

# RENEWS

Bringing fresh eyes  
to media literacy

# MEDYA OKURYAZARLIĞI EL KİTABI



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# GİRİŞ

## RENEWS PROJESİ NEDİR?

ReNews, Medya Okuryazarlığı Eğitimi (MLE) becerilerini geliştirmeyi amaçlayan Avrupa Birliği Erasmus+ Programı tarafından finanse edilen ulusötesi bir projedir. ReNews, yeni nesil dijital vatandaşları güçlendirmek, çevrimiçi nefret içeren içeriklere ve yanlış bilgilere karşı dayanıklılıklarını artırmak ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirmek için çalışıyor.

### Medya Okuryazarlığı Eğitimi Nedir? Neden önemli?

Medya okuryazarlığı eğitimi, gerçeklerin nasıl tanımlanacağını ve bilgiyi nasıl işleyeceğini öğrenmek için anahtarlar sunar. Özellikle amaçlarına nasıl ulaştıklarını analiz ederek medyanın nasıl çalıştığının daha iyi anlaşılmasını sağlar. **Medya okuryazarlığı eğitimi, herkesin medyayı akıllıca kullanmasını, kendini ifade etmesini ve duygulara değil gerçeklere dayanarak kamusal tartışmalara katılmasını amaçlar.**

### Bu kılavuz kimler ve ne içindir?

**Bu el kitabı, sosyo-eğitim alanından eğitimciler, öğretmenler, kütüphaneler ve profesyoneller için tasarlanmıştır.** Kullanıma hazır kaynak olan bu kılavuz, temalara göre düzenlenmiştir ve teorik içerik, alıştırma örnekleri ve medya okuryazarlığı üzerine düşünceler için kaynak sunar. Bu kılavuzun içeriği 14 ila 18 yaş arasındaki gençler için tasarlanmıştır, ancak etkinlikleri ve örnekleri öğrettiğiniz yaş grubuna uyarlamanızı öneririz.

### Medya Okuryazarlığı Eğitimi Covid bağlamında neden önemlidir?

Bu el kitabı, **bilgiye erişim kapısı olarak İnternet ve sosyal ağların katlanarak kullanılmasıyla karakterize edilen**, COVID-19'un küresel sağlık krizi bağlamında geliştirilmiştir. Bu bilgi açlığı göz önüne alındığında, medya okuryazarlığı, kullanıcılara pratik düşünme ve iyi bilgilendirilmiş araçlar sağlamak için çok daha önemlidir.

### Son alıştırma: Bir web dergisi oluşturma

Bu el kitabı, öğrencileri bir web dergisi biçiminde nihai bir üretime yönlendirir. Gerçekten de **Medya Okuryazarlığı Eğitimi sadece medyayı anlamak ve güvenli bir şekilde kullanmakla ilgili değil**, aynı zamanda gençleri sorumlu vatandaşlar olarak katılmaya teşvik etmekle de ilgilidir. Kendileri stajyer gazeteci olarak öğrendikleri kavramları uygulamaya davet edilecekler. Makaleleri, podcast'leri ve videoları entegre edebilecekleri bir dijital dergi oluşturacaklar. Bunu yapmak isteyen gençlerin medya yapımları daha sonra proje web sitesinde yayınlanacaktır.

## KAYNAK YOL HARİTASI

### MEDYA OKURYAZARLIĞI EĞİTİMİ VERMEK İÇİN EN İYİ İPUÇLARI

Öğretmenlerin deneyimli öğretmenlerden öğrencilerine mümkün olan en iyi dersleri vermesine yardımcı olabilecek bazı temel çıkarımlardan oluşan bir derleme.

4

### SAĞLIKLI MEDYA DİYETİ

Öğrenciler için bir not olarak kullanılabilir bu bölüm, öğrencilerin medya ve bilgi uygulamalarının kontrolünü ele geçirmeleri için 10 ipucu sunmaktadır.

5

Anahtar  
Konu

1

### MEDYA ORTAMI

Bu bölüm öğrencilerin medya ortamını anlamalarına yardımcı olmayı amaçlamaktadır.

6

Anahtar  
Konu

2

### MEDYA ÖNYARGISI

Bu bölüm, öğrencilerin medyada ve çevrimiçi ortamda farklı önyargılı yazı biçimlerini belirlemelerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır.

11

Anahtar  
Konu

3

### FILTRE KABARCIKLARI/ YANKI ODALARI

Bu bölüm filtre kabarcıkları ve yankı odaları kavramlarını ve bunların hem çevrimiçi hem de çevrimdışı deneyimlerimizi nasıl şekillendirdiğini araştırıyor.

16

Anahtar  
Konu

4

### DEZENFORMASYON/ YANLIŞ BİLGİ/ KOMPLO

Bu bölüm öğrencilere medya okuryazarlığı eğitiminin dezenformasyon, yanlış bilgilendirme ve komplo teorileri gibi temel kavramlarını tanıtmaktadır.

22

Anahtar  
Konu

5

### NEFRET SÖYLEMİ VE DİJİTAL VATANDAŞLIK

Bu bölüm, nefret söylemi ve çevrimiçi tacizi tartışıyor. Öğrencileri, çevrimiçi nefret söylemini yapıcı bir şekilde belirleyip bunlara yanıt vermeleri ve dijital vatandaşlıklarını geliştirmeleri için güçlendirmeyi amaçlar.

28

### ÇEVİRİMİÇİ BİR DERGI OLUŞTURMA

Bu bölüm, hem öğretmenlere hem de öğrencilere medya okuryazarlığı becerilerini geliştirmek için bir web dergisi oluşturmalarında yardımcı olacak bir kılavuz işlevi görür.

32

# MEDYA OKURYAZARLIĞI EĞİTİMİ SUNMAK İÇİN ÖNEMLİ İPUÇLARI

Dünyanın dört bir yanındaki gençlere medya okuryazarlığı eğitimi sunan kolektif deneyimlerimizden, bu öğrenmeyi mümkün olduğunca ilgi çekici ve etkili hale getirme konusunda birçok değerli ders aldık.

Öğrencilerinize mümkün olan en iyi dersleri vermenize yardımcı olabilecek bazı temel çıkarımlardan oluşan bir derleme:

**1 Medya okuryazarlığının okul zaman çizelgenize yerleştirilebildiğinden ve müfredat genelinde daha geniş öğrenme çıktılarına bağlantılar sağladığından emin olun.**

Okulların ne kadar meşgul olduğu düşünüldüğünde, medya okuryazarlığının ek bir yük olarak algılanmaması önemlidir. Ulusal müfredattan dili alın ve medya okuryazarlığı eğitiminin buna nasıl uyduğunu gösterin. Bu, Vatandaşlık dersleri aracılığıyla veya diğer ilgili konularda (örn. tarih; medya çalışmaları; BİT) modül eklemeleri veya yıl boyunca müfredat dışı bir teklif olarak olabilir.

**2 Dersler, tartışmaya dayalı öğrenmeyi pratik etkinliklerle dengelemelidir**

Bu, öğrencilerin hayati bilgileri özümsemelerine, kendi görüşlerini formüle etmelerine ve akranlarıyla 'gri alanlar' üzerinde çalışmasına olanak tanyacaktır. Ayrıca medya okuryazarlığının soyut bir terimler dizisi yerine somut ve günlük yaşamlarıyla ilgili bir şeye sabitlenmesini sağlar.

**3 Temel konuları tartışırken, öğrencilerinizle rezonansa girecek örnekler kullanın.**

Örneğin, yanlış bir yayına veya yanlış odaları bulabilecekleri bir platforma atıfta bulunurken, bunları gençlerin gerçek yaşam deneyimleriyle ilişkilendirdiğinizden emin olun; bu onları etkinliklere ve tartışmalara katılmaya daha da teşvik etmelidir.

**4 Negatifleri pozitiflerle dengeleyin.**

Evet, çevrimiçi dünya birçok kötü davranışın bulunabileceği korkutucu bir yer olabilir. Ancak tüm kullanıcıların öğrenebileceği, keşfedebileceği, paylaşabileceği ve birbirleriyle bağlantı kurabileceği olumlu bir ortam da olabilir. Bir denge kurmaya çalışın: sorunlu davranışların her yerde olduğunu veya internette karşılaştıkları her şeye şüpheyle bakmaları gerektiğini öne sürmekten kaçının - bu, haberlerden kaçınmayı veya komplo teorilerine yönelik bir eğilimi doğurabilir.

**5 Öğrencileri etkin medya okuryazarlığını çevrimiçi ve çevrimdışı olarak göstermeye teşvik edin.**

Etkili medya okuryazarlığı eğitimi, gençleri medyayla çeşitli biçimlerde ilişki kurarken bir dizi olumlu davranış ve tutum sergilemeye teşvik eder ve ilham verir. Takip eden derslerde onlara sorun: Henüz çevrimiçi dezenformasyon tespit ettiniz mi ve nasıl yanıt verdiniz? İnternette bir arkadaşınız için ayağa kalkıp taciz ve şiddeti dile getirdiniz mi? Bu iyi dijital vatandaşlık örneklerini kutladığınızdan emin olun, böylece öğrenciler yaptıkları iyi işlerin değerini anlarlar.

# SAĞLIKLI MEDYA DİYETİ

Bilginin her zamankinden daha fazla mevcut olduğu ve sıklıkla birbirine bağlı bir dünyada, gençler için sağlıklı bir medya diyeti şarttır.

Medya tüketmek yemek yemek gibidir. Güvenilir bilgi paylaşan medyadan bilgi almak, çevrenizdeki dünyayı anlamak, başkalarıyla etkileşim kurmak ve eleştirel düşünme becerilerinizi oluşturmak ve geliştirmek için zihninize sağlıklı ve verimli yiyecekler sağlamaktır.

Medya Okuryazarlığı Eğitimi, medya ve bilgi uygulamalarımızın kontrolünü 10 noktada ele almamızı önerir:

**1 DURAKLAYIN VE YANSITIN**  
Hızlı ve bol bilgi akışı bağlamında, bilgileri kontrol etmek ve yeniden okumak için zaman ayırın.

**2 KAYNAKLARI KONTROL EDİN**  
Yazar kimdir? Bilgileri hangi medya yayınladı? Güvenilir olduğu biliniyor mu?

**3 YAYIN TARİHİNİ KONTROL EDİN**  
Bilgi ne zaman yayınlandı? Hala alakalı mı?

**4 GERÇEKLERİ GÖRÜŞLERDEN AYIRIN**  
Bazı durumlarda, haber makalesi fikir temelli olup olmadığını kesinleştirir, aksi takdirde ipuçları, önyargılar ve görüşler arar.

**5 KAYNAKLARI ÇEŞİTLENDİRİN**  
Daha eksiksiz bir resim elde etmek için birkaç kaynak kullanın ve bunları karşılaştırın.

**6 TAM OKUDUĞUNUZ BİR MAKALEYİ PAYLAŞIN**  
Başlıklar her zaman tüm hikayeyi anlatmaz ve bazen yanıltıcı olabilir.

**7 ARAYIN**  
Bilgi için beklemeyin. Arayın.

**8 KENDİNİZİ SORGULAYIN**  
Okuduğunuza her zaman katılıyorsanız... diğer görüşler ve kaynaklarla yüzleşmenin zamanı gelmiş olabilir.

**9 ÇEVİRİMİÇİ DEZENFEKTÖRÜ/ NEFRET SÖYLEŞİNİ BİLDİRİN**  
Nefret mesajı veya yanlış bilgi tarafından oluşturulan bir polemğin sizi aşağı çekmesine izin vermeyin. Proaktif olun ve olumlu içeriği teşvik edin! Diğer meslektaşlarınızı yükseltecek ve çevrimiçi topluluğunuzu geliştireceksiniz.

**10 KATIL**  
Bir blog, vlog veya dergi oluşturun. Sosyal ağlarda yapıcı ve yaratıcı bir şekilde yer alın.

# Anahtar Konu 1.

## MEDYA ORTAMI

### ÖĞRENME HEDEFLERİ

- ✓ Öğrenciler bilgi ve medyanın ne olduğunu bilir.
- ✓ Öğrenciler, ülkelerinin ana medya kuruluşlarını belirleyebilir.
- ✓ Öğrenciler, geleneksel ve çevrimiçi medya arasındaki farkı anlar.
- ✓ Öğrenciler demokratik bir toplumda medya ve gazetecilerin rolünü ve önemini anlar.
- ✓ Öğrenciler, bilgi ile ilişkimizde sosyal medyanın etkisini anlarlar.

### POTANSİYEL BAŞLANGIÇ ETKİNLİĞİ :

10-15 dakika boyunca öğrenciler "haberleri" gazetecilik anlamında bilgi olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceğini görmek için analiz ederler.

