



Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi Sayı: 9/1 2020 s. 316-335, TÜRKİYE

Araştırma Makalesi

PROPAGANDA ÖZELİNDE GÖRSEL OLANI ELEŞTİREL OKUMAK*

Musa ÇİFCİ**

Kadir KAPLAN***

Geliş Tarihi: Temmuz, 2019

Kabul Tarihi: Ocak, 2020

Öz

Teknolojik gelişmelerle birlikte bireylerin temel dil becerilerine sahip olması tek başına bir anlam ifade etmemektedir. Bireyler; temel dil becerilerini eleştirel boyuta taşıyarak doğru ve güvenilir bilgiye ulaşabilmek için gerçekte iddia arasındaki farkı görebilmelidir. Araştırmada, görsel materyalleri eleştirel bir yaklaşımla değerlendirmede dikkate alınacak kriterleri belirlemek amacıyla doküman incelemesi yapılmıştır. Bu doğrultuda görsel materyalleri eleştirel bir yaklaşımla değerlendirmede dikkate alınacak kriterleri ortaya koymaya yönelik örneklem dahilindeki görseller incelenirken görsel materyallerde “Yazılı mesaj üzerinden propaganda teknikleri kullanılmakta mı?”, “Tasarım aracılığıyla propaganda teknikleri kullanılmakta mı?”, “Renk seçimi üzerinden propaganda teknikleri kullanılmakta mı?”, “Kullanılan propaganda tekniklerinden korunma yolları neler?” sorularına cevap aranmıştır.

Anahtar Sözcükler: Görsel okuma, eleştirel görsel okuma, propaganda.

CRITICALLY READING WHAT IS VISUAL IN PROPAGANDA

Abstract

The fact that individuals have basic language skills together with technological developments alone does not make any sense. Individuals should be able to see the difference between truth and claim in order to reach accurate and reliable information by taking basic language skills to critical level. A document review was conducted in order to determine the criteria to be taken into consideration in evaluating visual materials with a critical approach. In this respect, when examining the visual materials in the sample in order to determine the criteria to be taken into consideration in evaluating the visual materials with a critical approach, “are propaganda techniques being used over the written message?”, “Are propaganda techniques being used through design?”, “Are propaganda techniques being used over color selection?”, “What are the ways of protection from the propaganda techniques used?” answers to his questions have been sought.

Keywords: Visual reading, critical visual reading, propaganda.

* Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türkçe Eğitimi Doktora Programı dahilinde yürütülmekte olan Ortaokul Türkçe Derslerinde Karikatür Okuryazarlığı Becerisinin Geliştirilmesi: Bir Eylem Araştırması isimli doktora tezinden üretilmiştir.

** Prof. Dr.; Uşak Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, musa.cifci@usak.edu.tr.

*** Doktora Öğrencisi; Uşak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, kadkaplan@gmail.com.

Giriş

Gelişen dünya, beraberinde pek çok değişimi de getirmektedir. Çağdaş dünyanın gerektirdikleri geçmişe göre farklılık göstermektedir; artık bireylerden salt bilgi sahibi olmaları ya da bilgi alıp vermeleri istenmemektedir. Etkili ve hızlı teknolojik araçlar sayesinde bilgiye erişim kolaylaşırken bu kolaylık doğru, güvenilir bilginin önemini artırmaktadır. Doğru, güvenilir bilgi için eleştirel düşünme becerisine sahip olmak ve temel dil becerilerini eleştirel boyutta kullanabilmek gerekmektedir.

Seferoğlu (2006), görsel-öğrenme ilişkisini ortaya koyarken görsellerin dikkat çekip ilgi artırarak öğrenmeye karşı istekli hâle getirdiğini, kavramların somutlaştırılmasını sağlayarak öğrenmeyi kolaylaştırdığını belirtir. Feinstein ve Hagerty (1994) ise görsellerin öğrenme sürecinde bütünsel düşünmeyi geliştirdiğini, öğrenmeyi somutlaştırdığını, farklı bakış açıları kazandırdığını, kendi kararlarını alabilen, görsel çevreyi okuyabilen ve anlayabilen bireylerin ortaya çıkmasını sağladığını belirtir.

Bireylerin öğrenme stilleri birbirinden farklılık gösterebilmektedir. Araştırmalar; öğrenilenlerin yüzde 83'ünün görme, yüzde 11'inin işitme, yüzde 3,5'inin koklama, yüzde 5'inin dokunma ve yüzde 1'inin ise tatma duyuları aracılığıyla gerçekleştiğini göstermektedir. (Köksal, Temur ve Akçam, 2006). TÜİK (2016), verilerinde 15-24 yaş grubu gençlerin son bir aydaki faaliyetlerine bakıldığında %93,9'unun TV izlediği, %56,4'ünün sosyal medyada vakit harcadığı görülmektedir. Haziran 2008'deki istatistiksel veriler incelendiğinde You-Tube video paylaşım sitesinde 3 yıl içerisinde 3 milyondan fazla video paylaşıldığı görülmektedir (Felten, 2008). 21. yüzyılın gelişen teknolojisi sebebiyle yeni nesil eskiye oranla görsel uyaranlarla daha iç içedir (Oblinger & Oblinger, 2005). Hayatın neredeyse her aşamasında bir şekilde karşımıza çıkan görseller, eğitim öğretim yaşantısında da oldukça önemli bir yere sahiptir (Fer, 2009; Perkmen, Gür, Şahin, Durak ve Gökmen, 2009; Köksal, Temur & Akçam, 2006).

Değişen dünya; okuma ve okuryazarlık kavramlarını da etkilemiş, bu kavramlarda birtakım değişikliklere neden olmuştur. Okuryazarlığın salt temel okuma ve yazma becerisinden ibaret olmadığı anlaşılmış; eleştirel okuma, medya okuryazarlığı, ekran okuma, görsel okuryazarlık vb. kavramlar ortaya çıkmıştır. Gee (2003), bu yeni okuryazarlığı kelime ve metinle yetinmeyerek daha fazlasını düşünmek; imaj, görsel, tablo vb. kullanmak olarak ifade etmektedir.

Kavramı ilk kez kullanan Debes (1968), görsel okumayı görme ve görme dışındaki algılama tecrübelerinin bir araya gelmesiyle geliştirilen yetenek olarak tanımlarken görsellerin hem anlama hem de anlatma boyutuna değinen (J.Ausburn & B.Ausburn, 1978), görsel okumayı iletişim konusunda fertlerin birbirlerini görseller aracılığıyla anlamasını sağlayan beceriler olarak tanımlar. Velders (2000); görsel okumanın işaret, sembol, grafik, renk ve resim kavramlarını dikkate alması gerektiğini belirtir. Akyol (2006), görsel okuryazarlığın bir unsuru olan görsel sunuyu görsel araçlardan hareketle anlam kurma ve anlamı paylaşma şeklinde tanımlamaktadır.

Günümüzde değişen yaşam koşulları, kitle iletişim araçlarının kullanım alanının yaygınlaşması sonucu görsel okuryazarlık ve görsel sunu becerisi önem kazanmaya başlamıştır. Reklamlar, afişler, broşürler, grafik ve tablolar görsel okumada yerini almış; böylece görsel okuryazarlık, dünyada kazanılması gereken temel yeterliklerden biri (Maden ve Altunbay, 2016), eğitimin temel bileşeni hâline gelmeye başlamıştır (Lowe, 2000).

Batur (2010), görsellerin dilsel göstergeleri kolay öğretmede ve soyut kavramları somutlaştırmada önemli bir araç olduğunu belirterek görüntüsel göstergelerin daha farklı bir bakışla irdelenmesi ve tasarlanması gerektiğini ifade eder. Tüzer & Hüküm de (2019), farklı bakış açısı vurgusunu edebiyat ve sosyoloji üzerinden yapar. Günümüz dünyasında piyasa, reklam, tüketici, üretici gibi kültürel ve bireysel farklılıkların oluşturduğu bir ilişki olduğunu, bu ilişkinin edebiyat ve sosyoloji birlikteliği ile açığa çıkarılıp anlamlandırılabilirliğini belirtir. Bu bakış açısındaki farklılık, görsel okuryazarlığa eleştirel bir yaklaşımı zorunlu kılmıştır. Eleştirel olmayan bir mantık, bilinçsiz bir yaklaşımla hareket ederek doğruyu kendi inancına, menfaat ve ilgisine göre belirler. Eleştirel bir mantık ise, doğruya bilinçli olarak yaklaşır. Ona inanıyorum ama o doğru olmayabilir, önyargılarım nedeniyle hatalı da olabilirim diye doğruyu sorgular. Menfaatlerimizin gerçekte hiçbir ilgisi olmadığını bilir (Paul ve Elder, 2010).

