

## İLETİŞİM SÜRECİNDE MEDYA-MESAJ-YÖNTEM İLİŞKİŞİ VE GELENEKSEL EĞİTİMDEN UZAKTAN ÖĞRETİM SİSTEMLERİNE GEÇİŞ SÜRECİ

Arş.Grv. Erhan EROĞLU

### GİRİŞ

İletişim, insanın varlık sürdürme biçiminin bir ürünü ve insanın varlık sürdürme biçimindeki gelişmelere göre değişimlere uğrayan insana özgü bir olgudur.

Bütün canlılar gibi, insan da doğa ile etkileşimde bulunarak varlığını sürdürür. Diğer canlı türlerinden farklı olarak yalnızca insan, doğa ile etkileşimde araya kültürünü koyar. Araç ve gereçlerden, bu araç ve gereçleri kutsayan değerlerden, bu araç ve gereçlerle iş yaparken başvurulan örgütlenme biçimlerinden, iş görme ve işin eşgüdümlemesine ilişkin yöntemlerden, iş bölümünün yarattığı insanlar arasındaki farklılaşmaları haklılaştırmayı amaçlayan açıklama ve inançlardan oluşan kültür, insanın doğa karşısındaki etkinliğini artırır. Doğal çevresi araç-gereçleri, üretim süreçlerindeki insan ve insan arasındaki ilişkiler, bu ilişkilerde farklılaşmaları tarafların gözünde haklılaştıran değerler sistemi ise, insanın toplumsal hayat tarzını oluşturur. Bunun mayası *iletişimdir*<sup>1</sup>.

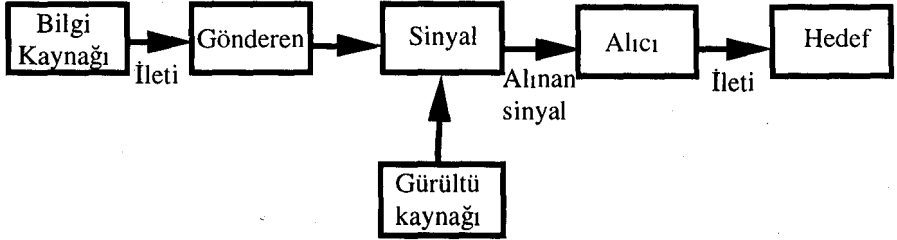
İletişim, gündelik yaşamımızda bize nesnelere, insanları tanımlar, işbölümü içinde değişik roller yüklenmiş insanlara bu rolleri yerine getirirken, bu rol dağılımından oluşan toplumun o tarih dönemindeki hayat tarzını öğretir, olumlatur, yeniden üretimi için gereken değerlendirme biçimlerini aşlar. Toplumsal sistemin sürmesini, keadini yeniden üretmesini sağlar<sup>2</sup>.

Bu bağlamda iletişim nedir? İletişim, anlamlarında uzlaşmış simgeler aracılığıyla bilgilerin, duyguların, düşüncelerin biriktirilip aktarılmasının ve paylaşılmasının hem ortak hem de değişik zaman ve mekan boyutlarında

<sup>1</sup> Ünsal Oskay, *İletişim ABC'si*. (Birinci basım, İstanbul: Simavi Yayınları, 1992), s.7.

<sup>2</sup> Agk, s.8.

gerçekleştirilmesi olarak tanımlanabilir<sup>3</sup>. Ayrıca iletiler yoluyla oluşan toplumsal etkileşim olarak tanımlanabilir. Yani mesajlarla ilişki kurma iletişim olarak adlandırılır. Kısaca iletişim süreci aşağıdaki şekilde Shannon-Weaver'ın açıkladığı gibidir (Şekil: 1.)<sup>4</sup>



**Şekil: 1. Shannon-Weaver İletişim Modeli**

İletişimin temel amacı, insanlar arasındaki etkileşimi sağlamaktır. Etkili iletişim, kaynağın aktardığı duygu ve düşüncelerin alıcı tarafından kaynağın amacına, beklentisine, isteğine uygun biçimde davranışta bulunması demektir. Böylesine sağlıklı bir iletişimin kurulup sürdürülmesi için kaynakla alıcının birbirlerini, kişilik yapılarını ve çevre koşullarını da içeren bir bütün olarak değerlendirmeleri gereklidir. Bu tür yaklaşımın sözlü, sözsüz iletileri oluşturan bütün davranışlar arasında bir bağlantı aranmasıyla, birleştirici, bütünleştirici bir yorum yapılmasıyla olasıdır. Başka bir deyişle, iletişim süreci içinde kaynakla alıcının birbirlerini toptancıl davranış ilke ve kurallarına göre değerlendirmelerine bağlıdır. Toptancıl davranış, değişik biçimlerde başkalarına yansıyan davranışların altında yatan temel amaç, beklenti ve gereksinimden kaynaklanan davranış olup, çözümlenip anlaşıldığı ölçüde sağlıklı iletişim olasılığı artar<sup>5</sup>.

## **İLETİŞİM-MEDYA-MESAJ-YÖNTEM İLİŞKİSİ**

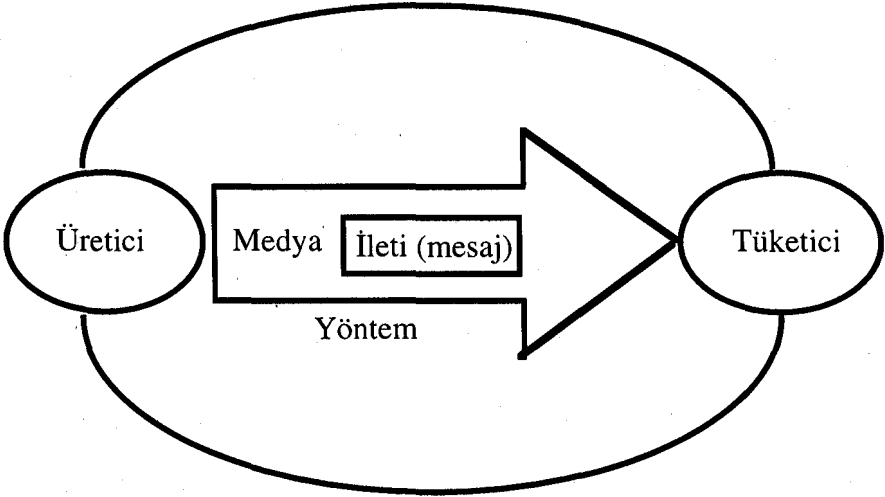
Araç, iletişimin bir kanalıdır. Ayrıca araç, bilgiyi kaynakla alıcı arasında taşıyan herhangi bir şey olarak söylenebilir. Film, televizyon, tepegöz slayt şekil,

<sup>3</sup> Merih Zıllıoğlu, **İletişim Nedir?**. (Birinci basım, İstanbul: Cem Yayınevi, 1993), s.7.

<sup>4</sup> Robert Heinich, Michael Molenda, J.D.Russell. **Instructional Media**. 1989, s.4.

<sup>5</sup> Prof.Dr. Özcan Köknel, **İnsanı Anlamak**. (3.Basım, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1987), s.45.

şema, basılı araçlar, bilgisayarlar ve eğitimciler medyaya örnek olarak verilebilir. Bunlar eğitsel amaçlı mesajlar (iletiler) taşıdıkları zaman “eğitsel medya” olarak sayılabilir. Medyanın amacı iletişimi kolaylaştırmaktır. Her eğitsel durumda, iletilecek bir mesaj vardır. Mesaj, konu içeriklidir ve bu iletinin yönü öğrenene (tüketiciye) doğrudur. Geleneksel olarak, eğitsel metodlar (yöntemler) “sunuş biçimleri” olarak tanımlanır. Örnek olarak, ders ve tartışma gibi. Yöntemler, öğrencilere amaçlara ulaşmada yardım etme ya da içeriği veya iletiyi içselleştirmesinde seçilen eğitim tarzıdır. Üretici, tüketici, araç, mesaj ve yöntem ilişkileri aşağıdaki şekilde görüldüğü gibidir(Şekil: 2.).<sup>6</sup>



**Şekil: 2. Medya, İleti ve Yöntem İlişkisi**

Şekil: 2.'den de anlaşılacağı gibi medyanın öğrenme sürecine katkıları yadsınamaz. Bu katkıları şöyle özetleyebiliriz:

### 1. Öğrenmenin artışı

- Zihinde kalan ve yararlanılan bilgi (işe yarar bilgi) ile dolaşımı ve paylaşımı sağlanan bilginin sayısal artışına etkide bulunur.
- Kavrama oranının artışına etkide bulunur.
- Kavramanın işlevsel duruma getirilmesi ile bigiler işe koşularak çözülen sorun sayısının artışına etkide bulunur.