Onlara şu sorularla rehberlik edebilirsiniz:

Tüm bu örnekler size göre haber mi? Değilse, nasıl hak kazanacaklar?  
Haberin özellikleri nelerdir?  
Bilgiye nasıl öncelik veririz?

Örnekler:

"Dün bazı arkadaşlarla kaykay yapmaya gittim" Anekdöt

"Noel kutlaması 24 Aralık'a denk geliyor" Genel

"Sınıf arkadaşlarımdan birinin bir fotoğrafta çıplak poz verdiğini duydum" Dedikodu/ Söylenti

"7 Kasım Cumartesi, Joe Biden, Le Monde'a göre Amerika Birleşik Devletleri'nin 46. başkanı seçildi" Bilgi



## ANAHTAR TANIM

## MEDYA TARİHİ

Bilgi toplumlarımız için kritik öneme sahiptir. Medya, dünyanın anlaşılmasını kolaylaştırmak için bilgi paylaşımında bulunma sorumluluğuna sahiptir. Giderek daha karmaşık hale gelen dünya ve medya ortamında, haber kuruluşlarının vatandaşların güncel olayları anlamalarını kolaylaştırma sorumluluğu vardır. Aldığımız bilgiler güvenilir değilse, mantıksız tepkilerden siyasi ve sosyal sistemlerimizi riske atmaya kadar ciddi sonuçlar doğabilir.

Örneğin seçimler sırasında medya, seçmenlerin adayın önerileri, programları ve tartışmaları hakkında bilgi sahibi olmaları için kilit bir kaynaktır. Demokrasilerimizin sorunsuz işleyişi için güvence görevi görürler ve basın özgürlüğü yasalarıyla korunurlar.

Teknolojiler ve İnternet, her türden bilginin büyük çapta yayılmasına izin verir. Bu dijital dünya, vatandaşların güvenli ve olumlu bir şekilde gezinmek için araçlara, becerilere ve esnekliğe sahip olmasını gerektirir. Ayrıca, hızlı tempolu ve sürekli gelişen bir çevrimiçi alanda, modern bilgi toplumlarında gelişmek için eleştirel düşünme becerileri ve uyarlanabilirlik esastır.

**Medya:** Radyo ve televizyon, gazete, dergi ve internet gibi geniş kitlelere ulaşan veya insanları etkileyen iletişim araçlarıdır.

**Bilgi:** Tanımlanmış, doğrulanmış ve onaylanmış kaynaklardan gelen aktarılan gerçek bilgiler.

**Eleştirel düşünme:** Bir fikir oluşturmak veya bir karar vermek için kişinin çevresinden geri adım atmasına izin veren bir zihin durumu ve bir dizi uygulamanın birleşimi. Bilgi işleme bağlamında, kendini bilgilendirmek, bilgiyi değerlendirmek, gerçekleri ve yorumları ayırt etmek, farklı yorumlarla yüzleşmek ve nihayetinde bu yorumları değerlendirmek için zaman ayırma anlamına gelir.

*Gazetecilik anlamında bilgi üç kriteri karşılamalıdır:*

### 1. Kamuyu ilgilendiren

Bir gerçeğin medyada ve kelimenin sosyal anlamında bilgi olarak kabul edilebilmesi için kamu yararına olması gerekir. Örneğin, Mark'ın geçen hafta arkadaşlarıyla kaykay yapması, diğer tüm vatandaşların ilgisini çekebilecek bir bilgi oluşturmaz.

### 2. Olgusal

Bilgi, olguyu içermelidir; gerçek olmalı. Örneğimizi takip ederek, bu maçın skorunun veya bir oyuncunun sahada yaralanmasının, gözlemlenebilir gerçekleri, eylemleri ve sonuçları içerdiğinden başlı başına bilgi olduğu anlamına gelir. Öte yandan, bir oyuncunun başka bir kulübe transfer olduğu söylentileri bilgi değildir.

### 3. Doğrulanmış ve doğrulanabilir

Bilgi olarak durumunu doğrulamak için, bir gerçek doğrulanmış ve doğrulanabilir olmalıdır. Başka bir deyişle, gerçekleri kontrol etmek için kanıt fikrine dikkat etmeliyiz.

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından medya destekleri çoğaldı ve kendilerini pekiştirdi; evler televizyonla donatıldı, radyo kanalları çoğaldı ve birçok gazete ve dergi oluşturuldu. «Geleneksel medya»dan bahsettiğimizde özellikle 20. yüzyıla damgasını vuran tüm kitle iletişim araçlarını (televizyon, radyo, yazılı basın) kast ediyoruz.

Sonuç olarak, vatandaşlara sunulan bilgiler, medyanın demokratik etkisini/rolünü güçlendirerek, eskisinden daha önemli ve çeşitli hale geldi. 1990'ların başında internetin ortaya çıkmasıyla birlikte bilgi kaynakları daha da çeşitlendi. Bu nedenle, erişimimiz olan bilgilerin güvenilirliğini belirlemek için bir adım geri atmak, sorumlu vatandaşlar olarak bize kalmıştır.

## SOSYAL MEDYA

Günümüzde geleneksel medya, internetin demokratikleşmesiyle ortaya çıkan “yeni medya” ile rekabet etmektedir. (Facebook, Instagram, LinkedIn, Tiktok, Twitter, bloglar vb.).

İkincisi, insanların bilgi ile ilişkisini değiştirdi. **Etkileşime dayalı olarak sosyal ağlar, internet kullanıcılarının kamusal tartışmalarda aktörler haline gelmelerini mümkün kılmıştır.**

Vatandaşın bu aktif rolü, herkesin birçok çevrimiçi medyaya yorum yapması / göndermesi / yayınlaması / çok kolay bir şekilde bilgi aktarabilmesi olasılığı ile somutlaştırılmıştır. Bununla birlikte, sosyal medyanın herhangi bir vatandaşa sunduğu bu olasılığın tehlikeli olabilecek sonuçları vardır, örneğin:

- uzman ve bilgisiz görüşleri ayırt etme zorluğu
- bilginin değerine öncelik vermede zorluk
- yanlış ve yalan bilgi dolaşımı.
- nefret dolu içeriğin dolaşımı
- Genelleştirilmiş kaygı hali

## GAZETECİLİK

### FAALİYET: BİR GAZETECİ İŞİNİN TEMSİL EDİLMESİ

SÜRE: 45 dakika

EKİPMAN: PowerPoint ve tepegözlü bilgisayar, kağıt tahtası

1. Sınıfı 3/4 kişilik küçük gruplara ayırın.
2. Her grup aşağıdaki soruları 15-20 dakika cevaplar ve diğer gruplara rapor verir.

Bir gazeteci olduğunuzu düşünün:

Ne iş yapıyorsun?

Uymak zorunda olduğunuz kurallar nelerdir?

Hangi kurum ve kişilerle çalışıyorsunuz?

Bir gazeteci olarak çalışmanızın farklı aşamaları nelerdir?

**HEDEFLER:** Öğrencileri kendi gazetecilik tanımlarını bulmaya, rollerini ve medyanın, yerel medya ortamının ve uluslararası medya ortamının nasıl işlediğini anlamaya teşvik edin.

Cevapların unsurları:

Bir para soygunu örneği ile gazetecinin işinin farklı aşamaları

1. Gerçek. (İspanya Kraliyet Darphanesi, kırmızı takım elbise giymiş sekiz kişilik bir grup tarafından rehin alındı)
2. Uyarı. Bir gazeteci kaynakları tarafından bilgilendirilir. (Kraliyet Darphanesi çalışanları, tanıklar, sosyal ağlar...)

3. Doğrulama. Birkaç gazeteci seferber edildi. (Kraliyet Darphanesi Halkla İlişkiler Sorumlusu, polis, olay yerindeki tanıklarla görüşürler...)

4. Yazmak. Gazeteci makalesini veya yorumunu yazar. (Editörler düzeltir ve düzeltir, fotoğrafların altına yazarlar)

5. Yayın. Bilgiler çapraz kontrol edildiğinde yayınlanır.

Gazeteci, deontolojik bir kurala (etik, yöntemler ve nesnellik) saygı göstermekle yükümlü bir profesyoneldir. O basit bir bilgi vektörü değildir; başkalarının güncel olayları anlamak için anahtarlara sahip olmasına yardımcı olur.

Bir gazetecinin bilgiyi ele almasının birçok olası yolu vardır. Örneğin, gazeteci mümkün olduğunca tarafsız olmaya çalışırken, yalnızca gerçekleri sunup ayrıntılı olarak anlattığında “**Son dakika haberi**” bulabilirsiniz. Ayrıca, gazetecinin gerçekleri analiz ettiği ve kendi fikrini veya yargısını vererek bağlamı yorumlama ve deşifre etme konusunda daha fazla özgürlüğe sahip olduğu bir “**Açıklanan bilgi**” veya “**Yorumlu bilgi**” olabilir.

Gazetecilik mesleği, **sosyal ağların gelişinden etkilenmiştir. Gazetecilerin artık bilgi tekeli yok.** Bazen bu, yanlış veya eksik bilgilerde veya bağlam dışında alınan bilgilerde artışa neden olabilir. Diğer durumlarda, toplumun ana akım gazeteciler tarafından dikkate alınmayan yönlerini analiz etme ve eleştirel olarak inceleme yeteneğine sahip, dikkate değer “vatandaş gazeteciliği” örnekleri üretebilir.



# ÖNEMLİ ÖNERİLER VE EYLEM ÇAĞRILARI

**Tarafsızlık ve objektiflik, idealler ve hedeflerdir, iyi bir gazeteci için bile elde edilmesi imkansızdır.** Haberleri olabildiğince objektif okumak istiyorsanız, gerçeklere bakmalı ve yorumları ve görüşleri bu şekilde tanımalısınız. Ayrıca, öğrencilerinizi medya ortamında kaynaklarını çeşitlendirmeye teşvik edin.

Sosyal medya çağında, internette dolaşan bilgilerin doğruluğunu sorgulamak önemlidir. **Kim yazdı? Onların geçmişi nedir? Amaçları nedir? Son olarak, doğruyu yanlıştan nasıl ayırt edebiliriz?**

**Sosyal medyanızda belirli bir konuda fikir beyan etmeniz sizi gazeteci yapmaz.** Yine de, vatandaşları bilgi akışı sürecinde yer almaya teşvik etmek önemlidir (örneğin, bir vatandaş medyası/blogu oluşturma, yanlış/yalan bilgiler hakkında yorum yapma/düzeltilme ve kaynak verme veya gerçekleri kontrol etme fırsatı).

Çok büyük miktarda bilgiyle uğraşmak insanlık için zorlu bir iştir, genç vatandaşlar bunda önemli bir rol oynar. İçerik parçalarına tepki vermeden önce durabilmeleri, yargılarını geri alabilmeleri ve eleştirel düşünebilmeleri gerekir. **Kısacası, öğrencilerinizi eleştirel düşünmelerini kullanmaya teşvik edin.**

## ETKİNLİK

# KELİME BULUTU: MEDYA ORTAMINI KEŞFETMEK

SÜRE  
**30 dakika**

EKİPMAN  
**Beyaz tahta, kalemler veya  
işaretleyiciler**



## ETKİNLİĞE GİRİŞ

Bu kelime bulutu etkinliğinde tahtaya 'medya' kelimesi yazılır. Öğrencilerden medya dünyası hakkında bildiklerini ortaya çıkarmaları ve bilgilerini birleştirmeleri için bir grup olarak çalışmaları istenir.

Etkinlik, size belirli ülkenin medyasının önemli oyuncularını açık ve organize bir şekilde sunma ve nasıl farklı olduklarına dikkat çekme fırsatı verir.

Ayrıca, hedef kitlenizin medya alışkanlıkları hakkında net bir fikre sahip olacaksınız (Ne tür medya kullanıyorlar? Haberlerini nereden alıyorlar?) ve atölyeyi onların alışkanlıklarına ve tercihlerine göre şekillendirebileceksiniz. Öğrenciler, yanıtları için ayrıntılar veya destek sağlamaya ve belirli konularda daha fazla tartışma için görüşlerini bildirmeye teşvik edilmelidir.

## ETKİNLİK TALİMATLARI

1. Görsel bir araç üzerine 'medya' kelimesini yazın ve katılımcıların aklına gelen medya kuruluşlarının veya türlerinin (televizyon, radyo, yazılı basın, sosyal medya) isimlerini not edin.
2. Katılımcıların önerdiği medya kuruluşlarını türlerine göre sınıflandırın.
3. Hangi medyanın genel ve özel olduğunu belirleyin.
  - Geleneksel medyayı sosyal medyadan ayırın. Katılımcıların çoğu, ya kasıtlı olarak haber aramak ya da sadece zaman geçirmek için sık sık sosyal medya (Instagram/Snapchat/Facebook) kullanıcıları olacaktır. Bu nedenle sosyal medyanın medya ortamındaki yeri ya katılımcılar ya da eğitmen tarafından kendiliğinden gündeme gelecektir. Bu, internetteki bilginin demokratikleşmesi ve sosyal ağların getirdiği manipülasyon potansiyeli temalarını tanıtmak için iyi bir zamandır.