Değişen okuryazarlık kavramının bir yansıması olan eleştirel görsel okuryazarlık, görsel unsurların eleştirel bir yaklaşımla incelenerek değerlendirilmesidir. Eleştirel yaklaşımın özündeki sorgulamanın görsel boyuta taşınmasıdır. Eleştirel okuryazarlık, görsel metinlerin sorgulanmaya teşvik edilmesidir. Eleştirel okuryazarlık; tahmin etmeyi, karşı okumayı, zor sorular sormayı, metnin altında yatan gerçeği, arka plandakini görmeyi, metnin kimin adına bizim ve diğerlerinin üzerinde güç kurup kullandıklarını görmeyi içerir (Luke, 2004). Eleştirel görsel okuryazarlık kavramı; görsel unsurları sosyal, ekonomik, politik bağlamda irdelemeyi gerektirir. Hem metin hem de görsel ortak bir yaklaşımda ele alınmaktadır (Kellner, 2004).

Söylemez (2015), tarafından geliştirilen eleştirel görsel okuma ölçeğinde eleştirel görsel okuma; eleştirel düşünme eğilimi, farkına varma, yeterlilik, açıklama, yorumlama, düzenleme, akıl yürütme, çıkarım yapma, yaratıcı düşünme, değerlendirme, uygulama ve iletişim kurabilmek başlıkları altında değerlendirilmiştir. Söz konusu ölçekte; eleştirel görsel okuyazardan okuyacağı görsel metnin konusuyla ilgili yeterli bilgi sahibi olması, bilgileri kaynaktan doğrulayabilmesi, alana özgü şekil, grafik ve tabloları okuyabilmesi, görsel metnin ana düşüncesini açıklayabilmesi, okuduğu görsel metinde gerçek ve kurguyu tespit edebilmesi, görsel metinde açık ya da gizli verilen reklam, propaganda vb. unsurları belirleyebilmesi, görsel metindeki bilgileri ve görselleri sınıflandırabilmesi, görsel metin yazarının önyargılarından ve inançlarından kaynaklanan unsurları tespit edebilmesi, görsel okuma becerilerinin hangi düzeyde olduğunu bilerek okuduğu görsel metinden bunları geliştirmek için yararlanması, görsel metnin yazarının amacını sorgulaması, seçilen görselin, seçilme sebebini tahmin etmeye çalışması, görsel metindeki tutarsızlıkların sebebini tespit etmesi, görsel metindeki mantık hatalarının nasıl bir sonuç ortaya çıkardığı belirlemesi, görsel metnin yazarının kullandığı üslup, anlatım biçimini; görsel, renk, desen, şekil, fon seçimini izlemesi beklenmektedir (Söylemez, 2015).

Gazete, kitap, dergi, televizyon, afiş vb. çeşitli araçlarla, düşüncelerimiz, davranışlarımız, tutumlarımız, değerlerimiz, isteklerimiz şekillendirilebilmektedir. Bireyler doğru ve güvenilir bilgiye ulaşabilmek için gerçek ve iddia arasındaki farkı görebilmeli, bilginin kaynağına ulaşarak metnin ve düşüncenin büyümesine kapılmadan bilgiyi ve bu kaynağın güvenilirliğini sorgulayabilmeli, elde ettiği bilgiden yeni çıkarımlara varabilmeli, bilgi içindeki tutarsızlıkları sezebilmeli, metinleri sorgulamaksızın almak yerine metinlere eleştirel olarak yaklaşabilmeli, sözlü ve yazılı dili etkili kullanabilmelidir.

Eleştirel okuma becerisine sahip bireyler, yazarın ve metnin kabullerine doğrudan itaat eden egemen veya ideolojik okuma yerine; okuduğunu zihin süzgecinden geçirerek kendine

göre değerlendirip tartışan, okuduklarına karşı duruş sergileyen eleştirel, karşıt, müzakereci okuma yapmaktadır. Eleştirel okumanın temel yeterliklerinden yoksun okuyucular ise ne kadar okursa okusun enformatik cehaletten kurtulamamaktadır (Çifci, 2006; Çifci, 2013). Görsel okuma becerisi de eleştirel bir yaklaşımla yeniden yapılandırılması gereken becerilerdendir. İkna ve propagandanın etkisi altındaki görsel materyallerden kurtulmak için propaganda ve ikna teknikleri tanınmalı, tekniklerle karşılaşıldığında takınılacak tutum ve davranışlar hakkında bilgi sahibi olunmalıdır.

Türkiye'deki alanyazında görsel okuryazarlıkla ilgili yapılan çalışmalara baktığımızda yirmiden fazla yüksek lisans tezi, az sayıda doktora tezi, on kadar makale olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmaların büyük çoğunluğu görsel algı (54,34) konusundadır. Bu konuyu görsel okuma, (%15,21), görsel okuryazarlık (%13,04) ve görsel sunu (%8,64) takip etmektedir (Tanrıverdi ve Apak, 2013). Eleştirel okuryazarlıkla ilgili çalışmalar incelendiğinde Türkçe eğitimi özelinde (Potur, 2014) çalışmalar yürütüldüğü gibi medya okuryazarlığı (Karaboğa, 2017), internet okuryazarlığına (Dal & Aktay, 2015) yönelik çalışmalar da bulunmaktadır. Eleştirel okuryazarlık ve görsel okuryazarlıkla ilgili münferit çalışmalara rağmen propaganda bağlamında görsel okuryazarlığın eleştirel boyutuyla ilgili çalışmaların yetersiz olduğu görülmektedir.

Propaganda Teknikleri

Çeşitli tekniklerle toplulukları belirli bir yönde etkileyerek onlara arzulanan düşüncüyü, değeri, ideolojiyi benimsetmeyi hedefleyen uygulamaların bütünü propaganda kavramının alanına girmektedir.

1939'da Propaganda Analiz Enstitüsü (Institute for Propaganda Analysis) tarafından yayınlanan "The Fine art of Propaganda" (Lee ve Lee, 1939) isimli kitapta propaganda teknikleri ortaya konmuş, bu teknikler konusunda eğitilen öğrencilerin propagandayı fark ederek reddedebileceği ifade edilmiştir (Bektaş, 1996). En sık kullanılan, uluslararası kabul görmüş ve temel teşkil eden teknikleri şunlardır:

Kelime Oyunları

a. Olumsuz Niteleme (Name Calling): Karalama tekniği, ad takma olarak da bilinen bu tekniğin özünde etiketleme vardır. Bu teknikte toplum ve kamuoyu tarafından sevilmeyen bir kavramın kullanımı söz konusudur. Çifci (2006), bu tekniğin oluşturduğu etkiyi ortadan kaldırmak için yakıştırılan sıfatın doğruluğunun sorgulanması gerektiğini belirtir. Bu sorgulamada yakıştırılan sıfatın anlamı ve yakıştırılan adla adın gerçek anlamı arasındaki ilişki ele alınır. Yakıştırılan sıfat dikkate alınmadığında sunulan düşüncenin durumu değerlendirilir.

b. Parlak Sözler (Glittering Generalities): Toplum tarafından iyi olarak değerlendirilen inanç dünyasına, insanî değerlere hitap eden kavramların arkasına gizlenerek amacına ulaşmaya çalışan tekniktir. Bu değerlerin oluşturduğu büyüdü dünya, bireyleri akılcı yaklaşımdan uzaklaştırmaktadır. Tekniğin etkisinden sıyrılmak için duygularımıza seslenen unsurlarla karşılaşıldığında verilmek istenen ileti, mantık süzgecinden geçirilerek sorgulanmalıdır. Sorgulama sayesinde oluşturulmaya çalışılan ile gerçek arasındaki fark somutlaştırılabilecektir.

c. Üslubu Güzelleştirme (Euphemism): Bireylerin, toplumun zihninde olumsuz etki bırakma ihtimali olan kelimeler yerine daha olumlu etki bırakacak kelimelerin tercih

edilmesidir. Teknik; edebiyatta da korkutucu, anlamca çirkin veya söylenmesi toplum nezdinde uygun olmayan kelimeleri daha hoş a gidici olarak ifade etmek maksadıyla kullanılabilir. Tekniğin etkisinden kurtulmak için tercih edilen kelimenin yerine kullanılacak diğer kelimeler düşünülerek kelime tercihinin sebebi sorgulanmalıdır.

