

RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN MEDYA OKURYAZARLIĞINA YÖNELİK ALGILARI VE DENEYİMLERİ

PERCEPTIONS AND EXPERIENCES OF RADIO, TELEVISION AND CINEMA STUDENTS REGARDING MEDIA LITERACY

Doç. Dr. Ferhat KAÇAR

Harran Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü
ORCID ID: 0000-0003-4053-7163, kacarferhat@harran.edu.tr

ÖZ

Medya okuryazarlığı; eleştirel düşünmeyi, bilgiye karşı yapıcı tutumları ve bilgiyi etkili bir şekilde kullanmak için gereken becerileri desteklemektedir. Medya okuryazarlığının gelişimi, gençler arasında daha fazla bir gereklilik haline gelmekte ve onların çeşitli bağlamlarda medyada karşılaştıkları bilgileri etkili bir şekilde yönetmelerini sağlamaktadır. Dolayısıyla medya ile ilgili akademik alanlarda verilen eğitimin, bireylerin medya okuryazarlığı çerçevesinde bilgi edinme ve değerlendirme süreçlerini nasıl etkilediği giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu çalışmanın amacı, son dönemde medya ile ilişkili fakültelerin ve bölümlerin müfredatlarındaki derslerde ve eğitim-öğretim süreçlerinde edindikleri bilgilerin, medya okuryazarlık bilincini nasıl etkilediğini ortaya koymaktır. Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan fenomenolojik desene dayalı bu çalışmada, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümünde lisans ve yüksek lisans düzeyinde öğrenim gören toplam 34 öğrenciyle görüşülerek medya okuryazarlığına ilişkin deneyim ve algıları incelenmiştir. Araştırmanın verileri, yarı yapılandırılmış görüşmeler yoluyla toplanmış ve elde edilen veriler betimsel bir şekilde aktarılmıştır. Araştırma sonucunda, öğrencilerin gördükleri eğitim ve öğretimin etkisiyle medya içeriklerine yönelik eleştirel bir bilinç geliştirdikleri; medya mesajlarını sorgulama, analiz etme ve anlamlandırma süreçlerinde aktif bir tutum sergiledikleri ortaya konulmuştur. Ayrıca katılımcıların yeni medya araçları karşısında daha seçici, farkındalığı yüksek ve katılımcı bir yaklaşıma sahip oldukları tespit edilmiştir. Öğrencilerin bu eleştirel tutumları, kitle iletişim teorileri ve medya okuryazarlığı eleştirileriyle de uyumludur.

Anahtar Kelimeler: Medya okuryazarlığı, İletişim çalışmaları, Fenomenolojik desen, Nitel araştırma.

ABSTRACT

Media literacy promotes critical thinking, constructive attitudes towards information and the skills needed to use it effectively. It is becoming increasingly necessary to develop media literacy among young people, equipping them with the ability to manage the information they encounter in various media contexts effectively. Therefore, it is becoming increasingly important to understand how education in academic fields related to media influences individuals' knowledge acquisition and evaluation processes within the context of media literacy. This study aims to reveal how the knowledge acquired in courses and teaching-learning processes within the curricula of media-related faculties and departments in recent times affects media literacy awareness. In this study, based on a phenomenological design which is one of the qualitative research methods, a total of 34 students studying at undergraduate and graduate levels in the Radio, Television, and Cinema Department were interviewed to examine their experiences and perceptions regarding media literacy. The data were collected through semi-structured interviews and presented descriptively. The research revealed that the students had developed a critical awareness of media content as a result of their education and training, and displayed an active attitude towards questioning, analysing, and understanding media messages. Additionally, it was determined that the participants had a more selective, highly aware, and participatory approach to new media tools. Students' critical attitudes are also consistent with mass communication theories and media literacy criticisms.

Keywords: Media literacy, Communication studies, Phenomenological pattern, Qualitative research.

GİRİŞ

Dijitalleşme ve yapay zekânın hızla geliştiği günümüzde, bireylerin medya içeriklerini yalnızca tüketmekle kalmayıp aynı zamanda üretmeleri, medya okuryazarlığını daha da önemli hale getirmektedir. Çünkü çocuklar ve gençler, insanlık tarihinin hiçbir döneminde olmadığı kadar çok bilgi ve eğlence seçeneğine sahip dijital bir dünyada büyümektedir (Hobbs, 2010). Medya, büyük baskı tabanlı yayınlardan (radyo, gazete, dergi, TV gibi) ağ tabanlı dijital teknolojiler ve yapay zekâ gibi yeni bilgi ve iletişim teknolojilerine doğru dönüşerek etkisini sürdürmektedir (Kress, 2003). Medyanın güçlü ve baskın etkisini azaltmak için, bireylerin hem medya tüketicisi hem de üreticisi olarak görsel ve işitsel medya ürünlerine daha aktif katılmaları, yani medya okuryazarlığı bilinçlerinin artırılması önemlidir (Avşar, 2013). Özellikle medyanın ideolojik boyutunun, bilinç endüstrisi ile bilginin üretimi ve yönetimi üzerindeki etkisi giderek artmaktadır. Ayrıca, medyanın demokratik süreçlere olan merkezi nüfuzu ve görsel iletişim ile bilginin hayatın her alanında vazgeçilmez hale gelmesi, medya okuryazarlığı ihtiyacını daha da artırmaktadır (Masterman, 1985).

Literatüre bakıldığında son yıllarda medya okuryazarlığı konusunda teorik ve uygulamalı birçok çalışma yapıldığı görülmektedir (Kubey, 1997; Snyder, 1998; Kellner, 2002; Kellner & Share, 2005; Silverblatt vd., 2014; Mkandawire, 2018; Kulak, 2025; Karaman & Balcı, 2025; Eserdi vd., 2025). Özellikle son dönemde medya okuryazarlığına ilişkin çalışmaların artması, medya okuryazarlığının giderek artan önemini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte pek çok bölüm ya da kurum, kendi eğitim ve öğretim süreçlerinde medyanın etkisini anlamak amacıyla araştırmalar yürütmüştür (Burn & Durran, 2007; Zhang vd., 2020; Mengüloğul & Sarıkaya, 2024; Eserdi & Çıkan, 2025; Kılınç, 2025; Demirci & Yıldırım, 2025). Her yıl medya etkisi ve medya okuryazarlığına ilişkin birçok alan araştırması yapılmasına rağmen, bireylerin fenomenolojik deneyimlerini inceleyen çalışmaların yeterli sayıda olmadığı söylenebilir. Medya okuryazarlığı dersine ilişkin bazı araştırmalar yapılmış olsa da (Köktener, 2019; Aksu Bektaş & Alver, 2020), Radyo, Televizyon ve Sinema (RTS)¹ bölümlerinde okutulan müfredatların

medya okuryazarlığı bilincini geliştirme açısından yeterli düzeyde olduğu söylenemez. Ayrıca, son yıllarda öğrencilere yönelik medya okuryazarlığı konusunda birçok araştırma yapılmış olsa da bu çalışmaların çoğu doküman analizi yöntemi (Acar, 2024; Uzun, 2024) ve nicel yöntemler (Işık & Huseynova, 2024; Akıncı, 2024; Birlik & Yaraş, 2025; Erdoğan, 2025; Kulak, 2025) kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma ise önceki araştırmalardan farklı olarak, RTS bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerin medya okuryazarlığına ilişkin fenomenolojik deneyim ve algılarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Böylece alandaki boşluğa katkıda bulunarak literatüre özgün bir bakış açısı sunmayı hedeflemektedir.

Çalışma kapsamında, RTS Bölümü öğrencileriyle derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Çalışmada, öğrencilerin medya içeriklerine yaklaşımları, medya mesajlarının ardındaki anlamları ne ölçüde kavrayabildikleri ve bu içerikleri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme becerileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada öncelikle medya okuryazarlığı kavramı tanımlanmış, ardından ilgili literatür incelenmiştir. Yöntem bölümünde veri toplama aracı, çalışma grubu ve analiz süreci ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Katılımcı ifadeleri betimsel biçimde aktarılmış ve yorumlanmıştır. Elde edilen bulgular literatürle karşılaştırılarak tartışılmış; daha sonra ise sonuç ve önerilere yer verilmiştir. Bu çalışmanın, medya okuryazarlığı alanına kuramsal ve uygulamalı katkı sunması, özellikle medya eğitimi veren programlarda eleştirel bilinç gelişimine dair yeni açılımlar sağlaması beklenmektedir.

1. MEDYA OKURYAZARLIĞI: TANIM VE KAPSAMI

Medya yalnızca bir iletişim aracı olarak işlev görmekle kalmaz; aynı zamanda Stuart Hall'un (1977) da belirttiği gibi toplumsal grupların farklılaşmış yaşamlarına ışık tutarak, toplumsal bilgi sağlama ve seçici imajlar oluşturma görevini de üstlenmektedir. Medyanın önemli işlevleri ve görevlerinin yanında neyi, nasıl temsil ettiği ve gerçekliği günümüzün önemli sorunlarının alanlarını oluşturmaktadır. Masterman (1994) "Medya gerçeği sunmaz, onu temsil eder" ifadesiyle medyanın şeffaf bir yapıda olmadığını; gerçekliği doğrudan aktarmak yerine, onu yeniden yapılandırarak temsil ettiğini belirtmektedir. Bu durum, medyanın bireyleri etkileyerek kendi gerçekliğini

¹ Bu çalışmada, metnin ilerleyen bölümlerinde tekrarların önüne geçmek ve ifadeyi kısaltmak amacıyla, "Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü" ifadesi yerine RTS kısaltması kullanılmaktadır.

inşa ettiği fikrine dayanmaktadır. Bu nedenle medya, “bilinç endüstrileri” olarak adlandırılır ve insanların dünya hakkında bilgi edinmelerini sağlayarak, onların algılarını ve düşüncelerini şekillendirir. Bundan hareketle medya, sadece haber veya bilgi vermekle kalmayıp toplumsal grupları, sınıfları ve kültürleri bir araya getirerek toplumun bütünlüğünü anlama ve temsil etme görevini üstlenir. Ancak günümüzde medya ortamı, yoğun ve sürekli içerik akışıyla doygunluk seviyesine ulaşmakta; teknolojik araçlara olan bağımlılık giderek artmakta ve küresel ölçekte birbirine bağlı bir yapıya dönüşmektedir. Bu gelişmeler, bireylerin medya ile kurduğu ilişki biçimlerini köklü bir şekilde değiştirmektedir (Kellner & Share, 2007). Bu değişim çok boyutlu ve yüksek etkileşimli (multimedya okuryazarlığı) bir sürece işaret etmektedir (Buckingham, 2003). Dolayısıyla medyanın etkisinden kurtulmak veya medyayı eleştirel okuma becerisini geliştirmek için okuryazarlık ve medya okuryazarlık bilincinin yükseltilmesi, önemli bir sorun veya soru olarak ortada durmaktadır.

20. yüzyılın ortalarından itibaren okuryazarlık kavramının geleneksel tanımı değişerek, basılı ve yazılı materyalleri okuma ve yazma becerisinin ötesine geçmiş, zaman içerisinde içerik, biçim/stil, etki, anlama, yorumlama, iletişim kurma ve hesaplama gibi daha karmaşık bilişsel süreçleri de kapsayacak şekilde, farklı bağlamlarla ilişkilendirilerek daha kapsamlı bir boyuta evrilmiştir (Silverblatt vd., 2014; Mkandawire, 2018). Medya okuryazarlığı ise Burn ve Durran’a (2007) göre, kültürel, eleştirel ve yaratıcı unsurların bir araya geldiği, bireylerin medya metinlerini anlamlandırmasının yanı sıra bu metinleri yeniden şekillendirip yorumladıkları bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla medya okuryazarlığı yalnızca işlevsel becerileri değil, aynı zamanda sosyal kimlik oluşturma, kültürel aidiyet ve eleştirel düşünme gibi unsurları da kapsamaktadır (Kellner & Share, 2007).

Literatürde medya okuryazarlığına ilişkin tanımlamalarına bakıldığında; farklı medya platformları ve organları aracılığıyla alınan bilgileri ve haberleri doğru bir şekilde analiz etme, değerlendirme ve içerik oluşturma becerisi ilişkisi kurulduğu görülmektedir (Buckingham, 2003; Livingstone, 2004; Koçak, 2011; Silverblatt vd., 2014; Roozenbeek & van der Linden, 2019). Bu beceri, okuma ve yazma yetisinin ötesinde, bilgiyi anlamlandırma ve bireysel deneyimlerle

ilişkilendirme süreci ile ilişkilidir.

Medya okuryazarlığının temel amacı, bireye, bilgiyi analiz etme, yorumlama, sentezleme, eleştirme, bütünleştirme ve sonrasında bu bilgiyi değişik yaşam bileşenlerine uygulama yetisini sağlamaktır (White & Dillow, 2005; Pekman, 2011). Dolayısıyla, medya okuryazarlığı bireylere sağladığı eleştirme ve bütünleştirme becerileri ile bilgiyi farklı alanlarla ilişkisini kurma ve uygulama imkânı sağlamaktadır (White & Dillow, 2005). Aynı zamanda, bireyin belirli metinleri ve medya içeriklerini okuma, yorumlama ve üretme yetisi ile kendi kültür ve toplumuna etkin katılımını sağlayacak entelektüel araçları edinmesini de imkân tanımaktadır (Kellner & Share, 2007). Medya okuryazarlığı; yalnızca haber ve bilgi tüketimini değil, eğlence, reklam ve sosyal medya içeriklerinin de eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirilmesini kapsamaktadır (Hobbs, 2010). Bu kavram, yalnızca medya metinlerinin anlaşılmasını değil, aynı zamanda iletişim teknolojilerinin etkin bir şekilde kullanılmasını da kapsamaktadır (Güngör, 2022). Medya okuryazarlığı, medya ve iletişim teknolojilerini bilinçli ve etkili bir şekilde kullanabilmeyi sağlayan en önemli süreçlerden biri olarak eğitim aracılığıyla geliştirilir.

