



T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

EBEVEYNLERİN MEDYA OKURYAZARLIĞI YETERLİĞİNİN
ÇOCUKLARIN SOSYAL MEDYA KULLANIM DÜZEYİNE
ETKİLERİ: BURDUR İLİ ÖRNEĞİ

Yaşar ESİN
2130236003

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Doç. Dr. Şakir GÜLER

ISPARTA- 2024

TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI





T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “*Ebeveynlerin Medya Okuryazarlığı Yeterliğinin Çocukların Sosyal Medya Kullanım Düzeyine Etkileri: Burdur İli Örneği*” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografyada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.

Yaşar ESİN

02/08/2024



T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-SOYADI	Yaşar ESİN
Öğrenci Numarası	2130236003
Enstitü Ana Bilim Dalı	Gazetecilik Anabilim Dalı
Programı	Gazetecilik Tezli Yüksek Lisans Programı
Programın Türü	(X) Tezli Yüksek Lisans () Doktora
Danışmanının Unvanı, Adı-SOYADI	Doç Dr. Şakir GÜLER
Tez Başlığı	Ebeveynlerin Medya Okuryazarlığı Yeterliğinin Çocukların Sosyal Medya Kullanım Düzeyine Etkileri: Burdur İli Örneği
Turnitin Ödev Numarası	2412787973

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 160 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 02/07/2024 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönergesinin 14 üncü maddesinde yer alan filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

Kaynakçalar hariç, alıntılar dahil, 10 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç;
% 15'tir.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

- (x) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;
Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.
- () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;
Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

02/08/2024
(İmza)
Doç Dr. Şakir GÜLER

(ESİN, Yaşar, *Ebeveynlerin Medya Okuryazarlığı Yeterliğinin Çocukların Sosyal Medya Kullanım Düzeyine Etkileri: Burdur İli Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 2024)

ÖZET

Dijital teknolojiler hayatı kolaylaştırmanın yanı sıra çeşitli olumsuz etkilere de neden olmaktadır. Çocukların aşırı ve bilinçsiz sosyal medya kullanım durumları buna örnek gösterilebilir. Bu doğrultuda sunulan araştırmada ebeveynlerin sahip olduğu medya okuryazarlık düzeyinin çocukların sosyal medya kullanım düzeyine etkisi araştırılmaktadır. 3-12 yaş aralığında çocuğa sahip 404 ebeveyn araştırmaya katılım sağlamıştır. Analizler 383 sağlıklı veri üzerinden gerçekleştirilmiştir. İlişkisel tarama modeli üzerine inşa edilen bu araştırmada veriler regresyon, korelasyon ve fark testleri ile analiz edilmiştir. Ulaşılan bulgular ebeveynin sahip olduğu medya okuryazarlık düzeyinin çocuğun sosyal medya kullanım bozukluğu üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını göstermiştir. Bu bulgular çocukların sosyal medya kullanım alışkanlığı konusunda ebeveyn etkisinden bağımsız, bilişsel bir dünyaya sahip olduklarına işaret ediyor. Tüm bu önemli bulgulara rağmen veriler kesitsel toplandığı için sonuçlar tüm ebeveyn ve ilgili yaş kümesindeki çocuklar üzerine genellenememektedir. Çocukların sosyal medya kullanımlarını anlamada ebeveynlerin dijital okuryazarlığının rolünü anlama açısından sunulan tez önem taşımaktadır, bu konuda halen yeni araştırmalara ihtiyaç duyulduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: internet, medya okuryazarlığı, anne baba medya okuryazarlığı, medya okuryazarlığı eğitimi, sosyal medya, burdur

(ESİN, Yaşar, *Effects of Parents' Media Literacy Competency on Children's Social Media Usage Level: Burdur Province Example*, Master's Thesis, Isparta, 2024)

ABSTRACT

In addition to making life easier, digital technologies also cause various negative effects. Excessive and unconscious social media use situations of children can be shown as an example of this. In the research presented in this direction, the effect of the media literacy level of parents on the level of social media use of children is investigated. 404 parents with children between December 3-12 years of age participated in the study. The analyses were performed on 383 healthy data. In this research, which is based on the relational screening model, the data were analyzed with regression, correlation and difference tests. The findings showed that the media literacy level of the parent did not have a significant effect on the social media use disorder of the child. These findings indicate that children have a cognitive world independent of parental influence on their social media usage habits. Despite all these important findings, the results cannot be generalized to all parents and children of the relevant age group because the data are collected cross-sectionally. The thesis presented in terms of understanding the role of parents' digital literacy in understanding children's social media use is important, it is thought that new research is still needed on this issue.

Keywords: Internet, media literacy, parents' media literacy, media literacy education, social media, burdur,

İÇİNDEKİLER

TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI	i
YEMİN METNİ	ii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar DİZİNİ	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	x
KISALTMALAR DİZİNİ	xi
GİRİŞ	1

1. BÖLÜM

MEDYA OKURYAZARLIĞI: TANIM, KAPSAM VE BECERİLER

1. MEDYA OKURYAZARLIĞI EĞİTİMİ.....	8
1.1. Medya Okuryazarlığı Eğitimini Gerekli Kılan Nedenler	16
1.2. Medya Okuryazarlığı Eğitiminin Temel Amaçları.....	21
2. MEDYA OKURYAZARLIĞI İLKELERİ	27
2.1. Patricia Aufderheide'ye Göre Medya Okuryazarlığı İlkeleri	28
2.2. Len'e Göre Medya Okuryazarlığı İlkeleri	32
2.3. Cyndy Scheibe ve Faith Rogow'a Göre Medya Okuryazarlığı İlkeleri	35
3. MEDYA OKURYAZARLIĞININ TARİHSEL GELİŞİMİ.....	40
3.1. Türkiye'de Gelişimi.....	41
3.2. Dünyada Gelişimi	47
4. EBEVEYN VE ÇOCUK İLİŞKİSİ ÖZELİNDE MEDYA OKURYAZARLIĞI	54

2. BÖLÜM

MEDYA VE ÇOCUK

1. ÇOCUKLARDA SOSYAL MEDYA KULLANIM AMAÇLARI.....	61
2. ÇOCUKLUK GELİŞİM DÖNEMLERİNDE MEDYA KULLANIMININ ETKİLERİ.....	63
2.1. Bilişsel Gelişime Yönelik Etkiler	64
2.2. Duygusal Gelişime Yönelik Etkiler.....	67
2.3. Davranışsal Gelişime Yönelik Etkiler	70
3. DİJİTAL MEDYADA RİSKLER.....	71
3.1. Ticari Amaç Barındıran Riskler	72
3.2. Şiddet Barındıran Riskler	73
3.3. Cinsellik Barındıran Riskler	75

3.4. Toplumsal Değerlere Dair Riskler.....	75
4. ÇOCUKLARDA TEKNOLOJİ BAĞIMLILIĞI	76
4.1. Bağımlılığa Yönelik Belirtiler	80
4.2. Bağımlılığı Etkileyen Faktörler	81
4.3. Çocuklarda Mevcut Dijital Medya Kullanım Durumu.....	83
5. DİJİTAL ÇAĞDA EBEVEYNLİK	86
5.1. Dijital Ebeveynlerin Rollerini	87
5.2. Ebeveynlerin Endişeleri.....	91

3. BÖLÜM ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

1. ARAŞTIRMANIN KONUSU	94
2. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	94
3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	95
4. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ	96
5. ARAŞTIRMANIN DEĞİŞKENLERİ	96
6. ARAŞTIRMA MODELİ.....	99
7. KAPSAM VE SINIRLILIKLAR.....	99
8. EVREN VE ÖRNEKLEM.....	100
9. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI VE ARAŞTIRMA TANIMLARI.....	102
9.1. Medya Okuryazarlığı Ölçeği	102
9.2. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği.....	103
10. ARAŞTIRMANIN UYGULANMASI	103

4. BÖLÜM ARAŞTIRMA BULGULARI

1. ARAŞTIRMA DEĞİŞKENLERİNİN TEST EDİLMESİNE YÖNELİK BULGULAR	105
1.1. Eğlence Amacına Duyarlı Medya Okuryazarlığı Ölçeğine Yönelik Güvenilirlik, Faktör ve Geçerlilik Analizleri	105
1.1.1. Güvenilirlik Analizi	105
1.1.2. Faktör Analizi	105
1.2. Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeğine Yönelik Güvenilirlik, Faktör ve Geçerlilik Analizleri.....	107
1.2.1. Güvenilirlik Analizi	107
1.2.2. Faktör Analizi	107
1.3. Normallik Testlerine Yönelik Bulgular	108
2. ARAŞTIRMA PROBLEMLERİNİN TEST EDİLMESİNE YÖNELİK BULGULAR	110

TARTIşMA VE SONUÇ.....	123
KAYNAKÇA	132
ÖZGEÇMİş.....	148



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Araştırma Değişkenleri	97
Tablo 2. Araştırma Örneklem Tablosu.....	101
Tablo 3. Eğlence Amacına Duyarlı Medya Okuryazarlığı Ölçeğine Yönelik Güvenilirlik Analizi Tablosu.....	105
Tablo 4. Eğlence Amacına Duyarlı Medya Okuryazarlığı Ölçeğine Yönelik Faktör Analizi Tablosu.....	105
Tablo 5. Toplam Açıklanan Varyans Tablosu.....	106
Tablo 6. Açıklayıcı Faktör Analizi Tablosu	106
Tablo 7. Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeğine Yönelik Güvenilirlik Analizi Tablosu	107
Tablo 8. Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeği Faktör Analizi	107
Tablo 9. Toplam Açıklanan Varyans Tablosu.....	108
Tablo10. Araştırma Değişkenlerine Yönelik Tanımlayıcı (Descriptives) Değerler	109
Tablo 11. Ebeveynlerin Medya Okuryazarlığının Kendi Çocuklarının Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Etkisi Tablosu	111
Tablo 12. Ebeveynlerin Sahip Olduğu Eğitim Seviyesine Göre Çocuklarının Sosyal Medya Kullanımı Farklılaşması Tablosu.....	112
Tablo 13. Ebeveynlerin Medeni Durumuna Göre Çocuklarının Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Farklılaşması Tablosu	112
Tablo 14. Çocuğun Cinsiyetine Göre Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Farklılaşması Tablosu.....	113
Tablo 15. Çocuğun Okul Öncesi Bir Eğitim Kurumuna Gidip Gitmeme Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Farklılaşması Tablosu	113
Tablo 16. Ebeveynin Mesleki Alanına Göre Çocuğunun Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Farklılaşması Tablosu	113
Tablo 17. Çocuğun En Çok Vakit Geçirmeyi Tercih Ettiği Platforma Göre Sosyal Medya Kullanım Durumu Farklılaşması Tablosu.....	114
Tablo 18. Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu TUKEY Analiz Tablosu	114

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Araştırma Modeli.....	99
Şekil 2. Medya Okuryazarlığı Değişkeni Histogram Grafiği	109
Şekil 3. Medya Okuryazarlığı Değişkeni Normal Q-Q Plot Grafiği	110
Şekil 4. Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Değişkenine Yönelik Normal Q-Q Plot Grafiği	110
Şekil 5. Araştırmaya Katılan Ebeveyn Frekans Analizi	115
Şekil 6. Araştırmaya Katılan Ebeveyn Eğitim Seviyesi Frekans Analizi- 1.....	115
Şekil 7. Araştırmaya Katılan Ebeveyn Eğitim Seviyesi Frekans Analizi -2.....	116
Şekil 8. Araştırmaya Katılan Ebeveyn Yaş Frekans Analizi -1.....	116
Şekil 9. Araştırmaya Katılan Ebeveyn Yaş Frekans Analizi -2.....	117
Şekil 10. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Medeni Durum Frekans Analizi.....	117
Şekil 11. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Eşinin Hayatta Olup/ Olmadığı Frekans Analizi	118
Şekil 12. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Çocuğunun Yaş Frekans Analizi-1	118
Şekil 13. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Çocuğunun Yaş Frekans Analizi-2	119
Şekil 14. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Çocuğunun Cinsiyet Frekans Analizi ...	119
Şekil 15. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Çocuğunun Kendi Hariç Kardeş Sayısı Frekans Analizi-1.....	120
Şekil 16. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Çocuğunun Kendi Hariç Kardeş Sayısı Frekans Analizi-2.....	120
Şekil 17. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Çocuğunun Okul Öncesi Eğitim Kurumuna Gitme Frekans Analizi-1	121
Şekil 18. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Çocuğunun Vakit Geçirmeyi En Çok Sevdiği Sosyal Medya Platformu Frekans Analizi-2.....	121
Şekil 19. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Çocuğunun Vakit Geçirmeyi En Çok Sevdiği Sosyal Medya Platformu Frekans Analizi-3.....	122

KISALTMALAR DİZİNİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ANOVA	: Tek yönlü varyans analizi
BTK	: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
EU KİDS	: Avrupa Çevrimiçi Çocuklar Projesi
EU	: Avrupa Komisyonu
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
SPSS	: Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı / Statistical Package for the Social Sciences
TRT	: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurulu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü / United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
V.b	: Ve benzerleri

GİRİŞ

Teknolojinin günümüz dünyasında hızla gelişim göstermesi, farklı birçok teknoloji ürünü araç gerecin kitlelerin hayatına girmesi ile bireyler yaşanan dijitalleşmenin etkilerini yakından hissetmeye başlamışlardır. Dijitalleşmenin bireylerin kullanımına sunduğu medya ve sosyal medya ile teknoloji insan topluluklarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Yetişkin bireyleri etkileme gücüne sahip medya ve sosyal medya, son dönemlerde özellikle çocuklar ve gençler arasında giderek yaygınlaşmaktadır. Sosyal medya kullanım yaşının çok erken yaşlara kadar inmesi ve bu mecralara erişim kolaylığına sahip olunması sosyal medyanın çocuklar ve gençler üzerindeki etki alanını artırmaktadır. Bu durum çocukların gelişim sürecini ve toplumsal etkileşimlerini derinden etkilemektedir. Sosyal medya sahip olduğu gücüyle çocuklara bilgiye hızlı erişim, iletişim kurma, eğlenceli vakit geçirme imkânı sunmasının yanı sıra bazı risk ve tehlikeleri de beraberinde getirmektedir. Bu sebeple ebeveynlerin sosyal medyanın olası tehdit ve olumsuzluklarına karşı bilinçli olması elzemdir. Medya okuryazarlığı yeterliliği, çocukların sosyal medya kullanımını etkileyip etkilemediğine dair araştırmalar gelecek nesillerin sağlıklı teknoloji kullanımı açısından da önem arz etmektedir.

Bu noktadan hareketle sunulan tez araştırmasında toplumun geleceğine rehberlik eden ebeveynlerin sahip olduğu ‘medya okuryazarlığı’ düzeyinin nasıl seyrettiği ve bu seviyenin çocukların sosyal medya kullanım alışkanlıkları üzerinde ne gibi bir etkiye sahip olduğu araştırılmaktadır.

Zira medya okuryazarlığı, bireylere medyanın sunduğu içerikleri kavrama, değerlendirme ve eleştirel bir gözle analize etme becerilerini kazandırmaya yönelik ortaya çıkmış bir kavramdır. Çocuklarına karşı birtakım sorumlulukları olan ebeveynlerin, çocuklarının sosyal medya kullanım alışkanlıklarını yönlendirebilme ve muhtemel risklerden koruma konusundaki rollerini şekillendirme medya okuryazarlığının bir misyonudur. Ebeveynin medya okuryazarlığı yeterliliğinin çocuğunun sosyal medya kullanım düzeyi ve bozukluğuna olan etkisinin olumlu ya da olumsuz sonuçlarına yönelik fikir sahibi olmak adına araştırma, Burdur ilinde

yaşayan ve 3-12 yaş arası çocuğa sahip ebeveynler üzerinde uygulanmış olup elde edilen sonuçlar literatür eşliğinde sunulmaktadır.

Çalışmanın akışı şu aşamaları takip etmektedir; ilk bölümde medya okuryazarlığının kavramsal ardalana dair bileşenler sunulmaktadır, ikinci bölümde medya ve çocuk ilişkisi etraflıca irdelenmektedir. Üçüncü bölümde ise tezin metodolojisine dair prosedür aktarılarak araştırma bulguları okuyuculara sunulmaktadır. Tartışma ve sonuç bölümünde ise ilgili bulgular literatür eşliğinde tartışılarak çalışma öneriler ile sonlandırılmaktadır. İlgili bulguların alan yazına ve okuyuculara katkı sağlaması temennilerimle.



1. BÖLÜM

MEDYA OKURYAZARLIĞI: TANIM, KAPSAM VE BECERİLER

Medya, kitle iletişim araçlarınca toplumsal iletişime olanak sağlayan, yönlendiren önemli bir güçtür. Bu doğrultuda medya tarihsel periyotta incelendiğinde içinde, radyo, televizyon, tiyatro, kaset, video-kaset, yakın tarihe gelindiğinde ise internet gibi dijital iletişim teknolojisi ürünü çeşitli araç ve gereçleri barındıran bir yapıdır. Medya kapsamında yer alan her araç ve gerecin kendine has özelliği sayesinde kitlelere sunulmak istenilen mesajlar uygun araç vasıtası ile daha etkili bir formda iletilebilmektedir (Aziz, 2012:118). Medya, iletilerin farklı formlarda üretilmesini ve dağıtımını amaçlayan, sosyal, ekonomik ve kültürel oluşumlardır (Hall, 1999: 236). Verileri kanallar aracılığıyla hedef kitleye ulaştıran mekanik ya da dijital tüm araçlar bu kapsam içinde yer alabilir (Levin vd., 2004: 6). İlgili kavramı daha geniş bir yelpazede ele alan ve sermaye unsuruna atıfta bulunan tanımlar incelendiğinde ise medya şu şekilde tanımlanmaktadır; “farklı türdeki mesajları, birbirinden bağımsız niteliklere sahip insan topluluklarına, kendi belirlediği yayıncılık kriterlerine göre şekillendirerek ve faaliyet gösterdiği iletişim kanalları vasıtasıyla yayan araçlar bütünüdür” (Mora, 2008: 5-6). Haberleşmeyi sağlamak amacıyla ortaya çıkan tüm iletişim araç ve gereçlerine atıfta bulunularak çeşitli tanımlamalar yapılagelmiştir (İlköğretim, 2007: 29).

