



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Dana MARATOVA

KAZAKİSTAN VE TÜRKİYE’DE ÇOCUKLARIN MEDYA OKURYAZARLIĞI

Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2024



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Dana MARATOVA

KAZAKİSTAN VE TÜRKİYE’DE ÇOCUKLARIN MEDYA OKURYAZARLIĞI

Danışman

Doç. Dr. Emel AKSOY

Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2024

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Dana MARATOVA'nın bu çalışması, jürimiz tarafından Gazetecilik Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Mustafa ŞEKER (İmza)

Üye (Danışmanı) : Doç. Dr. Emel AKSOY (İmza)

Üye : Prof. Dr. Zakir AVŞAR (İmza)

Tez Başlığı: Kazakistan ve Türkiye’de Çocukların Medya Okuryazarlığı

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 05/07/2024

Mezuniyet Tarihi : 08/08/2024

(İmza)
Prof. Dr. Seda BAYRAKTAR
Müdür

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Kazakistan ve Türkiye’de Çocukların Medya Okuryazarlığı” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımda yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

İmza

Dana MARATOVA





T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ

Öğrenci Bilgileri	
Adı-Soyadı	Dana MARATOVA
Öğrenci Numarası	202052051503
Anabilim Dalı	Gazetecilik
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri	
Unvanı, Adı-Soyadı	Doç. Dr. Emel AKSOY
Yüksek Lisans Tez Başlığı	Kazakistan ve Türkiye’de Çocukların Medya Okuryazarlığı
Turnitin Bilgileri	
Ödev Numarası	2395152317
Rapor Tarihi	25.07.2024
Benzerlik Oranı	Alıntılar hariç: %17 Alıntılar dahil: %20
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE,	
Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 165 sayfalık kısmına ilişkin olarak Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır. Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir: () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım. (X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.	
Gerekçe: Tezin alıntı oranının %17'yi aşmasının ana nedeni, çalışmamın temel amacının YÖK Ulusal Tez Merkezi'nde daha önce yazılmış olan çalışmaları analiz etmek ve bu çalışmaların içeriklerini değerlendirmek olmasıdır. Tezdeki tüm alıntılar ve referanslar akademik etik kuralları çerçevesinde uygun şekilde belirtilmiş ve kaynak gösterilmiştir.	
Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.	
Danışman Öğretim Üyesi Unvanı, Adı-Soyadı Doç. Dr. Emel AKSOY	
İmza	

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	v
GÖRSELLER LİSTESİ	vi
KISALTMALAR LİSTESİ	vii
ÖZET.....	viii
ABSTRACT	ix
TEŞEKKÜR.....	x
ÖNSÖZ.....	xi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

MEDYA VE ÇOCUK İLİŞKİSİNDE TEMEL SORUNLAR

1.1. Medya Nedir?	5
1.2. Medya ve Çocuk.....	7
1.2.1. Çocuk ve Televizyon İlişkisi	9
1.2.2. Çocuk ve Sinema İlişkisi.....	12
1.2.3. Çocuk ve Radyo İlişkisi	16
1.2.4. Çocuk ve Gazete İlişkisi	19
1.2.5. Çocuk ve İnternet İlişkisi	21
1.3. Medyanın Çocuklara Etkisi	24
1.3.1. Medyanın Çocukların Fiziksel Gelişimine Etkisi.....	28
1.3.2. Medyanın Çocukların Psikolojik Gelişimine Etkisi	29
1.3.3. Medyanın Çocukların Kişisel Gelişimine Etkisi	31

İKİNCİ BÖLÜM

MEDYA OKURYAZARLIĞI

2.1. Medya Okuryazarlığı Nedir?	33
2.2. Medya Okuryazarlığı ve Dijital Medya	36
2.3. Medya Okuryazarlığını Gerekli Kılan Faktörler	38
2.4. Medya Okuryazarlığının Farklı Ülkelerde Gelişimi	40
2.4.1. Amerika’da Medya Okuryazarlığı.....	44
2.4.2. Avrupa Ülkelerinde Medya Okuryazarlığı.....	46
2.4.3. Avustralya’da Medya Okuryazarlığı	49
2.4.4. Türkiye’de Medya Okuryazarlığı	49

2.4.4.1.	Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Eğitimindeki Eksikler	53
2.4.4.2.	Kazakistan’ın Türkiye’den Örnek Alması Gereken Noktalar	54
2.4.5.	Rusya’da Medya Okuryazarlığı.....	56
2.4.6.	Orta Asya Ülkelerinde Medya Okuryazarlığı	64
2.4.6.1.	Kırgızistan’da Medya Okuryazarlığı	66
2.4.6.2.	Özbekistan’da Medya Okuryazarlığı	70
2.4.6.3.	Tacikistan’da Medya Okuryazarlığı	75
2.4.6.4.	Türkmenistan’da Medya Okuryazarlığı	80
2.4.6.5.	Kazakistan’da Medya Okuryazarlığı	81

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KAZAKİSTAN’DA MEDYA OKURYAZARLIĞININ GELİŞİMİ VE TEMEL SORUNLARI

3.1.	Kazakistan’da Medya Okuryazarlığının Tarihi ve Gelişimi	85
3.2.	Kazakistan’da Medya Okuryazarlığı Eğitimi.....	90
3.2.1.	Okullarda Medya Okuryazarlığı Eğitimi	92
3.2.2.	Üniversitede Medya Okuryazarlığı Eğitimi	94
3.2.3.	Eğitim Kurumları Dışında Medya Okuryazarlığı Eğitimi	96
3.3.	Medya Okuryazarlığı Eğitiminde Karşılaşılan Zorluklar ve Önerilen Çözümler	99
3.4.	Medya Okuryazarlığına İlişkin Yasal Düzenlemeler ve Uygulama Sorunları.....	101
3.5.	Gazeteciliğin Medya Okuryazarlığına Etkisi	102

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

MEDYA OKURYAZARLIĞI ÜZERİNE MEDYA ARAÇLARININ VE ARAŞTIRMALARIN ETKİSİ

4.1.	Araştırmanın Amacı.....	105
4.2.	Araştırmanın Önemi ve Yeniliği	105
4.3.	Araştırmanın Sınırlılıkları	107
4.4.	Araştırma Yöntemi	108
4.5.	Araştırma Modeli.....	109
4.6.	Evren ve Örneklem	110
4.7.	Araştırmanın Bulguları	110
4.7.1.	Türkiye’de Daha Önce Yapılmış Olan Lisansüstü Tezlerin Analizi	110
4.7.2.	Gazetecilik Alanında Medya Okuryazarlığı Üzerine Yapılan Tezlerin Analizi	114

4.7.3. Medya İçeriğinin Medya Okuryazarlığı Üzerindeki Etkisi Analizi	117
4.7.4. Kazakistan'da Yapılan Araştırmalar ve Yayınlar	119
SONUÇ	124
KAYNAKÇA.....	129
EK-1: Araştırmaya Dahil Edilen alışmalar.....	134
EK-2: Tez Sınıflandırma ve İnceleme Formu	147
ÖZGEMIŞ	148



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Sağlık ve Okuryazarlık İlişkisinin Kavramsal Çerçevesi	35
Şekil 2.2. Avrupa’da Medya Okuryazarlığı indeksi.	47



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Farklı ölkelerde sinema yaş sınırı sistemi.....	13
Tablo 2.1. Media Literacy Index 2022.....	42
Tablo 2.2. Rusya’da “Yeni Medya Eğitimi Sorunları” Konulu Akademik Çalışmalar	62
Tablo 4.1. Çalışmaların yıllara göre dağılımı.....	111
Tablo 4.2. Çalışmaların türüne göre (Yüksek Lisans-Doktora) dağılımı	112
Tablo 4.3. Çalışmaların konu alanına göre dağılımı.....	113
Tablo 4.4. Gazetecilik Alanında Medya Okuryazarlığı Üzerine Yapılan Tezlerin Listesi	114



GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1.1. «Bir dönem» dizisi 1.bölüm. Ekran görüntüsü.....	15
Görsel 1.2. «Daha bir dönem» dizisi 1.bölüm. Ekran görüntüsü	15
Görsel 1.3. Kazakistan'da bulunan radyo podcastlar. Ekran görüntüsü.....	19
Görsel 1.4. Kazakistan'da bulunan «Ulan» gazetesinin Instagram sayfası. Ekran görüntüsü..	21
Görsel 2.1. Orta Asya ülkeleri haritası.....	64
Görsel 3.1. Kazakistan Cumhuriyeti haritası.....	86



KISALTMALAR LİSTESİ

AAP:	Amerikan Pediatri Akademisi
AB:	Avrupa birliği
ABD:	Amerika Birleşik Devletleri
ACMA:	Avustralya Medya ve İletişim Otoritesi
BDT:	Bağımsız Devletler Topluluğu
BİT:	Bilgi ve İletişim Teknolojileri
BT:	Bilgi teknolojileri
COVID-19:	Koronavirus Hastalığı 2019
EU:	Avrupa Birliği
Kazakistan RTRK AŞ:	Kazakistan Cumhuriyeti Televizyon ve Radyo Kurumu
KGK:	Kazakistan Gazeteciler Konseyi
KİB:	Kazakistan İletişim ve Bilgi Bakanlığı
KTK:	Kazakistan Televizyon ve Radyo Kurumu
KZT:	Kazakistan Tengesi (Kazakistan'ın resmi para birimi)
LGITMIK:	Leningrad'daki tiyatro, müzik ve sinema enstitüsü
M.Ö.:	Milattan önce
MEB:	Millî Eğitim Bakanlığı
MİG:	Medya ve Bilgi Okuryazarlığı
MIL:	Media and Information Literacy
MPI:	Medya Politikası Enstitüsü
ODSK:	Sovyet Sineması Dostları Derneği
ODSKF:	Sovyet Sineması ve Fotoğrafçılığı Dostları Derneği
SSCB:	Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
TC:	Türkiye, Türkiye Cumhuriyeti
TÖMER:	Türkçe ve Yabancı Dil Araştırma ve Uygulama Merkezi
TRT:	Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TV:	Televizyon
UNESCO:	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UNICEF:	Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu
vb:	ve benzeri
vd:	e diğerleri
YTB:	Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı

ÖZET

Bu tez çalışması, Kazakistan ve Türkiye'deki çocukların medya okuryazarlığı seviyelerini incelemeyi ve karşılaştırmayı amaçlamaktadır. Bu çalışmanın önemi, her iki ülkede medya okuryazarlığı eğitim programlarının etkinliğini değerlendirmesi ve iyileştirmeler önermesidir. Ayrıca, çalışma Türkiye'de bu konuda yapılan araştırmaların derinlemesine bir analizini sunarak, Kazakistan'daki medya okuryazarlığı alanındaki araştırma eksikliğini vurgulamaktadır.

Tez, betimsel içerik analizi yöntemi kullanılarak hazırlanmaktadır. Bu yöntem, belirli bir konuda yapılan nitel ve nicel çalışmaların detaylı bir şekilde incelenmesini ve düzenlenmesini sağlar. Metinlerin özelliklerini, yapılarını, örüntülerini ve temalarını anlamak için kullanılan bu yöntem, çalışmanın verilerini sistematik bir şekilde analiz etmeyi ve sonuçlarına ulaşmayı hedefler. Bu tezde betimsel içerik analizi yöntemi kullanılarak, Türkiye'de ve Orta Asya ülkelerinde bu alanda yapılmış olan çalışmalara odaklanılmıştır. İlk olarak, Türkiye'de daha önce bu alanda yapılmış olan yüksek lisans ve doktora tezleri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Bu incelemelerin ardından, Kazakistan, Rusya ve diğer Orta Asya ülkelerinde gerçekleştirilen araştırmalar ve yayımlanan raporlar değerlendirilmiştir.

Bu süreçte, çeşitli araştırma yöntemleri ve analiz teknikleri kullanılarak geniş kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır. Elde edilen veriler sistematik bir şekilde analiz edilmiş ve betimsel içerik analizi yöntemi ile kategorilere ayrılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular, bu alanda yapılmış çalışmaların genel durumu hakkında önemli bilgiler sunmuştur. Elde edilen bulgular ışığında, bu alandaki çalışmaların nasıl geliştirilebileceği üzerine öneriler sunulmuştur.

Bu tez çalışması, Kazakistan ve Türkiye'deki medya okuryazarlığı eğitim programlarının analiz edilmesi ve çocukların medya içerikleriyle daha bilinçli bir şekilde etkileşimde bulunmalarını sağlamak için öneriler sunmayı hedeflemektedir. Elde edilecek bulgular, medya okuryazarlığı eğitimi alanında yapılan çalışmalara katkı sağlayacak ve gelecekte yapılacak araştırmalar için önemli bir kaynak oluşturacaktır.

Anahtar Sözcükler: Medya, Çocuk, Medya Okuryazarlığı, Kazakistan.

ABSTRACT

MEDIALITERACY IN KAZAKHSTAN AND TURKEY

This thesis aims to examine and compare the levels of media literacy among children in Kazakhstan and Turkey. The significance of this study lies in its evaluation of the effectiveness of media literacy education programs in both countries and its suggestions for improvements. Additionally, by presenting an in-depth analysis of research conducted on this topic in Turkey, the study highlights the lack of research in the field of media literacy in Kazakhstan.

The thesis employs the descriptive content analysis method. This method enables a detailed examination and organization of qualitative and quantitative studies conducted on a specific topic. It aims to systematically analyze the data of the study and reach conclusions by understanding the characteristics, structures, patterns, and themes of the texts. Using descriptive content analysis, this thesis focuses on studies conducted in this field in Turkey and Central Asian countries. First, the master's and doctoral theses previously conducted in Turkey in this area were thoroughly examined. Following these examinations, the research conducted and published reports in Kazakhstan, Russia, and other Central Asian countries were evaluated.

During this process, a comprehensive literature review was conducted using various research methods and analysis techniques. The data obtained were systematically analyzed and categorized using the descriptive content analysis method. The findings from the analysis provided significant insights into the general state of research in this field. Based on the findings, suggestions were made on how to improve studies in this area.

This thesis aims to analyze media literacy education programs in Kazakhstan and Turkey and provide suggestions to enable children to interact more consciously with media content. The findings will contribute to the studies in the field of media literacy education and serve as an important resource for future research.

Keywords: Media, Child, Media Literacy, Kazakhstan.

TEŞEKKÜR

Yüksek Lisans eğitimine Türkiye’de başlamak, benim için hayatımda önemli bir dönüm noktası oldu. Türkiye’ye gelmeden önce, bu deneyimin sıradan bir akademik süreç olduğunu düşünmüştüm. Ancak, Türkiye’de geçirdiğim üç yıl boyunca yaşadığım deneyimler, bakış açımı derinden değiştirdi ve beni hem akademik hem de kişisel olarak olgunlaştırdı.

Öncelikle, Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı’na (YTB) Yüksek Lisans eğitimi için sağladığı destekten dolayı derin teşekkürlerimi sunmak isterim. Ayrıca, Türk dilini öğrenme sürecimde bana büyük katkı sağlayan Akdeniz Üniversitesi TÖMER Dil Merkezi’ne minnettarım.

Bu çalışma, benim için hem kişisel hem de akademik anlamda büyük bir öneme sahiptir. Merhum annem Zhanar İbraeva, benim gazeteci olmamı ve bu alandaki çalışmalara katkı sağlamamı çok istiyor ve hayal ediyordu. Bu yüzden, bu tez çalışmasını tamamlayabilmem benim için büyük bir anlam taşımaktadır. Bu önsözü onun ruhuna adıyorum; ruhu nur içinde olsun.

Bu süreçte, zorlandığım ve bırakmak istediğim anlar da oldu. Ancak, bu gibi durumlarda bana içsel motivasyon veren ve gece gündüz desteğini esirgemeyen, bunu başarabileceğime benden daha çok inanan sevgilim Almas Abdukhalykov’ı da unutmam mümkün değil. Ne yazık ki, onu beklenmedik bir trafik kazasında kaybettim ve emeğimizin sonucunu görmeye yetişemedi. Onun ruhu da cennette olsun.

Eğitim sürecimde yanımda olan ve zorlukları birlikte aşmama yardımcı olan sevgili arkadaşlarım Zhanar, Nazerke, Ali, Rita, Esmâ ve Elem’e içten teşekkürlerimi iletiyorum.

Türkiye’de geçirdiğim zaman, burayı ikinci vatanım olarak kabul ettim. Eğitim sürecimde, COVID-19 karantinası, doğal afetler (yangın ve deprem), seçimler, enflasyon ve diğer önemli olaylar gibi birçok zorluğu birlikte yaşadık. Bu süreçte beni sadece akademik olarak değil, aynı zamanda insan olarak da destekleyen danışmanım Doç. Dr. Emel AKSOY’a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca, başarıma olan inancıyla beni her zaman destekleyen babam Kanat İBRAEV’a, motivasyon kaynağım olan büyükannem Dina’ya ve can kardeşlerim Zhansaya ve Aizhuz MARATOVA’ya, can dostlarım Meiirim ve Akmaral’a minnettarım.

Bu çalışmayı başarıyla tamamlamamda katkıları olan herkese teşekkür ederim. Bazen zorlandığımı düşünsem de bu çalışmayı tamamlama kararlılığımın sonucunda geldiğim noktadan dolayı kendime de teşekkür etmek isterim.

Dana MARATOVA

Antalya, 2024

ÖNSÖZ

Bu yüksek lisans tezi, çocuklara özel içerik yaratma, çocuklara yönelik medya içerikleri ve çocukların medya okuryazarlığı konularında yazdığım üçüncü tez çalışmasıdır. Ancak bu yüksek lisans tezini yazmaya başladığımda, yeni bir dil becerisi edinmem, yani Türkçe öğrenerek Türk dilinde yapılan araştırmaları anlama yetisine ulaşmam, bana daha fazla olanak sundu. Özellikle, YÖK Ulusal Tez Merkezi'ndeki daha önce bu alanda yapılmış olan tezleri inceleme imkânı, Kazakça, Rusça ve İngilizce araştırmaları okurken bulamadığım yeni bir bakış açısını oluşturmama yardımcı oldu.

Bu süreçte, 9 yıl boyunca devamsız eğitim almış olmama rağmen, çocuklara özel uygulamalı alanda çalıştığım için araştırma yapma ve analiz etme becerilerimin yeterince gelişmediğini fark ettim. Çalıştığım alandaki problemleri bilimsel açıdan değerlendirme ve kategorilendirme fırsatı sunan bu yüksek lisans çalışması, sistematik bir şekilde çalışma becerisi kazandırarak bana önemli katkılar sağladı. Bu nedenle, bu yüksek lisans çalışmasına ve bana sunduğu imkanlara teşekkür ederim.

Bu tez çalışması, çocuklara özel medya içerikleri ve medya okuryazarlığı konularında kapsamlı bir literatür taraması yapmayı ve bu alanda karşılaşılan zorlukları bilimsel yöntemlerle ele almayı amaçlamaktadır. Çalışmanın amacı, çocuklara yönelik medya içeriklerinin etkilerini anlamak ve bu alandaki eğitim programlarını değerlendirmektir. Ayrıca, farklı dillerde ve kültürlerde yapılan araştırmaların karşılaştırılması, medya okuryazarlığı konusundaki bilgi birikimini genişletecektir.

Bu yüksek lisans tezi dört bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde, çocukların medya araçlarını kullanması incelenerek, bu araçların çocuklar üzerindeki etkileri ele alınmaktadır. Çocukların farklı medya araçları ile ilişkisinin onların fiziksel, psikolojik ve kişisel gelişimine nasıl bir etki göstereceği Kazakistan'daki durum açısından da araştırılmaktadır. Bu bölümde, medya araçlarının çocukların günlük yaşamındaki rolü ve bu araçların gelişim üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri detaylı bir şekilde incelenmektedir.

Çalışmanın ikinci kısmında, medya okuryazarlığı kavramı, tanımı ve medya okuryazarlığı dersini gerekli kılan faktörler hakkında bilgi verilmektedir. Dijital medya ve medya okuryazarlığının farklı ülkelerdeki gelişimi ve özellikle günümüzde Türkiye ve Kazakistan'daki durumu ele alınmaktadır. Bu tez, Kazakistan'daki medya okuryazarlığına dair güncel bir perspektif sunarak, gazetecilik mesleğinin medya okuryazarlığına olan etkisini anlamamıza yardımcı olabilir ve Kazakistan ve Türkiye'de bu alanda yapılacak çalışmalar için yol gösterici olabilir.

Tez çalışmasının üçüncü bölümü, Kazakistan'da medya okuryazarlığının tarihi ve gelişimini, medya okuryazarlığı eğitimini ve bu eğitimde karşılaşılan zorlukları, medya okuryazarlığına ilişkin yasal düzenlemeleri ve uygulama sorunlarını, ve son olarak medya okuryazarlığı ile ilgili toplumsal bilincin eksikliği ve durumun nedenlerini ele almaktadır. Ayrıca, medya okuryazarlığı eğitimi konusuna odaklanarak, okullarda, üniversitelerde ve eğitim kurumları dışında medya okuryazarlığı eğitiminin durumunu değerlendirmektedir. Bu bölüm, Kazakistan'da medya okuryazarlığının gelişimi ve problemleri konusunda kapsamlı bir inceleme sunarak, bu alanda çalışan araştırmacılar ve ilgili taraflar için faydalı bir kaynak oluşturmayı amaçlamaktadır.

Son bölümde, Kazakistan ve Türkiye'de yapılan lisansüstü tez çalışmaları, araştırmalar ve rapor verilerine göre çocukların medya okuryazarlığı yaklaşımları ve betimsel içerik analizi sonuçları ele alınmaktadır. Bu bölümde, çocukların medya okuryazarlığını geliştirmek için yapılacak araştırmalar ve öneriler de sunulmaktadır. Elde edilen veriler, medya okuryazarlığı eğitim programlarının etkinliğini değerlendirmek ve bu alandaki uygulamaları geliştirmek için önemli ipuçları sağlayacaktır. Bu çalışma, genç nesillerin medya ortamında bilinçli ve aktif katılımcılar olarak yetişmelerine katkı sağlayacak önemli bir adımdır.

GİRİŞ

Medya, bilgiyi bünyesinde barındıran ve ortamlar arası aktarımını sağlayan her türlü yazılı, basılı, dijital ve elektronik ortamı kapsamakla birlikte, aslında günümüz insanının bilgi edinme ihtiyacı dışında başlıca iletişim alanı haline gelmiştir (Levin vd., 2004). Televizyon, sinema, radyo, gazete ve internet gibi çeşitli medya araçları, insanların günlük yaşamında önemli bir rol oynamaktadır.

Medya araçlarından hızlı bir şekilde gelen haberler ve mesajlar bize ne kadar bilgi ve fayda verirse, o kadar da zararlı olabilmektedir. Okuyan, duyan, gören mesajları yüzde yüz doğruymuş gibi kabul etmek yerine her şeyi araştırıp, eleştirel bir bakış açısıyla bakmak ve hangisinin gerçek, hangisinin yanlış, doğru veya hata olduğunu öğrenip, hangi haberin arkasında kimin ve neyin olduğunu, hangisinin ne amaçla yazılıp hazırlandığını düşünerek karar vermek işe yararlı bir yaklaşımdır. Bu yaklaşıma toplumdaki insanların sahip olabilmesi çok önemlidir. Onun sağlanabilmesi için ilk olarak bireylerin medya konusunda bilinçlenmesi önemlidir. Medya okuryazarlığının önemi ise bireylerin medya araçlarını doğru bir şekilde kullanabilmesi ve doğru bilgiye sahip olmak amacıyla düzgün bir kaynak taramayla ulaşabilmesini sağlamaktadır.

Yeni yüzyılda insanların yeni bir bilgi, habere sahip olmaya ihtiyacı hava almak, yemek ve uyumak gibi önemli bir yaşam faktörü olarak kabul edilmektedir. Medya araçlarının kullanımı her gün artınca da insanların medya kullanmada bilinçli olmasının önemi artmaktadır. Eskiden medya araçları sadece haberdar etme, bilgi verme görevlerini yapmaya çalıştıysa, yeni yüzyılda medya araçları artık insanları düşünce yaratma ve duygusal açıdan etkilemektedir. Dünyadaki her insan ister istemez medya ile sıkı ilişkide olmak zorundadır. Sadece olgun insanlar ve yetişkinler değil çocuklar da medya kullanıcıları sayısını arttırmakta dahil olmaktadır.

Özellikle COVID-19 döneminde bütün dünya evden çıkmadan dijital medya sayesinde olan bitenlerden haberdar olma şansına sahip oldular. Çocuklar ise uzaktan eğitim almak amacıyla elektronik aletlerle ve medya araçları ile daha da yakın ilişki kurmaya başladılar. Şu anda medya araçları ile ilişkimiz göz önüne alındığında onun tesirinden ne kadar izolasyon yaparak, soyutlayarak yaşamaya çalışırsak bile uzak durabilmeyeceğimiz kadar ortadadır.

İnsanın belli bir yeteneğe sahip olması için ona çocukluktan öğretilmesi önemlidir. Bu tecrübe medya okuryazarlığı konusunda da etkilidir. Bu Yüksel Lisans tezi çalışmasının amacı medya okuryazarlığı hakkında önceden yapılmış olan çalışmalara ilişkin incelemelerde bulunup yeni bir araştırma ile medya eğitiminin önemine vurgu yapmaktır.

Medya okuryazarlığı da günümüzde giderek artan öneme sahip olan bir kavramdır. Medyanın gücü ve etkisi her geçen gün daha da artarken, doğru bilgiye erişmek, yanlış bilgilendirmeye karşı korunmak ve bilgiyi eleştirel bir şekilde değerlendirebilmek için medya okuryazarlığı oldukça önemlidir. Medyada yer alan bilgi paylaşımları kimi zaman farklı amaç ve ideolojiler etrafında oluşturulmuş olabileceğinden, her zaman doğru bilgi akışı olmadığından (Sarsar ve Engin, 2015), yaşadığımız çağda medyadan ulaşılan bilgi, haber ve iletilere karşı dikkatli ve seçici davranılmalıdır.

Günümüzde, çocuklar her zamankinden daha fazla medyanın çeşitli biçimleriyle etkileşime girmekte ve bu durum, onların sosyal, bilişsel ve duygusal gelişimleri üzerinde derin etkiler yaratmaktadır. Televizyon, sinema, radyo, gazete ve internet gibi medya araçları, çocukların günlük yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiş ve bu araçlar aracılığıyla sunulan içerikler, çocukların dünya görüşlerini şekillendirmede büyük rol oynamaktadır. Medya araçlarının bu denli hayati bir rol oynaması, medya okuryazarlığının önemini daha da artırmaktadır.

Medya okuryazarlığı, bireylerin medya mesajlarını sorgulayabilme, analiz edebilme ve değerlendirebilme yeteneği olarak tanımlanabilir. Bu yetenekler, çocukların medyadan aldıkları bilgileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmelerine ve medya içeriklerinin onlar üzerindeki olası olumsuz etkilerini azaltmalarına yardımcı olur. Medya okuryazarlığı eğitim programları, çocuklara medya içeriklerini daha bilinçli tüketme ve medyanın potansiyel manipülatif etkilerine karşı kendilerini koruma becerileri kazandırmayı amaçlar.

Medya ve teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte, çocuklar üzerindeki etkileri de giderek artmaktadır. Bu gelişmeler, çocukların medya ile etkileşim biçimlerini ve medya içeriklerine olan erişimlerini köklü bir şekilde değiştirmektedir. Özellikle akıllı telefonlar ve tabletler gibi taşınabilir cihazların yaygınlaşması, çocukların geleneksel medya formlarının ötesinde, sürekli ve çeşitlenen medya akışlarına erişimini sağlamaktadır. Bu durum, medya okuryazarlığı kavramını daha da önemli hale getirmekte ve çocukların bu yeni medya ortamında nasıl hareket etmeleri gerektiği konusunda yeni stratejilerin geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır.

Teknolojinin hızlı gelişimi, internetin yaygınlaşması ve dijital medyanın yükselişi, çocukların medyayla etkileşimini köklü bir şekilde değiştirmiştir. Artık çocuklar, televizyon, internet, sosyal medya, video oyunları ve diğer dijital içeriklerle erken yaşlardan itibaren karşı karşıya gelmektedirler. Ancak, bu artan medya kullanımının olumlu ve olumsuz yönleri bulunmaktadır.

Çocuklar medya içeriğiyle etkileşime girdikçe, medya okuryazarlığı becerileri kazanmaları önemli hale gelmektedir. Medya okuryazarlığı, bireylerin medyayı eleştirel bir şekilde anlamaları ve kullanmaları için gerekli olan bilgi, beceri ve anlayışları içeren önemli bir kavramdır. Medya okuryazarlığı, medya mesajlarını anlama, medya içeriğini değerlendirme, medya etkilerini fark etme, medya araçlarını etkin bir şekilde kullanma ve medya etiği konularını içermektedir.

Kültürel faktörler, çocukların medya ile olan etkileşimlerini ve medya okuryazarlığına yönelik tutumlarını şekillendiren önemli unsurlardandır. Kazakistan ve Türkiye gibi kültürel olarak farklı iki ülke incelendiğinde, medya okuryazarlığı eğitiminde uygulanan metodolojilerin ve stratejilerin de bu kültürel farklılıkları yansıttığı görülmektedir. Bu çalışma, her iki ülkedeki mevcut eğitim programlarını, politika yapıcılarının çocukların medya etkileşimlerini nasıl şekillendirdiğini ve medya okuryazarlığına ilişkin yasal düzenlemeleri de dikkate alarak karşılaştırmalı bir analiz sunmayı hedeflemektedir.

Medya okuryazarlığının insanlara katkısı üzerinde tez çalışmasını yapan Sümeyye Tanrıkulu'na göre (Tanrıkulu, 2019) her gün milyonlarca bilgi ve verinin aktığı medya araçlarından gelen mesajların doğruluğu gönderilen kaynağın amacı, düşünce yapısı ve ideolojisi göz önünde bulundurularak değişik kaynaklardan araştırılmalı bulunanlar mantık süzgecinden geçirilerek doğru olup olmadığı konusunda bir karar verilmelidir. Öker de (2005) medya araçlarının insanları büyüleyerek etkisi altına aldığını ve bu etki ile de insanların bu araçlardan gelen iletileri doğru kabul edip, eleştirel olarak değerlendiremediklerini ifade etmektedir.

Özellikle çocuklar, yanlış bilgilendirmeye ve manipülasyona karşı daha savunmasızdırlar. Bu yüzden medya kullanımının özellikle çocuklar üzerindeki etkileri, ciddi bir tartışma konusu haline gelmiştir. Çocukların kişiliğinin oluşumunda etkili bir güç olan medya araçlarının önemine dikkat çeken Ertunç, (2011) medya araçların çocukların dünya görüşlerini ve toplumsal bakış açılarını belirlemekte önemli rol oynadığını ifade etmektedir.

Bu tez çalışması, Türkiye ve Kazakistan'da çocukların medya okuryazarlığı düzeyini incelemeyi amaçlamaktadır. Her iki ülkedeki çocuklar, farklı kültürel ve sosyal bağlamlarda büyümektedirler ve bu nedenle medya okuryazarlığı düzeyleri değişiklik göstermektedir. Ayrıca, Türkiye ve Kazakistan gibi gelişmekte olan ülkelerde medya teknolojileri ve içerikleri hızla değişmekte ve çocukların medya kullanım alışkanlıkları önemli ölçüde etkilenmektedir.

Bu çalışma, Türkiye ve Kazakistan'daki çocukların medya okuryazarlığı düzeyini değerlendirmek için çeşitli yöntemler kullanacak ve elde edilen bulguların medya eğitimi ve politika geliştirme açısından önemini vurgulayacaktır. Tez çalışması ebeveynlerin,

öğretmenlerin ve medya uzmanlarının çocukların medya kullanımını daha bilinçli ve güvenli bir şekilde yönlendirmelerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır.

Çocukların medya okuryazarlığı düzeyinin belirlenmesi ve geliştirilmesi, onların dijital dünyayla daha iyi başa çıkmalarını ve medya içeriğiyle daha sağlıklı bir ilişki kurmalarını sağlayacaktır. Ayrıca, medya okuryazarlığının çocukların bilgi edinme ve düşünce açıklığını artırarak demokratik değerlere katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada medyanın çocuklar üzerindeki etkileri incelenecek ve bu etkilerin çocukların fiziksel, psikolojik ve kişisel gelişimleri üzerindeki etkileri ele alınacaktır. Ayrıca, medyanın çocuklar üzerindeki etkilerine dair yapılan araştırmalar, medyanın farklı türleri ve araçları hakkında bilgi verilecektir.



BİRİNCİ BÖLÜM

MEDYA VE ÇOCUK İLİŞKİSİNDE TEMEL SORUNLAR

1.1. Medya Nedir?

Medya okuryazarlığı konusunun iyice anlaşılabilmesi için öncelikle medyanın tanımı, gücü, işlevleri hakkında bilgi verilmesi gerekmektedir. Medya insanlara şimdilik bulunduğumuz, yaşanan dünyadan farklı olarak kendisinin oluşturduğu sanal bir dünya sunmaktadır (Erdemoğlu, 2011). Medya, haberleri, bilgileri, görüntüleri ve diğer iletişim içeriklerini toplumun geniş kesimlerine ulaştırmak için kullanılan araçların genel adıdır. Medya, haber bültenleri, gazeteler, dergiler, radyo, televizyon, internet, sosyal medya ve diğer iletişim araçları gibi birçok farklı formatta mevcuttur.

Medya, bir toplumda bilgi, haber ve fikirlerin toplu olarak yayınlanması için kullanılan araçların tümüdür. Medya, geleneksel olarak gazeteler, dergiler, televizyon, radyo ve sinema gibi basılı ve görsel iletişim araçlarını içerirken, internet ve sosyal medya gibi dijital platformlarla birlikte daha geniş bir yelpazede kullanılmaktadır.

Medyanın tanımı ve kullanımı, zaman içinde değişmiştir ve medya üretimi, dağıtımı ve tüketimi giderek dijitalleşerek daha hızlı ve küresel hale gelmiştir. Bu değişimler, medyanın kültürel, sosyal ve siyasi etkilerinde de önemli değişimlere yol açmıştır.

Daha önce bahsettiğimiz gibi medyanın tanımı zaman içinde önemli değişikliklere uğramıştır. İlk olarak, medyanın tanımı genişlemiştir. Geleneksel olarak medya, gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarını kapsamaktaydı. Ancak teknolojik ilerlemeler ve dijitalleşme ile internet, sosyal medya, mobil uygulamalar ve diğer dijital platformlar gibi yeni medya türleri ortaya çıkmıştır. Bu durum medyanın tanımını genişletmiş ve iletişim araçlarının çeşitliliğini arttırmıştır.

Medyanın kullanımı da zaman içinde büyük değişikliklere uğramıştır. Geçmişte medya tüketimi, insanların gazete okumak, televizyon izlemek veya radyo dinlemek gibi belirli araçlara bağımlı olduğu bir süreçti. Fakat günümüzde, dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte medya içeriklerine her an her yerden erişim sağlanmaktadır. İnternet ve mobil cihazlar, medyanın daha bireysel ve kişiselleştirilmiş bir deneyim haline gelmesini sağlamıştır. İnsanlar artık haberlere, videolara, müziğe ve diğer medya içeriklerine istedikleri zaman, istedikleri yerden erişebilmektedir.

Ayrıca, medyanın kullanım amacı da değişmiştir. Önceden medya genellikle bilgi ve eğlence kaynağı olarak kullanılırken, günümüzde medya aynı zamanda sosyal ilişkilerin kurulması ve sürdürülmesi, ticari faaliyetlerin yürütülmesi, politik katılımın artırılması ve

toplumsal değişim için bir platform olarak da kullanılmaktadır (Jenkins, 2006). Sosyal medya gibi araçlar, insanların birbirleriyle etkileşimde bulunabileceği, fikirlerini paylaşabileceği ve topluluklar oluşturabileceği bir alan sağlamıştır.

Bu değişimler, medya okuryazarlığının da dönüşmesini gerektirmiştir. Geleneksel medya okuryazarlığı becerileri yanı sıra, dijital medya okuryazarlığı ve eleştirel medya okuryazarlığı gibi yeni becerilerin kazanılması önem kazanmıştır. Bireylerin medya içeriklerini anlama, analiz etme, eleştirel düşünme ve bilinçli medya tüketimi becerilerini geliştirmeleri gerekmektedir.

Kazakistan ve Türkiye'de medya tanımları ülkelerin kültürel, tarihsel ve hukuki farklılıkları nedeniyle bazı nüanslar içermektedir. İşte Kazakistan ve Türkiye'de medya tanımıyla ilgili genel bir bakışı böylece inceleyebiliriz.

Kazakistan'da uluslararası medya kelimesi, toplumda haberlerin, bilgilerin ve fikirlerin yayılmasında kullanılan araçları ifade eder. Bu araçlar geleneksel olarak gazeteler, dergiler, televizyon, radyo ve sinema gibi basılı ve görsel iletişim araçlarıdır. Ancak son yıllarda, internet ve sosyal medya platformları da Kazakistan'da medya olarak kabul edilmektedir (İmanqulov ve Usupbayeva, 2018). Kazakistan'da medya, iletişim araçları ve hizmetleri olarak tanımlanır. Medya, haber, bilgi, eğlence ve diğer içeriklerin toplumun farklı kesimlerine aktarılmasını sağlayan araçlardan oluşur. Kazakistan'da medya, televizyon, radyo, gazete, dergi, internet, sosyal medya ve diğer dijital platformları içerir. Medya kuruluşları, medya çalışanları ve medya sektöründeki diğer paydaşlar da Kazakistan medya ekosisteminin bir parçasıdır.

Kazakistanlı araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalara dayanarak, medya genellikle iletişim araçlarının toplumlar üzerindeki etkilerini inceleyen bir kavram olarak tanımlanır. Medya, bilgi ve haberleri topluma ileten ve iletişim süreçlerini kolaylaştıran araçların genel bir ifadesidir (Kamzin, 2012). Kaken Kamzin'in bu ifadesini diğer araştırmacılar da desteklemektedir. Sultanbaeva ve Alimzhanova'ya göre Kazakistan'da medya, televizyon, radyo, gazeteler, dergiler, internet, sosyal medya platformları ve diğer dijital iletişim araçları gibi farklı biçimlerde mevcuttur. Bu iletişim araçları, toplumun farklı kesimlerine bilgi, haber, eğlence ve kültürel içerikler sunarak toplumsal etkileşimi sağlar (Sultanbaeva ve Alimzhanova, 2016).

Türkiye'de medya, kamuoyuna haber, bilgi, eğlence, kültür ve diğer içerikleri sunan iletişim araçlarını ifade eder. Medya, televizyon, radyo, gazete, dergi, internet, sosyal medya, sinema ve diğer dijital platformları içerir. Türkiye'de medya sektörü çeşitli özel ve kamu kuruluşları, medya şirketleri, yayın kuruluşları ve diğer medya aktörleri tarafından temsil

edilir. Medya, kamu hizmeti sunma, haber ve bilgi sağlama, eğlence sunma, toplumsal tartışmalara katkıda bulunma ve demokratik süreçlere katılım gibi rolleri yerine getirir.

Medya kavramı oldukça büyük ve geniş bir alanı kapsamaktadır. Kocadaş (2006) medyanın sınırlarının kesin hatlarla çizilememesinin nedenini, medya kavramının geniş bir tanımı içermesine bağlamaktadır. Bu sebeple de medya kavramının hepsi tarafından ortak kabul edilen bir tanımı bulunmamaktadır. Medya ile ilgili yapılan tanımlar gözden geçirildiğinde, genellikle kitle iletişim araçlarının bütünü olarak kavramsallaştırıldığı görülmektedir.

1.2. Medya ve Çocuk

Medya, çocukların yaşamlarının bir parçası haline gelmiştir ve günümüzde birçok farklı medya aracı bulunmaktadır, örneğin televizyon, gazete, dergi, bilgisayar, akıllı telefonlar, tabletler ve diğer dijital cihazlar gibi medya türleri yaygın kullanılmaktadır. Ancak, bu teknolojik gelişmelerin çocukların hayatlarına etkileri hakkında endişeler vardır. Güneş (2013), medyada verilen çoğu şeyin çocukların yaş ve gelişim zamanlarına uygun olmadığı ve uzun süreli buna maruz kalmaları halinde çocuklar üzerinde davranışsal ve psikolojik kimi olumsuz sonuçlara sebebiyet verebileceğini ifade etmektedir.

Çocukların medya tüketimi, onların bilişsel, sosyal ve duygusal gelişimlerinde etkili olabilir. Bu nedenle, çocukların medya kullanımı konusunda ebeveynlerin ve eğitimcilerin dikkatli olması gerekmektedir. Medya, çocukların öğrenme ve eğitim sürecine katkı sağlayabilirken, aynı zamanda da olumsuz etkileri de olabilir.

Çocukların medya tüketimini sınırlamak, medya içeriğini seçmek, medya içeriğinde yer alan şiddet, cinsellik ve benzeri unsurları filtrelemek gibi önlemler almak, çocukların medya kullanımının olumsuz etkilerini en aza indirmek için önemlidir.

Ayrıca, çocukların medya içeriği hakkında düşüncelerini ve fikirlerini paylaşmaları için onlarla iletişim halinde olmak da önemlidir. Çocukların medya hakkındaki fikirleri, onların medya içeriğini anlamalarına ve yorumlamalarına yardımcı olabilir.

Özellikle çocuk ve medya ilişkisinde çocuklar medya karşısında çok savunmasızdır. Akçalı'ya göre (Akçalı, 2009) çocuk kültürünü medya şirketleri denetleyip yönlendiriyor ve okunacak kitaba, izlenecek filme, tiyatro oyununa, dinlenecek müziğe onlar karar veriyorlardır. O yüzden çocuk, bol çeşit arasından özgürce seçim yaptığı yanılsaması yaratılarak, medyanın kuşatması altında tutuluyor. Sorun da şu ki, böylelikle çocuğa medyanın sundukları dışında seçim yapma olanağı ortadan kaldırılmış oluyor.

Dünyada medya ve çocuk ilişkisi hakkında farklı düşünceler bulunmaktadır. İşte genel olarak dünyada medya ve çocuk ilişkisi hakkında yaygın olan düşüncelerden bazıları:

1. Eğitici ve Bilgilendirici Rol, yani medya, çocukların eğitimi ve bilgilendirilmesi için önemli bir araç olarak görülür. Özellikle televizyon, çocuklara eğitici programlar ve belgeseller aracılığıyla bilgi sunar. İyi seçilmiş medya içeriği, çocukların dil, matematik, sosyal bilimler gibi konularda öğrenmelerini destekleyebilir.

2. Eğlence ve Etkileşim sağlayabilmektedir. Medya, çocuklara eğlence ve etkileşim imkânı sunarak, özellikle çocuklar için hazırlanan animasyon filmler, çizgi diziler, oyunlar ve interaktif medya uygulamaları, çocukların eğlenerek öğrenmelerini sağlar.

3. Riskler ve Tehditler de bulunmaktadır. Medyanın çocuklar üzerinde olumsuz etkileri olduğuna dair endişeler vardır. Özellikle şiddet içeren medya içerikleri, cinsel içerikler, reklamların etkisi ve internetin zararlı içerikleri gibi konular, çocukların psikolojik, sosyal ve fiziksel sağlığını olumsuz etkileyebilir.

4. Ebeveyn Denetimi ve Rehberlik konusu da ayrıca önemlidir. Çocukların medya kullanımı konusunda ebeveynlerin denetimi ve rehberliği faydalıdır. Ebeveynler, çocukların medya içeriklerini seçmelerine, izleme sürelerini kontrol etmelerine ve olumsuz etkilere karşı koruma sağlamalarına yardımcı olmalıdır.

5. Medya okuryazarlığı, çocukların medya içeriğini eleştirel bir şekilde anlamalarını ve değerlendirmelerini sağlamayı hedefleyen bir beceridir. Medya okuryazarlığı eğitimi, çocukların medyayı daha bilinçli bir şekilde tüketmelerine ve medya içeriklerini analiz etmelerine yardımcı olur.

Demek ki dünyada medya ve çocuk ilişkisi hakkında farklı düşünceler bulunmaktadır. Medya, çocukların eğitimi ve bilgilendirilmesinde önemli bir rol oynarken, olumsuz etkileri ve riskleri de göz önünde bulundurulmalı ve ebeveynlerin rehberliğiyle medya kullanımı yönlendirilmelidir. Ayrıca, medya okuryazarlığı eğitimi çocukların medya içeriklerini eleştirel bir şekilde anlamalarına yardımcı olabilir.

Anladığımıza göre çocukların medya ile ilişkisi, çağımızın hızla değişen medya ortamında önemli bir konu haline gelmiştir. Medya, çocukların yaşamlarının bir parçası haline gelmiş ve onların bilgi edinme, eğlenme ve sosyal etkileşim kurma biçimlerini etkilemiştir. Tezimizin bir sonraki bölümlerinde, çocuklar ile medya araçları arasındaki ilişkiyi daha ayrıntılı olarak inceleyeceğiz. Çünkü çocukların farklı medya araçlarıyla ilişkisi değişiklik göstermektedir.

Mesela televizyon, çocukların medya ile ilk temas kurduğu ve en yaygın kullanılan araçlardan biridir. Televizyon programları, çocukların eğitimi, eğlencesini ve dünya

görüşünü şekillendirebilir. Aşağıda çocukların televizyonla olan ilişkisini ve televizyonun çocukların gelişimine etkilerini inceleyeceğiz.

Sinema, büyüleyici hikayeler ve görsel deneyimler sunan bir medya türüdür. Ancak sinemanın çocukların duygusal ve zihinsel gelişimine etkisi de büyüktür. Bir sonraki kısımda çocukların sinemayla nasıl etkileşimde bulunduğunu ve sinemanın çocukların yaşamlarını nasıl etkilediğini ele almaktayız.

Radyo, görsel olmayan bir medya türü olarak, çocukların hayal güçlerini ve dinleme becerilerini geliştirebilmektedir. Çocuklar için özel olarak üretilen radyo programları, eğitim ve eğlence sunma amacı güder. Bu bölümde, çocukların radyo ile nasıl etkileşimde bulunduğunu ve radyonun çocukların dil becerileri ve hayal gücü üzerindeki etkilerini inceleyeceğiz.

Gazeteler, yazılı medyanın bir örneğidir ve çocukların okuma alışkanlıklarını geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. Ancak, gazetelerin içeriği ve erişim şekli çocuklar için önemlidir. Çocuk ve gazete ilişkisi bölümünde ise çocukların gazetelerle nasıl etkileşimde bulunduğunu ve gazetelerin çocukların haber okuma alışkanlıklarına nasıl etki edebileceğini ele alacağız.

İnternet, günümüzde çocukların medya ile en yoğun etkileşimde bulunduğu platformlardan biridir. İnternet, çocuklara büyük bir bilgi kaynağı sunmanın yanı sıra, dijital oyunlar, sosyal medya ve çevrimiçi eğitim gibi birçok farklı deneyim sunmaktadır. Bu yüzden çocukların internetle olan ilişkisini, dijital okuryazarlık, güvenlik ve ailelerin bu ilişkiyi nasıl yönetebileceği konularını inceleyeceğiz.

1.2.1. Çocuk ve Televizyon İlişkisi

Çevremizde bulunan tüm medya araçlarından ayrıca televizyonun çocuklar üzerindeki etkisi bir büyüktür. Medya mesajları çocukların hem davranışlarının hem de kişiliğinin gelişmesindeki en büyük etkendir (Arslan, 2004). Özellikle çocuklar televizyonda seyrettiği ve izlediği her şeyi içselleştirerek davranışlarını bunlara göre şekillendirmektedirler (Ker-Dincer ve Yılmazkol, 2009).

Cesur ve Paker'e göre (2007) çocuklar, medyada gördükleri insanları rol model olarak kabul edip, ailelerinden daha fazla medyada gördüğü bu kişilerden etkilemekte ve onları idol olarak seçmektedirler. Eskiden her çocuğun hayatındaki en büyük kahraman da rol model de annesi ve babasıydı. Fakat şu anda çocuklar için medya kahramanları çok önemli bir hale gelmiştir.

Çocukların medyada gördükleri insanları rol model olarak kabul etmesi hem olumlu hem de olumsuz sonuçlara yol açabilir. İşte Fransız çocuk psikoloğu Profesör Marcel Rufo'ya göre bu konuda dikkate alınması gereken bazı noktalar şunlardır.

Olumlu yönler:

1. İlham Kaynağı: Medyada başarılı, saygıdeğer ve olumlu değerlere sahip kişiler, çocuklara ilham verebilir ve onları hedeflerine ulaşma konusunda motive edebilir.
2. Pozitif Davranış Modelleri: Medyada gösterilen rol modeller, çocukların pozitif davranışları, empati, dayanışma, çevreye duyarlılık gibi değerleri öğrenmelerine yardımcı olabilir.
3. Kariyer Hedefleri: Medyada yer alan başarılı kişiler, çocukların gelecekteki kariyer hedeflerini belirlemelerinde ve ilgi alanlarını keşfetmelerinde rehberlik edebilir.

Ancak çocukların medyada gördükleri insanları rol model olarak kabul edinmesinin olumsuz yönleri de bulunmaktadır.

1. Yanlış Modeller: Medyada yer alan bazı rol modeller, olumsuz davranışları, şiddet, kötü alışkanlıklar veya yanlış değerlerin sergilenmesiyle çocukların negatif etkilenmelerine neden olabilir.
2. İdealize Edilen Görüntü: Medyada yer alan bazı rol modeller, fiziksel görünüm, zenginlik veya ün gibi yüzeysel özellikler üzerinden değerlendirilebilir. Bu da çocukların kendilik algılarını olumsuz etkileyebilir.
3. Gerçeklikten Uzak Olma: Medyadaki rol modeller genellikle idealize edilmiş ve gerçek hayatta ulaşılamayacak düzeyde olabilir. Bu da çocukların gerçekçi olmayan beklentilere sahip olmasına neden olabilir.

Bu nedenle, çocukların medyadaki rol modelleri seçerken dikkatli olmaları ve ebeveynlerin rehberliği önemlidir. Ebeveynler, çocukların medya içeriğini anlamalarına ve eleştirel düşünmelerine yardımcı olmalı ve sağlıklı rol modellerin takip edilmesini teşvik etmelidir. Ayrıca, çocukların gerçek hayatta aileleri, öğretmenleri ve toplum liderleri gibi gerçek ve olumlu rol modellerle etkileşim içinde olmaları da önemlidir.

Çocuklar ve televizyon arasındaki ilişki oldukça karmaşıktır. Televizyon çocukların hayatında önemli bir rol oynayabilir, ancak bu ilişki doğru yönetilmediğinde zararlı olabilir. Çocukların televizyon izleme alışkanlıkları, ailelerin bireysel tercihlerine ve çocukların yaşlarına göre değişebilir. Ancak, uzmanlar çocukların televizyon izleme süresinin, günde 1-2 saati geçmemesi gerektiğini önermektedir. Ayrıca, çocukların televizyon izlerken düzenli aralıklarla kalkıp hareket etmeleri, kitap okumaları veya etkileşimli oyunlar oynamaları da önerilir.

Fransız çocuk psikoloğu Profesör Marcel Rufo'ya göre televizyonun çocuklar üzerindeki etkisi harika bir okul gibidir. Çocuklar ve televizyon arasındaki ilişki doğru yönetildiğinde faydalı olabilir. Ancak, ailelerin çocukların televizyon izleme alışkanlıklarını kontrol altında tutmaları ve doğru sınırlamaları uygulamaları önemlidir.

Televizyon, çocukların bilgi almasını etkileyebilir. Televizyon programları çocukların öğrenmelerine ve bilgi edinmelerine yardımcı olabilirken, aynı zamanda çocukların zihinlerinde yanlış veya olumsuz görüşleri oluşturabilmektedir.

Çocuklar için televizyon izlemenin olumlu yönleri şunlardır:

1. Bilgi edinme: Televizyon, çocukların dünya hakkında bilgi edinmelerine yardımcı olabilir. Belgeseller, çocuklara hayvanlar, bitkiler, tarih, kültürler ve dünya hakkında bilgi verebilir.
2. Dil gelişimi: Televizyon programları, çocukların dil becerilerini geliştirebilir. Özellikle, eğitici programlar çocukların kelime hazinesini artırabilir ve konuşma becerilerini geliştirebilir.
3. Kültürel çeşitlilik: Televizyon programları, çocukların farklı kültürleri, dilleri ve yaşam tarzlarını tanımalarına yardımcı olabilir.

Ancak, aşırı televizyon izleme de bazı olumsuz etkilere neden olabilir. Marcel Rufo televizyon, fazla izleyen çocuklarda yemek yememe, uyuma zorluğu, kötü davranışlar, okulu ihmal etme, hayal dünyası yaşama, televizyondaki kahramanlara hayranlık duyma, korku yaşama, sosyal ilişkilerde sıkıntılar gibi sorunlara yol açabileceğini belirtti.

Çocukların uzun süre televizyon izlemesi, şu olumsuz etkileri oluşturabilmektedir:

1. Dikkat eksikliği: Çocuklar, uzun süre televizyon izlediklerinde, dikkatlerini toplama ve odaklanma becerilerini kaybedebilirler.
2. Dil gelişimi: Çocukların aşırı televizyon izlemesi, konuşma ve dil gelişiminde gecikmelere neden olabilir.
3. Zihinsel sağlık: Çocuklar, televizyonda gördükleri şiddetli ve korkutucu sahneler nedeniyle kaygı, kabuslar ve depresyon yaşayabilirler.

Televizyonun çocukların bilgi almasına etkisi, ne kadar izlediklerine ve hangi programları izlediklerine bağlıdır. Ebeveynler, çocuklarının izlediği programları seçerek, televizyonun olumlu yönlerini kullanarak çocuklarının gelişimlerine katkıda bulunabilirler.

Kazakistan'da çocuklara özel televizyon kanalları mevcuttur. Özellikle Kazakistan'da çocuklara yönelik eğitici ve eğlenceli programlar sunan birkaç televizyon kanalı bulunmaktadır. Örneğin, Kazakistan'da yayın yapan "Balapan" adlı çocuk kanalı, çocuklara hitap eden içerikleriyle bilinmektedir. Bu kanal, Kazakistan'ın ilk çocuk kanalıdır. Yayınları

kablo TV ağından gerçekleştirilmektedir. Yayın hedef kitlesi 3-10 yaş aralığındaki çocuklardır. Kanalin temel özelliği sadece Kazakça yayın yapmasıdır. Bu kanal çocukların eğitimine katkıda bulunmayı hedefleyen çizgi filmler, çocuk programları ve interaktif oyunlar gibi çeşitli içerikler sunmaktadır. Bu çocuklara özel televizyon kanal, Kazakistan'daki çocuklara yönelik programlara erişim sağlamak ve onların eğitimine katkıda bulunmak amacıyla yayın yapmaktadır. Kanal, çocukların yaşlarına ve ilgi alanlarına uygun içerikler sunarak, onların öğrenmelerini ve eğlenmelerini sağlamayı hedeflemektedir.

Kanalin işletmecisi Kazakistan RTRK AŞ, ("Қазақстан Республикалық Телерадио Корпорациясы") Türkçe "Kazakistan Cumhuriyeti Televizyon ve Radyo Kurumu" olarak ifade edilmektedir. Bu kurum, Kazakistan'da televizyon ve radyo yayıncılığıyla ilgili faaliyetlerin yönetilmesi, düzenlenmesi ve denetlenmesi gibi görevleri üstlenen resmi bir devlet kurumudur. Kazakistan'da televizyon ve radyo yayınlarının düzenlenmesi ve ulusal ve uluslararası seviyede yayınların koordinasyonu gibi görevleri vardır. Bu kurum, Kazakistan'daki medya sektörünün düzenleyici otoritesi olarak önemli bir rol oynamaktadır.

1.2.2. Çocuk ve Sinema İlişkisi

Çocuklar için sinema, eğlence, keşif ve öğrenme açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Sinema, çocukların hayal güçlerini ve yaratıcılıklarını geliştirerek, dünyayı daha farklı bir bakış açısıyla görmelerine yardımcı olabilir.

Çocuklar sinemada gösterilen filmlerin, kendilerine uygun olup olmamasına bakmadan dikkatlerini çeken filmleri izlemektedirler ve bu filmler onları etkileyerek kişiliklerini, davranışlarını ve algılarını şekillendirmektedir (Pembecioplu, 2006). Çoğu zamanda çocuklar sinemaya gitmeseler bile, dizilerin ve filmlerin belli bir zaman sonra televizyonda gösteriminin sunulması ve internette de erişime açık hale gelmesi çocukların yaşlarına uygun olmayan filmleri izlemelerine olanak tanımaktadır. Çocuklar film ve dizi izlerken onun yaş sınırı kategorisi dikkate alınmalıdır.