<sup>6</sup> Robert Heinich, M.Molenda, J.D.Russell. **Instructional Media**. 1989, s.7.

## 2. Hız

- Bilginin dolaşım ve paylaşım hızı artar. Bunun sonucunda sorun çözme hızı artar. Yani algılama, depolama ve kavrama hızı artar.
- Bilginin üreticisinden tüketicisine daha hızlı ulaşması sağlanır.
- Ayıca tüketici ile bilgi kaynağı arasındaki dolaşım hızı artar.

## 3. Standartlaşma

- Bilgi kaynağından çıkan mesaj anonim hale gelir.
- Standartlaşmada, hedef kitlenin sınırlı ve belli olması önemlidir.

## 4. Alanın genişliği

- Bilginin dolaşım ve paylaşım alanının genişletilmesi sağlanır.
- Bilginin konu ve alan olarak çeşidinin artırılmasına katkılarda bulunur.

Bu çeşitlenmeden kasıt, doğru bilgi ve alternatifin artırılması demektir. Yani sorunun çözümünde işe koşulacak seçenek sayısının artırılmasıdır.

Medyanın öğrenme sürecine katkıları belirlendikten sonra bu medyanın karşısındaki izleyiciye nasıl etki ettiğinin araştırılması ve ortaya konması gerekmektedir. Etkiyi yaratmada temel olan iletişim ögesi mesajdır. Sözkonusu etkiyi anlayabilmek ve yaratabilmek için bu mesajı üç ayrı şekilde incelemek gerekir. Bunlar: Medyanın içeriği, medyanın türü ve medyanın biçimidir.

İyi ve kaliteli medya, tüketicisinin ihtiyaçlarını karşılayan medyadır. Burada ölçüt medyanın içeriğinin tüketicinin ihtiyaçlarını karşılaması ve tüketicide etki yaratmasıdır. Bilgiler iletilere dönüştürülebildikleri takdirde etkili hale gelirler. Yani bu bilgiler iletilere dönüştürüldüklerinde tüketici ihtiyacını karşılamaya başlarlar. Dolayısıyla bilgiler öyle sıralanmalı ve düzenlenmeli ki sözkonusu iletinin dolaşımı ve paylaşımı sağlanabilsin. Böylece mesajın içeriği ihtiyacımızı çözecek bilgileri bir araya getirmektedir. Ama ihtiyacımızı karşılayacak şekilde **içeriği** düzenlenmiş mesaj, **türü** açısından da içeriğe uygunsu **etkisi** o oranda artar. Mesajı, etkisi açısından ve uyaracağı algı açısından olmak üzere iki şekilde türlendirebiliriz. Eğer mesaj sadece zihinsel süreçleri harekete geçirecekse ona göre düzenlenmelidir. Zihinsel süreçlerle birlikte davranışa yöneltecekse mesajın içeriği bu sefer ona göre düzenlenmelidir. Yani türe göre içerik belirlenmektedir.

Bunlar açıklandıktan sonra ortaya yeni bir sorun çıkmaktadır. Bu da mesajın etkisinin neye göre ölçülebildiğidir. Mesajın etkili olduğunun ileri sürülebilmesi için şu özellikleri taşıması gerekir:

1. Mesajın anlam üretebilmesi gerekir. Anlam ürettiği takdirde mesaj etkilidir. Bu anlamı üretmek için olgunun bizim duyum merkezlerimize nasıl yansıdığı önemlidir.
2. Mesajın etkisinin kalıcılığı önemlidir. Yani mesajın çağrışım yapabilirlik

özelliğine sahip olması gerekir.

3. Mesajın kalıcılığı sağlanabilir olmalıdır. Mesaj kalıcı olduğu oranda etkilidir.

4. Mesajın etikisi açısından zihinsel yaratıcılık önemli bir ölçüttür. Burada simgeler ve semboller önemli etkiler yaparlar. Zihinsel yaratıcılık, semboller aracılığıyla anlamın çeşitli formlarda üretilmesidir.

Kaynaktan çıkan iletinin kanalı geçerek alıcıya ulaşması için bir desteğe, taşıyıcıya (support) gereksinim vardır. Taşıyıcı kaynak tarafından oluşturulan ve kanalı geçip alıcıya ulaşan fiziksel ya da kimyasal enerji olup, aynı zamanda alıcı için bir uyarıcı (stimulus) niteliğindedir. Örnek olarak konuşma sırasında ses, okuma sırasında elektromanyetik dalgalar bir yandan sözlü, yazılı bilgiyi taşıırken, öte yandan kulak ve göz için birer uyarıcıdır. Özetle ileti, taşıyıcı ve bilgi olarak iki bölümden oluşur. Kaynaktan gelen, kanalı geçen ileti alıcı için “girdi” olarak kabul edilir. Girdinin etkili olabilmesi, taşıyıcının alıcı için uyarıcı niteliğinde olmasına ve bilginin çözülüp anlaşılmasına bağlıdır. Alıcı tarafından “girdi”si yapılan iletinin içerdiği bilgiyi oluşturan işaret ya da simgelerin çözülüp anlaşılması işlemine düğüm çözmek (kod açmak) (decode) adı verilir. Bu işlemin olabilmesi için kaynakla alıcının aynı, ortak işaretleri, simgeleri bilmeleri, kullanmaları ve bunlara aynı ortak anlamı vermeleri gereklidir.

İletişim sürecinin işleyişinde yer alan süreçler ve değişkenler göz önüne alındığında, iletişimde amaçlanan etkileri/tepkileri sağlamanın, yaygın kanının aksine kolay bir iş olmadığı açıkça anlaşılır. İletişim davranışları her zaman doğru çıkmayan ön kestirimlere dayanır. Kısaca, iletinin içeriği ile umulan etki arasındaki ilişki, yalın bir etki-tepki ilişkisi değildir. Birçok etkene bağlı olarak tamamen, kısmen gerçekleşebilir ya da beklenenin aksine sonuçlar verebilir. Bununla birlikte, iletilerin beklenen etkileri yaratabilmesi için “olmazsa olmaz” koşullar ve ilkeler belirlenebilir. Schramm, bu konuda dört ilke sıralar. Buna göre ileti<sup>7</sup>;

1. Amaçlanan hedefin dikkatini çekecek biçimde düzenlenmeli ve gönderilmelidir;
2. Hedefin referans çevresine uygun ve paylaşılacak istenen anlamı verebilecek simge ve kodlarla sunulmalıdır;
3. Hedefin kişilik gereksinimlerini uyandırmalı ve bunlara doyum sağlayıcı önermeler taşımalıdır;
4. Amaçladığı etkiler ve istendik davranışlar hedefin tepkilerini geliştireceği ortamdaki, gruptaki rol ve statüsüne, değerlere, davranış kurallarına uygun olmalıdır.

İster yüzyüze, ister uzaktan ve araçlı olsun, her türlü iletişimin durumu için geçerli olan bu ilkelere uygun davranmak, görüldüğünden daha zordur. Bunun için, kişinin hem hedefini, hem ortamını iyi değerlendirebilmesi, hem de uygun iletileri

<sup>7</sup> Merih Zıllıoğlu. **İletişim Nedir?** (Birinci Basım, İstanbul: Cem Yayınevi, 1993), s.265-266.

düzenleyebilmesi gereklidir. Oysa, günlük koşuşturmalarımız ve onun getirdiği alışkanlıklarımızla gerçekleştirilir ve çoğu kez güzel ya da başarılı olabilecek ilişkileri sıradanlaştırırız.