Yanlış Bağlantı Kurma

a. Transfer: Saygı duyulan, değer gören sembolleri; kişi, kurum, düşünce ile ilişkilendirme bu tekniğin temel noktasıdır. Düşünceyi bireylere kabullendirmek için kabul görmüş kişi ve kurumlar aracı kılınır. Böylece bireylerin inanma eğilimi artırılmaya çalışılır.

Saygı duyulan sembole düşünce arasındaki ilişkilendirmeyi doğru anlamak için öne sürülen düşünce mantık süzgecinden geçirilmelidir. Düşünce ile öne çıkarılan sembol, kişi, kurum arasındaki ilişki değerlendirilmelidir. Sunulan teklif ve meselelere mantıklı yaklaşmak, propaganda tekniklerinin tamamı için etkili bir yöntemdir (Yeşiltaş, 2017).

b. Referansı Hileli Kullanma: Doğrudan ilgisi olmamasına rağmen toplum ve kamuoyu tarafından değer gören bir kaynakla bilgi, düşünce veya ürün arasında ilişki kurmadır. Tekniğin etkisinden referansın güvenilirliği sorgulanarak kurtulmak mümkündür. Bu sebeple referansın desteği ortadan kalktığında ya da dikkate alınmadığında sunulanın gerçek değeri (inandırıcılığı, doğruluğu) test edilmelidir (Çifci, 2006).

Kötü Çıkarımlar

a. Bilgiyi Yanlış Kullanma: Mevcut durumu doğru yorumlayamamak ya da kasten yanlış sonuca yönlendirilmektir. Özellikle eleştirel düşünme becerisinden yoksun bireyler, bu teknikten etkilenebilir. Temel eğitim döneminde alınacak nitelikli bir ana dili eğitimi sayesinde eleştirel düşünme becerisini kazanacak bireyler, bu tekniğin etkisinden kurtulabilecektir.

b. Kesinliği Olmayan Tahminler veya Hileli Tahminler: Bu propaganda tekniğinde gerçeği gizlemek için netliği tartışmalı ya da tahrip edilmiş, üzerinde oynanmış veriler kullanılır. Bu veriler kullanılarak kitle endişeye sevk edilir. Kitlenin, oluşturulmaya çalışılan endişeden sıyrılabilmesi için abartılı rakamların etkisini bir kenara bırakarak değerlendirme yapması gerekmektedir. Çifci (2006) ise tekniğin etkisinden kurtulabilmenin yolunu doğru kurulacak neden sonuç ilişkisinde görmektedir. Doğru kurulan neden sonuç ilişkisi sayesinde olay ya da durumla ilgili farklı verilere ulaşılarak tekniğin bireyler üzerindeki etkisi azaltılabilecek veya tamamen ortadan kaldırılabilir.

Özel İlgi Çekicileri Kullanma

a. Halk Gibi Davranma (Plain Folks): Bireyler; kendisinden olanın, kendisi gibi düşünenin görüşlerini daha kolay benimser. Bu kolay kabullenme sebebiyle propagandacı olduğundan farklı davranır. Olduğundan farklı davranışlar içinde olanlara karşı şüpheli yaklaşılması, ileti kaynağının amaç ve güvenilirlik bakımından sorgulanması gerektiği temel eğitimin ilk yıllarından itibaren bireylere kazandırılmalıdır (Yeşiltaş, 2017). Böylece birey, kendisine her benzeyene güvenmemesi gerektiğini; ihtiyaç olması durumunda kendisi gibi düşünenin dahi sorgulanabileceğini kavrayacaktır.

b. Son Tren (Band Wagon): Propagandacı, bir şeyin toplumun büyük çoğunluğu tarafından yapıldığı düşüncesini oluşturmaya çalışır. Bu algı ile bireylerin yalnız kalma korkusundan yararlanır. Tekniğin adından da anlaşılacağı üzere herkes yapıyor, bir sen kaldın

algısı oluşturulmaya çalışılır. Bireyler, tekniğin etkisini ortadan kaldırmak istiyorsa kendisine sunulan fırsatları kullanmadığında ne gibi olumsuzlukların ortaya çıkacağını düşünmelidir.

c. Korku: Propagandacı bu teknikte hedef kitleyi etkilemek, hedef kitleye düşüncesini kabul ettirmek için korku, endişe ve tehdit gibi unsurlardan faydalanır. Bu tekniğe karşı korkunun sebebi ve gerçekçiliği sorgulanmalıdır. Söyleme değil, eyleme ve gerçeğe bakılmalıdır. Eylem ve gerçek dikkate alındığında korkunun etkisi tekrar değerlendirilmelidir.

Araştırmanın Amacı

Gazete, kitap, dergi, televizyon, afiş vb. çeşitli araçlarla, birtakım yöntem ve strateji kullanarak düşüncelerimiz, davranışlarımız, tutumlarımız, değerlerimiz, isteklerimiz şekillendirilebilmektedir. Bu durum kullanılan araç ne olursa olsun propaganda tekniklerinden ve tekniklerin korunma yollarından haberdar olmayı gerektirmektedir. Araştırmanın amacı görsel materyalleri eleştirel bir yaklaşımla değerlendirmede propaganda teknikleri bakımından dikkate alınacak kriterleri belirleyerek uygulayıcılar için etkili bir kullanım önerisi geliştirmektir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki problemlere cevap aranmıştır:

1. Görsel materyallerde yazılı mesaj üzerinden propaganda teknikleri kullanılmakta mıdır?
2. Görsel materyallerde yazılı mesaj üzerinden kullanılan propaganda tekniklerinden korunma yolları nelerdir?
3. Görsel materyallerde tasarım aracılığıyla propaganda teknikleri kullanılmakta mıdır?
4. Görsel materyallerde tasarım aracılığıyla kullanılan propaganda tekniklerinden korunma yolları nelerdir?
5. Görsel materyallerde renk seçimi üzerinden propaganda teknikleri kullanılmakta mıdır?
6. Görsel materyallerde renk seçimi üzerinden kullanılan propaganda tekniklerinden korunma yolları nelerdir?

Yöntem

Araştırmada, belirli bir etkinliğin niteliğini ortaya koyabilmek için nitel model kullanılmıştır. Görsel materyalleri eleştirel bir yaklaşımla değerlendirmede propaganda teknikleri bakımından dikkate alınacak kriterleri belirleyerek uygulayıcılar için etkili bir kullanım önerisi geliştirmek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada doküman incelemesi yapılmıştır. Doküman incelemesinde araştırılması hedeflenen olgu ya da olaylarla ilgili bilginin bulunduğu gözlem, mülakat, doküman, sesli ve görsel materyaller analiz edilir (Yıldırım ve Şimşek, 2006; Creswell, 2017). Bu kapsamda uygulayıcılar için etkili bir kullanım önerisi geliştirmeye yönelik örneklem dâhilindeki görseller incelenmiştir.

Çalışma Materyali

Araştırmada görsel materyalleri eleştirel bir yaklaşımla değerlendirmede propaganda teknikleri bakımından dikkate alınacak kriterleri belirleyerek uygulayıcılar için etkili bir kullanım önerisi geliştirmek amacıyla üç adet içecek reklamı afişi, iki adet kitap görseli, iki adet seçim afişi, bir adet arama motoruna ait reklam afişi, bir adet döner markasına ait reklam afişi, bir adet gofret markasının afişi, bir adet ilaç firmasına ait afiş, bir adet kozmetik ürün afişi, bir

adet margarin markasına ait afiş, bir adet savaş yıllarına ait afiş, bir adet spor malzemesi satan firmaya ait logo, bir adet propaganda amaçlı afiş olmak üzere on altı farklı görsel incelenmiştir. İncelenen görsel materyallerin seçiminde amaçsal örnekleme kullanılmıştır. Amaçsal örneklemede araştırmacı, araştırmanın amacı doğrultusunda bilgi bakımından zengin durumları seçerek inceleme yapar (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2017). Söz konusu örneklemin tercihinde belli özelliklere sahip olması, belli ölçütleri karşılaması yatmaktadır. Çalışma materyali olarak seçilen görsel materyallerin tespitinde materyalde propaganda amaçlı yazı, sembol, simge veya renk kullanım durumu belirleyici olmuştur. Bu noktada propaganda tekniklerinin kullanıldığı görsel materyaller, örnekleme dâhil edilmiştir.