Sinema yaş sınırı, izleyici yaş gruplarını belirlemek ve belirli yaş gruplarına uygun içerik sunmak amacıyla kullanılan bir sınıflandırma sistemidir. Bu sınırların belirlenmesi ve uygulanması, çeşitli nedenlerle önemlidir:

Çocukların Korunması: Sinema yaş sınırları, çocukların uygun olmayan veya yaşlarına uygun olmayan içerikleri izlemesini önler. Bu, çocukların fiziksel, duygusal ve zihinsel gelişimlerini korumayı amaçlar. Örneğin, şiddet, cinsellik veya aşırı derecede korkutucu sahneler içeren filmlerin küçük çocuklar tarafından izlenmesi istenmez.

Ebeveyn Rehberliği: Yaş sınırları, ebeveynlere çocuklarının hangi filmleri izleyebilecekleri konusunda rehberlik sağlar. Ebeveynler, çocuklarının yaşlarına uygun olmayan içerikleri izlemesini engelleyebilir ve daha uygun seçenekleri seçebilirler.

Toplumsal Normlar: Sinema yaş sınırları, bir toplumun değerlerini ve normlarını yansıtabilir. Toplumların farklı kültürel ve ahlaki değerleri olduğu için, yaş sınırları da farklılık gösterebilir.

Yasal ve Etik Uyumluluk: Sinema yaş sınırları, bir ülkenin yasal düzenlemeleri ile uyumlu olmalıdır. Film endüstrisi, yerel yasaları ve düzenlemeleri takip etmek zorundadır. Ayrıca, etik sorumlulukları yerine getirmek amacıyla belirli içerikleri belirli yaş gruplarına sunar.

İzleyici İhtiyaçları: Farklı yaş grupları farklı türde ve içerikte filmler tercih edebilir. Yaş sınırları, izleyicilere yaşlarına uygun olan filmleri seçme ve bu filmlerin içeriğine uygun bir deneyim yaşama fırsatı sunar.

Sinema yaş sınırları, izleyicilerin korunması, ebeveynlerin rehberliği, toplumsal normların yansıtılması, yasal uyumluluk ve izleyici ihtiyaçlarını karşılama amacıyla önemlidir. Bu sınıflandırmalar, izleyicilere daha güvenli ve uygun deneyimler sunmak için kullanılır.

Tablo 1.1. Farklı ülkelerde sinema yaş sınırı sistemi

Ülke	Sinema Yaş Sınırı
Amerika Birleşik Devletleri	G (Genel İzleyici), PG (Ebeveynler İçin Uygun), PG-13 (13 yaş ve üstü için), R (17 yaş ve üstü için), NC-17 (17 yaş ve üstü için yetişkinler içindir)
Birleşik Krallık	U (Her yaş için uygun), PG (Ebeveyn gözetimli), 12A (12 yaş ve üstü için), 15 (15 yaş ve üstü için), 18 (18 yaş ve üstü için)
Kanada	G (Her yaş için uygun), PG (Ebeveyn gözetimli), 14A (14 yaş ve üstü için), 18A (18 yaş ve üstü için), R (17 yaş ve üstü için)
Avustralya	G (Her yaş için uygun), PG (Ebeveyn gözetimli), M (15 yaş ve üstü için), MA15+ (15 yaş ve üstü için), R18+ (18 yaş ve üstü için)
Almanya	FSK 0 (Her yaş için uygun), FSK 6 (6 yaş ve üstü için), FSK 12 (12 yaş ve üstü için), FSK 16 (16 yaş ve üstü için), FSK 18 (18 yaş ve üstü için)
Fransa	Tous publics (Her yaş için uygun), -12 (12 yaş ve üstü için), -16 (16 yaş ve üstü için), -18 (18 yaş ve üstü için)
Türkiye	7+ (7 yaş ve üstü için), 13+ (13 yaş ve üstü için), 15+ (15 yaş ve üstü için), 18+ (18 yaş ve üstü için)

Çocukların izleyebileceği filmler, yaşlarına uygun olmalıdır. Film seçimi yaparken, çocukların gelişim düzeyleri, ilgi alanları ve yaşları dikkate alınmalıdır. Ayrıca, filmlerin içerikleri de önemlidir. Çocukların öğrenme süreci devam ettiği için, izledikleri filmlerin

onların değerlerine, dil gelişimlerine, hayal güçlerine ve duygusal gelişimlerine katkıda bulunması gerekmektedir.

Sinema, çocuklar için bir eğitim aracı da olabilir. Örneğin, belgesel filmler, doğayı keşfetme, hayvanların yaşam şekillerini öğrenme, tarih ve kültür hakkında bilgi edinme gibi konularda çocuklara yardımcı olabilir.

Kazakistan'da sinemanın çocukların bilgi yaratmasını nasıl etkilediği, birçok faktöre bağlıdır. Öncelikle, modern dizilerin içeriği ve niteliği, çocukların bilgi yaratma süreçlerini daha da çok etkilemektedir. Eğer dizilerin içeriği bilimsel, tarihi veya edebi bir konuya değiniyorsa, çocuklar için faydalı bir kaynak olabilir ve bilgi yaratmalarına yardımcı olabilir. Ancak, eğer dizilerin içeriği şiddet, cinsellik veya kötü davranışlar gibi olumsuz şeyleri normalleştiriyorsa, çocukların zihinsel ve duygusal gelişimlerini olumsuz etkileyebilir.

Sinemanın çocuğun bakış açısını geliştirmesine birkaç farklı etkisi bulunmaktadır. Mesela çocuğun empati yeteneğini geliştirebilmektedir. Sinema, çocukların farklı karakterleri ve hikayeleri deneyimlemelerini sağlar. İyi film yapımı, çocukların karakterlerin hislerini anlamalarına ve empati kurmalarına yardımcı olur. Bu, çocukların başkalarının bakış açılarını anlamalarını ve duygusal zekalarını geliştirmelerini sağlar.

Sinema çocuğun farklı kültürleri ve perspektifleri keşfetmesini sağlayabilir. Sinema, çocuklara farklı kültürleri, toplumları ve yaşam tarzlarını gösterir. Çeşitli filmler, çocukların dünyanın farklı bölgelerinde yaşayan insanların perspektiflerini anlamalarına yardımcı olur. Bu, çocukların kapsayıcı bir bakış açısı geliştirmelerine ve kültürel çeşitliliği değerlendirmelerine katkıda bulunur.

Kritik düşünme ve analitik becerileri geliştirmeye yardımcı olabilir. İyi bir filmi anlamak, karakterlerin motivasyonunu anlamak, hikayenin gelişimini takip etmek ve mesajları çözümlemek çocukların eleştirel düşünme becerilerini artırır.

Yaratıcılığı teşvik etmesine de faydalı bulunur. Sinema, çocukların hayal gücünü ve yaratıcılığını destekler. İyi bir film, çocuklara yeni dünyalar, karakterler ve hikayeler sunar. Bu, çocukların kendi hayal güçlerini kullanmalarına ve yaratıcı düşünme becerilerini geliştirmelerine yardımcı olur.

Duygusal gelişimi destekleyebilir. Sinema çocukların duygusal tepkilerini tetikleyebilir, duygusal bağ kurmalarını sağlayabilir ve duygusal zekalarını geliştirebilir. Filmdeki hikaye ve karakterlerle empati kurma, çocukların duygusal farkındalığını artırır.

Bu etkiler, çocukların sinema deneyimlerinin kaliteli, yaşlarına uygun ve ebeveynlerin yönlendirmesiyle gerçekleşmesi durumunda daha etkili olabilir. Ebeveynlerin çocukların film seçimlerini denetlemesi, içerikler hakkında bilinçli olması ve tartışma ortamları yaratması

önemlidir. Ayrıca, çocukların film izledikten sonra duygularını ve düşüncelerini ifade edebilmelerine fırsat vermek, sinemanın etkisini daha da artırabilir.

Çocukların bakış açısını geliştirmek için iyice çekilen filmler faydalı olabilir. Ancak Kazakistan'da çekilen ve çok izlenen bazı diziler ve filmler çocukları kötü açıdan da etkilemesi bulunmaktadır. Tez çalışmasında son zamanları (2019-2024) Kazakistan'da çekilen film ve dizilere söylem analizini yaparken böyle bir sonuç bulunmaktadır.

Kazakistanlı modern dizilerde çocuk imajı, çocukların haklarının korunması farklı görüşte bulunmaktadır. Örneğin GAKKU TV'nin son yıllarda çocuklar ve gençler arasında oldukça popüler hale gelen «Bir Toqsan» ve «Tagy bir toqsan» («Bir dönem» ve «Daha bir dönem») dizilerinde çocukların bakış açısını doğru olmayan fikirle etkilediği belli olmaktadır.



Görsel 1.1. «Bir dönem» dizisi 1.bölüm. Ekran görüntüsü

Kaynak: YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=42GY35Mgyo0>)



Görsel 1.2. «Daha bir dönem» dizisi 1.bölüm. Ekran görüntüsü

Kaynak: YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=O1S72Axpov8>)

GAKKU TV'nin YouTube sayfasında üç yıl önce yayınlanan «Bir toqsan» dizisinin ilk bölümü 6.6 milyon görüntülenme ile bir anda izleyicisini buldu. Sadece 19 milyon nüfusu var Kazakistan için bu büyük bir başarıdır. Ulusal İstatistik Bürosu'nun verilerine göre Kazakistan'da 16 yaş altı çocuk sayısı 6 milyon 162 bindir. Bunların %51,4'ü erkek, %48,6'sı kızdır. Yaklaşık 3 milyon 664 bin çocuk şehirde, 2 milyon 497 bin çocuk ise köyde yaşıyor (<https://stat.gov.kz/>).

Diziden bugünün okul çocuklarının dünün disiplinine, dünün geleneksel öğretmen ve öğrencisi ilkelerine dayalı eğitim sistemine boyun eğmek istemediğini hemen anlayabilirsiniz. Burada bağımsız, özgür, cesur ve kendine güvenen öğrencileri göreceksiniz. Onlar eski okul yönetim sistemini tanımıyorlar, yeni bir yol, bir değişiklik talep ediyorlar yani mevcut sisteme başkaldırıyorlar. Onların bu bakışı ve düşüncesinden memnun kaldığımıza rağmen dizi yönetmeni kendisi doğru diyerek anlatmak istediği şeyi karakterler ile anlatmaya çalıştığı görünmektedir. Bunun hakkında daha geniş analiz sonuçları tezimizin dördüncü yani araştırma bölümünde yer almaktadır.

Sonuç olarak, Kazakistan'da çekilen bazı dizilerin ve filmlerin çocukların bakış açısını ve toplumsal normlarını etkilediği ve bu etkilerin dikkatle incelenmesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Bu yapımların içeriği, çocukların eğitim ve düşünce tarzları üzerinde önemli bir rol oynayabilir ve bu nedenle içeriklerin daha dikkatli bir şekilde değerlendirilmesi ve çocukların haklarının korunmasının sağlanması önemlidir. Medya ve eğlence endüstrisinin, genç nesillerin olumlu değerler ve görüşler geliştirmesine katkıda bulunma sorumluluğunu taşıdığı unutulmamalıdır.

1.2.3. Çocuk ve Radyo İlişkisi

Başka medya araçlarına göre çok az maliyet, altyapı gerektirmesi yüzünden radyo, çok çabuk gelişebilen bir medya aracı sayılır (Arslan, 2014). Bu medya aracı hiçbir çaba gerektirmeden kullanılan ve çok dinlenen ve kolay ulaşılan bir medya aracıdır. Özellikle çocuklar için radyo, keyifli bir eğlence aracı diyebiliriz. Sadece eğlence konusunda değil diğer birçok farklı alanda da radyo çocuklar için faydalı olabilmektedir.

Örneğin radyo, çocukların dil gelişimine katkıda bulunur, hayal güçlerini geliştirir ve dünya hakkında yeni şeyler öğrenmelerine yardımcı olur. Radyo başka medya araçlarının çok iyi bir şekilde gelişme göstermediği zamanlarda da çocuklar için eğlendirici, eğitici, programların sunabildiği bir mecraiyken günümüzde giderek bu önemini kaybetmiştir. Çünkü yerini alternatif olarak daha cazip özellikler sunan araçlar almıştır.

Ancak erkenden radyonun dil gelişimi ve dinleme yeteneğine olan katkısının çocuklar açısından önemli olduğunu dile getiren Öcel (2002: 183-185); öte yandan radyonun tek bir duyu organına, sadece kulağa hitap etmesi ve programların çocukların ilgilerinin dışında oluşturulması gibi nedenlerle radyonun diğer medya araçları arasında en az takip edilen araç olduğunu belirtmiştir. Başka bir yandan bakarsak öğrenciler tek müzik dinlemek amacıyla radyoyu kullanmaktadırlar. Artık dijital medya araçlarının sunduğu uygulamalar sayesinde kullanıcı insanlar her yerde istediği zamanda ve istediği yerde istenilen müziği dinleme kolaylığı, radyoyu şimdilik sadece araba kullanırken dinlenen bir medya aracı konumuna getirmiştir.

Ancak çocukların gelişimi için radyonun birçok faydalı yönleri bulunmaktadır. Özellikle okul öncesi dönemdeki çocuklar, radyo yayınları sayesinde dil becerilerini geliştirirler. Radyodaki şarkılar, tekerlemeler, hikayeler ve diğer programlar, çocukların kelime dağarcığını genişletir, telaffuzlarını düzeltir ve anlama becerilerini geliştirir.

Radyo ayrıca, çocukların hayal güçlerini ve yaratıcılıklarını da geliştirir. Radyoda dinledikleri hikayeler ve maceralar, çocukların kendi düşüncelerini ve hayallerini canlandırmalarına yardımcı olur.

Ayrıca, radyo, çocukların dünya hakkında yeni şeyler öğrenmelerine de yardımcı olur. Özellikle haber ve belgesel programları, çocukların dünya olayları hakkında bilgi sahibi olmalarına ve farklı kültürleri tanımalarına yardımcı olur.

Radyo, çocukların medya okuryazarlığına etki edebilen önemli bir iletişim aracıdır. Radyo, görsel unsurların olmadığı bir medya türü olduğu için, çocukların kendi zihinlerinde canlandırmalarını teşvik eder ve hayal güçlerini geliştirir. İşte radyonun çocukların medya okuryazarlığı üzerindeki etkilerinden bazıları şunlardır.

Radyo çocukların dil becerilerini geliştirir. Radyo, dinleyicilerin dikkatini seslere odaklanmaya teşvik eder. Çocuklar, radyo programlarını takip ederken dinleme ve anlama becerilerini geliştirir. Kelimelerin tonlamalarını, vurgularını ve anlatım tarzlarını algılamaya çalışarak dil becerilerini güçlendirirler. Bir de radyo hikâye anlatımını teşvik eder. Radyo, ses efektleri ve anlatıcıların ses tonları aracılığıyla zengin hikayeler sunar. Çocuklar bu hikayeleri dinlerken karakterleri, olayları ve duyguları hayal etmeyi öğrenirler. Bu da onların yaratıcılığını ve hikâye anlatma becerilerini geliştirir.

Radyo bilgi edinme olanakları sunabilir. Radyo, çocuklara haberler, belgeseller ve bilgilendirici programlar sunar. Bu programlar, çocukların dünyayı daha iyi anlamalarına ve genel kültürlerini geliştirmelerine yardımcı olur. Doğa, tarih, bilim gibi çeşitli konularda radyo programlarıyla bilgi edinme fırsatı bulurlar.

Görsel olmayan düşünmeyi teşvik etme şansı da mevcuttur. Radyo, çocukların görsel unsurlar olmadan düşünme becerilerini geliştirir. Radyo programlarını takip ederken, çocuklar kendi hayal güçlerini kullanarak olayları, mekanları ve karakterleri zihinlerinde canlandırmalıdır. Bu, analitik düşünme, problem çözme ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirmelerine yardımcı olur.

Daha bir önemi radyo farklı kültürleri ve perspektifleri keşfetmeyi sağlar. Radyo, çocuklara farklı kültürlerden ve perspektiflerden insanların hikayelerini duyma fırsatı sunar. Farklı dil ve aksanları duyarak kültürel çeşitlilik hakkında bilgi edinirler. Bu da onların empati yeteneklerini geliştirir ve hoşgörülü bir şekilde farklılıklara yaklaşmalarını sağlar.

Radyo, çocukların medya okuryazarlığını geliştirmek için etkili bir araç olabilir. Ancak, medya okuryazarlığı için diğer medya türleriyle de etkileşim sağlamak önemlidir. Televizyon, internet, kitaplar ve diğer görsel medya araçları da çocukların farklı medya biçimlerini anlamalarına ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirmelerine yardımcı olabilir.

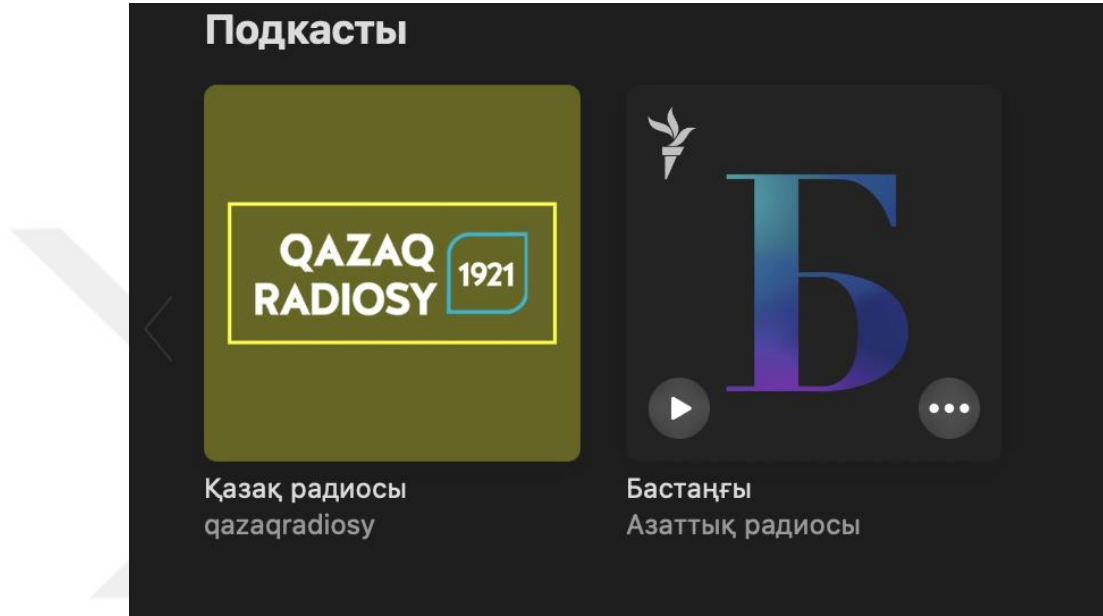
Kazakistan'da çocuklara yönelik özel radyo programları bulunmaktadır. Ancak sadece çocuklara özel radyo kanalı bulunmamaktadır. Çocuklara hitap eden radyo programları genellikle eğitici, eğlenceli ve bilgilendirici içerikler sunmayı hedefler. Kazakistan'da, çocukların ilgi alanlarına, yaş gruplarına ve eğitim düzeylerine göre çeşitli radyo programları sunulmaktadır. Bu programlar, çocuklara hikâye anlatımı, müzik, şiirler, oyunlar, interaktif sohbetler ve röportajlar gibi çeşitli içerikler sunmaktadır. Ayrıca, çocukların sosyal, kültürel ve eğitimsel konular hakkında bilgi edinmelerine olanak tanıyan programlar da bulunmaktadır. Bu programlar genellikle çocukların yaşam becerilerini geliştirmeyi, kültürel değerleri anlamayı ve toplumsal değerlere saygı duymayı teşvik etmek amacıyla tasarlanır.

Kazakistan'da çocuklara yönelik radyo programları hem ulusal hem de yerel radyo istasyonlarında yayınlanır. Ayrıca, bazı çocuk dergileri veya televizyon kanallarıyla da iş birliği yaparak çeşitli platformlarda erişilebilir hale getirilebilmektedir.

Kazakistan'da radyo programlarından podcast yapmak giderek popüler hale geliyor. Podcast'ler, internet üzerinden yayınlanan ve dinleyicilerin istedikleri zaman ve yerde dinleyebilecekleri sesli programlardır. Radyo programlarından podcast yapmak, daha geniş bir kitleye ulaşma ve programların arşivlenmesi için fırsatlar sunar.

Kazakistan'da birçok radyo istasyonu ve bağımsız yayıncılar, radyo programlarını podcast formatına dönüştürmekte ve çevrimiçi olarak yayınlamaktadır. Bu sayede, dinleyiciler programları indirip istedikleri zaman dinleyebilirler. Podcast'ler, çocuklara yönelik eğitici, eğlenceli ve bilgilendirici içerikler sunarak medya okuryazarlığını desteklemek için de kullanılabilir.

Kazakistan'da radyo programlarından podcast yapmak giderek daha yaygın hale gelen bir trenddir. Bu, radyo içeriğinin daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlar ve çocuklara yönelik podcast'ler aracılığıyla eğitici ve eğlenceli içerikler sunulabilir. Örneğin Kazakistan medyasında en ünlü olan ve çok dinleyici bulabilen «Qazaq radyosu» ve «Azattıq radyosu» podcast formatında da audio ürünlerini yayınlamaya daha çok dinleyici bulabilen medya şirketidir.



Görsel 1.3. Kazakistan'da bulunan radyo podcastlar. Ekran görüntüsü

Kaynak: Apple Podcast uygulamasından yapılan ekran görüntüsü

Sonuç olarak, radyo çocuklar için faydalı bir eğlence aracıdır. Dil gelişimine, hayal güçlerine ve dünya hakkında yeni şeyler öğrenmelerine katkıda bulunur. Ancak, çocukların dinledikleri programların içerikleri ve yaşlarına uygun olması önemlidir.

1.2.4. Çocuk ve Gazete İlişkisi

Gazete, günlük, haftalık veya aylık periyotlarda yayımlanan basılı bir yayındır. Haber, yorum, makale, röportaj, köşe yazısı, reklam ve diğer içerikleri içerir. İnsanlara güncel haberleri, bilgi ve eğlenceyi sunmayı amaçlar. Gazeteler, genellikle siyasi, ekonomik, kültürel, spor, bilim, teknoloji, eğitim ve diğer birçok konuda içerikler sunar. Gazeteler, gazeteciler ve muhabirler tarafından araştırma yapıp haberlerin derlenmesi ve yazılmasıyla oluşturulur (The Guardian, 2018).

Gazeteler, basılı veya dijital formatlarda yayımlanmaktadır. Basılı gazeteler, kâğıt üzerinde matbaa teknikleriyle basılır ve genellikle gazete bayileri, marketler veya abonelik

yoluyla satılır. Dijital gazeteler ise internet üzerinde yayımlanır ve web siteleri, uygulamalar veya diğer elektronik platformlar aracılığıyla erişilebilir hale gelir.

Gazeteler, toplumda haberleri takip etmek, bilgi edinmek ve farklı görüşleri öğrenmek için yaygın olarak kullanılır. Ayrıca, gazeteler, demokratik süreçlere katkıda bulunarak kamusal tartışmaların yürütülmesine ve halkın bilinçlenmesine yardımcı olurlar.

Çocuklar için gazete, okuma ve öğrenme açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Gazeteler, çocukların dünya olayları hakkında bilgi sahibi olmalarına ve okuma alışkanlıklarını geliştirmelerine yardımcı olabilmektedir.

Gazetelerdeki haberler, çocukların dünya hakkında farklı perspektifler kazanmalarına yardımcı olur. Dünya olayları hakkında bilgi sahibi olmak, çocukların kültürler arasındaki farklılıkları anlamalarına yardımcı olur. Bunun yanı sıra, gazeteler, çocukların sosyal sorumluluk bilincini de geliştirebilir. Çocuklar, gazetelerde okudukları haberlerle ilgili olarak farklı toplumsal konulara duyarlılık kazanabilirler.

Gazeteler, çocukların okuma alışkanlıklarını da geliştirir. Gazetelerdeki çeşitli içerikler, çocukların okuma becerilerini artırır ve kelime hazinelerini genişletir. Ayrıca, gazetelerdeki ilginç haberler, çocukların dikkatlerini çeker ve okumayı daha eğlenceli hale getirir.

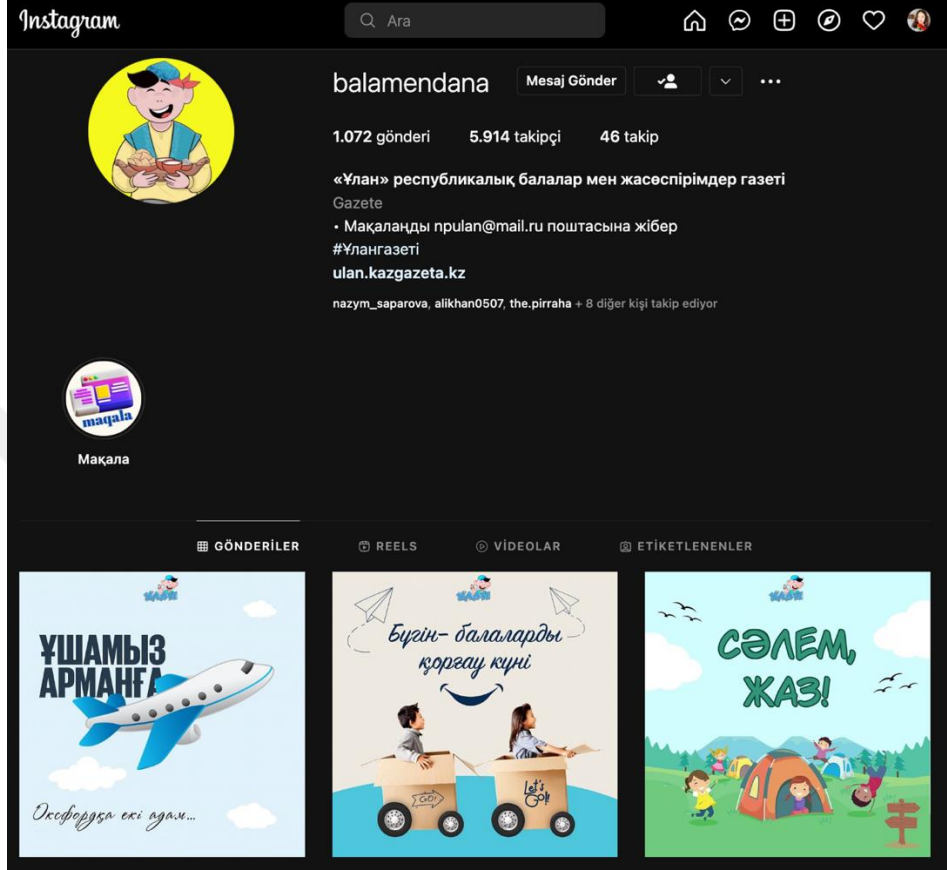
Ancak, çocuklar için gazete seçimi yaparken, yaşlarına uygun olmasına dikkat etmek önemlidir. Bazı gazetelerdeki haberler, çocukların gelişim düzeyleri için uygun olmayabilir. Bu nedenle, çocukların okuyabilecekleri yaşlarına uygun gazeteler seçilmelidir.

Şeker ve Sine (2012), çocukların haberleri yetişkinler gibi anlamlandıramadıklarını, gördükleri ve okudukları şeyleri hayal güçleri çevresinde değerlendirdiklerini ifade ederek, dikkatsizce sunulan haberlerin çocukları olumsuz yönde etkileyeceğini belirtmektedirler. Öte yandan çocukların gazete okuma sıklığı ile ilgili yapılan araştırmalara bakıldığında çok fazla gazete okuma alışkanlığına sahip olmadıkları görülmektedir (Bozkurt, 2012). Gazete okumak belli bir bilgi birikimi gerektirmektedir. Öncelikle okuma yazma bilmek, okuduğunu anlayabilmek için okuma becerisinin gelişmiş olması gerekmektedir. Küçük yaştaki çocukların yazılardan çok, gazetedeki görseller dikkatlerini çekmektedir.

Kazakistan'da çocuklara özel gazeteler bulunmaktadır. Onların içinde Kazakça yayınlanan «Ulan», «Baldırgan», «Aq jelken», «Aygölek», «Möldir bulaq» gazeteleri ve dergileri vardır. Bunlar çocuklara uygun içerikler sunarak onların eğitim, eğlence ve bilgi ihtiyaçlarını karşılamayı hedefler.

Son zamanları geleneksel medya aracı olan gazeteler okuyucularını kaybetmemek amacıyla gazetelerin sosyal medyada resmi sayfaları açarak sosyal medyada gazetenin

reklamını yapmayı iyi bir derecede başarmaktadır. Özellikle çocuklara özel gazeteler kendi okuyucularını Instagram, Tik-Tok gibi sosyal medyadan bulup iletişim kurarak onları gazeteyi okumaya davet etmektedir.



Görsel 1.4. Kazakistan'da bulunan «Ulan» gazetesinin Instagram sayfası. Ekran görüntüsü

Kaynak: Instagram uygulamasından yapılan ekran görüntüsü

Sonuç olarak, gazeteler, çocuklar için eğitici ve eğlenceli bir kaynak olabilir. Dünya olayları hakkında bilgi sahibi olmalarına, okuma becerilerini geliştirmelerine ve sosyal sorumluluk bilincini kazanmalarına yardımcı olabilir. Ancak, gazete seçimi yapılırken, çocukların yaşlarına ve gelişim düzeylerine uygun olmasına dikkat edilmelidir.

1.2.5. Çocuk ve İnternet İlişkisi

İnternet, dünya genelinde bilgisayar ağlarının birbirine bağlanmasıyla oluşan küresel bir iletişim ağıdır. İnternet, bilgisayarlar, akıllı telefonlar, tabletler, sunucular ve diğer cihazların birbiriyle iletişim kurmasını sağlar. Bilgiler, veriler ve medya dosyaları, internet üzerinden iletilir ve kullanıcılar arasında paylaşılır. İnternet, dünyanın herhangi bir noktasındaki bilgisayarın diğer bir noktadaki bilgisayarla iletişim kurabilmesini sağlayan dağıtık bir yapıya sahiptir.

İnternet, pek çok farklı hizmeti içinde barındırır. Bu hizmetler arasında web siteleri, e-posta, dosya paylaşımı, anlık mesajlaşma, sesli ve görüntülü iletişim, sosyal medya, oyunlar, elektronik ticaret ve daha birçok uygulama bulunur. İnternet aynı zamanda bilgiye hızlı erişim sağlayarak araştırma, eğitim, haber okuma gibi faaliyetler için büyük bir kaynak haline gelmiştir.

İnternet, insanların dünya genelinde birbiriyle bağlantı kurmasını, bilgi paylaşmasını, iletişim kurmasını ve iş yapmasını kolaylaştıran bir teknoloji olarak hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte küresel bir köy haline gelmiş ve insanlar arasındaki mesafeleri aşan bir iletişim ağı oluşturmuştur.

İnternet, şu anda insanlar arasında hızlı bilgi edinme olanağı sağlayan, insanlar arasındaki iletişimi kolaylaştırarak uzakları yakınlaştıran ve yeni bir eğlence imkanı sunan bir medya aracıdır (Aslan ve Basel, 2017). İnternet günümüzde sadece bilgi edinilen bir araç olmasının yanı sıra, insanlarla iletişim kurmaya olanak tanıyan, alışveriş siteleri sayesinde dışarıya hiç çıkmadan ihtiyaçların karşılanmasını sağlayan, video ya da film seyretmeye ve oyun oynamaya yarayan birçok eğlence aktivitesini bünyesinde bulunduran bir araçtır (Arslan Cansever, 2010).

Çağımızda çocuklar teknolojinin çok gelişmiş bir zamanında dünyaya doğmakta ve yaygın olarak kullanılan internetle çocukluk yaşlarından itibaren tanışmaktadırlar. Bu sebeple internetin zararlı etkilerine, daha neyin doğru neyin yanlış olduğunun ayrımını yapamadıkları bir zamanda maruz kalmaktadırlar. Tabi ki internet tamamıyla kötüdür denilemez. Kullanım amaçlarına göre yararlı tarafları da yok sayılamaz. Yeygel ve Eğinli'ye göre (2009), anne-babalar çocukları için interneti derslerinde yardımcı olması ve bilgi edinme amacıyla temin etmekteyken; çocuklar interneti bu amaçlar dışında daha çok online oyun ve sohbet sitelerinde gezinerek, eğlenceli vakit geçirme amacıyla kullanmaktadırlar.

Çocuklar ve internet arasındaki ilişki, modern çağda oldukça yaygındır. İnternet, çocuklar için kaynak ve eğlence olarak kullanılabilecek birçok fırsat sunar. Ancak, internetin yanlış kullanımı, çocukların güvenliği ve sağlığı açısından önemli riskler taşır.

İnternet, çocukların öğrenme ve bilgi edinme süreçlerine katkıda bulunabilir. Eğitim amaçlı web siteleri, ödevler için araştırma yapmak için faydalı kaynaklar sağlar. Bunun yanı sıra, internet, çocukların farklı kültürleri ve dünya olaylarını öğrenmelerine de yardımcı olur.

Ancak, internet kullanımı aynı zamanda çocukların güvenliği açısından riskler taşır. Çocukların internet üzerinden kişisel bilgilerini paylaşması, siber zorbalık, uygunsuz içeriklerle karşılaşma ve çevrimiçi yabancılarla iletişim kurma riskleri bulunmaktadır. Bu

nedenle, çocukların internet kullanımı sınırlandırılmalı ve güvenli internet kullanımı konusunda eğitilmelidir.

Ayrıca, internet kullanımı çocukların fiziksel sağlığı açısından da riskler taşıyabilir. Özellikle, aşırı internet kullanımı, obezite, uyku bozukluğu, göz yorgunluğu ve duruş bozuklukları gibi sağlık sorunlarına neden olabilir. Bu nedenle, çocukların internet kullanımı sınırlandırılmalı ve internet kullanımı sırasında düzenli aralıklarla mola verilmesi sağlanmalıdır.

İnternet, çocuklar için birçok fayda sağlayabilen bir kaynak olabilir, ancak aynı zamanda bazı riskleri de beraberinde getirebilir. İnternetin çocuklarla iyi bir ilişkisi olması için aşağıdaki faktörlere dikkat etmek önemlidir.

Bilgi ve Öğrenme: İnternet, çocukların bilgi edinme ve öğrenme konusunda büyük bir kaynak sunar. Eğitim materyallerine, ansiklopedilere, çevrimiçi derslere, sanal kütüphanelere ve interaktif öğrenme platformlarına kolay erişim sağlar. Çocuklar, ilgi alanlarına uygun içerikler keşfedebilir ve yeni şeyler öğrenme fırsatı bulabilir.

İletişim ve Sosyal Bağlantılar: İnternet, çocukların arkadaşları ve aileleriyle iletişim kurmalarını sağlar. E-posta, anlık mesajlaşma, sosyal medya ve video görüşme gibi araçlar, uzaktaki sevdikleriyle iletişimde kalmalarını kolaylaştırır. Bu, çocukların sosyal bağlantılarını sürdürmelerine ve farklı kültürlerle etkileşimde bulunmalarına yardımcı olabilir.

Yaratıcılık ve Eğlence: İnternet, çocuklar için yaratıcı ifade ve eğlence alanlarını genişletir. Resim çizme, müzik yapma, video oluşturma, hikâye yazma gibi etkinlikler için çeşitli platformlar ve uygulamalar bulunur. Ayrıca oyunlar, çevrimiçi bulmacalar, interaktif öyküler ve diğer eğlence içerikleri sunan siteler çocuklar için keyifli bir deneyim sağlayabilir.

Ancak, çocuklar için internetin kullanımıyla ilgili bazı riskler de vardır ve ebeveynlerin aşağıdaki konulara dikkat etmesi önemlidir:

İçerik Kontrolü: İnternet, bazen uygunsuz veya zararlı içerikler içerebilir. Ebeveynler, çocuklarının eriştiği içerikleri denetlemeli ve yaşlarına uygun filtreleme ve güvenlik önlemleri kullanmalıdır.

Kişisel Güvenlik: İnternet, çocukların kişisel bilgilerini ifşa etme veya zararlı kişilerle etkileşime geçme riskini taşır. Ebeveynler, çocuklarını bu konular hakkında bilinçlendirmeli, güvenli çevrimiçi davranışlar konusunda eğitmeli ve gerekirse çocuklarını izlemeli.

Zaman Yönetimi: İnternet, çocukların uzun süreli ekran sürelerine maruz kalmasına neden olabilir. Ebeveynler, çocukların internet kullanımını denetlemeli ve dengeyi korumak için ekran süre sınırlamaları koymalıdır.

Kazakistan'da son yıllarda internet gelişimi ve kullanımı hızla artmıştır. Hükümetin dijitalleşme konusuna verdiği önem ve yatırımlar, ülkenin genelinde internet erişimini ve altyapısını iyileştirmiştir. Internet World Stat verilerine göre, 2022 yılında Kazakistan'da İnternet jenerasyonu %86'ya ulaşmıştır. Bunun bir nedeni, İnternet hizmetinin ucuz olmasıyla ilgilidir. Internet Accessibility Index'e göre, 2021 yılında Kazakistan, İnternet erişimine göre dünya genelinde 164 ülke arasında 8.sırada yer almıştır. Mobil İnternet 1GB için ise 0.8 dolar olarak belirlenmiştir. Bu, Kazakistan nüfusunun büyük bir bölümünün internete erişim sağladığı anlamına gelir.

Kazakistan'da internetin yaygınlaşması, çeşitli faktörlere bağlı olarak gerçekleşmiştir. Bunlar arasında altyapının geliştirilmesi, telekomünikasyon şirketlerinin geniş bant hizmetlerini sunması, mobil internetin yaygınlaşması ve internet hizmetlerinin daha uygun maliyetli hale gelmesi yer almaktadır. İnternet hizmetlerinin maliyetinin düşmesi, daha fazla insanın internete erişebilmesini sağlamıştır.

Bilgiye erişimin yaygınlaşması ve İnternetin geniş ölçüde kullanılması, dijitalleşmenin hızla ilerlemesinden kaynaklanan bilgiye olan talebi artırmaktadır. Genç nesiller, bu bilgi çağında yetişmekte olup, kişisel ve bilgi güvenliği konularında bilinçli olmaları gerekmektedir.

Kazakistan'da internet kullanımı, çeşitli alanlarda yaygınlaşmıştır. E-ticaret, online bankacılık, e-devlet hizmetleri gibi dijital hizmetlerin kullanımı artmıştır. Ayrıca sosyal medya kullanımı da yaygınlaşmış ve insanlar arasındaki iletişim ve etkileşim internet üzerinden gerçekleşmektedir.

Kazakistan hükümeti, dijital dönüşümü teşvik etmek için çeşitli projeler ve politikalar yürütmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) geliştirilmesi, genç nesillerin dijital becerilerinin artırılması ve internet güvenliğinin sağlanması gibi konular üzerinde çalışılmaktadır. Bu hakkında tezimizin bir sonraki bölümünde daha geniş anlatılacaktır.

Sonuç olarak, internet, çocuklar için faydalı bir kaynak olabilir, ancak uygun kullanımı konusunda dikkatli olunması gerekmektedir. Çocukların internet kullanımı sınırlandırılmalı, güvenli internet kullanımı konusunda eğitilmeli ve sağlıklı bir yaşam için dengeli bir internet kullanımı sağlanmalıdır.

1.3. Medyanın Çocuklara Etkisi

Medyanın, insanların bilgi edinmelerine, karşılıklı iletişime olanak tanımanın yanı sıra ticari hedeflere ulaşma, güç elde etme ve bireyleri belirli bir amaç doğrultusunda yönlendirme gibi işlevleri vardır (Karaman ve Karataş, 2009). Bu çok yönlü etkileri nedeniyle, medyaya

tam anlamıyla güvenmek yerine, sunulan mesajları eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmek gereklidir.

İnsanlar, medya mesajlarını sorgulayabilmek için belirli bir yaşa ve eğitim seviyesine ulaşmalıdırlar; ancak, çocuklar bu konuda yetersiz oldukları için medyadan alacakları ve almamaları gereken bilgiler konusunda savunmasızdırlar (Şimşek ve İşliyen, 2015). Bu durum, çocukların medya içeriğiyle etkileşime girdiklerinde, içerdikleri mesajları anlamada ve eleştirel bir perspektifle değerlendirmede zorlanabilecekleri anlamına gelmektedir.

Bu bağlamda, medyanın etkisi altında kalan bireylerin, sadece bilgi alımı ve iletişim amacıyla değil, aynı zamanda medyanın potansiyel etkilerini anlama ve eleştirel bir düşünceyle yaklaşma becerilerini geliştirmeleri önemlidir.

Medya, çocukların yaşamlarında önemli bir yer tutar ve birçok farklı şekilde etkileyebilir. Televizyon, radyo, gazete, dergi, internet gibi medya araçları, çocukların eğitimi, bilgi edinimi, eğlencesi ve sosyal hayatı üzerinde etki göstermektedir.

Medyanın olumlu etkileri arasında, çocukların eğitime katkıda bulunması, farklı kültürleri ve dünya olaylarını öğrenmelerine yardımcı olması, hayal güçlerini geliştirmesi ve sosyal becerilerini arttırması bulunmaktadır.

Ancak, medyanın çocuklara olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Televizyon ve internet gibi medya araçları, çocukların zamanlarının büyük bir bölümünü kaplayabilir ve sağlıklı bir yaşam için gerekli olan aktivitelerden uzaklaşmalarına neden olmaktadır. Ayrıca, çocukların maruz kaldığı şiddet içeren medya içerikleri, şiddete yönelik davranışları artırdığı bulunmaktadır. Benzer şekilde, uygunsuz içerikler çocukların cinsel davranışlarını da etkilemektedir.

Medya, çocukların benlik saygısı ve özgüveni üzerinde de etkili olmaktadır. Medya, çocuklara belli bir ideal beden tipi ve güzellik standardı sunarak, kendilerini olumsuz yönde değerlendirmelerine neden olmaktadır. Bu da çocukların sağlıklı bir benlik saygısı geliştirmelerine engeldir.

Daha önce bahsettiğimiz gibi medyanın çocuklara etkisi olumlu ve olumsuz yönleri içermektedir. Yukarıda yazdığımız gibi medya, çocukların eğitimi, bilgi edinimi ve eğlencesi için önemli bir kaynak olabilir, ancak aynı zamanda çocukların sağlığı, gelişimi ve davranışları üzerinde etkili olabilmektedir. Bu nedenle, çocukların medya kullanımı sınırlandırılmalı ve uygunsuz içeriklere maruz kalmasını önlemek için ailelerin ve eğitimcilerin dikkatli olması gerekmektedir.

Medya, çocukları çeşitli şekillerde etkileyebilir. İşte bazı etkileri şunlardır:

Bilgi ve Öğrenme: Medya, çocuklara geniş bir bilgi kaynağı sunabilmektedir. Televizyon programları, belgeseller, çevrimiçi içerikler ve kitaplar aracılığıyla çocuklar farklı konularda bilgi edinebilmektedir. Medya, çocukların öğrenme süreçlerini destekleyebilir ve bilgi dağarcıklarını genişletebilmektedir.

Düşünce ve Duygusal Gelişim: Medya içerikleri, çocukların düşünce süreçlerini ve duygusal tepkilerini etkileyebilir. Öyküler, karakterler ve olaylar üzerinden çocuklar farklı duygusal deneyimler yaşayabilirler. Bunun yanı sıra, medya içerikleri, çocukların değerlerini, inançlarını ve tutumlarını şekillendirebilmektedir.

Dil ve İletişim Becerileri: Televizyon programları, filmler, çizgi filmler ve diğer medya kaynakları, çocukların dil becerilerini geliştirmelerine yardımcı olabilmektedir. İzledikleri içerikler aracılığıyla kelime dağarcıklarını genişletebilir, cümle yapılarını öğrenebilir ve iletişim becerilerini geliştirebilmektedir.

Sosyal Davranış ve Rol Modeller: Medya, çocukların sosyal davranışlarını etkileyebilir ve rol modelleri aracılığıyla çocukların davranışlarını şekillendirebilir. İzledikleri karakterlerin, tutumların ve davranışların etkisi altında kalabilirler. Bu nedenle, pozitif ve sağlıklı rol modellerin sunulması önemlidir.

Tüketim Alışkanlıkları: Reklamlar ve pazarlama stratejileri, çocukların tüketim alışkanlıklarını etkileyebilir. Medya içerikleri aracılığıyla çocuklara çeşitli ürünler ve hizmetler sunulması gerekmektedir, markaların bilinirliği artırılmaktadır. Bu nedenle, reklamların çocukların üzerindeki etkisi ve tüketici becerilerinin geliştirilmesi önemlidir.

Özetle, medya çocukların bilgi edinme, düşünce ve duygusal gelişim, dil becerileri, sosyal davranışlar ve tüketim alışkanlıkları üzerinde etkili olarak bulunmaktadır. Ebeveynlerin ve eğitimcilerin, çocukların medya içeriklerini seçerken dikkatli olması, medya okuryazarlığını desteklemesi ve sağlıklı medya kullanımı alışkanlıklarını teşvik etmesi önemlidir.

Medyanın çocukların fiziksel, psikolojik ve kişisel gelişimine etkileri çeşitlilik göstermektedir. Medya kullanımının çocukları etkileyen başlıca faktörler şunlardır:

Medyanın fiziksel etkileri, uzun süreli oturma ve hareketsiz kalma alışkanlığıyla ilişkilidir. Bu durum, çocukların fiziksel aktivite düzeylerinin azalmasına ve obezite riskinin artmasına yol açmaktadır.

Psikolojik etkileri arasında duygusal durumu etkileme ve olumsuz duygusal tepkileri tetikleme yer almaktadır. Medya içerikleri, şiddet sahneleri veya korku unsurları içerdiğinde çocuklarda aksiyeler, korku veya agresif davranışlar gibi duygusal tepkilere yol açmaktadır.

Medyanın özgüven ve benlik değeri üzerindeki etkileri önemlidir. İdealize edilmiş güzellik standartları veya başarı hikayeleri gibi mesajlar, çocukların kendilerini yetersiz hissetmelerine veya olumsuz benlik değeri sorunları yaşamalarına neden olmaktadır.

Değerler, tutumlar ve sosyal davranışlar üzerindeki etkileri de dikkate değerdir. Medya içerikleri, çocukların değerlerini, inançlarını ve tutumlarını etkilemektedir. İzledikleri programlar veya içerikler aracılığıyla, toplum tarafından kabul edilen veya idealize edilen değerlere yönlendirilebilmektedir.

İletişim ve sosyal beceriler üzerindeki etkileri de söz konusudur. Medya kullanımının artması, yüz yüze iletişim ve sosyal etkileşim becerilerinin azalmasına yol açmaktadır.

Amerikan Pediatri Akademisi (AAP), 2008 tarihli raporunda medyanın çocuklar üzerindeki etkilerini şu şekilde açıklamıştır (Elma vd., 2009):

- Saldırgan davranışlar ve şiddet, bireysel ve toplumsal düzeyde duyarsızlık oluşturabilir.
- Madde bağımlılığı ve istismar.
- Beslenme alışkanlıkları ve obezite.
- Bedensel imaj, cinsellik algısı ve kişisel kimlik.
- Reklam, pazarlama ve tüketim.

Amerikan Pediatri Derneği'nin bu raporu, medyanın çocuklarda şiddet içeren görüntülerin, saldırganlığı teşvik etme, olumsuz davranışlara duyarsızlaştırma, madde bağımlılığı, beslenme alışkanlıkları ve obezite gibi sonuçlar doğurabileceğini vurgulamaktadır. Ayrıca, medya karşısında geçirilen sürenin farkında olmama durumu, aşırı yeme-içme alışkanlıklarına sebep olabilirken, cinsellik ve reklamların tüketim alışkanlıklarını etkileyebileceği üzerinde durulmuştur.

İnan'ın (2013) ortaokul öğrencileri ve ebeveynlerin televizyon ile internet kullanımlarını incelediği "Medya Okuryazarlığı Sürecinde Medya, Çocuk ve Ebeveyn İlişkisi" başlıklı doktora çalışması, medyanın çocuklar üzerindeki etkilerini fiziksel, psiko-sosyal, ahlaki ve bilişsel gelişim olmak üzere dört ana başlık altında değerlendirmiştir. Bu kapsamda, medyanın etkileri aşağıda detaylı bir şekilde ele alınacaktır

Medya çocukların fiziksel, psikolojik ve kişisel gelişimini etkileyebileceği bulunmaktadır. Bu nedenle, sağlıklı medya kullanımı ve bilinçli medya tüketimi konusunda ebeveynlerin ve eğitimcilerin rehberlik sağlaması önemlidir.

1.3.1. Medyanın Çocukların Fiziksel Gelişimine Etkisi

Medya, çocukların fiziksel gelişimlerini doğrudan etkilemese de medya kullanımının yoğunluğu ve türü, çocukların fiziksel sağlığı üzerinde dolaylı etkiler yaratabilmektedir. Medya araçlarının kontrolsüz ve uzun sürelerle kullanılması, özellikle çocukların devam eden gelişimlerinde olumsuz etkilere yol açabilir (Kuzu, 2011). Bilgisayar ve cep telefonlarıyla yoğun bir şekilde ilgilenen çocuklar, hem fiziksel hem de psikolojik sorunlarla karşılaşabilmektedirler.

Bilgisayar başında geçirilen uzun süreler, gençlerde ve özellikle gelişme çağındaki çocuklarda duruş bozuklukları, görme sorunları ve yeme alışkanlıklarında bozulmalar gibi olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Film izleme, video oyunları oynama ve sosyal medya platformlarında fazla vakit geçirme alışkanlıkları, çocukların doğru oturma pozisyonuna dikkat etmemelerine neden olarak fiziksel sağlık problemlerine yol açabilmektedir.

Erken yaşlarda televizyonla tanışan çocuklarda konuşma bozuklukları görülebilmektedir (Büyükbaykal, 2007). Bu durum, çocukların konuşmaya geç başlamasına ve akıcı bir şekilde konuşma yeteneklerinde sorunlar yaşamalarına sebep olabilmektedir. Televizyon karşısında uzun süre geçiren çocukların sadece izleyerek duyduklarıyla yetinmeleri, konuşma becerilerinin gelişimini engelleyebilmektedir.

Özellikle televizyon ve internet gibi medya araçlarının aşırı kullanımı, çocukların fiziksel aktivitelerinden uzaklaşmalarına ve hareketsiz bir yaşam tarzı benimsemelerine neden olabilir.

Ayrıca, medya içerikleri çocukların beslenme alışkanlıklarını etkileyebilir. Örneğin, fast food restoranları ve tatlı firmaları, televizyon programları, filmler ve oyunlar gibi medya araçlarında sıkça reklam yaparak çocukların bu tür yiyecekleri tercih etmelerini sağlayabilir. Bu da sağlıksız beslenme alışkanlıkları ve kilo problemleri gibi sorunlara yol açabilir.

Medyanın çocukların fiziksel gelişimine etkisini Kazakistanlı araştırmacılara göre kısaca özetlersek, Kazakistan'da medya, çocukların fiziksel gelişimini çeşitli şekillerde etkilemektedir. Mesela hareketsizlik. Çocuklar, medya kullanımı sırasında uzun süre hareketsiz kalabilirler. Televizyon izleme, bilgisayar oyunları oynama veya akıllı telefonlarla vakit geçirme gibi medya aktiviteleri, fiziksel aktivitenin azalmasına neden olmaktadır. Bu durum, obezite riskinin artmasına ve genel fiziksel gelişimin olumsuz etkilenmesine yol açmaktadır.

Daha önce yukarıda genel olarak bahsettiğimiz problemi Kazakistan da yaşıyordu. Medya içerikleri, reklamlar aracılığıyla çocuklara sağlıksız yiyecek ve içecekleri tanıtabilir.

Özellikle abur cubur gıdalar ve şekerli içeceklerin yoğun olarak reklamlandığı medya ortamı, çocukların sağlıksız beslenme alışkanlıkları geliştirmesine neden olabilir.

Egzersiz Fırsatlarının Azalması: Medya kullanımının artması, çocukların dışarıda oyun oynamaları ve fiziksel aktivitelere katılmaları için harcamaları gereken zamanı azaltmaktadır. Bu durum, çocukların spor yapma, egzersiz yapma ve doğal ortamda fiziksel aktivitelere katılma fırsatlarının azalmasına neden olmaktadır.

Beden İmajı ve Özgüven: Medya, idealize edilmiş beden imajları ve güzellik standartları üzerinden çocukların beden algısını etkileyebilir. Vücut şekli, kilo veya dış görünüşle ilgili olumsuz mesajlar, çocukların beden imajıyla ilgili sorunlar yaşamalarına ve özgüvenlerinin azalmasına yol açabilir.

Bu etkilerin yanı sıra, medya aracılığıyla sağlık, egzersiz ve beslenme konularında bilgilendirici içeriklere erişim sağlanabilir. Eğitici programlar ve diğer medya kaynakları, çocukları sağlıklı yaşam tarzı ve fiziksel aktivitelere teşvik edebilmektedir. Ayrıca ailelerin ve eğitimcilerin, medya kullanımını sınırlamak, sağlıklı medya alışkanlıkları oluşturmak ve fiziksel aktivitelerin teşvik edilmesi konusunda çocukları yönlendirmesi önemlidir.

Bu durumlar, medya kullanımının çocukların fiziksel sağlığı ve dil gelişimi üzerindeki etkilerini vurgulamaktadır. Uzun süreli medya kullanımının, çocukların sağlıklı büyüme ve gelişimlerini olumsuz yönde etkileyebileceği konusunda bilinçli olunmalıdır.

Medya araçları, çocukların fiziksel gelişimlerine dolaylı olarak etki edebilmektedir. Ailelerin ve eğitimcilerin, çocukların medya kullanımını sınırlamaları, fiziksel aktivitelerini teşvik etmeleri ve sağlıklı beslenme alışkanlıklarını kazandırmaları, çocukların sağlıklı bir yaşam sürdürmeleri açısından önemlidir.

1.3.2. Medyanın Çocukların Psikolojik Gelişimine Etkisi

Medya, çocukların psikolojik gelişimini etkileyen önemli faktörlerden biridir. Medyanın yoğun ve uygun olmayan kullanımı, çocukların psikolojik sağlığı üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir.

Araştırmalar, çocukların uzun süre medya araçlarıyla vakit geçirmesinin gelişimlerini olumsuz etkilediğini göstermektedir (Şimşek İşleyen ve İşleyen, 2015). Özellikle şiddet içeren içerikler, çocukların psikolojisini olumsuz yönde etkileyerek, şiddete eğilimli olmalarına ve genel anlamda insanlara karşı güvensiz ve çekingen bir tutum geliştirmelerine neden olmaktadır (Şirin ve Sine, 2011).

Şeker (2009) televizyonla büyüyen çocukların, ebeveynlerinden daha fazla televizyon etkisine maruz kalarak, televizyonun çocukların karakter gelişimini şekillendirdiğini

belirtmektedir. Ayrıca, Şimşek İşleyen ve İşleyen (2015), bilgisayar oyunlarının çocukların psiko-sosyal gelişimini olumsuz etkilediğini vurgulayarak, çocukları çevrelerine karşı duyarsızlaştırdığını ve insanî duygulardan uzaklaştırdığını belirtmektedir. Medya, adeta insanları birer robota dönüştürmektedir.

Bireyler olarak, duygusal olaylar karşısında etkilenme eğilimindeyiz ve uzun süre etkisinden kurtulamayacağımız durumlarla karşılaşabiliyoruz. Ancak, çocuklar bizden daha fazla etkilenmekte ve şiddet içeren bilgisayar oyunlarına bağımlı olan çocukların gerçek hayatta oyunlardaki gibi davranma eğiliminde oldukları bilinmektedir. Son dönemde, bazı oyunların çocukları aşırı etkileyerek intihar gibi sonuçlara götürdüğüne dair gözlemler bulunmaktadır.

Özellikle şiddet içeren medya içerikleri, çocukların davranışlarına ve psikolojik durumlarına olumsuz etki edebilmektedir. Şiddet içeren oyunlar, filmler, programlar veya haberler, çocukların agresif davranışlar sergilemelerine, saldırganlığı normalleştirmelerine ve korkularının artmasına neden olabilmektedir.

Benzer şekilde, cinsel içerikli medya içerikleri de çocukların psikolojik gelişimlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Uygun olmayan içeriklere maruz kalmak, çocukların cinsel davranışları üzerinde olumsuz etki yaratabilir ve kendilerine olan güvenlerini sarsabilir.