Bu aktivitenin sonunda, aşağıdaki gibi birkaç soru ile tartışmayı açabilirsiniz:

- **Sosyal ağlar medya mıdır?**
- **Geleneksel medyadan farkları nelerdir?**
- **Bir sosyal ağda paylaşım yapma veya yazma olasılığı her İnternet kullanıcısını potansiyel bir gazeteci yapar mı? Niye?**
- **Tarafsız bilgi sağlama konusunda en çok hangi tür medyaya güveniyorsunuz? Niye?**

### Etkinliğin Hedefleri:

- Kategoriye göre (televizyon, radyo, basılı medya, sosyal medya) tüm medyanın haritasını çıkarın
- Özel ve kamusal medya arasındaki farkı anlayın, kimin neye sahip olduğunu ve her birinin çıkarlarını anlayın
- Geleneksel medyada ve sosyal ağlarda dağıtılan bilgiler arasındaki farkı anlayın

# Anahtar Konu 2.

## MEDYA ÖNYARGISI

### ÖĞRENME HEDEFLERİ

- ✓ Öğrenciler 'önyargı' ile ne kastedildiğini tanımlayabilirler.
- ✓ Öğrenciler, farklı önyargılı yazı türlerini tespit edebilir ve analiz edebilir.
- ✓ Öğrenciler, medya yanlılığının toplum üzerindeki temel etkilerini açıklayabilir.
- ✓ Öğrenciler, farklı kaynaklardan bilgi almanın yararlarını ve dar medya diyetinin risklerini açıklayabilirler.

### POTANSİYEL BAŞLANGIÇ ETKİNLİĞİ:

Önyargılı bir başlık görüntüleyin, ör. "Kylian Mbappe gezegendeki en iyi futbolcudur" veya "İnternet insanlık tarihinin en önemli buluşudur"

Öğrencilerinize şu soruları sorun:

- Sizce bu doğru mu, yanlış mı, yoksa hiçbiri mi?
- Bu bir tür yanlış/yanlış bilgilendirme mi? Neden olsun/neden olmasın?
- Yazarın amacı neydi? (örneğin ikna etmek, bilgilendirmek, tartışmak)
- Bir okuyucu olarak bu makale hangi amaca hizmet edebilir?

Aşağıdaki önyargı tanımını görüntüleyin: Bu tür içeriği daha önce görmüşler mi, ör. sosyal medyada? Eğer öyleyse, spesifik örnekler verebilirler mi?



## GİRİŞ



## ANAHTAR TANIM

Bir dereceye kadar, **tüm medyanın değişen derecelerde önyargı içerdiği iddia edilebilir.** Eğitimli gazeteciler ve editörler de dahil olmak üzere herkes dünyaya kendi deneyimlerinin merceğinden yaklaşır ve bilinçli veya bilinçsiz olarak diğer insanlar, olaylar veya sorunlar hakkında varsayımlarda bulunabilir. Önceki bölümde görüldüğü gibi, bilgilerin bize sunulabilmesinin çeşitli yolları vardır ve bunların hepsinin bir şekilde yazarın önyargısını yansıtmaya muhtemeldir.

**Önyargı, her içerik parçasında kendini farklı şekillerde ve farklı kapsamlarda sunar.** Örneğin, birçok son dakika haber kuruluşu, mümkün olduğunca tarafsız olmaya, etik bir koda bağlı kalmaya ve yazarın kendi görüşü mümkün olduğunca «gizli» olarak yalnızca bir durumun gerçekleri hakkında haber yapmaya çalışır. Bununla birlikte, diğer medya çıktıları aktif olarak okuyucularını belirli bir yöne yönlendirmeye çalışır ve gerçek ile fikir arasındaki çizgiyi bulanıklaştırabilir. Bazı yayın organları, ya belirli bir siyasi veya sosyal gündemleri olduğu için, ya da editör ekiplerinin hepsinin benzer bir dünya görüşünü paylaştığı için ya da sansasyonel, partizan medyanın genellikle daha büyük bir izleyici çektiğini kabul ettikleri için, bu tür fikir temelli stili gerçeklere dayalı raporlamaya tercih eder!

**Sosyal medya, iş modelleri kullanıcıların katılımı (beğeniler, yorumlar, tepkiler vb.) etrafında işlediğinden, bundan muaf değildir. Tartışmalı içeriğin bir yanıt ortaya çıkarma olasılığı daha yüksektir ve bu nedenle platform algoritmaları (örneğin, bir Haber Kaynağında gösterilen bilgileri yöneten sistem) tarafından tanıtılabilir.**

**Fikir temelli içeriğin doğası gereği «kötü» olmadığını anlamak çok önemlidir.** Bir durumun temel gerçeklerini (ör. önemli figürler, olaylar ve yerler) özetleyen raporlamanın aksine, bu tür parçalar okuyucunun olayları hem daha geniş bağlamları hem de potansiyel etkileri açısından yorumlamasına yardımcı olabilir. Ancak okuyucular ikisini birbirine karıştırmamaya dikkat etmeli ve farklı amaçlar için kullanılmalıdır - Bir hikayenin ana unsurları hakkında bilgi edinmek için olgusal kapsama ve konuyla ilgili kendi görüşlerini bilgilendirmeye veya sorgulamaya yardımcı olacak çeşitli fikir parçaları. Bir kullanıcı, bir şeyin önyargılı olduğunu anlayarak, başka bir kişinin (hatta bir algoritmanın!) dünyaya bakış açısını belirlediği durumları önleyebilir.

**Önyargı, birisi belirli bir konuya, kişiye veya bakış açısına karşı adil ve dengeli olmak yerine orantısız bir kayırmacılık veya önyargı gösterdiğinde ortaya çıkar. Önyargı, medyada - yazılı, radyo veya televizyonda - bulunabilir ve genellikle insanları belirli bir bakış açısına yönlendirmek için kullanılır. Bunu yaparken, önyargılı içerik genellikle izleyicileri kendileri için düşünmeye teşvik etmek yerine duygularına hitap eder.**

**Medyadaki önyargıya ilişkin sınırlı farkındalık, insanları yalnızca birkaç kaynağın bakış açısının “resmin tamamını” sağladığını ve bu nedenle kendi görüşlerini oluştururken ihtiyaç duydukları tek bilgi olduğunu varsaymalarına neden olabilir. Analiz ve müzakere sürecini başkalarına devrederek, kendi eleştirel düşünme becerilerimizi de terk edebiliriz. Bakış açımızı şekillendirmesine izin verdiklerimiz, toplumdaki belirli bireylere veya gruplara karşı bölücü, zararlı görüşlere sahipse ve asla alternatif bir bakış açısı sunmuyorsa, bu sorunlu olabilir.**

Tarafı içerik, izleyicinin dikkatini çekmek için genellikle sansasyonel duygusal dile dayanır ve onları tartışma veya mantık yerine içgüdüsel yanıtlarla ikna etmeye çalışır. Çevrimiçi içerik yayınlayanlar, daha fazla görünürlük elde etmek için bir tepkiye («beğenme», yorum yapma veya paylaşma) neden olması gerektiğinin farkındadır. Sonuç olarak, mümkün olduğunca dramatik ve dikkat çekici içerik üretmek için daha fazla teşvik vardır. Bir sonraki bölümde, böyle bir sistemin olası sonuçlarını inceleyeceğiz - örneğin, bu tür içeriklerle ne kadar çok ilgilenirsek, sosyal medya alışkanlıklarımızı o kadar çok öğrenir ve bize benzer içerikler sunar, bu da bizi ağır önyargılı bilgilerden oluşan ‘filtre kabarcıkları’ içine yerleştirebilir.

Aşağıdakiler de dahil olmak üzere birçok farklı önyargılı yazma türü vardır:

- **Pozitif önyargı** (konu için kayırmacılık ve abartılı övgü) ve **olumsuz önyargı** (konuya yönelik aşırı saldırılar ve abartılı olumsuz ifadeler);
- **Siyasi önyargı**: Birçok yayın, siyasi yelpazenin sol veya sağ kanat uçlarına yönelir. Bu, belirli bir siyaset markasıyla uyumlu belirli bir siyasi partiyi, temsilciyi veya bakış açısını desteklemeyi, raporlamayı etkiler;
- **İhmal yoluyla önyargı**: Medya kuruluşlarının kapsadığı konular, bazıları farklı bakış açılarını veya fikirleri destekleyen belirli hikayeleri veya bilgileri bildirmemeyi tercih ederek değişebilir;
- **Kaynak seçimine göre önyargı**: Bir yazar, görüşlerini destekleyen diğer kaynaklardan daha fazla kaynak kullanabilir ve karşıt fikirleri destekleyen kanıtları veya verileri hariç tutabilir;
- **Gerçekler olarak sunulan ifadeler**: Analiz ve/veya argüman üzerinde düşünme için minimum alan bırakarak bir kitleyi ikna etmek için kullanılır: ör. “Son tartışma, yollarını değiştirmediklerinin kanıtı”;
- **Duygusal manipülatif dil/sansasyonellik**: Konular, kalıcı ve duygusal bir izlenim yaratmak için şok edici, abartılı bir şekilde sunulabilir. Bu, izleyiciyi hikaye hakkında eleştirel düşünmekten alıkoyabilir ve genel olarak olumlu (örneğin insanları hayır kurumlarına bağış yapmaya ikna etmek) veya olumsuz (örneğin belirli gruplara, kurumlara veya bireylere karşı öfke uyandırmak) amaçlar için kullanılabilir.

# ÖNEMLİ ÖNERİLER VE EYLEM ÇAĞRILARI

Tükettiğimiz medyadaki yanlılığın farkında olmamız ve kendi dünya görüşümüzü oluşturmak için bilgiyi sorgulayabilmemiz çok önemlidir. Gençler, eleştirel düşünme becerilerini geliştirmek veya önemli meseleler/olaylar hakkında fikir oluşturmak için daha az fırsatları olduysa, önyargılı içeriğe özellikle duyarlı olabilirler. **İşte medyadaki önyargıları tespit etmelerine yardımcı olmak için öğrencilerinizle paylaşabileceğiniz bazı önemli ipuçları.**

## **Bilginin ne kadar dengeli veya taraflı olduğunu sorgulayın.**

Kendinize sorun, bir dizi görüşü hesaba katıyor mu yoksa kaynakların hepsi tek taraflı mı?

## **Öfke ve sansasyona karşı önlem alın.**

Taraflı medya içeriği, bizi belirli bir bakış açısına ikna etmek için genellikle duygularımızı hedef alır. Görüntülediğiniz veya okuduğunuz içerikte kullanılan dil üzerine düşünün: sizi şok etmeye veya öfkelenmeye mi çalışıyor ve yazar neden duygularınızı bu şekilde hedeflemiş olabilir? Yanıt olarak nasıl düşünmenizi, hissetmenizi veya hareket etmenizi istiyorlar ve bu bakış açısına gerçekten katılıyor musunuz?

## **İnternette yavaşlayın!**

Sosyal medyada, hepsi dikkatimizi çekmek için yarışan ve bizi bir şekilde tepki vermeye sevk eden görünüşte sonsuz içerik ve bilgilerle karşılaşırız. Bu içerik genellikle öfke, empati ve kıskançlık gibi en güçlü duygularımızı hedefler, ancak anında tepki vermek asla ileriye dönük en yararlı yol değildir. Yorum yapmadan, beğenmeden, paylaşmadan ve hatta bir bağlantıyı tıklamadan önce duraklatmak, gördüklerimizi işlememize, gerçekten nasıl hissettiğimizi düşünmemize ve uygun bir yanıt seçmemize olanak tanır.

## **Bağımsız araştırmacılar olun.**

İnternet, keşfetmemiz ve öğrenmemiz için sonsuz bilgi kaynakları açtı, öyleyse neden haber akışınızda gördüğünüzü gerçek olarak kabul ediyorsunuz? Sosyal medyada bize sunulan bilgiler ve hatta Google gibi arama motorlarındaki en iyi sonuçlar bile mutlaka doğrulanmaz veya incelenmez. İyi bilgilendirilmiş bir fikir geliştirmek, proaktif olmak ve görüşlerinizi dikte etmesi için başkalarına güvenmemek anlamına gelir. Bir konu hakkında geniş bir şekilde okumaya çalışın, kendi bilgilerinizden yararlanın ve ilk izlenimlerinize meydan okuyun - bir içerikle aynı fikirde olmayabilirsiniz, ancak farklı görüşler, neye inandığımızı/inanmadığımızı ifade etmemize yardımcı olur!