Verilerin Toplanması

Çalışmanın veri toplama sürecinde materyal türü olarak herhangi bir ayrıma gidilmemiş; reklamcılık sektörüne, savaş ve seçim dönemlerine ait görseller incelenmiştir. İncelenen görsel materyallerde, Yıldırım ve Şimşek'in (2006) "Var veya Yok" tekniği kullanılarak propaganda tekniklerinin varlığı sorgulanmıştır. Bu teknik doğrultusunda propaganda tekniklerinin varlığına yönelik unsur bulunduğu kod olarak "1" bulunmadığında ise kod olarak "0" yazılmıştır. Kodlama sonrası "1" kodu alan veriler ile "0" kodu verilen veriler ayrı ayrı tasnif edilmiştir. Tasnifleme sonucunda propaganda tekniklerinin varlığına rastlanan görseller içerik analizine uygun hâle getirilmiştir.

Verilerin Analizi

Veri analizi aşamasında 1939'da Propaganda Analiz Enstitüsü (Institute for Propaganda Analysis) tarafından yayınlanan "The Fine art of Propaganda" isimli kitapta ortaya konmuş propaganda teknikleri (Lee ve Lee, 1939) dikkate alınmıştır. Propagandanın kullanıldığı tespit edilen görsellerde tespit edilen teknikler ve bunlardan korunma yolları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu noktada içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizinde araştırmacı, metin veya metinden oluşan grubun içinden belirli bir kelime ya da kavramın varlığını tespit etmeye çalışır. Tespitler üzerinden kelime ya da kavramlar arası ilişkiler analiz edilir, kelime ya da kavramlardan çıkarımda bulunulur (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz & Demirel, 2017).

Araştırmanın güvenilirliğini sağlamak için araştırmacı tarafından kodlanan veriler, iki alan uzmanına sunulurken verilerin araştırmacının kodlarıyla uygunluğu kontrol edilmiştir. Huberman & Miles'in (1994) "Görüş Birliği / (Görüş Birliği + Görüş Ayrılığı) x 100" formülü kullanılarak araştırmacı ve birinci alan uzmanı arasında ,87 oranında, araştırmacı ve ikinci alan uzmanı arasında ,81 oranında görüş birliğine varılmıştır. Elde edilen oranlar araştırma için güvenilir kabul edilmiştir. Araştırmacı ve alan uzmanlarının görüş ayrılığı yaşadığı kodlar yeniden tartışılarak propaganda tekniği kullanıp kullanılmadığı karara bağlanmıştır. İç geçerliğin sağlanması amacıyla elde edilen bulguların tutarlılığı, kavramsal çerçeve ile uyumu kontrol edilmiştir. Araştırmanın dış geçerliliğini (aktarılabirliğini) artırmak için araştırma süreci ayrıntılı bir şekilde betimlenmiştir. Araştırmanın dış güvenilirliğini (teyit edilebilirliğini) artırmak için araştırmanın ham verileri saklanmıştır.

Bulgu ve Yorumlar

20. yüzyıldaki gelişmelerle birlikte propaganda; reklam ve pazarlama, siyaset, sanat, savaş stratejileri gibi pek çok alanda kullanılmaya başlar (Kaplan, 2017). Propaganda

tekniklerinin kullanım alanındaki artış görsel unsurları da etkilemiştir. Afiş, kitap kapağı, resim, tablo, grafik vb. görsel unsurlarda da propaganda teknikleri kullanılmaya başlanmıştır. Propaganda teknikleri ve bunlardan korunma yollarını bilmek kadar görsel unsurlarda yer alabilecek propaganda tekniklerinin ve bunlardan korunma yollarının da bilinmesi gerekmektedir. Söylemez (2015), tarafından geliştirilen eleştirel görsel okuma ölçeğinde eleştirel görsel okuma için belirlenen ölçütlerden biri de görsel metinde açık ya da gizli verilen reklam, propaganda vb. unsurları belirleyebilmektir. Bu unsurların tespit edilebilmesi için izlenecek yolun bilinmesi, ikna ve propaganda unsurlarının etkisinden kurtulmayı kolaylaştıracaktır.

Birinci ve İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Eleştirel bir bakışla görsel materyalde propaganda unsurlarının varlığı değerlendirilirken ilk olarak kullanılan resim, fotoğraf, karikatür vb. üzerinde yazılı bir mesaj olup olmadığı kontrol edilir. Görsel materyal üzerinde yazılı mesaj varsa aşağıda belirtilen sorular yoluyla görsel materyal sorgulanmalı, propaganda unsurlarının varlığı kontrol edilmelidir.

a. Yazılı mesajın içeriğinde soru, talimat, yönlendirme var mı?

Hedef kitleyi etki altına almak amacıyla propagandacının kullandığı özlü, etkileyici söz ya da cümleler yazılı mesajı oluşturur. Bu mesajlar görsel materyalle ilişkilendirilerek hedef kitle yönlendirilebilir. Soru, talimat ya da yönlendirme yoluyla bir şeyin toplumun neredeyse tamamı tarafından yapıldığı, tercih edildiği düşüncesi oluşturulmaya çalışılır. “... çikolatalı gofret sevmeyen var mı?” ya da “Siz hâlâ annenizin margarinini mi kullanıyorsunuz?” sorusuna benzer sorularla toplumun neredeyse tamamının artık belirtilen tercihe yöneldiği algısı oluşturulmaya çalışılır.



Görsel 1: Gofret Reklam Afişi



Görsel 2: Margarin Reklam Afişi

Görsel materyalde yer alan bu tip soru, talimat, yönlendirmenin etkisinden sıyrılabilmek için bireyler, akıntının etkisinden sıyrıldığında ne olacağını düşünmelidir.

Yazılı mesaj üzerinde mevcut durum kasten değiştirilerek bireyler yanlış sonuca yönlendirilebilmektedir. Özellikle eleştirel düşünme becerisinden yoksun bireyler, görsel okuma sırasında bu teknikten etkilenebilmektedir. Bir döner markası afişlerinde “%100 Anne Onaylı” yazılı mesajını kullanılmakta ancak belirtilen yüzdenin nasıl ortaya çıktığına dair detay bulunmamaktadır. Tüm annelerin onay verdiği algısıyla ve saygı duyulan, değer gören sembollerle kişi, kurum, düşünceyle ilişkilendirilerek bireyler yönlendirilmeye çalışılmaktadır.



Görsel 3: Döner Reklam Afışı

Bu yönlendirmeden kurtulabilmek için eleştirel okuma, eleştirel düşünme, eleştirel görsel okuma becerisine sahip bireyler yetiştirilmeli, öğretim programları bu doğrultuda hazırlanmalıdır. Görseldeki yazılı mesaj ile saygınlığı bulunan kişi veya kurum arasında bağlantı olup olmadığı sorgulanmalıdır.

b. Yazılı mesajla aranızda olumlu anlamda duygusal bir bağ kuruldu mu ya da bu mesajın kullanımı sizi rahatsız etti mi?

Yazılı mesaj üzerinden uygulanabilecek propaganda tekniklerinden biri de bireylere kendisinden olanı vermektir. Bu sayede görsel materyal üzerinden bireylerin tercihleri etkilenmeye, değiştirilmeye çalışılmaktadır. Siyasi parti adaylarının seçimler sırasında sıkça başvurduğu bir tekniktir. Bir siyasi partinin seçim afişinde toplumun her kesimi tarafından tercih edilen bir parti oldukları gösterilmektedir.