Buraya dek söylediklerimizin ışığında şimdi de iletişimde etkinliği artırmak için kullanabileceğimiz ne gibi kuramsal bilgilerin bulunduğunu inceleyebiliriz.

Öncelikle, etkinlik dediğimiz zaman, bir iletişim sürecinde hedef kitleye yönelttiğimiz iletişimimizin karşılığında, bu iletişim edimimizin amaçladığı sonucun elde edilmesini ifade etmek istediğimizi belirtelim. İletişim sürecinin başarılı olabilmesi için iletişim kuramları bize şu yararlı bilgileri sunmaktadır<sup>8</sup>:

1. İletişim sürecinde iletinin, *hedef kitlenin dikkatini çekecek biçimde dizayn edilmesi gerekir*. Kodlanmasında, yayınlanmasında, dağıtılmasında böyle davranılmalıdır.
2. İletin kodlanmasında kullanılan *imgelerin, iletiyi gönderen kadar, iletiyi alacak, algılayacak, açımlayacak hedef kitle tarafından da bilinen imgeler olması gerekir*. Yani her iki tarafın ortak yaşam deneyimlerinin ürünleri olması gerekir.
3. Hedef kitleye yöneltilen iletişimin etkili olabilmesi için ileti insanların bireysel gereksinimlerine seslenmeli, bu gereksinimlerinin farkına varmalarına, gidermelerine yaramalı, bu yolda onları aydınlatmalıdır.
4. İletimizin eriştiği hedef kitlemizdeki insanların bütün grup ilişkilerinden soyutlanmış bir durumda bulunmayacağını bilmemiz gerekmektedir. Uygun zamanda, uygun bir dille kodlanıp yayınlanan iletimizin ilgi çekmesi, öğrenilmesi, akılda tutulması ve belirli bir yönde tutum değişikliği yaratabilmesi için ayrıca, *hedef kitlenin temel değerlerini, tutumlarını, grup standartlarını bilmemiz de gerekmektedir*. Bu sorun, yüzyüze iletişimde daha kolay; kitle iletişiminde daha zordur.
5. İletimizin hedef kitleye erişebilmesi için *en uygun medya türünün ne olduğunu bilmeliyiz*. Bilmiyorsak, bizim iletimize benzer iletilere rakip kuruluşların, ajansların bu konudaki başarılı ve başarısız çalışmalarına ilişkin arşiv bilgilerimize göz atmalıyız. Hedef kitlenin medyaya karşın sürdürdüğü ilgiler, alışkanlıklar, değişik ilgi alan ya da konularında yeğledikleri medya türleri hakkında geniş bir bilgi sahibi olmalıyız.
6. Sunacağımız iletideki, iletilerdeki yeni bilgilerin ilgi çekmesi, öğrenilmek istenmesi, özellikle, *bu konuda hiç ya da hiç değinecek kadar az bilgi sahibi olan "bakir", "bütünüyle yabancı" birşey gibi görünmekten kaçınmamız gerekir*. Einstein'ın "görecelik" kuramından hiç haberi bile olmayan insanlara bu kuramı anlatamazsınız. Bu konuda ona yardımcı olacak "yaşam deneyimleri" ya da dolaylı yoldan edindiği bilgileri olmadığı için, dünyaya nesnelere, olgulara ilişkin alıştığı bilme biçimini bütünüyle tehdit eden böyle bir kuramın ne olduğunu sezinlemeye

<sup>8</sup> Ünsal Oskay. **İletişim ABC'si**. (Birinci Basım, İstanbul: Simavi Yayınları, 1992), s.41-46.

başlar başlamaz, toptan reddetme yoluna gidecektir.

7. Görecelik kuramı gibi iletilenmesi zor konuları anlatabilecek bir iletişim sürecini kurgulamadan önce, *hazırlayıcı iletişim süreci ile hedef kitlenin bilgi ve algılama düzeyini yükseltmemiz gerekmektedir*. Kitle iletişiminde hazırlayıcı iletişim süreçlerinin en çok görülen örnekleri, modern devletlerin dış politikalarında ani ve köklü değişikliğin planlanıp kararlaştırılmasından hemen sonra uygulamaya konulan hazırlayıcı iletişim kampanyalarıdır.

8. İletişimde, *hazırlayıcı iletişim kampanyasına rağmen kıramadığımız dirençlerin de olacağını unutmamalıyız*. Dindar bir Müslüman veya dindar bir Museviye domuz eti yediremezsiniz.

9. İletimiz, başlangıçta, hedef kitlenin değer, tutum, beklenti ve davranış kalıplarına kesinkes ters düşmemeli; *hedef kitleyi, başlangıçta, o an nasılsa öyle "yakalamalı", sonra onu yoğura yoğura alıp asıl iletimizi abule hazır duuma getirmeliyiz*.

Öğrenme işlemi iletişim süreci ile birlikte yürür. İletişimin, mesajın bir kayaktan alıcıya iletilmesi olduğunu söylemiştik. İletişim sürecinde kaynak, haber, kanal ve alıcı elemanlar vardır. Kaynak, zihindeki anlam alıcıya aynen geçirmek için seçtiği sembolleri (haberi) en uygun kanalla (sembolleri ileten araçlarla) alıcıya göndermelidir. Kaynağın gönderdiği mesajın anlaşılıp anlaşılmadığı alıcının tepkisi ile belli olur. Alıcının kaynak durumuna geçere tepkisini mesajın iletilmesi ile iletişim işlemi tamamlanmış olur. Öğrenme de, bu şekilde işleyen bir iletişim sürecidir. Öğrenme, bir bireyi bir dürtü ile ona verilen cevap arasındaki ilişkide meydana gelen bir değişimdir. Bu öğrenme sürecinde bilginin aktarılmasını sağlayan kanallara, yani sembolleri ileten araçlara ihtiyaç vardır. Bu kanallara ders araç-gereçleri denir. Yakın zamandan bu yana dersin her biçimi için emre amade olan çeşitli, daha çok "audio-visual" ders araçları geliştirilmiştir<sup>9</sup>.

Bu bağlamda görsel-ışitsel ders araçlarının kullanımını gerektiren nedenler şunlardır<sup>10</sup>:

1. *Olağanüstü ender tecrübelerin hazırlanması*: Söz gelimi, geçmişte bir kez cereyan etmiş ve artık tekrar etmeyen olaylar zapteden tarihsel dökümanter filmler, ders amaçları için öğrencilere gösterilmeleri halinde, geçmişte cereyan etmiş bu olayları öğrencilere sunarlar.
2. *Öğretmen açığının giderilmesi*: Ders araçlarının kullanılmasının bir nedeni de, öğretmen açığının kapatılması niyetidir.
3. *Dersin etkinliği*: Yine öğrenim araçları, yüksek öğretim kazancı nedeniyle ve/ya da öğretmenin verdiği derse karşı ders araçlarıyla yapılan dersin az harcamaları nedeniyle istihdam edilmek istenmektedir.
4. *Bir yaşantı ortamı sağlanması*: Bu araçlar, ekiledikleri duyu organları yoluyla

<sup>9</sup> Prof.Dr. Muhsin Hesapçioğlu. **Öğretim İlke ve Yöntemleri**. (İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 1992), s.260-262.

<sup>10</sup> **Agk.** s.263-264.

bireyde bir yaşantı ortamının doğmasını sağlarlar. Bir ülke hakkında bilgi edinmek için kitap okumak yeterli değildir. Araçlar, bu konuda somut bir yaşantının doğmasını sağlarlar.

5. *Araçların bir kısmı gerçek yaşantıların yerini alır:* Araçlar etkili ve yerinde kullanıldığında, örneğin istenildiği zaman kolayca tekrarlanabildiği için gerçek yaşantının yerini alır.