Medya iletileri bünyesinde; simge, resim, fotoğraf gibi görsel unsurların yanı sıra ses ve ses efekti, müzik gibi işitsel olanakları da barındırır. Klip, sinema filmi gibi görsel ve işitsel fonksiyonları aynı anda icra eden multimedya özelliklerine de sahiptir, tüm bu unsurların birleşiminden oluşmaktadır (Çakmak, 2013: 212). Medya insan yaşamına dair genel çerçeveyi de değiştirmiştir. Uzak mesafeler arasında iletişimi mümkün kılmış, birden fazla insanın aynı anda bilgilenmesine aracılık etmiştir. Bu sebeple medya ve iletişim araçları kitleler için vazgeçilmez bir hale gelmiştir. Bireylerin sosyal yaşantılarının sürekliliği için de sosyal yaşam alanlarını kolaylaştırıcı bir rol üstlenmiştir (Tuncer, 2013:9).

Medya gelişim süreci açısından geleneksel ve dijital iletişim teknolojileri bağlamında iki bölümde ele alınmaktadır. Gerek dijital medya araçları gerek konvansiyonel platformlar kamunun bilgilendirilmesinde önemli bir rol üstlenmiştir. Altun (2007) demokratik sistemlerde düşünce ve basın özgürlüğüne dikkat çekerek medyanın kamuoyu için temel hak ve talepleri görünür kılmadaki fonksiyona dikkat çeker. Öte yandan yönetim kademeleri de kamuoyunun bilgilendirilmesi ve koordine edilmesi hususunda bu araçlardan efektif olarak yararlanmaktadır (s.30).

Artan nüfusa bağlı olarak farklı iletişim engelleri ortaya çıksa da yeni iletişim araçları iletişim engellerini aşmaya yönelik çeşitli fırsatlar sunmuştur. Örneğin akıllı cihazların ve anlık mesaj teknolojilerinin gelişimiyle birlikte, yüz yüze iletişim azalsa da bireyler teknoloji aracılığıyla ziyaret ve buluşmaları dijital düzleme taşıyarak yeni bir alternatif geliştirmişlerdir. Bu süreçte oluşan yetersizliği giderebilmek ve insanlara alternatif iletişim yolları sunabilmek için teknoloji tasarımcıları ve büyük şirketler de rekabet içine girmişlerdir (Balcı ve Gergin, 2008: 146-147)

Tarihsel açıdan ele alındığında ise kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışı 1450'li yıllardaki ilk basılı kitapların ortaya çıktığı dönemlere rast gelmektedir. Yakın tarihe gelindiğinde ise 20.yüzyılın ilk bölümünde televizyon-radyo ve yine aynı yüzyılın son bölümünde ise internetin bulunarak bireylerin hayatına girmesi ile devam etmektedir (Aziz, 2012: 119). Kitle iletişim araçlarından önceki dönemlerde bilgiye ulaşabilmek bireyler için büyük bir sorundu ancak gelişen teknoloji aracılığıyla kitle iletişim araçları bu sıkıntıları büyük oranda gidermeyi başarmıştır. İnternet ile artık globalleşen dünyanın farklı bir noktasındaki gelişmelerden bireyler anında haberdar olmakta ve dünyayı saran veri akışına dâhil olabilmektedir. Medya araçları artık kitleleri kuşatıp, sağladığı faydalar sayesinde kendine bağımlı hale getirmiştir. Işık'ın da (2000: 15) belirttiği gibi kitle iletişim araçları, büyük bir hızla büyüyen dünya ile etkileşimini kaybeden insanoğlunun, dünya ile etkileşimini yeniden oluşturmaya olanak sağlamıştır.

Bostancı (1998:149) bireyin sosyal yaşantısına giren medya organlarının önemini ortaya koymak için şunları belirtmiştir; “*Medyayı takip etmezsek sanki yaşantımızın dışına çıkacağız, yaşıyor olmayacağız, görme, işitme, konuşma*

duyularımızı kaybedeceğiz korkusu taşıyoruz”. Bu tanımlamanın da belirttiği üzere medya, bireylerle ve bireyleri oluşturan kitlelerle ayrılmaz bir bütün olmayı başarmıştır. Zira 21. yüzyılda radyo, televizyon, sinema, yerini yaşanan teknolojik gelişmeler neticesinde bilgisayar ve internet gibi dijitalleşen kitle iletişim araçlarına bırakmıştır. Bu da geleneksel medyanın yerini dijital medyaya bıraktığının önemli bir göstergesidir (Tüzel, 2012:90). Dolayısıyla dijital teknolojilere de kapsamlı bir muhakeme yeteneğinin edinilmesi, dijital okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesi gibi bir ihtiyaç hasıl olmuştur. Dijital okuryazarlık kavramına geçmeden önce okuryazarlık kavramına yakından bakmak faydalı olacaktır.

Okuryazarlık kelime anlamına göre değerlendirildiğinde, yazılı olarak ortaya konulan sembolleri, belirli bir uyum içinde, anlaşılır bir biçimde okuyup, bir anlam çıkarmayı ifade etmektedir. Sembollerin yazıya dökülmüş şekillerini, okuyup, anlam yüklemek okuryazarlık yetisine sahip olmayı gerektirir (İnal, 2009 36).

Okuryazarlık başlangıçta sembol, harf ve yazı ya da çeşitli yazılı metinleri ses aracılığıyla dile getirerek anlamlandırma olarak ortaya çıksa da çağımıza geldiğinde yaşanan teknolojik gelişmeler sonucunda (temelinde aynı misyona sahip olmasına rağmen) daha karmaşıklaşmış ve çoklu ortam okuma ve yazma becerilerine dayalı farklı okuryazarlık türleri ortaya çıkmıştır (Aşıcı, 2009: 15). Okuryazarlık türlerine yönelik olarak Gürdal (2000) şunları belirtmektedir: *“Bilim, bilgisayar, coğrafya, dünya, matematik, teknik okuryazarlık gibi okuryazarlıklar dışında bunlara ilave olarak çağımızda yaygınlaşmış olan farklı bir okuryazarlık anlayışı daha oluşmuştur. Bu okuryazarlık medya ve medyanın içeriklerine karşı eleştirel bir bakış açısı geliştirmeyi amaç edinen ‘medya okuryazarlığıdır’”* (s.178).

Medyanın etkilerine karşı bilinçlenmiş ve içeriklerin analizi hakkında yeterlilik sahibi olmuş bir birey olmak çağımızın önemli ödevlerindendir. Bu durum geleneksel okuryazarlık bilincinden farklı olarak medya okuryazarlığı bilincine sahip olmayı gerektirmektedir. Okullarda okuma yazma öğrenilmesiyle başlayan temel eğitimin yanı sıra, medyanın sunmuş olduğu mesajları analiz edebilen bir okuryazarlık eğitime yönelik ihtiyaç modern yöneticilerin sorumluluğundadır (Sadriu, 2009: 2).

Medya okuryazarlığı bilincine sahip olan bir birey olmayı başarabilmek sorumluluklarının farkında olan yetkin bir yurttaş olmanın gereğidir. Bu bilinçle hareket etmeyi bilen bir birey medyanın etkilerine karşı farkındalık içinde olmaktadır. Nitekim medya çok katılımcı bir yapıya sahip olduğundan yararlı bilgiler kadar zararlı bilgiler de medya aracılığıyla dolaşıma sokulabilmektedir. Yalnızca bir tarafın çıkarını koruyan asimetrik mesajlar kullanıcıların asgari medya okuryazarlığı becerilerine sahip olmalarını gerektirmektedir. Yetişkin bireyler, çocuklar ve diğer tüm kullanıcıların bu durumun farkında olması elzemdir. Zira yoğunlaşan bu ileti sarmalı içinde bireylerin güvenilir bilgiyi ayırt edecek yetiye sahip olmaları beklenir. Bu da medya okuryazarlığı eğitime, bireylere medya mesaj ve içeriklerini analiz edebilme yetisi kazandırması nedeniyle elzemdir (İnal, 2009: 14). Böyle bir gerekliliğin toplum tarafından da farkına varılması sonucu medya okuryazarlığının iletişim bilimleri içinde yer alması ve hızla yayılmasının önü açılmıştır. Medya okuryazarlığı, klasikleşmiş okuryazarlık kavramından farklı işleve sahip olan, dijitalleşme, popüler kültür ve iletişimi bir bütün halinde sentezleyerek içinde yer veren ve bu kavramların içselleştirilerek analiz edilmesi odaklı bir misyonu olan terim olarak kendisine yer bulmuştur (akt. Gömleksiz vd., 2012: 45).

Genel bir tanım ile medya okuryazarlığı medyanın sunduğu mesajlara erişebilmek, bilişsel olarak bu mesajları analiz edebilmek, analiz sonucu değerlendirmelerde bulunmak ve iletmek olarak tanımlamak mümkündür (Koltay, 2011: 212). Brüksel Deklarasyonunda aktarıldığı üzere (2013); medya okuryazarlığı, medyaya erişebilme imkânına sahip olmak, medyanın kitle iletişim araçlarıyla sunmuş olduğu içeriklerinin farklı yönlerini anlamak, analiz etmek ve çeşitli bağlamlarda iletişim süreçleri yaratmaktır. Medya okuryazarlığı bireye basılı ve dijital medyayı anlayabilme, değerlendirebilme ve analiz etme yetileri sağlayan önemli işlevleri olan bir öğretiler bütünü olarak nitelendirilmektedir (Aufderheide, 1992). Klasik okuryazarlık kavramından farklı olarak eleştirel bir düşünme yeteneği olarak düşünülmelidir (Aydoğdu 2017). Medyanın benimsemiş olduğu politikalar doğrultusunda sunduğu iletilerin farkında olma, anlamlandırabilme ve bunlar hakkında yorumlama yapabilme yeteneğine sahip olmak olarak yorumlanmaktadır (Güleç, 2019). Medyanın hedef kitlesi konumunda olan bireylerin, seyrettikleri, okudukları, anlamlandırdıkları hakkında sorular sorması ve bu soruların cevaplarına

göre zihinsel bir sentezde bulunması medya okuryazarlığının temel yapı taşlarından birisidir. Geleneksel okuryazarın tümünün, medyanın oluşturduğu sanal ve cezbedici etkiler hakkında net çıkarımlarda bulunduğunu ifade etmek mümkün değildir. Bu durum kişinin medya ve etkilerine karşı savunmasız kalmasına ve kolay etkilenmesine sebep olabilmektedir. Böylesi bir sorunun önüne geçebilmek amacıyla da medya okuryazarlığı eğitimi temel bir rehber rolü üstlenmektedir.

Okuryazarlık kavramı ile medya okuryazarlığı kavramları alan yazında birbiriyle bağdaştırılabilen iki kavram olarak yer alsa da arasındaki farkların en önemlilerinden biri de medya okuryazarlığının bireyde medya iletilerini analiz etme ve analiz sonuçları doğrultusunda kendisi için yararlı bir takım özgün çıkarımlar da bulunma yeteneğinin kazandırılmasını sağlamasıdır. Var olanı olduğu gibi kabullenip etkisi altına girmek yerine; neden? niçin? nasıl? hangi nedenle? gibi sorulara cevaplar arayarak eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmek medyanın kaynak, kitlelerin hedef olarak nitelendirildikleri iletişim süreçlerine yeni bir soluk kazandıracaktır (akt. Gömleksiz vd, 2012: 45).

Medya okuryazarlığı, medyanın hedefi durumundaki yurttaşların medya aracılığı ile kendilerine dayatılan bilgileri, olduğu gibi benimsemeyerek, yurttaşlara eleştirel bir bakış açısı kazandırabilmeyi amaç edinmektedir. Konuyla alakalı olarak Söylemez (2012) medya okuryazarlığının tanımını yaparken medya okuryazarlığının geleneksel yayın yapan yazılı basın ile gün yüzüne çıktığını, medya tarafından okuyucu kitleye verilen iletileri analiz etme, çözümleme ve anlamlandırabilme olarak yorumlamıştır. Medya okuryazarlığı bireye medya yoluyla maruz bırakıldığı mesajların hemen kabullenilmesi yerine belirli bir bilişsel süzgeçten geçirilerek, verilerin analiz edilmesi yetisini kazandırmaktadır. Medya okuryazarlığı medyaya ve kitle iletişim araçları vasıtasıyla oluşturdukları içeriklere karşı çeşitlilik gösteren farklı bakış açıları geliştirilmesi gerekliliğini ön plana çıkartırken medyanın ne ifade ettiğini ve içeriklerle alakalı soru sorulması yeteneğinin kazanılmasını amaç edinir.

Medya okuryazarlığı eğitimi almış bireylerden oluşan toplumların, dijitalleşen mecralarda karşılaşılan herhangi bir ileti ve enformatik içerik karşısında daha duyarlı ve sistematik davrandığı yadsınamaz bir gerçektir. Bireyin kendini kolay ve özgür bir biçimde ifade edebilmesi, sosyal hayatta daha bilinçli ve olumlu

hareket etmesini sađlarken, medyada dűzeltilmesi gereken olumsuz yűnler konusunda algı oluřturulmasında űnemli role sahiptir (Arslan 2015: 72). Gűnűműz kořullarında medyada veri hızının ve aktarımının gittikçe artması, sunulan verilerin dođruluđunun veya yanlış olduđunun ayırımının yapılmasını gűçleřtirmektedir. Dođruluđu kesinleřmiř veriye ulařmak için medya araçlarının dođru kullanımının űđretilmesi amacıyla medya okuryazarlıđı bűyűk bir űneme sahiptir (Karaman 2016: 334). Medya okuryazarlıđının istendiđi űlűde ve nitelikte kitleler űzerinde etkili olması için kavramın insan hayatına adaptasyonu űnemsenmektedir. űrneđin dijital okuryazarlık eđitimlerinin ders műfredatlarına girmesi yahut bu konudaki formasyon eđitimlerinin zorunlu tutulması gibi uygulamalar giderek yaygınlařan uygulamalar arasındadır.

1. MEDYA OKURYAZARLIğI EğİTİMİ

Medya, iletmiř olduđu iletiler ile insan topluluklarının gűnlűk yařantısında űnemli bir yer edinmiřtir. Yetiřkin bireylerin yanı sıra medyanın zararlı etkilerine karřı daha savunmasız olan çocukların medya okuryazarlıđı bilinci kazanabilmesi amacıyla okullarda ilgili eđitimin verilmesi zaruri bir ihtiyaç halini almıřtır. Çocukların medya okuryazarlıđı konusunda bilinç dűzeylerinin arttırılması amacıyla dűnya genelinde birçok farklı űlkede medya okuryazarlıđı eđitimini içeren dersler zorunlu hale gelmiřtir. Bu geliřmelerden Tűrkiye’de etkilenmiř olup aynı amaç ekseninde Tűrkiye’de de bu eđitim medya okuryazarlıđı dersi kapsamında 2007-2008 eđitim-űđretim dűneminde űlke genelindeki tűm okullarda seçmeli ders olarak űđrencilere sunulmaya bařlamıřtır (Aydeniz, 2011; Alpaydın 2011). 2012 yılında Radyo Televizyon űst Kurulu (RTűK) tarafından dűzenlenen çalıřtayda medya okuryazarlıđı dersinin űđrenci, űđretmen ve aile bađlamında ele alınarak, kamu kuruluřları, STK’lar ve medya kuruluřlarının medya okuryazarlıđı sűrecine katılmalarının gerekliliđi űzerinde durulmuřtur. 2013 yılında ise konuyla alakalı olarak “*İlkűđretim űđrencilerinde Medya Okuryazarlıđı Bilincinin Geliřtirilmesi ve Medya Okuryazarlıđı Dersine Yűnelik İřbirliđi Protokolű*” imzalanarak *Medya Okuryazarlıđı Dersi űđretim Materyali* hazırlanması yűnűnde karar verilmiřtir ve hazırlanan űđretim materyali 2014-2015 eđitim-űđretim yılında faaliyete geçmiřtir (RTűK, 2022). Bu dűnemde ayrıca Bilgi Teknolojileri ve İletiřim Kurumu

Tarafından bir platform olan guvenlioyuna.org.tr medya okuryazarlığı bağlamında dijital oyunların olumlu ya da olumsuz yönlerini ortaya koyarak ebeveyn eğitimi ön planda tutan çalışmalar başlatmıştır. Sonraki süreçte Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tarafından kurulan “Güvenli İnternet Merkezi” ile kamuoyunu internetin tehlikelerinden korumak, daha güvenilir, doğru ve amacına uygun internet kullanımı konusunda çocukları, gençleri ve ebeveynleri bilinçlendirme amacı güdülmüştür (Güvenli İnternet Merkezi, 2022).