Okuryazarlık eğitimi konusunda hem gelenekçiler hem de reformcular arasında bir fikir birlikteliği söz konusudur (Kellner & Share, 2007). Medya okuryazarlığı konusunda henüz böyle bir uzlaşma olmasa da gelecekte medyanın etkisi konusundan insanları ve toplumları korumak için ortak bir uzlaşmanın sağlanması olasıdır. Çünkü medya okuryazarlığı eğitimi, bireylere medya kodlarını analiz etme ve medya içeriklerinin etkisini kavrayabilme yetisini ve bilincini kazandırır (Paker, 2009). Aufderheide (1993), medya okuryazarlığını, bireylerin medya içeriklerini daha eleştirel ve bilinçli bir şekilde tüketmelerini sağlamak amacıyla geliştirilmiş bir eğitim biçimi olarak tanımlamaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması, bunlardan gelen mesajların anlaşılması ve doğru bir şekilde yorumlanması, günümüzün en önemli sorunlardan biri olarak varlığını sürdürmektedir (Lin vd., 2013). Medya okuryazarlığı eğitimiyle, kültürün baskın sembol sistemlerinin kişisel, estetik, kültürel, sosyal ve politik amaçlar doğrultusunda bilinçli bir şekilde kullanımı hedeflenir. Bu eğitim, bireylerin medyayı sadece pasif bir şekilde tüketmek yerine, eleştirel bir bakış açısıyla

anlamlandırmalarını ve kendi medya üretimlerini bu bilinçle gerçekleştirmelerini sağlar (Masterman, 1985).

Medya okuryazarlığı eğitiminde, kitle iletişim araçları ve popüler kültürle bağlantılı öğrenmeye odaklanması gerekliliği, çevrimiçi teknolojilerin eğitime entegre edilmesiyle birlikte daha karmaşık bir hale gelmektedir. Bu bağlamda, dijital teknolojilerin mümkün kıldığı sosyal medya ortamı, dünya genelindeki birçok eğitimci için ayaklarımızın altındaki hareketli tektonik plakalar gibi işlev görmektedir; bizleri hem istikrarsızlaştırmakta hem de canlandırmaktadır. Aynı zamanda yeni fırsatlar, sorunlar ve öncelikler yaratmaktadır (Hobbs, 2009). Medya okuryazarlığı sayesinde, bireyler medya kültürünü, sosyal üretim ve mücadelenin bir aracı olarak öğrenmektedir. Bununla birlikte bireyler medya temsillerine eleştirel bir bakış açısı kazanmaktadır.

Öte yandan medya okuryazarlığı, bireylerin medya içeriklerini sadece tüketmekle kalmayıp, içeriklerin ardındaki ideolojik, ticari ve kültürel amaçları sorgulama ve eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmelerini sağlar (Buckingham, 2003). Özellikle günümüzde medyanın hayatımızdaki etkisinin genişlemesiyle birlikte, medya okuryazarlığı toplumda bilinçli bireyler yetiştirmek için kritik bir araç olarak öne çıkmaktadır (Potter, 2019). Bu noktada belirtmek gerekir ki, dijital enformasyonun hızla artması, yapay zekânın bilgileri ayırım gözetmeksizin doğru enformasyon olarak sunması, sosyal medyada artan manipülasyon ve haberlerdeki dezenformasyon, gerçeklik ve hakikat arasındaki bağı zayıflatmakta; bireyleri, yeni bir 'hakikat'e inanmaya yönlendirmektedir. Diğer yandan, ağ teknolojilerinin sağladığı anlık bilgi akışı, anında haberleşme imkânı ve görsellerle desteklenen içerikler; bireyleri, bilgileri eleştirel süzgeçten geçirmeden ve doğruluğunu teyit etmeden kabul etme eğilimi ile karşı karşıya bırakmaktadır. Her geçen gün artan sayısız enformasyon, haber ve bilgi akışı içinde doğru bir süzgecin oluşması için medya okuryazarlık eğitiminin daha fazla önemsenmesi gerekmektedir (Habes vd., 2023).

Özellikle günümüzde bireylerin bilgiye erişimlerinin kolaylaşmasının yanı sıra doğru bilgiye ulaşmak zorlaşmış ya da doğru bilginin hangisi olduğu sorunu ortaya çıkmıştır. Bundan dolayı eleştirel medya okuryazarlığının önemi de artmıştır. Eleştirel medya okuryazarlığı, küreselleşen ve çokkültürlü bir dünyada, kültürlerin çeşitliliğini anlamayı teşvik ederken, aynı

zamanda medyadan öğrenmeyi, manipülasyona karşı direnç göstermeyi ve medya materyallerini yapıcı şekilde kullanmayı öğretir (Kellner & Share, 2005). Dahası, medya okuryazarlığı eğitimi, öğrencilere iyi birer vatandaş olarak sosyal yaşama aktif katılım sağlayacak beceriler kazandırmayı amaçlar. Bu nedenle, medya okuryazarlığı eğitimi alan bireyler, karşılaştıkları enformasyonu sorgulayabilir ve medya metinlerindeki manipülasyona karşı daha dirençli hale gelebilirler. Eğitim ve öğretim, medya metinlerine karşı analiz etme becerisini ve medya okuryazarlık düzeyini güçlendirmekte, yanlış ve yalan enformasyona karşı savunma kalkanı oluşturmanın yollarından en önemlisi (Mourão & Robertson, 2019; Steensen, 2019) olarak öne çıkmaktadır.

2. ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ

Bu kısımda çalışmanın amacına, önemine, yöntem ve desen bilgisine, çalışma grubunun özelliklerine, analiz sürecine, kapsam ve sınırlılıklarına yer verilmiştir.

2.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Medya okuryazarlığı, toplumsal farkındalık, önyargı ve kişisel değerler üzerindeki etkisine dair bilgi edinmek, medya tüketiminin bireylerin günlük yaşantılarında, ilişkilerinde ve bilgiye yaklaşımlarında oynadığı rolü anlamak açısından önemlidir. Dolayısıyla medya içeriklerine eleştirel yaklaşabilme ve medya mesajlarının arkasındaki amaçları sorgulama becerisi, öğrencilerin medya karşısında daha donanımlı ve farkındalık düzeyi yüksek bireyler olmasında katkı sağlayabilir. Bu çalışmanın amacı, Güzel Sanatlar Fakültesi, RTS Bölümü öğrencilerinin ders müfredatlarında edindikleri bilgilerin; görsel, işitsel ve yazılı içeriklere ilişkin farkındalık düzeylerini, medya mesajlarını sorgulama yetkinliklerini, medya bilgilerini doğruluk ve güvenilirlik açısından analiz etme kapasitelerini ve medya mesajlarına yönelik eleştirel düşünme becerilerine etkisini ortaya koymaya çalışmaktır. Çalışmanın amacı ve önemi kapsamında şu sorulara cevap aranmıştır:

- Medya okuryazarlığı hakkında ne düşünüyorsunuz? Yeni medyada içeriklerin nasıl üretildiği, iletildiği ve tüketildiği konusunda sahip olduğunuz bilgi ve deneyimlerden bahsedebilir misiniz?

- Günlük yeni medya kullanımınızda kaynak ve içeriklerin güvenilirliği, önyargı barındırma olasılığı ve mesajların amacı hakkında nasıl bir sorgulama yapıyorsunuz? Bu sorgulama sürecinde nelere dikkat ediyorsunuz?
- Yeni medyada takip ettiğiniz eğlence içerikleri (örneğin, diziler, videolar, içerik üreticileri) üzerinizde nasıl bir etki bırakıyor? Bu içerikleri eleştirel bir gözle değerlendirme süreciniz nasıl işliyor ve bu konuda aldığınız derslerin bir katkısı olduğunu düşünüyor musunuz?
- Yeni medya içeriklerini değerlendirirken edindiğiniz farkındalıkların günlük yaşamınıza ve çevrenizle olan etkileşimlerinize nasıl bir etkisi vardır? Yeni medya içerikleri hakkında arkadaşlarınız veya ailenizle hangi konularda ve ne sıklıkla tartışıyorsunuz? Bu tür tartışmalar düşünce ve medya yaklaşımınızı nasıl şekillendiriyor?
- Radyo, Televizyon ve Sinema bölümünde aldığınız eğitimlerin yeni medya okuryazarlığı konusunda size kazandırdığı bir farkındalık olduğunu düşünüyor musunuz? Eğer varsa, bu farkındalıklar nelerdir ve günlük medya kullanımınıza nasıl yansımaktadır?

2.2. Yöntem ve Desen

Bu çalışma, RTS Bölümü öğrencilerinin medya okuryazarlığına dair deneyimlerini ortaya koymayı amaçladığından, fenomenolojik desen kapsamında değerlendirilebilir. Çalışma, betimsel fenomenoloji yaklaşımına göre katılımcıların ifadeleri aktarılmıştır. Katılımcıların ifadeleri, yorum eklemeyen ve betimsel bir şekilde aktarılmış; analizlerdeki başlıklar ise katılımcılara sorulan sorular ve ifadeleri temel alınarak belirlenmiştir. Araştırmacı katılımcıların ifadeleri aktarırken, kişisel önyargılarını askıya alma ilkesine göre hareket ettiği için betimleyici fenomenoloji kapsamında düşünülebilir (Giorgi, 2009).

Creswell'e göre (2023) fenomenolojik çalışma, birkaç kişinin bir fenomen veya kavramla ilgili deneyimlerinin ortak anlamını keşfetmektir. Dolayısıyla fenomenolojik çalışmalar, araştırılacak olguya odaklanarak bu olgunun

nasıl yorumlandığına, nasıl deneyimlendiğine ve bu deneyimlerin nasıl tanımlandığına odaklanmaktadır (Creswell & Poth (2016). Yıldırım ve Şimşek'e (2018) göre, fenomenolojik desende amaç, yürütülen çalışmalarda genellikle bir olguya ilişkin kişisel deneyimlerin ortaya çıkarılması ve yorumlanmasıdır.

RTS Bölümü öğrencilerinin medya okuryazarlığı sürecinde yaşadıkları deneyimlerin ve bu deneyimlere yükledikleri anlamların ortaya çıkarılması ve yorumlanması için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak veriler elde edilmiştir. Briggs'e (1986) göre, sosyal bilimlerde görüşme bireylerin deneyimleri, tutumları, görüşleri, şikâyetleri, duyguları ve inançları hakkında bilgi edinmede etkili bir yöntemdir. Bu yöntem aracılığıyla RTS Bölümü öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin fenomenolojik deneyimlerinin anlaşılması hedeflenmiştir.

2.3. Çalışmanın Örnekleme

Çalışma grubu, Şanlıurfa ilinde Harran Üniversitesi bünyesinde bulunan Güzel Sanatlar Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü lisans ve yüksek lisansta eğitim ve öğretim süreçlerine aktif devam eden öğrencilerinden oluşmaktadır. Araştırmaya gönüllü katılan 34 öğrenci ile derinlemesine mülakat yapılmıştır. Bu çalışmada örneklem grubu, amaçlı örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. Amaçlı örneklemede, evrenin temsiliyetinden çok, araştırılan konuyla ilgili deneyime sahip bireylerin yaşadıkları ve tecrübelerini ortaya koymaları hedeflenir (Johnson vd., 2007). Amaçlı örneklemede araştırmacı, çalışmanın amacı doğrultusunda hangi katılımcıları araştırmaya dahil edeceğine kendisi karar verir. Bu yöntemin tercih edilme nedeni, medya okuryazarlığına dair deneyim sahibi öğrencileri belirlemektir (Creswell & Clark, 2017).