Görsel 4: Seçim Afışı

Propaganda tekniklerinden olan halktan biri tekniğinin görsel materyaller üzerindeki etkisinden kurtulmak için yazılı mesaj ile görsel materyal birlikte değerlendirilmeli ve aralarındaki tutarlılık kontrol edilmelidir. Böylece tekniğin etkisinden kurtulmak mümkün olabilecektir.

Yazılı mesaj üzerinden hedef kitle korku ve endişe yoluyla da etki altına alınmaya çalışılabilir. Bu teknik İkinci Dünya Savaşı sırasında Amerika tarafından halkı savaş bonolarına yönlendirmek amacıyla sık sık kullanılmıştır.

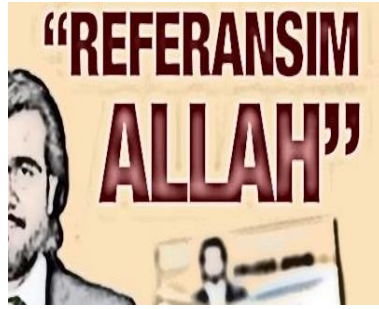


Görsel 5: Savaş Döneminde ABD'nin Kullandığı Afiş

Bu tekniğin etkisi korku ve tehdit unsurlarının varlığı ile yokluğu kıyaslandığında ortadan kalkacaktır. Korkunun etkisini ortadan kaldırarak görsel materyal değerlendirilmelidir.

c. Yazılı mesajdaki referans görsel materyalle ilgili mi?

Görsel materyallerde bir düşünce, bilgi doğrudan ilgili olmadığı halde kabul görmüş bir kaynağa bağlanarak bireyler üzerinde etki sağlanmaya çalışılabilir. Siyasilerin seçim kampanyaları sırasında başvurdukları bir yöntemdir. Bir milletvekili adayı E.A. seçim afişine “Referansım Allah’tır.” yazarak hedef kitleyi etkilemeye çalışmaktadır. Siyasi bir amaç uğruna kullanılan Allah referansı doğrudan görsel ve düşünce ile ilişkilendirilememektedir.



Görsel 6: Seçim Afişi

Mevcut durum ile referansın desteği devre dışı bırakıldığındaki durum birbiriyle kıyaslandığında tekniğin etkisi ortadan kalkabilir.

Üçüncü ve Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular

Görsel materyal eleştirel olarak değerlendirilirken yazılı mesaj ile birlikte görsel tasarımı da incelenmelidir. Görsel materyal; tasarım öğeleri dikkate alınarak incelenmeli, propaganda tekniklerinin kullanılıp kullanılmaması açısından değerlendirilmelidir. Bu amaçla aşağıda belirtilen sorulara cevap aranmalıdır:

a. Kullanılan resim, fotoğraf, karikatür vb. bireyde toplu hareket eylemi uyandırıyor mu?

Propagandacı, görsel unsurlar aracılığıyla bir şeyin toplumun büyük çoğunluğu tarafından yapıldığı düşüncesini görsel materyalle oluşturmaya çalışır. Bir ilaç firmasının afiş tasarımında masa başında evraklar arasında zor durumunda olan kafası olmayan bir şirket çalışanı vardır. Kafası olmayan şirket çalışanın üzerinde farklı ırk ve tiplerde insan kafası gösterilmektedir. Bu görsel materyal üzerinden söz konusu ilacı farklı ırklardan her tip insan kullanıyor mesajı verilmektedir.

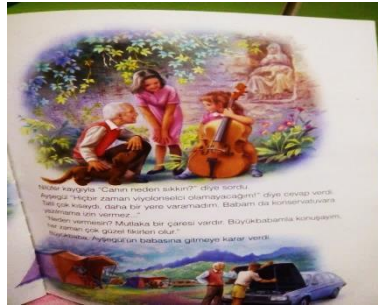


Görsel 11: İlaç Reklam Afışı

Toplu hareket eylemi uyandıran görsel materyale karşı bireyler, içine çekilmek istenilen durumu olumlu ve olumsuz yönleriyle değerlendirmeli, sunulan fırsatın kime kar sağlayacağını iyi düşünmelidir.

b. Metinde içerikle örtüşmeyen herhangi bir topluluğa, dine, oluşuma ait sembol, simge, resim, fotoğraf, karikatür var mı?

Eleştirel görsel okuyazarlar, metindeki içerikle doğrudan ilgisi olmayan, metin dışı görsel unsurları fark eder. Çocuklara yönelik hazırlanan bir hikâye serisinde metnin kurgusundan tamamen uzak Hz. Meryem ve Hz. İsa'nın resmedildiği görülmektedir. Metnin içeriğine baktığımızda hikâyenin kahramanı konservatuvara gitmek istemektedir. Bunun için babasını ikna etmesi gerekmektedir. Babasını ikna edebilmek için neler yapabileceklerini konuştukları sırada Hz. Meryem ve Hz. İsa'nın resmedildiği görsel materyal metnin kurgusundan tamamen uzak kalmaktadır.

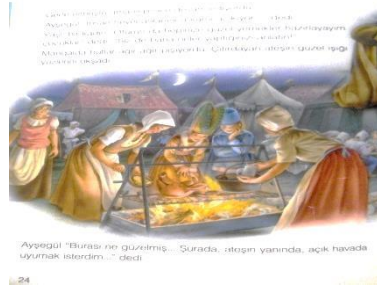


Görsel 12: Kitap Görseli

Bu ve benzeri durumlardan etkilenmemek için bireylere iyi bir ana dili eğitiminin yanında iyi bir eleştirel görsel okuma becerisi kazandırılmalıdır.

c. Kullanılan resim, fotoğraf, karikatür vb.de vurgulanan imge, söylem, kavramın metindeki ilişkisi doğru ve mantıklı mı?

Mantık ve doğru çizgisinden uzak bir görsel materyal metin ilişkisi bireyleri propaganda için hedef haline getirebilmektedir. Çocuklara yönelik hazırlanan bir hikâye serisinde bir grup kadın, ateşin üzerinde yemek hazırlamaktadır ancak pişen yemek domuz başıdır. Metinde ise bu durum lezzetli yemekler pişirmek olarak ifade edilmektedir. Bu durumda lezzetli yemek kavramı domuz ile ilişkilendirilmiştir.



Görsel 13: Kitap Görseli

Bireyler görsellere şüpheli yaklaşabilmeli, görselin yaşadığı topluma uyumunu sağlıklı bir şekilde değerlendirebilmelidir.

d. Kullanılan resim, fotoğraf, karikatür vb. de belirli bir grup, topluluk, cemiyet, millet, cinsiyet tarafından hoşça gidecek kolaylıkla benimsenecek geleneksel sembol, simge var mı?

Bireyler, kendisinden olanın, kendisi gibi düşünenin görüşlerini daha kolay benimser. Bu kolay kabullenme sebebiyle görsel unsurlarda bu teknik kullanılabilir.

Seçim afişlerinde sık sık kullanılan kamyoncu, emekli, ev hanımı kullanılması siyasi partilerin sizden biriyiz mesajını verme çabasının ürünü olarak değerlendirilebilir. Yine yurtdışında yaşayan Türklere hizmet veren mağaza ve marketlerin de afişlerinde Türk bayrağına yer vermeleri bu tekniğin etkisi olarak görülebilir.

Görsel materyale eleştirel bir gözle bakılarak olduğundan farklı olan durum sorgulandığında tekniğin etkisinden kurtulmak olasıdır.

e. Kullanılan resim, fotoğraf, karikatür vb. de saygın kişi ya da kurum var mı?

Saygı duyulan, değer gören sembolleri kişi ve kurumları, düşünce ile ilişkilendirme bu tekniğin temelidir. Görsel materyalde bir şeyi kabul ettirmek amacıyla saygı duyulan ve değer verilen başka bir şeyin otoritesinden faydalanılır. Aralarında hiçbir ilgi olmamasına rağmen bir spor malzemeleri markası görsel unsurlarında güçlü, hızlı ve çevik bir hayvan olan pumanın imajını kullanarak alıcıya, ürünü kullananların güçlü olduğu mesajı verilmektedir (Doğan, 2013).