## ETKİNLİK ÖNYARGIYI TANIMLAYIN!

SÜRE  
30 dakika

EKİPMAN  
Microsoft PPT'li bilgisayar,  
etkileşimli beyaz tahta  
veya tepegöz, her grup için  
baskılı önyargılı yazma  
örnekleri.



### ETKİNLİK TALİMATI

1. Tüm sınıfı daha küçük gruplara ayırın (her biri 3 ila 4 öğrenci)
  2. Her gruba taraflı yazma örneği verin (**ülkenize özel çalışma sayfasındaki örneklere bakın**).
  3. 10-15 dakika boyunca öğrenciler kendilerine verilen içeriği analiz eder: bazı temel sorular sorarak onlara yardımcı olabilirsiniz:
    - Bu taraflı bir yazı mı? Ne ölçüde?
    - Yazar ne düşünmenizi istiyor?
    - Önyargılı yazmanın işaretleri nelerdir?
  4. Bu bölümün 'Açıklama' bölümünde ve PPT slaydında bulunan farklı sapma türlerini görüntüleyin. Öğrencilerinize kendilerine verilen örneğin hangi kategorilere ait olduğunu sorun. (10 dakika)
  5. Bu alıştırma sırasında onlara aşağıdaki gibi sorular sorun:
    - Burada ne tür önyargılar var?
    - Nereden biliyorsun? Bu tür bir önyargının belirtileri nelerdir?
    - Hangi başlık/alıntı sizi daha çok ilgilendiriyor?
    - Sosyal medyanızda hangisini paylaştınız ve neden?
  6. Önyargılı yazmanın farklı sonuçları hakkında bir tartışma yöneterek bitirin. Sansasyonellik veya duygusal olarak manipülatif dil ile daha yüksek çevrimiçi katılım oranları arasındaki bağlantıları tanıtmaya çalışın.
  7. Son olarak, tartışmayı açık sorularla açabilirsiniz:
    - Önyargılı içerik kullanmadan birini ikna edebilir misiniz?
    - Önyargı her zaman tehlikeli midir?
    - Bir gerçek ve bir görüş arasındaki fark nedir?
    - Bu başlığın/metnin yazarı bunu bir olgu olarak mı yoksa bir görüş olarak mı sunmaya çalışıyor?
    - Medyada önyargıyı daha önce nerede gördünüz?
    - **Önyargının insanlar üzerinde ne gibi etkileri olabilir?**
    - Önyargılı yazmak her zaman kötü müdür? Hangi amaca hizmet edebilir?
    - Bu hikayelerin çevrimiçi olarak (sosyal medya veya özel gruplar aracılığıyla) paylaşılmasını daha olası kılan nedir?
- Etkinliğin daha basit versiyonu:**
1. Öğrencinize taraflı bir metin sunun (önyargılı olduğunu belirtin)
  2. Sınıfı 4'er kişilik gruplara ayırın ve onlardan alıntıyı neyin taraflı yaptığını bulmalarını isteyin (örneğin, belirli ifadeler, kaynaklar...)
  3. Sınıfı toplayın ve bulgular üzerinde düşünün:
    - Yazar ne düşünmenizi istiyor?
    - Yazar bir gerçek veya görüş sunuyor mu?
  4. Bu bölümün "Açıklama" bölümünde ve PPT slaydında bulunan farklı sapma türlerini görüntüleyin.
  5. Sınıfı tekrar 4'erli gruplara ayırın ve alıntıyı tarafsız olarak yeniden yazmalarını sağlayın.
  6. Sınıfı yeniden gruplandırın ve öğrencilerin yeniden yazılmış özetlerini sunmalarını sağlayın
  7. Tartışmayı açık sorularla açın:
    - Taraflı içerik kullanmadan birini ikna edebilir misiniz?
    - Önyargı her zaman tehlikeli midir?
    - Olgu ile fikir arasındaki fark nedir?
    - Bu başlığın/metnin yazarı bunu bir gerçek mi yoksa bir görüş olarak mı sunmaya çalışıyor?
    - Medyada önyargıyı daha önce nerede gördünüz?
    - **Önyargının insanlar üzerinde ne gibi etkileri olabilir?**

# Anahtar Konu 3.

## FİLTRE KABARCIKLARI/ YANKI ODALARI

### ÖĞRENME HEDEFLERİ

- ✓ Öğrenciler filtre kabarcıklarının ne olduğunu tanımlayabilir ve bunun bireyler/toplum üzerindeki etkisini açıklayabilir.
- ✓ Öğrenciler yankı odasının ne olduğunu tanımlayabilir ve kendi yaşamlarından örnekler anlatabilir.
- ✓ Öğrenciler, yankı odalarının bireyler/toplum üzerindeki etkilerini açıklayabilir.

- ✓ Öğrenciler hem filtre kabarcıklarının hem de yankı odalarının potansiyel yararlarını ve olumsuz sonuçlarını dile getirebilirler.
- ✓ Öğrenciler çeşitli kaynaklardan bilgi almanın faydalarını açıklayabilirler.

### POTANSİYEL BAŞLANGIÇ ETKİNLİĞİ:

Öğrencilerinize şu soruları sorunuz:

- Kaçınız bir marka veya ürün aradı ve bir sonraki oturum açışınızda bununla ilgili reklamlar gördünüz?
- Kaçınız TikTok/Instagram'da belirli bir konuya göz attınız (örneğin köpek videoları veya dans rutini) ve ardından haber kaynağınızı dolduran benzer videolar fark ettiniz?
- Kaçınız arkadaşlarınızla bir konuyu tartıştınız, ardından sosyal medyada benzer içerikler sunuldu?
- Kaçınız bir sanatçı, spor takımı veya etkileyicinin hayran sayfalarını takip ediyor?
- İsteğe bağlı: kaçınız sosyal medyada [ilgili viral trendi ekleyin] ile karşılaştınız?

Aktiviteyi desteklemek için eğlenceli kurallar oluşturun - örneğin, sorulara olumlu yanıt verenler odanın diğer tarafına koşabilir ve duvara uzanabilir. Bu alıştırma, internetin tercihlerimize ve geçmişimize nasıl uyarlandığını vurgulamak için yapılmıştır.





Web'i keşfetmek için arama motorlarını kullanarak veya sosyal medya aracılığıyla diğer kullanıcılarla etkileşime girerek çevrimiçi zaman harcadığımızda, gördüğümüz içerik genellikle bir tür otomatik sistem ("algoritma") tarafından seçilir. Her bireyin çevrimiçi deneyimi, önceki arama geçmişine, beğenilerine veya alışkanlıklarına dayalı olarak benzer içerikler sunmak için kişiselleştirilebilir.

Çevrimiçi olarak ne kadar çok gezinir, etkileşim kurar ve paylaşırsak, verilerimiz ziyaret ettiğimiz ve hakkımızda bilgi edinmek için kullandığımız platformlar ve web siteleri tarafından o kadar fazla toplanır. Bu da, görüntülediğimiz içeriğin kişiliklerimize daha uygun olduğu anlamına gelir. **Sistemi bir şeyle beslersek, gelecekte daha fazlasını istediğimizi varsayacaktır!**

Bu açıkça avantajlarla birlikte gelir: çevrimiçi deneyimlerimiz küratörlüğünü yaptığında, benzer düşünen insanlarla etkileşime girebilir, ilgi alanlarımızdaki içeriği keşfedebilir, hatta ihtiyaç ve arzularımıza uygun reklamları ve fırsatları görebiliriz. Ancak açık dezavantajlar da var: algoritmalar, çevrimiçi karşılaştığımız bilgi çeşitliliğini sınırlandırabilir veya etkileyebilir ve bu nedenle dünyaya ilişkin anlayışımız çarpık veya daralabilir. Sorunları ve olayları, karmaşık gerçekliği yansıtmayan bir şekilde tek taraflı veya aşırı basitleştirilmiş bir anlayışla bulabilir veya çevrimiçi dolandırıcılık ve aldatmaya karşı daha savunmasız hale gelebiliriz. Bu olduğunda, **'filtre kabarcığı' ve 'yankı odası'** etkileri olarak bilinen şeyleri yaşarız.

Bu bölümde, filtre kabarcıklarının ve yankı odalarının hem çevrimiçi hem de çevrimdışı deneyimimizi nasıl şekillendirebileceğini keşfedeceğiz. Bu fenomenlerin hem potansiyel faydalarını hem de olumsuz sonuçlarını sunacağız ve gençlerin kendi kabarcıklarını 'patlatmaları' ve çevrimiçi deneyimlerinden en iyi şekilde yararlanmaları için yollar önereceğiz.

## ANAHTAR TANIMLAR

### Filtre Kabarcıkları:

**Kullanıcılara önceki internet arama geçmişine ve etkileşimlerine dayalı olarak içerik önerildiğinde filtre kabarcıkları oluşur. Zamanla, kullanıcıları kendi bakış açılarından veya ilgi alanlarından farklı olarak izole edebilirler. Uzun vadede bu, insanların karmaşık konuları veya olayları anlamasını sınırlandırabilir ve farklı gruplar arasındaki empatiyi ve diyalogu azaltabilir.**

### Yankı Odaları:

**Yankı odaları, kapalı bir grup içinde fikirlerin, görüşlerin ve inançların tekrarlanarak pekiştirildiği sosyal mekanlardır.**

Bu ikisini aynı bağlamda duymuş olabilirsiniz, ancak bunlar oldukça farklı! Filtre kabarcıkları, önceki çevrimiçi etkinliğimizin (beğeniler, yorumlar, aramalar vb.) bir sonucu olarak teknoloji tarafından yönlendirilir. Bunlara karşı önlem alınabilir (aşağıya bakın), ancak bir kullanıcı tarafından açıkça seçilmezler.

Yankı odaları, bir grup içindeki tüm görüşlerin kendinizinkini yansıtmış gibi görüldüğü, **hem çevrimiçi hem de çevrimdışı** olabilen alanlardır. Dijital alanda, bir filtre balonunun sonucu olabilirler - sürekli olarak benzer içerik sunulursa, göz atmamızda her türlü fikir veya deneyim çeşitliliğini yavaş yavaş kaybedebiliriz. Tıpkı bir yankı gibi: fikirleriniz size geri dönüyor!

Facebook, Google, Twitter ve YouTube, Netflix, TikTok ve Amazon gibi büyük arama motorları, sosyal medya platformları ve/veya eğlence hizmetleri, taramamızı düzenlemek için algoritmalar kullanır. Bu sistem algoritmaları, Hizmet Şartlarını kabul ederek veya bir web sitesine belirli izinler vererek bu platformlara gönüllü olarak verdiğimiz verilere dayanarak her

kullanıcının ne göreceğini seçer (bir web sayfasında «Çerezleri Kabul Et»i tıkladığınız zamanları düşünün!). Bu veriler ilgi alanlarımızı, inançlarımızı, davranışlarımızı ve hobilerimizi yansıtarak «kim olduğumuza» dair bir resim oluşturur ve bizi neyin daha fazla meşgul edebileceğini tahmin eder. Ayrıca, onlara tepki verme olasılığımız olduğu için hoşlanmayacağımız ve hatta nefret edebileceğimiz şeyleri de içerir. Bu, bize sunulan içeriğin, bazen fark ettiğimizden daha fazla, genellikle kişiliklerimize göre uyarlandığı anlamına gelir!

Etkileşimde bulunduğumuz bireyler ve gruplar ya da tükettiğimiz bilgiler mevcut bakış açılarımızı, önyargılarımızı sürekli olarak pekiştirdiğinde kapalı gruplar veya 'yankı odaları' oluşabilir. Çoğu insan bunu ilk elden deneyimler: İster en yakın arkadaşlarımızla bir WhatsApp grubunda, ister sevdiğimiz etkileyicinin profilindeki bir yorum bölümünde, ister ailemizle birlikte yemek masasında otururken!

Benzer ilgi alanlarını paylaşan insanlarla konuşmak, bakış açılarımızı geçerli ve alakalı hissettirebilir. Ancak, yalnızca zaten aynı fikirde olanlarla bağlantı

kurarsanız, fikirlerinizi «gerçekler» olarak görmeye başlayabilir ve farklı veya karşıt fikirleri olan herkesi küçük düşürebilirsiniz. Bu sorunlu olabilir: Eğer fikirlerimiz yerleşik hale gelirse, meseleler hakkında farklı bir duruşa sahip insanlarla empati kurmayı, hatta sadece onları dinlemeyi giderek daha zor bulabiliriz. Bu olduğunda, toplumdaki bireyler veya gruplar arasında bölünmeler oluşabilir ve insanlar 'biz onlara karşı' zihniyetini benimsemeye başlayabilir.