6. *Araçların bir kısmı olayları doğrudan doğruya yaşamayı sağlar.*

Ders araçlarının kullanımının yukarıdaki nedenlerine rağmen, eğitim sektöründe ders araçları kullanımının pek yaygın olmadığı görülmektedir. Ders araçlarının kullanımını reddeden nedenler olarak da aşağıdaki hususlar belirtilebilir<sup>11</sup>:

1. *Öğretim araçlarının müfredat programı ve örgütsel entegrasyonu konusundaki yetersizlikleri.* Bir çok ülkedeki radyo eğitim yayınları göstermiştir ki, bu yayınların kalitelerinin oldukça yüksek olmalarına rağmen, yayınların ders amaçları ve ders içerikleri ile okuldaki dersler pek uyuşmamaktadır.
2. *Yayınlar ya da ders araçlarına sahip olmama, istendiği zaman temin edememe,* ders araçları kullanımı aleyhine beliren bir başka nedendir.
3. *Harcamalar ve maliyetler,* az araç kullanımı için bir başka nedendir. Bu noktada bugün daha çok az gelişmiş ülkeler için bir sorundur. Gelişmiş ülkelerde ders araçları için ticari firmalar normalin üstünde para yatırmaktadır.
4. *Öğretmenlerin ve öğrencilerin duygusal ve öğrenimlerinden gelen engelleri,* eğitim sektöründe az araç kullanımının bir başka nedeni olabilir.

Yukarıda belirtilen bu özellikleri yanı sıra, modern ders araçlarının işlevlerine de değinilmesi gerekmektedir. Geleneksel derse karşın modern ders araçlarıncı sunulan ya da desteklenmiş ders şu özellikleri gösterir<sup>12</sup>:

1. *Öğrencilerin Bireysel Çalışması (Biresselleşme Yönü):* Modern ders araçlarıyla sunulan pogramda, sözelimi lisan laboratuvarı, öğrenim süreci, öğrencinin bireysel çalışma temposuna uyabilmektedir.
2. *Enformasyon Naklinin Yoğunlaştırılması:* Ders araçları yardımıyla gerçekleştirilen bireysel çalışma, çalışılan içerik ile daha yoğun bir uğraşıya sevkettmektedir.
3. *Öğrenim İçeriğinin Objektifleştirilmesi:* Modern ders araçları, gayet açık tanımlanmış amaçları gerekli kılar.
4. *Ders Sunumunun Mükemmelleştirilmesi:* Bir dil laboratuvarında banta alınan metin, eğer başta mükemmel olarak kaydedilmişse, aynı mükemmellikte kullanılabilir.
5. *İçeriğin Devamlı Olarak Üretilebilirliği:* Bir defa depolanan içerik, istenildiği kadar üretilebilir, yani tekrar edilebilir. Öğrenci bu içeriğe hakim oluncaya kadar onu tekrar edebilir.

Görsel-işitsel ders araçları üzerinde sağlam bir program hazırlamak, araçları

<sup>11</sup> Agk. s.264-265.

<sup>12</sup> Agk. s.265-266.



seçme, deneme ve kullanma bakımından bazı önlemlerin alınmasını gerektirir. Her öğretmen, bulunduğu okulun büyüklüğü ve okul yeri söz konusu olmaksızın bu tür araçlardan faydalanmak olanağına sahiptir. Görsel-işitsel ders araçlarının seçiminde isabet ve anlayışla hareket edilmediği takdirde, emeklerin boşa gitmesi ve israf edilmesi muhtemeldir. Keza, okul bütçesi de faydası şüpheli bazı ders araçları için gereksiz yere harcama yapmış olur. Bu tür araçların seçiminde uyulacak bir kaç ilke, uygulama sırasında öğretmene bir çok bakımlardan yardımcı olur, ortaya çıkması muhtemel yukarıdaki tehlikeleri yok eder. Görsel-işitsel ders araçlarının seçiminde uyulması gereken bazı ilkeler aşağıdaki şekilde belirtilebilir<sup>13</sup>:

1. Mevcut öğrenme durumuna ve amacına uygun ders araçları seçilmelidir. Ders araçlarından faydalanmadan önce, seçilecek ders aracının dersin amacına ve öğrenme durumuna uygun olup olmadığı, onu destekleyip desteklemediği araştırılmalıdır.
2. Elde edilecek öğrenim verimi ile araçların ve malzemelerin gerektireceği masraf arasında ilişki kurulmalıdır.
3. Araçları temin edebilme olanaklar araştırılmalıdır.
4. Araçların kullanımı ile zamandan tasarruf etme ilişkilendirilmelidir. Ders araçları kullanımı dersin diğer önemli unsurlarından ve uygulamalarından fedakarlık etmeyi gerektirebilir. Bu durumlarda, ders araçları uygulaması sonucunda elde edilen öğrenim verimi, dersin diğer uygulamalarından yapılan fedakarlığı meşru kılmaktadır.
5. Araçlar, eğitsel malzeme olarak esas bir değer taşımalıdır. Bu tür araçları kullanmadan önce, onların etki derecesi, öğrenmeye yardım derecesi araştırılmalıdır.
6. Malzemenin başka durumlarda kullanılma kabiliyetine uygun olup olmadığı araştırılmalıdır.
7. Araçların dayanıklılığı sorunu önceden esaslı olarak araştırılmalıdır. Uzun süre dayanma kabiliyetine sahip olan, biraz pahalı olan araçlar zamanla daha ucuza gelirler.

Bugün eğitimciler daha iyi öğrenmenin ve akılda tutmanın eğitsel medyanın akıllı kullanımından sonuçlandığını farkındadırlar. Psikoloji ve araştırma çalışmaları da bunu doğrulamaktadır.

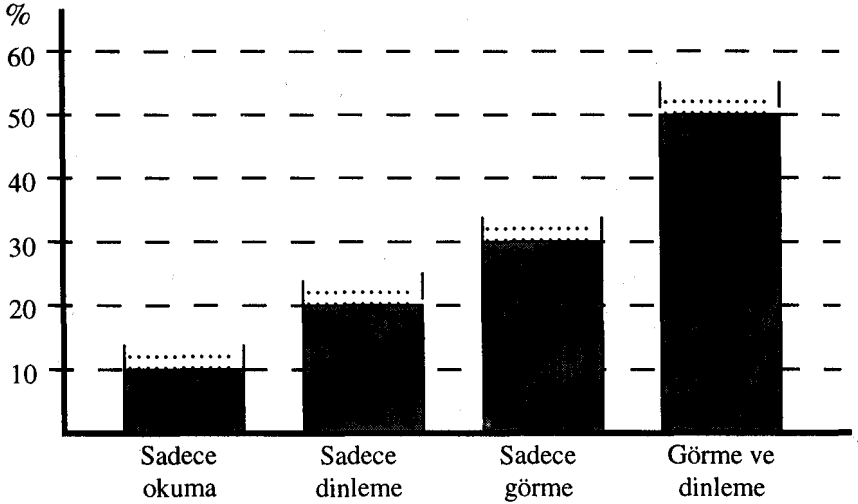
Bu bölüm, çeşitli duyarlar aracılığıyla kazanılan öğrenme oranlarını göstermektedir. Tabii ki bütün öğrenme duyarların birleştirilmesinden ya da bütünleştirilmesindedir; ve kişisel öğrenme yollarında farklılıklar vardır.

Hareketli resimler, televizyon, slayt, film şeridi, kayıtlar ve öteki eğitsel medyaların eğitsel (öğretici) değerlerini test eden yüzlerce çalışma bulunmaktadır. Bu testlerden çıkarılan sonuçlar, öğrenme sürecinde bu medyaların etkili kullanımının çok büyük değeri olduğunu göstermektedir. Burada eğitsel (görsel-işitsel) medyanın

<sup>13</sup> Agk s.267-268.