Medya okuryazarlığı eğitiminin temelinde; medya unsurlarından gelen iletilere karşı bireylerin farkındalık seviyesini artırma’ ideali yer almaktadır. Teknolojik ürünlerin insan hayatına yoğun şekilde nüfuz ettiği günümüzde medya okuryazarlığı; bilgiye dijitalleşen cihaz ve araçlar aracılığıyla ulaşmayı, kavramayı ve değerlendirmeyi zorunlu kılmaktadır (Solmaz ve Yılmaz, 2012). Bu amaç doğrultusunda medya okuryazarlığı eğitiminin büyük bir öneme sahip olduğu, iletişim alanında bilimsel çalışmalar yapan iletişim uzmanları, kitle iletişim araçlarından toplum lehine etkin bir biçimde faydalanabilmenin önemi üzerinde durmaktadırlar. Bununla birlikte kitle iletişim araçların amacına uygun kullanımı için bilinçli kullanım biçimleri geliştirme ve bu mecralarda sorun yaratabilecek olası olumsuz etkilerinden korunabilme için ilk yaşlardan itibaren iletişim kaynaklı eğitim sürecinin başlatılması gerektiğinin önemi vurgulanmaktadır (Ertürk ve Gül, 2006: 47). Çocuk yaştaki bireylerde aile içi ebeveynler rehberliğinde başlayan “medya okuryazarlığı bilinci” eğitimleri sonrasında okul kurumları aracılığıyla sürmektedir. İlgili eğitim ile çocuklara dayatılan mesajlara eleştirel gözle bakma yeteneği, ayrıştırıcı mesajların farkındalığı ve bu mesajlara karşı bilinçli farkındalık geliştirebilme yeteneği kazandırılması amaçlamaktadır (Yılmaz, 2007: 34). Medya okuryazarlığı medya mecralarından bireylere yönlendirilen iletilere ulaşma, analizlerde bulunma ve iletme yeteneği olarak nitelendirilebilirken, medya okuryazarlık eğitimi ise medyada var olan bilgi kirliliği içinde gerçeğe ulaşabilmeyi hedeflemektedir. Bu eğitimin çocuk yaşta verilmesi öğrencilerin yetişkin yaşamlarını da ileride sağlıklı sürdürebilmelerine aracılık etmektedir (Tallim, 2009).

Medya okuryazarlığı eğitiminin önemini Thoman ve Jols (2008) beş başlık altında sıralamaktadır:

1) Medya okuryazarlığı, bireye kendini ifade etme, eleştirel düşünme becerileri kazandırarak, bir yurttaş olarak bireyin demokratikleşme sürecinde, siyasal sınıflandırma yapabilen, toplumsal tartışmaları anlayan, seçim süreçlerinde karar verebilen hal almasına,

2) Medyanın mesaj yoğunluğu altında bireyin yaşantısını imajlardan uzak güvenli bir biçimde sürdürmesine,

3) Medyanın davranış, inanç ve düşüncelerimizi şekillendirmedeki gücünün farkına varılmasını sağlayarak, ortaya çıkabilen medya bağımlılığından bireyin kurtulmasına,

4) Temelinde görsellik olan iletişimin farklı tabakalarının ne şekilde okunacağını öğrenebilmesine

5) Bilginin kaynağını ve amacını anlama konusunda bireyin farklı görüşlere erişmesini sağlamada yardımcı olmaktadır (Jols& Thoman, 2008: 14)

Medya okuryazarlığı bilincine sahip bir birey olabilmek, medya sahiplerinin amaçlarının farkına varılmasında, medyanın okunması, mesajların farkına varılması, değerlendirilmesinde önemli avantajlar sağlamaktadır (Volčić, 2003). Bireyin medya tarafından sunulan bilginin içinde gizlenen realiteyi görebilmesi, medyanın oluşturduğu veri sarmalına ait parçaların ayrı ayrı neler ifade ettiğini bilişsel süreçlerle çözümleyebilmesi, yorumlaması, analiz etmesi bireye avantaj sağlamaktadır. Günümüzde medya okuryazarlığı bilgiye teknolojik araçlar vasıtasıyla ulaşmayı, farkına varmayı, değerlendirmede bulunmayı zorunlu kılmaktadır (Solmaz ve Yılmaz, 2012).

Teknolojinin her geçen gün artan olanaklarından faydalanarak medyanın sunduğu içeriklere erişme, içerikler üzerine araştırmacı, eleştirel zihinsel süreçler geliştirme yetisi kazanma, medya okuryazarlığının ‘okuma’ kısmına karşılık gelmektedir (Karahisar, 2014; Karaman, 2016). Medya okuryazarlığı kavramsal olarak yeni bir terimmiş gibi algılansa da bir çalışma alanı ve bilimsel bir disiplin olarak 20.yüzyıl’ın ilk dönemlerine kadar dayanmaktadır. Medyaya yön veren iletişim araçlarının pedagojik bir etkisi ve faydasının olduğunun anlaşılmasının ardından dünya üzerinde pek çok ülke öğretim müfredatlarında bu araçların amacına uygun kullanımına yönelik medya okuryazarlığı eğitimine yer vermeye başlamıştır.

Medyanın gerçekte olan bir bilgiyi kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirme, çarpıtma, propaganda, gerçekdışı bilgilendirme, var olanı farklı anlamlarda sunma gibi bazı olumsuz suçlamalara maruz kalması, medyanın gücünün ve farklı yöntemlerle denetim altında olması zorunluluğunun açık bir göstergesi olmuştur (İnal, 2016: 20). Bu doğrultuda UNESCO tarafından 1970’li yılların sonlarından itibaren medya okuryazarlığı eğitime verilen önem giderek artmaya başlamıştır. Bu artışa neden olan en önemli etkenlerden biri medyanın 19. yüzyıldan itibaren kamusal söylemde bulunma amacı güden bir yapısının olmasıdır. Kitle iletişim araçlarından televizyonun icadıyla sese görüntünün eşlik etmeye başlaması ve görüntü kullanım gücünün kazanılmasıyla medya kavramı önem kazanmaya başlamıştır. İlerleyen süreçte aynı anda birçok yerde ulaşılabilirliğinin sağlamış olduğu avantajla medya hem söylem alanını genişletmiş, hem de olumlu ve olumsuz toplum üzerindeki tüm etkilerini arttırmıştır(Altun, 2011: 86). 1992 yılında düzenlenen Medya Okuryazarlığı Ulusal Liderlik Konferansı’nda medya okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı için eğitimin gerekli olduğu şu şekilde alan yazına kazandırılmıştır. Medya okuryazarlığı gerek basılı gerekse elektronik medyayı anlama, üretme ve medya içeriklerinin veya mesajlarının anlamlarını sorgulamada, kitlelere yardımda bulunmayı amaçlayan bir sistematik bir oluşum olarak ifade edilmiştir. Medya okuryazarı olabilmek için ise bireyin basılı yayınlar yapan, geleneksel veya elektronik medyanın kodlarını deşifre edebilme, değerlendirme, analizde bulunma ve üretmede yeterliliğinin geliştirilmesi gerektiği üzerine kararlar alınıp kamuoyuna sunulmuştur.

Medyanın etkilerine karşı eğitilmiş ve donanımlı olabilmek medya okuryazarlığının temelini oluşturmaktadır Aufderheide (2001: 79) medya okuryazarlığın eğitimini estetik takdir ve ifade, donanımlı vatandaşlık, benlik saygısı, sosyal savunuculuk ve tüketici yetkinliğinin birlikte yer aldığı geniş bir yelpaze görevi gördüğünü savunmaktadır. Medya pedagojisi hiyerarşik olmayan, eleştirel düşüncüyü özendiren, demokratik, grup ve eylem merkezli olmayan bir öğretim türü olmalıdır (akt. Frechette, 2002: 29-30). Kelner’e göre ise medya okuryazarlığı eğitimi katılımcı ve eleştirel bir nitelikte olup katılım sağlanabilmelidir. Medya okuryazarlığı derslerinde eleştirel nitelikte tartışmalara yer verilmeli, eğitimciler eleştirelliği destekleyici farklı ortamların oluşmasına katkı sağlamalıdır. (Kellner,

www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/) Tanrıverdi ve Apak (2010), Medya okuryazarlığı eğitiminin bireyleri medyanın olumsuz etkilerinden koruma anlayışının yanında, medyanın sunduğu mesajları analiz etme, sorgulama ve üretme anlayışının kabul edildiği bir beceri kazandırma eğitimi olarak benimsenmesi gerektiği ifade edilmektedir

Medyaya karşı eğitimli olmak demek ise sadece televizyon ve internet kullanımı üzerine eğitim kazanmak olarak anlaşılmamalıdır. Bu iletişim mecraları dışında kalan ama insan hayatında önemli bir yer tutan gazete, radyo, basılmış kitaplar ve farklı içerikler barındıran daha pek çok iletişim aracı medya eğitiminin bir parçası durumundadır. Kamuoyunu oluşturan ve medya unsurlarının hedefi konumunda olan bireylerce, okuduğu gazetelerin içeriğini oluşturan haberlere, sosyal yaşantısında pek çok çevrede dinlediği radyo programlarının ya da okumuş olduğu kitapların içeriklerine yönelik anlamlı zihinsel analizlerinde bulunmak medya eğitiminin ana unsurlarındandır (Kıran, 2020: 39). Yeni medya araçları olarak kitlelerin kullanımına sunulan televizyon, internet gibi kitle iletişim araçlarının giderek yayılan kullanımı medya okuryazarlığının bu araçlarla daha yakından bağdaştırılmasına sebep olmuştur. Bu iletişim araçlarının bireye sunduklarından hareketle bilinçli, eleştirel, sorgulayıcı nitelikte bir medya okuryazarı olabilmenin temel gerekliliği iyi bir okuyucu olabilmektir. İyi bir medya okuyucusu olabilmekte ise medya okuryazarlığı eğitimi almak yadsınamaz bir öneme sahiptir. Medya okuryazarlık eğitimi sonucu okuryazarlık becerileri kazanmış olan birey öncelikle kendine medya aracılığıyla sunulan mesajlara kuşkuya yaklaşır ve mesajın içeriğini analiz ederek amacının farkına varabilir. Birey var olan mesajı bilinçli ve gerekçeli olarak kabul etme ve reddetme yetisini medya okuryazarlığı eğitimi ile kazanmış olacaktır.

Dijitalleşen medyaya hizmet eden kitle iletişim araçlarının bireyler üzerindeki etkileri düşünüldüğünde, olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz etkilerinden de söz edilmektedir. Bireyler günümüzde özellikle dijital medya tabanlı başta sosyal medya platformlarını benliklerini ortaya koyabilecekleri bir alan olarak görürken, özellikle genç yaştaki bireyler bu mecralarda kendilerini yansıtan ayrıntıları daha yoğun ve sık bir biçimde yansıtabilmektedir (Güler Vd. 2022).

Yeni medya çağının sunduğu internet teknolojileri ve mobil teknolojiler önemli bir ihtiyaç halini almıştır. İletişim tarihine genel olarak bakıldığında ortaya çıkan her kitle iletişim aracının, kendinden önceki kitle iletişim aracından çok daha fazla kitleleri etkileme potansiyeline sahiptir. Ancak genel kapsamda her kitle iletişim aracının az ya da çok farklı etkileme gücüne sahip olduğu bilinmektedir (Kırık 2017 :1). Günümüzde dijitalleşen teknolojilere paralel olarak aile bireyleri üzerinde ve özellikle çocuklarda internetin güçlü bir etkisinden söz etmek mümkündür. Bu etkide çocuğun ve ailenin kendi aralarındaki ilişkileri ve sosyal etkileşimleri ile ailelerin diğer aileler ile sosyal ve kültürel ilişkileri, aile ve çocuğun sosyal dış çevre ile etkileşimleri gibi farklı pek çok alanda medyanın etkisi görülmektedir (Alav O. 2020:1). Dijitalleşen teknolojinin bireylere kendilerini ifade etme fırsatı ve alanları sunması, bireylerin özgürleşmesine katkı sunan bir olgu olarak görülmesini sağlamaktadır. Fakat dijital dünyanın kodlardan oluşması bu mecralarda yapılan tüm eylemlerin ardından buralarda dijital bir iz bırakılması bireylerin tüketim alışkanlıklarından, politik görüşlerine, ilgi alanlarından hobilerine birçok farklı parametreyi içinde barındıran veriler olarak depolanabilmesi dijital medyanın olumsuz etkileri olarak gözlenmektedir. (Atabey 2023:2) Bireyler çağımızda sadece dijitalleşen teknolojileri kullanmakla kalmayıp, buna paralel olarak dijital etkileşim ağlarının etkisiyle bir sosyal baskında etkisi altında kalmaktadır (Dula, A. & Güler, Ş. (2022).

Ortaya çıkan bu olumsuz etkilere karşı sorgulayıcı, araştırmacı, bilinç düzeyi yüksek, bilişsel içerik analizleri yapma yetisine sahip bir birey olabilmek öncelikle iyi bir medya okuryazarı olabilmeyi gerektirmektedir. Bilinçli bir medya okuryazarlığı, sistematik bir medya okuryazarlık eğitimiyle sağlanmaktadır. Medya okuryazarlık bilinci ve becerilerine sahip olan bireyler öncelikle kitle iletişim araçlarıyla kendilerine sunulan mesajlara karşı kuşkuyla yaklaşmayı bilmekte ve mesaj içeriklerini çözümleyerek okuma becerilerini kullanabilen bireyler olmaktadır. Medya okuryazarlık yeteneğinin kazandırılması için eğitim ihtiyacının gerekliliğinin kamuoyunun gündemine gelmesi üzerine özellikle Batılı ülkelerde uzun süredir yasal bir zorunluluk olarak yürürlükte olan medya-hedef kitle arasındaki ilişkide öznelden yana bir eğitim programı oluşturulmuştur (Paker, 2015: 1). Eğitim programı içeriği dizayn edilirken de medya okuryazarlığı, medya ve iletişim

araçlarını yoğun bir biçimde kullanan bir yaş kategorisini oluşturan çocukları, genç bireyleri yönlendirme, etki altına alma ve iletilerle baskılama gücüne sahip olan medyanın bu kategorideki bireylerde meydana getirebileceği olumsuz sonuçları en az seviyeye indirmek adına büyük önem taşımaktadır. Medya okuryazarlığı konusunda yetkinlik seviyesine erişmiş olan bir birey medya ve olumsuz etkilerine karşı, pasif ve kabullenici değil, aksine aktif ve etkin bir birey özelliği taşımaktadır (Şahin, 2018: 10). Bütün bu nedenlerden dolayı medya okuryazarlığı eğitimi, ifadenin özgürce dile getirilmesi, doğru bilgiye erişebilme hakkı ve demokrasinin gelişmesi açısından oldukça öneme sahiptir (Pekman, 2011: 40).

Frankfurt Okulu, Peter McLaren, Noam Chomsky, Antonio Gramsci, Paulo Freire, Henry Giroux, gibi önemli çalışmalara imza atmış olan iletişimciler, medya okuryazarlığının dünya genelinde önemine dikkat çekerken, bireylerin medyanın etkileri karşısında bilinçlendirilmesi gerektiğine değinirler (Jols ve Tholman, 2008).

İnal'a (2009) göre medyaya yönelik eğitim; hem analitik hem de pratik açıdan medyaya ilişkin eleştirel bir bakış açısı geliştirmekle sağlanabilir. Medya eğitimi ise, öğrencilerin medyaya yönelik bilgilerini genişletmeye ve onlara yaratıcı beceriler kazandırmaya çalışır (s.21). İnceoğlu (2016) medyanın gerçekleri gizleyerek bir takım mesajları bizlere sunduğunu dolayısıyla mesajların doğru algılanabilmesi için medya okuryazarlığı dersinin dünya genelinde eğitim müfredatına girmesi gerektiğini öne sürmüştür.

Okul dönemi sistematik bir biçimde, doğru yöntem ve teknikler kullanarak bireye sunulan medya okuryazarlığı eğitimi verilmesi, bireyde medyaya karşı var olan bakış açısını olumlu yönde değiştirme, medya unsurlarının zararlı etkilerine karşı bilinç seviyesini artırma gibi avantajlar sağlamada kritik bir öneme sahiptir. Yasama, yürütme, yargı gücünün ardından günümüz koşullarında dördüncü güç olarak da bilinen medyanın, yalnızca iletişim bilimleri alanında sıkışıp kalmadığı ve pek çok bilim dalını da direk ya da dolaylı yönde etkilediği bilinen bir gerçektir. Medyanın toplumlar üzerine psiko-sosyal, kültürel, siyasi, ekonomik ve benzeri etkileri de eklendiğinde medya okuryazarlığı eğitiminin gerekliliği bir kez daha anlaşılmaktadır. Medya okuryazarlığı eğitime yönelik çalışmalar 20. yüzyılın ilk dönemlerinden itibaren artışa geçmiştir. 1960'lı yıllarda çalışmalar Amerika'da

televizyonun okullarda eğitim amaçlı olarak kullanılmasıyla başlamış olup, bu dönemin ardından Avrupa ülkelerinde medyaya yönelik araştırmaların hız kazanmasıyla yayılmaya başlamıştır. Uluslararası önde gelen sivil toplum kuruluşlarından UNESCO'nun medya okuryazarlığı eğitimine yönelik yaptığı pek çok araştırma bulunmaktadır, kurum kavrama yönelik uluslararası bir bilinç oluşmasını hedeflemektedir. Bu alanda yapılan ilk çalışma 'Grunwald Medya Eğitimi Bildirisi' olarak kabul görmektedir. Bildiride medya okuryazarlığı eğitimi konusunda izlenecek yol haritası üzerine fikirler sunulmuştur. Sunulan bu fikirlerin temelinde dijitalleşmiş veya basılı medya mecralarını kullanan bireyler arasında eleştirel farkındalığı ve bilinç düzeylerini artıracak, bilgi, beceri, tutum ve yeterlilikleri geliştirmenin yolları üzerinde durulmuştur. Çocuklarda okul öncesi eğitim ile başlayan ve gençlik döneminde üniversite eğitimine kadar devam eden süreçte eğitim öğretimin her basamağında medya okuryazarlığı eğitimi sağlanması hedeflenmektedir. Bu doğrultusunda ayrıntılı medya okuryazarlığı eğitim programlarının oluşturulmaya başlanması için ilk adımlar bu bildiriyle birlikte atılmaya başlamıştır. Söz konusu programların, medya mecralarının analizini, yaratıcı fikirlerin aracı olarak medyanın kullanılmasını, medya mecralarının etkin ayrıştırılmasını ve bu mecralara farklı yollarla katılıma yönelik çalışılan programlar olması öngörülmüştür. Bu programların yanı sıra medya okuryazarlığı eğitimine katkı sağlaması amacıyla, psikoloji, sosyoloji ve iletişim bilimleri gibi farklı bilimsel alanlarda farklı çalışmaların teşvikine önem verilmesi ve yine birbirinden bağımsız etkinliklerin geliştirilmesi bir başka sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Son olarak bildiri kapsamında alınan tüm kararların ortak paydada toplandığı, dünya genelinde uluslararası iş birliğine dayalı hareketlerin desteklenmesine yönelik kararlar alınmıştır (UNESCO, 1984).