Belirlenen katılımcılardan yüz yüze görüşme yoluyla düşünceleri alınmış; yüz yüze görüşmek istemeyen katılımcılara ise görüşme formu e-posta yoluyla gönderilmiştir. Görüşmeye katılan katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcılara ait demografik veriler

Katılımcı No	Cinsiyet	Yaş	Okuduğu Sınıf
1	Erkek	20	1.Sınıf
2	Kadın	24	1.Sınıf
3	Kadın	20	1.Sınıf
4	Kadın	19	1.Sınıf
5	Erkek	20	1.Sınıf
6	Erkek	22	1.Sınıf
7	Kadın	20	1.Sınıf
8	Erkek	19	1.Sınıf
9	Kadın	20	2.Sınıf
10	Kadın	21	2.Sınıf
11	Erkek	24	2.Sınıf
12	Kadın	19	2.Sınıf
13	Erkek	38	2.Sınıf
14	Erkek	20	2.Sınıf
15	Kadın	19	2.Sınıf
16	Kadın	29	2.Sınıf
17	Kadın	48	3.Sınıf
18	Erkek	21	3.Sınıf
19	Kadın	19	3.Sınıf
20	Erkek	21	3.Sınıf
21	Erkek	20	3.Sınıf
22	Erkek	37	3.Sınıf
23	Erkek	21	3.Sınıf
24	Erkek	21	3.Sınıf
25	Erkek	42	4.Sınıf
26	Kadın	21	4.Sınıf
27	Erkek	48	4.Sınıf
28	Erkek	22	4.Sınıf
29	Erkek	49	4.Sınıf
30	Kadın	23	4.Sınıf
31	Kadın	24	4.Sınıf
32	Kadın	26	4.Sınıf
33	Erkek	35	Yüksek Lisans
34	Kadın	28	Yüksek Lisans

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü gibi bu çalışma toplam 34 aktif eğitim sürecine devam eden öğrencilerle yapılmıştır. Tabloya bakıldığında katılımcılar çok farklı yaş aralığına sahip olduğu görülmektedir. Radyo televizyon ve sinema bölümünde okuyan öğrencilerin yaşlarının yüksek olmasından dolayı yaş ortalaması yüksek çıkmasında etkili olmuştur. Katılımcıların geniş bir yaş aralığına sahip olması farklı yaşam evreleri, medya kullanım alışkanlıkları ve medya okuryazarlığı deneyimlerine bağlı olarak görüşlerde çeşitlilik yarattığı düşünülebilir. Cinsiyet dağılımında hem kadın hem erkek öğrenciler yer almaktadır. Katılımcılar farklı sınıf düzeylerinden oluşmaktadır: 1. sınıftan 4. sınıfa kadar öğrencilerle birlikte yüksek lisans düzeyinde eğitim gören katılımcılar da bulunmaktadır. Bu durum, görüşlerin hem yaş hem de akademik ilerleme düzeyi açısından zengin ve heterojen bir yapı taşıdığını göstermektedir. Analiz sürecinde bu heterojenlik dikkate alınmış ve temalar oluşturulurken yaş ve sınıf düzeyine bağlı farklılıklar göz önünde bulundurulurken analizler yapılmıştır.

2.4. Veri Toplama ve Analiz Süreci

Çalışma için öncelikle Harran Üniversitesi etik kurulunda gerekli izinler alınmıştır (Etik Kurul Tarih ve Sayı: 15.11.2024 ve 2024/265). Gerekli izinler alındıktan sonra araştırmaya katılacak öğrencilerden onam alınmıştır. Bu süreç tamamlandıktan sonra hazırlanan form, katılımcılara doğrudan teslim edilmiş veya tercih ettikleri dijital adreslere gönderilmiştir. Çalışma kapsamında katılımcılara yöneltilen sorular, iki bölümden oluşan yarı yapılandırılmış bir görüşme formuyla iletilmiştir. İlk bölümde demografik bilgilere yer verilmiş; ikinci bölümde ise araştırmanın amacı doğrultusunda, öğrencilerin medya okuryazarlık bilgisi ile buna dair düşünce ve görüşlerinin paylaşılması istenmiştir.

Araştırma kapsamında katılımcılarla yapılan görüşmeler tamamlandıktan sonra veri analiz sürecine geçilmiştir. Araştırma verilerinin analizi betimsel fenomenoloji yaklaşımına göre aktarılmıştır. Araştırmacı, katılımcılardan elde ettiği bulguların analizini yaparken Giorgi'nin (2009) yöntemi ve süreçlerine göre yol ve süreçler izlemiştir.

Çalışmada ilk olarak, yüz yüze görüşülen kişilerin ifadeleri ile elle doldurulan formlar Word'e aktarılmış ve WhatsApp/e-posta yoluyla gönderilen formlarla

birleştirilerek tek bir dosya haline getirilmiştir. Verilerin birleştirilme işlemi tamamlandıktan sonra, veri analiz sürecine geçilmiştir. Çalışmanın analiz sürecinde ilk olarak, katılımcı ifadeleri defalarca okunmuş genel anlam ve bütünlük kavranmaya çalışılmıştır. Daha sonra katılımcıların ifadeleri, araştırma sorularına uygun anlamlı birimler haline getirilmiştir. Bu anlam birimleri, benzerlik ve farklılıklara göre gruplandırılarak başlıklar oluşturulmuştur. Son olarak, oluşturulan başlıklar/temalar altında katılımcıların ifadeleri betimsel olarak aktarılmıştır. Analizlerde 34 katılımcının deneyimi aktarılmaya çalışılmıştır. Sadece birbirine çok yakın ifadelerle deneyimleri aktaran katılımcıların bazı ifadelere yer verilmemiştir. Analizlerde katılımcılara tablo 1'deki katılımcı numarasının başına K harfi konularak kimliklendirilmiştir. Dolayısıyla her bir katılımcı bilgisi K1, K2, K3... şeklinde kodlaması yapılmıştır.

2.5. Kapsam ve Sınırlılıklar

Araştırma, Harran Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi RTS Bölümünde aktif eğitim ve öğretim gören 34 öğrenci ile sınırlıdır. Katılımcıların yaşları 19-49 arasında değişmekte olup, farklı sınıf düzeylerinden ve eğitim seviyelerinden öğrenciler çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışma, belirli bir sistematığe göre yapılmasına rağmen birtakım sınırlılıklara sahip olduğu söylenebilir. İlk olarak, araştırma yalnızca Harran Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi RTS Bölümü lisans ve yüksek lisans öğrencileriyle sınırlıdır; bu nedenle bulgular, diğer üniversite veya fakültelerdeki öğrencilere genellenemez. Öte yandan, araştırmanın 2025 Bahar döneminde derse devam eden öğrencilerle belirli bir akademik takvim çerçevesinde yürütülmesi, öğrencilerin medya tüketim alışkanlıklarının uzun vadeli gözlemlerini kapsamamaktadır. Ayrıca, çalışmada kullanılan yarı yapılandırılmış mülakatlar, katılımcıların öznel deneyimlerine dayanmakta olup, elde edilen verilerin bireysel görüş ve algılarla sınırlıdır. Bu nedenle, çalışmanın gerçekleştirildiği ortam ve dönem, bulguların diğer üniversitelerde veya farklı zaman dilimlerinde doğrudan genellenmesini kısıtlamaktadır.

2.6. Geçerlilik ve Güvenirlik

Nitel araştırmaların postmodern, yorumlayıcı ve anlamacı bilim felsefesi temelinde birçok farklı uygulama alanı mevcuttur. Fenomenoloji desende

doğrudan çalışma grubunu oluşturan katılımcıların deneyimlerine odaklanması önem arz etmektedir (Patton, 2014). Çalışmada Lincoln ve Guba'nın (1985) nitel araştırmalara yönelik belirtmiş oldukları aktarılabirlik, tutarlılık, inandırıcılık ve teyit edilebilirlik (Glaser & Strauss, 2017) gibi geçerlik ve güvenirlilik yöntemlerine dikkat edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda araştırmacı, örnekleme belirlerken, görüşme soruları hazırlarken geniş bir literatür taraması yapmış, çalışma formu hazırladıktan sonraki süreçte de geçerlik ve güvenirlilik çalışmalarına azami derecede özen göstermeye çalışmıştır. Hazırlanan soru formları alanında uzman 2 kişiyle gönderilmiş ve önerileri doğrultusunda sorular yeniden düzenlenmiştir. Katılımcılarla derinlemesine görüşmelere geçmeden önce, farklı sınıf düzeylerinden dört öğrenciyle ön uygulama yapılmıştır. Bu uygulamada soruların anlaşılabilirliği ve araştırmanın ölçmek istediği noktaları ne kadar karşıladığı kontrol edilmiş, ardından gerekli düzenlemeler yapılarak görüşme formunun son hali oluşturulmuştur. Araştırmacı, çalışmayı her aşamasında titiz ve önyargısız bir şekilde yürütmeye çalışmış, veri toplama ve analiz sürecinde katılımcıların medya okuryazarlık deneyimlerine ilişkin ifadeleri olduğu gibi aktarmaya özen göstermiştir. Kısacası nitel çalışmalarda önemli olan şeffaflık, çalışmanın her aşamasında sağlanmaya çalışılmıştır (Teddlie & Tashakkori, 2015). Veri analiz sürecinde uygun başlıklar oluşturulduktan sonra katılımcıların ifade ettikleri veya konuyla ilgili düşündükleri doğru bir şekilde yansıtmak için sürekli katılımcıların ifadeleri okunmuş, elde edilen veriler detaylı bir şekilde kodlamalar yapılarak bulgular tarafsız bir şekilde aktarılmıştır (Batdı & Oral, 2020). Böylece nitel çalışmanın yol ve süreçlerine bağlı kalınarak güvenirlilik ve geçerlilik en yüksek seviyede sağlanmaya çalışılmıştır.

3. BULGU ve ANALİZLER

Bu bölümde, katılımcılara yöneltilen sorular ve bu sorulara verdikleri yanıtlar temel alınarak başlıklar oluşturulmuştur. Katılımcıların deneyimlerini yansıtan ifadeler betimsel bir şekilde aktarılmış ve bu aktarımlardan hareketle çıkarımlar yapılmıştır.

3.1. Katılımcıların Medya Okuryazarlığına İlişkin Algıları ve Yeni Medya Deneyimleri

Katılımcılara yöneltilen "Medya okuryazarlığı hakkında ne düşünüyorsunuz? Yeni medyada içeriklerin nasıl üretildiği, iletildiği ve tüketildiği konusunda sahip

olduğunuz bilgi ve deneyimlerden bahsedebilir misiniz?” sorusuna 1. sınıf öğrencilerinin verdikleri cevaplardan öne çıkan ifadeler şu şekildedir:

K1: Medya okuryazarlığı denildiğinde insanların yeni medyada içerikleri doğru analiz etme ve bilinçli tüketme noktasında yardımcı olur. Günümüzde medya platformlarında içeriklere dikkat çekmek için dezenformasyonlarla oluşturulmaktadır. Örneğin ben bazı haber sitelerini takip ediyorum, başlığa bakıp okumaya başlıyorsun, bakıyorsun içerikle alakası yok. Sosyal medyada sürekli kısa videolar izliyorum, bu videolar etkileyici görsel ve müzikler kullanılarak bizim bilincimizi manipüle ediyor. Bunun farkındayım ama bundan tamamıyla kurtulmak zor.

K7: Medya gündelik hayatta herkesin tercih ettiği ve kolaylıkla ulaşabileceği bir platformdur. İnsanların sosyal aktivite olarak kullandığı gününün çoğunu orda geçirdiği ya da en ufak bir şeyde internette bilgi almasını sağladığı bir yerdir. Gündelik hayatı kolaylaştırmada oldukça etkilidir. Ancak yalan haber görüntü ya da yapay zekâyla beraber insanlara gerçekçi bir şekilde iletip insanları etkisi altına almaktadır. Geldiğim noktada medyanın dozunda kullanılması gerektiği taraftarıyım. Medya okuryazarlığı da bize yeni medya kullanma yetisini ve eleştirisini kazandırmaktadır.

1. sınıf öğrencilerinin ifadelerinden, medya eleştirisine yönelik bir farkındalık geliştirmeye başladıkları ancak bu eleştirilerin henüz yüzeysel ve başlangıç düzeyinde kaldığı anlaşılmaktadır. 1. sınıf derslerinin teorik düzeyleri göz önünde bulundurulduğunda, öğrencilerin daha çok dezenformasyon ve manipülasyon gibi gazetecilik pratiklerine yönelik temel eleştirilere odaklandıkları görülmektedir. Medya okuryazarlık ile ilişkili soruya 2. sınıf öğrencilerinin öne çıkan ifadeleri ise şu şekildedir:

K11: Medya okuryazarlığı, bireylerin içerikleri doğru analiz etmesi ve eleştirebilmesi açısından çok önemli bir alandır. Yeni medya, bilgiye hızlı erişim sağlarken, bilgi kirliliği ve manipülasyon risklerini de artırıyor... Bende bu geniş evren içinde gezinirken kendi içeriklerimi nasıl oluşturabileceğimi düşünüyorum.

K14: Yeni medya içerikleri insanların bazen algıda seçicilik veya sosyal medya kullanıcılarında olumlu ya da olumsuz bir algı yönetimi yaratıyor. Medyanın algı operasyonlarıyla başa çıkmak için medya okuryazarlığına ihtiyacımız vardır. Medya

okuryazarlığı demek aslında medya içeriklerine daha bilinçli yaklaşmak demektir. Ben özellikle sosyal medya içeriklerinin güvenilirliğine ve doğruluğuna hep kuşkuyla yaklaşıyorum. Bu içeriklerin satış veya eğlence amaçlı üretildiğinin farkındayım, ama tam olarak nasıl baş etmem gerektiği konusunda yeteri kadar bilgi birikimine sahip değilim.

Medya okuryazarlığına yönelik soruya, 2. sınıf öğrencilerinin teorik çerçeveden ziyade medya içeriklerine dayalı ve örnekler vererek yanıt verdikleri görülmektedir. İkinci sınıfın sonuna gelinmesiyle birlikte, teorik derslerin yanı sıra uygulamalı ve medya analizine yönelik derslerin etkisiyle belirli bir farkındalık gelişmiş; ancak çözüm üretme aşamasında bazı öğrencilerin kafa karışıklığı yaşadığı da anlaşılmaktadır. Aynı soruya ilişkin 3. sınıf öğrencilerinin öne çıkan bazı ifadeleri ise şu şekildedir:

K18: Medya okuryazarlığı, günümüzün dijital çağında bireylerin bilinçli bir şekilde içerikleri analiz edebilmesi, eleştirebilmesi ve etkin şekilde iletişim kurabilmesi için kritik bir beceridir. Yeni medyada içerik üretimi artık herkesin ulaşabileceği bir süreç haline geldi; bireyler sosyal medya platformlarında video, görsel ve yazılı içerik oluşturabilir. Bu içerikler algoritmalar tarafından yönlendirilerek belirli hedef kitlelere ulaştırılır ve genellikle hızla tüketilir. Kendi deneyimlerimden, özellikle platformların algoritmalarını anlamamın, içeriklerin nasıl manipüle edilebileceğini görmem ve bu doğrultuda eleştirel bir yaklaşım geliştirmem önemli olduğunu düşünüyorum.