Medya aynı zamanda, çocukların sosyal ve duygusal gelişimleri üzerinde de etkilidir. Özellikle sosyal medya gibi dijital platformlar, çocukların kendilerini sürekli olarak karşılaştırdığı bir ortam yaratabilir ve bu da kaygı ve depresyon gibi sorunlara yol açmaktadır. Ayrıca, bazı medya içerikleri çocukların özgüvenlerini ve benlik saygılarını olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Medya, çocukların psikolojik gelişimleri üzerinde etkili bir faktördür. Ailelerin ve eğitimcilerin, çocukların medya kullanımını sınırlandırmaları ve uygun içerikleri seçmeleri, çocukların psikolojik sağlıklarını korumaları için önemlidir. Ayrıca, çocukların medya içerikleriyle ilgili konuları konuşmaları ve onlara doğru bilgi ve becerileri kazandırmaları da önemlidir.

Kazakistanlı medya araştırmacı Kamzin'e göre (Kamzin, 2012) medya, çocukların psikolojik gelişimini çeşitli şekillerde etkileyebilmektedir:

Duygusal Tepkiler: Medya içeriği, çocukların duygusal tepkilerini etkileyebilmektedir. Şiddet içeren veya korku unsurları içeren medya içerikleri, çocuklarda anksiyete, korku veya endişe gibi olumsuz duygusal tepkilere yol açabilir.

İmaj ve Özdeşleşme: Medya, çocukların kendilerini idealize edilmiş karakterler veya rollerle özdeşleştirmesine neden olabilir. Bu durum, çocukların gerçeklikle uyumlu olmayan beklentiler geliştirmelerine ve özsaygı sorunları yaşamalarına yol açabilir.

Reklamların Etkisi: Medya içinde yayınlanan reklamlar, çocukların tüketim alışkanlıkları, benlik değeri ve mutluluk algısını etkileyebilir. Tüketim çağrışımlı reklamlar, çocukların isteklerini artırabilir ve gereksiz mal ve hizmetlere yönelmelerine neden olabilir.

Sosyal Karşılaştırma: Medya, çocukların kendilerini diğer insanlarla karşılaştırmalarına neden olabilir. Sosyal medya platformlarında paylaşılan görüntüler, yaşam tarzları ve başarılar, çocukların kendilerini yetersiz hissetmelerine veya rekabetçi bir zihniyet geliştirmelerine yol açabilir.

İletişim ve Sosyal Yetenekler: Medya kullanımının artması, çocukların yüz yüze iletişim ve sosyal etkileşim becerilerini etkileyebilir. Uzun süre medya başında geçirilen zaman, çocukların sosyal becerilerini kullanma fırsatlarını azaltabilir ve sosyal ilişkilerini etkileyebilir. Bununla birlikte, medya aynı zamanda çocukların eğitime ve bilgi edinmelerine de katkıda bulunabilir. Eğitici programlar, öğretici içerikler ve dijital öğrenme materyalleri, çocukların öğrenme süreçlerini destekleyebilir ve zihinsel gelişimlerine katkıda bulunabilir.

Sonuç olarak, medya çocukların psikolojik gelişimini etkileyebilir, bu nedenle ebeveynlerin ve eğitimcilerin çocukların medya tüketimini izlemesi, uygun içerikler seçmesi ve sağlıklı medya alışkanlıkları oluşturması önemlidir. Ayrıca, çocuklara medya içeriği hakkında eleştirel düşünme becerileri kazandırmak ve medya kullanımını dengelemek için alternatif aktiviteler sunmak da önemlidir.

1.3.3. Medyanın Çocukların Kişisel Gelişimine Etkisi

Medya, çocukların kişisel gelişimini etkileyen birçok faktörden biridir. Medyanın yoğun ve uygun olmayan kullanımı, çocukların kişisel gelişimleri üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir.

Özellikle sosyal medya gibi dijital platformlar, çocukların kendilerini sürekli olarak karşılaştırdığı bir ortam yaratabilir ve bu da benlik saygısı, özgüven ve mutluluk gibi alanlarda olumsuz etki yaratabilmektedir. Ayrıca, bazı medya içerikleri, çocukların değerlerini ve inançlarını etkileyebilir ve onların kişisel gelişimlerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Diğer yandan, uygun medya kullanımı, çocukların kişisel gelişimlerine olumlu etkiler yaratabilmektedir. Eğitici ve öğretici medya içerikleri, çocukların öğrenme ve bilgi edinme

becerilerini geliştirmelerine yardımcı olabilir. Ayrıca, medya içerikleri, çocukların yaratıcılık, hayal gücü ve sanatsal yeteneklerini geliştirmelerine de katkıda bulunabilir.

Medyanın çocukların kişisel gelişimi üzerindeki etkisini en aza indirmek için, ailelerin ve eğitimcilerin çocukların medya kullanımını sınırlandırmaları ve uygun içerikleri seçmeleri önemlidir. Ayrıca, çocuklara doğru bilgi ve becerileri kazandırmak için, medya içerikleri hakkında konuşmaları ve onları eleştirel düşünmeye teşvik etmeleri de önemlidir. Böylece çocuklar, medyayı doğru bir şekilde kullanarak, kişisel gelişimlerine katkıda bulunabilirler.

Medyanın çocukların fiziksel, ahlaki, bilişsel ve psiko-sosyal gelişimleri üzerindeki olumsuz etkileri yok etmek ya da en aza indirmek, alacakları kaliteli medya eğitimi sayesinde gerçekleşebilmektedir. Eğitim sayesinde olumsuz olarak etkilendiklerinin farkında olabilirler. Ebeveynleri tarafından pek çok konuda uyarıldıklarında ergenliğin vermiş olduğu asilik sebebiyle çoğu şeyi kabul etmek yerine reddedeceklerdir. Bu sebeple daha küçük yaşlarda alacakları medya eğitimi onların daha bilinçli bireyler olarak yetişmelerini sağlayacaktır.

İKİNCİ BÖLÜM

MEDYA OKURYAZARLIĞI

2.1. Medya Okuryazarlığı Nedir?

Medya okuryazarlığı kelimesini ve kavramını tanımlamadan önce anlamamız gerek olan şey de öncelikle okuryazarlık olması ve onun bilinmesi gerekmektedir. Medya okuryazarlığı, her türlü medya araçlarından alınan haber, bilgi ve enformasyonların analiz edilip sentezlenmesi ve doğru anlaşılıp aynı zamanda iletilmesi olarak tanımlanmıştır. Medya okuryazarlığının İngilizcede “media” ve “literacy” kelimelerinin birleşmesinden oluştuğu vurgulanmaktadır (Koçak, 2011).

Medya okuryazarlığı bir baktığımızda medyanın yazılması ve okunması anlamına gelip yorumlanabilmektedir. Ancak medya okuryazarlığı hakkında böyle bir yorumlama sadece okuma ve yazma boyutu ile alakalı olduğundan bu açıklama yeterli bulunmamaktadır. Burada bahsedilen şeyin okumak ve okuduğunu anlama veya ona anlamlar yükleme olmalıdır. Bu bağlamda Koçak (2011) medya okuryazarlığını medyadan gelen mesajları anlama, anlamlı kılmak ve yeniden üretmek, yani medya muhataplarının bu mesajları yeniden oluşturmasıdır şeklinde tanımlamaktadır.

Genel olarak kabul edilmiş tanıma göre medya okuryazarlığı büyük farklılık gösteren alanlardaki mesajlara ulaşabilme, bu mesajları çözümleme, değerlendirme ve bunları iletebilme becerisi olarak tanımlanmaktadır (Hobbs, 1999). Aslında neredeyse bu genel kabul görmüş tanım etrafında dönüp duran bir tanımlama çemberi içerisinde bulunan medya okuryazarlığının üçlü sacayağı şeklinde tanımlandığı da görülmektedir. Yapılan tanımlamada medya okuryazarlığı mesajları analiz etme, mesajları değerlendirme ve mesajları iletmeye yeteneğidir denmiştir (Kutoğlu, 2007).

Medya okuryazarlığı, bireylerin medya içeriklerini anlamaları, yorumlamaları, eleştirel düşünceleri ve doğru bir şekilde kullanmaları için gerekli olan becerilerin ve bilginin kazanılmasıdır. Medya okuryazarlığı, sadece okuma ve yazma becerileri ile sınırlı kalmayan, medya teknolojilerinin hızlı bir şekilde geliştiği günümüzde bireylerin bu teknolojileri doğru ve etkin bir şekilde kullanmalarını sağlayan bir kavramdır.

Medya okuryazarlığı, çeşitli medya türleri, örneğin televizyon, radyo, gazete, dergi, internet ve sosyal medya gibi, hakkında bilgi sahibi olmayı, medyanın nasıl işlediğini ve nasıl üretildiğini anlamayı, medya içeriklerini eleştirel bir bakış açısı ile yorumlamayı ve doğru bilgi kaynaklarını belirleyebilmeyi kapsar.

Medya okuryazarlığı, modern çağın gereksinimlerinden biridir ve bireylerin medya kullanımını doğru bir şekilde yönetmeleri ve medya araçlarının sunduğu fırsatları en üst düzeyde değerlendirmeleri için önemlidir.

Kısaca özetlersek, medya okuryazarlığı, bireylerin medya mesajlarını anlama, değerlendirme, analiz etme ve eleştirel bir perspektifle yorumlama yeteneğidir. Medya okuryazarlığı, günümüz dijital çağında önem kazanmış bir beceridir ve çeşitli medya platformları aracılığıyla yayılan bilgi ve içeriklerin doğru anlaşılmasını ve etkili bir şekilde kullanılmasını hedefler.

Medya okuryazarlığı, aşağıdaki becerileri içerir:

Medya Mesajlarını Anlama: Medya içeriklerini doğru bir şekilde anlamak için temel okuma, izleme ve dinleme becerilerini kullanma. İçeriklerin görsel, işitsel ve yazılı unsurlarını anlamlandırma.

Medya Kaynaklarını Değerlendirme: Medya içeriklerinin güvenilirliğini, doğruluğunu ve tarafsızlığını değerlendirme. Bilgi kaynaklarının kaynaklarına, niyetlerine ve güncelliğine dair eleştirel bir bakış geliştirme.

Medya İletişim Biçimlerini Analiz Etme: Medya mesajlarının kullanılan dil, semboller, görseller ve söylem biçimleri gibi iletişim araçlarını analiz etme. İçeriklerin hangi amaçla ve hangi mesajı iletmek için tasarlandığını anlama.

Medya Etik ve Mahremiyet Konularında Farkındalık: Medya etiği, telif hakları, mahremiyet ve dijital güvenlik konularında bilinçli olma. Kişisel bilgilerin paylaşımı ve çevrimiçi etkileşimlerin sonuçları hakkında bilgi sahibi olma.

Medya İçeriği Üretme: Medya içeriklerini yaratma, düzenleme ve paylaşma becerilerini geliştirme. Bilgi ve düşüncelerin etkili bir şekilde ifade edilmesi ve medya platformlarında aktarılması.

Jols ve Thoman'ın (2008) medya okuryazarlığını tanımladıkları noktaları bunlardır:

Medya okuryazarlığı, medyaya karşı saldırgan bir tavır almak anlamına gelmez. Ancak sıkça medya eleştirilerini içerir.

Medya okuryazarlığı, medya ile ilgili etkinlikler ve projeler üretmeyi kapsar, fakat yalnızca medya üretmek değildir.

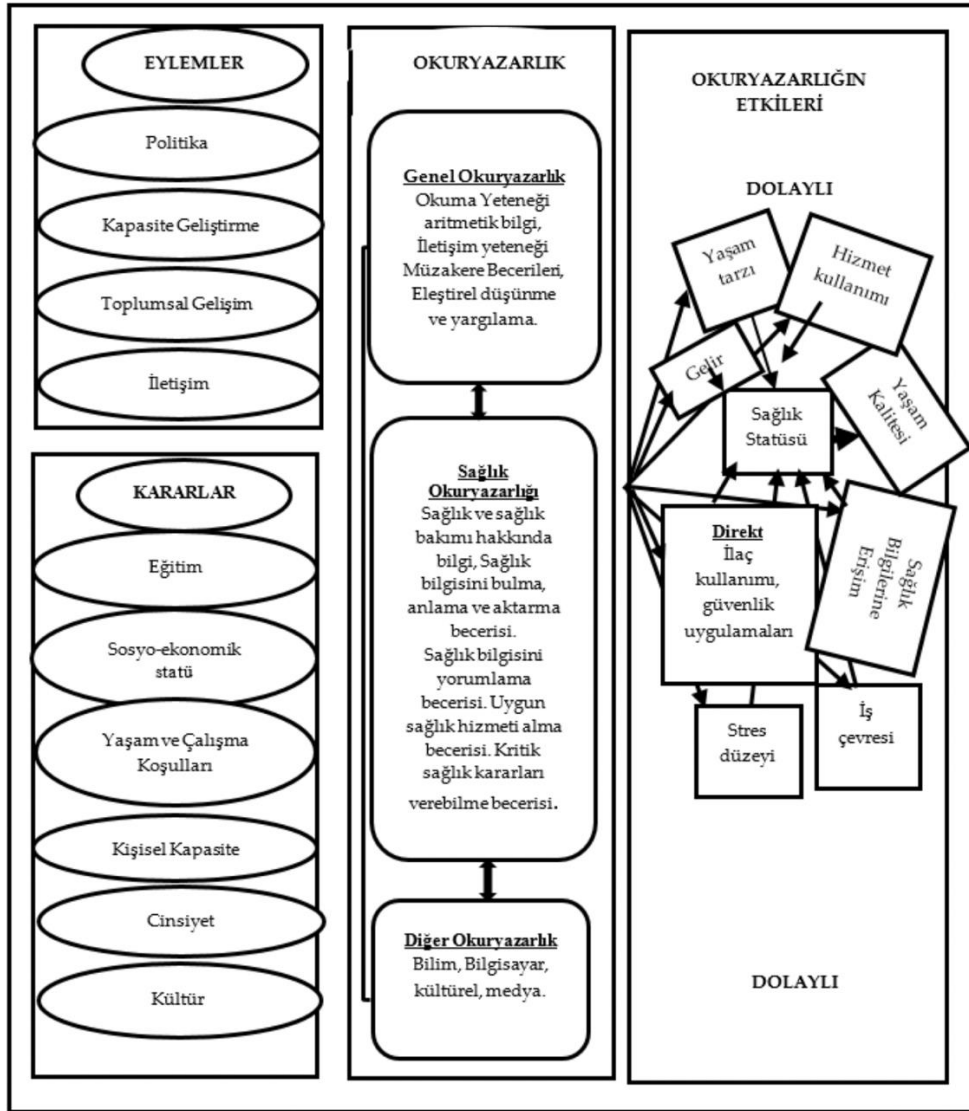
Sadece videolar, CD-ROM'lar veya medya içerikli materyalleri sınıfa getirmek, medya okuryazarlığı kapsamında değildir.

Bir medya okuryazarının, medya ve medya mesajlarının yapısını ve kültürel etkilerini keşfetmesi gerekmektedir.

Medya okuryazarlığı, basitçe politik gündemi, önyargıları ve yanlış açıklamaları takip etmek değildir. Aynı zamanda, bu olayları "normalleştiren" sistemi sorgulamayı içerir.

Verilen medya mesajlarına sadece bir kişinin bakış açısından veya deneyimlerinden bakmak, medya okuryazarlığı açısından yetersizdir. Çünkü medya, farklı görüş açıları kullanılarak incelenmelidir.

Medya okuryazarlığı, sadece uzak durmayı değil, dikkatlice izlemeyi ve eleştirel düşünmeyi ifade eder.



Şekil 2.1. Sağlık ve Okuryazarlık İlişkisinin Kavramsal Çerçevesi

Kaynak: Rootman, 2004.

Şekil 1’de gördüğümüz gibi medya okuryazarlığı, günümüzün karmaşık iletişim ortamında toplumların bilgiye erişimini, içeriği anlama yeteneklerini ve iletişim becerilerini geliştiren kritik bir kavramdır. Bu kavram, politika yapma süreçlerinde etkin bir rol oynar, toplumsal gelişime katkıda bulunur ve iletişim hakkının güçlenmesine yardımcı olur.

Politika kapasitesi, medya okuryazarlığının politika süreçlerine entegrasyonu ile artar. Bireylerin medya içeriğini eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirebilme yeteneği, kamu politikalarının oluşturulmasında ve değerlendirilmesinde önemli bir rol oynar. Medya okuryazarlığı, toplumsal paydaşların çeşitli medya araçları üzerinden politik süreçleri anlama ve etkilme yeteneklerini geliştirir. Bu da demokratik katılımı artırır ve politik karar alma süreçlerine daha geniş bir katılım sağlar.

Toplumsal gelişim, medya okuryazarlığının etkili bir şekilde hayata geçirilmesiyle doğrudan ilişkilidir. Medya okuryazarlığı, eğitim kurumlarından sosyal platformlara kadar geniş bir yelpazede toplumun bilgiye erişimini ve içeriği eleştirel bir bakış açısıyla analiz etme becerisini geliştirir. Bu da toplumsal değişimi teşvik eder, sosyal sorunlara duyarlılık artırır ve bireylerin etkili iletişim yoluyla bu sorunları çözme kapasitelerini artırır.

İletişim hakkı, medya okuryazarlığının temel taşlarından biridir. Bireylerin medya içeriğini doğru bir şekilde anlama, çeşitli kaynakları eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme ve bu içerikleri üretme veya paylaşma becerisi, iletişim haklarının güçlenmesine katkıda bulunur. Medya okuryazarlığı, bilgiye erişimde eşitlik ve çeşitliliği teşvik eder, böylece iletişim hakkını destekler ve korur.

Medya okuryazarlığı politika kapasitesini artırır, toplumsal gelişimi teşvik eder ve iletişim hakkını güçlendirir. Bu kavramın benimsenmesi ve yaygınlaştırılması, daha bilinçli, bilgiye dayalı ve etkili bir toplumun oluşumuna katkıda bulunur.

Medya okuryazarlığı, bireyleri yanıltıcı veya yanlış bilgilerden koruyarak eleştirel düşünme becerilerini güçlendirir. Bu beceri, medya içeriklerini analiz ederken daha bilinçli, bilgili ve etkili bir şekilde katılımcı olmalarını sağlar. Aynı zamanda, medya okuryazarlığı, bireylerin demokratik toplumda etkili bir şekilde katılım sağlamalarına ve medya tarafından iletilen mesajlara karşı daha eleştirel bir tutum sergilemelerine yardımcı olur.

2.2. Medya Okuryazarlığı ve Dijital Medya

Kökeni dijital dil olarak kabul edilen zaman ve mekân sınırlamasını ortadan kaldıran iletişim ve etkileşim sürecine, ayrıca alıcılarında bilgi üretip tüketebilmesine olanak sağlayan eş zamansız medya ortamlarıdır denmektedir. Dijital medya ifadesi çoğu zaman “yeni medya” veya “sosyal medya” olarak da tanımlanmıştır. Bu yeni teknoloji ile birey-birey, birey-kitle ve birey teknoloji arasında bir etkileşim sağlanabildiği belirtilmektedir (İspir, 2013).

Dijital medya, bilgisayarlar, akıllı telefonlar, tabletler ve diğer elektronik cihazlar gibi dijital teknolojiler kullanılarak üretilen, iletilen ve tüketilen medya içeriklerini ifade eder.

Dijital medya, geleneksel medya biçimlerinin (televizyon, radyo, gazete) dijital ortama uyarlanmasıyla ortaya çıkmıştır.

Dijital medya, metinler, görüntüler, sesler, videolar, grafikler ve interaktif öğeler gibi çeşitli biçimlerde içerik sunmaktadır. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte dijital medya kullanımı büyük ölçüde artmıştır. Sosyal medya platformları, çevrimiçi video paylaşım siteleri, dijital oyunlar, e-kitaplar ve diğer dijital içerik platformları, dijital medyanın birer örneğidir. Dijital medya, hızlı erişim, kolay paylaşım, etkileşim ve kişiselleştirme gibi özellikleriyle dikkat çekmektedir. İnternet aracılığıyla geniş bir kitleye ulaşma imkânı sunar ve kullanıcıların içerikleri tüketmelerinin yanı sıra üretmelerine de olanak sağlar. Dijital medya, haberlerin, eğlence içeriklerinin, eğitici materyallerin, reklamların ve iletişimin çeşitli biçimlerinin dijital platformlarda sunulmasıyla önemli bir iletişim aracı haline gelmiştir.

Dijital medya, kullanıcılar arasında etkileşimi ve katılımı teşvik eder. Sosyal medya platformları, kullanıcıların içerikleri paylaşmaları, yorum yapmaları, beğenmeleri ve paylaşımlara katkıda bulunmaları için bir alan sağlar. Bu sayede kullanıcılar, çevrimiçi topluluklarda etkileşime geçebilir, görüşlerini ifade edebilir ve bilgi alışverişinde bulunabilirler.

Dijital medya, iletişim, eğlence, bilgi edinme, ticaret, eğitim ve diğer birçok alanda önemli bir rol oynar. Ancak aynı zamanda, bilgi güvenliği, mahremiyet, bağımlılık ve yanlış bilgi gibi zorlukları da beraberinde getirir. Dijital medya kullanıcıları için medya okuryazarlığı, bilinçli ve eleştirel bir şekilde dijital içerikleri tüketmelerini sağlamak açısından önemlidir.

Medya okuryazarlığı, medya araçlarının çeşitlerine yönelik bilgi sahibi olmak, bu araçlar üzerinden sunulan içerikleri anlamak ve yorumlamak, eleştirel düşünebilmek, medya araçlarının kullanımı ve etkileri hakkında farkındalık sahibi olmak gibi becerileri ifade eder. Bu beceriler, kişinin medya araçları üzerinden sunulan bilgi ve mesajlara daha doğru ve bilinçli bir şekilde yaklaşmasına yardımcı olur.

Dijital medya ise, internet, akıllı telefonlar, tabletler, bilgisayarlar ve diğer dijital araçlar üzerinden üretilen, yayımlanan veya tüketilen her türlü içeriği ifade eder. Dijital medya, günümüzde insanların bilgiye ulaşma, etkileşim kurma, eğlenme ve öğrenme gibi pek çok ihtiyacını karşılamaktadır. Ancak, dijital medyanın yanlış veya yanıltıcı bilgi içermesi, kötü amaçlı kullanımı veya bağımlılık yapıcı etkileri gibi riskleri de bulunmaktadır.

Dijital medya, medya okuryazarlığına hem olumlu hem de olumsuz yönde etki edebilir. İşte dijital medyanın medya okuryazarlığına etkilerinden bazıları:

Bilgi Erişimi ve Çeşitlilik: Dijital medya, geniş bir bilgi kaynağına erişim sağlar. İnternet aracılığıyla kullanıcılar, farklı kaynaklardan zengin ve çeşitli içeriklere ulaşabilirler. Bu, medya okuryazarlığını geliştirerek farklı perspektifleri anlama ve bilgiyi çeşitli kaynaklardan eleştirel bir şekilde değerlendirme becerisini teşvik edebilmektedir.

Bilgi Doğrulama: Dijital medyada hızlı haber döngüsü ve sosyal medya paylaşımları aracılığıyla yanlış bilgilerin yayılması riski vardır. Bu durum, medya okuryazarlığına olan ihtiyacı artırır. Dijital medya kullanıcıları, bilgilerin kaynağını doğrulamak, güvenilir ve sağlam kanıtlara dayanmayan bilgilere karşı dikkatli olmak ve yanıltıcı içerikleri tespit etme becerilerini geliştirmek zorundadır.

Görsel Okuryazarlık: Dijital medya, görsel içeriklerin yaygın olduğu bir ortamdır. Kullanıcılar, fotoğraflar, videolar, infografikler ve grafikler gibi görsel unsurları anlama ve yorumlama becerilerini geliştirebilirler. Görsel okuryazarlık, medya mesajlarının altında gizli anlamları anlama ve görsel manipülasyonları fark etme yeteneğini içerir.

Sosyal Medya ve Paylaşım Kültürü: Dijital medya platformları, sosyal medya aracılığıyla kullanıcıların içerikleri paylaşmasını teşvik eder. Bu, kullanıcıların kendi içeriklerini üretme ve yayma becerilerini geliştirmelerine yardımcı olabilir. Ancak, medya okuryazarlığı açısından, kullanıcıların paylaşılan içeriklerin kaynaklarını ve doğruluğunu sorgulamaları, yanlış bilgilendirmeye karşı duyarlı olmaları önemlidir.

İnteraktif ve Katılımcı Deneyimler: Dijital medya, kullanıcılara etkileşimli ve katılımcı deneyimler sunar. Kullanıcılar, içeriklere yorum yapabilir, paylaşabilir, beğenebilir ve tartışmalara katılabilir. Bu, kullanıcıların aktif katılımcılar olmalarını teşvik ederken, eleştirel düşünme becerilerini kullanmalarını ve farklı görüşleri değerlendirmelerini sağlar.

Medya okuryazarlığı ve dijital medya birbirini tamamlayan kavramlardır. Dijital medya üzerinden sunulan içerikleri doğru bir şekilde anlayabilmek, eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşabilmek ve doğru bilgiye ulaşabilmek için medya okuryazarlığı becerilerine sahip olmak gerekmektedir. Medya okuryazarlığı, dijital medya kullanımının daha sağlıklı ve faydalı hale getirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

2.3. Medya Okuryazarlığını Gerekli Kılan Faktörler

Günümüz dijital çağında medya okuryazarlığı, insanlar için gerekli ve önemli hale gelmiştir. Medya okuryazarlığı, doğru ve güvenilir bilgilere erişim sağlama, yanıltıcı bilgilere karşı savunma, çoklu medya platformlarına uyum sağlama, eleştirel düşünme ve analitik yeteneklerin geliştirilmesi, medya üretme ve paylaşma becerileri kazanma, dijital güvenlik ve mahremiyetin korunması gibi konularda insanlara fayda sağlar.

İnternet ve dijital medya platformları sayesinde bilgiye erişim kolaylaşmış olsa da, medya okuryazarlığı bilgiyi filtreleme, doğrulama ve yanıltıcı içerikleri tespit etme becerilerini gerektirir. İnsanlar, medya aracılığıyla yayılan bilgilerin doğruluğunu değerlendirmeli ve yanıltıcı bilgilere karşı savunma mekanizmalarını güçlendirmelidir.

Ayrıca, medya okuryazarlığı insanların farklı medya platformlarında etkin bir şekilde gezinmelerini ve iletişim kurmalarını sağlar. İnternet, sosyal medya ve dijital yayın platformları gibi medya araçlarını etkili bir şekilde kullanabilme becerisi, günlük yaşamın bir parçası haline gelmiştir.

Medya okuryazarlığı, insanların medya mesajlarını eleştirel bir perspektifle analiz etmelerini sağlar. Medya içeriklerinin amaçlarını, mesajlarını, manipülasyonlarını ve önyargılarını anlama, reklam, politika, haber gibi medya aracılığıyla iletilen mesajlara daha bilinçli ve eleştirel bir şekilde yaklaşma becerisi kazandırır.

Dijital çağda medya üretimi ve paylaşımı herkes için erişilebilir hale gelmiştir. Medya okuryazarlığı, insanların kendi içeriklerini yaratma, düzenleme ve paylaşma becerilerini geliştirmelerine yardımcı olur. Bireyler, kendilerini ifade etme, yaratıcılıklarını sergileme ve dijital platformlarda etkili bir şekilde iletişim kurma imkânı bulurlar.

Medya okuryazarlığı, kişisel verilerin korunması, dijital güvenlik önlemlerinin alınması ve dijital mahremiyetin sağlanması konularında insanları bilinçlendirir. İnternet kullanıcıları, medya okuryazarlığı sayesinde çevrimiçi tehditlere karşı korunma becerilerini geliştirir ve dijital dünyada güvende kalma önlemlerini alır.

Bu nedenlerle, medya okuryazarlığı günümüzde insanlar için gerekli ve önemli hale gelmiştir. Medya okuryazarlığı, bilgi çağında yaşayan bireylerin doğru bilgiye erişimini sağlar, yanıltıcı bilgilere karşı savunma mekanizmalarını güçlendirir, medya platformlarına uyum sağlama yeteneklerini geliştirir, eleştirel düşünme becerilerini artırır, medya üretme ve paylaşma becerilerini kazandırır ve dijital güvenlik konularında insanları bilinçlendirir.

Medya okuryazarlığı, birçok faktör ve etmen tarafından gerçekleştirilen bir beceridir. İşte medya okuryazarlığını gerektiren bazı faktörler ve etmenler:

1. Medya Çeşitliliği: Bugünün dünyasında, insanlar birçok farklı medya türüyle karşılaşabilirler, bu nedenle medya okuryazarlığı, farklı medya türlerini anlamak için gereklidir.
2. Bilgiye Erişim: İnternet, insanlara hızlı ve kolay bir şekilde büyük miktarda bilgiye erişim sağlar. Ancak, her bilgi kaynağı güvenilir değildir ve bu nedenle medya okuryazarlığı, doğru ve güvenilir bilgi kaynaklarını belirlemeyi öğretir.

3. Dijital Teknolojiler: İnternet, sosyal medya ve diğer dijital teknolojiler, insanlar arasında iletişim kurmanın yeni yollarını açar. Ancak, bu teknolojilerin kullanımı, dijital güvenlik risklerine neden olabilir. Medya okuryazarlığı, dijital teknolojilerin güvenli kullanımını öğretir.
4. Bilgi Yönetimi: Medya okuryazarlığı, büyük miktarda bilgiyi yönetmek için gereken becerileri öğretir. Bu beceriler arasında bilgiyi sınıflandırmak, analiz etmek ve yorumlamak yer alır.
5. Görsel Okuryazarlık: Medya okuryazarlığı, görsel bilgiyi anlamak için gereken becerileri öğretir. Bu beceriler, resimler, grafikler ve diğer görsel öğeleri okumayı ve yorumlamayı içerir.
6. Etik ve Kültürel Farkındalık: Medya okuryazarlığı, medya türlerinin etik ve kültürel bağlamlarını anlamayı öğretir. Bu bağlamlar, farklı kültürler arasındaki farklılıkları, toplumsal değerleri ve normları içerebilir.
7. Eleştirel Düşünme: Medya okuryazarlığı, bilgiyi eleştirel bir şekilde analiz etmek için gereken becerileri öğretir. Bu beceriler, bilginin kaynaklarını değerlendirmeyi, bilgiyi sorgulamayı ve medya türlerinin niyetlerini anlamayı içerebilir.

2.4. Medya Okuryazarlığının Farklı Ülkelerde Gelişimi

Medya okuryazarlığı kavramı, farklı ülkelerde farklı şekillerde gelişmiştir. Özellikle son yıllarda, dijital medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte, medya okuryazarlığına olan ihtiyaç daha da artmıştır. Okuryazarlık kavramı okuma-yazma kavramının bir üst aşamasını oluşturan bir tanımlamayı ifade ederken, zaman içerisinde klasik okuryazarlık kavramı gelişen teknoloji ve değişen çağlar ile kendini farklı boyutları ile değişik mecralara yönelik okuryazarlık tanımlamaları içerisinde bulmuştur. Bu kavram zaman içerisinde insanlığın hayatına giren ve büyük etkiler bırakan medya araçları ile kendisinin medya okuryazarlığı olarak evrilmesine yol açmıştır. Bu değişim ile gelişen teknolojik araçlar vasıtasıyla insanlara aktarılmaya çalışılan bilgilerin, haberlerin ve içeriklerin anlaşılması adına bilim insanları medya okuryazarlığı kavramını ortaya atmış ve akabinde ülkeler bu gerçeğin ardı sıra giderek bu yeni kavramın içeriğini doldurarak daha bilinçli toplumların yetişmesi adına çalışmalar yapmıştır (Pala, 2017).

Amerika Birleşik Devletleri'nde, medya okuryazarlığı kavramı özellikle 1960'larda ortaya çıkmıştır. Bu dönemde, özellikle televizyonun yaygınlaşmasıyla birlikte, medya aracılığıyla sunulan içeriklerin etkisi ve doğru yorumlanması konuları önem kazanmıştır. Bugün, Amerika Birleşik Devletleri'nde, medya okuryazarlığı kavramı, eğitim sisteminin bir

parçası haline gelmiştir ve birçok üniversite ve okulda medya okuryazarlığı dersleri verilmektedir.

Avrupa'da, medya okuryazarlığı kavramı özellikle 1990'larda popüler hale gelmiştir. Bu dönemde, medya aracılığıyla sunulan içeriklerin etkisi ve doğru yorumlanması konuları, özellikle çocuklar ve gençler için önemli hale gelmiştir. Bugün, Avrupa Birliği ülkelerinde, medya okuryazarlığı eğitimi okul müfredatlarına dahil edilmiştir.

Asya'da, medya okuryazarlığı kavramı daha yeni bir olgudur ve özellikle dijital medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte önem kazanmıştır. Bu bölgede, özellikle sosyal medyanın etkisi ve doğru kullanımı konuları önem kazanmıştır. Bazı Asya ülkeleri, özellikle Güney Kore ve Japonya gibi ülkeler, medya okuryazarlığı konusunda önemli adımlar atmışlardır.

Afrika ve Latin Amerika'da da medya okuryazarlığı kavramı önem kazanmaktadır. Bu bölgelerde, özellikle iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte, medya aracılığıyla sunulan içeriklerin etkisi ve doğru yorumlanması konuları önem kazanmıştır. Ancak, bu bölgelerde, medya okuryazarlığı konusunda yapılan çalışmalar henüz yeterli düzeyde değildir ve daha fazla çaba gösterilmesi gerekmektedir.

Kazakistan'da medya okuryazarlığı, bireylerin medya ve iletişim teknolojileri (ICT) kullanımı hakkında bilgi sahibi olmaları, medyanın işleyişi ve işlevleri hakkında anlayışa sahip olmaları ve medya ürünlerini eleştirel bir şekilde yorumlayabilmeleri anlamına gelmektedir.

Medya okuryazarlığının farklı ülkelerde gelişimini değerlendirmek için Medya Literacy Index raporuna bakabiliriz. Medya Literacy Index, UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü) tarafından geliştirilen bir gösterge sistemidir. Bu endeks, bir ülkedeki medya okuryazarlığı seviyesini ölçmeyi amaçlar.

Media Literacy Index, bir ülkenin medya okuryazarlığı düzeyini belirlemek için çeşitli göstergeleri kullanır. Bu göstergeler arasında medya erişimi, medya kullanımı, medya eleştirel düşünme becerileri, medya üretimi ve medya etkileşimi gibi faktörler bulunmaktadır. Endeks, halkın medyayı anlama, yorumlama ve etkili bir şekilde kullanma becerilerini değerlendirerek, medya okuryazarlığının geliştirilmesi için politika yapıcılarına rehberlik etmeyi hedefler.

Media Literacy Index, medyanın hızla değişen doğası nedeniyle düzenli olarak güncellenmesi gereken dinamik bir ölçüttür. Bu endeks, medya okuryazarlığının önemini vurgulayarak, insanları medya mesajlarını sorgulayabilen, eleştirel düşünebilen ve bilinçli medya tüketicileri olmaya teşvik etmeyi amaçlar. Tablo 4'te Media Literacy Index 2022'e göre hangi ülkelerde medya okuryazarlığı nasıl geliştiğini anlayabiliriz.

Tablo 2.1. Media Literacy Index 2022

Media Literacy Index 2022			
Rank (1-35)	Country	Score (100-0)	Cluster
1	Finland	76	1
2	Norway	74	
3	Denmark	73	
4	Estonia	72	
5	Ireland	71	
6	Sweden	71	
7	Switzerland	68	
8	Netherlands	66	
9	Germany	62	2
10	Iceland	62	
11	UK	62	
12	Austria	61	
13	Belgium	61	
14	Portugal	61	
15	Spain	59	
16	France	58	
17	Lithuania	58	
18	Czech Republic	57	
19	Poland	56	
20	Slovenia	56	
21	Latvia	54	
22	Luxembourg	54	
23	Italy	50	3
24	Slovakia	49	
25	Croatia	47	
26	Malta	44	
27	Hungary	42	
28	Cyprus	41	
29	Ukraine	39	4
30	Greece	38	
31	Romania	36	
32	Serbia	35	
33	Bulgaria	33	
34	Moldova	32	
35	Montenegro	32	
36	Turkey	31	
37	Albania	25	5
38	BiH	24	
39	Kosovo	23	
40	North Macedonia	23	
41	Georgia	20	

Kaynak: «How It Started, How It is Going: Media Literacy Index 2022» raporu,

(https://osis.bg/wpcontent/uploads/2022/10/HowItStarted_MediaLiteracyIndex2022_ENG_.pdf)

Medya okuryazarlığının farklı ülkelerde farklı şekillerde gelişmesinin birkaç nedeni vardır:

Kültürel ve Tarihsel Farklılıklar: Her ülkenin kendine özgü kültürel ve tarihsel geçmişi vardır. Bu farklılıklar, medya kullanım alışkanlıklarını, iletişim tarzlarını ve medya okuryazarlığının gelişimini etkiler. Bir ülkede medya okuryazarlığına verilen önem ve eğitim programları, o ülkenin kültürel ve tarihsel koşullarına bağlı olarak farklılık gösterebilir.

Eğitim ve Bilgi Altyapısı: Medya okuryazarlığı, genellikle eğitim ve bilgi altyapısıyla ilişkilidir. Ülkeler arasındaki eğitim sistemleri, medya okuryazarlığının gelişimini etkiler. Bazı ülkelerde medya okuryazarlığına daha fazla vurgu yapılırken, diğerlerinde bu konuya daha az önem verilebilir. Ayrıca, teknolojik altyapı ve internet erişimi gibi faktörler de medya okuryazarlığının gelişimini etkiler. Gelişmiş bilgi altyapısına sahip ülkelerde medya okuryazarlığı daha yaygın olabilir.

Yasal ve Siyasi Faktörler: Medya düzenlemeleri, yasalar ve siyasi faktörler de medya okuryazarlığının farklı gelişimine katkıda bulunabilir. Bazı ülkelerde medya düzenlemeleri daha sıkıdır ve medya okuryazarlığına ilişkin politikalar daha kapsamlıdır. Bu durum medya okuryazarlığının daha fazla teşvik edildiği ve geliştiği bir ortam yaratabilir. Diğer ülkelerde ise medya düzenlemeleri daha gevşek olabilir veya medya özgürlüğüne daha fazla vurgu yapılabilir.

Toplumsal ve Ekonomik Faktörler: Toplumsal ve ekonomik faktörler de medya okuryazarlığının farklı gelişimini etkiler. Bazı ülkelerde eğitim ve medya kaynaklarına erişim daha yaygın ve kolaydır, bu da medya okuryazarlığının daha yaygın olmasına katkıda bulunur. Ekonomik farklılıklar, medya okuryazarlığının gelişimine de yansır. Daha zengin ülkelerde daha fazla kaynak ve fırsatlar mevcut olabilirken, daha yoksul ülkelerde medya okuryazarlığına erişim daha sınırlı olabilir.

Tüm bu faktörler bir araya geldiğinde, medya okuryazarlığının farklı ülkelerde farklı şekillerde geliştiği görülür. Her ülkenin kendi koşulları, ihtiyaçları ve öncelikleri doğrultusunda medya okuryazarlığına yönelik politikalar ve programlar geliştirilir.

Tezin bir sonraki kısmında farklı ülkelerde medya okuryazarlığının nasıl geliştiği üzerinde durulmuştur. Amerika, Avrupa ülkeleri, Avustralya, Türkiye, Rusya, Orta Asya ülkeleri ve Kazakistan örnek alınarak, her bir ülkede medya okuryazarlığının durumu incelenmiştir. Her ülkenin kendine özgü medya okuryazarlığı politikaları, eğitim programları ve toplumsal dinamikleri üzerinde bilgi verilmektedir. Ülkeler arasındaki farklılıklar ve benzerlikler ortaya konarak, medya okuryazarlığının küresel çapta nasıl farklılaştığı ve benimsendiği üzerinde önemli bulgular sunulmuştur.

2.4.1. Amerika'da Medya Okuryazarlığı

Amerika'da medya okuryazarlığı, 20. yüzyılın ortalarında medya araştırmacıları ve eğitimciler tarafından önem kazanmaya başlamıştır. İletişim ve medya çalışmalarının hızla büyümesi, medya okuryazarlığının önemini vurgulamış ve akademik çevrelerde tartışılmaya başlanmıştır.

1960'larda ve 1970'lerde Amerika'da medya okuryazarlığına ilişkin kavramlar ve teoriler geliştirilmiştir. Medyanın etkileri, medya mesajlarının analizi, medya eleştirel düşünme becerileri gibi konular üzerinde çalışmalar yapılmıştır.

1980'lerden itibaren Amerika'da medya okuryazarlığı, daha fazla eğitim kurumu ve kuruluş tarafından benimsenmeye başlanmıştır. Medya okuryazarlığı eğitimi, okulların müfredatına dahil edilmiş ve medya eğitimi programları geliştirilmiştir.

UNESCO'nun 1982'de düzenlediği uluslararası bir sempozyumda belirtilen önemli bir öneri, medya okuryazarlığı eğitiminin yaşamın her aşamasında yer alması gerekliliği idi. Bu eğitim, okul öncesi dönemden başlayarak üniversite seviyesine kadar her yaş grubuna uygun düzeyde verilmeliydi. Bu öneri, medya okuryazarlığının hayat boyu süren bir öğrenme süreci olduğunu vurgulayarak, toplumun her kesimine, her yaşta insanın ihtiyaçlarına uygun şekilde bu önemli becerilerin kazandırılması gerektiğini ifade ediyordu (Heins ve Cho, 2003).

1990'ların sonlarından itibaren dijital medyanın hızla yayılmasıyla birlikte, Amerika'da medya okuryazarlığı kapsamı genişlemiş ve dijital medya okuryazarlığı da önem kazanmıştır. İnternet, sosyal medya ve diğer dijital platformlar üzerinde bilgi arama, eleştirel düşünme ve medya üretimi becerileri gibi konular da medya okuryazarlığına dahil edilmiştir.

Amerika'da medya okuryazarlığına ilişkin araştırma ve eğitim çalışmaları devam etmektedir. Üniversiteler, medya kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve medya endüstrisi, medya okuryazarlığına yönelik programlar ve kaynaklar sunmaktadır.

Amerika'da medya okuryazarlığı, zamanla evrim geçirmiş ve medya iletişiminin hızla değişen doğasına uyum sağlamıştır. Medya okuryazarlığı, bireylerin medya mesajlarını anlama, eleştirme, üretme ve etkili bir şekilde kullanma becerilerini geliştirmeyi amaçlayan önemli bir alan haline gelmiştir.

Bugün, Amerika Birleşik Devletleri'nde medya okuryazarlığı kavramı, eğitim sisteminin bir parçası haline gelmiştir. Birçok üniversite ve okulda medya okuryazarlığı dersleri verilmektedir. Ayrıca, medya okuryazarlığı konusunda birçok sivil toplum kuruluşu ve araştırma merkezi bulunmaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri'nde medya okuryazarlığı eğitimi, özellikle gençler ve çocuklar için önemlidir. Okullarda verilen derslerde, öğrencilerin medya aracılığıyla sunulan

içerikleri doğru bir şekilde yorumlaması, eleştirel düşünebilmesi ve doğru bilgiye ulaşabilmesi hedeflenir.

Amerika Birleşik Devletleri'nde medya okuryazarlığı konusunda birçok araştırma da yapılmaktadır. Bu araştırmaların hedefi, medya aracılığıyla sunulan içeriklerin etkisini incelemek, medyanın kullanımı ve etkileri hakkında farkındalık yaratmak ve toplumun medya konusunda daha bilinçli olmasını sağlamaktır. Tüm bu süreç zarfında ABD'de medya okuryazarlığına dair birçok çalışma gerçekleştirilmiş olup, yapılan bu çalışmaların bir kısmı şunlardır:

NAMLE gibi medya okuryazarlığına dair dernek ve oluşumlar kurulmuştur.

Citizens for Media Literacy gibi projeler geliştirilmeye çalışılmıştır.

Get a Life gibi karikatür kitaplarının basımı yapılmıştır.

Medya okuryazarlığı için farklı videolar hazırlanmıştır.

TV Reality Gibi değişik televizyon programları yapılmıştır.

Television and the Lives of Our Children: A Manual for Teachers and Parents gibi hem öğretmenlere hem de velilere yönelik kitaplar basılmıştır.

Ülkenin geneli itibarı ile medya okuryazarlığına dair seminer, konferans ve çalıştaylar yapılmıştır.

Değişik kademelere medya okuryazarlığına ilişkin eğitimler verilmiştir.

Bu alana dair yazılan gazete makaleleri aracılığı ile oldukça geniş kitlelere erişilmeye çalışılmıştır.

Hali hazırda var olan eğitim programları her geçen gün daha da geliştirilmiştir.

Eğitim programlarının gelişmesine paralel olarak eğitim materyalleri geliştirilmiştir (Pungente).

Amerika'da medya okuryazarlığı konusunda önemli araştırmalar yapan isimlerden biri Neil Postman'dır. Neil Postman, medya okuryazarlığı konusunda önemli bir araştırmacı ve yazar olarak bilinir. Kendisi, 1985 yılında yayımladığı "Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business" (Kendimizi Eğlendirerek Ölüyoruz: Gösteri İşletmesinin Egemen Olduğu Kamusal Söylem) adlı kitabında, medyanın toplum üzerindeki etkilerini ve iletişim ortamlarının nasıl şekillendiğini ele almıştır.

Postman, kitabında televizyonun etkisi üzerinde durarak, televizyonun eğlence odaklı doğası nedeniyle bilgi ve haberlerin yüzeysel ve eğlendirici bir şekilde sunulduğunu savunmuştur. Bu durumun, toplumun düşünme becerilerini zayıflattığını ve derinlemesine analiz yeteneğini olumsuz etkilediğini vurgulamıştır.

Ayrıca, Postman medya okuryazarlığına ilişkin olarak, medya mesajlarının eleştirel bir şekilde değerlendirilmesi, medya manipülasyonunun farkına varılması, medya kaynaklarının güvenilirliğinin sorgulanması ve medya kullanımının bilinçli bir şekilde gerçekleştirilmesi gerektiğini vurgulamıştır.

Postman'ın bu çalışması, medya okuryazarlığı konusunda farkındalık yaratmak ve medya kullanımının eleştirel bir şekilde analiz edilmesini teşvik etmek amacıyla önemli bir kaynak olarak değerlendirilmektedir.

Genel olarak, Amerika Birleşik Devletleri'nde medya okuryazarlığı kavramı, eğitim sisteminin bir parçası haline gelmiş, birçok kurum ve kuruluş tarafından desteklenen ve toplumun geniş kesimleri tarafından benimsenen bir konudur. Medya okuryazarlığı eğitimi, özellikle dijital medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte daha da önem kazanmaktadır.

2.4.2. Avrupa Ülkelerinde Medya Okuryazarlığı

Avrupa ülkelerinde medya okuryazarlığına verilen önem giderek artmaktadır. Medya okuryazarlığı, insanların medyada sunulan bilgi, görüntü ve seslerin arkasındaki amaçları, kaynakları ve mesajları anlayabilme yeteneği olarak tanımlanabilir. Bu yetenek, insanların medyayı eleştirel bir şekilde inceleyebilmesine ve doğru bilgiye ulaşabilmesine yardımcı olur.

Avrupa Birliği'nde medya okuryazarlığı, sadece bilgisayar ve internet kullanma becerisiyle sınırlı bir bakış açısı olmaktan çıkarak, geleneksel ve yeni medyanın ele alındığı ve eleştirel bir yaklaşımı benimseyen bir perspektife erilmiştir. Medya okuryazarlığı kavramı, 2000 yılında Lizbon'da gerçekleştirilen bir zirvede önemli bir yer kazanmıştır. Bu zirvede, insanlara yatırım yapma ilkesi benimsenmiş ve yaşam boyu öğrenmeyi desteklemek amacıyla çalışmaların temelini oluşturacak kararlar alınmıştır.

Bu süreçte, özellikle Avrupa'da eğitim harcamalarının artırılması ve internet erişim ve kullanım maliyetinin düşürülmesi konuları ön plana çıkmıştır. Tüm okullara internet erişimi sağlanması ve öğretmenlerin de internet kullanma becerilerini geliştirebilmesi hedeflenmiştir. Ayrıca, Avrupa Konseyi ve Avrupa Parlamentosu tarafından medya okuryazarlığının desteklenmesi ve bu alanda eğitimin yaygınlaştırılmasının gerekliliği vurgulanmıştır. Gençlerin medya ve iletişim teknolojilerini etkili ve doğru bir şekilde kullanma becerilerinin geliştirilmesini amaçlayan projeler desteklenmiştir.

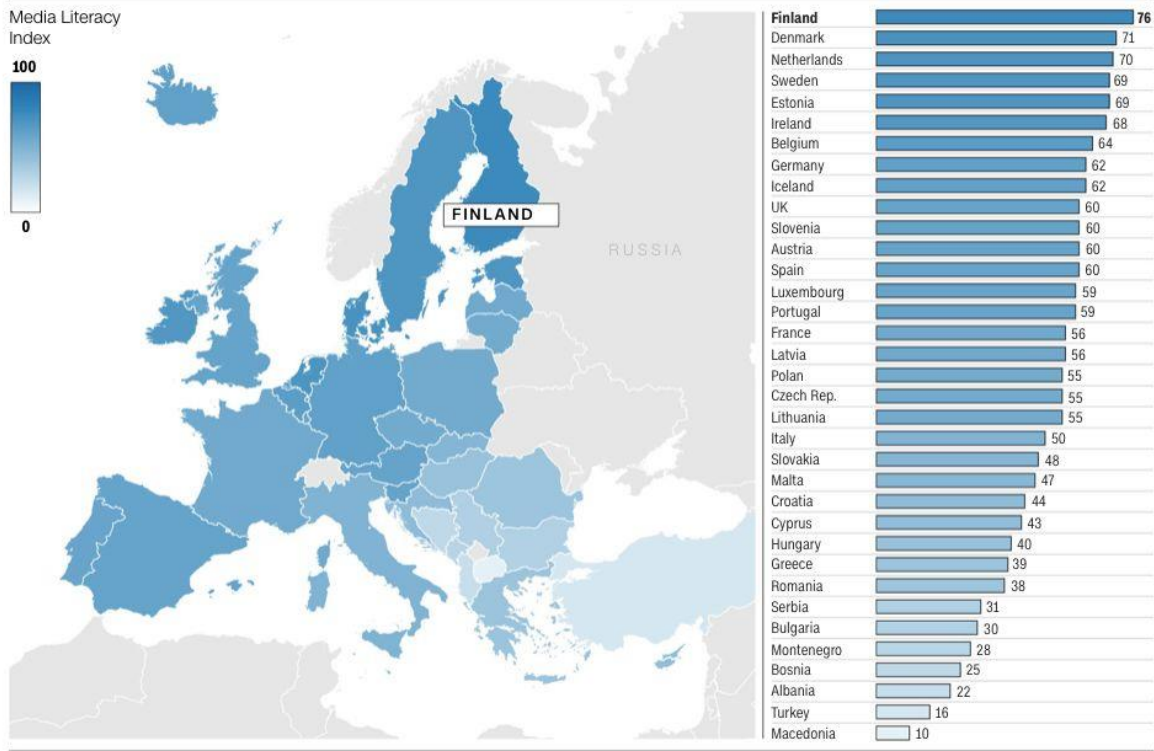
AB Komisyonu tarafından 2006 yılında oluşturulan "Medya Okuryazarlığı Uzman Grubu" ise önemli bir çalışma gerçekleştirmiştir. Tüm bu çalışmaların yanı sıra çocukların zararlı medya içeriklerinden korunması ve medya okuryazarlığı becerilerinin artırılması da öne çıkan konular arasında yer almıştır.

Avrupa Birliği (AB), medya okuryazarlığına önem vermektedir. AB, 2018 yılında Medya Okuryazarlığı Eylem Planı'nı yayınlamıştır. Bu eylem planı, medya okuryazarlığının teşvik edilmesi ve geliştirilmesi için çeşitli önlemler içermektedir. Bunlar arasında, okullarda medya okuryazarlığı eğitiminin sağlanması, yetişkinler için medya okuryazarlığı programlarının düzenlenmesi, medya sektöründe çalışanların medya okuryazarlığı eğitimi almalarının teşvik edilmesi gibi önlemler yer almaktadır.

Bunun yanı sıra, birçok Avrupa ülkesi de medya okuryazarlığına önem vermektedir. Örneğin, İsveç, medya okuryazarlığı konusunda öncü ülkelerden biridir. İsveç'te medya okuryazarlığı, okul müfredatının bir parçasıdır ve öğrencilerin farklı medya türlerini anlama ve eleştirel olarak inceleme becerileri geliştirmeleri için dersler verilir.

Media literacy across Europe

Finland ranked first out of 35 countries in a study measuring resilience to the post-truth phenomenon



Şekil 2.2. Avrupa'da Medya Okuryazarlığı indeksi.

Kaynak: European Policies Initiative, Open Society Institute - 2018, CNN.

Avrupa'da Medya Okuryazarlığı indeksinde Finlandiya yüzde 76 ile birinci sıradayken, Türkiye yüzde 16 ile 35 ülke arasında 34. sıraya yerleşiyor. Finlandiya hükümetinin desteklediği kapsamlı medya okuryazarlığı eğitimi anaokulundan itibaren müfredata dahil ediliyor. Lise boyunca da devam eden bu eğitim, öğrencilerin yaşlarına göre

doğrulama araçlarının kullanımı gibi nitelikli beceriler hakkında da bilgi edinmeleri ve bunları aktif olarak kullanmalarını sağlanıyor.

İngiltere'de de medya okuryazarlığına önem verilmektedir. Medya okuryazarlığı programı İngiltere'de 1988 yılı ile başlamıştır (Topuz, 2016).

İngiltere'de medya okuryazarlığı eğitimi, okullarda yasal bir gereklilik haline gelmiştir ve öğrencilerin medyada sunulan bilgi ve görüntülerin kaynaklarını ve doğruluğunu sorgulama becerilerini geliştirmeleri için dersler verilmektedir.

Diğer Avrupa ülkeleri de medya okuryazarlığına önem vermektedir ve bu konuda çeşitli programlar ve eğitimler düzenlemektedir. Bu sayede insanlar medyayı daha eleştirel bir şekilde inceleyebilir ve doğru bilgiye daha kolay ulaşabilirler.

Avrupa ülkelerinde medya okuryazarlığı, farklı ülkeler arasında değişen bir şekilde gelişmiştir. Avrupa ülkelerinde medya okuryazarlığının gelişiminin bazı önemli noktaları bulunmaktadır:

Eğitim Programları: Birçok Avrupa ülkesi, okullarında medya okuryazarlığına yönelik programlar ve dersler sunmaktadır. Medya okuryazarlığı becerileri, çeşitli derslerde, özellikle dil ve iletişim derslerinde ele alınmaktadır. Böylece öğrenciler, medya mesajlarını anlama, eleştirme ve üretme becerilerini geliştirebilmektedir.

Araştırma ve İnceleme: Avrupa ülkelerinde medya okuryazarlığı alanında yapılan araştırmalar, gelişimine katkıda bulunmaktadır. Üniversiteler, araştırma merkezleri ve akademik kuruluşlar, medya okuryazarlığı konusunda çalışmalar yürütmekte ve bu alandaki yeni teoriler ve yaklaşımlar geliştirmektedir.

Medya Kuruluşları ve Sivil Toplum: Avrupa'da medya kuruluşları ve sivil toplum kuruluşları, medya okuryazarlığını teşvik etmek için çeşitli projeler ve kampanyalar yürütmektedir. Bu kuruluşlar, halkın medya mesajlarını anlama ve eleştirme becerilerini geliştirmesine yardımcı olan kaynaklar ve etkinlikler sunmaktadır.

Medya Yasaları ve Politikaları: Avrupa ülkeleri, medya okuryazarlığını teşvik etmek amacıyla medya yasaları ve politikalarını oluşturmaktadır. Bu yasalar, medyanın doğru, tarafsız ve çeşitlendirilmiş bilgi sunmasını sağlamayı hedeflemektedir. Ayrıca, medyanın reklamlar ve şiddet içeren içerikler konusunda sınırlamalara tabi olmasını sağlamaktadır.

Dijital Medya Okuryazarlığı: Avrupa ülkeleri, dijital medya okuryazarlığına da önem vermektedir. İnternet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, dijital medya okuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesine yönelik eğitim programları ve kaynaklar sunulmaktadır.

Avrupa'da medya okuryazarlığı, farklı ülkelerin kültürel, sosyal ve eğitim sistemlerine bağlı olarak farklılık göstermektedir. Ancak genel olarak, Avrupa ülkeleri medya okuryazarlığının önemini ve gelişimini destekleyen birçok adım atmaktadır.