Görsel 14: Spor Malzemesi Logosu

Kullanılan resim, fotoğraf, karikatür dikkate alınmadığında metindeki duygu, düşünce ya da olayın esası değişiklik gösterir mi, diye birey kendini sorgulamalıdır. Saygı duyulan sembolle düşünce ya da görsel arasındaki ilişkilendirme doğru anlaşılmalıdır. Çıfci'ye (2006)

göre önerilenler ile saygınlığı bulunanlar arasında mantıksal bir bağlantı olup olmadığı, saygın kavram devre dışı bırakıldığında önerilenlerin nasıl görüldüğü test edilmelidir.

f. Kullanılan resim/fotoğraf/karikatür vb. de korku uyandırma var mı?

Propagandacı hedef kitleyi etkilemek, hedef kitleye düşüncesini kabul ettirmek için görsel unsurlarda korku, endişe ve tehdide başvurabilir. Korku ve tehdit yoluyla bireyler ikna edilmeye çalışılır. Cilt bakım ürünleri reklamında, afişinde kullanılan kurumuş, tahriş olmuş bir cildin kullanılması ve çözüm yolu olarak ürünün gösterilmesi örnek olarak gösterilebilir (Doğan, 2013).



Görsel 15: Kozmetik Ürün Reklam Afişi

Bu tekniğe karşı görsel unsura “Başka türlü düşündüğümde korkularım azalır mı, bana yönlendirilen korku ve tehditte abartı var mı, bana önerildiği gibi hareket edersem gerçekten korkularım ve kaygılarım azalır mı?” soruları sorulabilir (Çifci, 2006: 74).

g. Metinde değer gören bir kavram ile görsel arasında ilişki kurulmuş mu?

Toplum tarafından iyi olarak değerlendirilen inanç dünyasına, insanî değerlere hitap eden kavramlar ile görsel unsurlar arasında ilişki bu teknikte ön plana çıkmaktadır. Gerçekte hiç ilgi olmamasına rağmen bir hazır kahve markasının gold yani altın kavramıyla ilişkilendirilmesi tekniğin görsel unsurlardaki kullanımına örnektir.



Görsel 16: İçecek Reklam Afişi

Görsel materyalle metin arasındaki ilişkinin durumu değerlendirilmeli. İlişki kurulamayan görsellere dikkat edilmeli, kavram dikkate alınmadığında görsel materyalin mesajı sorgulanmalıdır.

Beşinci ve Altıncı Alt Probleme İlişkin Bulgular

Görsel materyallerde renklerin kullanım amacı tasarım öğelerinin net olarak anlaşılmasını sağlamaktır. Bununla birlikte kullanılan renkler mesajın aktarılmasına da katkı sağlamaktadır. Günümüzde bireylerin hoşuna gidecek renklerin kullanımını etkilenmeyi de

beraberinde getirmektedir. Bu etkiyi ortadan kaldırmak amacıyla öncelikle “Kullanılan resim, fotoğraf, karikatür vb. de belirli bir rengin yoğun kullanımı var mı?” sorusu sorulmalıdır. Renkler kullanılarak simge, sembol ya da oluşum üzerinden yürütülen propagandadan etkilenmemek için şu sorular sorulmalıdır:

a. Kullanılan renk/renklerle aranızda olumlu anlamda duygusal bir bağ kuruldu mu ya da bu renk kullanımı sizi rahatsız etti mi?

Kullanılan renklerin kombinasyonu siyasi bir grubu, toplumsal bir sınıfı ya da terör örgütlerini çağrıştırabilir. Bu çağrışım ile metin içi ya da metin dışı bir kavram ilişkilendirilebilmektedir. Sözde Ermeni soy kırımını savunmak için hazırlanan afişlerin pek çoğunda kırmızı renge bolca yer verilmesi bu nedenle olabilir. Kırmızı renk üzerinden kana gönderme yapılarak soykırım hatırlatılmaktadır.

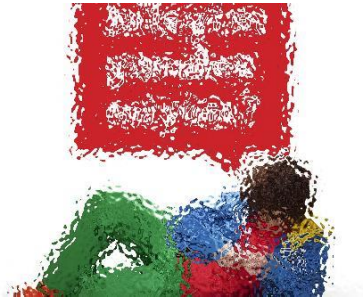


Görsel 7: Propaganda Afişi

Renkler üzerinden görsel materyalde oluşturulmaya çalışılan etkiden kurtulmak için bireyler; görsel materyalleri, yazılı mesajı ve renklerin ortaya çıkardığı kombinasyonu ayrı ayrı değerlendirmelidir.

b. Resim, fotoğraf, karikatür vb.de kullanılan renkler belirli bir simge, sembol oluşturuyor mu? Herhangi bir oluşumu temsil ediyor mu?

Renkler bir araya geldiğinde farklı bir oluşumu temsil edebilir. Bu durum bireylerin görsel okuma becerilerini olumsuz etkileyebilmektedir. “Ben ne bileyim Y... miyim?” sorusu ile karşımıza çıkan arama motoru Y...’in reklam afişinde bu soruyu bir genç sorar. Soruyu soran gencin üzerindeki kıyafetlerde kullanılan renkler sırasıyla mavi, kırmızı, sarı, mavi, yeşil ve kırmızıdır. Sırasıyla kullanılan bu renkler ise başka bir arama motorunu çağrıştıracak şekilde düzenlenmiştir. “Çağrıştırdıkları arama motoru hiçbir şey bilmez, kendi arama motorları ise her şeyi bilir.” mesajı renklerden verilmektedir.



Görsel 8: Arama Motoru Reklam Afişi

Bir içecek reklamı afişinde de kırmızı, beyaz ve mavi renkler bir arada kullanılarak zirveye çıkmaya, dalgalar karşısında tutunmaya çalışan biri görülmektedir. Dalgalı biçimde

oluşturulan bu görseller, bir içecek markasını hatırlatmaktadır. Zirveye çıkmak, dalgalarla baş edebilmek başka bir deyişle başarılı olmak içecek ile ilişkilendirilmiştir.



Görsel 9: İçecek Reklam Afışı



Görsel 10: İçecek Reklam Afışı

Tekniğin etkisini ortadan kaldırmak için yine aynı yöntemle ve renklerin ortaya çıkardığı birleşim ve materyal ayrı ayrı değerlendirmelidir.

Sonuç

Teknolojideki gelişmeler ve teknolojik gelişmelerin günlük yaşama olan etkisinin artması eğitim öğretim faaliyetlerini de etkilemiştir. Bilginin doğruluğu ve güvenilirliği önem kazanmıştır. Okuryazarlık kavramı, temel dil becerisi olan okuma ve yazmadan sıyrılmıştır. Bu durum temel becerilere eleştirel olarak yaklaşmayı zorunlu kılmıştır.

Bilgi, günümüz dünyasında yazılı biçimin dışında resim, grafik, şekil, sembol gibi görsel biçimiyle de yayılmaktadır. Görsel bilgi kültürü gelişmekte ve giderek yaygınlaşmaktadır (Güneş, 2013). Eğitim hayatı ve günlük yaşamı boyunca birçok metinle karşı karşıya gelen bireyler, metinlerin çeşitliliği, kaynağı, güvenilirliği, içeriği sebebiyle metinlerin görsel boyutuna da eleştirel olarak yaklaşabilmelidir. Propaganda ve ikna çağı olarak değerlendirilen günümüz çağında bireylerin temel dil becerilerine eleştirel boyutta yaklaşımları bir zorunluluk haline gelmiştir.

Araştırmamızdan elde edilen bu sonuç alanyazındaki pek çok çalışmayı destekler niteliktedir. Altun (2011), çalışmasında propaganda kavramı, çeşitleri ve propagandanın tarihçesi hakkında bilgi verdikten sonra sosyal bilgiler dersi medya okuryazarlığı eğitiminde propagandanın üzerinde durulması gereken konulardan biri olduğunu belirtir ve medya okuryazarlığında propagandadan korunma yollarını ortaya koyar.

Türkçe eğitimi üzerine yapılan bir çalışmada (Güleç & Okur, 2015) ise okumada propagandanın olumsuz ve yıkıcı etkileri olabileceği vurgulanmış; bireylerin körü körüne bağlanmaktan, propagandanın söz konusu yıkıcı etkisinden kurtulmasının eleştirel okuma ile mümkün olabileceği ifade edilmektedir.

