent, Proje Direktörü, Medya Okuryazarlığı Eğitimi, Birleşmiş Milletler Medeniyetler İttifakı

José Manuel Pérez Tornero, Başkan Yardımcısı, Avrupa İzleyici Hakları Derneği (EAVI) ve Genel Sekreter, Medya Eğitimi Uluslararası Derneği (MENTOR), Özerk Barselona Üniversitesi, İspanya

Kwame Akyempong, Direktör Yardımcısı, Uluslararası Eğitim Merkezi, Sussex Üniversitesi, Birleşik Krallık

Manuel Quintero, Genel Direktör, Latin Amerikan Eğitsel İletişim Enstitüsü, Meksika

María Ester Mancebo, Eğitim Politikaları Profesörü, Montevideo Cumhuriyet Üniversitesi, Uruguay

Martin Hadlow, Direktör, İletişim ve Toplumsal Değişim Merkezi, Gazetecilik ve İletişim Okulu, Queensland Üniversitesi, Avustralya

Noël Chicuecue, Ulusal Program Sorumlusu, UNESCO Mozambik

Penny Moore, Eğitim Araştırmaları Danışmanı ve İcra Direktörü, Uluslararası Okul Kütüphanecileri Derneği, Yeni Zelanda

Ramón Tuazon, Asya Gazetecilik Enstitüsü Başkanı, Asya Medya Bilgi ve İletişim Merkezi Genel Sekreteri

Rasha Omar, Direktör, Bilim Teknoloji Performansı, Filistin Müfredat Geliştirme Merkezi, Eğitim ve Yüksek Öğrenim Bakanlığı, Filistin Toprakları

Renato Opertti, Uluslararası Eğitim Ofisi, UNESCO Cenevre

Samy Tayie, Başkan, Medya Eğitimi Uluslararası Derneği (MENTOR), Mısır

Toussaint Tchitchi, Öğretim Görevlisi, Abomey-Calavi Üniversitesi, Benin

Müfredatın İlk Taslağını Gözden Geçirmek İçin İkinci Uluslararası Uzmanlar Grubu Toplantısı

Ana Naidoo, Dekan Yardımcısı, Eğitim Fakültesi, Pretorya Üniversitesi, Güney Afrika

Asim Abdul Sattar, Dekan, Eğitim Fakültesi, Maldivler Yükseköğrenim Koleji, Maldivler

C. K. Cheung, Öğretmen Eğitmeni, Eğitim Fakültesi, Hong Kong Üniversitesi, Çin

Carolyn Wilson, UNESCO Medya ve Bilgi Okuryazarlığı İttifakı Uluslararası Yönlendirme Kurulu eski Başkanı, MediaSmarts (Kanada) ve MENTOR Medya Okuryazarlığı Derneği (İspanya) Yürütme Kurulu Üyesi, Batı Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Kanada

Clement Lambert, Okutman, Dil Sanatları/Okuryazarlık Eğitimi, Eğitim Enstitüsü, West Indies Üniversitesi, Jamaika

Jordi Torrent, Proje Direktörü, Medya Okuryazarlığı Eğitimi, Birleşmiş Milletler Medeniyetler İttifakı

Jutta Croll, İcra Direktörü, Stiftung Digitale Chancen, Almanya

Kwame Akyempong, Direktör Yardımcısı, Uluslararası Eğitim Merkezi, Sussex Üniversitesi, Birleşik Krallık

Mouna Benslimane, Öğretim Görevlisi, Bilgi Bilimleri Okulu, Fas

Per Lundgren, Yönetim Kurulu Üyesi, Dünya Çocuklar ve Gençler İçin Medya Zirvesi, İsveç

Ramón Tuazon, Asya Gazetecilik Enstitüsü Başkanı, Asya Medya Bilgi ve İletişim Merkezi Genel Sekreteri

Renato Opertti, Uluslararası Eğitim Ofisi, UNESCO Cenevre

Roxana Morduchowicz, Medya Okuryazarlığı Programı Eski Direktörü, Eğitim Bakanlığı, Arjantin

Susan Moeller, Direktör, Uluslararası Medya Merkezi ve Kamu Gündemi (ICMPA), Avusturya

Güney Afrika, Latin Amerika ve Karayipler ve Güney Asya'da Bölgesel Eğitici Eğitimleri Atölyeleri ve İstişareler Dizisi