K22: Kitle iletişim aygıtlarının kitleler üzerindeki etkisini göz önüne alırsak, medya okuryazarlığının sadece iletişim ile ilgilenenlerin değil (ütopik görüncü de) toplumun en azından önemli bir kesiminin en asgari düzeyde sahip olması gereken bir nitelik olduğunu düşünüyorum. Özellikle de teknoloji ile gelişen yeni iletişim ortamlarında çok fazla gerçek dışı ya da çarpıtılmış bilgilerin yayılma hızını ve bireylerin bunlardan etkilenme şekillerini düşündüğümüzde, bu anlamda toplumsal bir bilinç oluşması açısından önemli. Elbette gelinen noktada belli bir eğitim almış bireylerin özellikle X (Twitter) ortamında üretilen içeriklere eskiye göre daha az inandığını düşünüyorum. Ancak yine de tam anlamıyla içeriklerin gerçek mi ya da sahte mi olduğunu anlayabilmek için sadece medya okuryazarlığı becerisi yeterli olmuyor. Çünkü yapay zekâ ile üretilen bazı görselleri de anlayabilmek için belli bir düzeyde teknoloji bilgisi de gerekiyor.

K33: Kitle iletişim araçlarının tekelleşmesi, mesleği gazeteci olmayan iş adamlarının elinde bulunması (sahiplik), gücün sesi olması ve bundan ötürü tek yönlü subjektif mesajlar taşıması, birey ve kitleleri kendi amaç ve doğrultusunda yönetmesi, yönlendirmesi alternatif bir bakış açısının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte ağ tabanlı yeni medyanın kontrol mekanizmasının zayıf olması, herhangi bir merkez bulunmaması ve yasal çerçevenin tam oturtulmamış olması, taşınabilir cihazlarla her yerde ve anında paylaşım özelliğiyle manipüle etme özelliği alternatif bakış, eleştirel bir okuma ve yorumu gerekli kılmaktadır. Manipülatif olay ve haberlerin artmasıyla beraber medya okuryazarlığının önemi giderek artmaktadır. Ben geldiğim son noktada medya okuryazarlık bilgim ve deneyimim arttığını ve medya içeriklerine yaklaşımında derinleştiğini düşünüyorum.

Katılımcı ifadelerinden hareketle, 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin tanım ve tartışmalarda daha istekli oldukları ve medyaya, okuryazarlık düzeyinde bir bilinçle yaklaştıkları anlaşılmaktadır. Bu gelişimde, özellikle 3. sınıftan itibaren alan derslerinin ağırlık kazanmasının önemli bir rol oynadığı söylenebilir. Medya okuryazarlığı eğitiminin yalnızca tek bir dersle sınırlı kalamayacağı; bu bilincin gelişiminin zamana yayılan, çok boyutlu bir süreç gerektirdiği görülmektedir. Öğrencilerin medya okuryazarlığına ilişkin farkındalıklarının, kuram, teori ve yöntem odaklı derslerle birlikte şekillendiği ve derinleştiği gözlemlenmektedir. Bu doğrultuda, öğrencilerin medya okuryazarlığına ilişkin tanım ve eleştirilerinin zamanla daha yapılandırılmış bir biçim kazanarak eleştirel medya okuryazarlığına dönüştüğü ifade edilebilir.

3.2. Medya Kullanımında İçerik Güvenilirliği ve Sorgulama Alışkanlıklarına İlişkin Deneyim

Katılımcılara yöneltilen “Günlük yeni medya kullanımınızda içeriklerin güvenilirliği, önyargı barındırma olasılığı ve mesajların amacı hakkında nasıl bir sorgulama yapıyorsunuz? Bu sorgulama sürecinde nelere dikkat ediyorsunuz?” sorusuna 1. sınıftaki öğrenciler genelde geçitirerek cevap vermişlerdir. Buna ilişkin K2, “Örneğin bir haberin gerçek mi sahte mi olduğunu birçok farklı kaynaklarla anlayabiliriz” şeklinde ifadeler kullanmıştır. Başka bir katılımcı da veri güvenliği ve zararlarına vurgu yaparak şu cevabı vermiştir:

K4: Açıkçası çoğu içeriğin güvenilirliği yok medya çok yararlı olduğu gibi zararları da var. Çünkü kişisel veriler sızdırılabilir bu da güveni ve güvenilirliği ortadan kaldırıyor. İçeriklerin çoğu insanları manipüle ediyor insanlar ne tüketiyorsa hangi bilgiyi tüketiyorsa karşısına daha çok o bilgi çıkıyor aslında.

1. sınıf öğrencilerinin ikinci soruya verdikleri yanıtların çoğunlukla yüzeysel ve genel geçer ifadelerden oluştuğu görülmektedir. Bu durum, öğrencilerin soruyu derinlemesine ele almak yerine geçitirme eğiliminde olduklarını göstermektedir. Buna karşılık, 2. sınıf öğrencilerinin aynı soruya yanıt verirken daha istekli oldukları; yanıtlarında eleştirel düşünme ve yapıcı değerlendirme unsurlarının daha belirgin biçimde yer aldığı anlaşılmaktadır:

K10: Yeni medya çok rahat, eğlenceli olması kadar tehlikesi de bir o kadar fazladır. Bunun için her geçen gün medya ile ilgili birtakım güvenlik önlemlerini alıyorum. İçeriklerin bende önyargı oluşturmaması için de izlediğim içeriklerin eleştirel okumasını yapmaya çalışıyorum. Güvenlik için telefonu kolay kolay kimseye ya da herhangi bir site ile paylaşmıyorum. Hesaplarımı tam adımla yansıtmayacak şekilde oluşturuyorum. İçerikleri artık seçerek izlemeye çalışıyorum.

K13: Kendi deneyimlerimden yola çıkarak sosyal medya platformlarının hem içerik üretimi hem de tüketimi açısından büyük fırsat sunduğunu görüyorum. Bununla birlikte, bu alanın sorumluluk gerektirdiğine inanıyorum. Herkesin bilgi kirliliğinden kaçınmak ve güvenilir kaynaklara dayalı içerikler üretmek konusunda bilinçlenmesi gerekiyor. Özellikle bir Radyo Televizyon ve Sinema öğrencisi olarak medya okuryazarlığının sektördeki profesyoneller için vazgeçilmez bir yetkinlik olduğunu düşünüyorum.

2. sınıf öğrencileri, günlük yeni medya kullanımlarında içeriklerin güvenilirliği ve önyargı barındırma olasılığına ilişkin yanıtlarında; kişisel güvenlik, dolandırıcılık, sahte içerikler ve bilinçsiz kullanım gibi bireysel risklere dikkat çekerek, medyaya karşı geliştirdikleri güvenlik süreçlerini ön plana çıkarmışlardır. Ancak yeni medya aracılığıyla iletilen mesajlara yönelik somut önerilerde bulunmadıkları gözlemlenmektedir. İkinci soruya 3. sınıf ve sonraki sınıftaki öğrenciler ise şöyle cevap vermişlerdir:

K18: Yeni medyada bir şeyle karşılaştığımda ya da bir içerik aradığımda karşıma çıkan iletilerde

öncelikle kaynak güvenilirliği sorgulamasını yaparım. Kaynağın doğruluğu ve içeriği üreten kişinin veya kurumun geçmişini, uzmanlığını ve güvenilirliğini bakarım. İçeriğin önyargılı olup olmadığını anlamak için farklı kaynaklardan gelen bilgilerle karşılaştırırım. Paylaşılan içeriğin arkasındaki motivasyonu, bağlamı ve gerçekten hangi amaçla anlamaya çalışırım.

K22: Öncelikle medya içeriğin yayıldığı kaynaklara bakıyorum. Anonim hesaplardan yayılan bilgilere çok itibar etmiyorum. Eğer belgeye dayanan bir iddaa ise de altında yatan amacı sorgularım. Bunun yanı sıra söylemin taşıdığı ideoloji de dikkatimi çeker. Örneğin belli bir etnik gruba/topluluğa yönelik (hangi etnik kökene dayalı olduğu önemli değil) olumlu ya da olumsuz söylemlerle çok sıkça karşılaşıyorum. Belli kaynaklardan belli bir topluluğa yönelik ithamlar ortaya atıldığında o kaynağın önceki paylaşımlarına göz atar, ona göre söylemin yanlı olup olmadığını bakar ve kendimce bir sonuç çıkarırım.

3. sınıf öğrencisi K22'nin medyanın içeriklerine ve kaynak güvenilirliğine dair değerlendirmesi, benzer şekilde 4. sınıf öğrencisi ve mezun durumundaki K25 tarafından da dile getirilmiştir. Her iki katılımcı da medya içeriklerinin sadece yüzeysel olarak tüketilmemesi gerektiğine dikkat çekmiş; özellikle sosyal medya içeriklerinin güvenilirlik açısından sorgulanması gerektiğini vurgulamıştır. K25, medya tüketim alışkanlıklarını şu sözlerle açıklamıştır:

K25: Artık bireysel olarak sosyal medya kullanmamaya veya çok sınırlı kullanmaya (günlük 10-15 dakika) özen gösteriyorum. Mesleki olarak X platformunu yalnızca gündemi takip etmek amacıyla kullanıyorum. Orada karşılaştığım bir haber ya da görselin kaynağını mutlaka kontrol ediyorum. Paylaşımı kim yaptı, nasıl bir profili var, güvenilir mi? Bu paylaşımı daha önce yapan başka kişiler olmuş mu? Haberde adı geçen bir kurum veya kuruluş var mı? Tüm bunlara dikkat ediyorum.

4. sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin değerlendirmelerinde daha sistematik ve sorgulayıcı bir yaklaşım sergiledikleri görülmektedir. Bu yaklaşım, yalnızca içerik tüketimiyle sınırlı kalmayıp içeriklerin üretim biçimi ve niyetine yönelik değerlendirmeleri de kapsamaktadır. K30 adlı katılımcı, bu bağlamda medya içeriklerine karşı daha çözümleyici ve teorik bir yaklaşım geliştirdiğini şu şekilde ifade etmiştir: "Yeni medya kullanırken içeriklerin güvenilirliğini kaynağını

kontrol ederek, önyargı olup olmadığını ise kullanılan dil, söylem, göstergeler, simgeler ve sunum tarzı üzerinden sorguluyorum. Mesajın amacını anlamak için farklı kaynaklardan karşılaştırma yapıyorum."

Bu yaklaşımlar, medya okuryazarlığının öğrenciler arasında giderek derinleştiğini ve eleştirel okuryazarlık düzeyine evrildiğini göstermektedir. Buna ilişkin yüksek lisans öğrencisi K33 ise medya eleştirisini daha felsefi ve kültürel bir bağlamda ele alarak, konuyu düşünsel bir çerçevede değerlendirmiştir. K33, medyadaki bilgi sunumuna dair yaklaşımını Cemil Meriç'in fikirleri üzerinden açıklamış ve medyanın bir bilgi aracı olmanın ötesinde, ideolojik ve kültürel kodlar taşıdığını vurgulamıştır. Bu perspektif, medya içeriklerinin yalnızca görünen yüzüyle değil, aynı zamanda arka planındaki niyet ve yapılarla da değerlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

K33: Her haber, ileti ve konuya 'bir ünlem' koyarak yaklaşırım. Güvenirlik ve önyargı konuya bağlıdır. Kim burada ne amaçla nereye varmak ve neyi hedefliyor sorusunu sorar, konu önem arz ediyorsa alternatif ilk kaynaklara ulaşmaya çalışır, yorumcu ve analizcilerden kaçınıyorum. Cemil Meriç'in her tanım, tahriftir sözünü her yorum ve analiz tahrif addeder, akıl süzgecinden, koşulları itibarıyla kendi yorumumu ortaya koyarım.

Katılımcıların, yeni medya içeriklerinin güvenilirliği, önyargı barındırma olasılığı ve mesajların amacı üzerine verdikleri yanıtlar sınıf düzeyine göre farklılaşmaktadır. 1. sınıf öğrencilerinin cevapları genellikle yüzeysel ve genel geçer ifadelerden oluşurken, 2. sınıf öğrencileri güvenlik, eleştirel okuma ve sorumluluk bilinci konularında daha bilinçli yanıtlar vermiştir. 3. ve 4. sınıf öğrencileri ise kaynak sorgulama, söylem analizi, ideolojik çözümleme gibi daha derinlikli ve eleştirel yaklaşımlar sergilemiş; medya okuryazarlığında kuramsal ve metodolojik farkındalıklarının geliştiği gözlemlenmiştir. Yüksek lisans öğrencisi düzeyine ulaşıldığında ise bu yaklaşım felsefi ve kültürel boyutlara taşınarak, medya mesajlarının yalnızca içerik değil, niyet ve bağlam temelinde yorumlanması gerektiği ifade edilmiştir. Bu gelişim süreci, medya okuryazarlığının bir dersin ötesinde, zamana yayılan çok katmanlı bir öğrenme süreci olduğunu göstermektedir.