### AÇIKLAYICI ETKİNLİĞİ

Öğrencilerin diğerlerinin yanı sıra YouTube veya TikTok gibi bir platformu her ziyaret ettiklerinde filtre balonu efektiyle karşılaşmaları muhtemeldir. Bu platformlar, bir kullanıcının önceki «izleme geçmişine» dayalı olarak videolar önermek için algoritmalar kullanır. Bunu göstermek için, öğrencileri siteye «anonim» (yani çıkış yapmış) bir kullanıcı olarak göz attıklarında değil, kişisel bir hesaba giriş yaptıklarında YouTube ana sayfalarında önerilen videolara bakmaya teşvik edebilirsiniz.

# ÖNEMLİ ÖNERİLER VE EYLEM ÇAĞRILARI

Her zaman filtre kabarcıklarımızı 'patlatmak' veya yankı odalarımızdan çıkmak istemeyebiliriz; ne de olsa, kişiliğimize tam olarak uyarlanmış bilgileri okumanın, izlemenin, dinlemenin veya tartışmanın rahatlığını kim sevmez ki! Aynı zamanda, dünyayı başka bir açıdan keşfetmek için web deneyimlerimizi kişiselleştirmemek veya farklı olarak algıladığımız kişilerle konuşmak yararlı olabilir. Öğrencilerinizle hem çevrimiçi hem de çevrimdışı olarak ufuklarını genişletmelerine yardımcı olmak için paylaşabileceğiniz bazı önemli ipuçları:

## **Kendinize şunu hatırlatın**

İnternette gördükleriniz rastgele değildir. Algoritmalar bize sürekli olarak görmek istediğimizi düşündükleri veya önceki alışkanlıklarımıza dayanarak bizi platformda daha uzun süre tutabilecek içerikleri sağlıyor. Bir seçim süreci olduğunu anlamak, gördüğümüzün daha geniş bir dünyanın panoramik veya kapsamlı bir görünümü olduğu inancını hafifletmeye yardımcı olabilir.

## **«Çerezlerinizi» zaman zaman temizleyin.**

Çerezler, bir web sitesini her ziyaret ettiğinizde ('Çerezleri Kabul Ettiğinizde') verilerinizi depolayan dosyalardır. İzin alınarak bunlar, önceki arama veya izleme geçmişinize dayalı olarak etkileşim kurma olasılığınızın yüksek olduğu içerik veya reklam önermelerine yardımcı olmak için diğer sitelerle paylaşılabilir. Öğrenciler, kişiselleştirilmiş web'lerinin etkilerini yönetmek için çeşitli web sitelerinde izin verdikleri Çerezleri reddedebilir veya kişiselleştirebilir.

## **Ara sıra tarayıcı geçmişinizi silin.**

Hangi arama motorunu kullandığınıza bağlı olarak, en iyi sonuçlar kısmen tarayıcı geçmişinize göre seçilebilir. Bu, daha önce göz attığınız web sitelerinin size sunulacağı ve sizi yeni bakış açılarından ve bilgi kaynaklarından daha da uzaklaştıracağı anlamına gelir. Alternatif olarak, DuckDuckGo.com gibi anonim bir tarayıcı kullanmayı deneyebilirsiniz - bu, kullanıcıların gizliliğini korur ve arama sonuçlarını kişiselleştirmez. Tarayıcı geçmişinizi silmek, yukarıda belirtilen çerezleri de temizler!

## **Çeşitliliği kucaklayın ve stereotipleri reddedin.**

Farklı ilgi alanları ve etkileşimler arayarak dünya hakkında daha fazla şey öğrenebilir ve bizi diğer insanlara bağlayan şeyin bizi bölmekten çok daha fazlasının olduğunu fark edebiliriz. Bunu yapmaya başlamanın kolay bir yolu, sizinkinden farklı bakış açıları olan insanları ve sayfaları çevrimiçi olarak

takip etmektir! Meraklı bir zihniyet benimsemek ve diğer insanların ne düşündüğünü öğrenmek, tembel stereotiplere direnmenize ve kendi fikrinizi oluşturmadan önce fikirleri anlamak için kendinize meydan okumanıza yardımcı olacaktır.

## **Onay önyargınızı kontrol edin!**

Onay yanlılığı, önceden var olan görüşlerimizi destekleyen bilgileri aramamıza veya bu bilgilerle anlamamıza neden olur. Bu tam olarak bir yankı odasında olan şeydir. Başkalarıyla etkileşime girerken, içeriği okurken veya izlerken, durup şöyle düşünmeliyiz: *Buna sadece ben mi katılıyorum, yoksa bundan sadece, zaten inandığım şeyi desteklediği için mi zevk alıyorum?* Eleştirel düşünmeyi gerçekten göstermek için, neden bir şeye katıldığımızı sorgulayabilmeliyiz.

## ETKİNLİK

# AYNI HİKAYE, FARKLI BAKIŞ AÇISI

SÜRE  
30-45 dakika

EKİPMAN

Microsoft PPT'li bilgisayar,  
interaktif beyaz tahta veya  
tepegöz, her grup için basılı  
etkinlik başlıkları.



## ETKİNLİĞE GİRİŞ

Bu aktivite, yalnızca beğenilen kaynaklardan bilgi almanın sonuçlarını göstererek hem filtre balonu hem de yankı odası etkilerini simüle etmek için tasarlanmıştır. Etkinliğin sonunda öğrenciler, ister geleneksel haber ister sosyal medya olsun, çeşitli medya diyetinin faydalarını ve bir konunun birçok boyutunu keşfetmenin kendi görüşlerimizi oluşturmamıza nasıl yardımcı olabileceğini anlamalıdır.

## ETKİNLİK TALİMATLARI

1. Sınıfı üç küçük gruba ayırın. Her gruba aynı güncel konu hakkında bir dizi benzersiz başlık sağlayın. Bir sette en fazla 5 başlık bulunmalı ve her sette tartışılan konu hakkında farklı bir bakış açısı olmalıdır: olumlu bir önyargı, olumsuz bir önyargı ve tarafsız bir bakış açısı.
2. Öğrenciler gruplarında başlıkları okumalı ve bu hikayede ne olduğunu belirlemeye çalışmalıdır. Olanlarla ilgili sonuçlara varmadan önce, başlıktan mümkün olduğunca fazla bilgi almalılar.
3. 5-10 dakika sonra, her grup kendi haberlerini tüm sınıfa sunması için bir üyeyi aday göstermelidir. **Pozitif grupla** başlayın ve **nötr grupla** bitirin. Şunlar hakkında yorum yapmalıdırlar:
  - a. Bu hikayede kimler var?
  - b. Onlara ne oldu?
  - c. Bu sorun veya olay için suçlanacak biri var mı?
  - d. Grup bu hikaye ve konuları hakkında ne düşünüyor?
4. Tüm gruplar sunum yaptıktan sonra, ilk iki gruba tarafı içerik verildiğini ortaya çıkarabilir ve bu manşetlerin ne şekilde tarafı olduğunu tartışabilirsiniz.
5. Aktiviteden önce bunu yapmadıysanız, sınıfa filtre kabarcığı kavramını tanıttın.
6. Sınıftan şunu düşünmesini isteyin: Bilgilerimizi yalnızca sınırlı sayıda kaynaktan aldığımızda ve/veya önyargılarımızı yansıtmayan daha geniş bilgiler filtrelense ne olabilir?
7. Farklı bilgi kaynaklarını okumanın ve farklı görüş, inanç veya ilgi alanlarına sahip insanlarla konuşmanın neden faydalı olabileceğini sorarak “yankı odaları” kavramını tartışın. Öğrencilerden kendi yaşamlarında yankı odaları ve filtre kabarcıklarıyla nerede karşılaşabileceklerini düşünmelerini isteyin.
8. Son olarak, öğrencilerden çiftler veya küçük gruplar halinde çalışmalarını ve filtre kabarcıklarını “patlatmalarını” veya yankı odalarından çıkmalarını isteyin. Başlangıç için onlara bazı fikirler vererek, bu bölümde yer alan 2. Bölümdeki Önemli Öneriler listelerini bilgi istemi olarak kullanabilirsiniz. Yaklaşık on dakikalık bir tartışmadan sonra, Önemli Öneriler slaytını göstermeden önce her bir çiftten veya gruptan geri bildirim toplayın.

## ETKİNLİK REHBERİ

Bu aktivitenin başlıklarını seçerken, hakkında zaten güçlü fikirleri olmayan bir konu seçmelisiniz, aksi takdirde öğrenme önceden var olan önyargılarla gölgelenebilir. Farklı manşetleri ve kapsamı olan iyi bir haber bulmakta zorlanıyorsanız, her zaman kendinizinkini icat edebilirsiniz. Örnek bir dizi başlık, 2019'da dünya çapında gerçekleşen genç iklim grevleriyle ilgili olabilir.

### Pozitif Başlıklar:

- *Cesur çocuklar, gezegenleri için doğru olanı yaparak geleceklere için ayağa kalkarlar.*
- *Hangi süperstarlar: dünyanın dört bir yanındaki çocuklar, gezegenin yok edilmesini protesto etmek için cesurca sınıflarından çıkıyorlar.*
- *Gezegen koruyucuları! Gençler, yetişkinlere nasıl yapılabileceğini göstererek, geleceğimizin güvenliği için grev yapıyor.*

### Negatif Başlıklar:

- *Bencil çocuklar, yararsız protestolara katılmak için derslerini bırakıp başkaları için okul gününü mahvediyor.*
- *Tembel çocuklar, okuldan kaçmak için iklim değişikliği protestolarını bir bahane olarak kullanıyorlar.*
- *Ebeveyn paniği! Bencil öğrenciler, protesto için okuldan kaçarak ve kimseye söylemeyerek velilerini korkutuyor.*

### Nötr Başlıklar:

- *14 Temmuz'da tüm dünyada gençlik iklim grevleri gerçekleştiriliyor.*
- *Küresel olarak bir milyondan fazla çocuk iklim değişikliği protestolarına katılıyor.*
- *Dünyanın her yerindeki çocuklar günlük iklim aktivisti oluyor!*

Bir sonraki konuya geçmeden önce, öğrencilerin filtre kabarcıkları ve yankı odaları kavramlarını anladığından emin olmalısınız. Bazı yararlı sorular şunları içerebilir:

- Bilgilerimizi yalnızca bir konu hakkında aynı görüşe sahip kaynaklardan alırsak ne olabilir?
- Sosyal medyada yalnızca bizim için hedeflenen içeriğe bakarsak ne olabilir? Hangi becerileri ve deneyimleri sınırlayabiliriz?
- Filtre kabarcığı efektini çevrimiçi olarak nerede deneyimlediniz?
- Hem çevrimiçi hem de çevrimdışı hangi yankı odalarının bir parçasısınız?
- «Kişiselleştirilmiş web»in bazı potansiyel faydaları ve tuzakları nelerdir?
- Kendimizin ve başkalarının yankı odalarından çıkmalarına yardımcı olmak için ne gibi önlemler alabiliriz?

# Anahtar Konu

4.

# DEZENFORMASYON VE YANLIŞ BİLGİ

## ÖĞRENME HEDEFLERİ

- ✓ Öğrenciler yanlış ve yalan bilgi arasındaki nüansları anlar.
- ✓ Öğrenciler, yanlış ve yalan bilgilendirmenin kendileri ve daha geniş toplum için olası sonuçlarının farkındadır.
- ✓ Öğrenciler farklı türdeki yanlış ve yalan bilgileri ayırt edebilirler.
- ✓ Öğrenciler komplo teorilerinin ardındaki mekanizmaları ve işleyişi anlar.
- ✓ Öğrenciler, günlük yaşamlarında çevrimiçi ortamda yanlış bilgilendirmeye ve dezenformasyona karşı koymak için bazı temel araçları listeleyebilirler.

## POTANSİYEL BAŞLANGIÇ ETKİNLİĞİ :

Bir öğrenciye öğretmen tarafından bir cümle verildiği ve bir daire içinde öğrenciden öğrenciye gizlice aktarıldığı 'kulakta kulağa' oynayın - sonunda ne kadar değişti? Kaç tane önemli detay kayboldu? Öğrencilerinize şu soruyu sorarak alıştırmayı bitirin: "Hiç çevrimiçi olarak yanlış bilgilerle karşılaştınız mı? Yanlış olduğunu nereden anladınız?"

## GİRİŞ

Hızlı tempolu bir internet dünyasında, bilgiyi yanlış hikayelerden, komplo teorilerinden ve hicivden ayırt etme yeteneği, genç dijital vatandaşlar için temel bir beceridir.

Bu bölümde, öğrencilere çok çeşitli çevrimiçi içerik tanıtılacaktır. Web'de daha fazla farkındalık ve düşünceyle gezinmek için farklı temel kavramlara (yanlış ve yalan bilgi, komplo teorileri) ve bu tür içeriğin çevrimiçi alabileceği şekle (tıklama tuzağı, derin sahtekarlık vb.) odaklanacaklar.