Ülkemizde 2000'li yılların başından itibaren ilgili kararlar gündeme gelmiştir. UNESCO'nun medya okuryazarlığı eğitimine ilişkin üzerinde durduğu temel görüşler ilk kez Radyo, Televizyon Üst Kurulu'nun organizatörlüğünde, TRT ve Basın Yayın & Enformasyon Genel Müdürlüğünün katkılarıyla 2003 yılında Ankara'da düzenlenen İletişim Şurası'nda ele alınmıştır. Şura'nın ardından yayınlanan sonuç raporunda, toplumsal ve bireysel eğitim ve kültüre katkıda bulunacak, psikolojik yönden zihinsel sağlığı etkilemeyecek olan bir yöntemle,

küçük yaşlardaki çocukların zararlı yayın içeriklerinden korunmasına yönelik kararlar alınmıştır. Avrupa Birliği kararlarıyla uyumlu çalışmaların başlatılması ve okullarda ilk ve orta öğretim ders müfredatlarına' çocuklar ve gençlerin bilinçlendirilmesini sağlayacak 'Medya okuryazarlığı' dersinin eklenmesine karar verilmiştir. Sonraki dönemde ise yapılan yeni yasal düzenlemelerle, 2006-2007 eğitim-öğretim yılında Radyo Televizyon Üst Kurulu ile Millî Eğitim Bakanlığı arasında imzalanan iş birliği protokolü uyarınca farklı bölgelerden seçilen beş ilköğretim okulunda pilot uygulama olarak medya okuryazarlığı dersi öğrencilere verilmeye başlamıştır. Pilot uygulamanın ardından bir yıl sonra ülke genelinde tüm okullarda eğitim müfredatına medya okuryazarlığı eğitimi girmiştir.

Medya okuryazarlığı eğitimi konusunda bilinmesi gereken en önemli öğelerden biri de bireyin medyayı etkin kullanabilmesini öğrenmesidir. Bahsi geçen bu eğitimin bireyler arasında yayılması için, medya okuryazarlığı eğitiminin her alanda gerek devlet gerekse özel kurum ve kuruluşlar nezdinde yaygınlaştırılması, alana ilişkin etkin politikaların geliştirilmesi ve toplumu oluşturan bireylerin bu politikalar doğrultusunda yönlendirilmeleri gerekmektedir. Medya okuryazarlığı eğitiminin önemine yönelik olarak Hobbs (2004) özellikle öğrencilerin medya metinlerini okuma, değerlendirmelerde bulunma ve analiz etme konularında avantaj sağlayacaklarına dikkat çekmektedir (s.126). Alanında uzman iletişimciler tarafından oluşturulan eğitim-öğretim programları öğrencilere katkı sağlaması açısından elzem görünmeye başlamıştır.

1.1. Medya Okuryazarlığı Eğitimi Gerekli Kılan Nedenler

Medya kanallarının, çocukların zihinsel, fiziksel ve sosyal gelişimleri üzerine faydalı ve zararlı etkileri olduğu varsayılmaktadır. Dijital medyanın, çocukları etkilediğini aşikârdır. Çocukların televizyon izleme ve internet tabanlı teknoloji ürünü cihazları kullanma alışkanlıkları çok erken yaşlardan itibaren başlamakta, çocuğun pek çok özelliği, ilgi ve alışkanlıkları dijital medya tarafından şekillenmektedir. İçinde bulunulan zaman diliminde çocuklar televizyon ve bilgisayarla ayrılmaz bir bütün halini almıştır. Çocuk okuma yazma yetisini kazanmadan medya ürünü içerik ve kahramanlarla temasta bulunarak medyanın sınırsız dünyasına dâhil olmaktadır. Dijital medya ürünü araçların sunmuş oldukları

içeriklerin çocukların zihinsel becerilerini, hayal güçlerini kullanma, sorgulama ve yargıda bulunma ve etkili konuşma gibi niteliklerini geliştirilmesinde olumsuz etkilerinden söz edilebilmektedir (Çakıral, 2016; İnal, 2015; Şirin, 2015). Bir başka açıdan ise medya kanalları tarafından sunulan içeriklerce kitlelere sunulan iletilerin her birinin kendine ait dili ve yapısı olduğu ve bu özelliklerinin sürekli değişmekte ve gelişmekte olduğu bir gerçektir. Mesajların hedefi konumunda olan bireylerin medya mecralarını daha verimli kullanabilmeleri, ayrıca olası bazı risklere karşı farkındalık sahibi olmaları için, medya iletileri konusunda duyarlı ve bilinçli olmaları gerekmektedir. Bu nedenle başta çocukların medya konusunda eğitim almalarının önemi ve medya eğitimi içeriğinin, yıllar geçtikçe içinde bulunulan koşullar temel alınarak güncellenmesi gerektiği bilinmektedir. İletişim alanında sürdürülen bu çalışmalar “medya okuryazarlığı” eğitimi olarak tanımlanmaktadır (Medya Okuryazarlık, 2024).

Medya okuryazarlığı bireylerin gündelik yaşantılarında medyanın sunduğu iletileri anlamlandırırken, faydalandıkları, inançlar, bilgiler, beceriler ve eylemlerin toplamıdır (Potter, 2020: 74). Kavram temel anlamıyla medya mecraları aracılığıyla farklı yollarla aktarılan iletilerin, hedef konumundaki alıcılar tarafından işlenmesi olarak nitelendirilebilir. Medya tarafından verilmeye çalışılan asıl mesajı olduğu gibi kabul etmek yerine aktif bir biçimde okunmasını ve analiz edilmesine değinilmektedir (Bilici, 2014: 29). İçinde bulunduğumuz zaman diliminde bireylerin birbirleriyle kurmuş olduğu, iletişim artık genellikle kitle iletişim araçları vasıtasıyla sağlanmaktadır. Medya bu süreçte iletişim kanalı ve veri kaynağıdır. Geleneksel medyanın hâkim olduğu dönemlerde yalnızca bazı kurumlar tarafından sağlanan veri paylaşımları artık günümüzde insanlar tarafından da bazı iletişim araçları kullanılarak rahatlıkla ve hızlı bir biçimde dolaşıma sokulmaktadır. Geleneksel medya mecralarında alıcı durumundaki birey; etkisiz ve bilinçsiz konumdayken, çağımızda artık hem iletiyi üreten kaynak hem alıcı hem de iletişim sürecinin tüm unsurlarını temsil eden bir unsur mahiyetindedir. Araştırmacı Yazar Silverblatt (2014) medya okuryazarlığının yedi farklı nitelik kazandırdığına dair değerlendirmede bulunmuştur. Medya okuryazarlığı, bireylerin hangi medya unsurlarını nasıl seçeceğini, aldıkları mesajları hangi eleştirel düşünme yetenekleri ile nasıl yorumlamaları gerektiğini öğretir. Kitle iletişim sürecinin benimsenmesine

yardımcı olunmasında rehberlik eder. Medya kanallarının bireyler ve toplumlar üzerindeki etkisine ışık tutar. Medya içeriklerinin kişisel ve toplumsal etkilerinin farkına varılmasını sağlar. Ortaya konan içerikleri inceleme, analiz etme ve çözümlemede bulunarak yeniden yorumlama becerisi geliştirir. Medya iletilerinin bireyin zihin dünyasına katkıda bulunan ve günümüz kültürüne yön veren metinlerden oluştuğunu fark ettirir. Medya içerikleri bireysel gelişime yüksek katkı sağlayarak bireyde eğlenme, motivasyon, onaylanma gibi becerilerin gelişimine katkı sağlar. Medya dünyasında etkili iletişim becerilerinin gelişmesi için bireylerin sorumluluk bilinci içerisinde hareket ederek medya mesajı üretebilmelerini sağlamak (Silverblatt vd. 2014, s.4-6).

Medyanın her kesimden birey tarafından kolay ulaşılabilir olması ve bireylerin iletişim süreçlerine dâhil edebilmesi, iletişim mecralarından aktarılan iletilerin sayısında ciddi bir artışa neden olmuştur. Ancak bu artış mesaj içeriklerinin niteliklerinde aynı ölçüde azalmaya sebep olmuştur. Nitelik kaybı yaşayan bu içeriklerin her geçen gün artarak yaygınlaşması, toplumsal değerlerin sarsılmasına, medyanın hedefini oluşturan, genç-yaşlı, çocuk-yetişkin her bireyin medya okuryazarlığı bilinç düzeyine göre pasif kullanıcılar haline gelmesine zemin hazırlamıştır. Medya endüstrisini yönlendiren kapitalist sistem tarafından sunulan içerikler, bireylerin var olan düzeni sorgulamadan kabullenmesine ve medyanın sömürdüğü, bağımlı toplumların oluşmasına neden olmuştur (Yılmaz ve Taylan, 2016: 288). Medyanın toplumsal düzen içindeki etkileri ve işlevinden söz ederken, yalnızca olumsuz etkilerinden söz etmek eksik kalacaktır (Bilici, 2014: 28).

Medya platformlarından farklı amaçlarla pek çok şekilde yarar sağlamak mümkündür. Medya aracılığıyla bilgilenilebilir, eğlenceli zaman geçirilebilir, iddia ve fikirler büyük kitlelerin yorumuna sunulabilir, dünyanın farklı bölgelerinden farklı kültürlerle bağlantılar kurulabilir. Ancak içerik üretiminde bulunurken ve bunu toplum beğenisine sunarken, toplumsal ve kültürel değer yargılarını ve yerleşik çıkarlarına özen göstermek oldukça önemlidir. Nitekim günümüzde dijitalleşen medya kanallarıyla yayılma hızı ve etki düzeyi artan mesaj içerikleri için, doğru-yanlış, değerli-değersiz arasında ayırmda bulunulmaz(Aytekin, H. & Ateş, E. (2023).

Medyanın, sunduğu farklı içeriklerin üretimi ve tüketimi esnasında, etik kuralların ve kanunlarla koruma altına alınmış yasal sorumlulukların farkında olunması gerekmektedir. Toplumda gündelik yaşantıda bireylerin birbirlerinin hak ve özgürlüklerini korumasının yükümlülük olması gibi medya mecraları kullanımı sırasında o topluluğun bir ferdi olunduğunun farkında olunmalı ve hassasiyet gösterilmelidir(Aytekin, H. & Ateş, E. (2023).

Dijitalleşmeyle birlikte, insanların sosyal hayatları ve iletişim kurma şekilleri büyük oranda değiştirmiştir. Kitle toplumu kavramı değişiklik göstererek dijital toplum kavramına yerini bırakmıştır. İnsanlık tarihini derinden etkileyen buluşlar ve getirilen birçok yenilik, kültürel değişim geçiren bir insan topluluğu oluşmasına neden olmuştur. Sosyal ve kültürel açıdan hayatımıza giren yenilikler insan yaşamında derinlemesine değişikliğe sebep olmuştur. Var olan insan alışkanlıkları değişmiş çağa uygun yeni kazanımlar elde edilmiştir. Özellikle internet kullanımı durağan olan insan hayatına hız kazandırmış, geleneksel olarak süre gelen yerleşik kültürel tercihlerin birdenbire değişmesini sağlamıştır. Kitle iletişim araçlarını da etkileyen ve dijitalleştiren bu değişim süreci teknolojik ürünlerin yaygınlaşmasına neden olurken, medya endüstrisi açısından kitlelere ulaşılmasının daha da kolaylaşmasına imkân sağlamıştır. Böylelikle medya aracılığıyla sınırsız sayıda iletinin insanların erişimine sunulması mümkün hale gelmiştir. Ancak farklı kitle iletişim araçları tarafından sayısız ileti yağmuruna tutulan bireylerin çoğu, kendilerine sunulan bu bilgilerin ve medya içeriklerinin doğruluğunu ve güvenilirliğini fark edebilecek bir medya bilincine sahip değildir. İşte bu sebeple medya okuryazarlığı bu bilinci sağlamada kritik bir rol üstlenmiş olup, bireyler için rehberlik edici bir bilim dalı halini almıştır. Bireyin kendine özgü mesajlarını ortaya koyacak biçimde medyayı tanıma ve kullanabilmesine imkân sağlamak kavramın bir başka işlevidir (Pekman, 2006: 17).

Önal (2016) medya okuryazarlığı eğitimini, sunulan bilginin hangi kaynaktan ne şekilde geldiği ve özelliklerinin neler olduğunun farkına varma, medya okuryazarlığı hakkında fikir ve bilgi sahibi olma, farklı çalışma alanlarında özgür görüşler oluşturma, olarak ifade etmiştir. İnternetin etkili ve amaca uygun bir biçimde kullanılması, yurttaş olma bilincine sahip olma, ifade ve basın özgürlüğü kazandırma, medyanın etik kurallarını ve bunlara ne derece uyulduğunu anlama,

bilgi kirliliğinden korunma, iletişim akışının bir parçası olabilmeyi sağlama gibi çok sayıda kazanımından söz etmiştir. Bu veriler ışığında medya okuryazarlığının basit bir metafor olmadığı açıktır. Dünya çapında bilim alanında değerli çalışmaları olan araştırmacılardan Walter Ong, Louis Mumford, Jacques Ellul, Roland Barthes, Harold Innis ve Marshall McLuhan gibi bilim insanlarının araştırmaları medya okuryazarlığı konusuna dikkat çekerek beşerî ve sosyal disiplinler arasında yer alması için gayret göstermişlerdir (Hobbs ve Jensen, 2009, s. 3)

Medya okuryazarlığı bireylerin bilgili, bilinç düzeyi yüksek alıcılar olmasını sağlamanın aksine bilgili ve nitelikli birer yurttaş olmalarını amaçlamaktadır. Medya okuryazarlığı da bireylere medya tarafından sunulan içeriklerde yer alan metinlerdeki mesajları ilişkilendirebilmeyi ve karşılaştırmayı öğretmelidir (Lewis, 1998; akt: Bütün, 2010). Medya okuryazarlığının farklı bir amacı da öğrencilerin, medyanın yerleşik sistematik yapısını eleştirel bir bakış açısıyla irdelemesine yol göstermektir. Bu rehberliği öğrencilerin medyanın nasıl çalıştığını, neler ortaya koyduğunu, nasıl ürettiğini, mesajları nasıl kurgulayıp, ortaya koyduğunu eğlenceli bir biçimde kavramasını sağlayarak yapar (Zettl, 1998; akt: Bütün, 2010).

Medya okuryazarlığı, medyadan gelebilecek olası olumsuz etkileri ortadan kaldırmak amacıyla çocukların, küçük yaştan itibaren medyanın zararlarına karşı bir bakış açısı geliştirmesini, medya kanallarının sunduklarını doğru okumayı öğrenmesini gerektirmektedir. Çocukların ve gençlerin medya karşısında pasif birer alıcı olmalarının önüne geçebilmek, erken yaşlardan başlayıp medyaya eleştirel bir bakış açısıyla bakabilen bireyler olarak yetişmelerini sağlamak amacıyla medya okuryazarlığı dersi eğitimi verilmektedir (Sur, 2012). Medya okuryazarlığının eğitim sistemi içinde yeni bir dersten farklı olarak diğer derslerin bir parçası olduğunu ortaya koyan Wan (2006), medya okuryazarlığı eğitiminin, geleneksel okuryazarlık, fen bilimleri, sağlık bilimleri, matematik bilimleri, sanat eğitimi alanında sunulan dersleri de destekleyebileceğini dile getirmiştir.

Bireylerin var olan gerçeklik ile medya tarafından sunulan gerçeklik arasındaki farkı çocuk yaştan itibaren öğrenip, idrak etmeye başlamasında ve medyanın olumsuz etkisinin en aza indirilmesinde medya okuryazarlığı önemli bir role sahiptir. Medya okuryazarlığı dersi ile öğrenciler; farklı medya

platformlarındaki yayınların, öznel, dikkat edilerek seçilmiş, belli bir bakış açısına göre sentezlenmiş, çeşitli etkilerle oluşturulmuş bir yeniden üretim olduğunu kavrayabileceklerdir. Bunun yanı sıra kitle iletişim araçlarını belli politikalarla yöneten medya kuruluşlarının birer ticari meta olarak kitleler üzerinde yoğun bir biçimde reklam, film, müzik gibi araçlarla tüketim kültürü oluşturma işlevi bulunmaktadır. Bu da bireyler için medya okuryazarı olmanın günümüz toplumlarında önemli bir gereklilik olduğunu ispat etmektedir. Medyanın var olan gerçekliği temelinde yer alan politikalar gereği yeniden kurgulaması, medya okuryazarı olmayı gerekli kılan en önemli nedenlerdendir. Gazete, dergi, radyo televizyon, internet, sosyal medya gibi kitle iletişim araçları kullanımı esnasında karşı karşıya kaldığımız, pek çok açık ve örtük mesaj akışı içinde, medya okuryazarlığı eğitimi ile yaşantımızı güvenli bir şekilde yönlendirmemizi sağlayacak beceriler elde edebiliriz. Medya şüphesiz ki var olan işleyişe yönelik dünya görüşümüzü, anlayışımızı, davranışlarımızı şekillendirmede etkin bir rol üstlenmiş durumdadır. Medya okuryazarlığı farklı yaklaşım ve yöntemlerle medyanın var olan rolü hakkında bilinçli olup, medyaya karşı olan bağımlılıktan kurtulabilmeyi de amaçlamaktadır. Gün geçtikçe büyüyen küreselleşmiş medya endüstrisi tarafından ortaya atılan çeşitli fikir ve görüşleri hangisinin gerçek veya hangisinin manipülatif ve kurgulanmış olduğuna yönelik karar vermede medya okuryazarlığı eğitimi sahip olmak önem taşımaktadır.