Güney Afrika

Allen Chaida, Okutman, Caprivi Eğitim Koleji, Namibya

Ana Naidoo, Dekan Yardımcısı, Eğitim Fakültesi, Pretorya Üniversitesi, Güney Afrika

Andrew Stevens, Okutman, Rhodes Üniversitesi, Güney Afrika

Elizabeth Brown, Okutman, Namibya Üniversitesi, Namibya

Gerhard Ngalangi, Okutman, Rundu Eğitim Koleji, Namibya

Gerrit Stols, Öğretim Görevlisi, Pretorya Üniversitesi, Güney Afrika

Ina Fourie, Doçent Dr., Bilgi Bilimler Bölümü, Pretorya Üniversitesi, Güney Afrika

Johan van Wyk, Kütüphaneci, Pretorya Üniversitesi, Güney Afrika

John Nyambe, Ulusal Eğitim Geliştirme Enstitüsü, Namibya

Les Meiring, Okutman, Nelson Mandela Metropolitan Üniversitesi, Güney Afrika

Mabataung Metsing, Ulusal Müfredat Geliştirme Merkezi, Güney Afrika

Mafata Paul Mafata, Lesotho Eğitim Koleji, Lesotho

Mandie Uys, Okutman, Kusey-Batı Üniversitesi, Güney Afrika

Marianne Hicks, Okutman, Uluslararası Araştırmalar, Monash Üniversitesi, Güney Afrika

May Anne Hood, Okutman, Fort Hare Üniversitesi, Güney Afrika

Maryna Roodt, Okutman, Teknoloji Merkez Üniversitesi, Güney Afrika

Musa Hlophe, Matematik Müfredatı Tasarımcısı, Ulusal Müfredat Merkezi Bilgi Sorumlusu, Güney Afrika

Pantecost Nkhoma, Okutman, Tshwane Teknoloji Üniversitesi, Güney Afrika

Phindile Maureen Nxumalo, Başkan, Eğitim Bölümü, William Pitcher Koleji, Svaziland

Sikhonzile Ndlovu, Media Eğitimi Direktörü, Gender Links, Güney Afrika

Tulonga Henoch, Okutman, Ongwediva Eğitim Koleji, Namibya

Van Heerden, Okutman, Batı Cape Üniversitesi, Güney Afrika

Wandile Sifundza, Bülten Editörü, Svaziland Ulusal Öğretmenler Derneği, Svaziland

Latin Amerika ve Karayipler

Barbara Foster, Koordinatör, West Indies Üniversitesi, Jamaika

Bob Harris, Serbest Gazeteci, PBC TV, Jamaika

Catherine Gibson, İşletme Eğitimi Eğitmeni, Erdiston Öğretmenler Eğitimi Koleji, Barbados

Dahlia Palmer, Okutman, Shortwood Öğretmenler Koleji, Jamaika

Deborah Francis, Kıdemli Okutman, St. Joseph Öğretmen Okulu, Jamaika

Elizabeth Terry, Başkan, Jamaika Kalkınma İçin BİT'ler (ICT4D), ve Direktör, Projeler ve Ortaklıklar, HEART Trust/NTA, Jamaika

Erika Vasquez, Direktör, Temel Eğitim Bölümü, Kosta Rika Ulusal Üniversitesi, Kosta Rika

Erika Walker, İletişim ve Bilgi Ulusal Program Sorumlusu, UNESCO Jamaika

Gillian Bernard, Danışman, UNESCO Jamaika

Hirfa Morrison, Kolej Kütüphanecisi, Excelsior Toplum Koleji, Jamaika

Isidro Fernandez-Aballi, Karayipler Bilgi ve İletişim Danışmanı, UNESCO Jamaika

Jacqueline Morris, Okutman, Trinidad ve Tobago Üniversitesi, Trinidad ve Tobago

Jennifer Palmer Crawford, Başkan, Öğretmen Eğitimi Bölümü, Clarence Fitzroy Bryant Koleji, Guadeloupe

Joseph Mckenzie, Kıdemli Okutman, Moneague Öğretmenler Koleji, Jamaika

Linda Rozenbald, Öğretmen Eğitmeni, Gelişmiş Öğretmen Eğitimi Koleji, Leysweg, Surinam

Lionel Douglas, Doçent Dr., Trinidad ve Tobago Üniversitesi, Trinidad ve Tobago

Lorraine Jeanette Campbell, Eğitim Direktörü, Edna Manley Görsel ve Performans Sanatları Koleji, Jamaika