### Dezenformasyon

Dezenformasyon, insanları aldatmak veya bir konuyu yanlış anlamalarını sağlamak için kasıtlı olarak oluşturulmuş herhangi bir içeriği ifade eder. Genellikle gerçeğe dayalı olarak sunulur, ancak gerçekte **kasıtlı olarak yanlıştır**.

### Yanlış bilgi

Yanlış bilgi, yanlışlıkla yanlış bilgilerin paylaşılması anlamına gelir. Zarar verme niyeti olmasa da, olumsuz sonuçlar da aynı derecede güçlü olabilir. Arkadaşları ve meslektaşları yanıltabilir, bir konu etrafında kafa karışıklığını artırabilir, gruplar veya topluluklar arasında bölünmeler yaratabilir ve aşırı durumlarda insanları tehlikeye atabilir. Bu, bilgi ve kaynağı sorgulanmadığında çok yaygındır.

## ANAHTAR TANIMLAR

Dijital dünyadaki yanlış bilgilendirme ve dezenformasyon, aşağıdakiler gibi çeşitli biçimlerde olabilir:

- **Derin sahtekarlık:** Gerçek kişilerin (çoğunlukla ünlülerin) gerçekte hiç olmamış şeyleri yaptıkları, rol yaptıkları veya söyledikleri bilgisayar tarafından oluşturulan videolar. Derin sahtekarlıklar, birisini itibarsızlaştırmak veya onlarla dalga geçmek, ayrıca dezenformasyon yaymak ve bölünmeyi ekmek için kullanılabilir. Nasıl çalıştıkları hakkında daha fazla bilgiyi [burada](#) bulabilirsiniz.
- **Tıklama tuzağı:** Bir web sitesine trafik çekmek için tasarlanmış göz alıcı metin veya resimler (insanların bir bağlantıyı tıklamasını sağlayarak). Kimlik avı saldırıları, kötü amaçlı dosyaların yayılması veya kullanıcı bilgilerinin çalınması için de kullanılabilir. [Medya yanlışlığı](#) bölümünde [görüldüğü gibi](#), sansasyonel içerik genellikle çevrimiçi ortamda daha fazla ilgi görür ve yayıncıların etkinliklerinden para kazanmalarına yardımcı olabilir (ör. bir siteye daha fazla ziyaretçi = reklam verenlere daha iyi satış konuşması = daha fazla gelir). Tıklama tuzağı genellikle yanıltıcı resimler veya küçük resimlerin yanı sıra kullanıcıları cezbetmek için «Neye inanamayacaksınız...», «EN ÇILGIN şeyi ne zaman yaptım...», «X hakkında bilmeniz gereken 10 şey...» veya «Y'yi neden yapmalısınız...» gibi akılda kalıcı başlıklar kullanır. Genellikle zararsız olsalar da, çevrimiçi bilginin kalitesine olan güvenin genel olarak erozyona uğramasına katkıda bulunurlar ve neye inanacaklarını bilmeyi zorlaştırırlar. Tıklama tuzağı örneklerine [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

Çevrimiçi ortamda dikkatli olmazsak hepimizin tuzağına düşebileceğimiz yanlış bilgilerin aksine dezenformasyon, yanlış bilgileri paylaşmak için bilinçli bir seçimdir. Basit internet “trol” gönderilerinden, finansal bir teşvik tarafından başlatılan daha geniş köşe yazılarına (örneğin, sansasyonel hikayelerin ‘öfke ekonomisinden’ gelir elde etmek için), siyasi gündeme kadar değişiklik gösterebilir.

Yanlış ve yanıltıcı bilgilendirmenin bir başka örneği de kamusal yaşamda artan bir önem kazanıyor: komplo teorileri. Kesin bir tanım bulunmamakla birlikte, öğretmenlerin ve öğrencilerin bunları tanımlamaya yardımcı olmak için kullanabilecekleri birkaç temel özellik vardır. Komplo teorileri bir boşlukta var olmaz. İktidardakilerle nüfusun geri kalanı arasında artan bir mesafe (ve güvensizlik) dahil olmak üzere çeşitli sosyal fenomenlerden kaynaklanırlar. Bunları gülünç veya aptal olarak görmenin nadiren etkili bir davranış biçimi olduğunu anlamak önemlidir. Daha da kötüsü, komploya inananların konumunu güçlendirebilir, onları kendi bakış açılarına göre ikiye katlayabilir veya “biz onlara karşı” zihniyetini yerleştirebilir.

Komplo teorileri her şekilde ve boyutta ortaya çıksa da, büyük çoğunluğu mevcut tüm kanıtların ötesinde çarpıtılmış bazı gerçekler içeriyor - örneğin, ilaç şirketlerinin belgelenmiş suistimalleri, büyük şirketler arasındaki gölgeli anlaşmalar veya politikacılar tarafından söylenen yalanlar « İlluminati tarafından yürütülen Yeni Dünya Düzeni. Gerçek dünyadaki olaylara ve verilere olan bu zayıf bağlantılar, iddiaları çürütmek için sürekli karşı kanıtlar sağlanmış olsa bile, komploların destekçilerine makul görünmesini sağlar.

## YANLIŞ BİLGİDEN KOMPLO TEORİLERİNE

Bazı ortak özellikler şunları içerir:

- **İnananlara** “İyi insanların başına neden kötü şeyler gelir?” ya da “dünya neden bu kadar eşitsiz?” gibi **karmaşık soruların basit cevaplarını verirler**. COVID-19 pandemisinden güncel bir örnek olarak, «kötü şeyi» (virüs) somut bir eyleme bağlamak (örneğin Asya kökenli olanlardan kaçınmak; 5G telefon direklerini yok etmek; aşuları boykot etmek) birçok insanı çaresiz hissettiren bir durumu işleminin bir yoludur.
- **Bir üstünlük veya ‘aydınlanma’ duygusunu teşvik ederler:** inananlar, gerçeklik hakkındaki ‘gerçek gerçeği’ ortaya çıkaran ve nihayetinde kahramanlar, özgürlük savaşçıları veya kurtarıcılar olarak görülecek olan elit bir grubun üyeleri olarak çerçevelenir.
- **Grup üyeliği oluştururlar:** özellikle «ana akım» görüş, inançlarınızın saçma, mantıksız veya delice olduğu zamanlarda, topluluk duygusu sarsılmaz. Komplo hareketleri dayanışmaya ve grup düşüncesine dayanır ve sürekli pekiştirme yoluyla üyelerini reddedilmekten korur. Birçok yönden, tüm muhalif fikirlerin reddedildiği veya orijinal komployu desteklemek için kullanıldığı nihai yankı odalarıdır - karşı kanıtlar genellikle ‘koyun’ gibi terimlerle alay edilir veya bir kenara atılır, bu da insanların sözde ‘gerçekler tarafından aldatıldığını’ ima eder.’

Bu aynı zamanda komplocuların süreç içinde arkadaşlarından ve ailelerinden uzaklaştıkları ve hareketin dışında sosyal yapıları kalmadıkları için bir inançtan vazgeçmelerini de zorlaştırabilir.

Bu nedenle, komplo teorileri yapmada güçlü araçlar olabilir:

- Ortak bir vizyon ve amaç sunma
- Benlik saygısını artırma
- Aidiyet oluşturma
- Olaylarla ilgili belirsizliği/endişeyi azaltma
- Karmaşık bir dünyayı anlama
- Bir aracılık veya kontrol duygusu sağlama
- ... onları değişime karşı son derece dirençli hale getirmek.

Gerçek olaylara dayananlardan tamamen uydu- rulmuş anlatılara kadar farklı komplo seviyeleri vardır, ancak etkileri aynı derecede güçlü kalır. Bazıları dünya hakkındaki “Gerçeği” bulduğunu iddia edecek ve gerçeği tek bir teoriyle açıklayacak, diğerleri daha belirsiz olacak ve takipçilerini “kendi araştırmalarını yapmaya” teşvik edecek - ikincisine yakın tarihli bir örneği, bir ilk teorinin, her biri biraz yeni bir iddia veya sözde kanıt ekleyen binlerce «kitle kaynaklı» gerçeği arayan tarafından yönlendirildiği 2020 ABD Başkanlık Seçimleri etrafındaki seçim sahtekarlığı anlatıları olacaktır.



## KOMPLO TEORILERİYLE NASIL BAŞA ÇIKILIR?

### Temel kural:

**Daima mevcut inançlarınızın yanlış veya temelsiz olma olasılığını göz önünde bulundurun ve değişmeye istekli olun - ilk seferde nadiren her şeyi doğru yaparız, ancak yeni bilgiler mevcut olduğunda uyum sağlamaya açık olabiliriz ve olmalıyız.**

Yanıldığımızı kabul etmekte utanılacak bir şey yok; aslında, bu öğrenmenin önemli bir parçasıdır. Kanıtlar, her ne kadar kanıtlar temel iddialara meydan okusa da, temel iddialarını çürütse de, herhangi bir yeni kanıt önceden var olan bir dünya görüşüne uyduracaktır - bu nedenle yanlış oldukları kanıtlanamaz. Yerleşik teorilerin ve ilkelerin çürütülebildiği veya yeni verilerle revize edilebildiği Bilimsel Yöntem için bunun tersi geçerli olmalıdır.

Başlamak için, daha az tartışmalı veya şok edici bir örneği vurgulamanızı öneririz (sınıfta aşı karşıtı veya hassas konuları tartışmaktan kaçınınız): düz dünya komplosu yararlı bir başlangıç noktası olabilir ([burada](#) daha fazla bilgi) ve bir teoriyi bilimsel kanıt ile tartışabilmenize olanak tanır. Propagandanın bazen bir hedef grup hakkında komplolar yaymaya dayandığını ve insanların duygu ve korkularını yağmalayarak sonuçlara ulaştığını da belirtebilirsiniz - yaygın bir örnek, tersine olan tüm kanıtlara rağmen yabancı işçilerin ekonomik gerileme ve iş kayıplarından sorumlu tutulduğu göç olabilir.

Komploları tartışmak zor: ne bizler ne de öğrencilerimiz sandığımız kadar rasyonel değiliz. Önyargılarımızın ve çevremizin bizi nasıl etkileyebileceğini bilmek, komplolarla başa çıkmanın en iyi ilk adımıdır ve bildiklerimizi ve gördüklerimizi eleştirmemize yardımcı olur.

# ÖNEMLİ ÖNERİLER VE EYLEM ÇAĞRILARI

## Görüşlerinizi genişletin

### ve kaynaklarınızı çeşitlendirin

Öğretmenler, öğrencileri bir konunun daha eksiksiz bir resmi için farklı görüşleri temsil eden birkaç kaynak kullanmaya teşvik etmelidir. “Yazar kim?” “Bilgileri hangi medya kuruluşu yayınladı?” “Başkaları bu konu hakkında ne dedi?” ve “Bu haber neden doğru/yanlış olabilir” gibi sorular öğrencilerin bir haber makalesinin güvenilir olup olmadığını belirlemelerine yardımcı olabilir.

## Gerçek kontrolü, yanlış bilgilerin

### yayılmasına bir yanittir

Yanlış ve yanıltıcı bilgilendirmenin ortak özelliklerini (ör. yanıltıcı başlıklar, kaynak yokluğu, photo-shoplu resimler) ve örnekleri (ör. tıklama tuzağı, derin sahtekarlıklar, komplo teorileri) belirlemek, gençler için önemli bir beceridir. <https://onebravething.eu/share-wisely/> gibi web siteleri, öğretmenlerin ve öğrencilerin kolayca kullanabileceği bir doğrulama aracı sağlar.

## Eleştirel düşünün

Okuduğunuz içeriğe meydan okumak ve kendi fikirlerinizi oluşturmak, manipülasyon veya grup düşüncesi riskini sınırlamaya yardımcı olur. Unutmayın, bir topluluğa ait olmak asla herkes gibi düşünmek, inanmak veya davranmak zorunda olduğunuz anlamına gelmemelidir - bu bir kültür!

## Dezenformasyonu çevrimiçi bildirin

Öğrencileri, sosyal medyada ne kadar eğlenceli olursa olsun, yanlış bilgilere dayalı viral komplolar veya skandallara kapılmamaya teşvik edin. Bunun yerine, araştırmacı olabilirler ve bir dizi güvenilir kaynak kullanarak akranlarını veya akrabalarını bir hikayenin gerçekleri hakkında eğitmeye yardımcı olabilirler. Artık birçok platform, yanıltıcı içeriği bildirme işlevlerine sahiptir ve bunları daha fazla büyütmeğe kaçınmak için de kullanabilirler.