1.2. Medya Okuryazarlığı Eğitiminin Temel Amaçları

Dünya üzerinde pek çok ülkede medya ve unsurları hakkında kişisel olarak bilinç geliştirme amacına yönelik çalışmalarda bulunmaktadır. Bu çalışmaların temelinde medyayı eleştirel ve sorgulayıcı bir bakış açısıyla yaklaşılmasını sağlayan bir eğitimin gerekliliği yer almaktadır. Çocuk yaştaki bireylerden başlamak üzere her yaş ve kesimden bireyin, geleneksel medya araçlarının yanı sıra dijital medya araçlarından da amacına uygun bir biçimde yararlanmasını sağlayacak bilgi ve birikimle doğru orantılı okuryazarlık eğitimi elde edilmesi fikri önemli bir hal almıştır (Hasdemir, 2012: 26). Bireyin hayatı boyunca ihtiyaç duyacağı karşısına çıkan medyadaki kodları çözebileceği bir anahtar, zararlı etkilere karşı koruyucu bir kalkan, istenilmeyen enformasyon akışı içinde eleyici bir süzgeç olması medya

okuryazarlığının amacını oluşturmaktadır (Kalan, 2010: 70). Medya okuryazarlığı eğitiminin kazandırılması ile bireyin özdenetim mekanizmasını geliştirerek, medyanın olumsuz etkilerinden korunmak için farkındalığın oluşturulması amaçlanmaktadır. Kitle iletişim araçları vasıtasıyla medya tarafından oluşturulan iletişim ortamındaki tehlikelere karşı en önemli güç medya okuryazarlığı ve eğitimi olmaktadır. Medya okuryazarlığı sayesinde kazanılan bilinç sayesinde başta çocuklar olmak üzere bireyler, karşılarına çeşitli yer ve zamanlarda çıkan medyanın farklı içerikleri hakkında kendi içsel değer yargılarını kullanıp, daha derin anlamlara ulaşarak medyanın olumsuz etkilerinden daha az etkileneceklerdir (Kutoğlu,2006: 70).

Süreç olarak değerlendirildiğinde medya okuryazarlığı hedef kitleye yönelik bütüncül bir hareket ve ömür boyunca devam eden bir farkındalık olarak değerlendirilmektedir (Jols ve Thoman, 2008:14-15). Medya okuryazarlığı iki farklı temel üzerine uygulanmaktadır. İlki, devletin yasal zemin üzerinde, kanun ve yaptırımlar aracılığıyla denetlemeyi sağladığı korumacı yöntem olup, diğeri ise daha uyumlu ve yumuşak bir geçiş sağlayan eleştiriye dayalı eğitsel yöntemdir. Eğitsel yöntem orta öğretim de eğitim gören öğrencilere, ders içerikleri yardımıyla medyanın amacına uygun hangi şekilde kullanılacağını ve medyanın sunduğu içeriklerin nasıl doğru bir biçimde analiz edilebileceğini kazandırmayı amaçlamaktadır (Alagözlü, 2013:6-7). Medya okuryazarlığına yönelik çizilen bu çerçeveden hareketle, medya okuryazarlığı, okuma, konuşma, yazma ve dinleme, yeni teknolojilere erişim sağlama, eleştirel bakış açısı kazanma, kameralardan gelişmiş bilgisayarlara kadar çeşitli teknolojileri kullanarak, kişisel mesajını üretme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Altun, 2010, s.17).

Medya, ödülleri, olaylar, oyunlar gibi seçenekler aracılığıyla, eğlenceli ve cezbedici bir hayatı kitlelere sunmaktadır. Böyle bir durumla karşılaşarak etkilenen çocuklar ve genç yaşta bireyler medyayı bağımlılık derecesinde kullanmaya başlamaktadır. Bu yaş grubunda yer alan bireylerin medya platformlarında harcadıkları zamanın, eğitim öğretim kurumları olan okullardan geçirilen zamandan daha uzun olduğu aşikârdır (Yavuzer, 2004: 76). Çocukların ve gençlerin medyanın etkisi altındaki kitle iletişim araçlarında geçirdikleri süre ve edindikleri bilgiler, kimliklerini, kişiliklerini, duygu ve düşüncelerini, aile içi ilişkilerini, eğitim-öğretim

hayatlarındaki başarılarını yakından etkilemektedir. Sunulan içeriklerin alanında uzman profesyonel kişilerce hazırlanması, bilimsel araştırmalar ve veriler ışığında tasarlanması, insanları konu alan farklı bilim dallarından yararlanması, ilgi ve dikkat çekici görseller kullanılması, insanların duygu ve inançlarını hedef alması toplumsal etki gücünü arttırmaktadır. Medyanın bu ölçüde insan hayatını esir alıp yön verdiği bu dönemde medya okuryazarlığı eğitiminin amacı medyanın tüm etkilerine karşı bireyi yönlendirmek, bilinç düzeyini arttırmak, farklı bakış açıları oluşturmak, etkilerini yorumlama yetisi kazandırmaktır.

Medyanın geleneksel medya olmaktan çıkıp internet kanalıyla gündelik hayatın içinde daha fazla yer edinmesi nedeniyle, etkilere daha açık olan çocukların ve onlara rol model olan ebeveynlerin medya okuryazarlığı eğitimine sahip olmaları gereklilik halini almıştır. Bu doğrultuda medya okuryazarlığı kavramının eğitim sistemleri içine entegre edilmesi ve zorunlu hale getirilmesi ihtiyaç halini almıştır. Bu gelişmeler üzerine medya okuryazarlığı dersi Türkiye'deki tüm illerde yer alan okullarda okutulmaya başlanmıştır. Çocukluktan itibaren bireyleri gelişim düzeyi aşamaları uyarınca medyanın zararlı etkileri olarak tanımlanan, henüz hazır olmadığı bazı göstergelerden, tüketim odaklı enformasyon karmaşasından, gelişimlerinin olumsuz etkilenmesine neden olacak, yoğun, sürekli uyarıcılara maruz kalmasından korumak gereklidir. Bu nedenle çocukların hayatında, öğrenme süreçlerinde büyük bir öneme sahip olan ebeveynlerinde çocuklar kadar medya okuryazarlığı yetilerine sahip olmaları gerekmektedir(Yurdakul vd., 2013).Ebeveynler çocuklarını zararlı içeriklerden uzak tutarak koruyucu bir yaklaşım sergilemek durumundadır. Ebeveynlerin medya konusunda bilinçli olmaları, çocuklarının da küçük yaşlardan itibaren medya okuryazarı olması, iletilere eleştirel bir bakış açısı geliştirmesi, sentezleyerek yorumlama yeteneğini kazanmasında etkili olmaktadır (Yurdakul vd., 2013). Aile ortamında ebeveynlerin medya içerikleri hakkında daha korunmasız durumdaki çocuklarını yönlendirmesi, bilgilendirmesi, karşılaşılabilecekleri konusunda uyarılarda bulunması, fikirlerini dile getirebilecek imkânlar sağlayıcı bir iletişim biçimiyle çocuğa yaklaşabilmesi için medya okuryazarı bilincine sahip olması önem taşımaktadır.

Toplunun her kesimlerinden ve her yaştan bireye medya mecraları karşısında sorgulama alışkanlığı kazandırmak, ifade biçimlerini geliştirmek, medya

okuryazarlığı kazanımları doğrultusunda edinilmesi beklenen davranışlardan bazılarıdır. W. James Potter içinde yaşadığımız dünyayı, gerçek dünya ve medya dünyası olmak üzere iki dünyaya ayırmıştır. Medya okuryazarlığı ile farklı araç ve yöntemlerle, dijitalleşen teknolojilerle birbiri içine geçmiş, gerçek dünya ile medya dünyasını ayırmak amaçlanmıştır (2011: 126). Hedef kitle durumundaki kullanıcının medyayı bilinçli okumasını sağlamasını amaçlayan medya okuryazarlığı, bu amacının yanı sıra bireyin kendisini özgürce ifade etmesini, toplumsal hayatta daha etkin ve yapıcı olmasını, medya içeriklerinin amaca uygun düzeltilip, tekrar yapılandırılmasını ve içerik bilinci oluşturulmasını hedeflemektedir. Medya okuryazarlığı, herhangi bir sorgulama da bulunmadan medya unsurları tarafından sunulan içeriklere inanılmaması gerektiğini bilicini aşılacaktır. Medyanın sosyal hayattaki işlevi uyarınca, medyada sunulanlardan kimlerin ne şekilde ve nasıl etkilendiğinin farkına varmayı sağlamak medya okuryazarlığının bir başka temel amacıdır(Avşar Z (2020).

Bireyler medyayı doğru değerlendirip, öngöründe bulundukları ölçüde kendileriyle alakalı doğru kararlar alabilmektedirler. Özellikle veri ve haber akışı yoğunluğu fazla olan, vatandaşları da birer haberci formatına büründüren sosyal medya platformlarında içerik sorgusu önemli bir hal almıştır. Bu yüzden medyaya karşı eleştirel bir bakış açısına sahip bireylerin toplumdaki sayısının arttırılmasında medya okuryazarlığı önemli bir rol üstlenmiştir. Çetinkaya'nın medya okuryazarlığı kavramına bakışı; Medyanın işleyiş süreçlerinin farkına varılması, eleştirel bir bakış açısının oluşturulması ve eleştireliliğe dayalı sistematik bir eğitim anlayışıyla yapılması gerekliliği sonucu oluşmuştur (2008: 47). Medya okuryazarlığı kavramı yapısı gereği tek amaç doğrultusunda hareket etmez, çok daha fazla sayıda kişisel becerinin kazanılması anlayışını kazandırmayı amaçlamaktadır. Medya tarafından kitle iletişim araçlarıyla sunulan farklı mesajların eleştirel olarak analizinin yapılmadığı durumlarda karşılaşılabilecek sorunları keşfetmek medya okuryazarlığının amaçlarından birisidir. Medya okuryazarlığının amaçlarından birini de Çakmak (2013:216) sunulan eğitim ile çocuğun gerek okulda gerekse ders sırasında okuduğu bir hikâyede, otobüs durağında karşılaştığı bir afişte, izlediği bir video klipte verilen mesajları eleştirel bir bakış açısıyla analiz edip değerlendirebilmesinin amaçlandığını vurgulamaktadır.

Avrupa Medya Okuryazarlığı Merkezi'ne (European Centre for Media Literacy) göre medya okuryazarlığı eğitiminin amaçları şunlar olarak belirlenmiştir. Medya kuruluşlarının düşünce, veri ve enformasyonun farklı bir kişinin penceresinden aktarmak amacıyla kurulduğunun farkına varmak. Özel teknikler kullanılarak duygusal etki oluşturulduğunun ve bu tekniklerin yaratmış olduğu etkinin farkına varmak. Medyanın belli başlı kişilerin yararına çalıştığının farkına varmak. Medyadan kimlerin yararlandığı ya da kimin dışlandığının farkına varmak. Farklı bilgi kaynakları bulmaya destek olmak. Pasif bir kullanıcı olmak yerine aktif olmak. Yeniden oluşturulmuş öğrenme kültürü ve okuryazarlığı oluşturmak (Pekman, 2011, 41). Şahin'in (2011: 211)'de vurguladığı gibi: medya okuryazarlığı eğitiminin amacı bireyin belli ispatlara dayanarak, medyanın getirdiklerini analiz edebilme bilincine ve donanımına sahip bir birey olmasına katkıda bulunmaktır. Zamana yayılmış bir bilinç oluşturma projesi olan medya okuryazarlığı eğitimi, medyadan ne istediğini bilen, medyadan taleplerde bulunma becerisine sahip donanımlı bir kullanıcı profili oluşturmayı amaçlamaktadır.

Ülkemizde Millî Eğitim Bakanlığı bünyesindeki eğitim-öğretim kurumlarından ilköğretim okulları müfredatında yer verilen medya okuryazarlığı eğitiminin genel amaçlarına bakıldığında (<http://www.rtuk.org.tr>): Medya okuryazarlığı eğitimi öğrencilerin medyayı ve medyanın ortaya koyduğu farklı ürünleri bilişsel süreçlerden geçirmenin ve bilinçli bir izleyici olabilmenin önemini kavramaktadır. Eğitim alan öğrencilerin, medya tarafından verilen mesajların kimler tarafından, hangi amaçlarla kurgulandığının farkına varabilme yeterliliği edinmiş duruma gelmelerini sağlamaktır. Öğrencilerin medya ürünlerini dikkatle incelemelerini sağlayıp, bu ürünlerin planlı bir projenin ürünü olduğu farkındalığı yaratarak, donanımlı birer medya tüketicisi olabilmeleri imkânı sunulmaktadır. Öğrencilerin medya tarafından gelen mesajları analiz ederek içerikleri yararlı ve zararlı içerikler olarak ayırt edebilmelerini sağlayan eleştirel bir bakış açısı geliştirmeye yönlendirmek gerektirmektedir. Öğrencilerin medya aracılığıyla sunulmuş bütün materyallerin hazırlık süreçlerini ve amaçlarını tanıyarak seçici ve eleştirel bir bakış açısıyla bunları tüketebilmesi medyayı 'okuma' olarak, farklı çevrelerden topladığı bilgileri alternatif bir ortamda sunması, mümkünse yayınlaması ise 'yazma' kabul edilmektedir. Bu nedenle öğrencilere pratik medya yazım ve

üretimi deneyimlerini sunmak zorunluluktur. Medya kurum ve kuruluşlarının ticari bir gelir elde etmek amacıyla içerikler sunduğunun, ekonomik çıkarlar elde etme amacının olduğunun, öğrenciler tarafından farkında olunması gerekmektedir. Medya araçlarınca gönderilen iletileri, öğrencilerin akran çevreleriyle ve aile içinde ebeveynleriyle tartışabilmeleri, kendi bilişsel süreçleriyle oluşturdukları ifadelerini dile getirip, farklı ortamlarda paylaşabilmeleri oldukça önemlidir. Öğrencilerin yaşlarına uygun biçimde basit bir çerçevede medyada oluşturulan içerik ve programların nasıl meydana getirildiğiyle alakalı bilgi sahibi olması amaçlanmaktadır.

Çağdaş ve kültürel yeterliliğe sahip birey olmak yaşadığımız çağın yurttaşlık nitelikleri açısından büyük bir öneme sahiptir. Dijitalleşmenin bütün boyutlarıyla insan hayatına girdiği bir ortamda karşımıza çıkan teknoloji ürünü kitle iletişim araçları ile yeniden şekillenmesi gereken geleneksel okuryazarlık yeterlikleri, yeni medya ekosisteminde bireylerin bilinçlenmesi gerekliliğini beraberinde getirmiştir. Medya okuryazarlığı eğitimi bu amaca yönelik bir ihtiyaç olmaktan çıkıp zorunluluk olmuştur. Veri, enformasyon, dijital okuryazarlık özelliklerinin yanında medya okuryazarlığı donanımına sahip olmanın nitelikli birey olma açısından kaçınılmaz olduğu vurgulanmaktadır (Hobbs, 2011). Medya unsuru olan tüm mecraların, anlamlandırılması, içerik üretme sebeplerinin araştırılması, eleştirel bakış açısıyla sürecin değerlendirilmesinin yanında, öznel, yenilikçi dayanakları olan içerikleri oluşturabilme donanımı kazandırmak medya okuryazarlığı eğitiminin amaçlarındandır. Kitle iletişim araçları nitelik ve nicelik olarak zamanla değişime uğrayıp gelişim göstermektedir (Volčić, 2003). Ortaya çıkan değişim bu iletişim araçları içeriklerinde de kendini göstermiştir. Temel görevinin topluma hizmet olması misyonundan uzaklaşarak çeşitli şekillerle kar elde etme amacına yönelen medya sektörü tercih edilebilirliğini arttırmak adına doğru ve yararlı içerikler dışında dikkat uyandırıcı, toplumsal dengeleri değiştirmeye yönelik içerikleri halka sunma yolunu tercih etmeye başlamıştır. Medyanın çağımızda süregelen yarar sağlayıcı işlevinden farklı olarak, toplumun bileşenlerinden, çocuklara ve gençlere zarar verdiği bir gerçektir. Toplumu ilgilendiren bu sorunun bireyler lehine olumlu yönde son bulmasında medya okuryazarlığı eğitimi önemli bir amaca hizmet etmektedir (Volčić, 2003).

2. MEDYA OKURYAZARLIĞI İLKELERİ

Medya okuryazarlığı eğitime nitelik kazandırmak ve iyi bir medya okuryazarı olabilmenin ön koşulu olarak bazı temel ilkeler söz konusudur. Medya okuryazarlık bilgisi yetersiz olan bireyler medya da karşılaştıkları herhangi bir veriyi, analiz etmeden olduğu gibi kabul edip inanabilmektedir. Medya okuryazarlığı konusunda eğitim alıp içerikleri analiz etme donanımı kazanan bireyler medya okuryazarlığı ilkelerini kavrayarak medyanın sunduklarının gerçekte bir ilgisini olmadığını ve farklı yöntemler kullanılarak oluşturulduğunu öğrenmektedirler. Medya okuryazarlığı Eğitimi Ulusal Birliği (NAMLE 2007) medya okuryazarlığının altı farklı işlevi üzerinde durmaktadır.