öğrenme sürecine yaptığı 9 tane ispatlanmış katkıları vardır. Bunlar:

1. Eğitsel medya, gelecekteki öğrenme etkinliklerinin bağlı olabileceği bilgi ve deneyim "background"u yaratır.
2. Eğitsel medya, öğrencinin ilgisini uyandırmakta ve canlandırmaktadır.
3. Eğitsel medya, öğrenmeye derin bir bilgi ve anlam katar.
4. Eğitsel medya, Kelime gelişimine katkılarda bulunan anlamlı deneyimleri sağlar,
5. Eğitsel medya, etkili iletişim kabiliyetinin gelişimine yardım eder.
6. Eğitsel medya, öğrenmenin sürekliliğini, devamlılığını ve daimiliğini artırır.
7. Eğitsel medya, isteyerek okumayı uyarır.
8. Eğitsel medya, öğrenmede zamanın ekonomisini etkiler.
9. Eğitsel medya, engelli öğrencinin öğretiminde yardımcı olur, ve eğitsel medya öğrenmede yetenekli olan parçayı uyarır.



**Şekil 3: Akılda kalma, duyuşsal kaynaklar aracılığıyla**

The Minnesota Mining Company bilginin alınması ve akılda kalması ile şu sonuçlarda gönül birliği ettiklerini söylüyorlar:

- Ne okursak % 10'u
- Ne duyarsak % 20'si
- Ne görürsek % 30'u
- Ne görürsek ve ne duyarsak % 50'si akılda kalmaktadır.

## NASIL ÖĞRENİYORUZ?

Biz hayatımızın ilk beş yılı süresince arta kalan diğer bütün yıllara oranla daha fazla öğrenmekteyiz. Çünkü bütün öğrenme, gerçeklikle birleştirilmektedir. Konuşmanın sembolleştirilmesi bile daha kolay ve isteyerek anlaşılabilir, çünkü onların gerçek şeylerle ve gerçek insanlarla ilişkileri vardır.

Okula gittiğimiz zaman bu direk öğrenme deneyiminin çoğu kısa kesilmektedir. İyi öğretmen bu direk deneyimi mümkün oldukça fazla sağlamaya çalışır, fakat sınıf bu gibi öğrenme için sadece sınırlı olanakları sunar. Bu nedenle yetenekli öğretmen, mümkün olduğu kadar gerçeğe yakın öğrenme durumlarını bir yolunu bulup yapmaktadır. Öğretmen, oyun, müzik, fiziksel aktiviteler ve rol oynama içinde bütün öğrencilerin aktif katılımlarına sahip olmaya çalışmaktadır. Bu öğretmen anlamlı sınıf dışı deneyimleri düzenler, ve yine bu öğretmen öğrencileri yapıcı etkinliklere katılmaları için teşvik eder.

Etkili öğretmenler, sesin kontrolünde, el-kol hareketlerinin kullanımında ve rol oynamada ustadırlar. Bu etkili öğretmenler yazma ve basım aracılığıyla iletirler, fakat bunlar sembolik iletişimi minimumda tutarlar, ve mümkün olduğu kadar onu gerçeğe ya da tasarlanmış deneyimle ve öğrenci etkinlikleriyle birleştirirler.

Vekalet edilmiş deneyimler mükemmel öğrenme durumlarını sağlayabilirler, fakat bunlar çocuğun nasıl öğrendiğini içeren bütün değerlendirmeleri gerektirmektedirler. Öğretmen, dikkati toplamaları ve kontrol etmeleri gerektiğini, anımsamayı uyarmak gerektiğini ve geribeslemeyi sağlamaları gerektiğini bilmektedirler. Medya bütün bu fonksiyonların yerine getirilmesinde kullanılabilmektedir.

Bazen vekalet edilmiş öğrenme deneyimleri, doğrudan öğrenmeden daha çok önemli olabilir. İyi planlanmış ve yapılmış bir alan gezisi çok değerli olabilir, fakat hareketli resimler ya da televizyon programı gerçekten daha etkili olabilir. Çünkü bu gibi medyalar, iyi organizasyon gibi şeylerle geliştirilmekte ve mükemmelleştirilmektedirler.

Eğitim alanında çağdaş sorun ve eğilimler, öğretim ve öğrenime ilişkin alternatif kaynak ve teknolojileri ön plana çıkarmıştır. Eğitim alanında yakın zamanda girilen evrensel irdelemeler, şu gerçekleri oraya koymuştur:

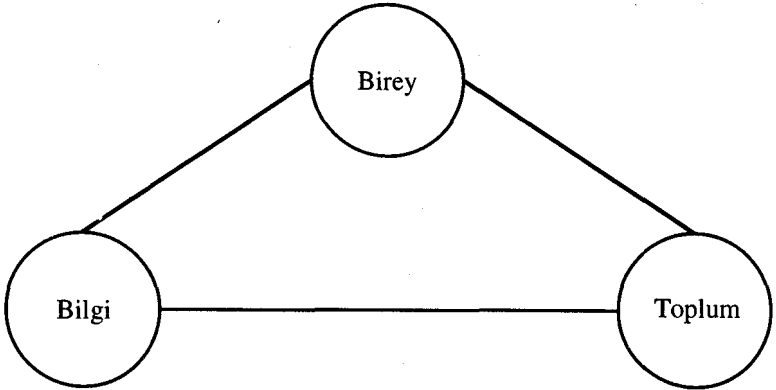
1. Son yıllarda, eğitimin etkisine ve eğitim reformunun değerine karşı duyulan güven sarsılmış bulunmaktadır.
2. Bunun yanı sıra, eğitimle diğer sosyal alanlarda belirlenen eğilimler arasındaki ilişkinin de hayli karmaşık olduğu ortaya çıkmıştır.

3. Bu durum eğitim kesimindeki yatırımların artarak sürdürülmesi konusunda açık bir isteksizlik doğurmuştur.
4. Giderek belirgin hale gelen bir kuşkuculuğun yol açtığı bu isteksizlik, eğitim alanındaki geleneksel yapıların yadsınması güç yetersizliklerinden kaynaklanmaktadır.
5. Bu yetersizlikler ana çizgileriyle şöyle özetlenebilir:
  - a. Özellikle ergenlik çağında bulunan nüfus açısından, gençliğin değişen gereksinmelerini karşılamada gösterilen başarısızlık,
  - b. Sistemden yararlanma olasılığı bulunan yetişkinlere gereğince hizmet götürmedeki yetersizlik,
  - c. Eşitsizliği giderme konusundaki umut kırıcı etkisizlik,
  - d. Teori ve pratiği bağdaştırmada gerekli ortamdan yoksunluk.

Bu gibi yetersizlikler ve eksiklikler, bireyleri geleneksel eğitim dışında başka öğretim sistemleri aramaya yöneltmiştir. Dolayısıyla geleneksel eğitimden buna alternatif olarak ortaya çıkan uzaktan öğretim sistemlerine doğru bir yönelim olmuştur.

## GELENEKSEL EĞİTİMDEN AÇIK ÖĞRENİME

Günümüzde sık rastlanan “eğitim krizi”, “eğitim bunalımı”, “eğitimde darboğaz” ve “eğitim reformu” gibi sözcükler anlamları ve nedenleri yönünden incelendiğinde bunların eğitim kavramını oluşturan BİREY-BİLGİ-TOPLUM üçlüsünün niteliklerinde ve karşılıklı etkileşiminde meydana gelen değişimin sonucu olduğu görülebilir.



Şekil 4: Eğitim kavramını oluşturan üçlü

Bugün insanın, bilgi ve toplumla olan ilişkilerinin değişmesi onun niteliklerini de değiştirmiştir. Bilgi patlaması olgusu, bilginin insan ve toplum yaşamındaki işlevini ve üretilme-kazanılma yöntemlerini değiştirmiştir. Çağdaş toplum, yapı ve işlev yönünden farklılaşmıştır. Tüm bu olgular eğitimin temel modelini etkilemekte, eğitimde köklü değişmelere neden olmaktadır.