## Başkalarına karşı şefkatle hareket edin

Yukarıda tartışıldığı gibi, komplocu inançları nedeniyle birisini alay etmek veya mahkum etmek genellikle ters etki yaparak onları daha savunmacı ve diyaloga dirençli hale getirir. Bir kişinin bu teoriyi neden çekici bulabileceğini düşünün, ona inançları ve kanıtları hakkında açık sorular sorun. Her şeyden önce, konuşmaya ikna etmek yerine dinleme amacıyla yaklaşmaya çalışın, en azından ilk etapta - insanlar saygı duyulduğunu hissettiklerinde, karşıt görüşleri duymaları ve muhtemelen zamanla fikirlerini değiştirmeleri daha olasıdır.

## ETKİNLİK

# SAHTE OLANI BUL!

SÜRE

1 saat (esnek)

EKİPMAN

Microsoft PPT'li bilgisayar,  
etkileşimli beyaz tahta veya  
tepegöz, dezenformasyon/yanlış  
bilgi ve komplo teorilerinin  
basılı örnekleri



## ETKİNLİĞİN TANITIMI

1. Dezenformasyon/yanlış bilgilendirme (tıklama tuzakları, derin sahtekarlıklar vb. dahil) ve komplo teorileri hazırlayın (Örnekler: dezenformasyon - yanlış bilgi (debunked) - derin sahte - tıklama tuzağı - komplo teorisi)

a. Sınıfı 4 veya 5 kişilik gruplara ayırın, her grubun çalışmak için bir örneği olmalıdır. Öğrencilerinize sorun:

• Sizce bu bilgi güvenilir mi? Neden/neden olmasın?

b. Bir haberin sahte olup olmadığını belirlemeye yönelik göstergeler şunları içermelidir:

• Alışılmadık bir sonla şüpheli bir URL, ör. biz.org

• Gerçekçi olmayan iddialarda bulunan son derece duygusal veya abartılı dil

• Yorum yapılan bilgilerin açık ve güvenilir bir kaynağının olmaması (alıntılar, dipnotlar)

• Diğer güvenilir haber yayınları tarafından bildirilmeyen son dakika 'haberlerini' sunar

• Düzenlenmiş/hatalı atfedilmiş fotoğraflar veya resimler

• Diğer olası olmayan hikayelere bağlantılar

• Sık yazım ve noktalama hataları

2. Sınıfı yeniden gruplandırın. Öğrencilerinizin sonuçlarını sunmalarını sağlayın.

3. a. Öğrencilerinizle tartışmayı yönetin:

• Bu bilgilerin kaynağı kim?

• Onları daha önce duydun mu?

• Bu içeriğe güvenip güvenmeme konusunda sizi şüphelendiren nedir?

b. Bu içeriğin görünümüyle ilgili hangi ayrıntıları fark ediyorsunuz? Komplo teorileri, tıklama

tuzakları ve derin sahtekarlıkların yanı sıra yanlış ve yanlış bilgilendirme tanımlarını görüntüleyin. Öğrencilerinizi, çevrimiçi olarak karşılaşabilecekleri örnekleri paylaşmaya teşvik edin. Bir tartışma yürütün ve aşağıdaki soruları göz önünde bulundurun: Bu kavramları daha önce duydunuz mu?

c. İnternette gezinirken onları gördünüz mü?

d. Sizce neden birisi bu içeriği üretti?

e. Bunlardan herhangi birini yaydınız mı? Öyleyse neden?

f. İzleyicileri üzerinde nasıl bir etki bırakmak istediler? Bu etkiyi nasıl yaratmaya çalışır?

g. Yaygın olarak paylaşılsa insanlar üzerinde ne gibi sonuçları olabilir?

4. Yanlış ve yanıltıcı bilgilerin ülkenizin toplumu ve bireyleri üzerindeki etkisini sorgulayın

a. Gerçekleri kontrol eden, bilgi için mücadele eden vb. yerel örnekler (dernekler, medya vb.) önerin.

b. Öğrencilerinize sorun: Öğrendiklerinize dayanarak yanlış ve yanlış bilgilerin yayılmasını durdurmak için ne yapardınız?

5. Öğrencilerinizden, çevrimiçi olarak yanlış bilgileri belirlemelerine ve bunlarla mücadele etmelerine yardımcı olmak için bir arkadaşlarına veya aile üyelerine verecekleri üç tavsiyeyi listelemelerini isteyerek etkinliği sonlandırabilirsiniz.

# Anahtar Konu 5.

# NEFRET SÖYLEMİ VE DİJİTAL VATANDAŞLIK

## ÖĞRENME HEDEFLERİ

- ✓ Öğrenciler internetteki hak ve görevleri ayırt edebilmelidir.
- ✓ Öğrenciler internetteki nefret dolu içeriği belirleyebilmeli ve yapısını çözebilmelidir.
- ✓ Öğrenciler, nefret içeren içeriğe yapıcı bir şekilde yanıt verebilmelidir.
- ✓ Öğrenciler sosyal ağları bilinçli ve yaratıcı bir şekilde kullanabilmelidir.

## GİRİŞ

İnternet - ve sosyal medya - bireyler arasındaki etkileşim sayısını önemli ölçüde artırmıştır. Çevrimiçi ortamda dolaşan görüşler ve fikirlerle birlikte, nefret içeren içerik ve suistimaller (hack, taciz...) çoğaldı. Bu bölüm, nefret söylemini tartışmayı amaçlıyor ve öğrencilere, dijital vatandaşlıklarını geliştirmek için yapıcı bir şekilde çevrimiçi nefret söylemini belirleme ve yanıt verme yetkisi veriyor. Bu bölümdeki etkinlik, öğrencilerin sağlıklı çevrimiçi uygulamaları belirlemelerine yardımcı olacaktır.

## ANAHTAR TANIMLAR

### NEFRET SÖYLEMİ

Nefret söylemi, başkalarının reddedilmesini ve nefretini ifade eden bir ifade, metin, ses veya görüntü biçimini alabilen nefret ifadelerini ifade eder. Buna tanık olanlar taraf tutmaya - ve bazen grubun baskısı sonucunda bu nefreti benzer veya daha yüksek şiddet seviyelerinde tekrar ifade etmeye teşvik edilebilir. Bu, nefreti kıskırtmak olarak bilinir.

Nefret söylemlerinin yayılması, bu kitapçıkta sunulan diğer kavramların sonuçlarından biridir. Örneğin, bilişsel önyargılar veya yankı odaları, bireyleri bir grup bireye karşı öfkelerini körükleyecek şekilde gruplandırabilir.

Komplo teorileri ve yanlış bilgiler, bir önceki bölümde de görüldüğü gibi, bu görüşleri haklı çıkarmak ve doğrulamak için “argümanlar” sunarak, belirli kişiler hakkında sahip olunabilecek bazı önyargıları veya olumsuz görüşleri de ağırlaştıracaktır. Stereotiplere ve yanlış anlamalara dayanan bu tür içerik, aşırı genellemelere ve paranoya hissine ve daha kötü durumlarda gerçek şiddete yol açabilir.

İçeriği bildirmek, çevrimiçi platformları denetlemek ve dijital vatandaşlık eğitimi, nefret söylemiyle mücadelenin anahtarıdır.

### DİJİTAL VATANDAŞLIK

Dijital vatandaş, geniş bir yetkinlik yelpazesinin geliştirilmesi yoluyla yerel, ulusal veya küresel olsun, hem çevrimiçi hem de çevrimdışı topluluklara aktif, olumlu ve sorumlu bir şekilde katılabilen kişidir. Dijital teknolojilerin doğası gereği yıkıcı olduğu ve sürekli geliştiği için, yetkinlik oluşturma evde ve okulda, örgün, yaygın ve örgün dışı eğitim ortamlarında en erken çocukluktan itibaren başlaması gereken bir yaşam boyu eğitimidir.

Dijital vatandaşlık ve katılım, yaratma, tüketme, paylaşma, oynama ve sosyalleşmeden araştırma, iletişim kurma, öğrenme ve çalışmaya kadar çok çeşitli faaliyetleri içerir. Yetkin dijital vatandaşlar, öğrenme, çalışma, istihdam edilebilirlik, boş zaman, topluma dahil olma ve katılımı ilgili yeni ve günlük zorluklara insan haklarına ve kültürlerarası farklılıklara saygı duyarak yanıt verebilmektedir.

Giderek daha sanal ve bağlantılı bir dünyada yaşadığımız için, örneğin ifade özgürlüğü ile ilgili olanlar gibi belirli “vatandaş” kurallarını hatırlamak veya kullanıcıları kullandıkları web platformlarının kurallarını anlamaya teşvik etmek çok önemlidir. Bu nedenle, sanal davranışımızın insanlar üzerinde gerçek bir etkisi olduğunu ve örneğin çevrimiçi tacizin gerçek hayattaki trajediye yol açabileceğini mümkün olduğunca hatırlamakta fayda var.

Sonuç olarak, yasanın bilginin yayılmasını yasakladığını hatırlamakta fayda var:

- küçük düşürücü, aşağılayıcı, müstehcen, saldırgan, şiddet içeren veya pornografik nitelikte
- insan kişiliğine ve onuruna saygıyı zedelemesi veya ırkçı, yabancı düşmanı veya siyasi şiddete teşvik etmesi muhtemel
- suç veya ihlal olarak nitelendirilen herhangi bir eylemi lehte sunmak

# ÖNEMLİ ÖNERİLER VE EYLEM ÇAĞRILARI

## Kendi bakış açınızdan başka bakış açılarını okuyun ve dinleyin

bu, öğrencilerin diğer gruplar hakkında varsayımlardan ve klişelerden kaçınmasına ve diğer grubun fikrinin nereden geldiğini anlamalarına yardımcı olacaktır.

## Polemiklere cevap vermekten kaçınin

bunun yerine, öğrenciler sosyal medyalarında beğenmeden/yorum yapmadan/paylaşmadan önce durup düşünmeye teşvik edilmelidir.

## Nefret söylemini çevrimiçi olarak bildirin

Yanıt vermek yerine, sosyal medyadaki nefret söylemi içeren gönderileri şikayet edebilirsiniz.

## Katılın

Web'de organize olun ve bir blog, site, vlog, YouTube kanalı vb. oluşturun. Bu eğitimin nihai amacı, gençlerin web'i sahiplenmelerini sağlamak ve web'i bir alan haline getirmektir. bireysel ve toplu onaylama değil, aynı zamanda yansıma, tartışma ve katılım için.

## Haklarınızı (...ve görevlerinizi) bilin

ülkenizdeki basın ve ifade özgürlüğünü koruyan ve düzenleyen yasaları öğrenin (çevrimiçi platformlarda/genel hüküm ve koşullardaki hakların bilgisi).

## ETKİNLİK

# İYİ ÇEVİRİMİÇİ UYGULAMALAR TABLOSU



SÜRE  
**30 dakika**

### EKİPMAN

**Bir bilgisayar, PowerPoint, duvar kağıdı veya beyaz duvar, video projektörü veya isteğe bağlı tahta**  
**Bilgisayar veya tahta yoksa: basılı belgeler**

## ETKİNLİĞİN GİRİŞ

Alıştırma, katılımcılar tarafından doldurulacak bir tablo ve internetteki olası birkaç davranışın bir listesinden oluşmaktadır. Katılımcılardan bu uygulamaları/davranışları iyi ve kötü olarak düşündükleri uygulamalara göre sınıflandırmaları istenecektir.

Ayrıca, bu aktivite için diyalog ve tartışma esastır: bu nedenle, seçimlerini gerekçelendirmeleri istenir.

Bu aktivite, öğrencilerin argümantasyon becerilerini geliştirirken pozitif ve saygılı dijital vatandaşlığı teşvik eder.

## ETKİNLİK TALİMATLARI

1. Öğrencileri iki veya üç gruba ayırın ve iyi uygulamalar tablosunu tahtada veya bir video projektörü yardımıyla (veya kağıt üzerinde) sunun.
2. Katılımcılar tarafından sıralanacak teklif örneklerini tek tek gönderin:
  - Bir yayının altında nefret dolu veya şiddet içeren bir yorumu bildirmek
  - Arkadaş listenizdeki herkesi kabul etmek
  - Bir sosyal ağda bir kullanıcıyı engellemek
  - Bir video yorumunda aşağılayıcı bir kişiyle tartışmak
  - Adresinizi veya kişisel bilgilerinizi vermek
  - Arkadaşlarınızın fotoğrafını onlara sormadan yayınlamak
  - Tüm sosyal ağlar için aynı şifreyi kullanmak
3. Her yanıt gruplar tarafından tartışılmalı ve şu düşüncelere dayalı bir mini tartışma başlatılmalıdır: ifade özgürlüğü, nefret dolu içeriğin denetlenmesi, komplo, karalama vb.
4. Bu aktivitenin sonunda, aşağıdaki gibi birkaç soruyla tartışmayı açabilirsiniz:
  - Görüş nedir?
  - Bir görüş, doğrulanmış gerçeklerden bağımsız olabilir mi?
  - Dijital vatandaş olmak ne anlama geliyor?