- Medya okuryazarlığı eğitimi, medya kanallarında karşılaşılan veya zihinsel süreçlerle oluşturulan iletilere yönelik etkin sorgulama ve eleştirel bir değerlendirme gerektirir.
- Medya içeriklerini okuryazarlık kavramını içerecek biçimde genişletmektedir.
- Her kesim ve yaş grubuna mensup eğitim alan öğrencinin yeteneğini geliştirir ve güçlendirir, bu kazanılan yeteneklerde, interaktif ve tekrarlanabilen uygulamaları kapsamaktadır.
- Toplumda demokratik anlayışın yerleşmesi için gerekli bilinç sahibi olan, katılımcı toplum fertleri yetiştirmektedir.
- Sosyalleşmenin bir vasıtası, kültürün bir parçası olarak medyanın varlığını onaylamaktadır.
- Medyanın sunduğu iletileri analiz edip kendi anlamlarını oluşturabilmeleri için kişisel yeteneklerini, inançlarını ve tecrübelerini kullanmaları gerektiğini vurgulamaktadır.

Medya okuryazarlığı ilkelerini kavrayan bir birey bu ilkeler aracılığıyla medyanın ürettiklerinin gerçekliği yansıtmadığını algılayabilir. Bu gerçekliğin belirli politikalar çerçevesinde oluşturulduğunu kavrayabilen bireyler, sunulan gerçekliğe artık şüpheli bir yaklaşımla bakmaya gayret göstermektedir. En anlaşılır şekliyle medyanın süre gelen dilini analiz etmek anlamına gelen medya okuryazarlığı,

kavramı içinde bulunduğumuz zaman diliminde hem öğrenim gören öğrenciler hem de toplumları oluşturan her kesimden birey için göz ardı edilemez bir yaşam yeteneği olup, karşılaşılan her türlü mesajı ve içeriğini medya okuryazarlığının temel ilkeleri bünyesinde değerlendirmemizi gerekli kılmaktadır.

Medya okuryazarlığı eğitimi korumacı bir misyonla 1970’li yıllarda başlamıştır. İlerleyen zamanlarda sadece korumacı misyonunun yeterli olmadığı, gençler ve çocuk yaşındaki bireyler başta olmak üzere tüm bireylerin medyaya eleştirel bir bakış açısıyla bakmaları gerektiği yaklaşımı benimsenmeye başlamıştır. Medya okuryazarlığı, tek başına okul müfredatında sunulan bir ders olmaktan çok, gündelik hayatın bir parçası olan bir eğitim süreci olmalıdır. Eğitim sürecinin nasıl oluşturulması ve nelerin dikkate alınarak öğrencilere kazandırılması ile alakalı olarak farklı ilkelerden söz edilebilir.

Bilimsel yaklaşımda medya okuryazarlığı kavramının ilkelerinin temelini Laswell’in ortaya koyduğu medyanın sunduğu mesajları anlamlandırmayı sağlayan sorular oluşturmaktadır. “Kim (kaynak), neyi (içerik), kime (hedef) hangi şekilde (üslup, teknolojik, geleneksel), hangi ölçüde (etkiyle), neden (kazanım amaç) olmak üzere bu sorular medya okuryazarlığının ilkelerini bulmaya yönelik oluşturulmuştur (akt. McBrien, 2005: 29). Bu kapsamda ilerleyen bölümlerde medya okuryazarlığı ilkelerine çeşitli düşünürlerin bakış açısı merkeze alınarak yer verilecektir.

2.1. Patricia Aufderheide’ye Göre Medya Okuryazarlığı İlkeleri

Amerikan Üniversitesi İletişim Okulu’nda akademik çalışmalarda bulunan Profesör Patricia Aufderheide, Kamu Yayıncılığı Kurumu’nda yenilikçi anlayışla farklı televizyon programları üreten Bağımsız Televizyon Hizmetinin yönetim kurulunda görevlidir. İdari olarak İletişim Hukuku ve Politikası, Belgesel dergisi ve In These Times gazetesinin yayın kurullarında çalışmalarda bulunmaktadır. Conglomerates And The Media, Communications Policy and the Public Interest, The Daily Planet, Documentary Film, Reclaiming Fair Use adlı eserleri aracılığıyla bilim dünyasına katkılar sunmuştur. Uluslararası Belgesel Derneğinden aldığı ödül başta olmak üzere, pek çok farklı gazetecilik ve akademik ödüllere layık görülmüştür (<https://cmsimpact.org/team/patricia-aufderheide/>).

Medya okuryazarlığı eğitiminin dünya genelinde yaygınlaşıp gelişmesi hususunda Patricia Aufderheide yürüttüğü çalışmalarla büyük katkılar sağlamıştır. Medya okuryazarlık eğitiminin kamuoyunda tartışmaya açılmasıyla bu kavram hakkında tanımlamalarda ve yorumlamada bulunan pek çok kişi olmuştur. Konuyla ilişkili olarak yapılan en geçerli tanım Medya Okuryazarlığı Ulusal Liderlik Konferansı tarafından oluşturulan tanımlama olmuştur. Bu tanımlamaya göre medya okuryazarlığı, iletişime çeşitli şekil ve yöntemlerle erişim, bilişsel analizde bulunma, değerlendirerek üretme yeteneğidir (Aufderheide, 1993:6). Aufderheidi’ a göre medya okuryazarı donanımına sahip bir birey hem basılı hem de dijitalleşmiş medyayı çözümleyebilmeli, değerlendirerek analiz edebilmeli ve herkes bu yetilere sahip medya okuryazarı olma imkânına sahip olabilmelidir. (akt. İnal, 2016:54). Bireyin, medya tarafından sunulan içeriklerin veya metinlerin altında gizlenen örtük ideolojinin farkına varabilmesi, ideolojinin temsil ettiği mesajı analiz ederek yorumlaması medya okuryazarı olabilmesi için sahip olunması gereken özelliklerdendir. Medyanın sunduğu metinlerin, bireylere naklettiği verileri, eleştirmeden olduğu gibi kabul etmek, medya okuryazarı olan bir kimsenin yapmaması gereken bir eylemdir. Eleştirel medya okuryazarlığı kavramının analiz edilmesinde Patricia Aufderheidi’ in “Medya Okuryazarlığının Temel İlkeleri” adlı yönergesi klavuz görevi görmektedir. Bu yönergenin temelinde, medyanın doğası gereği üretmekte olduğu metinlerini belli bir kurgu üzerinde şekillendirilip gerçeği inşa ettiğine, bu metinlerin birer sermayenin ürünü olduğuna, kar elde etmek için oluşturulduğuna, belli kesimlerin güdümünde iletiler sunulduğuna ve bu nedenlerden dolayı kitleleri ikna etme yeteneğine sahip olduğuna yönelik söylemlere değinilmiştir (Binark ve Gencel Bek, 2010:124).

Patricia Aufderheide medyanın etkilerine karşı daha bilinçli, donanımlı, eleştirel düşünme yeteneğine sahip bireylerin yetişebilmesi amacına yönelik medya eğitim ilkelerini sekiz başlıkta sıralamıştır. Bu ilkeler şunlardan oluşmaktadır (akt.İnal, 2009: 55-58).

- Medya bütün unsurları ile bir kurgu ürünüdür.
- Medya asıl olanı farklılaştırarak tasarlar.
- Medya tarafından sunulan anlamları bireyler fikirlerince değerlendirir.

- Medya ticari amaca yöneliktir.
- Medya düşüncesele, değeri odaklı iletilere sahiptir.
- Medyanın sosyal ve politik yönleri bulunmaktadır.
- Medyada biçim ve içerik yakından ilintilidir.
- Medyanın kendine özgü oluşturduğu estetik bir biçimi vardır.

Medya bütün unsurları ile bir kurgu ürünüdür. Gerçeği olduğu gibi yansıtmazken, farklı özellikte içerikler(yapımlar) ortaya koyar. Bu yapımlar görünürdeki doğallıkları ile kurgu gibi görünmese de, sonuçta bir kurgu olduğu gerçeğini değiştirmez.

Medya asıl olanı farklılaştırarak tasarlar. Kurgu olduğu bilinen medya ürünleri bireylerin zihninde her şeye rağmen gerçeklik uyandıran bir kavrayış oluşturur. İnsan gözlemleri ve sosyal yaşantılarına uygun bir biçimde oluşturduğu bilişsel gerçeklik algısına sahiptir ve bu algısını kullanarak medyadan gelen iletilerdeki yalanı gerçekten ayırabildiğini düşünür. Ancak bu ayrımı sağlayıp, kişisel deneyim ile medya unsurları arasına bir çizgi çekebilmek kolay bir iş değildir. Çünkü medya her gün farklı bir gerçeklik algısıyla bireylerin algılarını yönetir.

Medya tarafından sunulan anlamları bireyler kendi fikirlerince değerlendirir. Medya tarafından iletilen mesajlar herkes için aynı anlama gelecek şekilde yorumlanamaz. Toplumlara yön veren bazı değişkenleri (sosyo-ekonomik statü, kültürel geçmiş) kullanarak birey medyanın sunduğu içeriğin anlamını zihinsel süzgecinden geçirip müzakerede bulunur. Bazı anlamlar başkalarına göre daha yoğun bir biçimde onay görür.

Medya ticari bir amaca yöneliktir. Medya faaliyetleri kapsamında ortaya konulan medya ürünlerinin ve içeriklerinin başlıca amacı ticari bir faaliyette bulunup, bunun sonucunda kar elde etmektir(Sezer N. 2024). Medya varlığını bir şekilde devam ettirebilmek için parasal getiri sağlamak durumundadır. Medya içerikleriyle karşılaştığı andan itibaren içeriğin parasının kimin tarafından karşılandığının, altında yatan ekonomik gücün neye dayandığının, yayınlanma sürecinde etkisi olan kişilere yönelik mali bir baskının olup ya da olmadığının bilinmesi büyük bir önem arz etmektedir(Sezer N. 2024). Medya içeriklerinin hedeflediği kesime yönelik

hitabette bulunup, o kitleyi olumlu yönde harekete geçirmesi bireyleri tüketmeye teşvik eder. Bireyler tüketime yönelik ne kadar çok harcamada bulunurlarsa medya unsurlarının gözünde o oranda değerli olmaktadır.

Medya düşüncesele, değer odaklı iletilere sahiptir. Medya okuryazarı olarak kabul edilen bireyin farkında olması gereken hususlardan biri de medyanın sunduğu içeriklerin bir takım ideolojik fikirlere dayalı olduğu ve bu fikirler etrafında oluşturulduğudur. Medya okuryazarı birey iletilerde sunulanların taraflı olmasından şikayetçi olmak yerine, bu taraflılığı, olasılıkları ve niteliklerini araştırır.

Medyanın sosyal ve politik yönleri bulunmaktadır. Gerçeği kurgulayarak mesajlarında yansıtan ve güçlü bir biçimde kitlelere yansıtan medyanın insan yaşantısı üzerinde yoğun ve etkin sosyal ve politik etkilerinden söz edebilmek mümkündür.

Medyada biçim ve içerik yakından ilintilidir. Kitle iletişim araçları yapıları gereği farklı karakteristik özelliklere sahiptir. Yazınsal kitle iletişim araçlarını okuyarak, görsel öğeler sunan kitle iletişim araçlarını seyrederek farklı tecrübelere sahip olunmaktadır. Medya okuryazarı bireyden beklenen iletişim kanalında biçimin içeriğin oluşmasını ne ölçüde etkilediğine veya kısıtladığına yönelik sorular sormaktır(Sezer N. 2024).

Medyanın kendine özgü oluşturduğu estetik bir biçimi vardır. Medya içeriklerini anlamak bu içeriklerin sanatsal bir estetik duygusu ile oluşturulduğunun farkında olmayı gerektirir. Yazınsal olarak belli bir ahenk üzerine oluşturulan bir içerik, yer verilen bir metin odaklanmada büyük bir avantaj sağlamaktadır. Görselliğe de bir kitle iletişim aracında etkileyici bir kurgu ile oluşturulan içerik beğeni oluşmasında önemlidir. Medyanın etki gücünün arttırılması için oluşturulan içeriklerdeki estetik anlayış medyayı anlayış biçimimizi etkilemektedir. Bireyler, medyanın, eğlendirme, dikkatini çekme, merak uyandırma işlevlerini hangi estetik anlayışla hazırladığına yönelik sorular yöneltebilmelidir.

Aufderheidi'nin iletişim bilimine kazandırdığı bu sekiz ilkeye göre medya genel olarak gerçeği hedefi konumundaki kitlelere naklederken, gerçeği olduğu gibi aktarmak yerine belli bir kurgudan yararlanarak aktarmaktadır. Farklı süreç ilişki ve ideolojiler üzerine şekillenerek oluşmakta ve bireyler bu içerikler aracılığıyla kurgu

olanı gerçekmiş gibi algılamaktadır. Medya bu durumu bir şekilde normalleştirip görmezden gelmeye çalışsa da bu özelliğini kullanarak insanları manipüle ediyor olması, medyanın olumsuz yönünü ortaya koymaktadır.

2.2. Len'e Göre Medya Okuryazarlığı İlkeleri

İngiliz araştırmacı Len Masterman (1985), iletişim alanında yapmış olduğu araştırmalarla tanınan bir bilim insanıdır. Medya okuryazarlığı alanında yazılmış öncü eserlerden olan ve medya okuryazarlığının teori ve pratiği üzerine oluşturduğu kitabı bu alanda yazılmış ilk eser olma özelliği taşımaktadır. Len Masterman (1985), medya okuryazarlığı eğitimi için yedi neden belirtmiştir.

- Modernleşen toplumlarda sürekli artan medya ürünleri tüketimi nedeniyle medyaya karşı doyum oluşması
- Teknolojik medyanın düşüncesele ve vicdani olarak etkisi
- Veri yönetimini sağlayan medyanın üretim, yönetim ve dağılımındaki gelişmelerin varlığı
- Sosyal ve politik süreçlerde medyanın öneminin artması
- Sosyal hayatın her alanında verinin ve görselliğin değerli bir hal alması
- Öğrencilerin belirli bir eğitime ihtiyaç duymasının geleceğin taleplerini karşılamada önemli bir hal alması
- Uluslararası ve ulusal baskının özel ve örtük bilgi üzerindeki hızlı artışı

Len Masterman medya eğitiminin önemini 'Teaching the Media' adlı kitabında şu şekilde tanımlamaktadır (akt. Moore, 1991: 87). İletileri kendi amaçları doğrultusunda sunanlar ile bu verileri farklı formatlarda içselleştirip kabullenen ve tüketen kitle arasında var olan eşitsizliklere meydan okuma sürecinde eğitici ve öğrencilerin sahip olduğu araçlardan biri de medya eğitimi olmuştur. Len Masterman'ın medya okuryazarlığı konusunda en çok değer görülen çalışmalarından biri de on sekiz maddeden oluşan okuryazarlık ilkeleridir (Taşkiran, 2007: 100):

- 1) Ciddi ve önemli bir risk barındıran medya eğitimi çoğunluğa güç verilerek toplumdaki demokratik anlayışın güçlendirilmesidir.

2) Medya gerçeği olduğu gibi aktarmaz, aracılık görevi yapar. Medya işaretler ve sembollerden oluşan bir sistemdir. Onlar olmadan medya eğitimi söz konusu olamaz. Medya eğitiminin birleştiriciliği ve yeniden temsili söz konusudur.

3) Medya eğitimi, yaşamın her evresinde devam eden bir eğitim sürecidir. Bu sebeple yükseköğrenim öğrencisi bireyler temel hedef kitle olarak belirlenmelidir.

4) Medya eğitimi eleştirel özerkliği teşvik etmeyi ve eleştirel zekayı geliştirmeyi amaçlamaktadır.

5) Medya eğitimi sorgulayıcıdır. Karakteristik bir türe yönelik kültürel değerleri zorla kabul ettirme için çaba harcamaz.

6) Medya eğitiminin bir başka özelliği de güncel ve fırsatçı olmasıdır. Hedef kitle konumundaki kitlelerin yaşamsal konumlarına şekil verme amacı güder. Bu amaçla daha bugünü tarihsel olaylar bağlamında konumlandırır.

7) Analitik araçlar, medyanın eğitiminin anahtar kavramlarıdır.

8) Medya eğitiminde içerik amaçtan çok araç olma özelliği taşır.

9) Medya eğitiminde etkililik düzeyi iki kritere göre yorumlanabilir. Medya eğitimi alan öğrencilerin ortaya çıkan farklı durumlara göre eleştirel düşüncelerini uygulayabilme yetenekleri ile yine bu eğitimi alan öğrencilerin ortaya koyduğu sorumluluk ve içselleştirme ölçüleri bu kriterlerdir.

10) Medya eğitiminde yorumlamada bulunabilme medya eğitimi alan öğrencinin öz değerlendirimi gelişimsel ve sürekli artan değerlendirilmesi anlamına gelmektedir.

11) Medya eğitimi, öğretene ile öğrenci arasındaki diyalog sürecince geçen konuşmalar neticesinde ulaşılan sonuç niteliğindeki yargıların şekillenmesi ve değiştirilmesi imkân tanımaktadır.

12) Medya eğitimi, incelemelerini karşılıklı konuşma yöntemi kullanarak yaparken, tartışmada bulunmaktan kaçınmaktadır.

13) Medya eğitimi kişisel gelişimi ön planda tutan aktif ve katılımın sağlandığı bir yapı temelinde oluşturulmuştur. Eğitim alanların kişisel öğrenmeleri

üzerinde kontrol ve sorumluluk sahibi olabilmelerini, öğrenimleriyle ilgili bakış açısı geliştirebilmeleri yolunda katkı sağlamaktadır. Bundan hareketle medya eğitimi, konu alanı olmanın yanı sıra çalışma yöntemleriyle de alakalıdır.