Eğitim olayı, öteden beri bilimsel bir yaklaşımla ele alınmaktan çok sağduyuya dayalı olarak ele alınmıştır. Eğitim, fikirlerin değiştirilmesinden çok yerleşmesi ve benimsenmesi ile ilgilenmiştir. Ancak bugün içinde yaşamakta olduğumuz çağ devamlılığı ve istikrarı olmayan bir nitelik taşımakta ve hızlı değişimle karakterize edilmektedir. Bu ortamda mekanizasyona dayanan beceriler yerini bilgi teknolojisine dayalı becerilere bırakmıştır<sup>14</sup>.

Eğitim bu durumda kendisini yeniden hazırlamak için değişme ve yenilikle ilgili kararların kolaylıkla verilebileceği yeni bir kavamsal çerçeveye ihtiyaç duymaktadır.

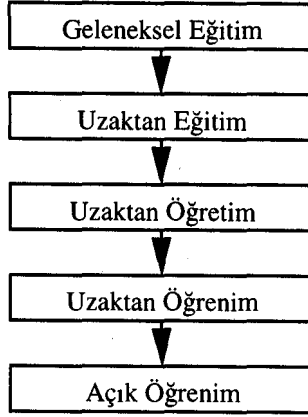
Öğrenme-öğretme süreçlerinde verim ve etkililik için **değişim** artan bir önem kazanmaktadır. Çünkü eğitim hizmetleri ulusların yaşamında en büyük harcama kalemlerinden birini oluşturmaktadır. Bugün hiç bir toplum uzun süre yüksek maliyet ve düşük verimli bir eğitime tahammül edebilecek durumda değildir.

Hemen her sorun tartışılırken, eğitim yetersizliğine değinilmekte, eğitim hizmetleri eleştirilmektedir. Aslında sorunun, hizmetin yaygın olmasından doğduğu söylenemez. Zira, eğitim, doğumdan ölüme kadar bütün bireyleri ve bireyin yaşamına etkin olan bütün sosyo-kültürel olguları ilgilendirdiğinden, kullanım alanının daha da genişlemesi gerekmektedir. Eğitim yaşama hazırlık değil yaşamın ta kendisidir; yaşama özdeşdir. Bu özdeşlikte eğitim, yaşama yön veren, yaşam biçimine özellik kazandıran bir süreçtir<sup>15</sup>. Yaşamak için üretim, üretim için bilgi ve bilgi için eğitim şeklindeki bir anlatımla eğitimin insan hayatının ayrılmaz bir parçası olduğu vurgulanabilir. Burada önemli olan, insanın yaşamını sürdürebilmesi için gerekli olan bilgilere ulaşabilmesi ve dolayısıyla eğitilmesi gerekir.

Yukarıda bahsedilen ve öğrenme-öğretme süreçlerinde önem kazanan değişiklik isteği kendini eğitim sistemleri üzerinde hissettirmeye başlamıştır. Böylece çeşitli eğitim sistemlerinin doğmasına neden olmuştur (Bu sistemlerin gelişim sırası aşağıdaki şekilde gösterilmektedir).

<sup>14</sup> Bekir Özer. **Türkiye’de Uzaktan Eğitim**. Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. Ekim 1989, Cilt: 2, Sayı: 2, Sayfa. 1-24.

<sup>15</sup> Şefik Yaşar. **Uzaktan Öğretimde Öğrencilerin Yabancı Dil Öğretimine İlişkin Tutumları**. Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. Ekim 1989, Cilt 2, Sayı: 227-233.



**Şekil 5: Öğretim Sistemlerinin Gelişimi**

## **Uzaktan Eğitim**

Bunun yanı sıra (yukarıda anlatılanlar doğrultusunda) bireylerin eğitim ihtiyaçları değişmiş ve çağdaş bilgi talebine gereksinim duymaya başlamışlardır. Dolayısıyla öğrencileri görece olarak homojen olan, öğrencileri aynı mekanda bulunan, öğrencileri genellikle bağımlı olan ve kontrollü çalışan, öğrenciye desteğin kendiliğinden oluşan, geçerlik ve güvenilirlik sorunları en aza indirilmiş olan, yüzyüze öğretimin esas olduğu geleneksel eğitim sistemi artık bireylere yetersiz gelmektedir. Onların ihtiyaçlarını karşılayamamaktadır.

Geleneksel eğitimin yetersiz kalması uzaktan eğitim kavramını sahneye çıkarmıştır. Kısacası uzaktan eğitimi yaratan geleneksel eğitimin, öğrencilerin nicel ve nitel ihtiyaçlarını karşılayamaz duruma gelmiş olmasıdır.

Söylenenlerden de anlaşılacağı üzere tarihsel süreçte ilk önce uzaktan eğitim yer alır. Uzaktan eğitim hem öğretimi hem öğrenimi ve bunların dışında eğitim dizgelerini de içeren bir seçenektir. Uzaktan eğitimin kısaca tanımı "Eğitimci ve öğrenen kişi birbirlerinden uzak mesafelerde olduğunda herhangi bir resmi öğrenme yolu" olabilir. Uzaktan eğitim yaklaşımının bütün dünyada ilgi görerek yaygınlaşması ve gelişmesi çeşitli nedenlere dayanmaktadır. Bunlar: Büyük kitlelere ekonomik bir biçimde ve etkili olarak eğitim götürme olanağı sağlama, bireylere

yaşamlarının her döneminde gereksinme duydukları değişik nitelikte eğitim görme olanakları sağlama, eğitimin demokratikleşmesine katkıda bulunma, bireylere iş yaşamı ile öğrenimi birlikte yürütme olanağı sağlama gibi<sup>16</sup>.

Sözkonusu olan uzaktan eğitim kitleseldir. Öğrenci ile öğretici yüzyüze gelmemektedir. Dolayısıyla çift yönlü iletişimin olmadığı rahatça söylenebilir. Uzaktan eğitimde hedefler net değildir. Bu nedenle verim oldukça düşüktür. Uzaktan eğitimin hedeflerine ulaşabilmesini istiyorsak bu hedeflerin doğrudan aktarılması ve bunların paylaşılması gerekir. Yani bilginin tüketicisi ile üreticisi yüzyüze gelmelidir. Ama yukarıda da söylendiği gibi uzaktan eğitimde yüzyüzelik yoktur. Sözkonusu olan uzaktan eğitimde, öğretim de öğrenim de yapılmaktadır ama bunlara karşın eğitimin yapılabildiğinden (yani uygulama boyutundan) daha doğrusu eğitime geçilebildiğinden şüphe edilmektedir. Kısacası bilginin üreticisi ile tüketicisi yüzyüze değilse yani çift yönlü iletişim yoksa burada eğitimden bahsedilemez. Sonuç olarak, uzaktan eğitim basamağında, eğitim hedeflerinin karşılanamaması ve sadece öğretim yapıldığının farkına varılmış olması kişilerin uzaktan eğitimden uzaktan öğretime yönelmelerine sebep olmuştur.

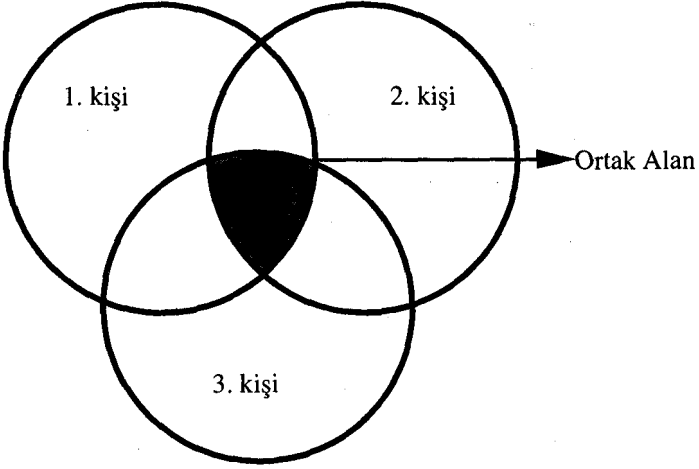
## Uzaktan Öğretim

“Açık Öğretim”, “Duvarsız Öğretim”, “Yaygın Öğretim” gibi tanımlamalarla da tanınan uzaktan öğretim dizge ve etkinliklerinde karşılaşılan yetersizliklerin karşısında çağdaş öğrencinin değişen ve gelişen gereksinimleri doğrultusunda çok yönlü iletişim olanaklarının işe koşulması sonucu çağdaş eğitim-öğretim dizgesi seçeneğidir.