Marlon Dixon, Kameraman, PBC TV, Jamaika

Melody Palmer, Program Direktörü ve Ağ Koordinatörü, Jamaika Kalkınma İçin BİT'ler (ICT4D), Jamaika

Royston Emmanuel, Okutman, Sir Arthur Lewis Toplum Koleji, Saint Lucia

Sonia Bennett-Cunningham, Direktör, VTDI, HEART Trust/NTA, Jamaika

Sylvia James-Mitchell, Okutman, T.A. Marryshow İletişim Koleji, Grenada

Valentine Télémaque, BİT Eğitmeni, Kuzey Doğu Kapsamlı Okulu, Dominika

Zellyne Jennings-Craig, Direktör, Eğitim Okulu, West Indies Üniversitesi, Jamaika

Güney Asya

Abdul Rasheed Ali, Dekan, Sanat Fakültesi, Maldivler Yükseköğrenim Koleji, Maldivler

Anjum Zia, Başkan, Kitlesel İletişim Bölümü, Kadınlar Üniversitesi Lahor Koleji, Pakistan

Anthony D'Silva, Notre Dame Eğitim Enstitüsü, Pakistan

Arul Selvan, Doçent Dr., Gazetecilik ve Yeni Medya Araştırmaları Okulu, Indira Gandi Ulusal Açık Üniversitesi (IGNOU), Hindistan

Braza Gopal Bhowmick, Sekreter, Ulusal Müfredat ve Ders Kitabı Kurulu, Bangladeş

Ima Naryan Shrestha, Eğitim Sorumlusu, Eğitim Geliştirme İçin Ulusal Merkez (NCED), Nepal

Jigme Choden, Bilgi ve İletişim Bakanlığı, Butan

Mahalakshmi Jayaram, Doçent Dr., Asya Gazetecilik Koleji, Hindistan

Mohammed Akhtar Siddiqui, Başkan, Ulusal Öğretmen Eğitimi Konseyi (NCTE), Hindistan

Pradeepa Wijetunge, Direktör, Kütüphanecilik ve Bilgi Bilimleri Ulusal Enstitüsü (NILIS), Sri Lanka

Premila Gamage, Kütüphaneci, Sri Lanka Politikalar Araştırma Enstitüsü (IPS), Sri Lanka

Rayhana Taslim, Doçent Dr., Öğretmen Eğitimi Koleji, Bangladeş,

Shameem Reza, Doçent Dr., Kitlesel İletişim ve Gazetecilik Bölümü, Dakka Üniversitesi, Bangladeş

Shreeram Lamichhane, Öğretim Görevlisi, Öğretmen Eğitimi Enstitüsü, Nepal

Shuhudha Rizwan, Eğitim Geliştirme Sorumlusu, Sürekli Eğitim Merkezi, Eğitim Bakanlığı, Maldivler

Yeshey Yang, Politikalar ve Planlama Sorumlusu, Bilgi ve İletişim Bakanlığı, Butan

unesco
Birleşmiş Milletler Eğitim,
Bilim ve Kültür Örgütü

"…bu Sözleşmeyi imzalayan Devletler, nesnel gerçeğin hiçbir kayda bağlı olmadan araştırılması yolunda herkese tam ve eşit eğitim imkânları verilmesine, fıkır ve bilginin serbest paylaşımının gerekliliğine inandıklarından, milletler arasındaki iletişim yollarını geliştirip artırmak ve böylece karşılıklı anlaşmayı ve birbirlerinin yaşayışları hakkında daha iyi ve doğru bilgi edinmeyi sağlamak karar ve azmindedirler…"

– UNESCO Anayasası'ndan bir bölüm

"Medya ve bilgi okuryazarlığı ahlak ve yurttaş eğitiminin temel bir unsurudur. Aynı zamanda, dünyanın herhangi bir ülkesinde yaşayan her vatandaş için temel bir haktır, böylelikle herkese mahremiyetlerini koruma ve teknolojik ortamın giderek daha hızlı değiştiği bir toplumda yerlerini bulma imkânı tanır."

– Audrey Azoulay, UNESCO Genel Direktörü,

Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Müfredatı Uluslararası İstişare Toplantısı'ndaki konuşmasından,
13 Eylül 2019, Belgrad, Sırbistan.

9 789230 001827