14) Medya eğitimi, işbirlikçi öğrenmeyi grup odaklı çalışma üzerinden gerçekleştirir. Kişisel öğrenmenin rekabet ve yarışarak değil, öğrenme grubunun kaynakların ulaşarak değerli bir hal alır.

15) Medya eğitimi uygulamalı ve eleştirel uygulamalarla faaliyetlerini oluşturur.

16) Medya eğitimi doğal dengeleri sağlayarak sürdürülen bir süreçtir. İletişim sürecine katılan tüm unsurlar arasında ilişkiler bütününe yöneliktir.

17) Medya eğitimi sürekli değişim gösteren nedenler doğrultusunda gelişmelidir. Bu yönüyle sürekli değişim ilkesini benimsemelidir.

18) Medya eğitimini alttan desteklemek farklı bir epistemoloji gerektirmektedir. Alanda var olan bilgi öğretmenler tarafından öğrencilere gerektiği şekilde aktarılamamış ve öğrenciler tarafından tam anlamıyla analiz edilememiştir. Ancak bu durum bir olumsuzluk olarak nitelendirilemez Öğretici ve öğrenenler arasında etkin bir biçimde oluşan iletişim eleştirel bir iletişim sürecinin başlangıcını oluşturmuştur.

Masterman tarafından hazırlanan medya eğitimi konusundaki bu ilkeler, aile ortamında ebeveynlere, eğitim öğretim kurumlarında öğretmen ve öğrencilere medya okuryazarlığının basamaklarını, niteliklerini açıklarken, ideal bir medya eğitiminin nasıl olması ve hangi öğelerden oluşması gerektiğini açıklar niteliktedir. Ortaya konulan bu ilkeler medya eğitimiyle alakalı, medyanın tüm unsurlarına karşı eleştirel, doğru sorular yönelten ve elde ettiği sonuçların analizi ile kendini ifade eden bireylerin topluma kazandırılmasına katkı sağlamaktadır.

Masterman'a göre 1980'li yıllarda medya alanında farklı ve radikal hareketler ortaya çıkmaya başlamıştı. Medya eğitiminde estetik ve ahlaki değerlerin varlığına yönelik fikir ortaya atan fikir hareketi ve eğitici konumundaki öğretmenin ders ortamında her şeyi bilen, varlığı tasdik edilmiş bilgiyi aktaran kişi olarak sınıflardaki hiyerarşik rolünün değişmesi üzerine ortaya çıkan harekettir. Medya eğitimlerinde

artık bu dönemle birlikte öğretmen tek başına son sözü söyleyen kişi değil, açık uçlu bir öğrenme sürecine eşlik eden paydaşlardan biri konumuna evrilmiştir. Bu evirilmenin temelindeki faktörlerden en önemlileri ise olumsuz yönlü bir yaklaşımla sürdürülen medya eğitimi deneyiminin, öğrenenler için motive edicilikten uzak kalması ve öğretmenlerin program başlangıcından itibaren duydukları istek ve heyecanı sürdürmesine engel olmasıydı. Öte yandan medya ürünlerini değerlendirmek üzere, ortaya konulmuş ölçüt ve standartlar da medya eğitiminde yoktu. Medyanın ölçütlerinin ve standartlarının, beğenisinin belirleyicisi olarak öğretmenin sağlamaya çalıştığı suni otoritesi temelde tatminkâr olmaktan uzaktı. Ortaya koyduğu çalışmalarından Teaching the Media (Medyayı Öğretmek- 1985) isimli çalışması ile bu alanda ses getiren Len Masterman, sıklıkla davet edildiği Kanada, Avustralya ve Amerika'ya davet edilmiş, faaliyette bulunduğu medya ve eğitim hareketlerini etkilemiştir. Araştırmacı artık yaptığı çalışmalar ve yansıttığı ilkeleri ile medya eğitimi alanında önemli bir yer edinmeyi başarmıştır. Çalışmaları dünya geneline yayılan araştırmacının ortaya koyduğu medya okuryazarlığı ilkeleri medya okuryazarlığı eğitimi alanında hala alan yazında öncü bir veri içeriği olma özelliğine sahiptir.

2.3. Cyndy Scheibe ve Faith Rogow'a Göre Medya Okuryazarlığı İlkeleri

Amerikan Medya Okuryazarlığı Birliği kurucularından Rogow ve Scheibe'nin birlikte hazırladığı 'Look Sharp Project' isimli çalışmada, televizyon, radyo, kitap gazete, kitap, dergi müzik, video oyunları, internet kavramları ile medyanın ders içeriklerine uyarlanış şekillerine yönelik değerlendirmede bulunmuşlardır. Eserin amacı, çocukların ve gençlerin medyanın zararlarına maruz kalmamaları için bilinçlendirilmesi gerekliliğidir. Rogow ve Scheibe tarafından oluşturulan 12 medya okuryazarlığı ilkesi, medya eğitimini, ders içeriklerine entegre etmeyi sağlayan rehber niteliğindeki bir çalışmadır. Scheibe tarafından tüm eğitim programlarıyla bağdaştırılabilen 12 medya okuryazarlığı ilkesinde, medyanın okul haricinde kullanımının analiz edilebilmesi adına medya ürünlerinin medya eğitimi içine alınarak sınıflarda uygulanmakta olan eğitime eklenmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

Scheibe ve Rogow (2008)'a göre medya eğitiminde 12 temel ilke:

1) Bireylerin medya eğitimleri sırasında, sorular aracılığıyla eleştirel düşüncelerini, analizde bulunmalarını ve iletişim düzeylerini geliştirebilmek. Öğretmenlerin medya mesajlarını öğrencilere aktarımları sırasında öğrencilere eleştirel düşünme yeteneği kazandırabilmek. Öğrencilere popüler kültür bağlamında eleştirel düşüncelerini kolaylaştıracak rutin sorular sorabilmeyi öğretebilmek. Medya içeriklerinin kaynaklarının güvenilirliğini, ne şekilde değerlendirilmesi gerektiğini, ifade ederek karar verme süreçlerine şeffaflık kazandırabilmek. Öğrencilerde herhangi bir konu çerçevesinde medya mesajlarının ortaya çıkarılmasına yönelik teşvikte bulunarak, iletişim becerileri ve yaratıcılıklarına destek olabilecek görevler veya ödevler aracılığıyla iletişim becerileri sağlayabilmek. Bireylerin medya içeriklerine çeşitli tepkiler verdiklerinden hareketle medya içeriklerine yönelik yaratıcılıklarını ortaya çıkarmalarına katkı sağlayabilmek.

2) Medya eğitimi alan öğrencilere farklı medya içerikleri hakkında detaylı araştırma konuları verip, ilgi düzeylerini arttırabilmek. Çeşitli aktiviteler düzenleyerek öğrencilerin ilgisini çekebilmek. Medya eğitimi esnasında yeni bir konunun aktarılmasında dikkat çekebilmek için yazılı veya görüntülü kaynaklardan faydalanılması gerekmektedir. Öğrencileri, belirlenen bir konuyla alakalı, küçük gruplar halinde çalıştırarak belirli araştırmalar yapmalarını sağlayabilmek. Öğrencilere internet aracılığıyla konuyla alakalı bilgi edinebilmek için nasıl bir araştırma yapılabileceği, farklı internet arama motorlarından nasıl sonuç alınabileceğine rehberlik ederek konuya olan ilgiyi daha da arttırabilmek.

3) Geçmiş yaşantılardan edinilen tecrübelerden yola çıkarak, gündemde olan konularla alakalı örnek teşkil eden olaylar üzerinden tartışma ortamı yaratabilmek. Öğrencilerin yaşantılarının medya iletileri üzerindeki etkisini ortaya koyabilmek.

4) Eğitim alan öğrencilerin tek bir medya kaynağı kullanımının aksine, medya kaynaklarını farklılaştırarak bu kaynakların birer eğitim aracı halini almasını sağlamak. Bu sebeple farklı medya kaynaklarından örnekler sunma ve medya kaynaklarını karşılaştırarak, resim, video, metin gibi medya içeriklerinden yararlanabilmek. Öğrencilerden farklı konular hakkında analizlerde bulunmalarına ortam hazırlayabilmek için araştırmada bulunmaya cesaretlendirmek, medya

içeriklerinin incelenmesi esnasında içeriklerin güvenilirliği konusunda eleştirel yaklaşımlarda bulunmalarını sağlayarak veya kendilerinden yeni içerikler üretebilmelerini istemek. Öğrencilerin farklı medya kaynaklarından yararlanmasını teşvik edici ödevler oluşturarak farklı sayıda kitle iletişim aracından gelen konuyla alakalı veri sağlanabilmesini sağlamak, Çok fazla sayıda medya kaynağından gelen verinin, tek bir kaynaktan alınan veriye oranla daha zengin ve etkili bir biçimde veri olabileceği fikrini yerleştirebilmek. Öğrencilerin var olan bir konuyla alakalı olarak analizlerini detaylandırabilmeleri için, popülerleşen veya normalden farklı medya örneklerinin kullanımını arttırmak ve ulaştıkları sonuçlar hakkında verileri sınıf içinde veya farklı bir yerde paylaşmalarını ve niçin güvenilir bulduklarını ortaya koymalarını istemektedir.

5) Medya tarafından ortaya konulan içeriklerden olağandan farklı anormal bir konu başlığı seçerek, bu içerikle alakalı medyada farklı sebeplerle bilgi kirliliği yaratan kaynakların bulunmasını sağlamak. Öğrencilerin sunulan sıra dışı olayların içeriklerini farkına varmaları, buna sebep olan medya kaynaklarının bilgi kirliliği oluşturmak için hangi dili kullandıklarını görebilmelerini yeteneği edindirmek. Bu sayede öğrencilerin medya içeriklerinde sunulan, açık ve örtük mesajları fark edebilmelerini sağlayarak, oluşturacakları kendi medya içeriklerinde bunlara dikkat ederek içerikler hazırlamalarını sağlayabilmek. Öğrencilerin toplumu yanlış yönde etkileyen yanıltıcı ve doğruluğu olmayan medya içeriklerini, kullanılan dilin özelliklerini tanımasını kolaylaştırabilmek. Öğrencinin doğru ile doğru olmayan hakkında fikir sahibi olmasını, doğru olanın farklılıklarını kavrayabilmesini ve toplumda medya içerikleriyle alakalı olarak var olan belli başlı yanlış kalıp yargıların değişmesine katkıda bulunabilmek.

6) Öğrencilerin medya içeriklerini değerlendirmelerinin nasıl olması gerektiği öğretilerek, içeriklerle alakalı öznel bir bakış açısı geliştirilmesini sağlayabilmek. Öğrencilerdeki içerik seçimini etkileyen faktörlerin neler olduğunu fark etmelerini sağlayabilmek. İçerikler aracılığıyla sunulan açık veya örtük iletilerin neler olduğunun kavranabilmesi için doğru soruların sorularak medya içeriklerinin gerçek mi yoksa belli bir kurgu ile mi oluşturulduğunu ayırt edebilmeyi sağlamak. Medya kaynaklarından hangisinin güvenilir olup olmadığını, kullandıkları içeriklerin hangi nedenlerle, ne şekilde, kimler tarafından oluşturulduğunu ve kimlerin amaçlarına

hizmet ettiğini belirlemektir. Belirli bir kurgu çerçevesinde oluşturulan medya içeriklerinin, etki alanına göre doğru ve doğruluktan uzak örnekteki uygulamaların belirli uygulamalar kullanılarak öğrencilere aktarılması temeldedir. Öğrencilerin medya içeriklerinden kimlerin yarar sağlarken, kimlerin bu içeriklerden olumsuz yönde etkilendiklerini öğrenmeye yönelik sorular sormasını, çıkarımlar elde ederek içerikle alakalı bir bakış açısına ve farkındalığa sahip olmalarına imkân sağlamak.

7) Medya içeriklerindeki çeşitli sayıda ve türdeki mesajları, sunulma biçimleri yönünden mukayese etmek. Öğrencilerin farklı medya araçlarından aktarılan verileri farklılıkları yönünden karşılaştırabilmelerini sağlayabilmek. Medya araçlarından aktarılan mesajların, hedef kitle tarafından nasıl anlaşıldığının analizini gerçekleştirmek, Medya tarafından sunulan içerik mesajlarının açık ya da örtük olarak hedef kitleye ulaşım seyrini keşfedebilmek. Edinilen bu kazanımlar doğrultusunda öğrenciler kendi içeriklerini oluştururlarken, mesajlarını alıcılara açık ve anlaşılabilir bir biçimde ulaştırmaları istenmektedir. Medyanın farklı konularda oluşturduğu haberlerin yöntemlerinin öğrencilere ders ortamında aktararak, birbirleri arasındaki farkların anlaşılması gerektiği önemsenmektedir. Haberlerde ortaya konulan içeriklerin empoze edilmeye çalışıldığı hedef konumundaki kitlede ortaya çıkan farklı sonuçlar üzerinde analizlerde bulunmak. Medya içeriklerinin hedef kitle nezdinde güçlü ve zayıf yönlerini tartışmaya açık hale getirebilmek. Kitlelerin bu içeriklerden beklentilerini ne ölçüde karşıladıklarını ne beklediklerini, hangi içeriklerin dikkat çekici özellikler barındırdığını farkındalığı kazandırabilmek.

8) Medya iletilerini kitlelere ulaştıran araçların herhangi bir konu hakkında kitleler üzerinde nasıl bir etki yarattığının farkında olabilmek vurgusundan hareketle öğrenciler güven duyulan bilgiyi belirlemenin, medyanın bu bilgiye genel etkisi düzeyini, popüler kültürün niteliklerini ile farklı ülkelerde yerleşik durumdaki medya kültürlerini kavrayabilirler. Medyanın bir olay ya da durumla alakalı süre gelen tartışmalar çerçevesinde oynadığı rolün önemini kavramak. İçinde bulunulan zaman öncesi geçmiş dönemlerde yaşamış insan topluluklarının sosyal hayatın akışı içinde bir konuyu nasıl öğrendikleri, hangi enformatik içeriklere maruz bırakıldıkları, nasıl yorumlayıp tepkiler verdikleri ile bulunduğumuz zaman diliminde yaşayan bireylere göre neyin farklılaştığı ve değişime uğradığı bilinmeye çalışılmaktadır.

9) Öğrenciler aldıkları eğitimin katkıları ile kendi fikir ve görüşleri doğrultusunda okuma ve yazma yetilerini arttırabilmek için basılı medyanın rehberliğinde, blog, kitap, dergi, web sayfalarını takip ederek kendilerine özgü içerikler hazırlayabilirler. İçerikler için metinlerin sahip olduğu dil özelliklerini tespit etmek, içeriklere benzeyen örnek niteliğinde farklı çalışmalarda bulunmak, internet temelli farklı araştırmalar ve projelere yönelmek, içerikleri oluşturan bireylerin takip edilebilirliklerini arttırmayı önemli saymak ilkenin diğer kazanımlarıdır. Öğrencilerin çoklu medya ürünlerini kullanımlarını teşvik edebilmek ve kullanım için cesaretlenmelerinin önünü açabilmek. Medyayı okuma yazma yeteneklerini geliştirebilmek için öğrencilerin yazınsal metinlerle ilgili daha akılcı ve etkin bir biçimde kullanabilmelerini sağlayabilmek için basılı medya araçlarını alternatifli bir biçimde içerikler üreterek sürece dâhil edebilmek. Medya okuryazarlığı bilinci oluşturmaya yönelik enformasyon içeren pratik beceriler ışığında örnekler hazırlayarak, öğrencileri internet platformlarında araştırmalar yapmaya, projeler ortaya koymaya, bilgisayar kullanımını merkeze alan bir araştırma becerisi kazandırmaya çaba göstermektedir.

10) Öğrencilerin kendilerine özgü ilgi alanlarına yönelik konular çerçevesinde araştırmada bulunmaya teşvik ederek, elde ettikleri verilere kendi bilişsel yaklaşımlarını da katarak medya araçlarından kitlelerin beğenisine sunmaları sağlanır. Öğrenciler zihinlerinde var ettikleri fikir ve düşüncelerini çeşitli kitle iletişim araçları vasıtasıyla kamuoyuna iletebilmektedir. Düşünceleriyle alakalı geri dönüşlerden dolayı öğrencilerin karşılaşabilecekleri olumsuz eleştirilerden etkilenmemelerinin ve yılmadan içerik üretmeye devam etmeleri gerektiğinin farkına varmalarında rehberlik etme görevi üstelenmek.

11) Öğrencilerin medya tarafından sunulan bir içeriği belirleyip seçerek içeriğindeki olumlu ve olumsuz yönleri belirlemelerini ve bir araç olarak medyayı bir araç rolünde kullanarak, değerlendirmede bulunmalarını sağlamak. Sınıf ortamında öğreticiler tarafından eğitim alan öğrenciler farklı sayıda gruplara ayırarak, örnek asılsız medya içerikleri analizleri yaptırarak ve sonrasında öğrencilerin gözlem ve anlamlandırma yeteneklerini geliştirmeye yönelik sorular sorarak konuyu temelinden anlamalarını sağlayabilmek. Öğretmenlerin bir değerlendirme aracı olarak medyadan faydalanmaları gerektiği görüşü savunulmuştur.