3.3. Eğlence İçeriklerinin Tüketimi ve Derslerin Eleştirel Düşünceye Etkisi

Katılımcıların medya içeriklerine yönelik aldıkları derslerin eleştirel bir bakış açısı kazandırıp kazandırmadığını anlamaya yönelik yöneltilen “Yeni medyada takip ettiğiniz eğlence içerikleri (örneğin diziler, videolar, içerik üreticileri, dijital oyunlar, video platformları vs.) üzerinizde nasıl bir etki bırakıyor? Bu içerikleri eleştirel bir gözle değerlendirme süreciniz nasıl işliyor ve bu konuda aldığınız derslerin bir katkısı olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna verilen yanıtlar, öğrencilerin sınıf düzeyine göre farklılık göstermektedir. 1. sınıf öğrencilerinin bu soruya verdikleri yanıtlar genellikle kişisel gözlemlere ve genel güvensizlik hissine dayalıdır. Örneğin, 1. sınıf öğrencisi K2, bu soruyu şu şekilde yanıtlamıştır:

K2: Dijital olan hiçbir şeyin güvenilirliğine inanmıyorum çünkü en basitinden bir oyun oynayacağımız zaman uygulamalar birçok izin istiyor ve bizler de bu izinleri verdiğimiz andan itibaren güvenlik ortadan kalkıyor. İzlediğimiz videolarda da biz neyi tüketiyorsak medyada o karşımıza çıkıyor; bu da aslında diğer pek çok bilgidan habersiz kalmamıza neden oluyor. Derslerin bu konuda bize sağlayacağı faydaya ilişkin olarak ise daha birinci sınıfın sonunda olduğum için bu katkının nasıl olacağına dair net bir bilgi yok.

K2'nin ifadelerinde görüldüğü üzere, medya içeriklerine yönelik bir farkındalık ve güvensizlik sezilmekle birlikte, bu içeriklerin eleştirel değerlendirilmesine ilişkin sistematik bir yaklaşım henüz oluşmamıştır. Ayrıca, alınan derslerin katkısını değerlendirmek için erken olduğunu düşünen başka katılımcıların da benzer ifadeler kullandıkları gözlemlenmiştir.

K7: Ben genelde yeni medyayı faydalı bir şekilde kullanmaya çalışıyorum. Çoğunlukla yabancı videolar izlemeyi tercih ediyorum ve çok da faydasını görüyorum. Mesela dil geliştirmede çok yararlı oluyor, bunlardan yeni bilgiler öğreniyorum. Diğer yeni medya platformlarını da takip ediyorum. Ancak onların etkisi konusunda tam bir bilince sahip olduğumu söyleyemem. Derslerin etkisiyle biraz daha farkındalığım oluştuysa da bu eleştirel medya okuryazarlığı sağlayacak düzeyde değildir.

Bunun yanında bazı katılımcılar, medya içeriklerini bölüme başladıktan sonra eleştirel bir gözle değerlendirmeye başladıklarını ifade etmiştir. Bu duruma ilişkin olarak K4 adlı katılımcı şu

değerlendirmeyi yapmıştır: “Önceleri eleştiri yapmadan dizi, film vb. içerikleri izler ve değerlendirme yapmazdım. Şu anda izlediğim her içeriğe az da olsa mantıklı eleştiri yapabildiğimi ve yaptığımı fark ettim. İki dönemin, başlangıç seviyesinde de olsa medyaya yaklaşımım üzerinde etkisi olduğunu söyleyebilirim.”

K4'ün ifadesi ise bölümde alınan derslerin öğrencilerin medya içeriklerine yönelik algılarını dönüştürmeye başladığını ve eleştirel bakış açısının gelişmeye başladığını göstermektedir. Bu noktada yalnızca K6, derslerin katkısını açık bir şekilde ifade etmiştir:

K6: Yeni medya platformlarındaki eğlence içerikleri, duygusal ve zihinsel olarak etkileyip empati ve mantık yürütme becerilerimi geliştiriyor. İçerikleri eleştirel bir gözle değerlendirirken, mesajların derinliğini, sosyal ve kültürel bağlamını, üretim şeklini ve toplumsal etkilerini inceliyorum. Aldığım dersler, medya okuryazarlığı ve kültürel anlayışımı geliştirerek bu değerlendirmeyi daha bilinçli yapmamı sağlıyor.

1. sınıf katılımcıların çoğu yeni medyanın faydalarından yararlandıklarını belirtmiş; ancak derslerin katkısı konusunda farklı görüşler ifade etmişlerdir. Kimi öğrenciler yeterli bilgiye sahip olmadıklarını, kimileri ise yalnızca başlangıç düzeyinde bir katkı gördüklerini belirtmiştir. Bu konuda öğrenciler arasında ortak bir görüş birliğinin bulunmadığı söylenebilir. Medya içeriklerinin tüketimi ve derslerin etkisine yönelik 2. sınıfın öğrencileri ise farkındalık düzeylerinin oluşmaya başladığı ifadelerinden anlaşılmaktadır. Buna yönelik K10 ve K12 şu ifadeleri kullanmıştır.

K10: Bir içeriği izlerken ya da dinlerken genelde o içerikte ne anlatılmak istendiğini anlamaya çalışıyorum. Mesela bir dizi izliyorsam karakterlerin neden böyle davrandığını veya hikâyenin bize ne mesaj vermeye çalıştığını sorguluyorum. Aynı zamanda içerikte verilen bilginin doğru olup olmadığını ve olayların gerçekçi anlatılıp anlatılmadığını da düşünüyorum. Bunu bana gördüğüm dersler sağlamaya başladı.

K12: Takip ettiğim içerikler genelde beni motive etse de bu içerikler farkında olmadan benim zamanımı çalıyordu. Ama artık izlediğim şeyleri gördüğüm dersler sayesinde daha eleştirel bir şekilde değerlendirmeye çalışıyorum. Örneğin bir dizide klişe bir kadın ya da erkek rolü varsa bunun farkına varıyorum.

Başka bir katılımcının ifadeleri de bu yorumları destekler niteliktedir:

K17: Olmaz olur mu aldığım dersler bana büyük bir bilinç sağladı. Benim çocuklarım da benim gibi üniversite okuyor. Ben medya iletilerinin kötü etkilerine karşılık onları uyarıyorum. Ailemi korumak istiyorum bunun için bu bölümden aldığım dersler ve içerikler bana bir özgüven hissi veriyor.

Öte yandan katılımcıların bir kısmı da derslerin etkisini ortaya koysa da medya içeriklerinin etkisinden kendini koruyamadıklarını ifade etmiştir. Bunu K15'in ifadeleri özetler niteliktedir: Her ne kadar dikkatli olmaya çalışsak bile bazen kendimizi yeni medyanın başarılı manipüle edici ve dikkat çekiciliğine kaptırabiliyoruz. Özellikle izlediğimiz dizilerin veya videoların çekiciliğine kapılıp gelişigüzel bir şekilde izlerken bize vermek istediği ve altında yatan gizli mesajları fark edemeyebiliriz.

Medya içeriklerinin tüketimi ve derslerin etkisi açısından 1. ve 2. sınıf öğrencileri arasında belirli farklılıklar görülmektedir. İkinci sınıf öğrencilerinin derslerin etkisiyle medya içeriklerine yaklaşımları kısmen değişse de bu değişimin sınırlı ve zaman zaman kafa karışıklığıyla birlikte olduğu anlaşılmaktadır. Ancak 3. sınıfla birlikte medya içeriklerine yönelik farkındalık düzeyinde belirgin bir artış gözlemlenmektedir. 3. sınıf öğrencilerinin büyük çoğunluğu, medya içeriklerini daha eleştirel ve bilinçli bir şekilde değerlendirdiklerini ifade etmektedir. Bu durumu destekleyen bazı katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K19: İzlediğim içeriklerin altında yatan mesajları eleştirel bir şekilde değerlendiririm. Örneğin, bir video oyununun politik bir mesaj içerip içermediğini ya da bir dizinin sosyal normları nasıl sunduğunu analiz ederim. Güvenilirliği artırmak için, popüler kültür ürünlerine dair analiz ve eleştiriler içeren içeriklere göz atarım.

K21: Takip ettiğim eğlence içerikleri genellikle hem keyifli hem de düşündürücü etkiler bırakıyor. Örneğin, distopik bir dizi izlerken, dizinin sosyal ve politik mesajlarını değerlendirmeye çalışırım. Eleştirel gözle değerlendirme sürecim şu şekilde işlemektedir. İçeriğin ana mesajını ve kurgusal unsurların bu mesajı nasıl desteklediğini analiz ederim. İçeriklerin beni duygusal, bilişsel veya davranışsal değişikliklere neden olup olmadığını sorgularım. Aldığım derslerin katkısını,

medyayı daha bilinçli bir şekilde tüketmek ve kendi yaşam pratiklerime adapte etmek olarak değerlendiriyorum.

K22: Öncelikle karşılaştığım reels videoları komik buluyorum ancak çok fazla zamanımı alabiliyor. Bazen farkında olmadan 30 dakika ile 1 saat arasında bu videolar arasında kaybolduğumu fark ediyorum. Medyanın birçok içeriğini eğlenceli bulsam da bağımlılık yarattığı düşüncesi beni endişelendiriyor. Elbette okuduğum bölümde aldığım dersler genel olarak medyadaki içerikleri değerlendirmemde yeni bir bakış açısı kazanmamı sağlıyor. Önceki eleştirilerimi daha geniş bir çerçevede yapabilmeme olanak tanıyor. Önceki eleştirilerimin biraz yüzeysel kaldığını fark ettim. İzlediğim eğlence içeriklerinden keyif almaya çalışırken bile eleştirel bir şekilde yaklaşıma başladığımı fark ettim.

Medya içeriklerine yönelik 4. sınıf değerlendirmelerinde, derslerin etkisinin daha belirgin olduğu görülmektedir. Katılımcılardan biri, deneyimlerini teorik katkılarla şöyle ifade etmiştir:

K25: Mesleki olarak bu işi yapmam ve aile ile yaşamın zorunluluğuyla evde dizi veya haber seyretmiyorum. Akşamları aileyle birlikte yarışma programını yaklaşık 10 dakika izliyorum. Önceki kamera açısı ve kurguya dikkat ederdim; şimdi ise buna odaklanmıyorum. Yarışma programlarında bir yarışmacı gibi yarıştığımı hissediyorum (TRT1'deki Lingo Türkiye gibi bilgi yarışmaları hariç). İzleyicinin ekranda tutulmaya çalışıldığı, daha fazla izleyici kapma yarışı içindeki programlar olarak görüyorum; izleyici bir tüketim malzemesi gibi algılanıyor. Televizyonda izlediğim içerikleri sınırlı süreye bağlı kalarak, derslerde gördüğümüz Frankfurt Okulu ve İngiliz kültürel okul çalışmalarına göre ya da sinema filmlerindeki söylem ve göstergelere bakarak yorumlamaya çalışıyorum.

Bir başka katılımcı da şu ifadelerle bu görüşü desteklemiştir:

K30: Yeni medya içeriklerini, özellikle eğlence amaçlı olanları eleştirel bir gözle değerlendirirken, mesajlarını, temsil ettikleri değerleri ve kullanılan dilin etkisini sorguluyorum. Aldığım medya okuryazarlığı dersleri, bu süreci daha bilinçli gerçekleştirmeme yardımcı oldu; içeriklerin arkasındaki amaçları ve olası manipülasyonları daha kolay fark edebiliyorum.

4. sınıftaki öğrencilerin ifadelerinde hareketle gördükleri derslerin etkisi net bir şekilde anlaşılmaktadır. Yüksek lisans ders döneminin sonuna gelen bir katılımcının ifadeleri bireysel bir tutumu ifade etmenin yanı sıra gördükleri derslerin etkisini belirginleştirmektedir:

K33: Yeni medyada üretilen konuların bireyler üzerinden birçok etkisi gün içinde karşımıza çıkmaktadır. Sevilen bir dizinin başrolünde oynayan kişinin sözleri, kıyafetleri, saç stili, aksesuarları çevremizdeki bulunanlar tarafından takip edildiğine rastlamaktayız. Bu hem kadın hem de çocuklar için de böyledir. Şahsım olarak kriterim, kendi gerçekliğim ve içinde yaşadığım toplumun gerekliliğine göre bir yaşayış ve düşünce ile hareket etmekteyim. Buna lisans ve yüksek lisansta gördüğüm derslerin ve bilgilerin önemli katkısı olmuştur.

Burada 3. sınıf öğrencilerinden başlayarak medya içeriklerine yönelik değerlendirmelerinde, aldıkları derslerin eleştirel bakış açılarının güçlendirdiği net bir şekilde ifade edilmiştir. İfadelerden hareketle katılımcılar, medya içeriklerini yalnızca tüketmekle kalmayıp, içeriklerin üretim biçimi, mesajları, kullanılan dil ve toplumsal etkilerini teorik bilgiler ışığında analiz etmeye başlamışlardır. Özellikle eğlence içeriklerine yönelik eleştirilerinde, programların izleyiciyi tüketim malzemesi olarak gördüğüne dair farkındalık gelişmiş ve medya okuryazarlığı derslerinin bu bilinçli değerlendirme sürecine önemli katkı sağladığı vurgulanmıştır.