2.4.3. Avustralya'da Medya Okuryazarlığı

Medya okuryazarlığı eğitimine önem veren ülkelerden bir diğeri Avusturya'dır. Bu ülkede medya okuryazarlığı eğitimin temel ilkeleri arasında yer almaktadır. Medya okuryazarlığı ülkenin eğitim programlarında alenen belirtilmiş olup üzerine önemle vurgu yapılmıştır. 2001 yılının sonlarına doğru Federal Eğitim-Bilim ve Kültür Bakanlığı, medya okuryazarlığı eğitimine ilişkin yeni bir kararname yayınlamıştır. Bu kararname ile hedeflenen amacın eski ve yeni kitle iletişim araçlarının eğitimle birleştirilip ele alınması olduğu belirtilmiştir (Taşkiran, 2012).

Avustralya'da medya okuryazarlığı, ülkede giderek artan bir öneme sahiptir. Medya okuryazarlığı, Avustralya'da genellikle, insanların medya içeriklerini anlama, yorumlama ve eleştirel bir şekilde değerlendirebilme yeteneği olarak tanımlanır.

Avustralya hükümeti, medya okuryazarlığının teşvik edilmesi için çeşitli adımlar atmaktadır. Özellikle son yıllarda, sosyal medya platformlarında yayılan yanlış bilgilere karşı mücadele etmek için, medya okuryazarlığına daha fazla önem verilmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

Bu amaçla, Avustralya hükümeti, ülkenin çeşitli eyaletlerinde ve bölgelerinde, okullarda medya okuryazarlığı eğitimine ilişkin programlar geliştirmektedir. Ayrıca, Avustralya Medya ve İletişim Otoritesi (ACMA), medya okuryazarlığına dair kaynaklar sunan bir internet sitesi olan "Cybersmart"ı işletmektedir. Bu site, özellikle çocuklar ve gençler için medya okuryazarlığı konusunda farkındalık yaratmak amacıyla hazırlanmıştır.

Avustralya'da medya okuryazarlığına ilişkin çalışmalar yürüten birçok sivil toplum kuruluşu da bulunmaktadır. Bu kuruluşlar, medya okuryazarlığı eğitimi vermek, medya içerikleri hakkında doğru bilgi ve yorum yapmak için araçlar sunmak gibi amaçlarla faaliyet göstermektedirler. Avustralya'da medya okuryazarlığına verilen önem giderek artmaktadır. Bu konuda yapılan çalışmalar, insanların doğru bilgiye ulaşabilmeleri ve yanlış bilgilerin yayılmasını engelleyebilmeleri için son derece önemlidir.

2.4.4. Türkiye'de Medya Okuryazarlığı

Türkiye'de medya okuryazarlığı, son yıllarda giderek artan bir öneme sahip olmuştur. Bu yüzden de Türkiye'de eğitim aldığım sürece bu konu ile ilgili araştırma yapmaya karar vermişimizdir. Medya okuryazarlığı, Türkiye'de genellikle, medya içeriklerini anlama,

yorumlama, eleştirel bir şekilde değerlendirme ve doğru bilgiye ulaşma becerisi olarak tanımlanmaktadır.

TRT'nin uzun süre tek kanal olarak hakimiyet sürdüğü dönemin ardından, 1990'larla birlikte özel radyo ve televizyon yayınlarının artmasıyla birlikte, Türkiye'de medya okuryazarlığı önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir (Avşar, 2014). Özel medya okuryazarlığının Türkiye'de hala "emekleme evresinde" olduğu ve oldukça yeni bir konu olduğu belirtilmektedir (Özel, 2008: 4). Şahin (2011: 215), gelişmiş ülkelerin, öğrencilerine hem mesaj üretimi hem de tüketimi süreçlerinde destek sağladıklarını öne sürmektedir. Bu ülkelerde medya eğitimi alan çocuklar, medya mesajlarının nasıl oluşturulduğunu deneyimleyerek, medya mesajlarını daha bilinçli bir şekilde okuyabilmektedirler. Ancak Şahin'e göre, Türkiye'de medya okuryazarlığının gelişmiş ülkelerin gerisinde kalmasının nedeni, ülkede medya okuryazarlığı dersinin hangi branştan öğretmenler tarafından verilmesi gerektiği konusundaki tartışmalardan kaynaklanmaktadır. Bu nedenle, medya eğitiminin içeriğiyle yeterince ilgilenilmemektedir (Şahin, 2011).

Şahin (2011: 217), medya okuryazarlığı eğitiminin nasıl algılanması ve uygulamaya konması gerektiği konusunda şu ifadeleri kullanmaktadır:

"Medya okuryazarlığı eğitimi geleneksel öğretim anlayışlarına, yerleşik inançlara, standart testlere ve egemen ideolojilere kurban etmeden geliştirebilirsek; gelecek nesiller, hem dünyayı eleştirel bir gözle okuyarak kendilerini bilgi çağının tuzaklarına karşı koruyabilirler, hem de eyleme geçerek dünyayı yeniden yazmak suretiyle kayan normları yerine taşıyabilirler."

Türkiye'de, medya okuryazarlığına dair çalışmaları yürütmek amacıyla birçok sivil toplum kuruluşu ve akademik çalışmalar yapan kurumlar bulunmaktadır. Bunlar, medya içeriklerinin doğruluğunu sorgulama, medya manipülasyonuna karşı mücadele, medya dilini anlama ve eleştirel okuma becerilerini geliştirme gibi konularda çalışmalar yürütmektedirler.

Ayrıca, Türkiye'de bazı üniversitelerde, okullarda medya okuryazarlığına dair dersler de verilmektedir. Kazakistan'da böyle bir düzenli eğitim sistemi hala düzenlenemediği için bu tez araştırması çok önemlidir. Türkiye'de medya okuryazarlığı dersleri öğrencilere medya dilini anlama, medya içeriklerini yorumlama, kaynakları değerlendirme ve doğru bilgiye ulaşma konularında farkındalık kazandırmayı hedeflemektedir.

Türkiye'de iletişimin toplumsal ve bireysel hayatta giderek artan etkisi ve önemi üzerine tarafların görüşlerini paylaşıp tartışabileceği geniş katılımlı bir birlikteliğin sağlanması amacıyla Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun organizasyonu, Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü ve TRT'nin de katkılarıyla 20-21 Şubat 2003 tarihinde

Ankara'da İletişim Şûrası düzenlenmiştir. Şûra'nın çalışma komisyonlarından biri olan Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Komisyonu Sonuç Raporu'nda öne çıkan konulardan biri, "Toplumsal ve bireysel eğitim ve kültüre katkı sağlayacak, ruh sağlığını zedelemeyecek bir yaklaşımla özellikle çocukların zararlı yayınlardan korunması için Avrupa Birliği'ne uyumlu çalışmaların başlatılması ve ilk ve orta öğretim ders programlarına, çocuklar ve gençlerin bilinçlendirilmesini sağlayacak medya okuryazarlığı dersinin eklenmesi" olmuştur.

İletişim Şûrası'nın ardından Radyo ve Televizyon Üst Kurulu konuyu gündemine almış, 2004 yılında Devlet Bakanlığı bünyesinde kurulan Şiddeti Önleme Platformu'nda, ilköğretim okullarında medya okuryazarlığı derslerinin okutulmasını önermiştir. Üst Kurul'un önerisi geniş kabul görmüş ve hem Medya Alt Komisyonu raporuna hem de eylem planına alınmıştır. Aynı yıl, Üst Kurul tarafından Milli Eğitim Bakanlığı ile iletişime geçilerek, okullarda medya okuryazarlığı derslerinin önemine dikkat çekilmiştir. 2005 yılında Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından Türkiye'de ilk kez düzenlenen Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansında Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, medya okuryazarlığının neden gerekli olduğuna ilişkin resmi bir bildiri sunmuştur.

2004–2006 yılları arasında çeşitli ülkelerdeki programlar ve çalışmaların neticeleri araştırılıp, incelenmiştir. 2006 yılında Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından gerçekleştirilen “İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları Kamuoyu Araştırması”, öğrencilerin günde üç saate yakın televizyon izlediklerini göstermiştir. Aynı araştırma öğrencilerin internet kullanma ve radyo dinleme alışkanlıkları hakkında da önemli bulgular ortaya koymuş ve medya okuryazarlığı dersinin ne kadar gerekli olduğu açıkça görülmüştür.

Yapılan ön hazırlık çalışmaları sonucunda, Medya Okuryazarlığı konusundaki çalışmaları yürütmek üzere; Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Uzmanları ve Ankara Üniversitesi, Gazi Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi'nden akademisyenlerin de katılımıyla bir komisyon oluşturulmuştur. Komisyon çalışmalarında, özellikle ABD ve Avrupa'daki örnekler incelenmiş, konuya ilişkin yurt içi ve yurt dışı kaynaklı makaleler ve diğer çalışmalar detaylı bir biçimde değerlendirilmiştir.

Kalkınma planları ve Millî Eğitim Şûralarında sıklıkla öğretim programlarının, öğrencilerin bilgiye ulaşma yollarını öğrenmelerine, sorun çözme ve karar verme becerilerini geliştirmelerine olanak sağlayacak şekilde yeniden düzenlenmesine ihtiyaç olduğu dile getirilmektedir. Tüm bu ihtiyaçlar doğrultusunda dünyada yaşanan gelişmelere paralel olarak öğretim programlarında yeni yaklaşımlar dikkat çeker duruma gelmiştir.

Bu noktada Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ile Millî Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı ortak bir irade göstererek “Orta Öğretim Kurumlarına Medya Okuryazarlığı Dersi Konulmasına Dair İşbirliği Protokolü”nü imzalamışlardır.

Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu uzmanları ve iletişim bilimleri akademisyenlerinden oluşan bir komisyon tarafından bilginin taşıdığı değeri ve bireyin var olan deneyimlerini dikkate alan bir yaklaşımla “Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Öğretmen Kılavuzu” hazırlanmıştır. Böylelikle etkinlik merkezli, bilgi ve beceriyi dengeleyen, öğrencinin kendi yaşantısını ve bireysel farklılıklarını dikkate alan, çevresiyle etkileşimine olanak sağlayan yeni bir anlayış yaşama geçirilmeye çalışılmıştır.

“İlköğretim Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı” 31 Ağustos 2006 tarihinde MEB Talim ve Terbiye Kurulunda görüşülerek kabul edilmiştir. Bu doğrultuda, 2006-2007 öğretim yılında Milli Eğitim Bakanlığı tarafından belirlenen beş pilot ilde medya okuryazarlığı dersi okutulmaya başlanmış, 2007-2008 eğitim-öğretim yılından itibaren ilköğretim okullarının 6. 7. ve 8. Sınıflarında seçmeli ders olarak okutulmaya başlamıştır.

Medya Okuryazarlığı Dersi içeriğinin gözden geçirilerek etkinliğinin artırılması için görüş alışverişinde bulunulması, aynı zamanda medya okuryazarlığının toplumun tüm kesimlerini içerecek şekilde yaygınlaştırılması amacıyla Üst Kurulu tarafından Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ile Milli Eğitim Bakanlığının katkılarıyla Ankara’da “Medya Okuryazarlığı Çalıştayı” düzenlenmiştir. 30 Haziran – 01 Temmuz 2012 tarihlerinde, “Medya Okuryazarlığı Dersi Çalışma Grubu” ve “Yaşam Boyu Medya Okuryazarlığı Çalışma Grubu” olmak üzere iki grup halinde gerçekleştirilen Çalıştay’da Medya Okuryazarlığı Dersi Çalışma Grubu temel olarak tüm uygulamalarda,

Medya okuryazarlığı dersinin, uygulama ağırlıklı olarak (medya analizi ve üretimi) planlanıp yürütülmesini,

Yaşam boyu öğrenme kapsamında medya okuryazarlığı eğitiminin, öğrenci öğretmen aile üçgeninde ele alınmasını,

Konuyla ilgili paydaşların (kamu kuruluşları, STK’lar, medya kuruluşları, sendikalar vb..) ve öğretmenlerin, katılımcı bir anlayışla sürece dahil edilmesini öngörmüştür.

Çalıştay’da alınan tavsiye kararları doğrultusunda Medya Okuryazarlığı dersinin güncellenmesi amacıyla Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ve Milli Eğitim bakanlığı Temel Eğitim Genel Müdürlüğü arasında 23 Mayıs 2013 tarihinde “İlköğretim Öğrencilerinde Medya Okuryazarlığı Bilincinin Geliştirilmesi ve Medya Okuryazarlığı Dersine Yönelik İşbirliği Protokolü” imzalanmıştır. Protokolün imzalanmasını takiben yeni bir Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı geliştirilmesi için Milli Eğitim Bakanlığı, Radyo ve

Televizyon Üst Kurulu ve akademisyenlerden oluşan bir Komisyon çalışmalarını tamamlamıştır. Adı geçen Öğretim Programı, Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı tarafından 27 Ocak 2014 tarihinde onaylanarak “Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Materyali” hazırlanması yönünde karar alınmıştır. Komisyon tarafından hazırlanan Öğretim Materyali, 2014-2015 eğitim-öğretim yılında okutulmaya başlanmıştır (medyaokuryazarligi.gov.tr).

2.4.4.1. Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Eğitimindeki Eksikler

2008-2014 yılları arasında yaklaşık 4 Milyon öğrenci Medya Okuryazarlığı dersini almıştır. Medya okuryazarlığı eğitimi, eleştirel pedagojik eğitimin bir parçasıdır. Eleştirel pedagoji, aktarımcı ve korumacı eğitime alternatif olarak geliştirilmiş olup, düşünmeyi, bilgiye ulaşırken sosyal-kültürel, politik, tarihsel ve ekonomik bağlamları göz önünde bulundurarak yorumlamayı vurgular.

Ancak, dersin seçmeli olması, öğretmenlerin yeterli eğitimi almamış olmaları ve uygulama eksiklikleri gibi faktörler bu eğitimin önündeki engellerdir. Öğretmenlerin Millî Eğitim Bakanlığı tarafından hazırlanan kitabı ve müfredatı uygulamakta zorluk çektikleri gözlemlenmiştir. Ayrıca, yapılan araştırmalar ve anketler, medya okuryazarlığı dersinin diğer derslerin işlendiği bir saat gibi algılandığını göstermektedir.

Türkiye’de medya okuryazarlığı alanının temel sorunları arasında altyapı eksiklikleri ve bilgi deneyim eksikliği gelmektedir. Bu alana olan ilginin yeni olması nedeniyle, hangi yaşta, kime, ne öğretilceği, kimin öğreteceği gibi konularda belirsizlikler bulunmaktadır. Ayrıca, beklenen sonuçlar, kullanılan araçlar, kaynaklar, medya malzemeleri, müfredat, ideoloji gibi birçok konuda belirsizlikler ve eksiklikler yaşanmaktadır. Medya okuryazarlığı dersinin zorunlu veya seçmeli olması, dil sorunu (İngilizce yayınlar), medya tüketiminin farklı şekilleri (internet, sosyal medya, akıllı telefonlar) gibi konular da sorunlar arasında yer almaktadır.

Türkiye’de medya okuryazarlığı alanında yapılan çalışmaların ve Avrupa Birliği’nin çalışmalarının İngilizce olarak yayınlanması, araştırmacıların iyi derecede İngilizce bilmelerini gerektirmektedir. Ayrıca, medya tüketiminin çeşitliliği (yazılı, basılı, görsel, işitsel medya, internet, sosyal medya) de beraberinde bazı sorunları getirmektedir. Bu nedenlerle, medya okuryazarlığı alanında üç temel sorun ortaya çıkmaktadır. Özetle, Türkiye’de medya okuryazarlığı alanında altyapı eksiklikleri, bilgi ve deneyim eksiklikleri, belirsizlikler ve dil sorunları gibi sorunlar yaşanmaktadır. Ayrıca, medya tüketiminin çeşitlenmesi de bazı

zorlukları beraberinde getirmektedir. Bu sorunlar, medya okuryazarlığı alanında ilerlemeyi ve gelişmeyi yavaşlatan etkenler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Medya okuryazarlığı eğitimiyle ilgili çeşitli alt başlıklar ve sorunlar bulunmaktadır. İlk olarak, öğrenci öğretimi üzerine odaklanıldığında, müfredat hazırlanması, temel kavramlar, içerik belirlenmesi, zorunlu-seçmeli ders problemi ve altyapı eksiklikleri gibi konular ön plana çıkar. Ayrıca, medya okuryazarlığı dersinin hazırlanması ve karar verme yetkisinin hangi mercide olması gerektiği de belirgin bir sorundur.

İkinci olarak, medya okuryazarlığı eğitiminde öğretmen eğitimi önemli bir konudur. Öğretmenlerin hangi alanlardan olmaları gerektiği, nasıl ve nerede eğitilecekleri gibi sorunlar, öğretmen eğitiminin zorlukları arasında yer alır.

Üçüncü olarak, medya okuryazarlığı eğitimi kapsamında ebeveyn eğitimi de önemlidir. Ebeveynlerin medya okuryazarlığı konusunda bilinçlenmesi ve eğitim almaları gerekmektedir.

Özetle, medya okuryazarlığı eğitimiyle ilgili öğrenci öğretimi, öğretmen eğitimi, ebeveyn eğitimi gibi alt başlıklar ve sorunlar bulunmaktadır. Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olması, öğretmenlerin yeterli eğitim almamış olması, uygulama eksiklikleri ve algı sorunları da bu alandaki zorluklardır. Ayrıca, eleştirel pedagoji medya okuryazarlığı eğitiminin temel bir bileşenidir. Aynı sıkıntıları Kazakistan da yaşadığı için bu tez araştırmasında bulunan problemler Kazakistan için de geçerlidir.

Türkiye'de medya okuryazarlığı dersleri, kısa süreli eğitim seminerlerine katılan sosyal bilgiler öğretmenleri tarafından, Millî Eğitim Bakanlığı onaylı Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen Kılavuz Kitabı'ndaki programa uygun olarak işlenmektedir. Bu ders için belirli bir kitap olmamasına rağmen, piyasada MEB programına uygun olarak bölümlere ayrılmış bireysel kitaplar da bulunmaktadır. Ancak, medya okuryazarlığı dersi öğretmenlerinin genellikle kitap kullanmadığı gözlemlenmektedir. Bu durum, iletişim fakültesi mezunu kişilerin istihdam edilmesi için gerekli altyapının eksikliğini ortaya koymakta ve nitelikli eğitici kavramını tartışmaya açmaktadır.

2.4.4.2. Kazakistan'ın Türkiye'den Örnek Alması Gereken Noktalar

Türkiye'de yaşanan bu zorluklara rağmen Kazakistan Türkiye'den medya okuryazarlığı konusunda birçok örnek alarak kendi sistemini geliştirebilmektedir. Çünkü Kazakistan'da medya okuryazarlık konusu ve bu konudaki araştırmalar Türkiye'ye göre daha geç gelişmeye başladı. Türkiye'de medya okuryazarlığı konusunu inceleyerek bizim ülkemiz

Türkiye'deki medya okuryazarlık eğitimi sisteminden aşağıdaki gibi gelişmeleri sağlayabilmektedir diye sonuçlandık.

Kazakistan, Türkiye'deki medya okuryazarlığı dersi örneğini inceleyerek kendi ülkesinde medya okuryazarlığını geliştirebilmektedir. Bu süreçte şu adımlar izlenebilmektedir:

Türkiye'deki deneyimlerin incelenmesi:

Türkiye'nin medya okuryazarlığı dersini detaylı bir şekilde inceleyerek içeriği, öğretim yöntemleri, değerlendirme sistemleri ve öğrenci başarılarını değerlendirebilmektedir.

Uygun adaptasyon stratejileri:

Kazakistan'ın eğitim sistemi, kültürü ve ihtiyaçları göz önüne alınarak Türkiye'deki modelin adaptasyon stratejileri belirlenebilmektedir. Kazakistan'ın özel koşullarına uygun şekilde ders içeriği düzenlenebiliriz.

Yerel ihtiyaçların belirlenmesi:

Kazakistan'ın medya ortamındaki özel ihtiyaçları ve sorunları belirleyerek yerel medya trendleri, öğrencilerin medya kullanım alışkanlıkları ve toplumsal beklentiler dikkate alabilmektedir.

Katılımcı bir süreç:

Kazakistanlı eğitimciler, medya profesyonelleri ve sivil toplum örgütlerinin katılımını sağlayarak, dersin içeriği ve uygulama stratejileri konusunda geniş bir görüş alışverişi yapabilmektedir.

Eğitmen yetiştirme programları:

Medya okuryazarlığı dersini etkili bir şekilde öğretebilmek için eğitmenlerin bu alanda uzmanlaşmalarını sağlamak amacıyla eğitim programları düzenlemektedir. Eğitmenlerin hem medya hem de pedagoji alanında bilgi sahibi olmaları önemlidir.

Teknolojik altyapının güçlendirilmesi:

Medya okuryazarlığı, teknolojik araçların ve dijital medyanın etkili bir şekilde kullanılmasını gerektirir. Bu nedenle, öğrencilere modern medya araçlarını kullanma becerileri kazandırmak adına teknolojik altyapının güçlendirilmesine yönelik adımlar atılmalıdır.

Eğitim materyalleri ve kaynaklar:

Kazakistan'a özgü öğrenme materyalleri ve kaynaklar oluşturulmaktadır. Türkiye'deki deneyimlerden esinlenerek ancak Kazakistan'ın yerel dinamiklerini içerecek şekilde ders materyalleri hazırlayabilmekteyiz.

Toplumsal farkındalık oluşturma:

Medya okuryazarlığının önemini vurgulamak ve toplumsal farkındalık yaratmak adına medya kampanyaları, seminerler ve etkinlikler düzenlemelidir.

Sürekli değerlendirme ve güncelleme:

Eğitim programları sürekli olarak değerlendirilmeli ve geliştirilmelidir. Hızla değişen medya ortamına ayak uydurmak için düzenli güncellemeler yapılmalıdır.

Uluslararası iş birliği:

Benzer sorunlarla karşılaşan diğer ülkelerle iş birliği yapılmaktadır. Uluslararası deneyim paylaşımı, Kazakistan'ın medya okuryazarlık programını geliştirmesine yardımcı olabilmektedir.

Sonuç olarak, Kazakistan, Türkiye'nin medya okuryazarlığı alanındaki deneyimlerini dikkate alarak kendi eğitim sistemi ve kültürüne uygun bir medya okuryazarlığı programı oluşturabilmektedir.

2.4.5. Rusya'da Medya Okuryazarlığı

Rusya, büyük bir ülke ve çeşitli medya kaynaklarına sahiptir. Medya okuryazarlığı, insanların bu kaynakları doğru bir şekilde anlamalarına, medya manipülasyonu ve yanlış bilgilendirme gibi sorunlardan kaçınmalarına yardımcı olmaktadır. Rusya'da medya okuryazarlığının tarihi gelişimi çok derinlerden gelmektedir.

XX. yüzyılın ilk yıllarında Rusya'da, o dönemin "modern teknoloji harikası" olarak adlandırılan sinema materyali üzerinden medya eğitimi hareketi filizlenmeye başladı. Ülkede, sanatsal filmlerin yanı sıra genellikle fiziksel ve biyolojik olguları anlatan aydınlatıcı nitelikte bilimsel popüler filmler de üretilmeye başlandı (örneğin, "Elektrikli Telgraf" («Электрический телеграф»), "Kan Dolaşımı" («Кровообращение») vb.). Eğitim sinemasının doğum tarihi geleneksel olarak 1896 olarak kabul edilmektedir (Petersburg, Moskova ve diğer Rus şehirlerinde okullar için ilk sinema seanslarının düzenlenmesi ile ilgilidir). Eğitim Bakanlığında 20. yüzyılın başlarında başkanlık eden Kont P.I. Ignatiev tarafından eğitim için film kullanımı konusunu ele alınıyordu. Eğitim kurumlarının sinemalaştırılması amacıyla bir sinema konseyi oluşturulması ve ayrıca sinema müzeleri (film arşivleri) kurulması planlanmıştı. Ancak, maalesef, 1917 olayları (1917'deki Rus Devrimi, Rus İmparatorluğu'nda önemli siyasi ve sosyal değişikliklere yol açan devrimdir) bu girişimleri hayata geçirme fırsatını vermedi (Çerepinskiy, 1989).

Rusya'da medya eğitiminin gelişimi için önemli tarihlerini Fyodorov ve Chelysheva'ya göre (2002) kısaca böyle sıralayabilmekteyiz:

1896 – Petersburg, Moskova ve diğer bazı Rus şehirlerinde ilk sinema seansları düzenlendi.

1908 – Sinemanın eğitici ve eğitimci rolüne dair ilk makalelerin yayınlanması.

1919 – Dünyanın ilk sinema okulunun açılması (Moskova).

1921 – Çocuk okuma enstitüsünün kurulması.

1922 – Devlet sineması ve eğitim çalışanlarının ortak toplantısı, okullarda sinemanın öğretim materyali olarak kullanılmasını içeren bir planı onayladı (Petrograd).

1922 – İlk çocuk dergisinin yayınlanması.

1924 – Çocuklar için düzenli film ve radyo programlarının başlaması.

1925 – Sovyet Sineması Dostları Derneği (ODSK) kurulması.

1925 – İlk özel çocuk radyo dergilerinin yayınlanması.

1925-1927 – Rusya'da sinema ve basın malzemesi üzerinden öğrenci eğitimi konusunda ilk kitapların yayınlanması

1927 (24 Ocak) – Çocuk ve okul sinemasıyla ilgili All-Russian Konferans.

1927 – İlk çocuk sinemasının açılması (Moskova).

1927 – İlk kısa süreli film eğitim kurslarının düzenlenmesi (Moskova).

1927 – ODSK Merkez Komitesi ve Sovkino arasında amatör sinema kroniklerinin sinema dergilerinde kullanımı konusunda anlaşma yapılması.

1927 (17 Kasım) – "Çocuk ve Okul Sinemasına Yönelik Faaliyetler Hakkında" Kararname.

1928 (10 Ocak) – İlk All-Russian ODSK Konferansı.

1928 - 16 yaşından küçük çocukların sinemaya gitmelerini yasaklayan bir kararname (özel çocuk seansları hariç).

1928 – "Kino" gazetesinde "Sinema Fotoğrafçısı Sayfası" adlı düzenli bir bölümün başlatılması, genç sinemaseverlerin hareketinin düzenli olarak ele alınması.

1928 – Çocuk filmi konusunda bir toplantı düzenlenmesi, "Eğitim Filmi için Çocuklar" adlı bir kararname alınması.

1929 – ODSK'nın Sovyet Sineması ve Fotoğrafçılığı Dostları Derneği (ODSKF) olarak adlandırılması.

1929 – Küçük öğrenciler ve gençler için özel radyo programlarının yayına başlaması.

1929 – Aktif olarak çocukların radyo çalışmalarına katılması.

1929 – All-Union Radyo Komitesi'nin "Çocuk Yayınları Hakkında" Kararnamesi.

1930 – Çocuk Okuma Enstitüsü'nün kapanması.

1933-1934 – Öğrenci eğitimi konusundaki ilk kitapların fotoğraf ve radyo üzerinde yayınlanması.

1934 – ODSKF'nin kapatılması.

1945 – Bilimsel-pedagojik sinema konferansı (Leningrad).

1951 – Eğitim filminin pedagojik yönlerine adanmış ilk Rus doktora tezi savunması (Moskova).

1955 – Öğrenci eğitimi konusundaki ilk Rus doktora tezi savunması (Moskova).

1957 – İlk Moskova Amatör Film Festivali.

1958 – Ülkenin çeşitli bölgelerinde gençlik istasyonlarının faaliyetlerinin yeniden başlaması.

1959 – İlk All-Union Amatör Film Yarışması (Moskova).

1961 – Gosteleradio'nun sinemaseverlerle çalışma departmanının oluşturulması.

1962 – Leningrad'daki tiyatro enstitüsünün tiyatro, müzik ve sinema enstitüsüne (LGITMIK) dönüştürülmesi.

1962-1963 – Rusya'da televizyon eğitimi konusundaki ilk kitapların yayınlanması.

1963 – Rusya'da "pratik" bir yönde görsel-medya eğitime adanmış ilk doktora tezinin savunulması (Moskova).

1963 – Rusya'da televizyon eğitimi konusundaki ilk doktora tezinin savunulması (Moskova).

1963 – Sovyet sinema işçileri sendikası tarafından "Sinema ve Okul" konulu plenum toplantısı.

1966 – Rusya'da estetik odaklı öğrenci film eğitime adanmış ilk doktora tezinin savunulması (Moskova).

1967 – Moskova'da Sinema ve Televizyon İçin Kamu Konseyi'nin oluşturulması.

1968 – Rusya'da film kulüpleri sorununa adanmış ilk doktora tezinin savunulması (Moskova).

1968 – "Sinema ve Seyirci" konulu All-Union konferansı (Moskova).

1969 – Rusya'da radyo yayınları materyali üzerinden öğrenci eğitime adanmış ilk doktora tezinin savunulması.

1970 – Voronezh Pedagoji Enstitüsü'nde sinema sanatına özel bir kursun başlatılması.

1971 – Sovyet Sinemacılar Sendikası ve Genel Pedagoji Bilimleri Enstitüsü ile işbirliği yaparak sinemanın okulda ve üniversitede öğretimi deneyiminin geliştirilmesine dair All-Union çalışma toplantısı (Moskova).

1971 – Rusya'da öğrencilere yönelik film eğitime adanmış ilk doktora tezinin savunulması.

1973 – Sovyet Komünist Partisi Merkez Komitesi'nin "İşçi ve Memurlar Arasında Sinema Amatörlüğünün Geliştirilmesi Hakkında Önlemler" kararı.

1973 – Rusya'da çocuklar ve gençler için sinemanın ve medyanın gelişimine dair ilk doktora tezinin savunulması (Moskova).

1974 – Eğitim Bakanlığı tarafından resmi olarak onaylanan "Sinema Sanatının Temelleri" adlı seçmeli ders programının yayınlanması (ortaokul 9-10. sınıflar için).

1974 – RSFSR Pedagoji Derneği'nin kitle iletişimi bölümünün kurulması.

1975 – "Ortaokulda ve Sinema Dışı Yükseköğretim Kurumlarında Sinema Sanatı Öğretimi Sorunları" konulu Uluslararası Danışma Toplantısı (Moskova).

1975 – Moskova'da "Kitleli İletişimin Eğitim Sürecinde Yeri ve Fonksiyonları" konulu All-Russian konferansı.

1976 – Genç sinemaseverlerin buluşmalarının yeniden başlatılması.

1977 – İlk All-Union Amatör Çocuk Filmleri Festivali.

1978 – Sinema eğitimi konulu All-Union konferansı (Kurgan).

1978-1983 – Sinema Eğitimi Konseyi'nin saha toplantıları.

1981 – Rusya'da genel olarak kitle iletişim araçlarının eğitim olanaklarına dair ilk doktora tezinin savunulması (Moskova).

1981 – Rusya'da öğretmenlik okullarındaki öğrencilerin film eğitime dair ilk doktora tezinin savunulması (Moskova).

1982 – Rusya'da üniversitelerde öğrencilere yönelik eğitim televizyonunun didaktik temellerine dair ilk doktora tezinin savunulması (Moskova).

1984 – Pedagoji enstitülerine yönelik "Sinema Sanatının Temelleri" adlı seçmeli ders programının yayınlanması.

1985 – Hükümetin "1986-1990 ve 2000'e kadar Amatör Fotoğrafçılık ve Sinema Geliştirme Hakkında Önlemler" kararı.

1985 – Rusya'da öğrencilere video aracılığıyla eğitim konusuna dair ilk doktora tezinin savunulması (Moskova).

1985 – Rusya'da çocuklar için gazeteciliğin oluşumu ve gelişimine dair ilk doktora tezinin savunulması (Leningrad).

1986 – Rusya'da öğrencilere yönelik film eğitimi konusunda yabancı materyallerle ilgili ilk doktora tezinin savunulması (Moskova).

1986 – Rusya'da çocuklar ve gençler için radyo yayınının oluşumu ve gelişimiyle ilgili kapsamlı analize dair ilk doktora tezinin savunulması (Moskova).

1986 – Rusya'da sinema amatörlüğünün gelişimine dair ilk monografinin yayınlanması (Moskova).

1987 – Sovyetler Birliği çapındaki sinema kulüpleri festivali (Moskova Film Festivali kapsamında).

1987 – Estetik odaklı film eğitiminin metodolojik ve metodolojik sorunlarına dair ilk monografinin yayınlanması (Voronej).

1988 – Sovyetler Birliği'nin Arkadaşlarının Topluluğu'nun (ODK) ve Kino Eğitimcileri Birliği Federasyonu'nun kurulması.

1988 – "Ocean" adlı çocuk sağlık merkezindeki Yoğun Film Eğitimi Kampı'nın (LIK) faaliyeti.

1989 – Rusya'da eğitim sinemasının tarihine ve modern gelişim eğilimlerine dair ilk monografinin yayınlanması (Voronej).

1989 – Rusya'da estetik odaklı film eğitimi konusunda ilk doktora tezinin savunulması (Moskova).

1990 – Rusya Bilimler Akademisi'nde "Okul Medya Kütüphanesi" adlı bilimsel araştırma grubunun kurulması.

1990 – Rusya'da medya eğitiminin amaçlarına, görevlerine ve yöntemine doğrudan adanmış ilk kitabın yayınlanması.

1991 (Kasım) – Rusya Sinema Kulüpleri Federasyonu'nun kurulması.

1991 – İlk özel film tiyatrosunun açılması (Moskova).

1991 – Rusya çapındaki genç editörlerin yıllık kurslarının başlatılması ("Orlyonok" Rusya Çocuk Merkezi).

1991 – "Svoi Golos" adlı gençler programının yayına başlaması.

1991 – Öğrenciler tarafından hazırlanan ilk televizyon programlarının yayına başlaması ("Shkolnye Novosti", "Soroka").

1992 – Genç televizyon gazetecileri tarafından hazırlanan düzenli bir televizyon programının başlaması ("TamTam - Novosti").

1992 (Ocak) – Valuyevo'da film eğitimi üzerine uluslararası konferans.

1992 (Ağustos) – Küçük Basın Ligi'nin organizasyon toplantısı (Vladivostok).

1992 – Rus-Fransız semineri "Çocuk ve Gençlik Amatör Basını: Teori ve Pratik" (Moskova).

1992-1994 – Kino Eğitimcileri Birliği tarafından düzenlenen yüksek pedagojik kursların çalışması (Moskova).

1993 – Rusya'da öğrencilerin estetik odaklı medya eğitimine dair ilk doktora tezinin savunulması (Moskova).

1993 – Ortaöğretim okulları üst sınıfları için "Ekran Kültürü Temelleri" adlı deneysel dersin programı ve metodolojik önerilerin yayınlanması (Y.N. Usov'un editörlüğünde).

1993 – Uluslararası Çocuk Basını Festivali (Zvenigorod).

1995 – Çocuk Basını Festivali ("Artek").

1995 – Rusya'da bilgisayar teknolojileri ve multimedya aracılığıyla medya eğitime dair ilk tezin savunulması.

1995 – Rus-Britanya medya eğitimi semineri (Moskova).

1995-1997 – Rus öğrencilerin bilgisayar teknolojileri ve internet aracılığıyla medya eğitimi konusundaki ilk kitap ve ders kitaplarının yayınlanması.

1996 – Çocuk Basını Festivali (All-Russian Children's Center "Orlenok").

1996 – Öğretmenler için "Okul Eğitim Sistemlerinde Bilgisayar İletişimi" adlı kursun Rus Eğitim Bilimleri Akademisi'nin uzaktan eğitim laboratuvarı tarafından geliştirilmesi.

1996 – Rus öğretmenler için "Medya Eğitimi ve Eğitim Televizyonu Sorunları" semineri (Moskova).

1997 – Genç Televizyon Gazetecileri Festivali (All-Russian Children's Center "Orlenok").

1997 – Rusya'nın ortaokullarında entegre eğitim standartları oluşturma girişimi (L.S. Zaznobina ve Rus Eğitim Bilimleri Akademisi'nin öğretim araçları ve medya eğitimi laboratuvarı çalışanları).

1998 – Televizyon gazetecileri ve genç editörler festivali (All-Russian Children's Center "Orlenok").

1998-2001 – Öğrenciler için medya eğitimi festivalleri (Uglich ve Maloyaroslavets'te), Rusya Medya Eğitimi ve Medya Pedagojisi Derneği tarafından düzenlendi.

1998 – Birleşik Film ve Video Meraklıları Birliği, Rus Film Meraklıları Derneği'ne dönüştürüldü.

1999 – Rusya'da çocuk amatör basının medya eğitimi ve eğitim olanaklarına dair ilk doktora tezinin savunulması (Kostroma).

2000 – Rusya'da yurtdışı medya eğitime dair ilk doktora tezinin savunulması (Taganrog).

2000 – Rusya'da okul öncesi çocuklar için medya eğitime dair ilk doktora tezinin savunulması (Barnaul).

2000 – Medya eğitimi konularına adanmış ilk Rus internet sitelerinin oluşturulması (www.mediaeducation.ru, www.medialiteracy.boom.ru, www.mediaeducation.boom.ru).

2000 (Nisan) – Rusya İnternet Eğitimi Federasyonu'nun (www.fio.ru) kurulması (Moskova).

2001 – Rus Film Yapımcıları Birliği Plenumunun "Okullarda ve Kino-olmayan Yükseköğretim Kurumlarında Medya Eğitimi" başlıklı kararı, pedagojik enstitüler ve üniversiteler için yeni bir "medya eğitimi" uzmanlık alanının açılmasının gerekli olduğunu belirtir.

2001 – Rusya'da entegre bir şekilde temel bir programa ("Dünya Sanat Kültürü" dersi içinde) entegre edilmiş medya eğitimi sorunlarına dair ilk doktora tezinin savunulması (Moskova).

2002 (Haziran) – Rus Eğitim Bakanlığı tarafından pedagojik yüksekokullar için "medya eğitimi" uzmanlık alanının resmi olarak kaydedilmesi.

Fyodorov ve Chelysheva'nın «Rusya'da Medya Eğitimi: Kısa Gelişim Tarihi» adlı bu kitabında medya eğitim sistemi hakkında geniş ve net bilgi vermektedir. Fakat maalesef Kazakistan'da bu konuda büyük bir araştırma hala yapılmamaktadır. Fyodorov ve Chelysheva bu kitabı 2002 yılında yayınlamıştı. Bundan sonra da Rusya'da modern medya eğitimi hakkında yeni araştırmalar yapılmaktadır. Mesela aşağıdaki tabloda «Yeni Medya Eğitimi Sorunları» Konulu Akademik Çalışmaları görebilmekteyiz.

Tablo 2.2. Rusya'da "Yeni Medya Eğitimi Sorunları" Konulu Akademik Çalışmalar

Yıl	Yazar	Konu
2006	Elena Hudoleyeva	"Almanya ve Rusya'da Modern Medya Eğitiminin Pedagojik Sorunları (Yirminci Yüzyılın Sonu Yirmi Birinci Yüzyılın Başı)" ("Педагогические проблемы медиаобразования в ФРГ и в России на современном этапе: Конец XX – начало XXI вв.")
2011	Anna Konstantinova	"Medya Teknolojilerin Felsefi Sorunları" ("Философские проблемы медиатехнологий")

Kaynak: OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi.

Özetle, Rusya'da, medya okuryazarlığına yönelik çeşitli girişimler ve eğitim programları bulunmaktadır. Örneğin, birçok üniversite ve kolejde, öğrencilerin medya okuryazarlığı konusunda eğitildiği dersler sunulmaktadır. Ayrıca, kamu kurumları ve medya şirketleri de bu konuda eğitim programları düzenlemektedir.

Ancak, Rusya'da medya özgürlüğüne yönelik sınırlamalar da bulunmaktadır. Özellikle son yıllarda, hükümetin bağımsız medyaya karşı baskı uyguladığı ve yabancı medya şirketlerine yönelik kısıtlamalar getirdiği görülmüştür. Bu durum, insanların çeşitli kaynaklardan bilgi edinmelerini zorlaştırabilir ve medya okuryazarlığının önemini daha da arttırmaktadır.

Rusya'da medya okuryazarlığına yönelik çeşitli girişimler olsa da ülkede medya özgürlüğüne yönelik sınırlamaların bulunması, insanların doğru ve tarafsız bilgiye erişmelerini zorlaştırmaktadır. Rusya'da medya okuryazarlığı eğitimiyle ilgili bazı sıkıntılar yaşanmaktadır. İşte bazıları da şunlardır:

Eğitim programlarının yetersizliği: Rusya'da medya okuryazarlığı eğitimi için hazırlanan müfredatlar yetersizdir. Eğitim programları, medya manipülasyonu, sahte haberlerin tanınması, kaynak doğrulama gibi konuları kapsamaktan ziyade daha genel bir şekilde iletişim becerilerine odaklanmaktadır. Bu da öğrencilerin medyanın gücünü tam olarak anlamalarını engellemektedir.

Öğretmenlerin yetersizliği: Medya okuryazarlığı eğitimi veren öğretmenlerin yeterli eğitim ve kaynaklara sahip olmaması da büyük bir sorundur. Bazı öğretmenler, medya ve iletişim konularında uzmanlaşmamış ve bu da öğrencilere etkili bir şekilde medya okuryazarlığı becerilerini öğretmelerini zorlaştırmaktadır.

İdari baskılar: Rusya'da medya ortamının siyasi etkiler altında olduğu ve bağımsız medyanın sınırlı olduğu bilinmektedir. Bu durum, medya okuryazarlığı eğitiminin tarafsız ve eleştirel bir bakış açısını teşvik etmesini engelleyebilir. Eğitim materyalleri veya müfredatlar üzerindeki idari baskılar, öğrencilerin medya manipülasyonunu tanıma ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirmelerini etkilemektedir.

Dijital okuryazarlık eksikliği: Rusya'da dijital teknolojilerin hızlı bir şekilde yayılmasına rağmen, bazı insanlar hala dijital okuryazarlık becerilerine sahip değildir. İnternetin ve sosyal medyanın manipülasyon için kullanıldığı bir ortamda, dijital okuryazarlık, yanlış bilgileri tanıma, güvenilir kaynakları bulma ve kişisel veri güvenliği gibi konuları kapsamaktadır. Dijital okuryazarlık eksikliği, medya okuryazarlığı eğitimi tam anlamıyla etkili hale getirmeyi zorlaştırmaktadır.

Bu sıkıntılara rağmen, Rusya'da medya okuryazarlığına yönelik çabalar devam etmektedir. Eğitim programlarının güncellenmesi, öğretmenlerin daha iyi eğitimi ve kaynaklara erişimi sağlanması, medya eğitimi hakkında araştırma ve tezlerin yapılması, bağımsız medya kuruluşları ve sivil toplum kuruluşları tarafından desteklenen projeler gibi adımlar atılmaktadır. Bu girişimlerle birlikte, medya okuryazarlığının gelişimine katkıda

bulunmak ve bireylerin daha bilinçli medya tüketicileri olmalarını sağlamak hedeflenmektedir.

2.4.6. Orta Asya Ülkelerinde Medya Okuryazarlığı

Orta Asya, coğrafi olarak Asya kıtasının ortasında yer alan bir bölgedir. Bu bölge, beş bağımsız devleti içermektedir. Onlar Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Tacikistan ve Türkmenistandır.

Kazakistan: Kazakistan, Orta Asya'nın en büyük ülkesidir. Nüfus açısından da kalabalık olan ülkedir. Zengin doğal kaynaklara sahip olup, ekonomisi enerji, madencilik ve tarım sektörlerine dayanmaktadır. Başkenti Astana'dır.

Kırgızistan: Kırgızistan, dağlık bir ülke olup, Tian Shan ve Pamir dağları tarafından çevrelenmektedir. Tarım ve hayvancılık önemli ekonomik faaliyetlerdir. Başkenti Bişkek'tir.

Özbekistan: Özbekistan, bölgenin nüfusu kalabalık ülkesidir. Pamir Dağları'nın batısında ve Kızıl Kum Çölü'nün kuzeyinde yer alır. Tarım, tekstil ve madencilik Özbekistan'ın ekonomisinde önemli rol oynamaktadır. Başkenti Taşkent'tir.

Tacikistan: Tacikistan, dağlık ve kara iç kesimde yer almaktadır. Pamir Dağları'nın bir kısmı bu ülkede bulunmaktadır. Tarım ve pamuk üretimi önemli ekonomik sektörlerdir. Tacikistan'ın başkenti Duşanbe'dir.

Türkmenistan: Türkmenistan, Hazar Denizi'nin doğusunda yer almaktadır. Zengin doğal gaz rezervlerine sahip olup, enerji sektörü büyük öneme sahiptir. Başkenti Aşkabat'tır.



Görsel 2.1. Orta Asya ülkeleri haritası.

Kaynak: soyledik.com

Bu ülkeler, tarih boyunca farklı kültürlerin, ticaret yollarının ve imparatorlukların kesişim noktaları olmuştur. Orta Asya, zengin tarih, kültür ve doğal güzelliklere sahip bir bölgedir.

Orta Asya ülkeleri, çok çeşitli medya kaynaklarına sahip olan ve hızla gelişen ülkelerdir. Medya okuryazarlığı, bu kaynakları doğru bir şekilde anlamaya ve kullanmaya yardımcı olmak için çok önemlidir. Bölgedeki bazı ülkelerde, medya okuryazarlığına yönelik çeşitli eğitim programları ve girişimler mevcuttur. Ayrıca, bazı ülkelerde, medya okuryazarlığı kampanyaları ve projeleri de yürütülmektedir. Ancak bu gelişimler diğer ülkelere göre çok geç başlamıştır.

Orta Asya ülkelerindeki medya okuryazarlığında genel olarak Rusya'daki medya okuryazarlığına benzerlikler bulunmaktadır. Bunun nedeni, Orta Asya ülkelerinin tarih boyunca Rusya veya Sovyetler Birliği'nin etkisi altında olması ve benzer medya ve iletişim modellerini benimsemeleridir. İşte Rostov Devlet Ekonomi Üniversitesi Doktora profesörü Alexander Viktorovich Fedorov'e göre bazı ortak noktalar:

Medya çeşitliliği: Hem Rusya hem de Orta Asya ülkelerinde, medya çeşitliliği sınırlı olmaktadır. Medya sahipliği veya yayın kuruluşlarının politik etkileri nedeniyle, bağımsız medya kuruluşları ve farklı seslerin görünürlüğü sınırlanmaktadır.

Manipülasyon ve propaganda: Hem Rusya hem de Orta Asya ülkelerinde medya manipülasyonu ve propaganda endişe verici bir konudur. Haberlerin yönlendirilmesi, yanlış bilgilendirme, sansür veya yönlendirilmiş haberler gibi sorunlar görülmektedir.

Medya eğitimi: Hem Rusya hem de Orta Asya ülkelerinde medya okuryazarlığı eğitimi üzerinde çalışmalar yapılmaktadır. Ancak bazı sıkıntılar yaşanmaktadır, örneğin eğitim programlarının yetersizliği veya öğretmenlerin yeterli kaynak ve eğitim desteğine sahip olmaması büyük sorunlardır.

Dijital medya ve sosyal medya: Hem Rusya hem de Orta Asya ülkelerinde dijital medya ve sosyal medya kullanımı hızla artmıştır. Bu da yanlış bilgilerin ve manipülasyonun yayılmasına katkıda bulunabilmektedir. Dolayısıyla dijital okuryazarlık, medya okuryazarlığı eğitimi içinde önemli bir konu olarak ele alınmalıdır.

Elbette, her ülkenin kendine özgü medya ortamları, politik yapıları ve kültürel bağlamları vardır. Bu nedenle, medya okuryazarlığı alanında farklılıklar ve nüanslar da bulunmaktadır. Ancak genel olarak, Orta Asya ülkelerindeki medya okuryazarlığı çabaları, Rusya'daki benzer gelişmelere paralellik göstermektedir.

Orta Asya ülkelerinde medya özgürlüğüne yönelik bazı sınırlamalar da vardır. Bu durum, insanların çeşitli kaynaklardan bilgi edinmelerini zorlaştırmaktadır ve medya okuryazarlığının önemini daha da arttırmaktadır.

Orta Asya ülkelerinde medya okuryazarlığına yönelik eğitim programları ve kampanyaları mevcuttur. Ancak, medya özgürlüğüne yönelik sınırlamalar, insanların doğru ve tarafsız bilgiye erişmelerini zorlaştırmaktadır. Medya okuryazarlığı, bu ülkelerde daha da önem kazanmaktadır. Aşağıda Orta Asya ülkelerinde medya okuryazarlığı gelişmesi ve bu ülkelerde medya okuryazarlığına dair yapılan araştırmalar geniş bir şekilde incelenmektedir.

2.4.6.1. Kırgızistan'da Medya Okuryazarlığı

Kırgızistan, Orta Asya'da yer alan bir ülkedir ve çeşitli medya kaynaklarına sahiptir. Medya okuryazarlığı, Kırgızistan'da insanların bu kaynakları doğru bir şekilde anlamalarına ve medya manipülasyonu ve yanlış bilgilendirme gibi sorunlardan kaçınmalarına yardımcı olmaktadır. Kırgızistan'da medya özgürlüğüne yönelik sınırlamalar bulunmaktadır. Özellikle son yıllarda, hükümetin bağımsız medyaya karşı baskı uyguladığı ve yabancı medya şirketlerine yönelik kısıtlamalar getirdiği görülmüştür. Bu durum, insanların çeşitli kaynaklardan bilgi edinmelerini zorlaştırmaktadır ve medya okuryazarlığının önemini daha da arttırmaktadır.

Kırgızistan'da medya okuryazarlığına yönelik çeşitli girişimler olsa da ülkede medya özgürlüğüne yönelik sınırlamaların bulunması, insanların doğru ve tarafsız bilgiye erişmelerini zorlaştırmaktadır. Medya okuryazarlığı, Kırgızistan'da daha da önem kazanmaktadır.

2018 yılında Kırgızistan'da "Kırgız Cumhuriyeti'nde Medya Okuryazarlık Düzeyi Araştırması Sonuçları Raporu" yayımlanmıştır. Bu rapor, Soros-Kırgızistan Vakfı'nın desteğiyle "Kırgızistan nüfusunun medya okuryazarlık düzeyinin değerlendirilmesi" projesi kapsamında Medya Politikası Enstitüsü tarafından yayınlanmıştır. Proje, Medya Politikası Enstitüsü (MPI) araştırma grubu tarafından başlangıç pozisyonlarının (baseline) hem nicel hem nitel ölçümü formatında gerçekleştirilmiş ve farklı nüfus gruplarının medya okuryazarlık seviyelerini ölçmeyi amaçlamaktadır.

Önerilen nicel ve nitel araştırmada, değerlendirme, analiz, erişim, içerik oluşturma ve yayma bileşenlerine odaklanılmıştır. Benzer öğeler, Avrupa Birliği ülkeleri ve Rusya Federasyonu'ndaki halk arasında yapılan araştırmalarda kullanılmıştır.

Anket verileri temelinde, Kırgız Cumhuriyeti nüfusunun medya okuryazarlığı için bir mantıksal çerçeve oluşturulmuştur. Araştırmacılar Anna Vorobyova, Aynura Eshenaliyeva,

Ruslan Rahimov, Begaim Usenova ve nicel anket Talgat Tashybekov liderliğindeki Rich Research şirketi tarafından gerçekleştirilmiştir.

Bu araştırmanın veri toplama dönemi 1 Eylül – 30 Kasım 2017 yılında Soros-Kırgızistan Vakfı tarafından talep edilen bir proje kapsamında, medya okuryazarlık seviyesini değerlendirmeye yönelik bir araştırma olarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amacı, çeşitli nüfus gruplarının medya okuryazarlık düzeyinin başlangıç noktalarını belirlemek ve medya okuryazarlığını belirleyen düzeyi ve karakteri analiz etmektir.

Araştırmanın görevleri ise medya cihazlarının varlığını ve kullanımının etkinliğini yaşa bağlı olarak belirlemektir. Araştırma halkın internet erişimine sahip olma durumu, halkın geleneksel ve yeni medyaya başvurma sıklığı, halkın bilgi akışına yaklaşımı, bilgi kaynaklarına yaklaşım, yanlış bilgiyi fark ettiğinde yaptığı eylemler (bilgiyi kontrol etme dahil), geleneksel ve yeni medyanın faaliyetlerini analiz etme ve değerlendirme becerileri ve yetenekleri ve bunların topluma etkisi (içerik analizi dahil), izleyici kitlesinin geleneksel ve yeni medyadan bilgi arama, anlama, değerlendirme ve kendi içeriklerini oluşturma ve yayma becerileri ve yetenekleri, kişisel dijital güvenliğini sağlama becerileri ve yetenekleri, yeni medyanın vatandaş mobilizasyonu ve etkileşimini geliştirmede kullanımı hakkında bilgi bulmaya amaçlanmıştır.

Araştırmada hem nitel hem de nicel veri toplama yöntemleri kullanılmıştır:

Kırgızistan'ın demografik portresine uygun bir örnekleme dayalı saha anketi (1,200 katılımcı);

Gazeteciler, medya uzmanları, öğretmenler ve araştırmacılarla 24 derinlemesine mülakat;

6 bölgede öğrenciler, öğretmenler, uzmanlar vb. katılımıyla 13 odak grup;

Şehir ve kırsal bağlamda medya tüketim vakalarının açıklandığı bir Vaka Çalışması yapılmıştır.

Niteli araştırmada, "kar küresi" yöntemi ve katılımcı gözlem gibi bir dizi yaklaşım kullanılmıştır.

Araştırmanın sonuçlarına göre, televizyon hala Kırgızistanlıların çoğunluğu için temel bilgi kaynağıdır. Kırgızistan'ın %97,2'si her gün, haftada birkaç kez veya aylık olarak televizyon izlediğini belirtmiştir. Her gün televizyon izleyenlerin oranı %75,3'tür. Televizyon izleme oranı, 52 yaşın üzerindeki izleyici kitlesi arasında en yüksektir. 24 yaşına kadar olan gençler de televizyon izler; bu, onlar için bir eğlence ve boş zaman aktivitesidir ve genellikle aile üyeleriyle birlikte evde izlerler. 24 yaşına kadar olan gençler arasında TV izleme etkinliği, mesajlaştıkları süreyle karşılaştırıldığında belirgin bir şekilde azalmaktadır.

Günümüzde televizyon ve gazetelerde, gençler hariç, halkın çoğunluğu için en popüler medya tüketim içeriği haberlerdir. Gençleri en çok ilgilendiren şey eğlence içeriği (müzik, filmler, diziler) ve spor haberleridir.

Kırgızistanlılar, radyo dinleme konusunda çoğunlukla radyo alıcıları (46,0%) kullanıyorlar ve genellikle ev dışında veya yolda müzik, eğlence ve bilgi hizmetleri almak amacıyla bu cihazı tercih ediyorlar. Akıllı telefonlar aracılığıyla radyo dinleme yavaşça popülerlik kazanıyor – %26,4. Sadece %9,3'lük bir kesim bilgisayar üzerinden radyo dinliyor. Ankette yer alan katılımcıların %71,8'i internet erişimine sahip. Bu, mobil ve sabit internet erişimi kullanıcılarını içermektedir. Katılımcıların üçte ikisi, günlük yaşamlarında akıllı telefon kullandıklarını belirtmiştir.

Gençler arasında başlıca eğilim, özellikle mesajlaşma uygulamalarında, sosyal medya topluluklarında içerik tüketmektir (16-18 yaş arası – %83,6, 19-24 yaş arası – %80,7, 25-33 yaş arası – %74,5). Gençler genellikle en az iki veya üç sohbeti (iş, okul, arkadaşlar) mesajlaşma uygulamalarında bulundurlar. Bu sohbetlerden bilgi almayı, genellikle eğlence içeriklerinin ülke içi ve dışındaki olaylarla ilgili haberlerle sık sık bir araya geldiği videolar ve resimlerle tercih etmektedir.

Ankete katılan gençlerin çoğu gazetelerin basılı versiyonlarını okumuyor, ancak yetişkin nüfusun çoğunluğu tam tersine, gazetelerin basılı versiyonlarını daha fazla okuyordur. Ancak gençler kâğıt kitapları daha fazla okuyor, çünkü birçoğu öğrenci, eğitim için kitapları kullanıyordu.

16-24 yaş arasındaki gençler internete giriş yapmak için akıllı telefonları kullanıyorlardır. Yüksek hızlı mobil internetin gelişimi ile bu eğilimin artarak devam edeceği tahmin edilebiliriz.