Yeşiltaş (2017), kitle iletişim araçlarında propagandanın etkisini arttırmasıyla propagandanın 20. yüzyılda farklı alanlarda kendini gösterdiğini ve sosyal bilgiler dahil diğer alanlarda da propagandadan korunma yollarının öğretilmesi gerektiğini belirtir.

Eleştirel bir bakışla görsel materyalde propaganda unsurlarının varlığı değerlendirilirken ilk olarak görsel materyal üzerinde yazılı bir mesaj olup olmadığı kontrol edilir. Yazılı bir mesaj varsa “Yazılı mesajın içeriğinde soru, talimat, yönlendirme var mı?”, “Yazılı mesajla aranızda olumlu anlamda duygusal bir bağ kuruldu mu ya da bu mesajın

kullanımı sizi rahatsız etti mi?”, “Yazılı mesajdaki referans görsel materyalle ilgili mi?” soruları sorulmalıdır.

Görsel materyalin tasarım öğeleri de dikkatle incelenmeli, propaganda tekniklerinin kullanılıp kullanılmaması açısından değerlendirilmelidir. Bu amaçla “Kullanılan resim, fotoğraf, karikatür vb. bireyde toplu hareket eylemi uyandırıyor mu?”, “Metinde içerikle örtüşmeyen herhangi bir topluluğa, dine, oluşuma ait sembol, simge, resim, fotoğraf, karikatür var mı?”, “Kullanılan resim, fotoğraf, karikatür vb. de vurgulanan imge, söylem, kavramın metindeki ilişkisi doğru ve mantıklı mı?”, “Kullanılan resim, fotoğraf, karikatür vb. de belirli bir grup, topluluk, cemiyet, millet, cinsiyet tarafından hoşça gidecek kolaylıkla benimsenecek geleneksel sembol, simge var mı?”, “Kullanılan resim, fotoğraf, karikatür vb. de saygın kişi ya da kurum var mı?”, “Kullanılan resim/fotoğraf/karikatür vb.de korku uyandırma var mı?”, “Metinde değer gören bir kavram ile görsel arasında ilişki kurulmuş mu?” soruları sorulmalıdır.

Renkler kullanılarak simge, sembol ya da oluşum üzerinden yürütülen propagandanın etkilenmemek için şu sorular sorulmalıdır: “Kullanılan renk/renklerle aranızda olumlu anlamda duygusal bir bağ kuruldu mu ya da bu renk kullanımı sizi rahatsız etti mi?”, “Resim, fotoğraf, karikatür vb.de kullanılan renkler belirli bir simge, sembol oluşturuyor mu? Herhangi bir oluşumu temsil ediyor mu?”

Eleştirel görsel okuryazarlık için uygulanacak yöntem ve yaklaşımlarla bireyler temel dil becerilerini eleştirel değerlendirme becerisi kazanarak çağı yakalayabilecek ve çağa ayak uydurabilecektir. Bu sebeple hazırlanan öğretim programları, öğretmen yetiştirme politikaları tekrar gözden geçirilmeli, bu becerilere sahip bireyler yetiştirilmesi hedeflenmelidir.

Kaynaklar

- Akyol, H. (2006). *Yeni programa uygun Türkçe öğretim yöntemleri*. Ankara: Kök Yayıncılık.
- Altun, A. (2011). Sosyal bilgiler derslerinde bir medya okuryazarlığı eğitimi uygulaması: propaganda farkındalığı geliştirme. R. Turan, A. M. Sünbül, & H. Akdağ (Dü) içinde, *Sosyal Bilgiler Öğretiminde Yeni Yaklaşımlar-II* (s. 76-109). Ankara: Pegem Akademi.
- Batur, Z. (2010). Ana dili öğretiminde gösterge biliminin yeri: ana dili ders kitaplarındaki sözel metinlerle görsel metinleri bütünselliğinin analizi. *Turkish Studies*, 174-200.
- Bektaş, A. (1996). *Kamuoyu, iletişim ve demokrasi*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2017). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Creswell, J. W. (2017). *Araştırma Deseni nitel, nicel ve karma yöntem yaklaşımları* (3. b.). (S. B. Demir, Çev.) Ankara: Eğiten Kitap.
- Çifci, M. (2006). Eleştirel okuma. *Bellekten*, 1, 55-80.
- Çifci, M. (2013). *Açıklamalı okuma terimleri sözlüğü*. Uşak: Elik Yayınları.
- Dal, S. & Aktay, S. (2015). İnternet için eleştirel okuryazarlık ölçeği geliştirme çalışması. *Journal of Academic Studies*, 17(67), 185-199.
- Debes, J. L. (1968). Some Foundations for visual literacy. *Audiovisual Instruction*(13), 961-964.
- Doğan, E. (2013). Siyasal Seçimlerde kullanılan görsellerde anlamın yaratılması: 2011 genel seçimlerinde AKP ve CHP kampanyaları. *Doktora Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü RadyoTelevizyon Sinema Bilim Dalı.

- Feinstein, H. & Hagerty, R. (1994). In visual literacy in the digital age. *Selected Readings from the 25th Annual Conference of the International Visual Literacy Association* (s. 205-212). New York: Visual Literacy in General Education at the University of Cincinnati.
- Felten, P. (2008). Visual literacy. *Change: The Magazine of Higher Learning*, 60-64.
- Fer, S. (2009). *Öğretim tasarımı*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Gee, J. P. (2003). *What video games have to teach us about learning and literacy*. New York: Palgrave Macmillan.
- Güleç, İ. & Okur, A. (2015). Türkçe öğretmeni yeterliği. III. *Türkçe Eğitimi* (s. 69). Sakarya: Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yayınları.
- Güneş, F. (2013). Görsel okuma eğitimi. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 1-17.
- Huberman, A. M. & Miles, M. B. (1994). *Qualitative Data analysis*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- J. Ausburn, L. & B. Ausburn, F. (1978). Visual Literacy: background, theory and practice. *Innovations in Education & Training International*, 291-297.
- Kaplan, K. (2017). Kitapların kapak tasarımlarındaki mesajlarda kullanılan propaganda teknikleri. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 1574-1589.
- Karaboğa, M. T. (2017). Eleştirel bakış açısıyla medya okuryazarlığı eğitimi. 2. *Mediterranean International Congress on Social Sciences*, (s. 10-13). Ohrid.
- Kellner, D. (2004, Nisan 02). *Critical perspectives on television from the Frankfurt school to postmodernism*. Ucla: <https://gseis.ucla.edu/faculty/kellner> adresinden alınmıştır
- Köksal, K., Temur, T. & Akçam, H. K. (2006). *İlköğretim birinci sınıf öğrencilerinin görsel okuma becerileri üzerine bir araştırma*. Ankara: Gazi Üniversitesi Ulusal Sınıf Öğretmenliği Kongresi Bildiri Kitabı.
- Lee, A. M. & Lee, E. B. (1939). *The fine art of propaganda a study of father coughlin's speeches*. New York: Harcourt Brace and Company.
- Lowe, R. (2000). Visual Literacy in science and technology education. *International Science Technology and Environmental Education Newsletter*, 1-4.
- Luke, A. (2004). Critical literacy and second language learning. *At Last: The Trouble with English*, 85-95.
- Maden, S. & Altunbay, M. (2016). Türkçe eğitiminde görsel sunu ve görsel okuma aracı olarak grafik ve tabloların kullanımı. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 1971-1983.
- Oblinger, D., & Oblinger, J. (2005). *Educating the net generation*. Boulder: Educause.
- Paul, R. & Elder, L. (2010). *Medyadaki Önyargı ve propaganda nasıl saptanır?* (M. B. Fidan, Çev.) Kasım 29, 2017 tarihinde The Critical Thinking Community: <http://www.criticalthinking.org/data/pages/37/f7d23c6113d8cc655921167c315d028c553553c897f15.pdf> adresinden alındı
- Perkmen, S., Gür, H., Şahin, G., Durak, G. & Gökmen, B. (2009). *Multimedya ve görsel tasarım*. İstanbul: Profil Yayıncılık.
- Potur, Ö. (2014). Türkçe derslerinde eleştirel okuryazarlık. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 2(4), 32-49.