Uzaktan öğretimde de tek yönlü iletişim vardır. Uzaktan öğretimin geniş bir tüketici kitlesi vardır. Bu tüketici kitlesinde insanlar birbirlerinden uzaktadırlar ama öğretim yine de öğretilmektedir. Çünkü uzaktan öğretimde, öğretim yaygınlaştırılmaktadır. Uzaktan öğretimde hedefler ve stratejiler bellidir. Böylece verim uzaktan eğitime oranla daha yüksektir. Uzaktan öğretimin bilgiyi sayıca arttırdığı yolunda yanlış bir düşünce vardır. Gerçekte bilgi sayıca artırılmamakla beraber belirli sayıda olan, sabit sayıda olan bilgi sadece daha geniş bir alana yayılmaktadır. Uzaktan öğretimde insanlar yapılanların farkındadırlar. Bunun yanı sıra yapılamayanların da farkındadırlar.

---

<sup>16</sup> John R.Verdiun. **Distance Education: The Foundations of Effective Practice.** (Birinci Basım, 1991), s.2-3.



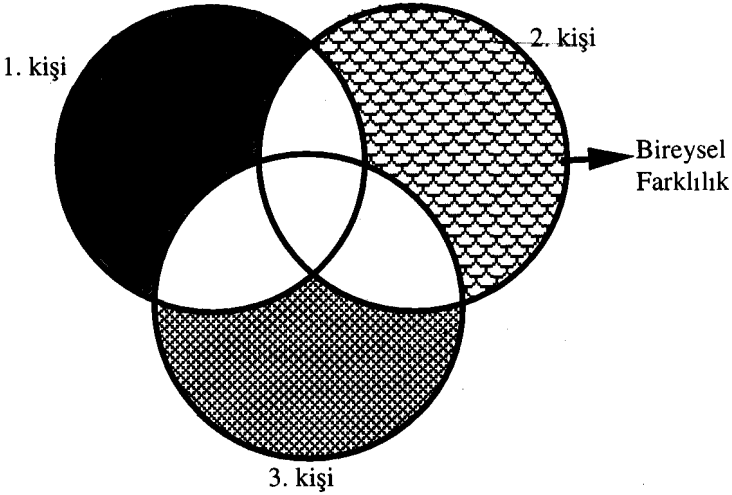
**şekil 6: Uzaktan Öğretimde Kişilerin Ortaklaşa İhtiyaçları**

Yukarıdaki şekil kişilerin ihtiyaçlarından doğan eğitim taleplerini göstermektedir. Uzaktan öğretimde, öğrencilerin ortaklaşan ihtiyaçları (şekilde içi karalı kısım) baz olarak alınır. Ve sadece bu ihtiyaçlar karşılanmaya çalışılır. Bu ihtiyaç kitlesel taleptir. Yani kitlesel bilgi talebi karşılanmaktadır. Ayrıca bu eğitim talebi sayıca ve nicel olarak doyurulmaktadır. Ama birşeyi burada açıklamak yararlı olacaktır ki uzaktan eğitimden uzaktan öğretime yönelimde değişimi belirleyen öğe talepteki (eğitim talebindeki) farklılık değildir.

### **Uzaktan Öğrenim**

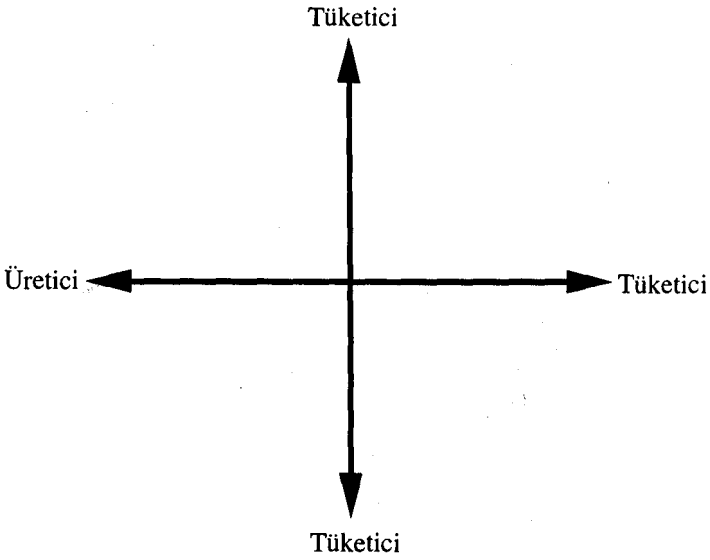
Burada eğitim talebinin nicelden nitel olarak doğru gitmesi uzaktan öğretimden uzaktan öğrenime doğru gidilmesine neden olmuştur. Yani uzaktan öğretimden uzaktan öğrenime geçişin temel nedeni eğitim talebinin artık nicel değil nitel olmaya başlamasıdır. Ayrıca uzaktan öğretimi uzaktan öğrenime ve daha sonra da açık öğrenime götüren unsur uzaktan öğretimin bazı beklentileri karşılayamamasıdır. Bu beklenti ise: İnsanların ihtiyaçlar hiyerarşisi ile açıklanabilir. Burada uzaktan öğretimde insanlar ortaklaşan ihtiyaçlarını doyuruyorlar ve daha sonra da beklentileri bireyselleşerek nicellikten uzaklaşıp nitel bir özellik kazanmaktadır.





**Şekil 7: Uzaktan Öğretimde Kişilerin Farklılaşan İhtiyaçları**

Yukarıdaki şekil kişilerin farklılaşan ihtiyaçlarından doğan eğitim talebini göstermektedir. Uzaktan öğrenim burada bu farklılaşan ihtiyaçların ortak eğitim taleplerini karşılamaya çalışır. Bu ihtiyaçlar bireysel ihtiyaçlardır denebilir. Yani kısaca uzaktan öğrenim bireysel farklılıkları doyuracak stratejidir denilebilir. Ama burada önemli olan şey uzaktan öğrenimin bu farklılaşan ihtiyaçların karşılanmasında uzaktan öğretim modelini kullanıyor olmasıdır. Uzaktan öğrenimin tek yönlü bir model olduğu söylenebilir. Bu uzaktan öğrenim ile bireysel farklılıkların ortaklaştıkları talepleri (eğitim talepleri, noktaları) saptanmaya çalışılmıştır. Yani bireysel eğitim taleplerini kitleleştirme eğilimi vardır. Ama uzaktan öğretimden uzaktan öğrenime geçerken bireysel etkileşim (öğrenci-öğretici-bilgi kaynağı üçlüsü arasındaki ve diğer öğrencilerin kurdukları üçlü arasındaki etkileşim) sağladı ki bu ihtiyaçları kitleleştirebiliriz düşüncesi söndü gitti. Uzaktan öğrenimde biraraya gelen bireylerin bilgi talepleri farklılık gösterir ve tüketici ile üretici arasındaki yatay sürecin arasında tüketiciden diğer bir tüketiciye dikey bir süreç oluşmaktadır (aşağıdaki şekil). Böylece bilgi dolaşımının yanında paylaşım da uygulanır hale gelmektedir. Tüketici ile tüketici, üretici (öğretici) ile üretici, bilgi kaynağı ile bilgi kaynağı arasında etkileşim vardır.