Araştırma, farklı yaş grupları arasında televizyon tüketiminin azalması ve internetten bilgi tüketiminin artması eğilimlerinin kesişme noktasına ilerlediğini göstermektedir. Nesnel farklılıklar devam etse de televizyondan internete geçişin haber tüketimi dinamikleri, yaşlı nüfus için de geçerlidir.

Genel olarak, genç Kırgızistanlılar, kendi değerlendirmelerine göre, büyük bir bilgi hacmine kolayca yönlenebiliyor ve önemli bilgileri bulabiliyorlardır. Ancak odak grupları (focus grup) sonuçlarına göre, bu öz değerlendirmenin abartılı olduğunu belirtmek mümkündür.

Bir yandan gençler, sosyal ağlardan bilgi aldıklarında çeşitli kaynaklara kolayca erişim sağlıyorlar; öte yandan odak grupları sırasında belirtildiği gibi, gençler, kaynakları farklılaştırılmaz ve bunlar onlar için tek bir sürekli bilgi akışına dönüşür. Çoğu katılımcı,

bilgiyi birkaç kaynaktan elde ettiğini belirtmiştir. Ancak olayların farklı şekillerde ele alınması, çoğu katılımcı tarafından göz ardı ediliyor veya tercih ettikleri kanalın veya yayının yorumlarıyla değiştiriliyor. Bilgilerin farklı kaynaklardan karşılaştırılma sürecinin sınırlı bir etkisi vardır: haber içeriğinde bir çelişki fark edildiğinde, izleyici kitlenin yalnızca küçük bir bölümü bilgiyi üçüncü bir kaynaktan kontrol eder.

Katılımcıların %54,9'u devlet medya organlarına güveniyor, bu soruya cevap vermede zorlananların oranı %14,9, özel medya organlarına güvenenlerin oranı ise %13,7. Katılımcıların %8,4'ü hem devlet hem de özel medya organlarına güveniyor. %8,1'i ise hiçbir medya organına güvenmiyor.

Ülke genelinde yapılan ankete katılanların üçte biri yabancı televizyon kanallarına güvendiklerini belirtti. Ankete katılanların beşte biri ise yabancı haber ajanslarına güvendiklerini ifade etti.

Odak gruplarının gösterdiği gibi, içerik oluşturma'nın nasıl yapıldığı konusundaki bilgi ve beceri eksikliği, insanları basit bir sonuca yönlendirmektedir: video içeriklerin sahteleşmesinin imkânsız veya zor olduğu ve dolayısıyla bunlara güvenebilecekleri sonucuna götürmektedir.

Odak grupları, gençlerin medyanın kitleleri manipüle edebileceği anlayışına sahip olduğunu gösterdi. Gençler bilgiyi çapraz kontrol etmeyi biliyorlar, ancak yalnızca bilgi kendi "ilginç" ve "önemli" oldukları durumlarda önemlidir.

Kitlelerin medyadan aldığı bilgiye duyduğu güven, bu bilginin zaten sahip oldukları bilgilerle ne kadar uyumlu olduğuna bağlıdır. Doğrulama yanlısaması (confirmation bias), bir kişinin bakış açısına, inancına veya hipotezine uyumlu olan bilgiyi arama, yorumlama veya tercih etme eğiliminde olan bir tandanstır.

Bu durum, tek taraflı bilgi ve görüşlerin bir "bilgi balonu" oluşturmaya ve genel resmin görüşünü değiştirmesine yol açar. Diğer durumlarda, haber akışı doğru ve yanlış birbirine karıştığı bir arka planda geçer, bu da medyaya olan güveni sarsar ve insanların "yarı doğruluk" ortamında bulunmalarına neden olmaktadır.

Kırgızistan'da medya okuryazarlığı, medya kaynaklarını ve bu kaynakların temelini oluşturan etik ilkeleri yeniden değerlendirmek için gereklidir. Aynı zamanda, teknolojinin gelişimi sayesinde bilgiyi pasif bir alıcıdan aktif bir yaratıcı ve içerik tüketicisine dönüştürmek için izlenmesi gereken becerileri de gözden geçirmek gerekmektedir.

Uluslararası araştırmaların ve yerel uzman topluluğunun önerilerine göre, medya okuryazarlığının geliştirilmesine, eleştirel düşünceyi geliştirmekle başlanması gerekmektedir – bu birincil görevlerden biridir. Bilgi, UNESCO'nun "Bilgi Toplumu" adlı Dünya

Raporu'nda belirtildiği gibi, bir bilgi aracı olmalıdır. Eleştirel değerlendirme ve uygun eğitim olmaksızın, bilgiyi anlama ve bilgi çıkarma süreci zorlaşacaktır. "Bilgiyi dönüştürmek için yeterli olan yargıların düşünce özelliği, basit gerçek kontrolünden daha fazlasını içermektedir. Bu, bilgi akışında boğulmamak için gerekli olan bazı bilişsel, eleştirel ve teorik yeteneklere sahip olmayı içermektedir."

Eleştirel düşünceye ek olarak, doğru ile yanlış ayırt etmek ve manipülasyona karşı koymamak için oldukça gereklidir, içerik oluşturma ve yayma sürecinde sorumluluk ve etik konularını anlamak önemlidir. Ayrıca, mevcut dijital gerçeklik bağlamında yüksek kaliteli ve profesyonel bilgi malzemeleri oluşturma olanaklarını incelemek de önemlidir. Medya okuryazarlığı kavramı, evrensel insan haklarına dayanmaktadır ve ifade özgürlüğüne ve bilgiye erişim hakkının gerçekleştirilmesi için temel bir koşul olarak kabul edilmektedir. UNESCO'nun prensiplerine göre, medya okuryazarlığı kavramı, açık, çeşitli ve kapsayıcı toplumların oluşturulmasının zorunlu bir koşulu olarak kabul edilmektedir.

Kırgızistan'da medya okuryazarlığının geliştirilmesi, bireysel, örgütsel ve kurumsal düzeylerde müdahaleleri içeren bütünlükçü bir perspektifle ele alınmalıdır.

2.4.6.2. Özbekistan'da Medya Okuryazarlığı

Özbekistan, Orta Asya'da yer alan bir ülkedir ve son yıllarda hızlı bir şekilde gelişen bir medya sektörüne sahip olmuştur. Özbekistan'da medya okuryazarlığı, insanların doğru ve tarafsız bilgiye erişmelerine ve medya manipülasyonu gibi sorunlardan kaçınmalarına yardımcı olmaktadır.

Son yıllarda, Özbekistan hükümeti, medya özgürlüğüne yönelik sınırlamaları azaltmak için adımlar atmıştır. Örneğin, ülkede bağımsız medya kuruluşlarının sayısı artmış ve internet erişimi yaygınlaşmıştır. Bununla birlikte, bazı sorunlar da devam etmektedir ve medya özgürlüğü konusunda hala iyileştirmeler yapılması gerekmektedir.

Özbekistan'da medya okuryazarlığına yönelik eğitim programları ve girişimler bulunmaktadır. Ancak, medya özgürlüğüne yönelik sınırlamalar hala devam etmektedir ve bu durum insanların doğru ve tarafsız bilgiye erişmelerini zorlaştırmaktadır. Bu yüzden medya okuryazarlığı, Özbekistan'da daha da önem kazanmaktadır.

2021 yılında USAID tarafından desteklenen Internews derneği Kazakistan, Tacikistan ve Özbekistan'da medya tüketimi ve medya bilgisi konusunda bir araştırma gerçekleştirmiştir.

2019 yılında USAID tarafından desteklenen Internews derneği aynı araştırmayı yapmıştı. 2021'de yapılan araştırmada çoğu bilgiler 2019'da yapılan araştırma sonuçları ile kıyaslanmaktadır.

2021 yılında yapılan araştırmaya, 14 ila 65 yaş arasındaki, genel nüfusa uygun cinsiyet ve yaş dağılımına sahip 1512 Özbekistan katılımcısı dahil olmuştur. Sosyolojik anket çalışmasına şu etnik grupların temsilcileri katıldı: Özbekler (%89,82), Tacikler (%2,8), Qaraqalpaqlar (%2,3), Kazaklar (%2), Tatarlar (%0,88), Ruslar (%0,65), Uygurlar (%0,56) ve Türkmenler (%0,35).

Ankete katılanların çoğunluğu evlerinde televizyona (%98,13), telefona (%88,58) ve akıllı telefona (%53,6) sahipti ve bilgisayar/dizüstü bilgisayara sahip olanların oranı sadece %34,53'tü. İnternet erişimine sahip akıllı telefonların sayısı belirgin bir şekilde artmıştır.

Bilgi kaynakları arasında, 2019'da olduğu gibi, televizyon ilk sıradaydı (%66,29), ancak payı azaldı (2019'da %77,1). Ardından, internet (%39,85 – 2019'a göre artış gösterdi – %25,5) ve sosyal medya (%33,91 – 2019'da %16) geldi.

Tüm bilgi kaynaklarında tercih edilen dil Özbekçeydi ve haberleri ve analizi çoğunlukla merkezi Özbek medyasından tercih ediyorlardı.

Çoğunluk (%83,24), yayın televizyonunu kullanıyordu; ikinci sırada internet televizyonu (%12,63) bulunmaktadır. Uydu ve kablo TV neredeyse hiç kullanılmamaktadır.

En popüler Özbek kanalları şunlardır: "Zor TV" (%52,8), "Sevimli" (%46,44), "Miliy" (%39,34), "Menin Yurtim" (%38,72).

En popüler yabancı kanallar şunlardır: "Perviy Kanal" (%7,37), "Rossiya-1" (%5,8), NTV (%4,97).

Genel olarak, Özbekistan halkının yerel TV kanallarını, Rus veya diğer herhangi bir kanalı çok daha fazla izledikleri görülmektedir.

2019'a kıyasla tüketilen içerik türleri açısından, genel olarak tüm haber programlarının tüketimi düştü (bölgesel, merkezi, uluslararası), film ve diziler de düştü. Eğlence içeriğinin tüketimi arttı: birçok kişi şimdi müzik, yemek yapma, eğitim programları ve reality şovları izliyor.

2019'a kıyasla, internet erişimine sahip olmayanların oranı önemli ölçüde azalmıştır (2021'de %22,36'ya karşı 2019'da %42,2). Katılımcıların %57,17'si mobil internet kullanıyor.

Ancak, katılımcıların %60,04'ü mobil internetin fiyatını yüksek buluyor.

2021'de internete erişim için temel cihaz mobil telefon/akıllı telefon (%92,31); 2019'da bu oran %41,1'di.

Katılımcıların son bir ay içinde internet üzerinde yaptığı temel faaliyetler arasında sosyal medyada iletişim (%42,52 - 2019'dan bu yana artış yok), haber okuma (%65,48 - 2019'da %40,6), film/dizi izleme (%28,06) ve sesli/video içerik dinleme (%31,98) bulunmaktadır.

İnternet üzerinden devlet hizmetleri alırken çoğunluk (%75,36) bunları Özbekçe almayı tercih ediyorlardır.

İnternet üzerinde iletişim kurma yöntemlerinin başında sosyal medya (%80,13) ve mesajlaşma uygulamaları (%17,82) gelmektedir.

Haberler (%53,91) ve müzik dinleme (%43,88) katılımcıların temel tüketim içeriğidir. Ancak, katılımcılar özellikle sesli kitaplar, kitaplar (%76,84) ve eğitim (%70,68) için ödeme yapmaya hazır olduklarını belirtmişlerdir.

Ortalama olarak, içerik için ödeme yapmaya olan istek, 2019'a kıyasla artmıştır.

2021'de en yaygın kullanılan mesajlaşma uygulaması Telegram'dır ve katılımcıların %65,96'sı bu uygulamayı kullanmaktadır (2019'da %51,8). WhatsApp kullanımı önemli ölçüde artmıştır ve 2021'de %20,66'ya çıkmıştır (2019'da %7,6). YouTube'u kullanan katılımcıların oranı %44,87'dir.

Instagram en popüler sosyal medya platformudur (%21,37 - 2021, %20,2 - 2019).

Son iki yılda ortaya çıkan yeni bir fenomen TikTok, ülkede oldukça popüler hale gelmiştir (%13,65).

Sosyal medya ve mesajlaşma uygulamalarında temel faaliyet türleri şunlardır:

İletişim – azalmış (%65,62 - 2021, %80,7 - 2019);

Gönderileri okuma – azalmış (%48,69 - 2021, %60,8 - 2019);

Video izleme – artmış (%45,54 - 2021, %31,5 - 2019).

Diğer tüm faaliyet türleri, Özbekistanlılar arasında çok daha az popülerdir.

Medya Güveni konusunda, 2021'de katılımcıların %79,98'i TV'ye güveniyor, diğer tüm kaynaklar %18,48 ve altındadır.

Sosyal medya, mesajlaşma uygulamalarına güven konusunda güvenilen kaynaklar arasında Telegram (%73,38) ve YouTube (%42,67) en güvenilir olarak kabul edilmektedir.

Medya kaynaklarına genel güven konusunda, büyük çoğunluk (%88,46) devlet medyasına güvenmektedir.

Merkezi kaynaklar, bölgesel kaynaklardan daha güvenilir görünmektedir (%73,44 ve %16,58 sırasıyla).

Yerel medya kaynakları, yabancı kaynaklardan daha güvenilirdir ve yerel kaynaklara (%83,17) Rus kaynaklardan (%7,8) ve diğer yabancı kaynaklardan (%2,06) daha fazla güven duyulmaktadır.

Genel olarak, Özbekistanlıların medya tüketimi iç kaynaklara – Özbekçe haberlere, Özbekistan'ın merkezi medya kaynaklarına odaklıdır ve güven duyulan tek kaynak devlet, merkezi ve yerel medya kaynaklarıdır, bunların başında TV gelmektedir.

Özbekistanlıların medya okuryazarlığına dair sonuçlar, katılımcıların kendi medya okuryazarlıklarını değerlendirmeleriyle örtüşmektedir.

2021 yılında USAID tarafından desteklenen Internews derneği yapan bu araştırmada 2019'a kıyasla, Özbekistanlıların medya okuryazarlık endeksi 0,9 puan artarak (35 puan üzerinden) 11,3'ten 12,2'ye yükselmiş ve düşük ile orta seviyeler arasında bir yerde bulunmaktadır.

Orta seviyede bulunan alt endeksler şunlardır:

Gerekli bilgiyi etkili bir şekilde arama ve bulma becerisi – 7 puanlık ölçekte 2,9 puan;

Alternatif kaynakları kullanarak bilgiyi doğrulama ve eleştirel değerlendirme becerisi – 7 puanlık ölçekte 3,9 puan.

Düşük seviyede bulunan alt endeksler şunlardır:

Zararlı ve gereksiz içerikten korunma becerisi – 8 puanlık ölçekte toplam 2 puan;

Bilgiyi anlayabilme ve etkili (düzgün) bir şekilde kullanabilme yeteneği – 18 puanlık ölçekte 5 puan;

Hukuki gereklilikleri gözeterek bilgiyi etkili ve doğru bir şekilde yayabilme becerisi – 17 puanlık ölçekte 4,6 puan.

2021'de, katılımcıların büyük bir bölümü, bilgi akışının ve hacminin eleştirel bir şekilde değerlendirilmesine yönelik bir tutum sergilemeye başlamıştır; %18,25'i (2019'da %11,4) bilginin fazla olduğunu ve bu bilgi içinde oryantasyonun zor olduğunu düşünmektedir.

Önemli bir bölüm, aynı politik olayın farklı şekillerde ele alındığı durumlarla karşılaşmamıştır; ancak bu durumla karşılaşan katılımcıların sadece %11,04'ü herhangi bir eylemde bulunmaya hazır olduklarını belirtmiştir.

İnternete karşı daha fazla şüphecî bir tutum benimseme eğilimi vardır:

Zararlı sitelerden rahatsız olanların oranı %30,34'tür (2019'da %25,7);

İnternette kişisel bilgilerin paylaşılmasından endişe duyanların oranı %14,1'dir (2019'da %2,9);

Olumsuz ve yasa dışı içerikli kaynaklardan rahatsız olanların oranı %16,3'tür (2019'da %3,9);

Ancak hiçbir tehdidi rahatsız edici bulmayanların oranı da artmıştır; %30,37 (2019'da %14,6).

Özbekistan'da medya okuryazarlığının gelişimi için uzmanlar aşağıdaki yönlendirmeleri önermektedir:

Bilgisayar okuryazarlığı eğitim kursları, dolaylı olarak bilgi okuryazarlığına etki göstermek;

Vaka inceleme yöntemi;

Bilgi kaynaklarını arama ve analiz etme eğitimi.

Örneğin Özbekistan'da eğitimle de ilgili gelişimler vardır. Ülkedeki tüm bölgelerde eğitim merkezleri açılmış ve orada bilgisayar okuryazarlığı kursları verilmektedir. Bu kurslar sadece bilgisayarın ne olduğunu değil, aynı zamanda onun üzerinde nasıl çalışılacağını da öğretmektedir. Bu kurs, bilgi ve bilgisayar güvenliğini içerir, tarayıcıda nasıl gezineceğini öğretir. Ayrıca, medya okuryazarlığını öğretiyor dememiz zor, ancak gerçekten interneti doğru kullanmayı öğretiyor.

İlk olarak, tabii ki, vaka inceleme yöntemi önemlidir, örneğin, medya metinlerini incelemek ve analiz etmek, düşmanca dil ve kısaltmaların analizi, medya metninde kullanılan ifadelerin tespiti önemlidir. Ayrıca, platformlarda hesap oluşturmayı ve hesabını doğru bir şekilde düzenlemeyi bulmak ve anlamak da medya okuryazarlığının bir parçasıdır. Kişi, ne tür bilgileri sağladığını, hedef kitlenin neyi bilmemesi gerektiğini, nasıl temsil ettiğini bilmelidir.

İlginç olan şu ki, medya okuryazarlığının gelişimi yolunda engeller konusunda Özbekistanlı ve Kazakistanlı uzmanlar benzer bir görüşe sahip değildir. Kazakistan'da uzmanlar sıklıkla devleti, var olan eğitim sistemini, SSCB'den miras kalan sistemleri engeller olarak adlandırırken, Özbekistan'da ailelerin ve geleneksel değerlerin rolüne ve bu geleneksel eğitimin, aile ve okul düzeyinde iletilenin, gelişmeyi engellediğine sıklıkla dikkat çekilmektedir.

Özbekistan'da okullarda eleştirel düşünce dersleri verilmemektedir, aile kuralları, gelenekler, değerler hükmediyor, bunlar eleştirel düşünceye engel olan bir eğitimidir, yaşlıya karşı keskin bir cevap verememektedir, yaşlı insanın görüşüne saygı duyulmaktadır. Fakat Özbekistanlı çocuklar bu konuda bağımsız değildir: ebeveynlerin, yaşlıların görüşlerine dayanmak zorundadır ve bu eğitimle ilgili etkisini göstermektedir. Bir yerlerde bu iyi bir rol oynuyor, bir yerde zayıflatıyor.

Özbekistan'da ciddi bir kadro açığı vardır. Birçok alanda eleman sıkıntısı yaşanmaktadır. Gazetecilikte bu özellikle hissedilmektedir. Bu alanda çalışan şirketler memnuniyetle ekibini genişletmek istediğini ancak profesyonel çalışanlar bulamadığını açıklamıştır. Bu durumda birçok faktör var, bunlardan biri de rüşvet ve yolsuzluktur. Eleştirel düşüncenin temeli önce okulda, sonra üniversitede öğretilmesi gerekmektedir. Bütün bunlar eğitimden kaynaklanıyor, her şey oradan geliyor.

Genel olarak, Özbekistanlı uzmanların birçoğu medya endüstrisinin geleceğini oldukça olumlu bir şekilde görmektedir. Eski medya kanallarının, basılı medyanın kaybolacağını, gelişmiş bilgi okuryazarlığının ve teknolojilerin gelişeceğini düşünmektedir.

İnsanlar gelecekte daha fazla bilgiye sahip olacaktır, bilgi teknolojileri gelişecektir, insanlar bilgi ve medya okuryazarlıklarını artıracaktır. Çünkü bu alana yavaş yavaş giren, motive olmuş, çalışkan ve akıllı gençler vardır, zaten birkaç dil biliyorlardır. Dolayısıyla, onlar tarafından hazırlanan materyaller farklı bir seviyede ve kalitede olacaktır.

Beş yıl içinde, belki de daha önce, okulların müfredatlarına ve üniversite programlarına medya eğitiminin entegre edileceği görülmektedir. Çağdaş Gazetecilik Geliştirme Merkezi bu konuyu desteklemektedir.

2.4.6.3. Tacikistan'da Medya Okuryazarlığı

Yukarıda bahsedilen «Orta Asya ülkelerinde medya tüketimi ve medya bilgi okuryazarlığı üzerine sosyolojik araştırmalar» 2019 ve 2021 yılında Tacikistan'da da yapılmıştır. 2021'de araştırılan ülkeler arasında, Kazakistan'ın bütünlük endeksine göre orta düzeyde medya okuryazarlığına sahip olduğunu (16,8), Özbekistan sınırlı düşük ve orta düzey arasında (12,2) bir seviyede olduğunu ve Tacikistan'ın düşük bir düzeyde olduğunu (11,5) söyleyebilmekteyiz. Demek ki Tacikistan'da medya okuryazarlığı konusunda diğer iki ülkeye göre daha çok sıkıntılar yaşanmaktadır. Öncelikle Tacikistan'da medya okuryazarlığı dersinin olmamasını söyleyebiliriz. Tacikistan'da medya okuryazarlığı dersinin olmamasının da birkaç nedeni vardır:

Eğitim sisteminin öncelikleri: Tacikistan'da eğitim sistemi, medya okuryazarlığı dersini kapsayacak şekilde yapılandırılmamış olmasıdır. Eğitim sistemi genellikle temel müfredat konularına ve sınavlara odaklanırken, medya okuryazarlığına özel bir yer ayrılmamıştır.

Kaynak ve eğitmen eksikliği: Medya okuryazarlığı dersi için uygun kaynaklara ve nitelikli eğitmenlere erişim zorlukları vardır. Eğitmenlerin yeterli bilgi ve beceriye sahip olmaması veya medya okuryazarlığı müfredatını geliştirecek kaynakların sınırlı olması gibi faktörler, dersin eksikliğine nedendir.

Farkındalık eksikliği: Medya okuryazarlığı kavramı ve önemi hakkında yeterli farkındalığın olmaması da dersin eksikliğine yol açmaktadır. Toplumun genelinde medya okuryazarlığına yönelik bilinç ve talebin oluşmaması, okullarda bu dersin yer almasını engellemektedir.

Medya kontrolü ve sansür: Tacikistan'da medya ortamının bazı kısıtlamalarla karşı karşıya olması, medya okuryazarlığı dersinin olmamasının bir faktörüdür. Sansür veya sınırlı basın özgürlüğü, eleştirel düşüncüyü teşvik eden bir dersin uygulanmasını engellemektedir.

Bu nedenlerden dolayı Tacikistan'da medya okuryazarlığı dersi bulunmamaktadır. Ancak, medya okuryazarlığına yönelik farkındalığın artması ve eğitim sistemi içinde yer alması için çabaların yapılması, gelecekte dersin olasılığını artırmaktadır.

"Kazakistan, Tacikistan ve Özbekistan'da Medya Tüketimi ve Medya Okuryazarlığı" başlıklı Internews tarafından 2021 yılında USAID desteğiyle gerçekleştirilen bir araştırmaya göre, Tacikistanlı ankete katılımcıların ezici çoğunluğu televizyona güven duymaktadır (%80). En düşük güven seviyesi ise resmi organların SMS gönderimlerine karşıdır.

Tacikistan'ın şehirlerinde yaşayan katılımcılar, kırsal kesimde yaşayanlara göre internet sitelerine daha fazla güven duymaktadır. Bu muhtemelen genel internet penetrasyonu seviyesi ile ilgilidir.

Araştırma kapsamında katılımcılara hangi sosyal hizmetlere güvendikleri konusunda bir açıklama sorusu sorulmuştur. Sosyal hizmetler arasında en yüksek güveni YouTube (%43,58), Instagram (%38,69), IMO (%35,45) ve Facebook (%33,83) almaktadır. Ancak, sınırlı sayıda cevap olduğu göz önüne alındığında, bu verilerin istatistiksel olarak güvenilir kabul edilemeyeceği belirtilmiştir.

Anket sonuçlarına göre, katılımcıların ezici çoğunluğu devlet kaynaklarına güven duymaktadır (%87,25). Özel medyaya sadece %4,39 katılımcı güvenmektedir. Geri kalan katılımcıların (%8,35) kimseye güvenmediği belirlenmiştir. Merkezi medyaya güven oranı %77,4'iken, yerel bölgesel medyaya güven oranı sadece %11,6 olarak belirlenmiştir.

Anket sonuçlarına göre, Tacikistanlı katılımcıların çoğunluğu yerel kaynaklara (%77,99) güvenmekte, yabancı kaynaklara güven oranı ise sadece %16,9 olarak belirlenmiştir. Geri kalan katılımcıların (%5) ise hiçbir kaynağa güvenmedikleri belirlenmiştir.

Yerleşim yeri türüne göre yapılan analizde, kırsal kesimde yaşayanların (%81,5) ulusal kaynaklara daha fazla güvendiği, şehirde yaşayanların ise (%68) daha az güvendiği görülmüştür. Katılımcıların üçte birinden fazlası (%37,4), ilgilendikleri konu hakkında tam bir görüş elde etmek için çeşitli kaynaklardan bilgi toplama yeteneğine sahip olduklarını belirtmiştir. Bu sırada katılımcıların üçte biri (%30,72), internet üzerinden gerekli bilgiyi bulmak için arama sorguları oluşturabilmektedir.

«Orta Asya ülkelerinde medya tüketimi ve medya bilgi okuryazarlığı üzerine sosyolojik araştırmalar» Tacikistan'da 2019 yılında ve 2021 yılında yapılmıştır. Önemli bir

nokta, Tacikistanlı katılımcıların internet üzerindeki bilgi işleme becerilerine yönelik algılarının 2019'a kıyasla neredeyse artmamış olmasıdır. Katılımcıların içerik yaş sınırlamalarını tanıma becerileri güçlenirken, diğer tüm beceriler ya değişmemiş ya da aksine azalmıştır, özellikle fact-checking (bilgi kontrolü) becerisi bu kapsamda önemlidir. Katılımcılar için en tanınan bilgi kavramları sahte haberler (%27,1) ve ağ bağımlılığı (%26,72) olarak belirlenmiştir. Diğer bilgi terimleri, katılımcılar arasında daha az tanındı.

2019 raporuyla karşılaştırıldığında, tüm terimlerin bilinirliğinin önemli ölçüde arttığı görülmektedir. Katılımcılar için en tanınan terim o dönemde propaganda %33,9'ıdır. Yaşa bağlı olarak, medya okuryazarlığı ile ilgili kavramları bilmekte farklılıklar bulunmaktadır. Daha yaşlı nesil, özellikle propaganda ve komplo teorileri gibi kavramlara (%5-14 arası) daha iyi bilgi sahibidir. Genç nesil ise ağ bağımlılığı (%11,8), sahte haberler (%8), troll ve botlar (%14,4) ile sosyal medya algoritmaları hakkında (%15) daha bilinçlidir.

Yaklaşık olarak katılımcıların %38,02'si farklı medya kaynaklarından gelen bilgilerin çok olduğunu ancak bu bilgi akışında rahatlıkla yönlendiklerini ve kendileri için gerekli materyali bulabildiklerini kabul etmektedir. Katılımcıların %26,31'i büyük bilgi yığını içinde işleme ve yönlendirmeye dair sorunlarla karşılaşmaktadır. 2019 yılıyla karşılaştırıldığında, bilgi akışına uyum sağlama yeteneği arttı; daha fazla insan, çok fazla bilgide bir sorun olmadığını düşünmektedir. Katılımcıların çoğu, farklı medya kaynaklarında aynı politik olayın farklı yorumlarıyla karşılaşmadı (%73,19), ancak %22 bu tür durumlarla karşılaşmıştır. Aynı zamanda, 332 katılımcı, aynı politik olayın farklı medya kaynaklarında farklı şekillerde ele alındığı durumlarla karşılaşmıştır.

Araştırma, katılımcıların yaklaşık üçte birinin (%26,53) bir olayın farklı medya kaynaklarında farklı şekillerde ele alındığı durumda bilgiye sadece bir kaynağa güvendiğini veya bilgiyi diğer medya kaynaklarında ne yazıldığı ve gösterildiği ile karşılaştırdığını ve kendi sonuçlarını çıkardığını göstermektedir. 2019 yılı analizi ile karşılaştırıldığında, bilgiyi farklı kaynaklardan karşılaştıranların oranı neredeyse %10 artarken, hiçbir eylemde bulunmayanların oranı azalmıştır.

Medya aracılığıyla elde edilen bilgilerin doğruluğu veya kesinliği konusunda sorular ortaya çıktığında, katılımcıların ezici çoğunluğu gerekli bilgiyi bulmaya çalışacaktır. Bu bağlamda, katılımcıların %37,64'ü interneti kullanırken, %27,2'si bilgiyi kontrol etmek için arkadaşlarına, ailelerine veya tanıdıklarına başvuruyormuştur. Bununla birlikte, katılımcıların %33,75'i kontrol etmeye zaman harcamak istemiyordur. 2019 yılı ile karşılaştırıldığında, bilgiyi eleştiriye tabi tutma ve yeniden kontrol etme eğilimi biraz azalmıştır; yani, daha az

katılımcı başka medyalarda bilgi aramaya hazırken, tam tersine, daha fazla insan zaman harcamak istemiyordur.

Anket sonuçları, Tacikistanlı katılımcıların büyük çoğunluğunun medya kuruluşlarına başvurmadığını ve 2019 yılıyla karşılaştırıldığında bu sayının arttığını gösteriyor. Katılımcıların %93,27'sine göre, televizyon veya radyo yayınlarında canlı yayına katılma deneyimleri olmamıştır ve bu oran 2019'dan bu yana önemli ölçüde artmıştır.

İnternet güvenliğini sağlamak için, katılımcıların yaklaşık üçte biri (%27,85) bilgisayarlarında ve çevrimiçi hizmetlerde kişisel şifrelerini değiştiriyordur. Aynı oranda %26,93 katılımcı, internet üzerindeki etkinlik geçmişini silmektedir. Önemli olan, genel olarak tüm internet güvenliği becerilerine ilişkin yüzdelerin düşük olduğu ve 2019 yılıyla karşılaştırıldığında biraz azaldığıdır.

İki yıl içinde internet tehditlerine karşı tutumda önemli değişiklikler olmuştur. 2019'da katılımcıların %75'i interneti kullanırken herhangi bir endişe taşımıyordu, ancak şu anda bu oran %29'a düşmüştür. Tüm internet tehditleri için oranlar önemli ölçüde artmıştır.

Araştırma kapsamında, Tacikistan Cumhuriyeti'nde medya okuryazarlığı alanında uzmanlar, medya işletmelerinin temsilcileri, reklam sektöründe iş yapanlar ve sosyologlarla 10 uzman mülakatı gerçekleştirilmiştir.

Uzman mülakatlarının amaçları şunlardı:

Nüfus genelinde toplanan nicel verilerin, uzman görüşü temelinde doğrulanması.

Medya ortamının durumu, mevcut sorunlar hakkında uzman verilerin toplanması.

Medya ortamına ilişkin güncel bilgilerin uzman topluluğuna iletilmesi, medya topluluğunun uzmanlığının artırılması.

Araştırma çerçevesinde şu görevler belirlendi:

Medya ortamının yapısının, hedef kitlenin beklentilerinin ve tercihlerinin belirlenmesi.

Bilgi kaynaklarının (TV, radyo, yazılı medya, internet medyası, sosyal medya) popülerliğinin ve bu kaynaklara duyulan güvenin belirlenmesi.

Farklı medya türlerine ve medya içeriğine erişim araçlarının (TV, radyo, bilgisayar, mobil telefon, akıllı telefon ve tablet) tercih edilme durumunun belirlenmesi.

Halkın medya ve dijital okuryazarlık durumunun belirlenmesi.

Tacikistan'da medya ortamının gelişimi üzerine uzman mülakatları temelinde yapılan analiz, ülkenin temel eğilimlerini, medya ihtiyaçlarını ve nüfusun tercihlerini göstermektedir.

Anket yapılan uzmanların ilgilendikleri konular geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır:

Sosyal ve siyasi haberler;

Toplumsal kuruluşlarda şu alanlarda çalışma:

İnternet düzenleme, e-hükümet, dijital ekonomi, siber güvenlik;

ICT'nin gelişimi, uygulama, bu alandaki eğitim;

Medya etik normlarının uygulanması, düzenleme;

Gerçek bilgi kontrolü (fact-checking);

Medya okuryazarlığına yönelik programlarının geliştirilmesi.

Medya üretimi;

İş göçmenlerine danışmanlık hizmetleri, savunmasız toplum kesimleri ile çalışma;

Gazetecilik araştırmaları;

Tacikistan'ın medya, özgür ve güvenli internetin gelişimini destekleme amacıyla grant faaliyetleri.

Uzmanların medya pazarının gelişimi konusundaki görüşlerini değerlendirdiğimizde, diğer Orta Asya ülkelerinden farklı olarak, uzmanların kendi ifadelerine göre, Tacikistan'ın medya pazarı açısından daha karmaşık ve savunmasız bir durumda olduğunu gözlemleyebilmekteyiz. Uzmanlar tarafından medya ile ilgili dile getirilen sorunlar, bir gelişme değil, daha çok bu kriz döneminden önceki bir durumu yansıtıyor gibi bir izlenim bırakıyordur. Uzmanlar, medya pazarı için "gelişiyor" tabirini kullanmıyor; bunun yerine, ülke için çok önemli olan belirli sorunlara vurgu yapıyorlar. İlk olarak, bu, sadece medya pazarını değil ekonominin tüm alanlarını saran güçlü bir tekelselciliştir.

İkinci olarak, bu durum, medyanın devletle olan karmaşık ilişkiler, sansürün artışı ve keskin konularda konuşma imkânsızlığı gibi sorunları beraberinde getiriyordur. Aynı zamanda bu durum, dijital formata geçişin zorlukları, yeni gerçeklere yönelik sadece birkaç medyanın uyum sağlayabilmesi ve bu değişimlere adapte olabilmesi anlamına geliyor.

Sonuç olarak, birçok yayının piyasadan çekilmesi ve tekelin güçlenmesiyle sonuçlanıyordur. Son olarak, bu durum, ekonomik ve politik durumun karmaşıklığından kaynaklanan reklamverenlerle çalışmada damping etkisi yaratıyordur.

Uzmanlar, medya okuryazarlığı kavramını çok yönlü bir şekilde tanımlıyorlar:

İlk olarak, bu, insanların çeşitli ileti türlerinde mesajları kullanabilme, analiz edebilme, değerlendirebilme ve oluşturabilme yeteneklerini içeren bir beceri ve yetenek setidir.

Bu, gelişmiş eleştirel düşünce ve her şeyi sağlıklı bir şüphecilikle değerlendirme yeteneği, dikkat, belirli bir yaratıcılık, etik kurallara uygun içerik oluşturma becerisi ve etik olmayan içeriği şikayet edebilecekleri yer konusundaki bilgiyi içermektedir.

Bu, mevcut medya kaynakları hakkında bilgi sahibi olma, bunlar arasında kaliteli ve güvenilir bir bilgi kaynağını ayırt etme yeteneğini içermektedir.

Çeşitli cihazları kullanma, farklı internet platformlarında oryantasyon sağlama yeteneği de içermektedir.

2.4.6.4. Türkmenistan'da Medya Okuryazarlığı

Türkmenistan, 1991 yılında Sovyetler Birliği'nden bağımsızlığını kazandıktan sonra, kendi medya sektörünü oluşturdu. Ancak, ülkede medya sektörü genellikle devlet kontrolünde ve sansür altında faaliyet göstermektedir.

Bağımsızlık sonrası dönemde Türkmenistan'da medya sektöründe önemli değişiklikler yaşandı. Devlet, medya organlarını denetlemekte ve yayınları sıkı bir şekilde kontrol etmektedir. Ülkede bağımsız medya kuruluşlarının faaliyetleri sınırlıdır ve hükümete sadık olmayan sesler bastırılmaktadır.

Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Tacikistan ve Türkmenistan gibi Orta Asya ülkelerindeki medya okuryazarlığı seviyelerini değerlendirmek için bazı faktörleri göz önünde bulundurabiliriz. İşte bu ülkelerdeki medya okuryazarlığı seviyelerini etkileyen bazı faktörler:

Medya Özgürlüğü: Medya özgürlüğü, farklı görüş ve seslerin ifade edilmesi ve gazetecilerin bağımsız bir şekilde çalışabilmesi için önemli bir faktördür. Bu ülkelerde medya özgürlüğü düzeyleri farklılık göstermektedir ve medya okuryazarlığı üzerinde etkilidir.

Medya Çeşitliliği: Medya çeşitliliği, farklı medya organlarının ve yayın kuruluşlarının varlığıyla ölçülebilmektedir. Bağımsız medya organlarının ve çeşitli kaynakların bulunması, medya okuryazarlığına erişimi arttırmaktadır.

Medya Eğitimi: Medya okuryazarlığı eğitiminin varlığı ve etkinliği de önemlidir. Eğitim kurumlarındaki medya okuryazarlığı derslerinin kalitesi ve kapsamı, medya okuryazarlığı seviyesini etkileyebilir.

Eleştirel Düşünme ve Bilgi Değerlendirme: Medya okuryazarlığı, eleştirel düşünme ve bilgi değerlendirme becerilerini içerir. Bu becerilerin toplumda yaygın olarak benimsenmesi, medya okuryazarlığının seviyesini artırabilir.

Türkmenistan'da diğer Orta Asya ülkelerine göre medya okuryazarlığıyla ilgili araştırmalar azdır. Son yılları ülkede yer alan siyasi durumlar ve gazetecilerin bu konularla ilgilenmesi medya okuryazarlığı probleminin ön sıraya çıkmasına izin vermemektedir.

Son yıllarda gerçekleşen önemli bir nokta 2023 yılında Türkmenistan'da "Uluslararası Haber Alanında İş birliği" konulu forum düzenlenmesidir. Türkmenistan'ın Başkenti Aşgabat'taki Uluslararası İlişkiler Enstitüsünde düzenlenen foruma, Dışişleri Bakan Yardımcısı Mahri Beşimova, ülkedeki yabancı misyon temsilciliklerinin iletişim müşavirleri, uluslararası kuruluşların temsilcileri ile yerel ve yabancı medya katılmıştır.

Türkmenistan Dışişleri Bakanlığı Bilgi-Analiz Bölüm Başkanı Murat Özbekbayev'in moderatörlüğünde gerçekleştirilen forumda, "Yalan Haberlerle Mücadelede Dünya Tecrübesi", "Sahte Haberlerle Mücadelede Bilgi Okuryazarlığı", "Gençlerde Bilgi Okuryazarlığının Geliştirilmesi" ve "Yalan Haberlerle Mücadelede Gazetecilerin Eğitiminin Önemi" konuları ele alınmıştır.

Forumda konuşan ABD'nin Aşkabat Büyükelçiliği Basın Ataşesi Helen Shaw, internet platformlarındaki haberlerinin yüzde 60'a yakının İngilizce olduğunu belirterek, İngilizce öğrenmenin gazeteciler için önemli olduğunu vurgulamıştır.

Türkiye'nin Aşkabat Büyükelçiliği İletişim Müşaviri Hayrettin Bektaş da medyanın son 20 yılda büyük değişim yaşadığını söylemiştir. İnternetin keşfiyle başlayan bu dönüşümün bilgiye ulaşma noktasında büyük kolaylıklar sağladığını dile getiren Bektaş, ancak bilginin doğruluğu konusunda doğru orantılı gelişim gösteremediğini ifade etmiştir.

Teknolojiden bağımsız bir iletişim dünyasının düşünülmesinin zor olduğunu ve dezenformasyonun önüne geçebilmek için teyit hatlarının faydalı olacağını kaydeden Bektaş, "Gazetelerin kendi ofislerinde teyit hatları bulunmalı. Bireylerin medya okuryazarlığı geliştirilmelidir. Bunun için, gazeteciler, resmi kurumlar, sivil toplum kuruluşları, hükümetler ve akademisyenler birlikte hareket etmelidir. Her içerik ve bilgiye doğru bilgi olarak yaklaşarak itibar edilmemelidir" demiştir (trtavaz.com.tr).

2.4.6.5. Kazakistan'da Medya Okuryazarlığı

Kazakistan, Orta Asya'da yer alan bir ülkedir ve çeşitli medya kaynaklarına sahiptir. Medya okuryazarlığı, Kazakistan'da insanların bu kaynakları doğru bir şekilde anlamalarına ve medya manipülasyonu, yanlış bilgilendirme gibi sorunlardan kaçınmalarına yardımcı olur.

Kazakistan'da, medya özgürlüğü konusunda bazı sıkıntılar yaşanmaktadır. Kazakistan'da medya okuryazarlığına yönelik çeşitli girişimler olsa da, ülkede medya özgürlüğüne yönelik sınırlamaların bulunması, insanların doğru ve tarafsız bilgiye erişmelerini zorlaştırmaktadır.

Yukarıda bahsettiğimiz araştırma Kazakistan'ı da kapsamaktadır. 2021 yılında Internews, USAID tarafından desteklenen bir proje kapsamında Kazakistan, Tacikistan ve Özbekistan'da medya tüketimi ve medya okuryazarlığı üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre kısaca böyle bir durumu kanıtlayabilmekteyiz. Yıllardır televizyon, hakim iletişim kanalı olarak kabul ediliyordu ve Tacikistan ve Özbekistan'da

durum hala aynıdır. Tacikistan'da katılımcıların %76,62'si, ülkedeki yaşamla ilgili bilgileri en sık televizyon aracılığıyla aldıklarını belirttiler. Özbekistan'da bu oran %66,29.

Ancak Kazakistan'da 2019'a kıyasla durum önemli ölçüde değişmektedir. Televizyon, bilgi kaynağı olarak sosyal medyaların (%45,7) ve internet sitelerinin (%42,8) ardından artık üçüncü sıradadır (%30,4).

Araştırmanın sonuçlarını tartışırken, medya okuryazarlığı ve medya tüketimi bağlamında incelenen ülkeler arasında genel benzerlikleri ve farkları belirlemek için uluslararası bir analiz yapmak önemlidir. Araştırma, her ülkedeki genel nüfus dağılımını yansıtan bölgesel olarak her üç ülkede de gerçekleştirildi. Sonuç olarak, Kazakistan daha çok kentselleşmiş, Tacikistan daha çok tarımsal bir ülke ve Özbekistan'da bu dağılımın neredeyse %50/%50 olduğu söylenebilmektedir.

Eğitim seviyelerinin dağılımı ülkeler arasında farklılık göstermektedir. Kazakistan'da daha çok yüksek öğrenim hakimdir, Tacikistan'da orta öğrenim, Özbekistan'da ise mesleki ve teknik eğitim daha yaygındır. Ayrıca, Özbekistan'da yüksek öğrenim görmüş insanların oranı diğer ülkelerden daha düşüktür.

Devlet ve özel medyaya güven açısından, tüm ülkelerde genellikle devlet medyasına daha fazla güven duyulsa da, Kazakistan'da genel olarak güven düzeyi düşüktür. Diğer yandan Tacikistan ve Özbekistan'da halkın devlete duyduğu güven neredeyse %90 civarındadır.

Milliyetçi veya yabancı medya açısından benzer bir dağılım söz konusudur – Tacikistan ve Özbekistan'da çoğunluk, ulusal kaynaklara güvenmektedir. Kazakistan'da ise tekrar heterojen bir dağılım söz konusudur – halkın yaklaşık eşit bir kısmı ya ulusal medyaya güvenir ya da hiçbir medyaya güvenmez. Bu heterojen dağılımın temel nedeni, Kazaklar'ın genellikle ulusal devlet medyasına güven duyması, Ruslar ve diğer uluslardan gelenlerin ise genellikle hiçbir medyaya güvenmemesiyle ilişkilidir.

Kazakistan'da, medyanın tarafsızlık açısından son iki yılda bir değişiklik olmadığını düşünenlerin oranı yüksektir; Tacikistan'da tarafsızlık konusundaki tutum daha eşitsizdir, ancak Özbekistan'da çoğunluk medyanın daha tarafsız hale geldiğini düşünmektedir. Üç ülkedeki medyanın tarafsızlık konusundaki algısı, cinsiyet, yaş, yaşadıkları yer, eğitim düzeyi ve refah düzeyi gibi sosyodemografik faktörlere bağlı olarak nispeten homojendir. Hatta Kazakistan gibi ulusal olarak çeşitli bir ülkede bile, milliyetin tarafsızlık konusundaki görüşü üzerinde bir etkisi yoktur. Yani Kazaklar, Kazakistan'daki medyanın tarafsızlık açısından son iki yılda bir değişiklik olmadığını benzer şekilde düşünmektedir. Kazakistan'da neredeyse

%65'i, aynı politik olayın çelişkili ve belirsiz bir şekilde ele alındığı durumlarla karşılaştıklarını belirtmiştir.

Tacikistan ve Özbekistan gibi komşu ülkelerde ise politik olayların ele alınışı genellikle çelişkisizdir. İlginçtir ki, Kazakistan'da bu konuda çoğunluk olarak hiçbir eylemde bulunmayacaklarını belirtirken, bilgiyi farklı kaynaklardan karşılaştırabilirler. Tacikistan ve Özbekistan'da ise insanlar ya bilgiyi farklı kaynaklardan karşılaştırabilirler ya da güvendikleri bilgi kaynağına inanabilirler. Bu, Tacikistan ve Özbekistan'da vatandaşların muhtemelen güvenilir bir kaynak olarak merkezi devlet televizyon kanallarını seçeceği ve hipotetik muhalefet kaynaklarına şüpheyile yaklaşacakları anlamına gelmektedir.

Tacikistan ve Özbekistan'da yanlış bilgi veya şüphe uyandıran bilgilerle karşılaşma oranı, katılımcıların kendi değerlendirmelerine göre, en düşük seviyededir. Kazakistan'da ise bu oran %40,2'dir ve katılımcılar sık sık veya her zaman yanlış bilgi ile karşılaştıklarını belirtmişlerdir. İlginçtir ki, her üç ülkede de bu durumla karşılaşıldığında yapılan eylemler benzerdir; her üç ülkede de yaklaşık üçte biri hiçbir şey yapmayacak, %37 ila %48 arasında bir grup internet üzerinde bilgi arayacak ve %16 ila %27 arasında bir grup bu konuyu aileleriyle tartışacaktır.

Ülkeler arasındaki farklı ifadelerle karşılaştırma, Kazakistan'da bilgiye ve kaynaklarına güven düzeyinin çok daha düşük olduğunu göstermektedir. Ayrıca, bilgi ve reklamların fazlalığı konusundaki endişelerin daha yüksek olduğu görülmektedir. Tacikistan ve Özbekistan'da ise durum benzerdir, ancak Özbekistan'da bilgi fazlalığı endeksi biraz daha düşüktür, aynı şekilde sosyal medya kullanımı ve propaganda ile reklam algısı da biraz daha düşüktür.

Araştırılan ülkeler arasında, Kazakistan'ın bütünlük endeksine göre orta düzeyde medya okuryazarlığına sahip olduğunu söyleyebiliriz (16,8), Özbekistan sınırlı düşük ve orta düzey arasında (12,2) bir seviyede, Tacikistan'ın ise düşük bir düzeyde olduğunu (11,5) söyleyebiliriz.

Kazakistan'da çocukların medya okuryazarlığı seviyesi ve sorunları, ülkedeki genel medya okuryazarlığı sorunlarına benzerlik göstermektedir. Ancak, çocuklar için özel sorunlar da mevcuttur.

Çocuklar için televizyon, internet ve diğer dijital medya kaynaklarına erişim kolaylaşmıştır ve bu nedenle, doğru ve tarafsız bilgiye erişme konusunda zorluklar yaşamaktadır. Ayrıca, çocuklar diğer yaş gruplarından daha savunmasızdır ve yanlış bilgilendirme ve medya manipülasyonuna karşı daha az dirençlidirler.

Kazakistan'da, çocukların medya okuryazarlığına yönelik eğitim programları mevcuttur. Ancak, bu programların kapsamı ve etkinliği hakkında yeterli bilgi mevcut değildir. Ayrıca, bazı uzmanlar, çocukların medya okuryazarlığına yönelik eğitimlerin sadece okullar ve öğretmenler tarafından değil, aynı zamanda aileler tarafından da sağlanması gerektiğine dikkat çekmektedir.

Çocukların medya okuryazarlığına yönelik diğer bir sorun ise, çevrimiçi güvenlik konusudur. Çocukların internet kullanımı sırasında kişisel bilgilerini korumak, internet tacizi ve çevrimiçi suçlara karşı korunmak için gerekli becerileri öğrenmeleri önemlidir.

Kazakistan'da medya okuryazarlığı, ülkenin medya sektörünün gelişimiyle birlikte önem kazanan bir konudur. Kazakistan'da medya okuryazarlığına yönelik bilinç ve çaba, zaman içinde artmıştır. Ülkede, medya okuryazarlığına odaklanan eğitim programları ve kurslar geliştirilmiştir. Bu programlar, öğrencilere medya çeşitliliğini anlamaları, medya mesajlarını eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmeleri ve doğru bilgilere ulaşmaları konusunda rehberlik etmektedir.

Ancak, Kazakistan'da medya okuryazarlığına yönelik eğitimde bazı zorluklar da karşılaşılmaktadır. Bu zorluklar arasında sınırlı kaynaklar, eğitim materyallerinin yetersizliği ve medya okuryazarlığı eğitimine verilen önemin zaman zaman eksik olması yer almaktadır.

Ayrıca, Kazakistan'da medya okuryazarlığı konusunda yasal düzenlemeler de bulunmaktadır. Medya sektöründe faaliyet gösteren kuruluşların etik standartlara uyması ve doğru bilgilendirme yapması için yasal düzenlemeler yapılmıştır. Bununla birlikte, yasal düzenlemelerin etkin bir şekilde uygulanması ve denetlenmesi konusunda bazı sorunlar yaşanabilmektedir.

Kazakistan'da medya okuryazarlığına ilişkin bir başka önemli konu ise toplumsal bilincin eksikliğidir. Toplumun genelinde medya okuryazarlığına yönelik farkındalık düzeyi düşük olabilir ve medya içeriklerine eleştirel bir bakış açısı geliştirme konusunda zorluklar yaşanmaktadır.

Son olarak, gazetecilik mesleğinin medya okuryazarlığına önemli bir etkisi vardır. Gazeteciler, doğru ve tarafsız haberlerin sunulması konusunda önemli bir rol oynarlar ve medya okuryazarlığının yaygınlaşmasında önemli bir faktördür. Bu faktörler hakkında tez çalışmasının üçüncü bölümünde daha ful bilgi verilecektir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KAZAKİSTAN'DA MEDYA OKURYAZARLIĞININ GELİŞİMİ VE TEMEL SORUNLARI

3.1. Kazakistan'da Medya Okuryazarlığının Tarihi ve Gelişimi

Kazakistan'da medya okuryazarlığının gelişimi ülkenin genel tarihi gelişimi ile yürümektedir. O yüzden öncelikle Kazakistan'ın ülke olarak tarihi ve gelişiminden biraz bahsetmeliyiz.

Kazakistan'ın tarihi oldukça köklü bir geçmişe sahiptir. Bölgede bilinen en eski medeniyetlerden biri, M.Ö. 1.binyılda bölgeye yerleşen İskitlerdir. İskitler, Kazakistan'ın atçılık kültürünün temellerini oluşturmuşlardır.

Kazak halkının tarihinde önemli bir dönüm noktası, 15. yüzyılın sonlarında ortaya çıkan Kazak hanlıklarının kuruluşudur. Kazak hanlıkları, Kazak halkının etrafında birleşerek bağımsızlık ve özgürlük için mücadele etmiştir. 16.yüzyılda, Kazak hanlıkları arasında ihtilaflar yaşanmış ve güçlü bir liderin yokluğunda Orta Asya'nın çeşitli güçlerinin etkisi altına girmiştir.

18.yüzyılda, Kazakistan bölgesi Kazak hanlıklarının yanı sıra, Kazakların Rus İmparatorluğu'yla karşı karşıya geldiği bir döneme girmiştir. Ruslar, Kazakistan'ı kademeli olarak kontrol altına aldılar ve 19. yüzyılın sonunda Kazakistan tamamen Rus İmparatorluğu'nun bir parçası haline gelmiştir. Bu dönemde Kazaklar, göçebe yaşam tarzından yerleşik hayata geçirilmiş ve tarım ve endüstriyel faaliyetlere yönlendirilmiştir.

Rus İmparatorluğu'nun çöküşünden sonra, 1917'de Kazakistan, Sovyetler Birliği'nin bir parçası oldu. Sovyet döneminde, Kazakistan'da kolektivizasyon politikaları uygulandı, tarım ve endüstri sektörleri geliştirildi ve Kazakistan önemli bir tarım üreticisi haline geldi. Aynı zamanda, Kazak kültürü ve diline baskı uygulandı ve Sovyetler Birliği'nin dağılmasına kadar Kazakistan'da birçok siyasi ve sosyal değişim yaşanmıştı.

1991'de Sovyetler Birliği'nin dağılmasının ardından Kazakistan, bağımsızlığını ilan etti. Ülke, Nursultan Nazarbayev liderliğinde yeni bir yönetim sistemine geçti ve demokratik reformlar gerçekleştirildi. Kazakistan, bağımsızlık sonrası dönemde ekonomik gelişmeye odaklandı, dış yatırımları çekti ve bölgesel bir güç haline geldi.

Bugün, Kazakistan, Orta Asya'da siyasi ve ekonomik açıdan önemli bir konuma sahip bir ülkedir. Kazak kültürü ve gelenekleri hâlâ önemli bir rol oynamaktadır ve Kazakistan, zengin doğal kaynakları, tarihi ve kültürel mirası ile turizm potansiyeline sahiptir. Kazakistan, Orta Asya'da bulunan bir ülkedir. Yüzölçümü bakımından dünyanın en büyük dokuzuncu

ülkesi olan Kazakistan, Rusya, Çin, Özbekistan, Kırgızistan ve Türkmenistan gibi ülkelerle sınır paylaşır.



Görsel 3.1. Kazakistan Cumhuriyeti haritası

Kazakistan, zengin doğal kaynaklara sahip bir ülkedir. Petrol, doğalgaz, kömür, uranyum ve maden gibi kaynakları bünyesinde barındırır. Bu nedenle, ekonomisi büyük ölçüde doğal kaynaklara dayanmaktadır. Kazakistan ayrıca tarım alanında da önemli bir üretici konumundadır ve tahıl ürünleri, pamuk, şeker pancarı, sığır eti ve süt ürünleri gibi tarım ürünleri ihraç etmektedir.

Kazakistan, tarihsel olarak Türk kültürüne ve Türk dillerine köklü bağlara sahiptir. Ülke, büyük ölçüde Kazaklar tarafından yerleşik bir nüfusa sahiptir ve Kazakça, resmi dil olarak kabul edilmektedir. Ayrıca, Rusça da yaygın bir şekilde konuşulur ve hâlâ önemli bir etkiye sahiptir.

Kazakistan, 1991 yılında Sovyetler Birliği'nin dağılmasının ardından bağımsızlığını ilan etti. Bu süreçte, ülke demokratikleşme ve ekonomik reformları gerçekleştirerek uluslararası toplumda daha etkin bir rol oynamaya başladı. Kazakistan, Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) üyesidir.

Kazakistan'da çok çeşitli etnik gruplar yaşamaktadır ve ülkede din özgürlüğüne saygı duyulmaktadır. İslam, Kazakistan'ın en yaygın dinidir, ancak Rus Ortodoks Hristiyanlığı ve diğer inançlar da mevcuttur.

Kazakistan'da medya okuryazarlığı, Sovyetler Birliği dönemindeki medya eğitimiyle başladı. Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra, Kazakistan, medya alanında serbestleşme ve yeniden yapılanma sürecine girdi. Bu süreç, Kazakistan'da medya okuryazarlığının da gelişmesine ve önem kazanmasına yol açtı.

Kazakistan'da medya okuryazarlığı kavramı, Sovyetler Birliği'nin dağılmasının ardından bağımsızlık döneminde ortaya çıkmıştır. Yani ortaya çıktığına otuz seneden fazla olmuştur. Kazakistan'da medya okuryazarlığının tarihi, 1990'lı yıllara kadar uzanmaktadır. Bu dönemde, Kazakistan'da bağımsız medya organları kurulmuş ve gazetecilik faaliyetleri artmıştır. Kazakistan hükümeti, medya okuryazarlığının önemini fark etmiş ve bu alanda eğitim ve farkındalık çalışmalarına destek vermiştir.