3.4. Yeni Medya Farkındalığının Gündelik Yaşama ve Sosyal Etkileşimlere Yansımaları

Katılımcılara yöneltilen “Yeni medya içeriklerini değerlendirirken edindiğiniz farkındalıklar günlük yaşamınıza ve çevrenizle olan etkileşimlerinize nasıl yansdı? Arkadaşlarınız veya ailenizle bu içerikler hakkında hangi konularda ve ne sıklıkla tartışıyorsunuz? Bu tartışmalar düşüncenizi ve medya yaklaşımınızı nasıl etkiliyor?” sorusunda katılımcılar genellikle aile ve arkadaşlarıyla yaptıkları tartışmalara vurgu yapmıştır. Sınıflar farklı düzeyde yanıtlar vermekle birlikte, tüm öğrencilerin medya farkındalıklarını sosyal çevrelerinde tartıştıkları görülmüştür. Bununla ilişki katılımcının biri şu ifadeleri kullanmıştır:

K3: Gündemde olup bitenden çok hızlı haberimizin olması aslında birçok yönden kendimizi nasıl

korumamız ve nelere dikkat etmemiz gerektiğini gösteriyor mesela haberde olan olayları gördükçe neye nasıl tepki vermemiz gerektiğini öğreniyoruz ben en çok haber de olan olayları ailemle tartışıp konular üzerine çok konuşuyorum. Bu da bana yeni bakış açıları kazandırmaya başladı.

Buna ilişkin başka bir katılımcı ise şu ifadeleri kullanmıştır:

K16: Medyaya karşı edindiğim farkındalıklar; günlük hayatımda olayları farklı açılardan değerlendirme becerimi artırdı. Bu durum arkadaşarımla veya ailemle sık sık medya okuryazarlığı ve yeni medyanın etkileri üzerine tartışmalara neden oluyor. Özellikle gençlerin sosyal medyada maruz kaldıkları içeriklerin etkisi, sıkça gündemimizde oluyor. Bu tartışmalar hem benim hem de çevremde medya karşısındaki eleştirel bakış açısını geliştirdi.

Özellikle bazı katılımcılar haber içerikleri, sosyal medya mesajları, dizi ve film gibi eğlence içerikleri üzerine daha eleştirel ve sorgulayıcı bir bakış geliştirdiklerini belirtmişlerdir. Buna ilişkin K6 şu ifadeleri kullanmış:

K6: Medya içeriklerini değerlendirirken edindiğimiz farkındalıklar bize bilinçli karar verme güdüsünde yardımcı oluyor bu farkındalık iletişimimizi de etkiliyor. Kendimizi daha rahat ifade edebiliyoruz. Örneğin bir televizyon dizisi izlemeye başladığımızda arkadaşlar ve aile içinde ben genellikle eleştirel bakmaya başladım. Normal bir sohbet ortamında bir bakıyorum onlarla içeriklerini tartışmaya başlamışım.

Başka bir katılımcı ise K6’yı destekler nitelikte ifadeler kullanmasının yanında çevreyle yaşadıkları sorunlara da vurgu yapmıştır:

K10: Yeni medya ile ilgili edindiğim farkındalık birlikte kullandığım medya içeriklerine daha eleştirel yaklaştım. Eğlenerek izlediğim birçok diziyi, filmi ya da kısa videoları eleştirmeye başladım. Buda arkadaşarımla ve ailem arasında bir farkındalık oluşturdu. Ancak bazı noktalarda arkadaş, aile, çevre ortamı ile aramızda mesafeler oluşmaya başladı. Arkadaşarımla beni eleştiriyor ne oldu sana niye değiştin, kendimi fark edip değişmeye başlamam çevremle ilişkilerim de birtakım sıkıntılar oluşmasına neden olabiliyor.

Öte yandan diğer bir katılımcı “Evde ailemle film dizi izlerken ya da arkadaşarımla yeni medya, dizi veya filmler üzerinde sohbet ederken bildiklerimi bu konu

hakkında bana sağladığı bilgiyi söylerken kendimi gerçekten okuryazar olduğumu hissetmeye başladım” (K28) ifadeleriyle okuryazarlığa vurgu yapmıştır. Burada bazı katılımcıların, medya karşısında daha bilinçli, seçici ve sorgulayıcı bireyler hâline geldiklerini; bu sürecin ise sosyal etkileşimlerine hem yapıcı katkılar sağladığını hem de kimi zaman zorluklarla karşılaşmalarına neden olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte katılımcıların genel olarak sosyal çevrelerini ve ailelerini medya araçlarının etkisine karşı uyardıkları görülmektedir. Buna ilişkin bir katılımcı annesiyle yapay zekâ konusunda yaşadıkları gerçeklik tartışmasına dikkat çekmiştir.

K9: Ben konuları genellikle annemle tartışırım. Tartışma konumuz genellikle yapay zekâ ile ilgili oluyor. Çünkü gerçekten inandırıcılık seviyesi çok yüksek ve annem yapay zekâ ile üretilen resim veya videolara hep inanıyor. Yapabildiği ve gördüğü her şeye inanmaması gerektiğini söylüyorum ama inanıyor ve inanan çok insanda var bu ilerde korkunç bir boyuta gelebileceğini gösteriyor.

Başka bir katılımcı da benzer korkulardan bahsetmiştir:

K13: İlk zamanlarda yeni medya içeriklerini sorgulamadan tüketirken, zamanla bu içeriklere eleştirel bir gözle bakmaya başladım. Artık içerikleri belirli kriterlere göre değerlendiriyor, hedef kitleye iletilmek istenen mesajları sorguluyorum. Ailem ve arkadaşarımla da zaman zaman içeriklerin doğruluğu ve güvenilirliği üzerine tartışıyorum. Çünkü yeni medya çoğu zaman manipülasyon gücü yüksek, ikna edici içerikler sunuyor ve perde arkasını gizliyor; bu da çevremdeki sorgusuz kabullenişleri beni hem rahatsız ediyor hem de korkutuyor.

Katılımcılardan biri, medya okuryazarlığı farkındalığının sosyal çevresiyle etkileşimlerine olumlu yansıdığını şu sözlerle ifade etmiştir:

K22: Geçenlerde siyasal mezunu bir arkadaşına Frankfurt Okulu’nu sordum, bana ‘Sen nereden biliyorsun?’ dedi. ‘Urf’a da Adorno’yu bilen kaç kişi var, bir ara oturup seninle muhabbet edelim’ dedi. Neyin ne amaçla yapıldığını bilmek, o konu hakkında söz sahibi olmak demek; bu da çevreyle olan ilişkileri olumlu yönde etkileyebiliyor.

Bir başka katılımcı ise medya okuryazarlığının toplumsal faydasına dikkat çekmiştir:

K30: Yeni medya içeriklerini değerlendirirken edindiğim farkındalıklar, günlük yaşamımda daha

dikkatli ve bilinçli bir medya tüketicisi olmamı sağladı. Çevremle, özellikle içeriklerin güvenilirliği, önyargılar ve sosyal medya etkileri üzerine sıkça tartışıyoruz. Bu tartışmalar, medya hakkında daha derin düşünmeme ve eleştirel bir yaklaşım geliştirmeme yardımcı oluyor; ayrıca içeriklerin toplum üzerindeki etkilerini daha iyi anlamamı sağlıyor.

Katılımcıların yanıtlarından, medya okuryazarlığı farkındalığının oluştuğu ve bu farkındalığın aileleriyle ve sosyal çevreleriyle olan ilişkilerine yansıdığı anlaşılmaktadır. Birçok katılımcı, edindikleri eleştirel bakış açısıyla aile bireylerini ve arkadaşlarını bilgilendirmeye ya da uyarmaya çalıştıklarını belirtmiş; bunun zaman zaman fikir ayrılıklarına ve mesafe oluşmasına neden olduğunu ifade etmiştir. Aile içinde medya içerikleri üzerine yapılan tartışmaların, eleştirel düşünme becerilerini geliştirdiği ve katılımcıların olaylara daha çok yönlü bakabilmelerini sağladığı görülmektedir.

3.5. RTS Bölümünün Medya Okuryazarlığına Katkısı ve Günlük Medya Kullanımına Yansıması

Son olarak, önceki sorulara verilen cevapları netleştirmek ve çalışmanın odaklandığı amacını ortaya çıkarmak için tekrar niteliğinde yöneltilen “Radyo, Televizyon ve Sinema bölümünde aldığımız eğitimlerin yeni medya okuryazarlığı konusunda size kazandırdığı bir farkındalık olduğunu düşünüyor musunuz? Eğer varsa, bu farkındalıklar nelerdir ve günlük medya kullanımınıza nasıl yansıyor?” sorusuna katılımcılar genel olarak olumlu cevaplar vermiştir. Buna ilişkin K2, “bölüme başlamadan önce hiçbir içeriği eleştirmedim, öylece izler geçirdim. Şu anda izlediğim içeriklerin eleştiri yapmaya başladım” ifadesini kullanmıştır. K3, RTS bölümünün etkili olduğunu ancak edindiği bilgilerin henüz yeni olması nedeniyle net bir değerlendirme yapmaktan kaçındığını belirtmiştir. K5, bu bölümün iletişim becerilerini geliştirdiğini vurgularken; K9 ise “eskiden kullandığı medya içeriklerinin gerçeklik düzeyini ayırt etme konusunda farkındalık kazandığını ifade etmiştir. Genel olarak 1. sınıf öğrencileri, RTS bölümünün medya içeriklerine yönelik olumlu katkılar sağladığını belirtmiş ancak bu katkıları derinlemesine açıklayamamışlardır. Buna karşılık 2. sınıf öğrencileri, medya içeriklerinin üretilme süreci ile bu içeriklerin nasıl hazırlanıp sunulduğuna ilişkin farkındalıklarının arttığını ifade

etmişlerdir. Bu duruma örnek olarak K12, düşüncesini şu şekilde dile getirmiştir: “Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümünde aldığım eğitimler, yeni medya okuryazarlığı konusunda bana gerçekten çok şey kattı. Mesela artık içeriklerin nasıl hazırlandığını, ne amaçla sunulduğunu ve arkasında kimlerin olabileceğini daha iyi anlayabiliyorum.”

K13 ve K14, söz konusu değerlendirmeyi pekiştiren açıklamalarda bulunmuştur. K13, RTS Bölümünde aldığı eğitimin medya içeriklerini analiz etme becerisini geliştirdiğini belirtmiştir. Ayrıca medya üretim süreçlerini kavramanın, içerikleri daha eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmesine katkı sağladığını ifade etmiştir. Benzer şekilde, K14 aldığı dersler sayesinde görsel iletişim ve medya dilinin etkisini öğrendiğini; bu sayede izlediği içeriklerin arka planını, iletilen mesajları ve hedef kitleyi daha iyi analiz edebildiğini belirtmiştir.

Katılımcılar RTS Bölümünün sadece medya içeriklerini oluşturmada değil aynı zamanda görsel içeriklerin üretim süreçleri ve görsellerin taşıdığı anlamların analizlerinde fayda sağladığı belirtmişlerdir. Bunu K16 şu şekilde açıklığa kavuşturmuştur: “Özellikle görsel içeriklerin üretim süreci hakkında daha detaylı bilgi sahibi olmamı sağladı. Öğrenmiş olduğum bilgiler ışığında görsellerde verilmek istenen mesajı daha net algılayıp, yorumlayabiliyorum.”

Başka bir katılımcı da (K18) tüketim olgusunu daha iyi anladığını ve hayatında yeni bir anlamlandırma süreci başladığını ifade etmiştir: “Medya ile oluşturulan Tüketim olgusunu daha iyi anladım ve bunun ticari bir araç olarak kullanıldığını anladım. Medyadaki reklamların, dizilerin ve sosyal medya platformların tüketimi bize aktaran unsurlar olduğunun farkındalığını kazandım.”

Bölümün eleştirel bakış açısının önemine değinen K19 ise şu ifadeleri kullanmıştır “Önceden eleştirmeden sadece izlerdim. Şu an izlediğim her içeriğe eleştirel bir bakış açısı kazandım. Analiz edebiliyorum, sorguluyorum ve yorumlayabiliyorum.” Katılımcının bu ifadeleri aslında medya okuryazarlığın bireye kazandırdığı özelliklerle örtüşmektedir. Buna ilişkin başka bir katılımcı ise şu ifadeleri kullanmıştır.

K21: “Bu bölümde aldığım eğitimler bana önemli farkındalıklar kazandırdı ve kazandırmaya devam ediyor. Bir içeriğin mesajını, bağlamını ve estetik

unsurlarını nasıl değerlendireceğimi öğrendim. Özellikle reklam, propaganda ve haberlerde kullanılan manipülatif tekniklere karşı daha bilinçli olmaya başladım. Dijital platformlardaki içeriklerin üretim ve tüketim süreçlerini daha derinlemesine anlama imkânım oldu. Bu farkındalıklar, günlük medya tüketimimde seçici olmamı ve içeriklere daha bilinçli bir şekilde yaklaşmamı sağlıyor.”

Sinema eğitimi, bireylere yalnızca teknik bilgi kazandırmakla kalmaz, aynı zamanda dünyaya eleştirel ve yaratıcı bir bakış geliştirmelerine de katkı sağlar. Kuramsal ve pratik bilgiler, bireysel gelişimi desteklerken kültürel farkındalık da kazandırır. K25 bu durumu şöyle ifade etmiştir: “Bu okula başlama nedenim sinema alanında kendimi geliştirmektir. Öğrendiklerimi uygulamak bana özgüven sağladı, kültürel bilgi seviyemi artırdı. İzlediğim filmler çevreme eleştirel bir gözle bakmama ve daha bilinçli bir birey olmama katkı sağladı.”