**Şekil 8: Üretici ve Tüketici Arasındaki Bilgi Paylaşımı ve Dolaşımı**

### **Açık Öğrenim**

İnsanların birbirinden farklı olan bilgi talebindeki hızlı artış bunların (taleplerin) ortaklaştırılarak kitleselleştirilmesini olanaksız kıldı. Ve yöneticiler öyle bir sonuca vardılar ki bireysel iletişim olanaklarının bu kadar artmasından sonra bu farklılıkların ortaklaştırılması hayaldir. Buradan da açık öğrenime geçilmek zorundadır. Açık öğrenim bireyseldir, talepler birbirlerinden farklıdır. Açık öğrenimde sistem elinde tuttuğu inisiyatifini bırakmaktadır. Ayrıca herkese eğitim modeli geliştirmekten vazgeçilmiştir.

Açık öğrenimde bilginin dolaşımı ve paylaşımı gündemdedir. Farklı taleplerin doyurulması ortak taleplerin doyurulmasına göre daha önemlidir. Mesela, sistem artık öğrencisine yemek yapıp yedirmez. Sadece öğrenciye (unu, şekeri, yağı göstererek) yemek yapmasında yardımcı olur.

Uzaktan öğretimde inisiyatif sistemdedir. Uzaktan öğretimde “danışman” vardır. Bu danışman, öğrencinin nasıl öğreneceğine karışmaz. Danışman öğrenciye sadece “nerede ne var” olduğunu belirtir.

Açık öğrenimde, hemen hemen, inisiyatif tümüyle öğrenciye geçmiştir. Ama eğer bu sorumluluk ve inisiyatif paylaşılacak olursa öğrenci bu sorumluluğun altında kalır. Öğrenci bu sorumluluğun altından kalkamazsa sistemden uzaklaşır (Drop-outs denilen şey). O zaman öğrencinin bu sorumluluğunu paylaşacak bir mekanizmaya ihtiyaç vardır. Mekanizma danışmandan daha fazla sorumluluğa sahip olmalıdır. Bu mekanizma da “rehber” dir. Öğrenci, rehberi aracılığıyla bilgi evrenine

nasıl girecek? İnsanın farklılaşan ihtiyaçlarında bir bilgi evreni oluşacaktır. Öğrenci bu evrene kendi isteğiyle girecektir ama nasıl girecektir? İşte bunun sorgulaması yapılmalıdır. Öğrenci bu evrene rehberi ile girebilir ve hangi bilgiyi almak istediğine kendi karar verir. Rehber sadece yol gösterir. Mesela, yukarıda verilen yemek yapma örneğinde, rehber aşçıbaşı olarak nitlendirilebilir.

Sonuç olarak, bu uzaktan eğitim, uzaktan öğretim, uzaktan öğrenim ve açık öğrenim iç içe geçmiş halkalar gibidir. Genellikle uzaktan uzaktan öğrenim basamağı gözardı edilir. Bilinmesi gereken birşey vardır ki bunlar birbirlerine alternatif değildirler. Biri biter diğeri başlar diye birşey de yoktur. Belirleyici olan tek şey taleptir. Bu talep bütün hepsini de gerektirebilir.

## SONUÇ

Gerek insanlık tarihi ve gerekse bireyin yaşam süreci içerisinde eğitim-öğretim amacını da içeren iletişim etkinlikleri incelendiğinde, sözel iletişimden görsel-ışitsel iletişime kadar yayılan yelpaze içerisinde söz(ses), resim, yazı, görüntü ve görüntü-ses ya da kısmen her bir ögenin karışımın içerdiği görülecektir. Bunun yanı sıra bu öğelerin hem toplumsal hem de bireysel iletişim sürecinde zaman zaman eğitim-öğretim amaçlı kullanıldığı da görülmektedir. Bu öğelerin iletişim sürecinde kullanılması, iletilen iletinin kalıcılığı, yinelenebilirliği, algı merkezlerini uyarma gücü, etki alanı gibi özelliklerinden dolayı bilinçli bir seçimi gerekli kılar.

Günümüzde çağdaş iletişim teknolojisinin eğitim-öğretim iletişim etkinliği sürecine sunduğu yeni gelişmeleri bünyesinde barındıran ve kitlelere kültür aktarma, bilgiye ulaşma, boş zamanı değerlendirme, bilgi edinmede seçmeci ve özgür olma isteklerini karşılamada uzaktan eğitim ve öğretim sistemleri; insanların karşısına bir seçenek olarak çıkmıştır. Bir başka anlatımla, uzaktan öğretim uygulamaları; çağın eğitim-öğretim iletişimi gereklerine uygun, geleneksel eğitim sistemlerinin yetersiz uygulamalarından kaynaklanan sorunları giderebilecek yeterlilik düzeyine sahip, iletişim teknolojisi ve araçlarındaki gelişmelerden yararlanan sistemler olarak tanımlanabilmektedirler.

Uzaktan eğitime, geleneksel eğitim anlayışı ile yaklaşıldığında, hedeflenen amaca ulaşamayacağı açıktır. Uzaktan eğitim, en genel anlamıyla, öğretmen ve öğrencinin fiziksel olarak aynı mekanda bulunmasna gerek olmaksızın öğretme-öğrenme etkinliklerinin düzenlenip yürütülmesidir. Çağdaş anlamda uzaktan eğitim, öğrenci ile öğretim elemanının ayrı ortamlarda bulunduğu alternatif eğitim fırsatları sağlamaya yönelik amaçlı çabaların ürünü olan, çeşitli öğretim elemanlarının işe koşulduğu, öğrenci destek hizmetleri ile genişleyen, özenli yapılarıyla önceki yalın yazışmalı ve yayınlı öğretim modellerinden ayrılan sistemli eğitim biçimi olarak tanımlanabilir.

Gerek örgün eğitimde, gerek uzaktan öğretimde ve gerekse açık öğrenimde istenilen hedeflere ulaşmada başarının temeli olarak “bilgi” görülmektedir. İnsanı yani öğrenciyi sözkonusu eğitim sistemiyle bütünleştiren olgu bilgidir. Öğrenmede kaynak bilginin tüketicisinden gelmektedir. Burada asıl olarak bilginin içeriği önemlidir. Öğretim sistemi, hangi öğretim sistemi olursa olsun bilginin içeriği doğru olarak belirlenmelidir. Yoksa bilginin tüketicisi olan kesim hedeften ve sistemden uzaklaşabilir. Bilginin içeriği belirlendikten sonra “bu bilgiyi tüketicie en etkili biçide nasıl iletelim?” sorusu sorulmalıdır. Daha doğrusu bunun planlaması yapılmalıdır. Bu da zaten medya planlamasıdır. Çünkü “bilgiyi nasıl verelim ki hem içerik hem de biçimsel olarak tüketicinin ihtiyacını karşılayalım?” sorusunu sorup cevabını amaç olarak seçmek, öğretim sistemini hedefine ulaştırarak ve tüketicici kesim olan öğrencileri de sistem içinde tutacaktır.

## KAYNAKÇA

FLEMING, Malcolm. **Instructional Message Desing.** 1978.

HEINICH, Robert. **Instructional Media.** 1989.

HESAPÇIOĞLU, Muhsin. **Öğretim İlke ve Yöntemleri.** İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş. 1992.

KEMP, Jerrold. **Planning and Producing Instructional Media.** 1985.

KÖKNEL, Özcan. **İnsanı Anlamak.** 3. Basım, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1987.

OSKAY, Ünsal. **İletişimin ABC’si.** Birinci Basım, İstanbul: Simavi Yayınları, 1992.

ÖZER, Bekir. **Türkiye’de Uzaktan Eğitim.** Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. Ekim 1989, Cilt: 2, Sayı: 2, Sayfa: 1-24.

VERDIUN R.John. **Distance Education: The Foundations of Effective Practice.** (Birinci Baskı, 1991).

YAŞAR, Şefik. **Uzaktan Öğretimde Öğrencilerin Yabancı Dil Öğrenimlerine İlişkin Tutumları.** Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. Ekim 1989, Cilt: 2, Sayı: 2, Sayfa: 227-233.

ZILLIOĞLU, Merih. **İletişim Nedir?** Birinci Basım, İstanbul: Cem Yayınevi, 1993.