# ONLINE DERGİ OLUŞTURMA

• Kendi çevrimiçi derginizi yapmak zor olabilir. Gençler çevrimiçi içeriğe ve sosyal medyaya çok aşinadır, ancak nadiren kendi orijinal içeriklerini yayınlama fırsatına sahip olurlar. Öğrencilerin bir gazeteye maruz kalması ve bu ortamın yapısına ve özelliklerine aşina olması giderek daha nadir hale gelmektedir. Eğitimcilerin ve öğretmenlerin bakış açısıyla bir web dergisi üzerinde çalışmak, her şeyden önce gençlerin yeni bir ifade biçimini tanımalarına destek olmak demektir.

• Bu bölümde, özgün bir web dergisinde gençlerle çalışmanın en önemli aşamalarını anlatacağız. Bu sadece kendi alıştırmalarınızla oluşturabileceğiniz bir çerçevedir. Bununla birlikte, el kitabını tamamlayan sunumda, kendi gazetecilik atölyenizi oluşturmanızda size destek olacak bir dizi faaliyet örneği bulacaksınız.

• Bir web dergisi hazırlamak için birkaç ders (2-4) harcamak tek seferlik bir zorluk olabilir, ancak öğrencilerin kendi düzenli dergilerini, örneğin bir okul gazetesini yayınlamaları için de iyi bir hazırlık olabilir.

• Şu andan itibaren sizin için bir gazete yazı ekibi, gazeteci ve muhabirlerden oluşan bir ekip haline geliyor!



## ONLINE DERGİ OLUŞTURMA

### BAŞLARKEN: YARATICILIK GÜÇLENDİRİCİLER

Beyaz boş bir kağıt yaprağın önünde oturduğunuz hayal edin. Bir metin yazmanız gerekiyor ama kendinizi tamamen fikirsiz hissediyorsunuz. Yapmanız gereken şey...tamamen farklı bir şey, yani yaratıcı yazma alıştırmaları. İnsanlar beklentilerinden biraz vazgeçtiklerinde ve yazmaya oturmadan önce hayal güçlerini ve yaratıcılıklarını açmaya çalıştıklarında yaratmaya açıllar.

Bu yüzden bir saniyeliğine web dergisini bırakın ve öğrencilerinize doğaçlama yapma ve saçma sapan, komik içerik icat etme şansını verin. “Her fikir güzeldir” ve “Hata sizin yardımcınızdır” – bunlar **yaratıcı yazma ısınmalarının** ana kuralıdır.

• Birinci grup yaratıcı yazma ısınmaları, öğrencilerinize kelimeler ve kısa hikayelerle oynama şansını veren basit ve hızlı alıştırmalardır. Ek materyallerde bazı örnekler bulacaksınız. Birkaç çalışma konfigürasyonu deneyin: bireysel bir çalışma, çiftler halinde çalma, bir grup doğaçlaması.

• İkincisi, “Pozitif site sahtekarlığı” etkinliğidir. Bunu yapmak için birkaç resimli tabloid manşet örneği hazırlamanız gerekiyor - ne kadar saçma olursa o kadar iyi. Şimdi sınıfı daha küçük gruplara ayırın (bir grup bir başlık) ve onlara başlığın arkasındaki kendi hikayelerini icat etmeleri için yaklaşık 10-15 dakika verin. Onlar için gerçekten eğlenceli! Bitirdiklerinde her grubu makalelerini okumaya teşvik edin. Onlarla nasıl çalıştıkları, hikayeyi nasıl icat ettikleri ve ekip çalışmalarını nasıl değerlendirdikleri hakkında konuşun.

### ANAHTAR KARARLAR

Yayın kurulu gazetenin çekirdeğidir. Grup olarak karar verme günlük işlerin bir parçasıdır. Ancak gazeteciler için bunun anlamı, her üyenin sorumluluk aldığı kendi uzmanlığına sahip olmasıdır. Editör ekibi olarak, herkesin ne tür bir gazete oluşturmak istediğini tam olarak anladığından emin olun. Aşağıdakileri anlamak için bu soruları bir sınıf veya grup olarak tartışın:

- Web derginizi kim okuyacak? Seyirciniz kim? Başlık ne olacak?
- Gazetenizin asıl amacı nedir: uzmanlık bilgisi mi, belki eğlence mi, yerel haberler mi?
- Gazetenizin bir yapıya sahip olmasını ister misiniz? Kağıt dergilere veya internet gazetelerine bir göz atın: Ana tematik bloklar veya yerimleri nelerdir?
- İfade biçimleriniz ne olacak: makaleler, podcast'ler, röportajlar belki görsel hikayeler?

Öğrencilerinizin web dergilerinde çeşitli fikirler toplamasına yardımcı olun. Cevapları, grubun tüm üyelerinin görebilmesi için beyaz tahtaya veya kağıtlı sunum tahtasına yazın. Bazen tek bir tutarlı gazete vizyonu geliştirmek zordur, bu yüzden endişelenmeyin!

Ekip kararları hazır olduğunda onları daha bireysel çalışmalara davet edebilirsiniz. Öğrencilerin içerik tasarımcıları olarak kendilerini daha iyi tanımalarına yardımcı olmak için **Ne tür bir içerik oluşturucunuz?** etkinliğini deneyin. Her editöryal ekipte alınması gereken bazı stratejik roller vardır. Öğrencilerin sekiz tür yaratıcının kısa açıklamalarını okumalarına ve kendilerine en uygun olan çiftler halinde tartışmalarına izin verin. Kişisel tercihlerine ve ilgi alanlarına göre içerik için yeni fikirler toplayın.

### YAYIN KURULU - İKİNCİ BÖLÜM

Gazetenizin fikirlerini ve vizyonlarını geliştirmek için çok çalıştınız. Şimdi nihayet web-dergisinin ilk sayısına karar vermelisiniz. Yine bunlar, ekibinize 1) görevleri ayırmak, 2) içeriği bir sıraya koymak için sormanız gereken bir dizi önemli sorudur. Sorular:

1. Metin, ses (örneğin kısa bir podcast) veya video biçiminde ne sunacaksınız?
2. Sayının konusu ne olacak? Hangi konuyu vurgulamak istiyorsunuz?
3. Konuların sırası nasıl olacak ve neden?
4. Konuları atayın - kimin hangisini yaptığı (daha küçük ekiplerde çalışabilirsiniz).
5. Gazetenizin bölümleri ne olacak, ör. haberler, gençlerin bakış açısı, çağdaş medya, dizi incelemeleri.

Öğrencilerin ana fikir ve kararları toplamalarına yardımcı olun. Sonunda onları tüm konuları listelemeye ve bunları belirli kişilere/ekiplere atamaya teşvik edin. Artık web derginizi oluşturmaya başlayabilirsiniz!

Son bir ipucu. Bugün (her zaman dürüst olmak gerekirse) insanlar resimlerle düşünüyor. Bir çerçeveye yerleştirebildiğiniz zaman, düşünceleri organize etmek daha kolaydır. Burada çok yardımcı olan CANVA'dır.

Canva, sayısız görsel şablon kullanarak içeriğinizi kolayca oluşturmanıza olanak tanıyan ücretsiz bir grafik tasarım platformudur. Ayrıca makalenizi veya röportajınızı göstermek için doğru fotoğrafları veya sesleri hızla bulabilirsiniz. Harika olan şey Canva'nın büyük bir bilgi veya deneyim gerektirmeden kullanılacak fotoğraf, ses ve film sürümleri de vardır.

Platform araçları aşağıdakileri yapmanıza yardımcı olur:

- İçeriğiniz için doğru dergi şablonunu seçin
- Metin ve sayfa ekleyin, değiştirin, düzenleyin ve silin (çeşitli yazı tipleri ve renkler arasından seçim yapabilirsiniz)
- Diğer web sitelerine fotoğraflar, sesler, videolar ve bağlantılar ekleyin.

Ayrıntılı bir eğitim için [Canva kılavuzuna](#) bakın.

Ayrıca, ReNews web sitesinden [indirilebilen](#) özel bir öğretim sayfasında öğrencilerinizin bir web dergisi oluşturmaya yardımcı olacak daha fazla fikir ve aktivite bulabilirsiniz!

# ReNews

Bringing fresh eyes  
to media literacy

Project ReNews, Medya, Bilgi ve Okuryazarlık (MIL) becerilerini geliştirmeyi amaçlayan Avrupa Birliği Erasmus + Programı tarafından finanse edilen bir eğitim projesidir. ReNews, yeni nesil vatandaşları doğrudan dahil eden yenilikçi programlar aracılığıyla medya okuryazarlığını teşvik eder. Öğrencilere (14-18 yaş) sosyal ağlardaki dezenformasyonu ve nefret söylemini daha iyi tespit etmeleri ve kınamaları için gerekli tüm araçları sağlayarak, Avrupalı öğrencilerin eleştirel zihinlerini oluşturmalarını sağlamayı amaçlıyoruz.

ReNews projesi, radikalleşmenin ve medya okuryazarlığının önlenmesi konusunda uzmanlaşmış bir STK olan **Groupe SOS Solidarités (Fransa)**; Kendini insan haklarını korumaya ve dünya çapında yükselen kutuplaşma, aşırılıkçılık ve dezenformasyon dalgasını tersine çevirmeye adanmış bağımsız, kar amacı gütmeyen bir kuruluş olan Stratejik Diyalog Enstitüsü (ISD); Gençler arasında yurttaşlık eğitimi alanında faaliyet gösteren bir vakıf olan **Civis Polonus (Polonya)**; Medya eğitiminde uzmanlaşmış bir sosyal girişim olan **Mouvement Up (Fransa)** ve Türkiye'nin ilk Teknoloji lisesi olan **TINK (Türkiye)** arasında bir ortaklıktır.

Avrupa Komisyonu'nun bu yayının üretimine verdiği destek, yalnızca yazarların görüşlerini yansıtan içeriklerin onaylandığı anlamına gelmez ve burada yer alan bilgilerin herhangi bir şekilde kullanılmasından Komisyon sorumlu tutulamaz.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



ISD | Powering solutions  
to extremism  
and polarisation



MOUVEMENTUP



**ÇALIŞMA  
KÂĞIDI  
TÜRKİYE**

## **TÜRKİYE BAĞLAMINDA MEDYA OKURYAZARLIĞI V 2.0**

### **ELE ALINAN ANA TEMALAR**

## **TEKRARLAYAN PEDAGOJİK ÖNERİLER**

Medya okuryazarlığı, çeşitli biçimlerde mesajlara erişme, bunları analiz etme, değerlendirme ve iletme becerisidir. Medya okuryazarlığı, dünyada son otuz yılda büyük ilgi gördü. Son dönemde Türkiye’de RTÜK (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu) ile MEB (Milli Eğitim Bakanlığı) işbirliği ile medya okuryazarlığı eğitimi konusunda önemli çalışmalar gerçekleştirildi. İlköğretim 6., 7. ve 8. sınıflarda seçmeli medya okuryazarlığı dersi verilmeye başlandı.

Türkiye’de Medya Okuryazarlığı’nda sıklıkla vurgulanan noktalardan biri de çocuğun istismardan ve nefret söyleminden korunmasıdır. Ancak, çocuğun menfaatlerine göre oluşturulmuş kapasitesini kullanabilme becerisine sahip olmadığı sürece çocuk ezberden kurtulamayacaktır.

- Çevreye duyarlı, soruna duyarlı ve içerik filtrelili bir kişi olmak için medyayı farklı bakış açılarından okumak.
- Televizyon, video, sinema, reklam, yazılı ve online medyadaki mesajları çözümlenme, değerlendirme ve aktarma becerisinin nasıl elde edileceği.
- Yazılı, görsel ve işitsel medyaya eleştirel bir bakış açısı nasıl elde edilir.
- Nasıl bilinçli bir medya okuryazarı olunur.
- Sosyal hayata daha aktif ve yapıcı katılmak
- Kamu ve özel yayıncılığın daha olumlu pozisyonlara taşınmasında duyarlılık yaratılmasına nasıl yardımcı olunur.

1. Kişiler 4’lü gruplara ayrılır. Her gruba bir hikaye hakkında bazı anahtar kelimeler verilir. İlgili gruplar miro uygulaması üzerinden bu kelimelerle bir haber akışı oluşturur. Her gruptan bir sözcüğün oluşturulan haberi sunması istenir. Diğer gruplar da oluşturulan haberlerin medya okuryazarlığı ilkelerine uygunluğunu değerlendirir.
2. Katılımcılara bir konu verilir. Örneğin covid 19 ile ilgili bir aşı haberi. Bu habere uygun olarak canva üzerinde bir poster veya haber görselleri tasarlanması isteniyor. Ardından tasarlanan görsellerin medya okuryazarlığına uygunluğu tartışılır.