Bağımsızlığının onuncu senesinde yani 2000'li yılların başından itibaren, Kazakistan'da medya okuryazarlığına yönelik çeşitli ulusal ve uluslararası projeler başlatıldı. Bu projeler, medya okuryazarlığına yönelik farkındalığı artırmak, medya çalışanlarının eğitimini güçlendirmek ve toplumun geniş kesimlerine medya okuryazarlığı becerileri kazandırmak için tasarlanmıştır.

2010'larda, Kazakistan'da medya okuryazarlığı, hükümet tarafından da desteklenmeye başlandı. 2015 yılında, Kazakistan Cumhurbaşkanı Nursultan Nazarbayev, medya okuryazarlığının önemini vurgulayan bir mesaj yayımladı ve ülkedeki tüm okullarda medya okuryazarlığı eğitiminin verilmesi gerektiğini belirtti. Ancak Cumhurbaşkanının söylediği gibi hemen medya eğitimi başlamak için hazırlıklar hala da yeterli değildi.

Bugün Kazakistan'da, medya okuryazarlığı eğitimi, sadece üniversitelerin iletişim fakültelerinde seçmeli ders olarak birçok seviyede sunulmaktadır. Ayrıca, ülkede medya okuryazarlığı konusunda faaliyet gösteren sivil toplum örgütleri ve medya kuruluşları bulunmaktadır. Ancak yine de bunlar insanların özellikle çocukların medya okuryazarlığı seviyesini yeterli bir seviyeye yetiştirmek için az gelmektedir. Belirtmek gerekir ki, Kazakistan'da medya okuryazarlığının tam anlamıyla yerleşik hale gelmesi zaman alabilir ve sürekli bir gelişim gösterir. Medya teknolojilerinin hızla ilerlemesi ve bilgi akışının yoğunluğu nedeniyle, bireylerin medya okuryazarlığı becerilerini güncel tutmaları ve eleştirel düşünme yeteneklerini geliştirmeleri önemlidir.

Ahmetova'ya göre (Ahmetova, 2014) Kazakistan'da post-sovyet dönemindeki medya eğitimi kavramlarının ve pratik yaklaşımlarının genel olarak iki aşamada geliştiğini belirtebiliriz.

İlk aşamada (1992-1999), Kazakistan medya eğitiminin gelişimi büyük ölçüde eski Sovyet cumhuriyetlerinde gerçekleşen siyasi dönüşümlerle ilişkilidir. 1990'ların başında Kazakistan'ın statüsü değişti ve eski Sovyet cumhuriyeti bir egemen devlete dönüştü. Kazakistan'ın siyasi ve sosyal sistemindeki temel değişiklikler, kültür ve eğitim alanını etkiledi. Medya eğitim sürecine yaklaşımlar da değişti.

İkinci aşamada (1999'dan itibaren), Kazakistan medya eğitimi daha kurumsallaşmaya ve çeşitlenmeye başladı. Bu dönemde, medya okuryazarlığı ve medya eğitimi konusunda daha fazla farkındalık oluştu. Üniversitelerde medya ve iletişim programları açıldı ve medya eğitimine yönelik daha fazla kaynak ve materyal sağlandı. Ayrıca, medya sektöründe çalışanların eğitime ve yeteneklerinin geliştirilmesine yönelik çabalar arttı.

Bu süreçte, Kazakistan'da medya eğitimi hedefleri arasında, medya okuryazarlığının yaygınlaştırılması, eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesi, medya üretimine ve tüketimine ilişkin becerilerin kazandırılması yer aldı. Medya eğitimi, demokratik bir toplumun inşası, bilgiye erişim ve ifade özgürlüğünün teşvik edilmesi gibi hedeflerle uyumlu bir şekilde gelişti.

Kazakistan'da medya eğitimi, Sovyetler Birliği'nin dağılmasının ardından hızla gelişen bir alandır. İlk aşamada siyasi dönüşümlerle şekillenen medya eğitimi, daha sonra kurumsallaşmış ve çeşitlenmiştir. Kazakistan'ın medya eğitimi alanındaki çalışmaları, medya okuryazarlığının teşvik edilmesi ve medya sektöründe yeteneklerin geliştirilmesi için önemli bir zemin oluşturmıştır.

Eğer önceki aşamalarda Kazakistan'da medya eğitimi, estetik, koruyucu ve pratik bir platforma odaklanan geleneksel Sovyet yaklaşımlarıyla birlikte geliştirse, 1990'ların başından itibaren medya eğitimi alanındaki uzmanların dikkati Batılı medya eğitimcilerin yenilikçi yaklaşımlarına kaymıştır. Bu yaklaşımlar, eleştirel özerklik, semiyotik ve kültürel analiz gibi kavramlarla ilişkilidir. Bilgi toplumu oluşum süreçleri, internet teknolojilerinin hızlı gelişimi, dijital iletişim kanallarının genişlemesi, geniş kitlelerin medya formatına günlük ve iş yaşamlarında geçiş yapmasına ve medyanın evrensel bir bilgi, eğitim ve sosyokültürel iletişim kanalı haline gelmesine katkıda bulunmuştur.

Bu aşamada, medya eğitiminin pratik yönü hala önemli bir yer tutmaktadır ve bu aşamada medya eğitimi uygulamaları internet becerilerinin pratik olarak öğrenilmesiyle ilişkilendirilmektedir. Örneğin, 2006 yılında Kazakistan'ın nüfusunun sadece %5'i günlük yaşamlarında aktif olarak bilgisayarları kullanıyordu. Ülkenin nüfusunun bilgisayar okuryazarlığını artırmak için hükümet, 2006 yılında Bilgi Eşitsizliğini Azaltma Devlet Programı'nı kabul etti (Zhumanov, 2008). Bu programın uygulanması, Kazakistan'ın bilgisayar okuryazarlığının gelişmesine ve uluslararası topluma entegrasyonuna katkıda bulunmuştur. Zhumanov'un ifadesine göre, "İnternet penetrasyonunun %20 seviyesine ulaşması, ülkede İnternet'in aktif ve hatta patlayıcı bir şekilde gelişmesine yol açar. Bu durumun sonuçları, internet projelerinin artışı, kullanıcı sayısının artması ve çevrimiçi

hizmetlerin daha aktif kullanılması olacaktır. Bu da ülkedeki e-devlet üzerinde büyük bir etki yapması gereken İnternet'in gelişimine doğrudan bağlı olan bir durumdur" (Zhumanov, 2008).

Bu bağlamda, Kazakistan'da medya eğitimi, Sovyet dönemindeki geleneksel yaklaşımlardan farklılaşmış ve Batı'dan gelen yenilikçi yaklaşımları benimsemiştir. Medya eğitimi, bilgisayar okuryazarlığının geliştirilmesi ve internet becerilerinin kazandırılması gibi uygulamalarla birlikte giderek önem kazanmıştır.

Bilgi Eşitsizliğini Azaltma Devlet Programı'nın gerçekleştirilmesi, sadece okul ve üniversite öğrencileri değil, engelli bireyler, sosyal açıdan savunmasız gruplar gibi geniş halk kesimlerinin de dahil olduğu bir kitleye olumlu sonuçlar getirdi. Bu nedenle, Kazakistan'da, diğer eski SSCB ülkelerinde olduğu gibi, toplu medya eğitiminin, nüfusun tüm yaş gruplarını kapsayan bir hedefle önem kazandığı fark edilmeye başlandı.

Kazakistan'da medya eğitiminin yeni bir aşaması (2000-2018), medya teknolojilerinin hızlı gelişimi ve eğitim alanına medyanın entegrasyonu ile sıkı bir şekilde ilişkilidir. Ülkedeki medya eğitim sürecinin temel teorik platformları arasında eleştirel düşünme teorisi, semiyotik, kültürel ve sosyokültürel yaklaşımlar güçlenmektedir (Ahmetova, 2014).

Bu sürece büyük ölçüde küresel medya eğitimi deneyimine başvurulması katkıda bulunmuştur. Ahmetova'nın ifadesine göre, Kazakistan, yeni medya teknolojilerinin teori ve pratik gelişiminde dünya ile aynı hızda ilerliyor. Bugünün sorunları arasında öncelikli olarak çocuklar ve gençlerin medya okuryazarlığı konuları yer alıyor (Ahmetova, 2014).

Dünya toplumuyla ilgili medya yeterliliği ve yeni bir bilgi toplumu oluşturma konusundaki temel belgeler, Kazakistanlı medya eğitimcileri ve medya araştırmacıları için de önemli bir rol oynamıştır. UNESCO ve Avrupa Konseyi'nin medya eğitimi ve yeni bir bilgi toplumu oluşturma konusundaki fikirleri, Kazakistan medya pedagojisi kavramlarında yansıma bulmuş ve ülkenin orta ve yüksek öğretim programlarına kitle iletişim araçları eğitim sürecinin entegre edilmesini hedeflemiştir. Kazakistan'da, Kazakistan'ın nüfusunun bilgisayar okuryazarlığı eğitimini içeren önceki dönemlere kıyasla daha kapsamlı bir medya ve bilgi okuryazarlığı (MİG) geliştirme fikirleri yaygınlaşmıştır. MİG, bilgiye, özellikle medya bilgisine serbest erişim hakkının farkındalığı, bu hakkı kullanma becerisi, ifade özgürlüğü ve iletişim araçlarında yer alma hakkı olarak tanımlanmaktadır (Ahmetova ve diğerleri, 2015).

Medya ve bilgi okuryazarlığı kavramı Kazakistanlı araştırmacılar tarafından, UNESCO'nun temel belgeleriyle uyumlu olarak, bir ekosistem olarak ele alınmakta ve geleneksel kitaplardan en son BT gelişmelerine kadar bilgi yayma araçları ve yöntemlerinin neredeyse tüm yelpazesini içerir. Bu, medya okuryazarlığı, kütüphane, haber, bilgisayar, dijital okuryazarlık, erişim özgürlüğü ve ifade özgürlüğü, internet okuryazarlığı, film,

televizyon, reklam, bilgisayar oyunları vb olarak tanımlanmaktadır (Ahmetova ve diğerleri, 2015).

UNESCO, 2002 yılından bu yana Orta Asya'da, Kazakistan da dahil olmak üzere medya ve bilgi okuryazarlığının geliştirilmesine destek vermektedir. UNESCO'nun Almatı Ofisi Direktörü ve Kazakistan, Kırgızistan ve Tacikistan'daki UNESCO Temsilcisi, "UNESCO'nun öncelikli hedeflerinden biri, vatandaşların, özellikle gençlerin bilgiye ve bilgiye erişim haklarını genişletmek ve üye ülkelerin, gençlik örgütleri ve diğer ortaklarla birlikte medya ve bilgi okuryazarlığını (MİG) eğitim programlarına ve ulusal stratejilere entegre etmelerini teşvik etmektir" şeklinde belirtmektedir (Ahmetova ve diğerleri, 2015).

Ahmetova'ya göre, Kazakistan'da kitle iletişimi temelli medya eğitimi süreci en yoğun olarak 2010 yılından itibaren gelişmeye başlamıştır. Medya eğitiminin rolündeki artış, devlet bilgi politikasında ve sivil toplum faaliyetlerinde gerçekleşen dönüşümsel süreçlerden" anlaşılmaktadır. Medya kuruluşları, sivil toplum liderleri arasında yeni teknolojilere ilişkin eğitim konusunda büyük bir çalışma yürütmektedir. Ayrıca çevrimiçi hükümet uygulamaları da mevcuttur (Ahmetova, 2014).

3.2. Kazakistan'da Medya Okuryazarlığı Eğitimi

Medya eğitimi, Kazakistan'ın yanı sıra diğer birçok Bağımsız Devletler Topluluğu ülkeleri için bir dizi sorunla karşı karşıya kalmıştır. Bu sorunlar arasında özellikle şunları özetleyebiliriz:

Nitelikli medya eğitimcilerinin temin edilmesi, lisans ve yüksek lisans düzeyindeki eğitim programlarının uygulanmasında medya eğitim bileşenlerine yeterli önemin verilmemesiyle ilişkilidir. Nadir istisnalar dışında, Kazakistan'da gelecekteki öğretmenlerin, psikologların ve sosyologların sistemik medya eğitimi henüz gerçekleştirilmemektedir.

Bir başka sorun, medya eğitim sürecinin teorik ve metodolojik temelleri bağlamında medya alanında araştırmacıların yeterli uyum içinde olmamasıdır. Ahmetova, Kazakistan'da medya eğitimi sorunlarının hala sistemik bir çözümü olmadığını ve daha çok bilim adamları, bloggerler, sosyal medya kullanıcıları, yeni teknolojilere hâkim olan kişiler arasında tartışmalı bir nitelik taşıdığını belirtmektedir. Herkesin bunun gerekli olduğunun farkında olduğunu, ancak özellikle bu konulara dikkat çekilmediğini ifade etmektedir (Ahmetova, 2014).

Ayrıca, medya alanıyla ilişkili bilgi tehditleri de vardır: internet bağımlılığı, batı kitle kültürünün yayılması (ulusal kimlik ve kültürel geleneklerin kaybı, değer yönelimlerinin kayması ile ilişkilidir) Kazakistan'ın genç nesli yanı sıra tüm eski Sovyet toplumunu etkilemiştir. Bu bağlamda, Stadnichenko, Kazakistan medyasının sosyalleşme sürecinde,

çocuklar ve gençler arasında medya aracılığıyla elde edilen bilginin (aile ve dini eğitim, okul ve üniversite eğitimi) daha çok bireysel bir karakter taşıdığını belirtmektedir. Bu bilginin etkinliği zamanla ortaya çıkmaktadır. Bu durumda, kitle iletişim araçlarının genç neslin değer sisteminin oluşumunda hem olumlu hem de olumsuz bir rol oynayabileceğini ifade etmektedir (Stadnichenko, 2015).

Kazakistan'da olduğu gibi dünyanın birçok ülkesinde medya eğitimi disiplinler arası bir nitelik taşımaktadır. Medya alanıyla ilgili genişleyen bilimsel araştırma alanı, medya eğitiminin gazetecilik, devlet politikası, sosyal süreçlerin gelişimi, kültür ve eğitim alanındaki dönüşümsel değişiklikler gibi birçok alanda sentezlenmesi imkanlarının önemli ölçüde genişlemesine yol açmaktadır. Bu nedenle, uluslararası eğilimlerle uyum içinde, Kazakistan'da medya eğitimi konusu sadece eğitimciler tarafından geliştirilmemekte, aynı zamanda filologlar, sosyologlar, filozoflar, siyaset bilimciler, kültürologlar gibi araştırmacılar için de bir araştırma konusu haline gelmektedir. Ayrıca, modern Kazakistan disiplinler arası projeleri, toplumun geniş kesimlerinin medya ve bilgi okuryazarlığının geliştirilmesine özel bir vurgu yaparak, gelecek nesil-öğrenciler ve gençler için medya eğitimi amaçlamaktadır: "Gelecekteki Kazakistan uzmanları, üniversite mezunları, çok yönlü eğitilmiş, kültürlü ve gelişmiş olmalıdır. Bunun, mesleki disiplinlerin öğrenilmesi, bilimsel ve edebi literatür okunması, yaratıcı yeteneklerin geliştirilmesi, hızla gelişen medya teknolojileriyle ilişkili bilgi akışlarına dalmayla elde edilebileceği ifade edilmektedir. Aslında, medya ve bilgi okuryazarlığı, bu eğitim ve öğretim hedeflerinin merkezinde yer almaktadır, özellikle küresel bilgi medeniyetinin gelişme çağında yer almaktadır" (Lifanova, 2015).

Teorik nitelikteki akademik çalışmaların yanı sıra (makale hazırlama, konferanslarda sunumlar, Kazakistan ve Orta Asya, Rusya medya eğitimi konularının incelendiği raporlar), Kazakistan'daki medya eğitimcileri uygulayıcı medya eğitimciler için referans ve metodolojik materyaller geliştirmekte ve bilimsel tartışmaların sonuçları şu anda sadece bilimsel dergi ve derlemelerde değil, aynı zamanda internet ortamında, özellikle "Media and Information Literacy (MIL)" adlı sosyal medya gruplarında ve UNESCO'nun desteklediği "Kazakistan Sosyal Sorumluluk Sahibi Gazetecilik Okulu" sitesinde sunulmaktadır (<http://unesco-kaznu.ucoz.kz/>).

Kazakistan'da profesyonel medya eğitiminin açık başarıları, Kazakistan'ın tüm nüfusunun medya ve bilgi okuryazarlığının geliştirilmesi için kitlelere yönelik medya eğitimi ve bilgi okuryazarlığı alanlarının yeni gelişim yönlerini belirleyerek hareket etmektedir. Kazakistan, "bilgiye dayalı eğitim teknolojilerinin geliştirilmesini hedefleyen '2020 Bilgi

Kazakistan' adlı devlet programını kabul etti. Bu program, yakın gelecekte bilgi okuryazarlığının geliştirilmesi için bir yol haritası niteliği taşımaktadır" (Venidiktov, 2017).

3.2.1. Okullarda Medya Okuryazarlığı Eğitimi

Kazakistan'da okullarda medya okuryazarlığı eğitimi verilmesi hükümet tarafından teşvik edilmiştir. 2015 yılında, Kazakistan'ın eski Cumhurbaşkanı Nursultan Nazarbayev, tüm okullarda medya okuryazarlığı eğitiminin verilmesi gerektiğini belirtmiştir. Ancak şu anda Kazakistan'da tüm okullarda medya okuryazarlığı dersi verilmeyordur.

Üzülerek belirtmek isteriz ki, Kazakistan eğitim sisteminde henüz medya ve dijital okuryazarlık konusunda ayrı bir ders bulunmamaktadır, ancak biliyoruz ki sivil toplum, uluslararası kuruluşların temsilcileri ve Eğitim ve Bilim Bakanlığı arasında ortak çalışma zaten başlamış durumdadır. Gelecekte bu konularla sadece sivil toplum sektörü değil, devlet te ilgilenecektir, çünkü medya ve dijital okuryazarlık konularında herkesin çıkarı bulunmaktadır.

Bu tez çalışmasının önceki bölümlerin'de bahsettiğimiz gibi dünyanın birçok ülkesinde ilkökul, ortaokul, lise, kolej, üniversite seviyesinde medya okuryazarlığı dersi bulunmaktadır. Türkiye'de de öğrenciler erken baştan medya ve dijital okuryazarlığı becerilerini öğrenmektedir. Yani bu tez çalışmasının en büyük amacı Türkiye ve diğer ülkelerin tecrübesi ile eleştirme yaparak Kazakistan'ın eğitim sistemine doğru düzgün bir şekilde medya okuryazarlığı dersini sağlamaya yardımcı olmaktır.

Kazakistan'da okullarda medya okuryazarlığı eğitiminin hala sistemik olarak verilmemesine rağmen aşağıdaki gibi bir teklifte bulunmaktayız:

İlkokul seviyesinde, öğrenciler temel medya okuryazarlığı becerileri edineceklerdir. Öğrencilere, medya ürünlerini eleştirel bir şekilde yorumlama, yanıltıcı bilgilere karşı nasıl savunabilecekleri, dijital araçları nasıl kullanabilecekleri öğretilenektir.

Ortaokul seviyesinde, öğrenciler, medya etiği, habercilik, reklamcılık, iletişim teknolojileri, sosyal medya kullanımı, medya araçlarının etkisi gibi konular hakkında daha kapsamlı bilgi edinecekler.

Lise seviyesinde, öğrenciler daha spesifik medya okuryazarlığı dersleri alacaktır ve gazetecilik, reklamcılık, dijital medya, film, televizyon, radyo ve sosyal medya gibi farklı medya türlerine odaklanacaklar. Ayrıca, öğrencilere, medya sektöründe çalışmak için gerekli becerileri ve kariyer olanaklarını da öğretecekler.

Okullarda medya okuryazarlığı eğitimi, çeşitli ders materyalleri, öğretmen eğitimi, seminerler, atölye çalışmaları, konferanslar ve diğer etkinlikler yoluyla sunulacaktır. Ayrıca,

medya kuruluşları ve sivil toplum örgütleri tarafından sunulan programlar, okullarda medya okuryazarlığı eğitimine katkıda bulunacaktır.

Sonra da öğrenciler kendi mesleklerine göre kolej, üniversitede de medya okuryazarlığı derslerini almaya devam edeceklerdir.

Aslında okullara medya eğitimi entegre edilmesi pek mümkündür. Kazakistan'da medya eğitimi alanında ilk öğretim materyali, Devlet Komisyonu tarafından onaylanmıştır ve eğitim kurumlarında kullanılmaya başlayacaktır. Kazakça ve Rusça 9-11.sınıf öğrencilerine yönelik eğitim materyali USAID, MediaNet ve Internews derneğinin desteği ile hazırlanmıştır. Fakat maalesef bu eğitim materyali şimdilik herkes için yeterli değildir.

Kazakistan, Kırgızistan, Rusya, Ukrayna ve Litvanya'nın gazetecileri tarafından oluşturulan bir grup, 9-11.sınıf öğrencilerine yönelik eğitim materyali Kazakça ve Rusça dillerinde öğretmenlere yönelik metodolojik materyal geliştirmiştir. Öğrenciler bu materyal ile medya okuryazarlığı, eleştirel düşünme, sahte haber ve manipülasyonları tanıma ve interneti güvenli bir şekilde kullanma becerilerini öğreneceklerdir.

Bu eğitim materyalinin yazarları:

Pavel Bannikov, Factcheck.kz editörü (Kazakistan);

Ivan Pechishev, Perm Devlet Üniversitesi profesörü, medya eğitimcisi, eleştirel düşünme kursu yazarı (Rusya);

Aleksandr Gorokhovsky, sertifikalı öğretmen ve medya ve doğrulama konusunda kitap ve kurs yazarı (Ukrayna);

Tasha Sokolova, "Monitor" projesinin yazarı ve editörü, medya eğitimcisi (Rusya);

Dmitry Shishkin, medya araştırmacısı, öğretmen, yazar (Kazakistan);

Dainius Radzevicius, Litvanya Gazeteciler Odası temsilcisi, OSCE uzmanı, Litvanya'nın Basın ve Gazeteciler İçin Etik Kodu'nun yazarlarından biri (Litvanya);

Aychurek Usupbayeva, program direktörü, Kırgızistan Basın ve Enformasyon Ajansı'nın uzmanı (Kırgızistan).

Bu eğitim-metodolojik materyal, USAID tarafından desteklenen Internews tarafından gerçekleştirilen "Orta Asya MediaCAMP Programı" kapsamında "MediaNet" Uluslararası Gazetecilik Merkezi tarafından sağlanmıştır.

Kazakistan'da okullarda medya okuryazarlığı eğitimini geliştirmek için aşağıdaki önerileri değerlendirmek istiyoruz:

Müfredat düzenlemeleri: Okullardaki müfredatın gözden geçirilmesi ve medya okuryazarlığının önemine vurgu yapacak şekilde güncellenmesi gerekmektedir. Medya

okuryazarlığı derslerinin veya bileşenlerinin müfredatın bir parçası olarak resmi olarak tanınması ve zorunlu hale getirilmesi önemlidir.

Öğretmen eğitimi: Öğretmenlere medya okuryazarlığı konusunda eğitim verilmesi önemlidir. Öğretmenlere, medya okuryazarlığı becerilerini öğretebilmeleri için gerekli bilgi ve araçları sağlamak amacıyla özel eğitim programları veya atölye çalışmaları düzenlenmelidir.

Kaynak materyalleri: Okulların medya okuryazarlığı için uygun kaynak materyallere erişimi sağlanmalıdır. Öğrencilere medya üretimi, medya analizi, bilgi değerlendirme ve dijital güvenlik gibi konularda kaynak materyaller sunulmalıdır. Bu kaynak materyalleri, öğrencilerin medya içeriklerini eleştirel bir şekilde değerlendirebilmelerini sağlayacak şekilde düzenlenmelidir.

İnternet güvenliği ve dijital etik: Medya okuryazarlığı eğitimi, öğrencilere internet güvenliği, dijital etik ve çevrimiçi davranışların önemi gibi konuları kapsamalıdır. Öğrencilerin dijital dünyada bilinçli ve sorumlu bireyler olmalarını teşvik etmek için bu konular üzerinde durulmalıdır.

İş birliği ve ortak projeler: Sivil toplum kuruluşları, medya kuruluşları ve eğitim kurumları arasında işbirliği ve ortak projelerin teşvik edilmesi önemlidir. Bu şekilde, medya okuryazarlığı konusunda uzmanlığa sahip kişilerin okullarda eğitim vermesi, öğrencilerin gerçek hayattaki medya deneyimlerini artıracaktır.

Teknoloji altyapısı: Okullarda uygun teknoloji altyapısının sağlanması önemlidir. Öğrencilerin medya üretimi ve dijital becerilerini geliştirebilmeleri için erişilebilir bilgisayarlar, internet bağlantısı ve diğer dijital araçlar sağlanmalıdır.

Öğrenci katılımı: Öğrencilerin medya okuryazarlığı programlarına aktif olarak katılmaları teşvik edilmelidir. Öğrencilerin medya içeriklerini eleştirel bir şekilde analiz etmeleri, kendi medya ürünlerini oluşturmaları ve farklı perspektifleri anlamaları için projeler, yarışmalar ve atölye çalışmaları düzenlenmelidir.

3.2.2. Üniversitede Medya Okuryazarlığı Eğitimi

Medya okuryazarlığı dersini üniversitede vermek önemlidir çünkü günümüzde medya, toplumun bilgi edinme ve iletişim süreçlerinin merkezi bir unsuru haline gelmiştir. Medya okuryazarlığı, öğrencilere medyanın işleyişini, medya ürünlerini anlama ve eleştirel bir şekilde değerlendirme becerilerini kazandırmaktadır. İşte medya okuryazarlığının üniversitede verilmesinin önemli nedenleri:

Bilgiye Erişim: Medya okuryazarlığı, öğrencilere bilgiye erişim konusunda beceriler kazandıracaktır. Medya araçları ve dijital platformlar üzerinden gelen bilgileri doğru bir şekilde değerlendirme, güvenilir kaynakları tanıma ve sahte haberleri tespit etme becerileri kazanmalarını sağlayacaktır.

Eleştirel Düşünme: Medya okuryazarlığı, öğrencilere eleştirel düşünme becerileri kazandıracaktır. Medyanın sunduğu bilgileri sorgulama, çıkar çatışmalarını ve yanlı bilgileri tanıma, farklı bakış açılarını değerlendirme ve medya manipülasyonlarını tespit etme yeteneklerini geliştirecektir.

İletişim Becerileri: Medya okuryazarlığı, öğrencilerin etkili iletişim becerileri geliştirmesine yardımcı olur. Medya ürünlerini analiz etme ve yorumlama becerileri, öğrencilerin fikirlerini etkili bir şekilde ifade etmelerini, görüşlerini savunmalarını ve toplumsal konularda eleştirel düşüncelerini paylaşmalarını destekler.

Demokratik Vatandaşlık: Medya okuryazarlığı, öğrencilere demokratik vatandaşlık değerlerini anlama ve uygulama becerilerini kazandırır. Medya okuryazarlığı sayesinde öğrenciler, çeşitlilik, hoşgörü, adalet, özgür düşünce ve ifade gibi demokratik değerlere saygı duyarak demokratik bir toplumun aktif üyeleri olabilmektedir.

Medya ve Teknoloji Bilinci: Medya okuryazarlığı, öğrencilerin medya ve teknoloji kullanımı konusunda bilinçli olmalarını sağlar. Medya etiği, telif hakkı, gizlilik, veri güvenliği gibi konuları anlamalarına ve medya araçlarını sorumlu bir şekilde kullanmalarına yardımcı olur.

İş Bulma ve Kariyer Olanakları: Medya okuryazarlığı, öğrencilere medya sektöründe iş bulma ve kariyer olanakları sunar. Medya sektörü sürekli gelişen bir alandır ve medya okuryazarlığına sahip olan bireyler, iletişim, gazetecilik, yayıncılık, pazarlama gibi medya ile ilgili mesleklerde daha fazla fırsat elde ederler.

Kazakistan'da üniversitelerde medya okuryazarlığı eğitimi verilmektedir. Üniversiteler, öğrencilere medya sektöründe çalışmak için gerekli becerileri ve bilgileri kazandırmayı amaçlayan çeşitli programlar sunmaktadır. Ancak bu eğitim sistemi yine de yeterli bulunmamaktadır.

2019 yılında Kazakistan'da üniversite öğretmenleri için bir el kitabı yayınlanmıştır. “Kazakistan'daki yüksek öğretim kurumlarının üniversite öğretmenleri için medya okuryazarlığı üzerine bir el kitabı» adlı bu kitap 250 sayfa olarak Almatı şehrinde basılmıştır. Sorumlu editörü Felsefe Adayı, Doçent Gulnar Asanbaeva, editörü ise Marina Budienskaya'dır. Bilimsel editör ve hakemi Filoloji Doktoru, Profesör, Ukrayna Basın Akademisi Başkanı Valery Ivanov, tasarımcıları da Vera Makater ve Valeria Bugaeva'dır.

Bazı üniversitelerde, medya okuryazarlığı, iletişim bilimleri, gazetecilik, reklamcılık, halkla ilişkiler, dijital medya gibi bölümlerde öğretilmektedir. Bu programlar, öğrencilere, medya araçlarının kullanımı, haber yazma, editörlük, reklam stratejileri, medya etiği gibi konularda kapsamlı bir eğitim sağlamaktadır.

Üniversiteler, ayrıca öğrencilerin pratik deneyim kazanmalarını sağlamak için staj ve proje çalışmaları gibi fırsatlar sunmaktadır. Öğrenciler, medya kuruluşlarında staj yaparak, medya sektöründe çalışan profesyonellerle birlikte çalışarak gerçek dünya deneyimi kazanabilmektedir.

Üniversiteler, ayrıca öğrencilerin eleştirel düşünme, kaynakları doğru bir şekilde kullanma, haberleri doğrulama ve yanıltıcı bilgilere karşı savunma gibi becerilerini geliştirmeyi de amaçlarlar. Bu beceriler, öğrencilerin akademik hayatlarından sonra da hayatlarında karşılaştıkları medya araçları ve bilgi yığınları karşısında etkili bir şekilde karar vermelerine yardımcı olacaktır.

3.2.3. Eğitim Kurumları Dışında Medya Okuryazarlığı Eğitimi

Kazakistan'da eğitim kurumları dışında da medya okuryazarlığı eğitimi veren çeşitli kurumlar bulunmaktadır. Bu kurumlar, özellikle yetişkinler ve profesyoneller için medya okuryazarlığı konularında çeşitli eğitimler ve kurslar sunmaktadırlar.

Örneğin, medya kuruluşları, medya okuryazarlığı konularında halka açık seminerler, atölyeler ve eğitim programları düzenliyorlar. Bu programlar, medya araçlarının kullanımı, medya etiği, haber yazma, yanıltıcı bilgilere karşı savunma gibi konularda bilgi sağlayarak, insanların medya hakkında daha bilinçli ve eleştirel düşüncelerini sağlamayı amaçlarlar.

Ayrıca, sivil toplum kuruluşları ve üniversiteler yanındaki dernekler gibi kurumlar medya okuryazarlığı kısa süreli eğitimi sunmaktadır. Bu kurumlar, geniş kitlelere yönelik olarak veya belirli bir meslek veya sektör için özelleştirilmiş eğitimler düzenleyerek, insanların medya konularında bilgi sahibi olmalarını sağlamaktadır.

Orta Asya Programı MediaCAMP'ın Orta Asya'daki Medya Okuryazarlığı Danışmanı Kazakistanlı Gulnar Asanbayeva eğitim kurumları dışında birçok işlemler yapıldığını ifade etmiştir. «Medya okuryazarlığı konusunda formel ve informal eğitim sağlıyoruz. 2021 yılın sonuçları, ulusal dillerde üniversite öğretmenleri için medya okuryazarlığı kaynaklarının tamamlanması ve yerel bağlama uyarlanmasıydı ve bu kaynaklar üç çalıştığımız ülkede de yani Kazakistan, Özbekistan ve Tacikistan'da da tamamlandı. Ayrıca, MediaCAMP'ın uzun vadeli ortağı, Uluslararası Gazetecilik Merkezi MediaNet tarafından hazırlanan medya okuryazarlığı ders kitabı da onaylandı. Bu ders kitabının dijital versiyonu, medya

okuryazarlığına ilgi gösteren öğrenciler arasında özel okullarda, liselerde ve kolejlerde büyük talep görüyor. Ancak medya okuryazarlığını bir seçmeli ders olarak sekizinci sınıf öğrencilerine sunma kararı henüz alındı. Şu anda, Internews'ün doğrudan katılımıyla geliştirilen bir öğretim programı projesi bulunmakta ve sekizinci sınıflar için ders kitapları henüz oluşturulmamıştır» demişti Gulnar Asanbayeva Olga Khodoreva'ya verdiği interviewde (internews.kz).

Medya eğitimi, sadece medya okuryazarlığını eğitim sistemi içinde kurumsallaştırmak, bu alanda öğretmenleri ve eğitmenleri yetiştirmek değildir. Modern teknolojilerin çağında, bu her bireyin, hayatta hak ettiği yeri bulmak isteyen herkesin yolu ve bu, geleneksel olmayan yöntemlerle, eğlence, oyunlar, tatiller dahil olmak üzere tüm toplum katmanlarını eğitmeyi içermektedir.

Yukarıda bahsettiğimiz MedyaCAMP projesi ile halkın ilgi ve talepleri arasında çok etkili bir köprü olduğunu gösterdi. Kazakistan'da iki Medya Okuryazarlığı Evi bulunmaktadır. Ayrıca, Medya Okuryazarlığı Festivalleri'nin düzenlenmesi, Kazakistan'ın 12 bölgesinde gerçekleştirilen en etkili projeler arasındaydı.

Her yıl, MediaCAMP Edüton adlı inovasyon seminer eğitimini düzenlemektedir. Burda deneyimli mentörler ve eğitmenler, finansman almak için başvuranlarla birlikte çalışıyordur. Şubat 2021'de Edüton'da açık bir yarışma sonucunda, 24 proje sahibi oldu. Bugüne kadar bunların %90'ı tamamlandı. Tamamlanan projeler arasından, üç dilde okul çocukları ve öğrenciler arasında düzenlenen tartışmalar, genç okuyucuların kütüphane becerilerinin eğitimi, Kazak sanatçı Svetlana Razdob'i'nin posterleri öne çıkıyordur.

MedyaCAMP projesinden başka «Medya Okur Yazarlığını İngilizce Dil Becerilerini Geliştirme Yoluyla Artırma» projesi de bulunmaktadır.

Kazakistan İngilizce Öğretmenleri ve Eğitmenleri Derneği «KazTEA», Toplum Gelişimini Destekleme İçin Bilgi Fonu (FIPRO) ile birlikte, 2022 yılında dört dönemde 16 şehirde İngilizce öğretmenleri için "Medya Okur Yazarlığını İngilizce Dil Becerilerini Geliştirme Yoluyla Artırma" projesini başlattı. Proje, ABD Büyükelçiliği, Amerikan Program Ofisi tarafından finanse edilmektedir.

Projenin amacı, 600 İngilizce öğretmenin medya okur yazarlığı seviyelerini artırarak genç neslin dezinformasyona karşı direncini ve sorumlu karar alma yeteneklerini geliştirmektir.

Bir de Fransız Sivil Toplum Kuruluşu IREX Europe ve ABD Büyükelçiliği, Kazakistan'daki öğrenciler ve genç gazetecilere medya ve dijital okuryazarlık kursları düzenlemektedir.

İki günlük eğitim kursları, Almatı ve Nur-Sultan'daki (Kazakistan şehirleri) Amerikan Kültür Merkezlerinde gerçekleştirilmektedir. Programda; medya ve bilgi okuryazarlığı, medyanın şeffaflığı, eleştirel düşünce, propaganda analizi, bilgi savaşları, dezenformasyon ve haber içeriği oluşturma konularında interaktif oturumlar yer almaktadır. Eğitim, Rusça gerçekleştirilecek ve tüm alanlarda öğrenim gören genç gazetecilere ve üniversite öğrencilerine açık ve eğitim ücretsizdir.

İnternet üzerinden medya okuryazarlığı eğitimi de sunulmaktadır. Bazı platformlar, online dersler ve kaynaklarla, insanların medya araçlarını daha iyi anlamalarına ve yanıltıcı bilgilere karşı savunmalarını sağlamaya çalışmaktadır.

Çok yakında Ekim-Kasım 2023 tarihlerinde UNESCO Bilgi Teknolojileri Enstitüsü, Kazakistan Kültür ve Bilgi Bakanlığı tarafından talep üzerine ve girişimiyle düzenlenen gençler için çeşitli medya ve bilgi okuryazarlığı konularına odaklanan bir dizi çevrim içi online eğitim düzenlemiştir. Eğitimler sırasında kritik düşünce geliştirme, siber güvenlik sağlama, dijital ortamda iletişim ve siber zorbalıktan korunma, çevrim içi kaynakları sağlıklı bir yaşam tarzı oluşturmak için nasıl kullanacakları konuları tartışılmıştır. Bu eğitimi, UNESCO BT Enstitüsü program uzmanı Tatiana Murovana gerçekleştirdi. Etkinliğe, Kazakistan'ın farklı bölgelerinden gelen yaklaşık 80 orta ve lise öğrencisi katıldı.

Eğitimler, Küresel Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Haftası etkinlikleri kapsamında düzenlenmektedir. Oturumlar, Zoom platformunda çevrim içi olarak gerçekleştirilmekte ve Kazakistan Kültür ve Bilgi Bakanlığı'nın resmi Facebook sayfasında yayınlanmaktadır.

Kazakistan'da medya okuryazarlığı konusunda en çok katkı sağlayan İnternews derneğidir.

İnternews'in Kazakistan'daki Temsilciliği Direktörü Marat Bigaliev, "Medya okuryazarlığı konusu şu anda hiç olmadığı kadar önemli, çünkü COVID-19 pandemisi, bilgi alış şeklimizi radikal bir şekilde değiştirdi. Dezinformasyon akışı artıyor ve insanlar bunu analiz etmeyi ve kontrol etmeyi bilmek önemli. Bu tartışma, eğitim materyalimizin gelişimi için iyi bir fırsat" diyerek İnternews bu alandaki çalışmalarını daha güçlü bir şekilde devam edeceğini söylemektedir.

Kazakistan'da medya okuryazarlığı konusunda en çok katkı sağlayan MediaNet, uluslararası gazetecilik merkezidir. MediaNet, uluslararası bir gazetecilik merkezi olarak faaliyet göstermektedir. Bu merkezin amacı, gazetecilik mesleği ile ilgilenenlere eğitim, destek ve kaynak sağlamak, medya etiği, haber değerlendirme, doğruluk kontrolü gibi konularda gazetecilik standartlarını ve becerilerini geliştirmeye yönelik çalışmalar yapmaktır. İnternews in Kazakhstan tarafından desteklenen MediaNet, Kazakistan, Kırgızistan, Rusya,

Ukrayna ve Litvanya gibi ülkelerden gelen gazeteciler tarafından kurulmuş bir eğitim platformu olarak açıklanmıştır.

3.3. Medya Okuryazarlığı Eğitiminde Karşılaşılan Zorluklar ve Önerilen Çözümler

Yukarıda Kazakistan'daki medya okuryazarlığı eğitim sistemi incelenmişti. Bu konuyu farklı bakışlardan incelerken Kazakistan'da medya okuryazarlığı eğitiminde çeşitli zorluklar karşılaşılmaktadır. Bu zorluklar ve sıkıntıları kısaca böyle ifade edebilmekteyiz:

Yetersiz kaynaklar: Medya okuryazarlığı eğitiminde kullanılacak materyallerin yeterli olmaması büyük bir sorundur. Bir önceki bölümlerde bahsettiğimiz gibi Kazakistan'da son yılları medya okuryazarlığı eğitimi alanında birkaç ders kitabı ve el kitabı yayınlanmıştır. Yine de medya okuryazarlığı eğitiminin gelişmesi için bu emekler yeterli değildir. Medya sektörünün hızla değişmesi, okulların ve diğer kurumların eğitim materyallerini sürekli güncellemelerini gerektirmektedir. Maalesef, yeterli finansman ve kaynakların olmaması, bu güncellemelerin sınırlı kalmasına neden olmaktadır.

Öğretmen yetersizliği: Medya okuryazarlığı eğitimi vermek için yeterli sayıda nitelikli öğretmenin olmaması bir başka sorundur. Medya okuryazarlığı konularında uzmanlaşmış öğretmenlerin sayısı sınırlıdır ve bazen eğitim müfredatlarında bu konulara yeterince yer verilmemektedir. Nitelikli medya eğitimcilerinin temin edilmesi, lisans ve yüksek lisans düzeyindeki eğitim programlarının uygulanmasında medya eğitim bileşenlerine yeterli önemin verilmemesiyle ilişkilidir. Nadir istisnalar dışında, Kazakistan'da gelecekteki öğretmenlerin, psikologların ve sosyologların sistemik medya eğitimi henüz gerçekleştirilmemektedir.

Teknolojik altyapı yetersizliği: Medya okuryazarlığı eğitiminde teknolojik altyapı önemlidir. Ancak, okulların ve diğer kurumların yeterli teknolojik altyapıya sahip olmamaları, bu konudaki eğitimin kalitesini olumsuz etkilemektedir.

İçerik filtresi: Kazakistan'da, devlet tarafından belirlenen bir içerik filtresi uygulanmaktadır. Bu filtre, belirli konuları veya internet sitelerini engellemektedir. Bu durum, medya okuryazarlığı eğitiminde özgür düşüncenin ve bilgi edinmenin sınırlandırılmasına nedendir.

Dil engelleri: Kazakistan'da resmi dil Kazakça, Rusça da yaygındır. Ancak, medya okuryazarlığı eğitimi verilen kaynaklar ve materyaller yalnızca bu dillerle sınırlıdır. Bu durum, diğer dilleri konuşan öğrencilerin eğitime erişimini zorlaştırmaktadır. Dünya medya sektöründe İngilizce bilmek önemlidir. Bu Yüksek Lisans tezini yazarken birçok Türkçe ve İngilizce tezler, makaleler, ders kitapları incelenmiştir ve çok yeni bilgiye ulaşılmıştır.

Bir başka sorun, medya eğitim sürecinin teorik ve metodolojik temelleri bağlamında medya alanında araştırmacıların yeterli uyum içinde olmamasıdır. Ahmetova, Kazakistan'da medya eğitimi sorunlarının hala sistemik bir çözümü olmadığını ve daha çok bilim adamları, bloggerler, sosyal medya kullanıcıları, yeni teknolojilere hâkim olan kişiler arasında tartışmalı bir nitelik taşıdığını belirtmektedir. Herkesin bunun gerekli olduğunun farkında olduğunu, ancak özellikle bu konulara dikkat çekilmediğini ifade etmektedir (Ahmetova, 2014).

Ayrıca, medya alanıyla ilişkili bilgi tehditleri de vardır: internet bağımlılığı, batı kitle kültürünün yayılması (ulusal kimlik ve kültürel geleneklerin kaybı, değer yönelimlerinin kayması ile ilişkilidir) Kazakistan'ın genç nesli yanı sıra tüm eski Sovyet toplumunu etkilemiştir. Bu bağlamda, Stadnichenko, Kazakistan medyasının sosyalleşme sürecinde, çocuklar ve gençler arasında medya aracılığıyla elde edilen bilginin (aile ve dini eğitim, okul ve üniversite eğitimi) daha çok bireysel bir karakter taşıdığını belirtmektedir. Bu bilginin etkinliği zamanla ortaya çıkmaktadır. Bu durumda, kitle iletişim araçlarının genç neslin değer sisteminin oluşumunda hem olumlu hem de olumsuz bir rol oynayabileceğini ifade etmektedir (Stadnichenko, 2015).

Bu zorluklar, medya okuryazarlığı eğitiminde ilerleme kaydetmeyi zorlaştırmaktadır. Ancak, bu sorunlar çözülebilir ve medya okuryazarlığı eğitimi için çeşitli çözümler mevcuttur. Bu çözümler arasında, yeterli kaynaklar ve öğretmenler sağlamak, teknolojik altyapıyı geliştirmek, içerik filtresini ele almak ve çok dilli eğitim materyalleri hazırlamak gerekiyordur.

Kazakistan'da medya okuryazarlığı eğitiminde karşılaşılan zorlukları aşmak için çeşitli öneriler bulunmaktadır. Öncelikle eğitim kurumları ve devlet, medya okuryazarlığı eğitimine özel bütçe ayırarak yeterli finansmanı sağlamalıdır. Ayrıca, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları da medya okuryazarlığı projelerine destek vererek kaynakları artırması önemlidir.

Öğretmen yetiştirme ve istihdam konusunda ise medya okuryazarlığı alanında uzmanlaşmış öğretmen sayısını artırmak için öğretmen yetiştirme programları ve kurslar düzenlenmeli, mevcut öğretmenlere düzenli olarak güncel eğitim imkanları sunularak bilgi ve becerilerini yenilemeleri teşvik edilmelidir.

Teknolojik altyapıyı güçlendirmek adına okullara ve eğitim kurumlarına modern teknolojiyi entegre etmek için altyapı güncellemeleri yapılmalı, uygun maliyetli teknoloji çözümleriyle eğitim materyallerine daha fazla erişim sağlanmalıdır.

İçerik filtresini gözden geçirmek, öğrencilere geniş bir perspektif sunacak şekilde politikaları gözden geçirmek ve filtrasyonun sınırlarını belirlemek, özgür düşünceye saygı göstermek önemlidir.

Çok dilli eğitim materyalleri kullanmak, sadece Kazakça ve Rusça değil, diğer dillerde de içeriklere erişimi sağlamak için önemli bir adımdır. Ayrıca, İngilizce içeriğe erişimi artırmak için dil kursları ve çeviri hizmetleri teşvik edilmelidir.

Uluslararası iş birliği ve inceleme, Kazakistan'da uygulanan medya okuryazarlığı programlarını değerlendirerek, başka ülkelerdeki başarı hikayelerinden öğrenme fırsatları sunabilmektedir. Yurtdışındaki uzmanlar ve kuruluşlarla iş birliği yaparak en iyi uygulamaların benimsenmesi önemlidir.

3.4. Medya Okuryazarlığına İlişkin Yasal Düzenlemeler ve Uygulama Sorunları

Kazakistan'da medya okuryazarlığına ilişkin yasal düzenlemeler ve uygulama sorunları vardır.

Yasal düzenlemeler: Kazakistan'da, medya okuryazarlığına ilişkin yasal düzenlemeler mevcuttur, ancak bunlar yeterli değildir. Medya kuruluşları ve yayın organları, doğru ve dürüst bir şekilde bilgi yaymakla yükümlüdürler. Ancak, bu yükümlülüklerin nasıl uygulanacağı belirsizdir ve yeterli denetim mekanizmaları bulunmamaktadır.

Sansür: Kazakistan'da, bazı medya organlarına sansür hala uygulanmaktadır. Bu, medya okuryazarlığı eğitiminde özgür düşünce ve bilgi edinmenin engellenmesine neden olmaktadır.

Yalan haberler: Kazakistan'da, yanıltıcı veya sahte haberlerin yayılması büyük bir sorundur. Bu, medya okuryazarlığı eğitiminde doğru ve dürüst haberlerin önemini vurgulamak zorunluluğunu arttırmaktadır.

Dijital güvenlik: Kazakistan'da, dijital güvenlik sorunları sık sık yaşanmaktadır. Bu, kişisel verilerin korunması, internet üzerinden gerçekleştirilen sahtekarlık ve siber saldırılar gibi konuları medya okuryazarlığı eğitiminin bir parçası haline getirmeyi zorunlu hale getirmektedir.

Yetersiz denetim: Kazakistan'da, medya organlarının denetimi yetersizdir. Bu, yanıltıcı haberlerin yayılmasına, etik olmayan uygulamalara ve kötüye kullanıma neden olabilmektedir.

Bu sorunlar, medya okuryazarlığı eğitiminin önemini vurgulamakta ve çözümler sunmayı gerektirmektedir. Bu çözümler arasında, yeterli denetim mekanizmaları sağlamak, doğru ve dürüst haber yayını teşvik etmek, medya organlarının özgürlüğünü korumak ve dijital güvenlik konularında eğitim vermek önemli bir vurgu olacaktır.

Kazakistan'da medya okuryazarlığı ile ilgili toplumsal bilincin eksikliği bulunmaktadır ve bu durumun nedenleri de şunlardır:

Medya organlarının çoğunun özerk olmaması: Kazakistan'da, medya organları genellikle hükümetin kontrolü altında veya etkisi altındadır. Bu, medya organlarının bağımsız bir şekilde çalışmasını ve doğru bilgi yaymasını zorlaştırmaktadır.

Yeterli eğitimin olmaması: Kazakistan'da, medya okuryazarlığına ilişkin eğitim yeterli değildir. Bazı insanlar medya organlarının doğru bilgi yaymakla yükümlü olduğunun farkında olmayabilirler.

Yalan haberlerin yaygın olması: Kazakistan'da, yalan haberler sıklıkla yayılır. Bu, insanların doğru bilgiye erişmelerini zorlaştırır ve medya organlarının güvenilirliğine zarar vermektedir.

Yetersiz kaynaklar: Medya organlarının yeterli kaynakları olmaması, doğru bilgi yaymayı zorlaştırmaktadır.

Medya organlarının siyasi amaçlar için kullanılması: Kazakistan'da, bazı medya organları siyasi amaçlar için kullanılmaktadır. Bu, doğru ve dürüst haber yayılmasını zorlaştırıp, insanların güvenini sarsmaktadır.

Tüm bu faktörler, Kazakistan'da medya okuryazarlığı ile ilgili toplumsal bilincin eksikliği nedenleridir. Bu durumu düzeltmek için, daha fazla eğitim ve farkındalık yaratılması gerekmektedir. Ayrıca, medya organlarının özerkliği ve güvenilirliği için daha fazla çaba gösterilmelidir.

3.5. Gazeteciliğin Medya Okuryazarlığına Etkisi

Bazı araştırmacılar medya okuryazarlığı konusu eğitim alanında çalışma yapılması gereken bir alan olduğu belirtmektedir. Bu tez çalışması gazetecilik ana bilim dalında yüksek lisans tezi olarak yapılmıştır. Medya okuryazarlığı konusunu bu alanda incelememizin birkaç önemli sebebi vardır. İlk olarak gazetecilik medya okuryazarlığı alanını etkileyecek bir alandır. Gazetecilik ve eğitim dışında da medya okuryazarlığı konusu dikkat çekmektedir ve bazı alanlarda bu konuyla ilgili araştırmalar yapılmıştır.

Örneğin tez.yok.gov.tr Ulusal Tez Merkezinde «medya okuryazarlığı» başlığı altında 132 tez bulunmaktadır (25.11.2023). Onların 74'ü eğitim alanında, diğer 58'i gazetecilik, halkla ilişkiler ve iletişim alanında yapılmıştır.

Medya okuryazarlığı, geniş bir disiplinler arası konu olduğu için birçok farklı alanda araştırma ve tez yapılmıştır. İşte medya okuryazarlığıyla ilgili farklı alanlarda yapılmış bazı araştırma ve tez konuları:

Eğitim alanında medya okuryazarlığı eğitimi: Eğitim kurumlarında medya okuryazarlığı dersleri ve programlarının etkisi incelenmektedir.

Öğretmen eğitimi: Öğretmenlerin medya okuryazarlığı konusundaki hazırlıkları ve eğitimleri araştırılmaktadır.

İletişim çalışmalarında medya okuryazarlığı ve iletişim: Medyanın toplum üzerindeki iletişimsel etkileri ve medya okuryazarlığının bu etkilerle ilişkisi konularında araştırmalar yapılmaktadır.

Medya etkileşimi: Medya tüketimi ve toplumsal etkileşim arasındaki ilişki araştırılmaktadır.

Psikoloji ve sosyoloji alanlarında medya ve psikoloji: Medyanın bireyler üzerindeki psikolojik etkileri ve medya okuryazarlığının duygusal zekâ üzerindeki etkisi incelenmektedir.

Medya ve toplum: Medyanın toplumsal normlar, değerler ve kimlik üzerindeki etkileri konularında araştırmalar yapılmaktadır.

Dijital medya ve teknoloji çalışmalarında dijital medya okuryazarlığı: Yeni medya teknolojileriyle ilgili becerilerin geliştirilmesi incelenmektedir.

Sosyal medya okuryazarlığı: Sosyal medyanın kullanımı ve bireylerin sosyal medya okuryazarlığı seviyeleri belirlenmektedir.

Gazetecilik ve habercilik çalışmalarında haber okuryazarlığı: Haberlerin doğru bir şekilde anlaşılması ve yorumlanması anlatılacaktır.

Medya güvenilirliği: Medya kaynaklarının güvenilirliği ve bunun toplum üzerindeki etkisi araştırılmaktadır.

Kültür çalışmalarında medya ve kültür: Medyanın kültürel çeşitlilik üzerindeki rolü ve medya okuryazarlığının kültürel anlayışa etkisi veya görsel kültür ve medya alanında ise görsel medyanın kültürel anlamlandırmaları üzerindeki etkisi araştırılmaktadır.

Hukuk ve etik alanlarında medya etiği üzerinden çalışmalar yapılmaktadır. Gazetecilikte ve medya kullanımında etik konular, medya ve hukukta medyanın hukuki sorumlulukları ve medya okuryazarlığının hukuki bilinç üzerindeki etkisi araştırılmaktadır.

Aslında medya okuryazarlığı konusunda çok daha fazla özel konu ve araştırma alanı bulunmaktadır.

Medya okuryazarlığı konusundaki tezlerin sadece eğitim alanında değil, aynı zamanda gazetecilik alanında da yapılması birkaç nedenle önemli olabilir. Gazetecilik, medya okuryazarlığının uygulamaya dönüştürüldüğü bir alandır. Gazeteciler, haberleri oluştururken ve iletişim kurarken medya okuryazarlığı becerilerini kullanmaktadır. Bu nedenle, gazetecilik alanında yapılan tezler, medya okuryazarlığına pratik bir perspektif sunabilmektedir.

Haber üretimi ve tüketimi arasındaki bağlantı konusu da ilgimizi çekmektedir. Gazetecilik hem haber üretimi hem de tüketimi süreçlerini içermektedir.

Etik ve sorumluluk açısından gazetecilikte çalışanlar, haberlerini belirli etik kurallar çerçevesinde oluşturmalı ve toplumları doğru bir şekilde bilgilendirmekle sorumludur.

Gazetecilik eğitimi ve medya okuryazarlığı eğitimi ilişkisi de çok karmaşık ve yakın konulardır. Gazetecilik eğitimi, medya okuryazarlığı eğitimiyle sıkça iç içedir.

Yeni medya ve teknoloji söz konusu olduğu zaman, gazetecilik, teknolojik gelişmelere ve yeni medya platformlarına uyum sağlamak zorundadır.

Gazetecilik ve medya okuryazarlığı arasındaki bu bağlantılar, bu iki alanın birbirini etkilediği bir dönemde, bu konuda yapılan tezlerin hem teorik hem de pratik öneme sahip olmasını sağlamaktadır.

Gazeteciliğin medya okuryazarlığına etkisi önemli ve çeşitli boyutlarda görünmektedir. Gazetecilik, haber ve bilgi akışının önemli bir kaynağıdır. İyi bir gazeteci, karmaşık konuları basitleştirebilir ve okurlara anlaşılır bir şekilde sunabilir. Bu, medya okuryazarlığına katkıda bulunarak bireylerin bilgiyi doğru bir şekilde anlamalarına yardımcı olabilmektedir.

Gazeteciler, haberleri doğru ve güvenilir kaynaklardan elde etme konusunda uzmanlaşırlar. Bireyler, gazetecilik aracılığıyla edindikleri bilgileri değerlendirirken bu deneyimden faydalanarak haber kaynaklarını daha eleştirel bir gözle değerlendirebilmektedir.

Çeşitlilik ve perspektif de önemli noktalardan birisidir. Gazetecilik, farklı perspektiflerden haber sunma görevini üstlenmektedir. Bu, medya okuryazarlığı açısından önemlidir çünkü bireylere farklı bakış açılarını anlama ve eleştirme yeteneği kazandırabilmektedir.

Haber dilinin anlaşılabilirliği de önemlidir. Gazeteciler, haberleri geniş bir kitleye ulaştırmak için anlaşılır bir dil kullanma becerisine sahiptirler. Bu, medya okuryazarlığına katkıda bulunarak haber metinlerini daha etkili bir şekilde anlama ve yorumlama yeteneğini geliştirebilmektedir.