Radyo Televizyon ve Sinema bölümü bireylere yalnızca medyayı anlaması ve yorumlamasını kolaylaştırmakla kalmaz; aynı zamanda içerik üretme, seçici tüketim ve eleştirel bakış açısı geliştirme gibi becerileri de besler. Katılımcıların medya içeriklerine yaklaşımı, zaman yönetimi alışkanlıkları ve bilgiye erişim biçimleri bu beceriler sayesinde dönüşmektedir. Katılımcıların ortaya koyduğu deneyim ve kazandıkları bakış açısı bu beceri sürecinin başarısını doğrulamaktadır. K29’un ifadeleri bu katkıyı özetlemektedir:

K29: Kesinlikle iyi yönde kazanımlarım oluyor, daha dikkatli bir okur olmamı sağladı. Fazla zaman harcamam konusunda yararlı oldu. Daha doğru içerikleri takip etmemi sağladı. Neleri paylaşım neleri paylaşmam gerektiğini öğretti. Eleştirel gözle izlememi, analiz yaparak, çıkarımlarda bulunarak takip etmem konusunda kendimi geliştirdim. TV izlerken daha seçici oldum. Film yapımı konusunda cesaretlendirdi. Film veya görselleri izlerken daha ciddiyetle izlememi sağladı. Daha çok kitap okuttu ve film izletti.

Katılımcıların ifadelerinden hareketle, RTS bölümünde okuyan öğrencilerin medya içeriklerini yalnızca tüketen değil, aynı zamanda sorgulayan bireylere dönüştüğü görülmektedir. Dijital çağın karmaşık bilgi akışında daha bilinçli seçimler yapabilen, yanlış bilgiye karşı dirençli ve görsel-işitsel anlatıları anlamlandırma becerisi gelişmiş bireyler hâline gelmektedirler. K30’un

ifadesi bu dönüşümü açıkça ortaya koymaktadır:

K30: Radyo, Televizyon ve Sinema bölümünde aldığım eğitimler, yeni medya okuryazarlığı konusunda önemli farkındalıklar kazandırdı. Medya içeriğinin yapısal analizi, mesajların iletilme biçimleri ve içeriklerin toplumsal etkileri üzerine düşünmemi sağladı. Günlük medya tüketimimde içeriklerin üretim süreçlerini ve arka planındaki amaçları daha fazla sorguluyor, daha bilinçli bir şekilde hareket ediyorum.

Katılımcıların ifadeleri RTS bölümünde alınan eğitimin medya okuryazarlığı farkındalığını artırdığını göstermektedir. Öğrenciler yalnızca medya içeriklerini tüketmekle kalmayıp, aynı zamanda bu içerikleri sorgulayan bireylere dönüşmektedir. Dersler sayesinde medya üretim süreçlerini anlamaya başlamış, görsel-işitsel anlatıları daha derinlemesine analiz edebilme yetisi kazanmışlardır. Katılımcılar, bu farkındalığın yalnızca kişisel gelişimlerine değil, çevreleriyle kurdukları ilişkilere ve günlük medya kullanım alışkanlıklarına da olumlu etkiler sağladığını belirtmiştir. Özellikle 3. ve 4. sınıf ile yüksek lisans öğrencileri, içeriklerin yapısı, iletilen mesajlar ve toplumsal etkileri konusunda daha bilinçli değerlendirmeler yapabildikleri anlaşılmaktadır.

TARTIŞMA

Bu çalışmada, RTS Bölümü öğrencilerinin ders müfredatlarından edindikleri bilgilerin görsel, işitsel ve yazılı içeriklere ilişkin farkındalıklarını, medya mesajlarını sorgulama yetkinliklerini, bilgileri doğruluk ve güvenilirlik açısından analiz etme kapasitelerini ve medya mesajlarına yönelik eleştirel düşünme becerilerini nasıl etkilediği incelenmiştir. Elde edilen bulgular, bölüm öğrencilerinin medya içeriklerine karşı okuryazarlık bilincine sahip olduğunu ve eğitim müfredatının bu bilinci geliştirdiğini göstermektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu, medya içeriklerinin üretimi, iletimi, tüketimi ve farkındalık süreçlerinde bölüm derslerinde edindikleri bilgilerin etkili olduğunu belirtmiştir. Öğrencilerin medya okuryazarlık kavramlarını tanımlamaları, medya içeriklerine yaklaşım, mesajların amacını sorgulama, doğruluk ve güvenilirlik değerlendirmeleri ile medyanın enformasyon ve dezenformasyon konularındaki tutumları, medya okuryazarlık kuramlarının temel kriterleriyle uyumludur (Hobbs, 2010; Silverblatt vd., 2014; Potter, 2016).

Bu araştırma kapsamında elde edilen bulgulardan hareketle, lisans 1. sınıf öğrencilerinden yüksek lisans öğrencilerine kadar öğrencilerin, medya metinlerine ve içeriklerine karşı eleştirel bir yaklaşım sergiledikleri görülmektedir. Öğrencilerin medya içeriklerine yönelik sorguladıkları bu eleştirel tavır Livingstone'nun (2004) medya okuryazarlığına ilişkin tanımlamalarıyla uyumaktadır. Özellikle öğrencilerin, medya içeriklerinin önyargı, yalan üretme kapasitesi, eğlence yönü, manipülasyon ve doğruluk gibi özelliklerini sorguladıkları görülmektedir. Öğrencilerin eleştirel medya okuryazarlığına sahip olması, Hobbs'un (2010) medya okuryazarlığın temel bileşeni olarak kabul ettiği erişim, analiz, üretim ve tepki aşamalarıyla doğrudan ilişkisi söz konusudur.

Ayrıca öğrencilerin yeni medya içeriklerini izlerken hem bir doyum sağladıkları hem de eleştirel bir tavır sergiledikleri görülmüştür. Aslında öğrencilerin zamanlarını sosyal medyada üretilen içeriklere harcadıkları, bu onlarda bir eğlence ve doyum sağladığı anlaşılmaktadır. Bu durum Katz ve arkadaşlarının (1973) ortaya koydukları "Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı" ile ilişkisi kurularak değerlendirilebilir. Bu bağlamda bakıldığında öğrencilerin medya içeriklerine yönelik motivasyonun eğlence tüketimi olduğu kadar buna yönelik eleştirel bir tavır da geliştirmişlerdir. Dolayısıyla katılımcıların medya metinlerine yönelik doyum arayışlarının yanı sıra ortaya koydukları eleştirel tavrın, onların pasif birer izleyici/okuyucu/kullanıcı/alıcı olmadıkları medya metinlerine karşı aktif olduklarını göstermektedir. Bu durum ise Hall'un (1980; 2007) kodlama ve kod açma modeliyle uyumlu olduğu söylenebilir. Elde edilen bulgularda, katılımcıların yapay zekâ tarafından üretilmeye başlanan içerikler, video platformları, dijital içeriklerin üretildiği mecralar, diziler ve sinema filmlerine eleştirel bir okuma yaparak aktif birer medya kullanıcıları oldukları anlaşılmaktadır. Aslında öğrencilerin, takındıkları eleştirel tavır düşünüldüğünde anlam üretiminin tek yönlü bir aktarım olmadığı, katılımcıların medya içeriklerine ilişkin kendi kültürel geçmişleri, bireysel deneyimleri ve gördükleri derslerin etkisiyle farklı şekillerde bir çözümleme yaptıkları ve bunun da Hall'un (2007) geliştirdiği teorilerle doğrudan ilişkisi olduğu söylenebilir. Ayrıca katılımcıların medya içeriklerinin dezenformasyon ve etki gücünün farkında olmaları, içeriklerinin doğruluğunu sorgulamaları,

medya içeriklerinin önyargılı yönlerini ve iletilmek istenen mesajların (tüketimi) amacının sorgulama süreçleri, Hall'un medya kullanıcılarına ilişkin ortaya koyduğu müzakereci ve muhalif okuma stratejileriyle de örtüşmektedir. Bundan hareketle RTS Bölümü öğrencilerinin gerek derste edindikleri medya okuryazarlığı becerilerinin gerekse de yaptıkları içeriklerin üretiminde, dijital çağın medya içerikleri karşısında eleştiren, sorgulayan ve aktif bireyler haline getirdiği söylenebilir.

Katılımcılara tekrar niteliğinde sorulan sorulardan elde edilen ifadelerde hareketle medya okuryazarlığı farkındalığının oluşmasında eğitim ve öğretim süreçlerinde müfredat derslerin önemli etkisi olduğu görülmektedir. Burada öğrenciler eleştirel düzeyde bir medya okuryazarlığı seviyesine erişmeye başladığı ve medya metinlerine karşı mutlak anlamda bir bilincin oluştuğu anlaşılmaktadır. Bu medya bilinci 1. ve 2. sınıftaki öğrencilerde başlangıç düzeyindedir. 3. sınıf ve sonraki sınıflardaki öğrencilerde bir sorgulama ve yorumlama sürecine geçildiği, mesajların inşa edildiği bilincinin oluştuğu her bir katılımcının ifadelerinden anlaşılmaktadır. Bu durum, Kellner ve Share'in (2005) eleştirel medya okuryazarlığı yaklaşımında vurguladığı üzere, bireylerin tüm mesajların inşa edildiğini fark etmesi ve medya içeriklerinin ideolojik ve iktidar ilişkili yönlerini sorgulayabilme becerileriyle doğrudan bağlantılıdır. Dolayısıyla bir çıkarım yapıldığında katılımcıların her ne kadar eleştirel medya okuryazarlık durumları ideal düzeyde olmasa da genel olarak eğitim sürecinde eleştirel medya bilincinin ve farkındalığının oluştuğu anlaşılmaktadır.

Özellikle katılımcıların neredeyse çoğu medya içeriklerine karşı RTS Bölümüne başlamasıyla birlikte eleştirel bir bakış açısı kazandıklarını sıklıkla vurgulamıştır. Ayrıca katılımcıların eğitim sürecinde kazandıkları eleştirel medya okuryazarlığı bilinci, Bandura'nın (2001) sosyal bilişsel kuramında tanımladığı gözlemsel öğrenme süreçleri ve medya etkileriyle ilgili farkındalık gelişimiyle de açıklanabilir. Öğrenciler lisans ve yüksek lisans derslerinde yaptıkları, analiz, yorumlama ve eleştiriye gözlemleyerek ve deneyimleyerek bir farkındalık sürecine girdikleri görülmektedir. Elde edilen bu sonuçlara göre, radyo, televizyon ve sinema ile medya ve iletişim bölümlerinde yürütülen derslerin öğrencilerin medya okuryazarlığı üzerindeki etkilerini sistematik biçimde inceleyen özgün bir niteliğe sahip

olduğu görülmektedir. Mevcut literatürde bu bölüm öğrencilerinin gördükleri derslerin medya okuryazarlığına katkısı üzerine doğrudan veriye dayalı çalışmalar sınırlı olduğu anlaşılmaktadır. Bu nedenle çalışma, eğitim programlarının öğrencilerin medya algısı ve becerilerine nasıl yansıdığını ortaya koyarak alana önemli bir bilgi boşluğu doldurmaktadır. Elde edilen bulgular, ders içeriklerinin medya okuryazarlığını geliştirmede etkili olduğunu göstermekte ve eğitim programlarının tasarımında uygulamaya dönük öneriler sunmaktadır.

Özellikle katılımcıların ifadelerinden öncelikle vurgulanması gereken temel tespit, araştırmaya katılan öğrencilerin medya okuryazarlık tanımlamaları ve yorumlama kapasiteleri, medyaya yaklaşımları 1. sınıftan üst sınıflara geçişlerde fark ettiğiidir. Bundan hareketle RTS Bölümünde verilen eğitimin, 1. sınıftan 4. sınıfa kadar geçen süre içinde bu bölümü okuyan öğrencilerin genel olarak medya okuryazarlık ile ilişkili tanım ve yaklaşımlarında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra bu bölümde okuyan öğrencilerin, mesleki deneyimlerinin dışında iyi bir sinema izleyicisi, sosyal medya içeriklerini eleştiren, dizileri daha aktif ve etkili bir şekilde eleştiren bir gelişim içinde oldukları anlaşılmaktadır. Ayrıca öğrencilerin yeni medya ortamlarında bireylerin içerik üretiminden tüketimine kadar geçen süreçlerde daha aktif, seçici ve farkındalığı yüksek bir bilince sahip oldukları belirgin bir şekilde görülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma, RTS Bölümü öğrencilerinin eğitim ve öğretim süreci boyunca medya içeriklerine yönelik eleştirel bir bakış açısı geliştirdikleri ve medya okuryazarlığı becerilerinde anlamlı bir ilerleme kaydettiklerini ortaya koymaktadır. Öğrenciler, medya metinlerini yalnızca tüketen bireyler değil, aynı zamanda bu metinleri sorgulayan, anlamlandıran ve yeniden üreten öznelere dönüşmektedir. Özellikle öğrencilerin medya mesajlarına karşı takındıkları müzakereci ve muhalif okuma stratejileri dikkat çekmektedir. Eğitim müfredatı kapsamında edindikleri kuramsal bilgilerle desteklenen bu eleştirel duruş, bireylerin medya içeriklerinin altında yatan ideolojik ve temsili yapıları çözümlemelerini sağlamakta, onları daha bilinçli ve aktif medya kullanıcıları haline getirmektedir. Bu durum, medya okuryazarlığı eğitiminin yalnızca teknik bilgi değil, aynı zamanda

eleştirel düşünme ve farkındalık kazandırma süreçleri ile yakından ilişkili olduğunu göstermektedir.