- Seferoğlu, S. S. (2006). *Öğretim TEKNOLOJİLERİ VE MATERYAL TASARIMI*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Söylemez, Y. (2015, Ekim). Ortaokul öğrencilerine yönelik eleştirel temel dil becerileri ölçeklerinin geliştirilmesini. *Doktora Tezi*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Türkçe Eğitimi Ana Bilim Dalı Türkçe Eğitimi Bilim Dalı.
- Tanrıverdi, B. & Apak, Ö. (2013). Görsel okuryazarlık üzerine bir içerik analizi. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 267-293.
- TÜİK. (2016, Mayıs 31). *Zaman kullanımı istatistikleri*. Türkiye İstatistik Kurumu: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1009 adresinden alınmıştır
- Velders, T. (2000). The roots of visual literacy: reflections on an historical perspective. *Journal of Visual Literacy*, 20(1), 1-18.
- Yeşiltaş, E. (2017, Kasım 1). *Ders notları*. Ekim 29, 2018 tarihinde Doç.Dr.Erkan Yeşiltaş: <http://blog.erkanyesiltas.com/category/ders-notlari/ozel-ogretim-yontemleri-ii/> adresinden alındı
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2006). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Görsel Kaynakça

Görsel 1. Erişim: 17.06.2019

http://www.zihinselpazarlama.com/wp-content/uploads/2012/06/ulker_cikolatali_gofret.jpg

Görsel 2. Erişim: 17.06.2019

<http://slideplayer.biz.tr/slide/3014433/11/images/28/Luna+reklam%C4%B1ndaki+ku%C5%9Fak+%C3%A7at%C4%B1%C5%9Fmas%C4%B1%E2%80%A6.jpg>

Görsel 3. Erişim: 17.06.2019

https://scontent-atl3-1.cdninstagram.com/vp/694c07176c2b7beb020caee37db1e81/5D8720BE/t51.2885-15/e35/54732211_354426131843477_2500637483844477698_n.jpg?_nc_ht=scontent-atl3-1.cdninstagram.com

Görsel 4. Erişim: 17.06.2019

<https://iasbh.tmgrup.com.tr/602e2e/0/0/0/0/0?u=http://i.sabah.com.tr/sb/galeri/turkiye/partilerin-eski-secim-afisleri/6.jpg&mw=752&mh=700>

Görsel 5. Erişim: 17.06.2019

https://www.akg-images.co.uk/Docs/AKG/Media/TR3_WATERMARKED/e/4/7/7/AKG159261.jpg

Görsel 6. Erişim: 17.06.2019

[https://odatv.com/images/resimler/-referansim-allah-2602151200_m\(1\).jpg](https://odatv.com/images/resimler/-referansim-allah-2602151200_m(1).jpg)

Görsel 7. Erişim: 17.06.2019

<http://www.crethiplethi.com/wp-content/uploads/mariavictoriamustillo.jpg>

Görsel 8. Erişim: 17.06.2019

<https://teknolojidefteri.com/wp-content/uploads/2013/12/img1-e5dcfe7a-9ad2-428e-9b5a-c3800aafed5-425x330.jpg>

Görsel 9. Erişim: 17.06.2019

https://radorecdn.pckolog.com/enteresan/i/000/033/207/33207-pepsi-nin-birbirinden-ilginc-yaratici-reklamlari_f.jpg

Görsel 10. Erişim: 17.06.2019

https://radorecdn.pckolog.com/enteresan/i/000/033/208/33208-pepsi-nin-birbirinden-ilginc-yaratici-reklamlari_f.jpg

Görsel 11. Erişim: 17.06.2019

<http://maxcdn.creativeadawards.com/wp-content/uploads/2014/06/Same-headache-everywhere-3-1.jpg>

Görsel 12. Erişim: 17.06.2019

Delehay, Gilbert, Ayşegül Becerikli Prenses, YKY, İstanbul, 2014.

Görsel 13. Erişim: 17.06.2019

Delehay, Gilbert, Ayşegül Peri Masalı, YKY, İstanbul, 2014.

Görsel 14. Erişim: 17.06.2019

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/thumb/4/49/Puma_AG.svg/1200px-Puma_AG.svg.png

Görsel 15. Erişim: 17.06.2019

https://www.ciltveguzellik.com/wp-content/uploads/0142150_0.jpeg.jpg

Görsel 16. Erişim: 17.06.2019

<https://www.nestle.com.tr/asset-library/PublishingImages/coffee-images/NESCAFE%20GOLD%20KVNZ%206x200g.png>

Extended Abstract

In the developing world brings with it many changes. It differs according to the past required by the contemporary world; individuals are no longer asked to have mere knowledge or to provide information. This convenience increases the importance of accurate, reliable information while facilitating access to information through effective and fast technological tools. To have the ability to think critically and to be able to use basic language skills critically for accurate and reliable information.

The changing world also interacted with the concepts of reading and literacy, causing a number of changes in these concepts. It is understood that literacy does not consist solely of basic reading and writing skills; critical reading, media literacy, screen reading, visual literacy, etc. concepts have emerged. Gee (2003), thinking more about this new literacy by not content with words and text; image, visual, table, etc. it refers to use as.

Today, as a result of changing living conditions, the popularization of the use of mass media, visual literacy and visual presentation skills have started to gain importance. Advertisements, posters, brochures, graphics and tables replaced visual reading, so that visual literacy is one of the basic competencies to be gained in the world (Maden and Altunbay, 2016), which has started to become the basic component of Education (Lowe, 2000).

Critical visual literacy, a reflection of the changing concept of literacy, is the evaluation of visual elements by a critical approach. At the core of the critical approach is the move of questioning to the visual dimension. Critical literacy is the encouragement of visual texts to be questioned. Critical literacy includes guessing, counter-reading, asking difficult questions, the underlying truth of the text, seeing what is in the background, seeing who the text is on behalf of and wielding power over US and others (Luke, 2004).

Newspapers, books, magazines, television, Banners, etc. through various means, our thoughts, behaviors, attitudes, values, wishes can be shaped. Individuals should be able to see the difference

between truth and claim in order to reach accurate and reliable information, to reach the source of the information and question the reliability of the information and this source without the magic of the text and thought, to reach new inferences from the information obtained, to perceive inconsistencies in the information, to be able to critically approach texts, Individuals with the ability to read critically, instead of sovereign or ideological reading directly obeying the author's and text's admissions; he makes critical, opposing, deliberative reading that evaluates and discusses his reading according to himself by passing it through the mind filter and takes a stance against what he is reading. Readers who lack the basic competencies of Critical Reading are unable to escape from informatic ignorance no matter how much they read (Çifci, 2006; Çifci, 2013). Visual reading skills are also skills that need to be restructured with a critical approach. In order to get rid of the visual materials under the influence of persuasion and propaganda, propaganda and persuasion techniques should be recognized, and to be informed about the attitudes and behaviors to be taken when the techniques are encountered.

The aim of the research is to develop an effective use recommendation for practitioners by determining the criteria to be taken into account in terms of propaganda techniques in evaluating visual materials with a critical approach. In this study, the document was examined in order to determine the criteria to be taken into consideration in terms of propaganda techniques in evaluating visual materials with a critical approach and to develop an effective use recommendation for practitioners. In this context, the visuals included in the sample were examined in order to develop an effective usage recommendation for practitioners.

Sixteen different visuals were used in the study to develop an effective use recommendation for practitioners by determining the criteria to be taken into account in terms of propaganda techniques in evaluating visual materials with a critical approach. Objective sampling was used in the selection of visual materials studied. At this point, visual materials, sampling was included where propaganda techniques were used.

In the data collection process of the study, no distinction was made as material type; the visuals of the advertising sector, war and election periods were examined. In the visual materials studied, the existence of propaganda techniques was questioned using the “exist or not” technique of lightning and lightning (2006). As a result of the classification, the images that are seen in the existence of propaganda techniques are made suitable for content analysis.

During the data analysis phase, the propaganda techniques (Lee and Lee, 1939) laid out in the book “The Fine art of Propaganda” were taken into consideration. The techniques identified in the visuals that were determined to use propaganda and the ways of protection from them were tried to be revealed. Content analysis was used at this point. In content analysis, the researcher attempts to ascertain the existence of a specific word or concept from within the group consisting of text or text. The relations between words and concepts are analyzed and inferred from words and concepts (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz & Demirel, 2017).