Gazetecilik, belirli medya etik kurallarına tabidir. Bu kurallar, haberlerin tarafsız ve doğru bir şekilde sunulmasını amaçlar. Bireyler, gazetecilik etik kurallarını anlamaları sayesinde medya içeriklerini daha kritik bir bakış açısıyla değerlendirebilirler.

Ancak, gazeteciliğin medya okuryazarlığına etkisi olumlu olduğu kadar bazen olumsuz da olabilmektedir. Örneğin, haberin sunulmuş tarzı veya bir olayın yanlış temsil edilmesi gibi durumlar, medya okuryazarlığına zarar verebilir. Bu nedenle, bireylerin medya içeriğini eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmeleri çok önemlidir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

MEDYA OKURYAZARLIĞI ÜZERİNE MEDYA ARAÇLARININ VE ARAŞTIRMALARIN ETKİSİ

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Kazakistan ve Türkiye'de çocukların medya okuryazarlığı konusundaki araştırma düzeylerini derinlemesine inceleyerek, her iki ülkenin medya okuryazarlığı araştırması ve eğitim programlarının etkinliğini değerlendirmek ve medya okuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesine yönelik karşılaştırmalı bir bakış açısı sunmaktır. Bu çerçevede, çocukların medya içerikleriyle bilinçli bir şekilde etkileşim kurabilmelerini sağlamak için mevcut eğitim yöntemlerinin güçlü ve zayıf yönlerini belirlemek ve gelecekte yapılacak çalışmalar için stratejiler önermek amaçlanmaktadır.

4.2. Araştırmanın Önemi ve Yeniliği

Bu çalışmanın önemi, çocukların medya içerikleriyle sağlıklı ve bilinçli bir şekilde etkileşimde bulunmalarını sağlamak için mevcut eğitim programlarının etkinliğini değerlendirmesidir. Ayrıca, Kazakistan ve Türkiye gibi farklı kültürel ve dilsel bağlamlarda yapılan karşılaştırmalı bir çalışma olması, medya okuryazarlığı konusundaki uluslararası literatüre katkı sağlayacaktır.

Araştırmanın yeniliği ise, Kazakistan'da bu alandaki bilgi birikimini derinleştirmesi ve bu ülkedeki medya okuryazarlığına yönelik mevcut çalışmaları belgelemesiyle ortaya çıkmaktadır. Bu çalışma, medya okuryazarlığı eğitimine dair eksiklikleri tespit ederek, bu alandaki politika yapıcılar ve eğitimciler için önemli bir rehberlik kaynağı olacaktır.

Modern çağda medya okuryazarlığı, bireylerin karmaşık medya ortamında bilinçli ve eleştirel bir şekilde bilgi almasını, değerlendirmesini ve oluşturmasını sağlayan kritik bir beceridir. Hızla gelişen dijital teknoloji ve çeşitlenen medya platformları, haber, bilgi ve eğlenceye erişimi artırmış olsa da, aynı zamanda yanıltıcı bilgilerin ve manipülasyonun da kapılarını aralamıştır. Medya okuryazarlığı, bireyleri doğru ve güvenilir bilgiye ulaşma konusunda donatarak, sahte haberlere karşı direnç geliştirmelerine yardımcı olur. Aynı zamanda, medya üretim süreçlerini anlamak, medya mesajlarını eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmek ve medya araçlarını etkili bir şekilde kullanabilmek için gereken becerileri içermektedir.

Bu beceriler, demokratik bir toplumda etkili bir şekilde katılım sağlamak, bilgiye dayalı kararlar almak ve çeşitli perspektifleri anlamak için kritik öneme sahiptir. Medya

okuryazarlığı, modern çağın hızla evrilen iletişim ortamında bireylerin bilinçli ve eleştirel bir şekilde medyayı anlamalarını sağlayan temel bir beceridir. Bu konuda tez yazmak ve bu yüksek lisans tezi gibi bir araştırma yapmak, bu alanda bilgi boşluklarını doldurmanın yanı sıra toplumsal farkındalık oluşturmak, eğitim politikalarına katkıda bulunmak, öğretim materyallerini geliştirmekte önemli avantajlar sunabilmektedir. Bu çalışma, medya okuryazarlığının artırılması için etkili stratejilerin belirlenmesine ve bu becerinin daha geniş bir kitleye ulaştırılmasına katkıda bulunarak, bilgi çağında daha bilinçli bir toplumun oluşturulmasına hizmet edebilmesi için son derece önemlidir.

Bu tez çalışması, medya ve çocuk ilişkisini temel sorunlar bağlamında inceleyerek, çocukların televizyon, sinema, radyo, gazete ve internet gibi medya türleriyle olan ilişkilerini detaylı bir şekilde ele almaktadır. Bu çalışma, toplumsal bilinç, çocuk gelişimi, eğitim sistemine katkı, uluslararası karşılaştırmalar, çocuk hakları, medya güvenliği, gazetecilik mesleğinin medya okuryazarlığına katkısı gibi önemli perspektifleri ele almaktadır. Bu nedenle, medya ile çocuk arasındaki bu karmaşık ilişkiyi anlamak ve medya okuryazarlığını geliştirmek adına önemli bir kaynak olarak değerlendirilmektedir.

Bu tez çalışması özellikle Türkiye ve Kazakistanlı araştırmalar için çok önemli olabilir. Çünkü Kazakistan'da medya okuryazarlığı konusu, eğitimi, özellikle çocukların medya okuryazarlığı yeni gelişmekte olduğu için bu konuda yapılan araştırmalar sayısı yeterli değildir. Türkiye'de medya okuryazarlığı konusunda yapılan araştırmalar mevcut olduğuna rağmen onların çoğunluğu sadece Türkiye'yi kapsamaktadır.

Örneğin tez.yok.gov.tr Ulusal Tez Merkezinde «medya okuryazarlığı» başlığı altında 132 tez bulunmaktadır (25.11.2023). Onların 74'ü eğitim alanında, diğer 58'i gazetecilik, halkla ilişkiler ve iletişim alanında yapılmıştır.

Türkiye'nin Ulusal Tez Merkezinde (tez.yok.gov.tr) «Kazakistan'da medya okuryazarlığı» başlığı aramasında bir de bir tez bulunmamaktadır. Bu arama sonucu daha önce Türkiye'de Kazakistan'daki medya okuryazarlığı hakkında araştırma yapan kimse olmadığı ya da bu ülkedeki (Kazakistan'dan bahsediyoruz) medya okuryazarlığına dair Türkçe tez yazılmadığı anlamına gelmektedir.

Dergipark'te «Kazakistan'da medya okuryazarlığı» başlığı ile arama yaparken sadece Türkiyeli araştırmacıların Türkiye ile ilgili yazan makaleleri bulunmaktadır.

Google Scholar arama sisteminde de durum aynıdır, yani tam konuyla ilgili araştırmalar bulunmamaktadır.

Demek ki bu tez araştırması daha önce Türkçe iyi bir derecede araştırılmamış diye sonuçlayabiliriz. Bu yüzden bu tez çalışmasının Türkiye’de Yüksek Lisans tezi olarak Türkçe yazılması son derece önemlidir.

4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu tez çalışmasının sınırlılıkları şunlardır:

Zamansal Sınırlılıklar: Bu tez çalışması, belirli bir zaman diliminde gerçekleştirildiği için medya okuryazarlığındaki değişimleri tam olarak kapsayamaya bilmektedir. Örneğin Türkiye’de yapılmış olan ve tezde analiz edilen araştırmalar 2007 – 2024 yılları, Kazakistan’da yapılmış olan araştırmalar ise son 10 seneyi kapsamaktadır. Modern çağda medya ortamındaki gelişmeler hızlı bir şekilde yaşandığından, araştırmanın tarihinden sonra ortaya çıkan yeni eğilimleri ve faktörleri sınırlı kalabilmektedir.

Coğrafi Sınırlılıklar: Araştırma, özellikle Kazakistan, Türkiye ve Orta Asya ülkeleri odaklı olduğu için diğer coğrafi bölgelerdeki medya okuryazarlığı konularını tam olarak yansıtmayabilmektedir. Farklı kültürlerde ve coğrafyalarda medya kullanımı farklı dinamiklere sahip olabilmektedir.

Örneklem Sınırlılıkları: Nicel araştırma için kullanılan örneklem, genel nüfusu temsil etmek adına sınırlı olabilmektedir. Bu durum, elde edilen nicel verilerin genelleme açısından bazı kısıtlamalara neden olabilmektedir.

Dil Sınırlılıkları: Literatür taraması ve araştırma, belirli bir dilde gerçekleştirildiği için dil bariyerleri olabilmektedir. Bu durum, farklı dil konuşulan bölgelerdeki medya okuryazarlığı literatürünün tam olarak kapsanmasını engelleyebilmektedir.

Türkiye’de yapılmış olan ve bu tez çalışmasında incelenen çalışmalar yalnızca 2007-2024 yılları arasında medya okuryazarlığı ile ilgili çalışmaları kapsamaktadır. İncelenen çalışmaların tamamı lisansüstü tez çalışması olduğu için diğer çalışmalara yer verilmemiştir ve incelenen çalışma grubu YÖK Tez Merkezine kayıtlı çalışmalar oluşturulduğundan başka çalışmalar araştırma kapsamına alınmamıştır.

Kazakistan’da yapılmış olan araştırmalar ise ülkede YÖK Tez Merkezi gibi bir kurum mevcut olmadığı için internet kaynaklarından, Kazakistan Cumhuriyeti Milli Kütüphanesi, al-farabi Kütüphanesi ve Cambyl belediye gençlik kütüphanesinde bulunan verilerle ve bu alanda çalışan araştırmacı hocaların tavsiyesi ile bulunan tez çalışmaları ile sınırlı olmaktadır.

Bu sınırlılıklar, araştırmanın sonuçlarını yorumlarken ve genelleme yaparken dikkate alınmalıdır. Kazakistan’da Türkçe konuşan nüfus oranı düşüktür. Bu nedenle, araştırmada kullanılan anketlerin önce Kazakça\Rusça yapıp sonra Türkçeye çevrildiği hesaba alınmalı

ve bu tez araştırması Türkçe yazıldığı için Kazakistan'da uygulanabileceği konusu da biraz karmaşıktır.

Yukarıda bahsedilen sınırlılıkların yanı sıra örneklem büyüklüğü, yetersiz veri kaynakları, ölçümlerdeki hata sınırlılıkları, bu araştırmanın sonuçlarının yorumlanması sırasında dikkate alınması gerekmektedir.

4.4. Araştırma Yöntemi

Medya okuryazarlığı, özellikle Kazakistan gibi gelişmekte olan ülkelerde, eleştirel bir bakış açısıyla henüz yeni yeni ele alınmaya başlanan bir konudur. Bu bağlamda, tez çalışmasında betimsel içerik analizi yöntemi benimsenmiştir. Betimsel içerik analizi, farklı nitel ve nicel çalışmalardan elde edilen verilerin bütüncül bir çerçevede incelenerek düzenlenmesine olanak tanır, böylece daha geniş ve derinlemesine bir analiz yapılmasını sağlar.

Araştırma sürecinde, daha önce gerçekleştirilmiş anketler ve raporlar, tezler detaylı bir şekilde incelenmiştir. Ayrıca, Kazakistan ve Türkiye'deki medya okuryazarlığına yönelik yapılan çabalar, bu çabaların sonuçları ve bu süreçlerin toplumsal etkileri analiz edilmiştir. Bu kapsamlı değerlendirme, medya okuryazarlığı eğitiminin mevcut durumunu ortaya koymakla kalmayıp, olası geliştirme yollarını ve stratejik önerileri de sunmayı amaçlamaktadır.

Betimsel içerik analizi yöntemi, belirli bir konuda ya da alanda yapılan birbirinden bağımsız nitel ve nicel çalışmaların derinlemesine incelenmesi ve düzenlenmesi anlamına gelmektedir. Tam olarak, betimsel içerik analizi, bir metnin içeriğini detaylı bir şekilde inceleyerek, metnin özelliklerini, yapılarını, örüntülerini ve temalarını anlamak için kullanılan bir araştırma yöntemidir. Bu analiz yöntemi, metnin içeriğinin ne hakkında olduğunu, nasıl yapılandırıldığını ve hangi özellikleri taşıdığını belirlemek için kullanılır. İçerik analizi, metni analiz etmek için kullanılan bir dizi farklı strateji için genel bir terimdir. (Powers & Knapp, 2006). Kullanılan kelimelerin eğilimlerini ve örüntülerini, sıklıklarını, ilişkilerini, iletişim yapılarını ve söylemlerini belirlemek için büyük miktarda metinsel bilgiyi göze çarpmadan keşfetmek için kullanılan sistematik bir kodlama ve kategorize etme yaklaşımıdır (Gbrich, 2007).

İçerik analizinin amacı, kimin neyi, kime ve hangi etkiyle söylediğini inceleyerek iletinin içeriğinin özelliklerini betimlemektir (Bloor & Wood, 2006). İçerik analizi, hem verilerin kodlanmasında hem de kodların nicel sayımlarının yorumlanmasında betimsel bir yaklaşım kullanır (Downe-Wamboldt, 1992). Ayrıca, araştırmacılara diğer birçok nitel analiz biçimini yürütmek için temel beceriler sağlayan nitel tamamlayıcı bir yöntem olarak

sunulmuştur. Betimsel içerik analizi genellikle nitel verilerin toplanması ve analiz edilmesi gerektiğinde kullanılmaktadır. Bu analiz yöntemi, sosyal bilimlerde, iletişim araştırmalarında, eğitim araştırmalarında ve diğer alanlarda kullanılan yaygın bir tekniktir. Biz de bu çerçevede, Kazakistan'da yayınlanan medya içeriklerini detaylı bir şekilde inceledik.

Betimsel içerik analizi, Kazakistan medya araçlarının çocukları etkileme biçimlerini belirlemeyi, içeriklerdeki temaları ortaya çıkarmayı ve medya okuryazarlığını etkileyen faktörleri daha detaylı bir şekilde anlamayı hedeflemektedir. Nuri Bilgin'e göre içerik analizi adı altında toplanan teknikler, bu tür bir desen ya da iplik işlevi görmektedir. Hangi türden olursa olsun (gazetelerde yer alan magazin, moda, fikir yazıları, röportaj ve haberler, TV ve radyo programları, çizgi filmler, fotoromanlar, kartpostallar, kişiler arası konuşmalar, anket görüşmeleri, grup tartışmaları, reklam mesajları, müzik parçaları, afiş ve posterler, vb) tüm söylemler, sembolik bir inşa ürünü oldukları ölçüde (zira hepsi de en azından bir dil içerirler), deşifre edilmeyi, kod çözümünü, yorum ve çıkarsamayı gerektirirler (Bilgin, 2006). Bu çalışma kapsamında, Kazakistan'da televizyon programları, çocuk dergileri ve gazeteleri, çevrimiçi içerikler ve diğer medya kaynakları betimsel içerik analizi ile incelenmiştir. Bu analiz, medya okuryazarlığı konusundaki temel sorunları belirlememize ve çocuklar üzerindeki potansiyel etkileri değerlendirmemize olanak tanımıştır.

Betimsel içerik analizi sonuçları, Kazakistan medya araçlarının çocuklara yönelik iletişim stratejilerini ve içerik eğilimlerini detaylı bir şekilde yorumlamamıza imkan tanımıştır. Bu bağlamda, medya okuryazarlığı konusundaki temel sorunları ve çözüm önerilerini belirleme noktasında önemli ipuçları sağlamıştır. Dolayısıyla, araştırmamızın sonuçları, medya okuryazarlığına yönelik geniş bir perspektifi ve güncel bilgileri içeren nitelikli bir analiz sunmayı amaçlamaktadır.

4.5. Araştırma Modeli

Bu çalışmamızda yer alan araştırma modeli tarama modelidir. Tarama modellerinin kullanıldığı araştırmalar veya çalışmalar geçmişte veya günümüzde var olan bir konu veya problem üzerinde değişiklik yapmadan betimlemeyi amaçlayan bir araştırma modelidir (Karalar, 2012). Tarama modeline bağlı olarak betimsel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada nicel ve nitel durumlar beraber gözlemlendiğinde yöntem olarak betimsel içerik analizi yöntemi tercih edilmelidir. Betimsel içerik analizi belli bir konuda çalışmış hem nitel hem de nicel yöntem çalışmalarının amaçlarının ve sonuçlarının neler olduğu ile ilgili sistematik bir çalışma olarak karşımıza çıkmaktadır (Çalık ve Sözbilir, 2014). Bu yöntemin tercih edilmesinin sebebi Türkiye'de 2007-2024 yılları arası medya okuryazarlığı üzerine

yapılmış lisansüstü çalışmaların genel eğilimi hakkında ve bu yıllarda Kazakistan'da yapılmış olan rapor, araştırmalar hakkında sonraki araştırmacılara bilgi vermektir.

4.6. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evreni, Türkiye'de YÖK Ulusal Tez Merkezi'ne kayıtlı olan lisansüstü çalışmalar ile Kazakistan'da yapılan araştırma sonuçları ve raporlarından oluşmaktadır. Bu kapsamda, 2007-2024 yılları arasında YÖK Ulusal Tez Merkezi'ne kayıtlı ve erişime açık olan medya okuryazarlığı temelinde yazılmış 102 yüksek lisans ve 37 doktora tezi olmak üzere toplam 139 lisansüstü çalışma incelenmiştir. Çalışma evrenine dahil edilen tezlerin listesi EK-1 formunda belirtilmiştir. EK-2 formunda ise tez sınıflandırma ve inceleme formu verilmiştir.

Kazakistan'da yapılan araştırmalar, ülkede YÖK Tez Merkezi gibi merkezi bir kurum mevcut olmadığından, internet kaynakları, Kazakistan Cumhuriyeti Milli Kütüphanesi, Al-Farabi Kütüphanesi ve Cambyl Belediye Gençlik Kütüphanesi'nde bulunan verilerle sınırlı kalmaktadır. Ayrıca, bu alanda çalışan araştırmacı hocaların tavsiyeleriyle ulaşılan tez çalışmaları da bu araştırmanın kapsamına dahil edilmiştir.

Bu çalışma kapsamında, Kazakistan'da televizyon programları, çocuk dergileri ve gazeteleri, çevrimiçi içerikler ve diğer medya kaynakları betimsel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Bu evren ve örneklem, medya okuryazarlığı konusundaki temel sorunları belirlememize ve çocuklar üzerindeki potansiyel etkileri değerlendirmemize olanak tanımıştır.

Bununla birlikte, Kazakistan'da medya okuryazarlığına yönelik eğitim programlarının mevcut durumu ve bu programların etkinliği de değerlendirilmiştir. Araştırma, medya okuryazarlığı eğitiminde karşılaşılan zorlukları ve bu alandaki yasal düzenlemeleri ele alarak, Kazakistan'daki medya okuryazarlığı düzeyinin geliştirilmesine yönelik öneriler sunmayı amaçlamaktadır.

4.7. Araştırmanın Bulguları

Yapılan çalışmanın bu kısmında çalışmanın bulgularına yer verilmiştir. Bu araştırma, çok yönlü yöntemleri kullanarak Türkiye ve Kazakistan'da medya okuryazarlığı konusunun araştırılma seviyelerini belirlemektedir.

4.7.1. Türkiye'de Daha Önce Yapılmış Olan Lisansüstü Tezlerin Analizi

Tez çalışmasının bu bölümünde Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi Veri Tabanı'nda 2007-2024 yılları arasında medya okuryazarlığı anahtar kelimesi ile bulunan tez çalışmalarının betimsel içerik analizi yapılmıştır. Türkiye'de 2007-2024 yılları arasında YÖK

Ulusal Tez Merkezi Veri Tabanı'nda medya okuryazarlığı anahtar kelimeleri taratılarak erişilen 139 adet tez bulunmaktadır. Onların 37'si doktora, 102'si ise yüksek lisans tezidir. Çalışmada nicel ve nitel durumlar beraber gözlemlendiğinde yöntem olarak betimsel içerik analiz yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından hazırlanan betimsel içerik analizi formu kullanılacaktır. Araştırma kapsamına alınan çalışmaların yıllara göre dağılımı, yayın türü, konu alanı kısımları ayrı ayrı incelenip tablolara işlenmiştir.

Tablo 4.1. Çalışmaların yıllara göre dağılımı

Yıllar	Frekans	Yüzde
2007	1	0.72
2008	4	2.88
2009	4	2.88
2010	6	4.32
2011	7	5.04
2012	7	5.04
2013	6	4.32
2014	7	5.04
2015	9	6.47
2016	6	4.32
2017	8	5.76
2018	11	7.91
2019	16	11.51
2020	7	5.04
2021	13	9.35
2022	10	7.19
2023	16	11.51
2024	1	0.72
Toplam	139	100

Tablo, 2007-2024 yılları arasında medya okuryazarlığı üzerine yapılan lisansüstü tez çalışmalarının frekansını ve yüzdesel dağılımını göstermektedir. Toplamda 139 tez çalışması incelenmiştir. Verilere göre, 2019 ve 2023 yıllarında en yüksek sayıda tez çalışmasının yapıldığı görülmektedir; her iki yıl da 16 tez çalışması ile toplamın %11.51'ini

oluşturmaktadır. Bu yılları, 13 tez çalışması ile 2021 yılı (%9.35) ve 11 tez çalışması ile 2018 yılı (%7.91) takip etmektedir.

En düşük sayıda tez çalışmasının yapıldığı yıllar ise 2007 ve 2024'tür, her iki yılda da sadece 1 tez çalışması yapılmış ve bu, toplamın %0.72'sini oluşturmaktadır.

Genel olarak, 2015 yılından itibaren tez çalışması sayısında belirgin bir artış olduğu gözlemlenmektedir. Bu artış, medya okuryazarlığı konusunun giderek daha fazla önem kazandığını ve bu alanda yapılan akademik çalışmaların arttığını göstermektedir.

2019 ve 2023 yıllarındaki yüksek frekans, muhtemelen bu yıllarda bu alana yönelik artan ilgi ve akademik çalışmaların yoğunlaşmasıyla ilişkilidir. Ayrıca, 2021 ve 2022 yıllarında da oldukça yüksek sayıda çalışma yapılması, bu eğilimin sürdüğünü ve medya okuryazarlığı konusunun akademik dünyada kalıcı bir öneme sahip olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, tablo verileri, medya okuryazarlığı konusundaki akademik çalışmaların yıllar içinde artan bir eğilim gösterdiğini ve özellikle son yıllarda bu alanda önemli bir yoğunlaşma olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 4.2. Çalışmaların türüne göre (Yüksek Lisans-Doktora) dağılımı

Çalışmanın türü	Frekans	Yüzde
Yüksek Lisans	102	73.4
Doktora	37	26.6
Toplam	139	100

Tablo 5, 2007-2024 yılları arasında medya okuryazarlığı üzerine yapılan lisansüstü tez çalışmalarının türüne göre dağılımını göstermektedir. Toplamda 139 tez çalışması incelenmiştir. Verilere göre, bu çalışmaların büyük bir çoğunluğu yüksek lisans düzeyindedir. Yüksek lisans tezleri 102 adetle toplamın %73.4'ünü oluşturmaktadır. Doktora tezleri ise 37 adetle toplamın %26.6'sını oluşturmaktadır.

Bu dağılım, medya okuryazarlığı konusunun yüksek lisans seviyesinde daha fazla çalışıldığını ve bu alanda daha çok yüksek lisans tezinin yazıldığını göstermektedir. Yüksek lisans düzeyindeki çalışmaların fazlalığı, bu konunun eğitim bilimlerinde lisansüstü düzeyde yaygın olarak ele alındığını ve araştırmacılar tarafından ilgi gördüğünü ortaya koymaktadır.

Doktora tezlerinin sayısının nispeten az olması, bu alanda derinlemesine ve uzun süreli araştırmaların daha sınırlı sayıda yapıldığını göstermektedir. Ancak, doktora tezlerinin oranı (%26.6), medya okuryazarlığı konusunun doktora düzeyinde de önemli bir araştırma alanı olduğunu ve akademik derinlik gerektiren çalışmaların yapıldığını ortaya koymaktadır.

Tablo 4.3. Çalışmaların konu alanına göre dağılımı

Konu Alanı	Frekans	Yüzde
Sağlık Eğitimi	1	0.72
Radyo-Televizyon	10	7.19
Kamu Yönetimi	1	0.72
İletişim Bilimleri	19	13.67
Halkla İlişkiler	7	5.04
Gazetecilik	20	14.39
Eğitim ve Öğretim	79	56.83
Din	1	0.72
Bilgi ve Belge Yönetimi	1	0.72
Toplam	139	100

Tablo 6, 2007-2024 yılları arasında medya okuryazarlığı üzerine yapılan lisansüstü tez çalışmalarının konu alanına göre dağılımını göstermektedir. Çalışmaların büyük bir çoğunluğu «Eğitim ve Öğretim» alanında yapılmıştır. Bu alan, 79 adet çalışma ile toplamın %56.83'ünü oluşturmaktadır. Bu, medya okuryazarlığı konusunun en fazla eğitim ve öğretim bağlamında ele alındığını göstermektedir.

«Gazetecilik» alanında yapılan tez çalışmaları, 20 adet ile toplamın %14.39'unu oluşturmaktadır. Bunu, 19 çalışma ile «İletişim Bilimleri» (%13.67) ve 10 çalışma ile «Radyo-Televizyon» (%7.19) takip etmektedir. Bu durum, medya ve iletişim alanlarının medya okuryazarlığı konusunda önemli araştırma konuları arasında yer aldığını göstermektedir.

Diğer alanlar, nispeten daha az çalışılmıştır. «Halkla İlişkiler» alanında 7 çalışma (%5.04), «Sağlık Eğitimi», «Kamu Yönetimi», «Din» ve «Bilgi ve Belge Yönetimi» alanlarının her birinde ise yalnızca 1 çalışma (%0.72) yapılmıştır. Bu, medya okuryazarlığı konusunun bu alanlarda daha az ilgi gördüğünü göstermektedir.

Sonuç olarak, Türkiye'de medya okuryazarlığı konusunun araştırılması, 2007-2024 yılları arasında önemli bir gelişim göstermiştir. Bu süre zarfında yapılan lisansüstü tez çalışmaları, medya okuryazarlığına olan akademik ilginin giderek arttığını ve bu konunun eğitim, iletişim, gazetecilik gibi çeşitli alanlarda derinlemesine incelendiğini ortaya koymaktadır. Özellikle son yıllarda bu alandaki çalışmaların artması, medya okuryazarlığının toplumsal ve akademik öneme sahip olduğunu ve bu konunun Türkiye'de giderek daha fazla araştırma konusu haline geldiğini göstermektedir. Bu eğilim, medya okuryazarlığının hem

bireysel hem de toplumsal düzeyde bilinçli medya kullanımı ve eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesi açısından kritik bir alan olduğunu vurgulamaktadır.

4.7.2. Gazetecilik Alanında Medya Okuryazarlığı Üzerine Yapılan Tezlerin Analizi

Tablo 4.4. Gazetecilik Alanında Medya Okuryazarlığı Üzerine Yapılan Tezlerin Listesi

No	Yazar	Yıl	Tez adı	Tez türü	Konu
1	SÜMEYYE TANRIKULU	2019	Medya okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı dersinin öğrencilere katkısı üzerine bir araştırma <i>Media literacy and a study on the contribution of media literacy course to students</i>	Yüksek Lisans	Gazetecilik = Journalism ; Halkla İlişkiler = Public Relations
2	İREM EBRU YILDIRIM ŞEN	2019	Z kuşağının sosyal medyayı kullanmaya yönelik tutumlarının sosyal medya okuryazarlığı bağlamında değerlendirilmesi'Eskişehir ölçekli bir araştırma' <i>The assessment of the attitude of the Z generation on the use of social media in the context of social media literacy 'Eskişehir scale research'</i>	Yüksek Lisans	Gazetecilik = Journalism ; İletişim Bilimleri = Communication Sciences
3	YAĞMUR SEMİRİM SABANCI	2018	Sosyal medya okuryazarlığı: Facebook ve Instagram örneği <i>Social media literacy: Facebook and Instagram examples</i>	Yüksek Lisans	Gazetecilik = Journalism ; İletişim Bilimleri = Communication Sciences
4	GÜLSÜM BAŞ	2015	Eleştirel sosyal medya okuryazarlığı bağlamında yeni medyada imaj, görüntü ve beden sunumu <i>Critical social media literacy in the context of new media image and body image presentation</i>	Yüksek Lisans	Gazetecilik = Journalism ; İletişim Bilimleri = Communication Sciences
5	ADALET GÖRGÜLÜ AYDOĞDU	2015	Eleştirel farkındalık yaratmada yeni medya okuryazarlığı ve yeni medya bilinci üzerine bir inceleme <i>A study on new media literacy and new media consciousness for creating critical awareness</i>	Doktora	Gazetecilik = Journalism ; İletişim Bilimleri = Communication Sciences
6	MEHMET ÇELİK	2008	Egemen ideolojinin bir aracı olarak medya ve eleştirel farkındalığın gerekliliği: Medya okuryazarlığı <i>Media as a tool of dominant ideology and the need for critical awareness: Media literacy</i>	Doktora	Gazetecilik = Journalism ; İletişim Bilimleri = Communication Sciences
7	BAŞAK TANRIVERDİ YILMAZ	2019	Türkiye'de sosyal medya okuryazarlığının gerekliliği üzerine bir araştırma <i>A research regarding the necessity of social media literacy in Turkey</i>	Yüksek Lisans	Gazetecilik = Journalism ; Radyo-Televizyon = Radio and Television ; İletişim Bilimleri = Communication Sciences
8	PINAR GÖÇ EDİN	2019	Avrupa mevzuatı ile karşılaştırmalı olarak Türkiye'de medya okuryazarlığı ve karşılaşılan sorunlar <i>Media literacy and problems in Turkey in comparative with the European legislation</i>	Yüksek Lisans	Gazetecilik = Journalism ; Radyo-Televizyon = Radio and Television ; İletişim Bilimleri = Communication Sciences
9	CEVAT PALA	2017	Medya okuryazarlığı: Kavramlar ve kuramlar <i>Media literacy: Concepts and theories</i>	Yüksek Lisans	Gazetecilik = Journalism ; Radyo-Televizyon = Radio and Television ; İletişim Bilimleri = Communication Sciences

No	Yazar	Yıl	Tez adı	Tez türü	Konu
10	UĞUR BAKAN	2010	İlköğretim medya okuryazarlığı dersinin öğrencilerin eleştirel düşünme becerilerine etkisi <i>The evaluation of the effect of critical thinking skills over primary education media literacy courses</i>	Yüksek Lisans	Gazetecilik = Journalism ; Radyo-Televizyon = Radio and Television ; İletişim Bilimleri = Communication Sciences
11	TÜLİN BACAĞIZ	2010	Medya okuryazarlığı dersinde gazete ve dergi kullanımı İzmir'de medya okuryazarlığı dersinin öğrencilerin gazete ve dergi okuma alışkanlıklarına olan etkisi Newspaper and journal usage in media literacy lesson: Determining the effects of the media literacy lesson on students reading habits of newspaper and journal, the case of İzmir	Yüksek Lisans	Gazetecilik = Journalism
12	HAYRETTİN ACAR	2023	Dijital medya okuryazarlığı bağlamında dijital oyunlar ve e-spor faaliyetleri: Üniversite gençleri örneği Digital games and e-sports activities in the context of digital media literacy: A case study of university students	Yüksek Lisans	Gazetecilik = Journalism
13	NEHİR DEVRİM	2023	Yeni medya okuryazarlığı düzeyinin sosyal medyaya güven algısına etkisi The effect of the new media literacy level on the perception of trust in social media	Doktora	Gazetecilik = Journalism
14	ESRA NUR BUĞTEKİN	2022	Dijital medya okuryazarlığı farkındalığı üzerine inceleme: Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi örneği Review on digital media literacy awareness: The case of Atatürk University Communication Faculty	Yüksek Lisans	Gazetecilik = Journalism
15	ŞAHNAZ CİVELEK	2021	Eleştirel medya okuryazarlığı bağlamında meslek liseleri gazetecilik alanı öğrencilerinin sosyal medyayı haber mecrası olarak kullanımlarının diğer öğrencilerle karşılaştırılması Comparison of vocational high school journalism students use of social media as a news center with other students in the context of critical media literacy	Yüksek Lisans	Gazetecilik = Journalism
16	CİHAN ÖZMEN	2020	Türkiyede medya okuryazarlığı ve geleceği And the future of media literacy in Turkey	Yüksek Lisans	Gazetecilik = Journalism
17	FERİDE ALIMCI	2019	Kayserideki anne ve babaların internet medya okuryazarlığı bilinçliliği üzerine bir araştırma A research on internet media literacy awareness of parents in Kayseri	Yüksek Lisans	Gazetecilik = Journalism
18	MARAL NAJAFLI	2018	Ortaöğretim öğrencilerinin TV izleme alışkanlıklarının medya okuryazarlığı bağlamında incelenmesi: Azerbaycan örneği Investigation of the secondary school students in the context of the media literature in the TV monitoring habits: Azerbaijan principles	Yüksek Lisans	Gazetecilik = Journalism
19	AYSEL YILDIZ	2017	Ebeveynlerde medya okuryazarlığı yeterliliği: Ankara saha araştırması Parents' media literacy competency: Ankara field research	Yüksek Lisans	Gazetecilik = Journalism

No	Yazar	Yıl	Tez adı	Tez türü	Konu
20	ERHAN AYDOĞDU	2014	Medya metinlerinin bilinçli okunmasında medya okuryazarlığı dersinin etkisi üzerine bir analiz (Ankara ili örneği) An analysis of the effects of the media literacies course on the conscious reading of the media passages	Yüksek Lisans	Gazetecilik = Journalism

Bu tez çalışması kapsamında, medya okuryazarlığı konusunun gazetecilik alanındaki akademik yansımalarını daha iyi anlamak amacıyla, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nde 2007-2024 yılları arasında gazetecilik alanında medya okuryazarlığı üzerine yazılmış olan 20 tez incelenmiştir. Bu tezler, yıllarına, türlerine ve konu alanlarına göre detaylı bir şekilde analiz edilmiştir.

Yıllara Göre Dağılım

Gazetecilik alanında medya okuryazarlığı üzerine yapılan tezlerin yıllara göre dağılımı şu şekildedir:

2008: 1 tez
2010: 2 tez
2014: 1 tez
2015: 2 tez
2017: 2 tez
2018: 2 tez
2019: 5 tez
2020: 1 tez
2021: 1 tez
2022: 1 tez
2023: 2 tez

Tez Türlerine Göre Dağılım

İncelenen 20 tezden 17'si yüksek lisans tezi, 3'ü ise doktora tezidir. Bu durum, medya okuryazarlığı konusunun daha çok yüksek lisans düzeyinde ele alındığını göstermektedir.

Konu Alanlarına Göre Dağılım

Tezlerde ele alınan konular geniş bir yelpazeye yayılmaktadır:

Gazetecilik ve İletişim Bilimleri: 12 tez

Gazetecilik ve Halkla İlişkiler: 1 tez

Gazetecilik ve Radyo-Televizyon: 5 tez

Yalnızca Gazetecilik: 2 tez

Öne Çıkan Temalar

Tezlerde ele alınan ana temalar arasında sosyal medya okuryazarlığı, eleştirel medya okuryazarlığı, dijital medya okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı derslerinin öğrenciler üzerindeki etkileri öne çıkmaktadır. Özellikle sosyal medya okuryazarlığı ve yeni medya bilinci üzerine yapılan çalışmalar, bu alanın dinamik ve hızla gelişen doğasını yansıtmaktadır.

Araştırma Yöntemleri

Tezlerde kullanılan araştırma yöntemleri arasında nitel, nicel ve karma yöntemler bulunmaktadır. Anket, mülakat ve içerik analizi gibi veri toplama teknikleri sıkça tercih edilmiştir.

Genel Değerlendirme ve Bulgular

Bu analiz, medya okuryazarlığı konusunun gazetecilik alanında önemli bir araştırma konusu olduğunu ve bu alandaki akademik çalışmaların geniş bir yelpazeye yayıldığını göstermektedir. Yıllar içinde artan tez sayısı, medya okuryazarlığı konusuna yönelik akademik ilginin arttığını ortaya koymaktadır. Yüksek lisans tezlerinin çoğunlukta olması, bu konunun daha çok lisansüstü düzeyde incelendiğini göstermektedir.

Sonuç ve Öneriler

Medya okuryazarlığı üzerine yapılan bu çalışmalar, gazetecilik alanındaki akademik literatüre önemli katkılar sunmaktadır. Bu tezlerin bulguları, medya okuryazarlığı eğitiminin önemini vurgulamakta ve gelecekte yapılacak araştırmalar için değerli bilgiler sağlamaktadır. İlerleyen dönemlerde, bu alandaki çalışmaların artarak devam etmesi ve daha çeşitli metodolojik yaklaşımların kullanılması önerilmektedir.

4.7.3. Medya İçeriğinin Medya Okuryazarlığı Üzerindeki Etkisi Analizi

Kazakistan'da yapılan araştırmalar, ülkede YÖK Tez Merkezi gibi merkezi bir kurum mevcut olmadığından, internet kaynakları, Kazakistan Cumhuriyeti Milli Kütüphanesi, Al-Farabi Kütüphanesi ve Cambyl Belediye Gençlik Kütüphanesi'nde bulunan verilerle sınırlı kalmaktadır. Ayrıca, bu alanda çalışan araştırmacı hocaların tavsiyeleriyle ulaşılan tez çalışmaları da bu araştırmanın kapsamına dahil edilmiştir.

Bu çalışma kapsamında, Kazakistan'da televizyon programları, çocuk dergileri ve gazeteleri, çevrimiçi içerikler ve diğer medya kaynakları betimsel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Bu evren ve örneklem, medya okuryazarlığı konusundaki temel sorunları belirlememize ve çocuklar üzerindeki potansiyel etkileri değerlendirmemize olanak tanımıştır.

Bununla birlikte, Kazakistan'da medya okuryazarlığına yönelik eğitim programlarının mevcut durumu ve bu programların etkinliği de değerlendirilmiştir. Araştırma, medya okuryazarlığı eğitiminde karşılaşılan zorlukları ve bu alandaki yasal düzenlemeleri ele alarak,

Kazakistan'daki medya okuryazarlığı düzeyinin geliştirilmesine yönelik öneriler sunmayı amaçlamaktadır.

Kazakistan'da düzenli bir medya okuryazarlığı ders programının bulunmaması, bu tez araştırmasının diğer medya araçlarına odaklanmasına sebep olmuştur. Araştırma, çocuklar, ergenler ve gençlerin medya okuryazarlığına dair becerileri ile bilgi edinme yöntemlerini incelemeyi hedeflemektedir. Araştırmanın başlangıç aşamasında, çocukların en yoğun etkileşimde bulundukları ve bilgi edindikleri medya platformları belirlenmiştir.

Bu tez araştırması kapsamında, veri toplama süreci çeşitli gruplar halinde organize edilebilmektedir. Bu gruplardan en önemlileri şu şekilde sıralanmaktadır:

Yükseköğretim Tezleri: Medya okuryazarlığı konusunda yazılmış yüksek lisans ve doktora tezleri, akademik literatürün önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Bu tezler, medya okuryazarlığı kavramının teorik temelleri ve uygulama alanları hakkında derinlemesine bilgi sağlamaktadır.

Araştırma Projeleri ve Raporlar: Kazakistan'da ve uluslararası alanda yürütülen medya okuryazarlığı araştırma projeleri ve bu projelerden elde edilen raporlar, medya okuryazarlığı eğitimine yönelik önemli bulgular sunar.

Eğitim Materyalleri ve Kılavuzlar: Medya okuryazarlığı eğitimi için hazırlanan öğretim materyalleri, kılavuzlar ve el kitapları, öğretmenler ve eğitimciler için pratik rehberler içermektedir. Bu kaynaklar, medya okuryazarlığı öğretim stratejilerinin geliştirilmesine katkı sağlamaktadır.

Uluslararası İşbirlikleri: Diğer ülkelerle yapılan işbirlikleri ve bu işbirlikleri kapsamında gerçekleştirilen projeler, medya okuryazarlığı konusundaki uluslararası bilgi ve deneyim paylaşımını artırmaktadır.

Bu tez çalışmasında, elde edilen birkaç önemli araştırma raporu ve yayını daha derinlemesine incelemeyi amaçladık. Bu kapsamda analiz edilen kaynaklar şunlardır:

Kazakistan Cumhuriyeti'nde Medya Okuryazarlık Düzeyi Araştırması Sonuçları Raporu (2018): Soros-Kazakistan Vakfı'nın desteğiyle Medya Politikası Enstitüsü tarafından yayınlanan bu rapor, Kazakistan nüfusunun medya okuryazarlık düzeyini değerlendirmektedir.

Orta Asya Ülkelerinde Medya Tüketimi ve Medya Bilgi Okuryazarlığı Üzerine Sosyolojik Araştırmalar (2021): Bu araştırma, Kazakistan, Kırgızistan, Rusya, Ukrayna ve Litvanya'nın gazetecileri tarafından oluşturulan bir grup tarafından yürütülmüş olup, medya tüketimi ve bilgi okuryazarlığı konularında önemli bulgular sunmaktadır.

Kazakistan'daki Yükseköğretim Kurumları için Medya Okuryazarlığı El Kitabı (2019): Üniversite öğretmenleri için hazırlanmış olan bu el kitabı, medya okuryazarlığı eğitiminin geliştirilmesine yönelik pratik bilgileri içermektedir ve Almatı'da basılmıştır.

MediaNet Uluslararası Gazetecilik Merkezi Araştırmaları (2022-2023): Conrad Adenauer Vakfı'nın desteği ile yürütülen bu araştırma, Kazakistan'daki öğrencilerin medya ve bilgi sahibi olma düzeyini değerlendirmektedir. Araştırmanın sonuçları 13 Şubat 2023'te yayınlanmıştır.

4.7.4. Kazakistan'da Yapılan Araştırmalar ve Yayınlar

2018 - Kazakistan'da "Kazakistan Cumhuriyeti'nde Medya Okuryazarlık Düzeyi Araştırması Sonuçları Raporu"

Yayınlayan: Medya Politikası Enstitüsü

Destekleyen: Soros-Kazakistan Vakfı

Kapsam: Kazakistan nüfusunun medya okuryazarlık düzeyinin değerlendirilmesi

2021 - Orta Asya Ülkelerinde Medya Tüketimi ve Medya Bilgi Okuryazarlığı Üzerine Sosyolojik Araştırmalar

Kapsam: Kazakistan, Kırgızistan, Rusya, Ukrayna ve Litvanya

Katılımcılar: Bu ülkelerin gazetecileri

2019 – Kazakistan'da Üniversite Öğretmenleri İçin Medya Okuryazarlığı Üzerine El Kitabı

Yayın yeri: Almatı, Kazakistan

Sayfa sayısı: 250 sayfa

Hedef kitle: Kazakistan'daki yüksek öğretim kurumlarının üniversite öğretmenleri

2019 - Kazakça ve Rusça 9-11. Sınıf Öğrencilerine Yönelik Eğitim Materyali

Katılımcılar: Kazakistan, Kırgızistan, Rusya, Ukrayna ve Litvanya'nın gazetecileri

İçerik: Eğitim materyali ve metodolojik materyal

2022 - MediaNet Uluslararası Gazetecilik Merkezi Araştırması

Destekleyen: Conrad Adenauer Vakfı

Kapsam: Kazakistan'daki öğrencilerin medya ve bilgi sahibi olma düzeyini araştırmak

Araştırma dönemi: 23 Eylül 2022 - 20 Aralık 2022

Sonuç yayını: 13 Şubat 2023

Tezimizin temel amacı, Kazakistan ve Türkiye'de medya okuryazarlığının öneminin artışı ve bu iki ülkede medya okuryazarlığı ihtiyacını gidermek amacıyla gerçekleştirilen çalışmaları derinlemesine analiz etmektir. İnternetin ortaya çıkışı ve sürekli evrimleşen yapısı, medya okuryazarlığına olan ihtiyacı artırmıştır. Bu bağlamda, çalışmamız, Kazakistan ve Türkiye örnekleri üzerinden, medya okuryazarlığının nasıl şekillendiğini ve bu iki ülkede yürütülen medya okuryazarlığı eğitim ve uygulamalarını incelemektedir. Araştırma, medya okuryazarlığının bireylerin medyayı anlama ve medya içeriklerini eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme yeteneğini nasıl geliştirdiğine odaklanmaktadır. İnternetin gelişimi, bu süreçte medya okuryazarlığına duyulan ihtiyaçların ve uygulanan stratejilerin evrimini de şekillendirmiştir. Bu tez, Kazakistan ve Türkiye'de medya okuryazarlığını teşvik etmek amacıyla yapılan akademik çalışmaları, politikaları ve eğitim programlarını kapsamlı bir şekilde ele almakta ve bu çabaların medya okuryazarlığının gelişimine katkısını değerlendirmektedir.

Kazakistan'da, medya özgürlüğü konusunda bazı sıkıntılar yaşanmaktadır. Kazakistan'da medya okuryazarlığına yönelik çeşitli girişimler olsa da, ülkede medya özgürlüğüne yönelik sınırlamaların bulunması, insanların doğru ve tarafsız bilgiye erişmelerini zorlaştırmaktadır.

2021 yılında Internews, USAID tarafından desteklenen bir proje kapsamında Kazakistan, Tacikistan ve Özbekistan'da medya tüketimi ve medya okuryazarlığı üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre kısaca böyle bir durumu kanıtlayabilmekteyiz. Yıllardır televizyon, hakim iletişim kanalı olarak kabul ediliyordu ve Tacikistan ve Özbekistan'da durum hala aynıdır. Tacikistan'da katılımcıların %76,62'si, ülkedeki yaşamla ilgili bilgileri en sık televizyon aracılığıyla aldıklarını belirttiler. Özbekistan'da bu oran %66,29.

Ancak Kazakistan'da 2019'a kıyasla durum önemli ölçüde değişmektedir. Televizyon, bilgi kaynağı olarak sosyal medyaların (%45,7) ve internet sitelerinin (%42,8) ardından artık üçüncü sıradadır (%30,4).

Araştırmanın sonuçlarını tartışırken, medya okuryazarlığı ve medya tüketimi bağlamında incelenen ülkeler arasında genel benzerlikleri ve farkları belirlemek için uluslararası bir analiz yapmak önemlidir. Araştırma, her ülkedeki genel nüfus dağılımını yansıtan bölgesel olarak her üç ülkede de gerçekleştirildi. Sonuç olarak, Kazakistan daha çok

kentselleşmiş, Tacikistan daha çok tarımsal bir ülke ve Özbekistan'da bu dağılımın neredeyse %50/%50 olduğu söylenebilmektedir.

Ülkeler arasındaki farklı ifadelerle karşılaştırma, Kazakistan'da bilgiye ve kaynaklarına güven düzeyinin çok daha düşük olduğunu göstermektedir. Ayrıca, bilgi ve reklamların fazlalığı konusundaki endişelerin daha yüksek olduğu görülmektedir. Tacikistan ve Özbekistan'da ise durum benzerdir, ancak Özbekistan'da bilgi fazlalığı endeksi biraz daha düşüktür, aynı şekilde sosyal medya kullanımı ve propaganda ile reklam algısı da biraz daha düşüktür.

Araştırılan ülkeler arasında, Kazakistan'ın bütünlük endeksine göre orta düzeyde medya okuryazarlığına sahip olduğunu söyleyebiliriz (16,8), Özbekistan sınırlı düşük ve orta düzey arasında (12,2) bir seviyede, Tacikistan'ın ise düşük bir düzeyde olduğunu (11,5) söyleyebiliriz.

Tezimizin önceki bölümlerinde ülkelerin, özellikle Kazakistan'ın genel medya okuryazarlığı hakkında yapılan araştırmalardan bahsedilmişti. Bu bölümde ise yetişkinlerin değil, çocukların medya okuryazarlığı konusunda yapılan araştırmaları ele almayı amaçladık.

Kazakistan'da okullarda düzenli medya okuryazarlığı dersinin olmamasına rağmen bu konuyla ilgili araştırma yapanlar vardır. Ama bu yapılan araştırmalar sayısı yine de yeterli seviyede bulunmamaktadır.

Ele aldığımız bu araştırmayı MediaNet isimli uluslararası gazetecilik merkezi Conrad Adenauer Vakfının desteği ile Kazakistan'daki öğrencilerin medya ve bilgi sahibi olma düzeyini araştırmak için başlatmış. Araştırma, Kazakistan'da 2022 yılında 23 Eylülde başladı ve 20 Aralık'a kadar devam etti. Sonuçları ise çok yakında tam olarak 13 Şubat 2023'te yayınlandı.

9. sınıf öğrencileri arasında çevrimiçi anket yöntemiyle bilgi toplama araştırmanın ana yöntemiydi. Kazakistan okullarındaki öğrencilere kendi kendilerine yanıtlamaları için anketler gönderildi. Anketlere 6800'den fazla öğrenci katıldı. 9. Sınıf öğrencileri arasında yaş farkı vardır. 13-16 yaş arasındaki öğrenciler 9. Sınıfta eğitim almaktadır. Ankete katılan öğrencilerin çoğu 14 ya da 15 yaşındadır.

Araştırmacılar medya okuryazarlığı seviyesi çocukların yaşadığı yere ve cinsiyetine de bağlı olduğunu söz konusu etmektedir. O yüzden ankete katılanların nerede yaşadığı ve cinsel özellikleri araştırmacıların dikkatini çekmektedir. Aşağıdaki şekillerde ankete katılanların coğrafik noktası ve cinsel özellikleri belirtilmiştir.

Veriler toplandıktan sonra analiz edilmek üzere 5922 anket seçilmiştir. Araştırma sonuçları 14-15 yaş arasındaki öğrencilerin %92'sinin mobil interneti kullandığını

göstermektedir. Bu istatistik, Kazakça konuşan öğrenciler arasında özellikle yüksek ve günlük olarak beş saatten daha fazla zaman harcayanların sayısının düşük olduğunu ortaya koymaktadır. İnternet kullanım süresi açısından, anket sonuçlarına göre, 14-15 yaş arasındaki gençlerin %60'ından fazlasının üç saatten daha fazla zaman geçirdiği görülmektedir. İnternet kullanım süresi çocuklar arasında azalırken, özellikle kızlar arasında artış gözlenmektedir.

Bu eğilim dil eğitimiyle de ilişkilidir. Kazakça eğitimi alan okul öğrencileri arasında, internet kullanıcılarının süre açısından daha az olduğunu göstermektedir. Ancak Rusça ve diğer dillerde eğitim alan öğrenciler arasında bu oran daha yüksektir.

Genel olarak, anket sonuçları, öğrencilerin çoğunluğunun internet güvenliğiyle ilgili temel prensipleri bildiğini göstermektedir. Ankete cevap verenlerin %69'u iki faktörlü kimlik doğrulamayı kullandığını belirtmiştir.

Özetlemek gerekirse, araştırma ilerledikçe internetin günlük yaşamdaki önemi daha da belirgin hale gelmiştir. 14-15 yaş arası gençlerin %60'ı günde 3 saatten fazla zamanlarını internet üzerinde geçirmektedir. İlk sırada (80-91%) mesajlaşma uygulamaları, sosyal medya platformları, YouTube gibi etkileşimli kaynaklar yer alırken, bunlar bilgi edinmenin yanı sıra arkadaşlık kurmada da bir yol açmaktadır.

Araştırma sonuçları, gençler arasındaki medya okuryazarlığının artırılması için çeşitli önlemlerin alınması gerektiğini göstermektedir. Bu önlemler arasında, okullarda düzenli medya okuryazarlığı dersleri, öğrencilere güvenli internet kullanımı konusunda eğitim, bilgi kaynaklarını değerlendirme becerilerini geliştirme programları gibi uygulamalar yer almaktadır. Bu çabaların, gençlerin eleştirel düşünce becerilerini geliştirmelerine ve interneti daha bilinçli bir şekilde kullanmalarına katkıda bulunması beklenmektedir.

Bu kaynaklar, medya okuryazarlığı konusundaki bilgi birikimimizi genişletmeye ve bu alandaki mevcut durumun daha iyi anlaşılmasına önemli katkılar sağlamaktadır.

Bu bulgular, tezin ana sorularını yanıtlamak ve önerilerde bulunmak için kullanılmaktadır. Bu tez araştırmasının diğer önemli bulguları da şunlardır:

Araştırma sonuçlarına göre, Kazakistan'daki çocukların medya okuryazarlığı seviyesi genel olarak düşük seviyelerdedir ve geliştirmeye ihtiyacı vardır. Türkiye'deki çocukların medya okuryazarlığı seviyesi Kazakistan'daki çocuklara göre yüksektir.

Araştırma sonuçları, Türkiye'deki medya okuryazarlığı eğitimi uygulamalarının, Kazakistan'daki medya okuryazarlığı eğitimine örnek teşkil edebileceğini göstermektedir. Medya okuryazarlığı eğitimi, çocukların dijital güvenliklerini arttırmalarına yardımcı olabilmektedir.

Bu bulgular, Kazakistan'da medya okuryazarlığı eğitimine yönelik stratejilerin geliştirilmesinde kullanılabilir. Ayrıca, Türkiye'deki medya okuryazarlığı eğitimi uygulamaları, Kazakistan'daki medya okuryazarlığı eğitimine model oluşturabilir.



SONUÇ

Bu Yüksek Lisan tezi, Kazakistan'daki çocukların medya okuryazarlığı seviyelerinin belirlenmesi ve Türkiye'deki medya okuryazarlığı uygulamalarının Kazakistan'da geliştirilmesine yönelik bir analiz içermektedir. Bu çalışma, Kazakistan'da çocukların medya okuryazarlığını geliştirmek için yapılan araştırmaları ve mevcut durumu incelemeyi amaçlamıştır.

Medya, günümüzde çocukların yaşamlarında önemli bir rol oynamakta ve onları olumlu veya olumsuz etkileyebilmektedir. Bu nedenle, çocukların medya okuryazarlığı becerilerini geliştirmek, onları medya mesajlarını anlamaları, eleştirel düşünme becerilerini kullanmaları ve bilinçli medya tüketicileri olmaları konusunda desteklemek önemlidir.

Bu çalışmanın temel amacı da, medya okuryazarlığının çocuklar üzerindeki etkilerini ve Kazakistan'daki medya okuryazarlığı eğitiminin temel sorunlarını incelemektir. Bu tez araştırmasının ortaya koyduğu bulgular, medyanın çocukların fiziksel, psikolojik ve kişisel gelişimine önemli bir etki yaptığını göstermektedir. Televizyon, sinema, radyo, gazete ve internet gibi medya araçlarıyla kurulan ilişkiler, çocukların genel gelişimine derinlemesine etkide bulunmaktadır. Böyle bir sonuca ulaşmak için tezimizde söylem analizi yöntemini kullanarak Kazakistanlı medya araçlarının çocuklara etkisi ele alınmıştır. Çocukların medya ile ilişkilerindeki bu etkileşimler, medya okuryazarlığının önemini ortaya koymaktadır. Medya okuryazarlığı, bu etkileşimleri anlamak, değerlendirmek ve eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşmak için gereklidir. Bu tez çalışmasında sadece Kazakistan, Türkiye değil, diğer ülkelerle yapılan karşılaştırmalarda, medya okuryazarlığı eğitiminin önemli bir fark yarattığı gözlemlenmiştir.

2021 yılında USAID tarafından desteklenen Internews Kazakistan, Tacikistan ve Özbekistan'da medya tüketimi ve medya bilgisi konusunda gerçekleştiren araştırma sonuçların Kazakistan'ın bütünlük endeksine göre orta düzeyde medya okuryazarlığına sahip olduğunu (16,8), Özbekistan sınırlı düşük ve orta düzey arasında (12,2) bir seviyede olduğunu ve Tacikistan'ın düşük bir düzeyde olduğunu (11,5) göstermişti. Fakat dünyadaki diğer gelişmiş ülkelere göre Kazakistan'da medya okuryazarlığı konusunun hala zayıf yönleri çok olduğu bulunmaktadır.

Bu yüzden tez çalışmasının önemli bir bölümü, Kazakistan'da medya okuryazarlığının tarihini, eğitimini, karşılaşılan zorlukları ve çocukların medya okuryazarlığıyla ilgili durumunu detaylı bir şekilde ele almıştır. Araştırma, Kazakistan'da medya okuryazarlığına yönelik mevcut durumu anlamamıza ve bu alandaki eksiklikleri belirlememize yardımcı

olmuştur. Araştırma sonuçları, Kazakistan'da medya okuryazarlığı eğitiminin daha etkili hale getirilmesi için çeşitli önerilere işaret etmektedir. Okul, üniversite ve diğer eğitim kurumlarındaki medya okuryazarlığı eğitiminin güçlendirilmesi, toplumsal farkındalığın artırılması ve medya okuryazarlığına dair yasal düzenlemelerin gözden geçirilmesi önerilmektedir.