Okullarda görseller, giderek daha etkili bir iletişim biçimi haline gelirken; televizyon, sosyal medya ve yapay zekâ toplumda önemli bir bilgi kaynağı olarak kabul edilmektedir. Bu gelişmelerle birlikte basılı medyanın önemi azalmakta, yerini video ve diğer görsel araçlar almaktadır. Bu nedenle, yalnızca üniversitelerde değil, lise ve diğer okul kademelerinde de öğrencilere eleştirel görsel inceleme becerisi kazandırılması gerekmektedir. Video materyallerinin artan kullanımı, görsel kanıtları değerlendirme yetisinin önemini artırmakta; bu da medya metinlerine karşı eğitim ve öğretim müfredatlarının güncellenmesini zorunlu kılmaktadır. Özellikle lise ve üniversitelerin sosyal bilimler müfredatlarında, medya okuryazarlığına dair kapsamlı bir anlayışın geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu anlayışı oluşturmak için eğitim, iletişim, sosyoloji, psikoloji, kültürel çalışmalar ve teknoloji gibi farklı disiplinlerden yararlanmak gerekmektedir. Bu doğrultuda, gelişen kitle iletişim araçları, popüler kültür ve dijital medya dünyasında bireylerin büyüme deneyimi ele alınmalı; filmlerdeki söylem ve göstergebilimsel yapılar öğretilmeli, haber analizleri yapılmalı, propaganda ile fikir ayrımı sağlanmalı ve medya temsilleri sorgulanmalıdır. Öğrencilere eleştirel düşünme ve iletişim becerilerini geliştirecek kavramsal bir çerçeve sunulurken, analitik yaklaşımlar kazandırılmalıdır.

Çalışmalar ve okul müfredatlarında sadece medya okuryazarlığı derslerinin eklenmesi yeterli değildir. Öğrencilerin medyayı eleştirel okumalarını sağlayacak içeriklerin eklenmelidir. Örneğin göstergebilim, kültür endüstrisi ve kitle kültürü ile popüler kültür eleştirisi gibi konuların müfredata dâhil edilmesi önemlidir. Tüketim kuramlarına dair temel tartışmaların da yer alması, öğrencilerde tüketim bilincinin gelişimine katkı sağlayabilir. Bu konular, sosyal bilimlerin alt disiplinlerinde işlenmekle birlikte lise düzeyine uyarlanarak tartışma ortamı oluşturulmalıdır. Medya okuryazarlığı eğitimi katılımcı ve işbirlikçi olmalı; öğrencilerin deneyimleri dikkate alınarak eleştirel tartışma, münazara ve analiz becerileri desteklenmelidir. Öğretmen ve akademisyenler ise öğrencilerin kimlik ve medya kültürü ilişkisini gözeterek eleştirel sorgulama ortamı yaratmalıdır.

Sonuç olarak, bu çalışma, RTS Bölümü ile medya ve iletişim çalışmaları alanında yüksek lisans yapan

öğrencilerinin okul derslerinin medya okuryazarlığına katkısını inceleyerek, derslerin bu alanda etkili olduğunu göstermektedir. Katılımcıların medya deneyimleri betimsel fenomenoloji yaklaşımıyla sistematik biçimde ele alınmış, böylece Türkiye bağlamında medya okuryazarlığı ve medya kullanımına ilişkin güncel bir bakış açısı sunulmuştur. Elde edilen bulgular, yalnızca öğrencilerin deneyimlerini anlamamıza yardımcı olmakla kalmayıp, medya eğitimi pratiği ve politika geliştirme süreçlerinde kullanılacak özgün bilgiler sağlamaktadır. Bu açıdan çalışma, Türkiye’de medya eğitimi ve halkın medya deneyimlerine ilişkin bilgi boşluğunu doldurarak hem akademik hem de uygulamaya dönük katkı sunmaktadır.

KAYNAKLAR

- Acar, N. (2024). Siber zorbalık ve siber mağduriyet özelinde sosyal medya okuryazarlığı yoksunluğu üzerine bir literatür taraması. *TRT Akademi*, 9(20), 252-277.
- Akıncı, H. (2024). Üniversite öğrencileri örneğinde medya okuryazarlığı ile farklılıklara saygı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Journal of University Research*, 7(4), 429-436.
- Aksu Bektaş, Y., & Alver, M. (2020). Medya okuryazarlığı dersine ilişkin öğrenci tutumları ile öğretmen ve öğretmen adayı görüşlerinin değerlendirilmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(3), 546-572. <https://doi.org/10.17860/mersinefd.825661>
- Aufderheide, P. (1993). *Media literacy: A report of the national leadership conference on media literacy*. Aspen Institute.
- Bal, H. (2016). *Nitel araştırma yöntem ve teknikleri (Uygulamalı-örnekli)*. Sentez Yayıncılık.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, 3(3), 265-299.
- Batdı, V., & Oral, B. (2020). Bilimsel araştırmalarda geçerlilik ve güvenilirlik. B. Oral & A. Çoban (Eds.), *Kuramdan uygulamaya eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri* (s. 115-145). Pegem Akademi Yayınları.
- Birlik, A. & Yaraş, A. (2025). Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi. *Yeni Medya*, (18), 257-270.
- Briggs, C. L. (1986). *Learning how to ask: A sociolinguistic appraisal of the role of the interview in social science research*. Cambridge University Press.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The public opinion quarterly*, 37(4), 509-523.
- Buckingham, D. (2003). Media literacies. In *Media education: Literacy, learning and contemporary culture* (pp. 1-16). Polity Press.
- Burn, A., & Durran, J. (2007). *Media literacy in schools: Practice, production and progression*. Paul Chapman Publishing.
- Creswell, J. W. (2023). *Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni* (S. B. Demir & M. Bütün, Çev.). Siyasal Kitabevi.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2017). *Designing and conducting mixed methods research*. Sage Publications.
- Demirci, M., & Yıldırım, H. İ. (2025). Fen bilimleri ders kitapları ve öğretim programının 21. yüzyıl becerileri açısından incelenmesi. *Journal of Computer and Education Research*, 13(25), 156-180.
- Erdoğan, M. (2025). İletişim fakültesi öğrencilerinin dijital okuryazarlık seviyelerinin karşılaştırmalı bir analizi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2), 821-836.
- Eserdi, B., Erol, S., & Çıkan, İ. (2025). Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık durumlarının incelenmesi. *International Journal of Language Academy (IJLA)*, 13(2), 45-62.
- Giorgi, A. (2009). *The descriptive phenomenological method in psychology: A modified Husserlian approach*. Duquesne University Press.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2017). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Routledge.
- Güngör, N. (2022). *İletişim kuramlar ve yaklaşımlar*. Siyasal Yayınları.
- Habes, M., Elareshi, M., Mansoori, A., Pasha, S., Salloum, S. A., Al-Rahmi, W. M. (2023). Factors demonstrating media dependency and online misinformation sharing in Jordan. *Sustainability*, 15(2), 1474. <https://doi.org/10.3390/su15021474>.
- Hall, S. (1977). Culture, the media, and the "Ideological effect". In J. Curran, M. Gurevitch, & J. Woollacott (Eds.), *Mass communication and society* (pp. 340-341). Edward Arnold Publishers.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972-79* (pp. 128-138). Hutchinson.
- Hall, S. (2007). Encoding and decoding in the television discourse. In A. Gray, J. Campbell, M. Erickson, S. Hanson, & H. Wood (Eds.), *CCCS selected working papers: Volume 2* (pp. 386-398). Routledge.
- Hobbs, R., & Jensen, A. (2009). The past, present, and future of media literacy education. *Journal of Media Literacy Education*, 1(1), 1-11.

- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action. A white paper on the digital and media literacy recommendations of the Knight Commission on the information needs of communities in a democracy.* The Aspen Institute, Communications and Society Program.
- Johnson, P., Buehring, A., Cassell, C., & Symon, G. (2007). Defining qualitative management research: An empirical investigation. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, 2(1), 23-42.
- Işık, G. Ö., & Huseynova, Z. (2024). İletişim fakültesi öğrencilerinin görsel okuryazarlık yeterlilikleri. *International Journal of Communication and Media Research*, 4(2), 81-95.
- Karaman, S. Y., & Balcı, Ş. (2025). Medya okuryazarlığının medya ön yargıları, yalan haber paylaşımı ve medya haberlerine güven üzerindeki etkileri. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(3), 1171-1185.
- Kellner, D. (2002). New media and new literacies: Reconstructing education for the new millennium. In L. Lievrouw & S. Livingstone (Eds.), *The handbook of new media* (pp. 90-104). Sage.
- Kellner, D., & Share, J. (2005). Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: studies in the cultural politics of education*, 26(3), 369-386.
- Kellner, D., & Share, J. (2007). Critical media literacy, democracy, and the reconstruction of education. In D. Macedo & S. R. Steinberg (Eds.), *Media literacy: A reader* (pp. 3-23). Peter Lang.
- Kılınç, Ş. (2025). İlköğretim öğrencilerinin okuryazarlık becerilerinin ölçülmesi: Sistemantik inceleme. *Milli Eğitim Dergisi*, 54(246), 1147-1196.
- Kress, G. (2003). *Literacy in the new media age.* Routledge.
- Koçak, B. (2011). *Perceptions of primary school seventh and eighth grade students towards media literacy course (Case of Erzurum Province)* [Unpublished master's thesis]. Atatürk University.
- Köktener, A. (2019). İletişim fakültesi öğrencilerinin medya okuryazarlık algıları ve medya okuryazarlığı eğitimine yaklaşımları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 227-242. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.454544>
- Kubey, R. (Ed.). (1997). *Media literacy in the information age.* Transaction Publishers.
- Kulak, B. (2025). Dezenformasyona karşı medya okuryazarlığı: Kırgızistan'da iletişim fakültesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, 10(1), 75-82.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry.* Sage Publications.
- Lin, T. B., Li, J. Y., Deng, F., & Lee, L. (2013). Understanding new media literacy: An explorative theoretical framework. *Journal of Educational Technology & Society*, 16(4), 160-170.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3-14. <https://doi.org/10.1080/10714420490280152>.
- Masterman, L. (1985). *Teaching the media.* Comedia Publishing Group.
- Masterman, L. (1994). A rationale for media education (1st part). In L. Masterman & F. Mariet (Eds.), *Media education in 1990s Europe* (pp. 5-87). Council of Europe.
- Mengüloğul, G., & Sarıkaya, B. (2024). Türkçe öğretmeni adaylarının kültür okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı becerilerinin incelenmesi. *Türkiye Eğitim Dergisi*, 9(2), 280-292.
- Mkandawire, S. B. (2018). Literacy versus language: Exploring their similarities and differences. *Journal of Lexicography and Terminology*, 2(1), 37-55.
- Mourão, R. R., & Robertson, C. T. (2019). Fake news as discursive integration: An analysis of sites that publish false, misleading, hyperpartisan and sensational information. *Journalism Studies*, 20(14), 2077-2095.
- Paker, K. O. (2009). Representations of children and media literacy education. In S. İ. Akçalı (Ed.), *Children and media* (pp. 129-155). Nobel Publishing.
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice.* Sage Publications.
- Pekman, C. (2011). Avrupa Birliği'nde medya okuryazarlığı. In N. Türkoğlu & M. Cinman Şimşek (Eds.), *Medya okuryazarlığı* (s. 37-45). Parşömen Yayıncılık.

- Potter, W. J. (2016). *Media literacy*. Sage Publications.
- Potter, W. J. (2019). *Seven skills of media literacy*. Sage Publications.
- Roozenbeek, J., & Van der Linden, S. (2019). Fake news game confers psychological resistance against online misinformation. *Palgrave Communications*, 5(1), 1-10.
- Silverblatt, A., Smith, A., Miller, D., Smith, J., & Brown, N. (2014). *Media literacy: Keys to interpreting media messages* (4th ed.). Praeger.
- Snyder, I. (1998). Beyond the hype: Reassessing hypertext. In I. Snyder (Ed.), *Page to screen: Taking literacy into the electronic era* (pp. 125-143). Routledge.
- Sönmez, V., & Alacapınar, F. G. (2011). *Örneklendirilmiş Bilimsel araştırma yöntemleri*. Anı Yayıncılık.
- Steensen, S. (2019). Journalism's epistemic crisis and its solution: Disinformation, datafication and source criticism. *Journalism*, 20(1), 185-189.
- Teddle, C., & Tashakkori, A. (2015). *Karma yöntem araştırmalarının temelleri* (Y. Dede & S. B. Demir, Çev.). Anı Yayıncılık.
- Uzun, B. (2024). "Sosyal medya okuryazarlığı" ile ilgili çalışmaların incelenmesi: Bir bibliyometrik analiz. *Kronotop İletişim Dergisi*, 1(2), 111-138.
- White, S., & Dillow, S. (2005). *Key concepts and features of the 2003 national assessment of adult literacy* (NCES 2006-471). U.S. Department of Education, Institute of Education Sciences, National Center for Education Statistics.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Zhang, L., Zhang, H., & Wang, K. (2020). Media literacy education and curriculum integration: A literature review. *International Journal of Contemporary Education*, 3(1), 55-66.