Araştırmanın sonuçlarına göre, öğrencilerin çoğunluğu medya araçlarını sıklıkla kullanmakta ve çevrimiçi platformları tercih etmektedir. Ayrıca, öğrencilerin medya okuryazarlığı konusunda eleştirel bir yaklaşım sergiledikleri ve medya içeriklerini tüketmekle kalmayıp aynı zamanda üretmek ve paylaşmak gibi aktif bir rol oynamaya da ilgi duydukları görülmüştür.

Bu araştırma Kazakistan'daki çocukların medya okuryazarlığı seviyelerini belirlemek ve medya okuryazarlığı uygulamalarının geliştirilmesine yönelik bir başlangıç noktası sağlamaktadır. Medya okuryazarlığı eğitimi için bireysel ve toplumsal çabaların artırılması, gelecekte Kazakistan'da medya okuryazarlığının artmasına katkıda bulunabilmektedir.

Elde edilen bulgulara göre, çocukların medya araçlarını kullanma durumları oldukça yüksek olmasına rağmen, medya okuryazarlığı konusunda eksiklikleri olduğu görülmüştür. Araştırma, Kazakistan'daki çocukların medya okuryazarlığını geliştirmek için yapılması gerekenleri belirlemiştir.

Öncelikle, Kazakistan'daki okulların müfredatında medya okuryazarlığına daha fazla yer verilmesi gerekmektedir. Onun için de öncelikli olarak, medya okuryazarlığı eğitimi müfredatının geliştirilmesi ve çocuklara medya okuryazarlığı becerilerini kazandırmak için uygun materyallerin sağlanması gerekmektedir. Bu konuyla ilgili eğitimler verilerek, çocukların medya araçlarını doğru ve etkin bir şekilde kullanmaları sağlanabilmektedir. Bu eğitimler, çocukların medya mesajlarını anlamalarını, medya kaynaklarını eleştirel bir şekilde değerlendirmelerini ve bilinçli medya kullanıcıları olmalarını hedeflemelidir. Ayrıca, medya okuryazarlığı konusunda farkındalık yaratan etkinlikler düzenlenerek, çocukların bu konuda daha bilinçli olmaları sağlanabilmektedir.

Bunun yanı sıra, ebeveynlerin ve öğretmenlerin medya okuryazarlığı konusunda farkındalıklarının artırılması önemlidir. Ebeveynlere ve öğretmenlere yönelik bilgilendirici seminerler ve çalışmalar düzenlenerek, çocukları medya içeriklerine karşı daha bilinçli bir şekilde yönlendirebilmeleri sağlanmalıdır.

Bu Yüksek Lisans tezi, Kazakistan'da çocukların medya okuryazarlığı seviyelerinin belirlenmesine odaklanmış ve Türkiye'deki uygulamaların Kazakistan'da nasıl geliştirilebileceğini analiz etmiştir. Çalışma, Kazakistan'daki çocukların medya ile olan

etkileşimlerini ve bu etkileşimlerin onların gelişimi üzerindeki etkilerini detaylı bir şekilde incelenmiştir.

Medyanın çocuklar üzerindeki etkisi, onların fiziksel, psikolojik ve kişisel gelişimlerini derinden etkileyebilmektedir. Medya araçlarının sunduğu içerikler, çocukların dünya görüşlerini ve sosyal davranışlarını şekillendirmede büyük bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, medya okuryazarlığı eğitimi, çocukların medya mesajlarını anlamalarını ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirmelerini sağlayarak, onları bilinçli medya tüketicileri haline getirebilmek için hayati öneme sahiptir.

Kazakistan, medya okuryazarlığı konusunda orta düzeyde bir seviyeye sahipken, bu alandaki eğitim ve uygulamaların daha da güçlendirilmesi gerektiği görülmektedir. Araştırmalar, Kazakistan'da çocukların ve gençlerin büyük bir kısmının medya araçlarını aktif olarak kullandığını, fakat eleştirel medya okuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesine ihtiyaç duyulduğunu ortaya koymaktadır.

Medya okuryazarlığını artırmak için Kazakistan'daki okullar, üniversiteler ve diğer eğitim kurumlarında medya okuryazarlığı derslerinin müfredata entegre edilmesi, öğretmen ve ebeveynlere yönelik eğitimlerin artırılması ve medya okuryazarlığına dair farkındalık yaratacak kampanyaların düzenlenmesi önerilmektedir.

Türkiye'deki medya okuryazarlığı uygulamaları incelendiğinde, Türkiye'nin bu alanda Kazakistan'a göre daha sistemli ve kapsamlı bir yaklaşım sergilediği görülmektedir. Türkiye'deki çeşitli başarılı projeler ve eğitim programları, Kazakistan'da benzer uygulamaların geliştirilmesi için bir model teşkil edebilir.

Kazakistan, Türkiye'nin tecrübelerinden yararlanarak, medya okuryazarlığı eğitimini daha interaktif ve teknoloji odaklı hale getirebilir. Ayrıca, çocuklara yönelik medya içeriklerinin denetlenmesi ve kalite standartlarının getirilmesi, sağlıklı bir medya tüketimi ortamı oluşturulmasına yardımcı olabilir.

Bu tez çalışması, Kazakistan'da çocukların medya okuryazarlığını geliştirmek için atılması gereken adımları belirlemiştir. Medya okuryazarlığı, çocukların gelecekteki medya deneyimlerini etkileyecek ve onları bilinçli medya kullanıcıları haline getirecektir. Bu nedenle, Kazakistan'da medya okuryazarlığına yönelik çabaların artırılması ve sürdürülmesi büyük önem taşımaktadır.

Medya okuryazarlığı, sadece bir ders programı değil, hayat boyu süren bir öğrenme süreci olarak sunulabilir. Bireyleri medya kaynaklarını bilinçli bir şekilde kullanmaya ve doğru bir şekilde analiz etmeye teşvik eder. Bu nedenle, medya okuryazarlığı dersinin erken yaşlardan itibaren alınması ve yaşam boyu süren bir öğretim prensibi haline getirilmesi

önemlidir. Ailelerin de desteğiyle, bireyler medyayı daha bilinçli bir şekilde değerlendirebilir, medya mesajlarını analiz edebilir ve doğruluğunu araştırabilir. Aynı zamanda, medya okuryazarlığı becerileri gelişen bireyler, yeni medya mesajları üretme konusunda da daha başarılı olabilir. Bu süreç, medya kullanıcılarının farkındalığını artırır ve daha güçlü, eleştirel düşünen bireylerin yetişmesini sağlar.

Son olarak, Kazakistan'da medya okuryazarlığına yönelik yasal düzenlemelerin güncellenmesi ve etkin bir şekilde uygulanması gerekmektedir. Medya kuruluşlarına, çocukları hedefleyen içeriklerin oluşturulması ve yayınlanmasında daha fazla sorumluluk almaları için teşvik edici politikalar ve yönergeler oluşturulmalıdır.

Araştırma sonuçları, Kazakistan'da çocukların medya okuryazarlığına yönelik eğitim programlarının sınırlı olduğunu göstermektedir. Okulların ve üniversitelerin medya okuryazarlığı eğitimine daha fazla odaklanması gerekmektedir. Ayrıca, medya okuryazarlığını destekleyen sivil toplum kuruluşlarının ve medya kuruluşlarının da daha aktif rol oynaması önemlidir.

Bu çalışmanın sınırlılıkları da göz önüne alındığında, daha kapsamlı çalışmalar yapılması gerektiği açıktır. Bu çalışmaya sadece belirli bir ülke ve bölgedeki, belli bir yaş grubundaki öğrenciler katılmıştır. Daha geniş bir örneklem seçilerek ve farklı yaş grupları da dahil edilerek yapılan çalışmaların sonuçları daha kapsamlı ve genel geçer olabilir.

Medya okuryazarlığı konusunda farkındalığın artması için, çocuklarımızın doğru bir şekilde yönlendirilmesi ve eğitilmesi gerekmektedir. Bu konuda yapılacak çalışmaların uzun vadede olumlu etkileri olacak ve çocuklarımızın sağlıklı bir şekilde medya araçlarını kullanmalarını sağlayacaktır.

Bu araştırma, Kazakistan'da çocukların medya okuryazarlığını geliştirmek için yapılması gereken adımları belirlemiştir. Medya okuryazarlığı, çocukların gelecekteki medya deneyimlerini etkileyecek ve onları bilinçli medya kullanıcıları haline getirecektir. Bu nedenle, Kazakistan'da medya okuryazarlığına yönelik çabaların artırılması ve sürdürülmesi önemlidir.

Sonuç olarak, medya okuryazarlığı sadece bir ders programı değil, hayat boyu süren bir öğrenme süreci olarak sunulabilir. Medya okuryazarlığı, bireyleri medya kaynaklarını bilinçli bir şekilde kullanmaya ve doğru bir şekilde analiz etmeye teşvik eder. Bu nedenle, medya okuryazarlığı dersinin erken yaşlardan itibaren alınması ve yaşam boyu süren bir öğretim prensibi haline getirilmesi önemlidir. Bu şekilde, ailelerin de desteğiyle, bireyler medyayı daha bilinçli bir şekilde değerlendirebilir, medya mesajlarını analiz edebilir ve doğruluğunu araştırabilir. Aynı zamanda, medya okuryazarlığı becerileri gelişen bireyler, yeni

medya mesajları üretme konusunda da daha başarılı olabilir. Bu süreç, medya kullanıcılarının farkındalığını artırır ve daha güçlü, eleştirel düşünen bireylerin yetişmesini sağlar.



KAYNAKÇA

- Akçalı, S. İ. (2009). Tüketim Toplumunda Çocukluğun Yitişi. (Ed. Selda İçin Akçalı), *Çocuk ve Medya*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Arslan Cansever, B. (2010). *Ergenlerin Toplumsallaşmasında İnternet Kullanımının Aile ve Okul Bağlamında Yarattığı Sorunlar*. Doktora Tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Arslan, A. (2004). Medyanın Birey, Toplum ve Kültür Üzerine Etkileri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*.
- Arslan, H. (2014). Eleştirel Medya Okuryazarlığı Kapsamında Çocuk Odaklı Haber ve Programlar Üzerine Bir Değerlendirme. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.
- Aslan, N., & Basel, A. (2017). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Medya Okur-Yazarlık Düzeyleri (İzmir Örnekleme). *Kastamonu Eğitim Dergisi*.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal bilimlerde içerik analizi teknikler ve örnek çalışmalar*. (2. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Bloor, M., & Wood, F. (2006). *Keywords in Qualitative Methods: A Vocabulary of Research Concepts* (1st edn). London: Sage Publications.
- Bozkurt, İ (2012). *Medya Okuryazarlığı Dersini Alan Öğrencilerin Medyaya Bakışı: Kayseri Örneği*. Yüksek Lisans. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Büyükbaykal, C. I. (2005). Kitle İletişim Araçları ve Toplumsal Yaşam. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*.
- Büyükbaykal, G. (2007). Televizyonun Çocuklar Üzerindeki Etkileri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*.
- Çalık, M., Sözbilir, M. (2014). İçerik analizinin parametreleri. *Eğitim ve Bilim*, 39 (174).
- Cesur, S., & Paker, O. (2007). Televizyon ve Çocuk: Çocukların Televizyon Programlarına İlişkin Tercihleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*.
- Çerépinskiy, S. İ. (1989). *Eğitim Filmi: Oluşumu Tarihi, Günümüz Durumu, Didaktik İdeaların Gelişme Eğilimleri*. Voronej: Voronej Üniversitesi Yayınevi.
- Downe-Wamboldt, B. (1992). Content analysis: methods, applications, and issues. *Health Care Women Int.*, 313– 321.
- Elma, C., Kesten, A., Dicle, A. N., Mercan, E., Çinkır, Ş. ve Palavan, Ö. (2009). İlköğretim 7. Sınıf Öğrencilerinin Medya ve Medya Okuryazarlığı Dersine İlişkin Tutumları. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*.

- Erdemoğlu, M. (2011). *Görsel Medyadaki giddetin Ortaöğretimin Gençliği Üzerindeki Etkisi*. Yüksek Lisan Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Ertunç, F. (2011). *Çocuk Dünyasında Reklamın Rolü: Televizyon Reklamlarında Çocuklara Yönelik Düzenlemeler*. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Fedorov, A. V. *CIS Ülkelerinde Medya Eğitim Hedefleri: Gelecek İçin Tahmin*.
- Fyodorov, A.V., & Chelysheva, I.V. (2002). *Rusya'da Medya Eğitimi: Kısa Gelişim Tarihi*. Taganrog: Poznaniye.
- Güneş (2013). *Medya Pedagojisi. 1. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı/ 1* (Ed. Haluk Yavuzer, Mustafa Ruhi girin), İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Hobbs, R. (1999). "The seven great debates in the media literacy movement". *Journal of Communication*.
- Internews. (2021). *Kazakistan, Tacikistan ve Özbekistan'da Medya Tüketimi ve Medya Okuryazarlığı: USAID Desteğiyle Yapılan Araştırma*.
- İspir, B. (2013). Yeni İletişim Teknolojilerinin Gelişimi. M. C. Öztürk (Ed.). *Dijital İletişim ve Medya*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- İnan, A. (2013). *Medya Okuryazarlığı Sürecinde Medya, Çocuk ve Ebeveyn İlişkisi*. Doktora tezi.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
- Jols, T., & Thoman, E. (2008). *21. Yüzyıl Okuryazarlığı, Medya okuryazarlığına Genel Bir Bakış ve Sınıf İçer Etkinlikler*. (Çeviren: Cevat Elma ve Alper Kesten), Ankara: Ekinoks Yayınları.
- Kamzin, K. (2012). *Gazetecilik Temelleri: Okuma Kılavuzu*. Almatı: Kazak Üniversitesi.
- Karalar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi* (24. bs.). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Karaman, M., & Karataş, A. (2009). *Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri*. *İlköğretim Online*.
- Ker-Dincer, M., & Yılmazkol, Ö. (2009). Televizyon: Çocuklara "Gerçek Hayat"ı şiddetle Öğreten "Çağdaş Masal Anlatıcısı". *Medya ve Çocuk: Önce Çocuklar Düşlesin Diye*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Kocadaş, B. (2006). *Kültür ve Medya*. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi.
- Koçak, B. (2011). *İlköğretim Yedinci ve Sekizinci Sınıf Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Dersine İlişkin Algıları*. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Kutoğlu, Ü. (2007). "Medya Okuryazarlığı ve Çocuk Eğitimi". *Medya Okuryazarlığı*. İstanbul: Kalemus Yayınları.

- Kuzu, A. (2011). İnternet ve Aile. *Aile ve Toplum Eğitim-Kültür ve Araştırma Dergisi*.
- Levin, D., Arafah, S., Deniz, C. B., & Gottesman, J. (2004). *Navigating the Children's Media Landscape: A Parent's and Caregiver's Guide*. Washington, DC: American Institutes for Research.
- Öcel, N. (2002). *İletişim ve Çocuk, İletişim Ortamlarında Çocuk Reklam ve Etkileşimi*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Pala, C. (2017). *Medya Okuryazarlığı: Kavramlar ve Kuramlar*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Bilim Dalı. Erzurum, Türkiye.
- Pembecioğlu, N. (2006). *Türk ve Dünya Sinemasında Çocuk İmgesi*. Ankara: Ebabil Yayınları.
- Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. (Kendimizi Eğlendirerek Ölüyoruz: Gösteri İşletmesinin Egemen Olduğu Kamusal Söylem).
- Powers, B., & Knapp, T. (2006). *Dictionary of Nursing Theory and Research* (3rd edn). New York: New York: Springer Publishing Company.
- Rootman, I (2004). Health promotion and literacy: implications for nursing. *Canadian Journal of Nursing Research*.
- Sarsar, F., & Engin, G. (2015). Sınıf Öğretmeni Adaylarının Medya Okur-Yazarlık Düzeylerinin Güncellenmesi. *Ege Eğitim Dergisi*, 16(1), 165-176.
- Sultanbayeva, G. S., & Alimjanova, A. B. (2016). *Multimedya Gazeteciliği: Okuma Kılavuzu*. Almatı: Kazak Üniversitesi.
- Şeker, T. (2009). Türkiye'nin İlk Çocuk Televizyonu: Yumurcak TV. *Selçuk İletişim Dergisi*.
- Şeker, T., & Sine, R. (2012). Çocuk Zihnindeki Haber Resmi. *Global Media Journal*, Spring.
- Şimşek İşliyen, F. & İşliyen, M. (2015). *Çocukların Medya Algısının Resimler Üzerinden Analizi*. Global Media Journal TR Edition.
- Şirin, M. R. (2011). Şiddet, Televizyon ve Çocuk Dostu Medya. (Ed. Mustafa Ruhi Şirin). *Çocuk Hakları ve Medya*. İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Tanrıkulu, S. (2019). *Medya Okuryazarlığı Dersinin Öğrencilere Katkısı Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Konya Üniversitesi.
- Taşkıran, N. Ö. (2012). *Medya Okuryazarlığı Avrupa Profili*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Topuz, H. (2016). Medya Eğitimi: Medya Çözümlemesi. (Ed. Melda Cinman Şimşek ve Nurçay Türkoğlu). *Medya Okuryazarlığı*. İstanbul: Pales Yayınları.
- UNESCO'nun "Bilgi Toplumu" adlı Dünya Raporu.

- Vorobyova, A., Eshenaliyeva, A., Rahimov, R., Usenova, B., & Tashybekov, T. (2018). *Kırgız Cumhuriyeti'nde Medya Okuryazarlık Düzeyi Araştırması Sonuçları Raporu*.
- Yeygel, S., & Eğinli, A. (2009). Çocukların Yeni Oyuncağı: İnternet (Çocukların İnternet Kullanımına İlişkin Bir Araştırma). *Marmara İletişim Dergisi*.

İnternet Erişimler

balapan.tv

dergipark.org.tr

- Heins, M. ve Cho, C. (2003). Media Literacy: An Alternative to Censorship. <https://ncac.org/fepp-articles/media-literacy-an-alternative-to-censorship>, (Erişim Tarihi: 26.03.2019).

<http://unesco-kaznu.ucoz.kz/>

<https://medianet.ngo/archives/2450>

https://osis.bg/wpcontent/uploads/2022/10/HowItStarted_MediaLiteracyIndex2022_ENG_.pdf

<https://ru.internews.kz/2020/05/posobie-po-mediagramotnosti-ot-internews-v-kazahstane/>

<https://ru.internews.kz/2021/10/kak-razvivaetsya-mediagramotnost-v-kazahstane-tadzhikistane-i-uzbekistane/>

<https://stat.gov.kz/>

<https://stat.gov.kz/>

<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>

<https://www.broadbandchoices.co.uk/features/internet-accessibility-index>

<https://www.trtavaz.com.tr/haber/tur/avrasyadan/turkmenistanda-medya-forumu-duzenlendi/64391f9f01a30a3a4082772c>

<https://www.youtube.com/watch?v=42GY35Mgyo0>

<https://www.youtube.com/watch?v=42GY35Mgyo0>

<https://www.youtube.com/watch?v=Amhx0Prg-u0>

<https://www.youtube.com/watch?v=Amhx0Prg-u0>

<https://www.youtube.com/watch?v=kDr1iU-De6c>

<https://www.youtube.com/watch?v=kDr1iU-De6c>

<https://www.youtube.com/watch?v=kDr1iU-De6c>

<https://www.youtube.com/watch?v=mRm0NuiRP4Q>

<https://www.youtube.com/watch?v=mRm0NuiRP4Q>

<https://www.youtube.com/watch?v=O1S72Axpov8>

<https://www.youtube.com/watch?v=O1S72Axpov8>

medyaokuryazarligi.gov.tr

www.fio.ru

www.mediaeducation.ru

www.medialiteracy.boom.ru

www.mediaeducation.boom.ru



EK-1: Araştırmaya Dahil Edilen Çalışmalar

Sıra No	Tez adı	Yazarı	Yılı	Türü
1	Medya okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı dersinin öğrencilere katkısı üzerine bir araştırma <i>Media literacy and a study on the contribution of media literacy course to students</i>	SÜMEYYE TANRIKULU	2019	Yüksek Lisans
2	Medya okuryazarlığı dersinin Türkçe öğretimiyle birleştirilmesi sürecinde medya okuryazarlığı dersi öğretmenlerinde bulunması gereken yeterlikler <i>The competencies that the teachers of media literacy course should have during the integration process of media literacy and Turkish language teaching</i>	KADİR KAPLAN	2017	Doktora
3	Medya okuryazarlığı öğretim materyalinin, medya okuryazarlığı becerilerine katkısı <i>Contribution of media literacy teaching material to media literacy competencies</i>	MÜJGAN YAĞMUR İÇELLİ	2017	Yüksek Lisans
4	Türkiye'de medya okuryazarlığı ve öğretim materyalleri 2014 yılı medya okuryazarlığı materyalinin incelenmesi <i>Media literacy and teaching material in Turkey analysis of 2014 year media literacy material</i>	KÜBRA ÖZDEMİR	2015	Yüksek Lisans
5	Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı yeterlikleri ve medya okuryazarlığı dersini yürüten öğretmenlerin karşılaştıkları sorunlar <i>Media literacy competency of secondary students and the problems faced by teachers who conduct media literacy course</i>	LOKMAN SEMİZ	2013	Yüksek Lisans
6	Medya okuryazarlığı dersinde gazete ve dergi kullanımı İzmir'de medya okuryazarlığı dersinin öğrencilerin gazete ve dergi okuma alışkanlıklarına olan etkisi <i>Newspaper and journal usage in media literacy lesson: Determining the effects of the media literacy lesson on students reading habits of newspaper and journal, the case of İzmir</i>	TÜLİN BACAĞIZ	2010	Yüksek Lisans
7	Assessing media literacy: An analysis of university students <i>Medya okuryazarlığının değerlendirilmesi: Üniversite öğrencilerinin analizi</i>	BALKI ÖZDİNÇLER	2023	Yüksek Lisans
8	Guidelines for developing critical media literacy instructional framework: A critical interpretive meta study <i>Eleştirel medya okuryazarlığı öğretim çerçevesi geliştirme kılavuzu: Bir eleştirel yorumlayıcı meta çalışma</i>	BERKAY ÜNDEĞER	2021	Yüksek Lisans
9	The relationship between critical thinking dispositions of prospective English language teachers and their levels of new media literacy <i>İngilizce öğretmen adaylarının eleştirel düşünme eğilimleri ve yeni medya okuryazarlığı seviyeleri arasındaki ilişki</i>	ASLI YAREN YÜZGEÇ	2020	Yüksek Lisans
10	Media literacy policy in Pakistan <i>Pakistan'da medya okuryazarlığı politikası</i>	SANA ZAINAB	2019	Yüksek Lisans

Sıra No	Tez adı	Yazarı	Yılı	Türü
11	Investigating the impact of professional development on Turkish early childhood teachers' professional growth about education for sustainable development through critical media literacy <i>Mesleki gelişim programının eleştirel medya okuryazarlığı aracılığıyla Türk okul öncesi öğretmenlerinin sürdürülebilir kalkınma için eğitim ile ilgili mesleki gelişimlerine etkisinin araştırılması</i>	ŞULE ALICI	2018	Doktora
12	A comparative look at media literacy education in Turkey focusing on the shift to a more critical approach and new media updates in the curriculum <i>Türkiye'de medya okuryazarlığında, eleştirel yaklaşıma olan geçiş ve müfredata yapılan yeni medya güncellemeleri odaklı, karşılatırmalı bir bakış</i>	MERVE GÖYSARI	2016	Yüksek Lisans
13	Pre-service teachers perceptions of media literacy in the department of English language teaching in Turkey <i>İngilizce eğitimi bölümünde okuyan öğrencilerin medya okuryazarlığı algıları</i>	ABDULLAH YÖRDEM	2012	Yüksek Lisans
14	Din eğitiminde medya okuryazarlığı <i>Media literacy in religion education</i>	ESMA ARSLAN PARLAK	2024	Doktora
15	Sosyal bilgiler dersinde ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı becerisinin geliştirilmesi <i>Developing the media literacy skills of middle school students in social studies</i>	GÜLLÜ ASLAN	2023	Doktora
16	Finlandiya'da medya okuryazarlığı eğitimi <i>Media literacy education in Finland</i>	GÜLSEN ATEŞ SAHAR	2023	Yüksek Lisans
17	Medya okuryazarlığı konulu tezlerin meta-sentezi; 2007-2023 yılları arası <i>Meta-synthesis of thesis on media literacy; Between 2007-2023</i>	BERİVAN DEMİR	2023	Yüksek Lisans
18	Dijital öyküleme yoluyla sorumluluk ve özgürlük temelli medya okuryazarlığı becerisine yönelik farkındalık kazandırma <i>Raising awareness of the values of responsibility and freedom by using media literacy skills and digital storytelling</i>	BEYZA KUL KANBUR	2023	Yüksek Lisans
19	Senaryo yazma ve canlandırma yöntemi ile sorumluluk ve özgürlük temelli medya okuryazarlığı becerisine yönelik farkındalık kazandırma <i>Raising awareness of responsibility and freedom based media literacy skills through script writing and animation method</i>	ÇAĞRI KAMACI	2023	Yüksek Lisans
20	Dijital medya okuryazarlığı bağlamında dijital oyunlar ve e-spor faaliyetleri: Üniversite gençleri örneği <i>Digital games and e-sports activities in the context of digital media literacy: A case study of university students</i>	HAYRETTİN ACAR	2023	Yüksek Lisans
21	Sorumluluk ve özgürlük temelli medya okuryazarlığı becerisinin karikatür kullanılarak kazandırılması <i>Gaining responsibility and freedom based media literacy talent with caricatures</i>	İLKUNUR İREM ARAS	2023	Yüksek Lisans
22	Eleştirel medya okuryazarlığı öğretim programının geliştirilmesi <i>Development of a critical media literacy curriculum</i>	PINAR PEDER KELEŞOĞLU	2023	Doktora

Sıra No	Tez adı	Yazarı	Yılı	Türü
23	Yeni medya okuryazarlığı düzeyinin sosyal medyaya güven algısına etkisi <i>The effect of the new media literacy level on the perception of trust in social media</i>	NEHİR DEVRİM	2023	Doktora
24	Teknoloji temalı belgesellerin sosyal medya okuryazarlığının geliştirilmesindeki rolü: Türkiye'de eğitim gören üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma <i>The role of technology-themed documentaries in developing social media literacy: A study on university students in Turkey</i>	ALAA AHMED KHALİL İBRAHİM MADİ	2023	Yüksek Lisans
25	Post-truth çağda yeni medyada gerçeklik: Bireylerin yeni medya okuryazarlığı ve epistemolojik inançları arasındaki ilişkilerin incelenmesi <i>Truth in new media in the age of post-truth: Examining the relationships between individuals' new media literacy and epistemological beliefs</i>	CEM YÜCETÜRK	2023	Doktora
26	Sosyal medya okuryazarlığı bağlamında ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanımları: TikTok örneği <i>Social media use of secondary students in the context of social media literacy: The example of TikTok</i>	MEHMET HALİM ARSLAN	2023	Yüksek Lisans
27	Post-truth çağda medya okuryazarlığı: Yalan içeriklere yönelik bir farkındalık araştırması <i>Media literacy in the post-truth era: A survey on the awareness of false content</i>	LEYLA UÇAR	2023	Doktora
28	Sosyal bilgiler dersinde medya okuryazarlığı aracılığı ile yurttaş gazeteciliği uygulamaları <i>Citizen journalism practices through media literacy in social studies course</i>	BÜŞRA ALTUNTAŞ	2023	Yüksek Lisans
29	Ebeveynlere yönelik bir yeni medya okuryazarlığı programının geliştirilmesi ve değerlendirilmesi <i>Development and evaluation of a new media literacy program for parents</i>	MURAT ÇINAR	2023	Doktora
30	Medya okuryazarlığı ders kitaplarının sosyolojik açıdan analizi <i>Sociological analysis of media literacy textbooks</i>	SEVGİ TİRYAKİ	2022	Doktora
31	Uyuşturucu kullanıcılarının medya ile ilişkileri, medya okuryazarlığı ve sağlık okuryazarlığı düzeyleri <i>Drug users' relation with the media, their media literacy and health literacy levels</i>	FATMA NUR ALADA	2022	Doktora
32	Dijital medya okuryazarlığı: Mersin örneği <i>Digital media literacy: The case of Mersin</i>	AYHAN YİĞİTER	2022	Doktora
33	İlkokul öğrenci, öğretmen ve yöneticilerinin uzaktan eğitim kapsamında medya okuryazarlığı becerilerinin incelenmesi <i>Examination of media literacy skills of primary school students, teachers and administrators within the range of distance education</i>	SEÇİL KANDEMİR KOTAN	2022	Yüksek Lisans

Sıra No	Tez adı	Yazarı	Yılı	Türü
34	Sosyobilimsel konulara dayalı etkinliklerin ortaokul öğrencilerinin akademik başarılarına, medya okuryazarlığına etkisi ve öğrencilerin karar verme süreçlerinin incelenmesi The effect of activities based on socio-scientific topics on the academic success of secondary students and the media literacy and investigation of the decision-making process of the students	ESRA GÜN ŞAHİN	2022	Yüksek Lisans
35	TRT Çocuk yapımlarında medya okuryazarlığı: Dijital Tayfa ve Siberay örneği Media literacy in TRT Çocuk productions: The example of Dijital Tayfa and Siberay	MERYEM MAİDE AĞALDAY	2022	Yüksek Lisans
36	Çocuk medyasında dönüştürülen masalların eleştirel düşünme ve medya okuryazarlığı becerilerine etkisi The effect of tales transformed in children's media on critical thinking and media literacy skills	EMİNE ASLAN	2022	Doktora
37	Etkinlik temelli uygulamaların sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığına yönelik yansıtıcı düşünme becerilerine etkisi The effect of activity-based practices on social studies teacher candidates' reflective thinking skills related to media literacy	AYŞEGÜL YILMAZER	2022	Doktora
38	Dijital medya okuryazarlığı farkındalığı üzerine inceleme: Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi örneği Review on digital media literacy awareness: The case of Atatürk University Communication Faculty	ESRA NUR BUĞTEKİN	2022	Yüksek Lisans
39	Sosyal bilgiler öğretmenlerinin medya okuryazarlığı yeterlilikleri ile eleştirel düşünme eğilimleri arasındaki ilişkinin incelenmesi Investigation of the relationship between social studies teachers' media literacy decencies and critical thinking tendencies	ALEV BULUT AŞIK	2022	Yüksek Lisans
40	Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı algı düzeyleri ve görüşleri: Manisa Celal Bayar Üniversitesi örneği Media literacy perception levels and opinions of social studies teacher candidates: The sample of Manisa Celal Bayar University	NAZAN AKSOY	2021	Yüksek Lisans
41	Okul öncesi öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı ve iletişim becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi Analysis of the relationship between preschool teacher candidates and communication skills with media literacy	SEYİT TURAN DURAK	2021	Yüksek Lisans
42	Medya okuryazarlığı bağlamında dijital oyun kültürüne bakış A look at digital game culture in the context of media literacy	BÜŞRA ŞERBETÇİ HAMİŞ	2021	Yüksek Lisans
43	Yeni medya okuryazarlığı bağlamında teknoloji bağımlılığının incelenmesi: İlköğretim öğrencileri ve ebeveynlerinin davranışsal bağımlılık analizi Investigation of technology addiction in the context of new media literacy: Primary students and behavioral dependency analysis of their parents	NİMET ÖZSEVİNÇ	2021	Yüksek Lisans

Sıra No	Tez adı	Yazarı	Yılı	Türü
44	Eleştirel medya okuryazarlığı bağlamında meslek liseleri gazetecilik alanı öğrencilerinin sosyal medyayı haber mecrası olarak kullanımlarının diğer öğrencilerle karşılaştırılması Comparison of vocational high school journalism students use of social media as a news center with other students in the context of critical media literacy	ŞAHNAZ CİVELEK	2021	Yüksek Lisans
45	Z kuşağının sosyal medya kullanım alışkanlıklarıyla değerlerin incelenmesinde medya okuryazarlığının önemi: Sakarya Üniversitesi iletişim fakültesi örneği In examining the values with the social media usage habits of generation z the importance of media literacy: The case of Sakarya University faculty of communication	YEŞİM YARDIMCI	2021	Yüksek Lisans
46	Dijital bölünme ve yeni medya okuryazarlığının kır ve kent kökenlilik bağlamında incelenmesi Digital division and examination of new media literacy in the context of rural and urban origin	NİLAY TOKTAŞ	2021	Yüksek Lisans
47	Türkiye'de kamunun halkla ilişkiler uygulamaları: Medya okuryazarlığı örneği Public relations practices of government in Turkey: The case of media literacy	GÜLEN SÖNMEZ	2021	Doktora
48	Ortaokul öğretmenlerinin medya okuryazarlığı dersinin amaçları ve dersin öğretiminde karşılaşılan sorunlara ilişkin görüşleri The opinions of middle-school teachers on the objectives of the media literacy course and the problems faced in teaching the course	CENGİZ SARI	2021	Yüksek Lisans
49	Etkili medya okuryazarlığı bağlamında medya metinlerini anlama ve çözümleme: Uygulama örneği Understanding and analysing of media texts within the context of effective media literacy: Practical example	İBRAHİM HALİL NARYAPRAĞI	2021	Yüksek Lisans
50	Ebeveynlerin medya okuryazarlığına dair bilgi düzeyleri ile medya aracılıkları ve dijital oyunların çocuklarına olan etkileri arasındaki ilişkinin incelenmesi Evaluation of the relationship between the media literacy level of parents and the effects of digital games on their children	LARA KIRMUSAOĞLU	2021	Yüksek Lisans
51	Ergenlik çağındaki çocukların internet oyunları oynama alışkanlıklarının sosyal medya okuryazarlığı bağlamında incelenmesi Investigation of adolescent children's playing internet games in the context of social media literacy	MİYASE NUR BAŞ	2021	Yüksek Lisans
52	Sayısal uçurum ve medya okuryazarlığı bağlamında çocukların internet kullanımları: Ankara örneği Children's internet use in the context of digital divide and media literacy: The case of Ankara	MEHTAP UYAR	2020	Doktora
53	Medya okuryazarlığı ve aile değerleri bağlamında televizyonun Türk aile yapısına etkisi The effect of television on Turkish family structure in the context of media literacy and family values	HACER FİLİZ	2020	Doktora

Sıra No	Tez adı	Yazarı	Yılı	Türü
54	Öğretmen ve öğrencilerin yeni medya okuryazarlığını etkileyen faktörlerin incelenmesi Investigation of the factors affecting new media literacy of teachers and students	MEHMET VERGİLİ	2020	Yüksek Lisans
55	Yeni medya okuryazarlığı bağlamında Z kuşağının sosyal medya kullanım alışkanlıkları Social media usage habits of the Z generation in the context of new media literacy	BURÇAK ÖZEL	2020	Yüksek Lisans
56	İzleyicilerin demografik özelliklerine göre medya okuryazarlığının dijital ortamda paylaşılan haberler bağlamında incelenmesi An investigation of media literacy according to the demographic characteristics of viewers in the context of news	BURAK FETTAHOĞLU	2020	Yüksek Lisans
57	Türkiye'de medya okuryazarlığı ve geleceği And the future of media literacy in Turkey	CİHAN ÖZMEN	2020	Yüksek Lisans
58	Medya okuryazarlığı eğitimi perspektifinde 11-13 yaş arası ilköğretim öğrencileri uygulamalı saha çalışması Field work under the perspective of media literacy education for elementary school students between ages 11-13	CANSU COŞAN	2019	Yüksek Lisans
59	Türkiye'de sosyal medya okuryazarlığının gerekliliği üzerine bir araştırma A research regarding the necessity of social media literacy in Turkey	BAŞAK TANRIVERDİ YILMAZ	2019	Yüksek Lisans
60	Türkiye'de ergenlerin medya okuryazarlığı ve 'fake news' farkındalığı ilişkisi The relation between media literacy and 'fake news' awareness of adolescents in Turkey	BETÜL GÜNDOĞAN	2019	Yüksek Lisans
61	Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin tutumları (Adıyaman ili örneği) Attitudes of secondary school students to media literacy (Adıyaman sample)	ABDULLAH YARDIM	2019	Yüksek Lisans
62	Avrupa mevzuatı ile karşılaştırmalı olarak Türkiye'de medya okuryazarlığı ve karşılaşılan sorunlar Media literacy and problems in Turkey in comparative with the European legislation	PINAR GÖÇ EDİN	2019	Yüksek Lisans
63	Medya okuryazarlığı dersine ilişkin öğrenci tutumları ile öğretmen ve öğretmen aday görüşlerinin değerlendirilmesi Studying attitudes of student and opinions of teacher and teacher candidate regarding the media literacy lesson	YASEMİN AKSU	2019	Yüksek Lisans
64	Okul öncesi öğretmenlerinin medya okuryazarlığı algıları üzerine bir inceleme: Erzurum ili örneği An investigation of preschool teachers' perception of media literacy: Case of Erzurum province	MÜBERRA KOÇAK	2019	Yüksek Lisans
65	Sosyal medya okuryazarlığının kültürel farklılık bağlamında incelenmesi: Karşılaştırmalı bir analiz Social media literacy in the context of cultural diversity: A comparative analysis	JEMAL MUSSA ESHETU	2019	Yüksek Lisans
66	Kayserideki anne ve babaların internet medya okuryazarlığı bilinçliliği üzerine bir araştırma A research on internet media literacy awareness of parents in Kayseri	FERİDE ALIMCI	2019	Yüksek Lisans

Sıra No	Tez adı	Yazarı	Yılı	Türü
67	İzmir Bornova ve Karşıyaka halk eğitimi merkezlerinde çalışan öğretmen ve usta öğreticilerin medya okuryazarlığı düzeyleri In İzmir Bornova and Karşıyaka working in adult education centers teachers and master trainers media literacy levels	SERDAR ALINCA	2019	Yüksek Lisans
68	Yeni medya okuryazarlığı açısından ortaöğretim gençliği üzerinde ampirik bir çalışma An empirical study of secondary education youth in terms of new media literacy	EDA HANSU	2019	Yüksek Lisans
69	Toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlı medya okuryazarlığı eğitiminin öğretmen adaylarının toplumsal cinsiyet eşitliğine ilişkin tutumlarına etkisi The effects of gender equality awareness media literacy training on the attitudes of prospective teachers about gender equality	SEVİLAY AYDEMİR	2019	Doktora
70	Z kuşağının sosyal medyayı kullanmaya yönelik tutumlarının sosyal medya okuryazarlığı bağlamında değerlendirilmesi'Eskişehir ölçekli bir araştırma' The assessment of the attitude of the Z generation on the use of social media in the context of social media literacy 'Eskişehir scale research'	İREM EBRU YILDIRIM ŞEN	2019	Yüksek Lisans
71	Medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumları The attitudes of students taking media literacy course towards social media	SERVET TÜRKAN	2019	Yüksek Lisans
72	Medya okuryazarlığı eğitim ve uygulamalarının eleştirel bağlamda, Kanada, Almanya, Norveç'in Türkiye ile değerlendirilmesi Evaluation of media literacy education and practices in critical context with Canada, Germany and Norway with Turkey	MELİS EKŞİOĞULLARI	2018	Yüksek Lisans
73	Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı algılarının incelenmesi Examining the perceptions of the preservice social studies teachers about media literacy	AYKUT ÖZEL	2018	Doktora
74	Sosyal medya okuryazarlığı: Facebook ve Instagram örneği Social media literacy: Facebook and Instagram examples	YAĞMUR SEMİRAMİS SABANCI	2018	Yüksek Lisans
75	Katılımcı yurttaşlık bilincinin geliştirilmesi bağlamında AB ülkelerinde medya okuryazarlığı Media literacy in EU countries in the context of developing participatory citizenship awareness	ASLIHAN DURLU	2018	Yüksek Lisans
76	Öğretmen adayları için medya okuryazarlığı dersi öğretim programı tasarısı Designing a media literacy curriculum for preservice teachers	CAHİT ERDEM	2018	Doktora
77	Sosyal bilgiler öğretmen adaylarına yönelik medya okuryazarlığı eğitimi modeli Media literacy education model for social studies pre-service teachers	HACER DOLANBAY	2018	Doktora
78	Dijital medya okuryazarlığı, gereksinimler ve yenilikçi uygulamalar üzerine bir inceleme Digital media literacy and requirements, a study on innovative practices	ALİ ULUSOY	2018	Doktora

Sıra No	Tez adı	Yazarı	Yılı	Türü
79	Medya okuryazarlığı dersi kapsamında benimsenen yaklaşımlar ve uygulamalardaki aksaklıklar: Kayseri örneği Similar approaches in the scope of media literature course and setbacks in the implementation: Kayseri example	MAHMUT KUTLU	2018	Yüksek Lisans
80	Medya okuryazarlığının toplumsal karşılığı üzerine ampirik bir çalışma (Elazığ ili özelinde akademisyenler ile vatandaşlar arasında karşılaştırmalı bir analiz) An empirical study on the social opportunity of media literacy (A comparative analysis between academicians and citizens in Elazığ city)	MERVE BARUT	2018	Yüksek Lisans
81	Ortaöğretim öğrencilerinin TV izleme alışkanlıklarının medya okuryazarlığı bağlamında incelenmesi: Azerbaycan örneği Investigation of the secondary school students in the context of the media literacy in the TV monitoring habits: Azerbaijan principles	MARAL NAJAFLI	2018	Yüksek Lisans
82	Yetişkin yeni medya okuryazarlığı: Avrupa Birliği ve Türkiye örnekleri Adult new media literacy: the case of European Union and Turkey	BERKAY BULUŞ	2017	Yüksek Lisans
83	Medya okuryazarlığı: Kavramlar ve kuramlar Media literacy: Concepts and theories	CEVAT PALA	2017	Yüksek Lisans
84	Ebeveynlerde medya okuryazarlığı yeterliliği: Ankara saha araştırması Parents' media literacy competency: Ankara field research	AYSEL YILDIZ	2017	Yüksek Lisans
85	Türkçe ve sosyal bilgiler öğretmenlerinin medya okuryazarlığı eğitimi ile ilgili becerileri ve görüşleri Skills and views of turkish and social studies teachers on media literacy education	ŞENAY YILDIRIM	2017	Yüksek Lisans
86	Ortaöğretim öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri (Giresun ili örneği) The media literacy levels of secondary education students (Giresun city sample)	EMRULLAH BANAZ	2017	Yüksek Lisans
87	Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi ve eğitim fakültelerine yönelik bir 'medya okuryazarlığı' eğitim programı tasarısı Determining teacher candidates' media literacy levels and a media literacy training programme for faculties of education	ADEM KARATAŞ	2017	Doktora
88	Öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı ile çevrimiçi bilgi arama stratejileri arasındaki ilişkinin incelenmesi Exploring the relationship between teacher candidates' media literacy and online information seeking strategies	İSMAİL TATAR	2016	Yüksek Lisans
89	Eleştirel medya okuryazarlığı kuramı: Eskişehir okulları ölçeğinde bir alan araştırması The theory of critical media literacy: A field research in the scale of Eskişehir high schools	MEHMET SELAHATTİN OKUROĞLU	2016	Doktora

Sıra No	Tez adı	Yazarı	Yılı	Türü
90	Türkiye'deki medya okuryazarlığı eğitimi için bir uygulama önerisi An application for media literacy education in Turkey	ERDEM KOÇ	2016	Doktora
91	Medya okuryazarlığı dersi kapsamında öğrencilerin, medyaya bakış açılarının değerlendirilmesi: Denizli il örneği Evaluation of students' perspectives on media within the scope of media literacy class: Case of Denizli province	TUĞBA OFLAZ	2016	Yüksek Lisans
92	Medya okuryazarlığı ile ilgili lisansüstü çalışmaların karşılaştırmalı incelemesi: Türkiye, ABD ve Kanada örneği Comparative study of post-graduate studies on media literacy: Turkey, USA and Canadian example	EBRU ARDIÇ	2016	Yüksek Lisans
93	Öğretmen görüşlerine göre yeni medya okuryazarlığı programı A new media literacy programme based on teachers' opinions	PINAR IŞKIN	2015	Yüksek Lisans
94	Eleştirel sosyal medya okuryazarlığı bağlamında yeni medyada imaj, görüntü ve beden sunumu Critical social media literacy in the context of new media image and body image presentation	GÜLSÜM BAŞ	2015	Yüksek Lisans
95	Yeni iletişim teknolojileri bağlamında medya okuryazarlığı Media literacy in the context of new communication technologies	TANER SOLMAZ	2015	Yüksek Lisans
96	Yeni medya okuryazarlığı, iletişim becerileri ve demokratik eğilim: Bir yapısal eşitlik modellemesi New media literacy, communication skills and democratic tendency: An application of structural equation modeling	ESRA BARUT	2015	Yüksek Lisans
97	Medya okuryazarlığı geliştiriminde yeni medya platformlarının kullanımı ve bir örnek inceleme: Media Smart Web siteleri The use of new media platforms in developing the media literacy and a case study: Media Smart Web sites	GÖZDE İSLAMOĞLU	2015	Yüksek Lisans
98	Medya okuryazarlığı becerilerinin ortaokul Türkçe programı içerisindeki yeri ve öğrencilerin medya metinleri üretme becerilerinin değerlendirilmesi The place of media literacy skills in secondary school Turkish lesson curriculum and evaluation of students' skills of producing media texts	HÜSEYİN SAYIN	2015	Yüksek Lisans
99	Medya okuryazarlığı eğitimi: Öğrenci, öğretmen, aile bağlamında örnek bir araştırma Media literacy education: A sample research with respect to student, teacher and family	OYA TAN	2015	Doktora
100	Eleştirel farkındalık yaratmada yeni medya okuryazarlığı ve yeni medya bilinci üzerine bir inceleme A study on new media literacy and new media consciousness for creating critical awareness	ADALET GÖRGÜLÜ AYDOĞDU	2015	Doktora
101	Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersine ilişkin tutumları The attitudes of the secondary school students towards media literacy course	CEYDA NAZA	2014	Yüksek Lisans

Sıra No	Tez adı	Yazarı	Yılı	Türü
102	Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine bakışı: Konya ili örneği Student's viewpoint to media literacy lesson: The case of Konya province	SEMANUR SİVRİTEPE	2014	Yüksek Lisans
103	Medya metinlerinin bilinçli okunmasında medya okuryazarlığı dersinin etkisi üzerine bir analiz (Ankara ili örneği) An analysis of the effects of the media literacies course on the conscious reading of the media passages	ERHAN AYDOĞDU	2014	Yüksek Lisans
104	Medya okuryazarlığı bağlamında çocuk dergileriyle zenginleştirilmiş Türkçe dersinin etkililiği: Bir eylem araştırması Enriched with children journal in the context of media literacy effectiveness of Turkish course: An action research	FATİH TANRIKULU	2014	Doktora
105	İlköğretim öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersine bakış açıları (Ankara - Keçiören örneği) Elementary students media literacy course perspectives (Ankara - Keçiören sample)	SEDA ŞEYMA CANGİN	2014	Yüksek Lisans
106	Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri Primary student's opinion interpretation of media literacy	CİHAN ÖZAY	2014	Yüksek Lisans
107	Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri Media literacy levels of secondary school students	ERHAN GÖRMEZ	2014	Doktora
108	Demokrasi kültürünü geliştirme aracı olarak medya okuryazarlığı: Türkiye uygulaması Media literacy as a tool for developing culture of democracy: The case of Turkey	HÜSEYİN TUĞRUL	2013	Yüksek Lisans
109	Eleştirel pedagoji bağlamında medya okuryazarlığı dersinin işleniş biçiminin incelenmesi Study of media literacy course format in the context of critical pedagogy	MURAT KELEŞ	2013	Yüksek Lisans
110	Medya okuryazarlığı, toplumsal cinsiyet ve kadının medyada temsili Media literacy, gender and representation of women in the media	FATİME SEVİM	2013	Yüksek Lisans
111	Medya okuryazarlığı sürecinde medya, çocuk ve ebeveyn ilişkisi: Ortaokul öğrencilerinin ve ebeveynlerinin televizyon ve internet kullanımlarına ilişkin tutum ve davranışlarının incelenmesi Media, parent-student relationships in the context of media literacy: Examining attitudes and behaviors of middle school students and their parents in relation to the use of television and internet	TAŞKIN İNAN	2013	Doktora
112	Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı dersine yönelik tutumlarının incelenmesi The social sciences teachers' attitudes towards media literacy lesson	GÜLBİYE ÇİNELİOĞLU	2013	Yüksek Lisans
113	Medya okuryazarlığı dersi öğretmen kılavuz kitabının öğretim programı ile tutarlılığının değerlendirilmesi Evaluation of curriculum and consistency of teacher's guide book for the media literacy lesson	MEHMET ÜLKER	2012	Doktora

Sıra No	Tez adı	Yazarı	Yılı	Türü
114	Medya okuryazarlığı dersi alan ve almayan ilköğretim okulu öğrencilerinin medya tüketim alışkanlıkları farklılaşması The differentiation of media consumption patterns of primary school student, who are taking and not taking media literacy course	MEHMET ŞAHİN	2012	Yüksek Lisans
115	Medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin medyaya bakışı: Kayseri örneği Students course field view of media literacy for the media: Example Kayseri	İKBAL BOZKURT AVCI	2012	Yüksek Lisans
116	Asya ve Okyanusya ülkelerinde medya okuryazarlığı eğitimi: Türkiye ve Yeni Zelanda karşılaştırması Media literacy education in Asia and Oceania: Comparison of Turkey and New Zealand	YAVUZ SELİM SÖYLEMEZ	2012	Yüksek Lisans
117	İlköğretim ikinci kademe Türkçe derslerinde medya okuryazarlığı eğitimi: Bir eylem araştırması Media literacy education in primary school second grade Turkish lessons: An action research	SAİT TÜZEL	2012	Doktora
118	İlköğretim ikinci kademe öğretmen ve öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri The opinious of secondary school teachers ans students in media literacy	EMİNE SUR	2012	Yüksek Lisans
119	Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının çok kültürlü bakış açısı geliştirmelerinde medya okuryazarlığı dersinin rolüne ilişkin bir çalışma Affects of media literacy lesson over the social sciences teacher candidates? developing multicultural attitudes	TÜRKAN ÇELİK	2011	Yüksek Lisans
120	İlköğretim II. kademe öğrencilerinin televizyon dizilerindeki mesajları algılamalarında medya okuryazarlığının etkisi The effect of media literacy to the perceptions of secondary school students television series messages	FATİH GÜNER	2011	Yüksek Lisans
121	İlköğretim yedinci ve sekizinci sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersine ilişkin algıları (Erzurum İli Örneği) The perception of media literacy course of the primary students in seventh and eighth grade (Sample from Erzurum Province)	BÜŞRA KOÇAK	2011	Yüksek Lisans
122	İlköğretim sekizinci sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlığı ile sosyal beceri düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi Determining the relationship between media literacy and social skill levels of the eighth grade primary school students	SEDA AKTI	2011	Yüksek Lisans
123	Türkiye'de ortaöğretimde medya okuryazarlığı dersi için bir model önerisi Proposal of a model for media literacy classes in Turkish secondary school education	İBRAHİM E. BİLİCİ	2011	Doktora
124	Katılımcı kültürün oluşumunda yeni medya okuryazarlığı: ABD ve Türkiye örnekleri New media literacies for a participatory culture: USA and Turkey	DIĞDEM SEZEN	2011	Doktora

Sıra No	Tez adı	Yazarı	Yılı	Türü
125	Bir sosyal öğrenme aracı olarak medya ve ahlaki gelişim kuramları açısından medya okuryazarlığına eleştirel bir bakış Media as a social learning tool and a critical view of media literacy from the perspective of moral development theories	VAHİT AĞA YILDIZ	2011	Yüksek Lisans
126	Medya okuryazarlığı dersine ilişkin öğretmen, öğrenci ve veli görüşleri (Samsun ili örneği) Teacher, student and parents' view on media literacy course (Sample of Samsun city)	EDA BÜTÜN	2010	Yüksek Lisans
127	İlköğretim medya okuryazarlığı dersinin öğrencilerin eleştirel düşünme becerilerine etkisi The evaluation of the effect of critical thinking skills over primary education media literacy courses	UĞUR BAKAN	2010	Yüksek Lisans
128	İngiltere ve Türkiye'deki ilköğretim medya okuryazarlığı eğitimi program ve uygulamalarının karşılaştırmalı olarak incelenmesi Comparative examination of primary media literacy curriculums and implementations of England and Turkey	EBUBEKİR ÇAKMAK	2010	Doktora
129	Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri ve medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri Examining media literacy level of teacher candidates and their perspectives on media literacy	TAŞKIN İNAN	2010	Yüksek Lisans
130	Medya okuryazarlığının sosyal bilgiler programlarıyla ilişkilendirilmesi ve öğretim Teaching of media literacy and its integration into social studies curricula	ADNAN ALTUN	2010	Doktora
131	Medya okuryazarlığının görsel kültür ve sanat eğitimi ekseninde çözümlemesi A study of media literacy in accordance with visual culture and art education	HASBİ ASLAN	2009	Yüksek Lisans
132	İlköğretim 6. ve 7. sınıf öğrencilerinde medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme üzerine bir araştırma A research on media literacy and critical thinking of 6th and 7th classes' students in elementary school	SİDE YILDIRIM ANKARALIGİL	2009	Yüksek Lisans
133	Seçmeli medya okuryazarlığı dersi alan ilköğretim ikinci kademe öğrencilerinin ders sonu çıktılarına yönelik bir 'pilot araştırma' Media literacy elective courses field elementary students' second stage course to end outcomes 'pilot study' towards a	SELMA SADRIU	2009	Yüksek Lisans
134	İlköğretim medya okuryazarlığı dersi öğretim programına ilişkin öğretmen görüşleri Teachers' opinions about the curriculum of the media literacy in primary education	SERAP KELEŞ	2009	Yüksek Lisans
135	Bilinçli medya kullanıcıları yaratma sürecinde medya okuryazarlığının önemi The importance of media literacy in the awareness-raising process for media users	SELİN ÇETİNKAYA	2008	Yüksek Lisans
136	Medya okuryazarlığı ders uygulamalarında dünya üzerinde görülen aksaklıklar The deficiencies in media literacy course applications in the world	SEHER ŞEYLAN	2008	Yüksek Lisans

Sıra No	Tez adı	Yazarı	Yılı	Türü
137	Türkiye, Finlandiya ve İrlanda ilköğretim programlarının medya okuryazarlığı eğitimi açısından incelenmesi Examination of Turkey, Finland and Ireland primary school curriculum in terms of media literacy education	ÖZLEM APAK	2008	Yüksek Lisans
138	Egemen ideolojinin bir aracı olarak medya ve eleştirel farkındalığın gerekliliği: Medya okuryazarlığı Media as a tool of dominant ideology and the need for critical awareness: Media literacy	MEHMET ÇELİK	2008	Doktora
139	Ortaöğretim 10. sınıf öğrencilerinin televizyon dizilerindeki mesajları algılamalarında medya okuryazarlığının etkisi The effect of media literacy on perception of television serials' messages for high school 10th grade students	OSMAN YILMAZ KARTAL	2007	Yüksek Lisans

EK-2: Tez Sınıflandırma ve İnceleme Formu

Sıra	İncelenen Durum	Tez 1	Tez 2	Tez 3	
1	Çalışmanın yıllara göre dağılımı				
2	Çalışmanın yayın türüne göre dağılımı				
3	Çalışmanın konu alanı				

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve Soyadı	Dana MARATOVA
EĞİTİM DURUMU	
Lisans diploması	Al-Farabi Kazak Ulusal Üniversitesi 2019 (Kazakistan)
Yüksek lisans diploması	Al-Farabi Kazak Ulusal Üniversitesi 2021 (Kazakistan)
Yabancı dil	Kazakça (ana dili), Rusça (çok iyi), İngilizce (iyi), Türkçe (iyi)
İŞ DENEYİMİ	
15.10.2015 – 11.05.2016	Al-Farabi radyosu (Kazakistan)
06.03.2017 – 31.07.2021	«Ulan» gazetesi, bölüm editörü (Kazakistan)
01.10.2018 – 01.01.2019	Qazaq Media Group 7kun.kz, editör (Kazakistan)
01.04.2019 – 14.02.2020	«Aq Jelken» dergisi, yazar (Kazakistan)
01.05.2019 – 01.05.2022	5Q.Media, gazeteci (Kazakistan)
04.11.2016 – devam	Baribar.kz websitesi, gazeteci (Kazakistan)