12) Öğrencilerin sosyal kurum ve kuruluşlarla iş birliğinde bulunmak suretiyle medya içeriklerini analiz etmelerini sağlamak ve bu kuruluşların hedef kitle lehine harekete geçmesini sağlayabilmek. Öğrenciler arasındaki akran öğretimini arttırmak, veriye erişebilmeleri için bazı kurumlara ulaşarak buraları hedefler doğrultusunda kullanabilmeyi öğrenmek ve medyayı etkin kullanabilmeleri için bireylere destek vermek büyük öneme sahiptir (Scheibe ve Rogow, 2008). Öğrenciler projeler ortaya koyabilmek için sosyal kurum ve kuruluşlarla bağlantılı olabilmelidir (kütüphaneler, müzeler). Öğrencilerin toplumu oluşturan bireylerin sesini belli bir kesime ulaştırabilmesini sağlamak için medyanın gücünden yararlanmak ve böylelikle medyanın toplum üzerindeki etki gücünü görmelerine yardımcı bulunmak. Hedef konumundaki toplumu oluşturan bireylerin medyaya olan bakış açılarını şekillendirerek farklı boyutlarda bir medya algısına sahip olmalarının önünü açabilmeyi başarabilmek. Toplumla medyanın kesişim noktalarını farklı çalışmalar yaparak bir araya getirebilmek.

3. MEDYA OKURYAZARLIĞININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Temelinde çocuk yaştaki bireyleri medyanın olumsuz etkilerine karşı koruyarak eleştirel bir bilinç kazanmalarını sağlamak olan medya okuryazarlığı, görünenin veya duyulanın ardında yatan gerçeği kavratarak bakış açısı kazandırmaya çalışmasıyla sosyal bilimler alanında ön plana çıkan bir bilim dalı olmuştur. 20. Yüzyıl başından itibaren bilim insanlarınca üzerinde çalışmalar yapılmaya başlayan bir disiplin olarak medya okuryazarlığı, kazanımları ve etkileriyle daha sonraki süreçte dünya geneline yayılmaya başlamış ve eğitim öğretim müfredatlarında kendine yer bularak, eğitim sisteminin bir parçası halini almıştır. Kavrama yönelik bilimsel araştırma ve yöntemler kullanılarak yapılan çalışmalar sonucunda medya okuryazarlığı medya ile hedef kitle arasındaki sürecin etkili bir biçimde işleminin olmazsa olmaz bir parçası halini almıştır. Medya okuryazarlığının tarihsel süreç içindeki gelişimini Türkiye’de ve Dünya’da gösterdiği değişimler olarak iki başlıkta incelemek mümkün olmaktadır.

3.1. Türkiye’de Gelişimi

Türkiye’de medya okuryazarlığının geçmişi çok fazla eskilere dayanmamakla beraber kitle iletişim araçlarının gelişimiyle doğru orantılı olarak son yıllarda tartışılan bir kavram halini almıştır. Medyanın gelişimi ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile dünya genelinde bir sorun olmaya başlayan medyanın özellikle de televizyonun çocuklar üzerindeki olumsuz etkileri ve bu sürecin yarattığı endişeler Türkiye’de de bu alanda uzman akademisyenleri ve ilgili kurum ve kuruluşları harekete geçirmiştir. Medya okuryazarlığının ülkemizde yaygınlaşması konusunda ilk adımlar 2003 yılı başlarında düzenlenen İletişim Şurasında atılmaya başlanmıştır(Söylemez, 2012: 45). Şura içeriğinde yer alan konulara ve alınan kararlara yer veren Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Türkiye genelinde medya okuryazarlığının gerekliliği ve bu alana ilişkin ilginin ortaya çıkarılıp, yaygınlaşmasında önemli bir rol üstlenmiştir. Devlet Bakanlığı himayesinde 2004 yılında kurulan ve ülkenin önde gelen kamu kurumlarının, sivil toplum örgütlerinin ve üniversitelerinin paydaş olarak yer alıp temsil edildiği ‘Şiddeti Önleme Platformu’nda, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından ilköğretim okullarında ilk kez medya okuryazarlığı adında bir dersin okutulması tavsiyesinde bulunulmuştur(Sarı, 2015: 45). Kurul tarafından alınan bu tavsiye niteliğindeki kararı diğer paydaşlar tarafından olumlu bulunmuş ve kabul edilerek kısa sürede oluşturulan Medya Alt Komisyonu raporunda yerini alarak, uygulama safhasında eylem planına dâhil edilmiştir. İlerleyen süreçte aynı yıl içerisinde kurul tarafından bakanlık bünyesinde eğitim-öğretimin sürdürüldüğü okullarda medya okuryazarlığı dersi verilmesinin gerekliliği ve konunun önemine yönelik Millî Eğitim Bakanlığına bir yazı gönderilmiştir. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından 2005 yılında ilk defa düzenlenen ‘Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı’nda sunulan bir bildiri ile medya okuryazarlığının neden gerekli olduğuna yönelik fikirler kamuoyu ile paylaşılmıştır(Görmez, 2014: 15). Dünya geneli daha fazla sayıda araştırma ve çalışmanın yapılması ve programlar geliştirilmesi nedeniyle bu alana yönelik çeşitli bilimsel kazanımlar irdelenmiş ve ülkemize uyarlanmasına yönelik girişimlerde bulunulmuştur. Radyo Televizyon Üst Kurulu öncülüğünde gerçekleştirilen ‘İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları Kamuoyu Araştırması’ sonucu ulaşılan veriler ışığında öğrencilerin gündelik

hayatlarında internet, televizyon, radyo gibi kitle iletişim araçlarını kullanım düzeyleri ve süreleri hakkında önemli bulgulara ulaşılmıştır. Elde edilen bu veriler medya okuryazarlığı dersinin ne derece öğrenciler için önemli ve gerekli olduğunu gözler önüne sermeyi başlamıştır. Bu da medya okuryazarlığı dersinin gerekliliğinin çocuklar için ne kadar önemli olduğunun bir kanıtıdır. Konuyla alakalı farklı yaklaşımlar ortaya koyan eğitimci ve uzmanların, başta televizyon, internet ve radyo gibi teknolojik gelişim gösteren kitle iletişim araçlarının çocuk yaştaki bireyler üzerinde zararlı etkileri olduğuna yönelik öngörülerde bulunmuşlardır. Okullarda artarak devam eden şiddet olaylarının medyana gelmesi ve bu şiddet ortamını kitle iletişim araçlarının sunduğu içeriklerle körükler bir kimliğe bürünmesi sebebiyle Radyo Televizyon Üst Kurulu medya okuryazarlığı konusunu gündemine almıştır. Konunun ciddi boyutlara bürünmesinin ardından Radyo Televizyon Üst Kurulu medya okuryazarlığı çalışmaları kapsamında durum analizinde bulunabilmek için çeşitli kamuoyu araştırmaları vasıtasıyla toplumun medyaya bakışını ve medyanın toplum üzerindeki etkilerini öğrenmeyi amaçlamıştır. Kamuoyu çalışmalarının farklı bir kazanımı da yürütülen bu çalışmalar doğrultusunda toplumun tüm kesimlerinde ve devlet organları nazarında medya farkındalığı oluşturulmasına öncülük etmektir. 2006 yılında Ankara’da ulusal ve uluslararası akademisyen ve bilim insanının katılımlarıyla Uluslararası Medya Okuryazarlığı Paneli düzenlenmiş olup konuyla alakalı fikir, düşünce ve tecrübeler dile getirilmiş, medya okuryazarlığı kavramının ne olduğu, neler kazandıracığı ve nasıl uygulanması gerektiğiyle alakalı konuşmalar kamuoyuyla paylaşılmıştır (Önal, 2007: 339-340, Asrak Hasdemir, 2012: 2). Tüm bu konuyla alakalı zemin oluşturulmasına yönelik yürütülen faaliyetler ve elde edilen sonuçlar doğrultusunda Ankara Ü., Gazi Ü. ve Konya Selçuk Üniversitelerinden akademisyenler ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu temsilcilerinden oluşan medya okuryazarlığı çalışmalarını yürütülmesi amacıyla bir komisyon kurulmuştur. Komisyonda yurtdışından konuyla alakalı pek çok akademik makale ve bilimsel çalışmalar derinlemesine analiz edilmiştir. Üst kurul tarafından yürütülen faaliyetlerin sonucunda medya okuryazarlığını başlığı altında hazırlanan tüm dokümanlar, Millî Eğitim Bakanlığı bünyesinde faaliyette bulunan Talim ve Terbiye Kuruluna iletilmiş ve ortak çalışma zemininde buluşulması ve fikirler üretilip çeşitli şekillerde destek sağlanması üzerine karar alınmıştır (Özel, 2018: 92). Talim ve

Terbiye Kurulu bünyesinde gerçekleştirilen inceleme ve analizler sonrası bir mutabakata varılmış olup, Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu uzmanları ve İletişim Bilimleri alanında bilimsel araştırmalarda bulunmuş akademisyenlerinden oluşan bir komisyon tarafından “Medya Okuryazarlığı Dersi Taslak Öğretim Programı ve Öğretmen Kılavuzu” hazırlanmıştır.

Medya okuryazarlığı dersinin eğitim müfredatına kazandırılmasıyla alakalı gelinen bir sonraki aşamada ise 22.08. 2006 tarihinde Millî Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu arasında ‘Öğretim Kurumlarına Medya Okuryazarlığı Dersi Konulmasına Dair İş birliği Protokolü’ imzalanmıştır. Böylelikle iki kurumun görev ve sorumlulukları bu protokol kapsamında kayıt altına alınmış olmuştur. Protokol gereği de 31.08.2006 tarihinde alınan bir karar doğrultusunda ‘İlköğretim Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı’ Millî Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu’nda görüşülerek, karar doğrultusunda kabul edilerek eğitim öğretim müfredatına dâhil edilmiştir. Ülkemizde Medya okuryazarlığının gelişim sürecinde mihenk taşı olan bu kararın ardından hızla medya okuryazarlığı çalışmalarında bulunulmuştur. Medya okuryazarlığı Millî Eğitim Bakanlığı ile Radyo Televizyon Üst Kurulunun iş birliğiyle bu tarihten itibaren okullarda seçmeli ders olarak okutulmaya başlanmıştır. Bir sonraki aşamada dersin öğrenciler tarafından benimsenip içeriğinin öneminin daha iyi anlaşılmasına yönelik çalışmalarda bulunulmuş, öğrencilerin derse olan alakasının artması ve düzenli olarak derse katılımın gerçekleşmesine yönelik ders zenginleştirilmeye çalışılmıştır. Medya okuryazarlığı dersine yönelik oluşturulan öğretim programı içeriklerinin yapılandırmacı bir yaklaşım benimsenerek oluşturulmasına dikkat edilmiştir. Öğretim programı içeriğinde, öğretmen rehberliğinde, öğrencilerin geçmiş yaşantıları, çevresel etmenler ve ders esnasında kazandığı yetenekler doğrultusunda, yeni beceri ve hedeflere ulaşabilmesi amaçlanmıştır (Altun, 2008).

Medya okuryazarlığı dersinin artık seçmeli ders olarak müfredata girmesinin ardından Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu tarafından alınan karar doğrultusunda 2006-2007 eğitim öğretim yılında uygulama kapsamında pilot il olarak belirlenen beş ildeki okullarda öğrencilere haftada bir saat olacak şekilde

seçmeli ders olarak sunulmaya başlanmıştır. Dumlupınar İlköğretim Okulu (Seyhan/Adana), Ahmet Vefik Paşa İlköğretim Okulu (Çankaya/Ankara), Barbaros Hayrettin Paşa İlköğretim Okulu (Merkez/Erzurum), Şehit Pilot Muzaffer Erdönmez İlköğretim Okulu (Bakırköy/İstanbul), METAŞ İlköğretim Okulu (Karşıyaka/İzmir) uygulamanın başladığı okullar olarak belirlenmiştir. Bu okulların 7. sınıflarında öğrenim gören yaklaşık 780 öğrenciye medya okuryazarlığı dersi seçmeli ders olarak okullarda görevli Sosyal Bilgiler öğretmenleri tarafından vermeye başlanmıştır. Dersi vermekle görevli bu öğretmenlere ‘Eğitici Eğitim Programı’ kapsamında Ankara’da dört günlük bir hazırlayıcı eğitim verilerek derse hazırlanmaları için imkân tanınmıştır (Ulusoy, 2018; İlhan, 2015).

Medya okuryazarlığı dersi 2006-2007 eğitim öğretim yılında seçilen illerdeki, belirlenen okullarda öğrencilere seçmeli ders olarak başarılı bir biçimde verilmiştir. Eğitim öğretim dönem sürdüğü sırada bu okullarda Millî Eğitim Bakanlığı ve Radyo Televizyon Üst Kurulu tarafından gönderilen uzmanlarca öğretmen ve eğitim alan öğrencilere derse yönelik bilimsel anket çalışmalarında bulunulmuştur. Öğretmen ve öğrencilerle görüşmeler gerçekleştirilmiş, derse ilişkin fikir ve görüşleri alınarak uygulanan anket sonuçlarına dayalı değerlendirmelerde bulunulmuştur. Anket sonuçlarında alınan verilerin analizine göre şu sonuçlar elde edilmiştir. Medya okuryazarlığı dersine yoğun bir ilgi duyulduğu, medyanın detaylı anlatımıyla daha etkili ve güçlü bir iletişim ve etkileşim sağlanabileceği, dersin yedinci sınıflar haricinde ilköğretimin daha alt basamaklarından da başlatılıp, var olan diğer derslerle ilişkilendirilebileceği sonuçları elde edilmiştir. Bunun yanı sıra eğitim alan öğrencilerin Radyo Televizyon Üst Kurulu’na ait web sitesinin belirli kısımları üzerinden derse ilişkin, duygu düşünce ve görüşlerini iletme imkânı buldukları, okullarda kurulması ön görülen medya kulüpleri sayesinde dersin seçilmesi ve etkin bir biçimde işlenmesine katkı sağlanacaktır. Ayrıca öğrenciler sınıf ortamından ayrı okul sınırları dışında, evde aile ortamlarında ders kapsamında edindikleri bilgileri, aileleriyle paylaşımları sonucu ebeveynlerin program seçme ve izleme alışkanlıklarında ve içerikleri doğru bir şekilde algılamalarında olumlu yönde farklılıklar meydana gelmiştir. Ders konuları üzerinden edinilen donanım ile öğrencilerin davranışlarında olumlu gelişmeler gözlemlendiği ve öğrencilerin bilinç kazandıkları görülmüştür. Dersi alan öğrenciler kitle iletişim araçlarına yönelik

özellikle televizyon yayınları başta olmak üzere daha seçici ve bilinçli davranmaya gayret göstermeye başlamışlardır. Ders kapsamında yürütülen gözlemler, değerlendirme ve rehberlik çalışmaları, başta öğrenciler olmak üzere öğretmenler ve okul geneline fayda sağlamıştır. Ders içeriğini zenginleştirebilmek adına medyanın değer verdiği bazı isimlerin veya izleyici temsilcilerinin okullara davet edilmesinin veya öğrencilerle birlikte medya alanında faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlara ziyaretlerde bulunmanın dersin etkin ve verimli geçebilmesini sağlayabileceği sonuçları ortaya konulmuştur (RTÜK, 2007). Anketlerden ortaya çıkan tablo sonucunda medya okuryazarlığı dersinin öğrenciler tarafından benimsenip, kabul görmesi ve sunduğu kazanımların çocuklar üzerindeki pozitif etkisi de dikkate alınarak, Millî Eğitim Bakanlığı tarafından 2007-2008 eğitim-öğretim yılından itibaren tüm Türkiye’deki ilköğretim okullarının 6,7 ve 8. sınıflarında seçmeli ders olarak okutulmaya başlatılmasına karar verildi (RTÜK, 2009:144). Talim ve Terbiye Kurulunun medya okuryazarlığı dersi ile ilgili verdiği bu kararın ardından dersi iletişim fakültelerinden veya basın yayın yüksekokullarından mezun olmuş, Milli Eğitim sistemi içinde sınıf öğretmeni olarak çalışan öğretmenler ile sosyal bilgiler öğretmenlerince verilmesi kararlaştırılmıştır.

Millî Eğitim Bakanlığı ile Radyo ve Televizyon Üst kurulları tarafından yürütülen ortak bir çalışmanın ardından hayata geçirilen ‘Medya Okuryazarlığı Projesi’ kapsamında devlet okullarında seçmeli ders olarak okutulmakta olan dersin, aynı şekilde Özel Okullar Birliği çatısı altında faaliyet gösteren özel okulların eğitim sistemine dâhil edilmesi için harekete geçilmiştir. Öğrencilerin ve ebeveynlerinin Medya Okuryazarlığı dersine karşı ilgi düzeylerini arttırarak derse karşı olumlu bir bakış açısı kazanabilmelerini sağlamak için 2007-2008 eğitim-öğretim yılında medya okuryazarlığını konu alan bir tanıtım filmi hazırlanarak öğrenciler ve ailelerinin dikkati konu üzerine çekilmeye çalışılmıştır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulunca www.rtukcocuk.org.tr isimli kurulan web sitesi üzerinden çocukların medya ile alakalı fikirlerini dile getirebilmesi imkânı sağlanırken, medya okuryazarlığı kavramının ayrıntılı bir şekilde tanınmasının önü açılmıştır. Bu gelişmelerin yanı sıra 2007 yılı sonunda yardımcı doküman olarak “İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı” dersin öğretim programı kapsamında öğretmenlerin gelişimine yönelik hazırlanmıştır. El kitabının içeriğinde dersi verecek olan öğretmenlere

rehberlik etmek için belirlenen ünite başlıklarıyla alakalı ihtiyaç duyulan teorik bilgilerin yanı sıra konuyla ilgili açıklayıcı metinlere yer verilmiştir. Medya okuryazarlığı kavramının bir ders olarak eğitim öğretim kurumlarının müfredatlarına girip yayılmasına yönelik çalışmalar çerçevesinde Türkiye’deki ilköğretim okullarının 6,7 ve 8. sınıflarında öğrenim hayatlarına devam eden dört milyon öğrenciden bir milyon beş yüz bininin 2007-2008 eğitim öğretim yılında Medya Okuryazarlığı dersini alabilmesine yönelik çalışmalar üzerinde durulmuştur. Medya Okuryazarlığı Dersi içeriğinin ele alınarak etkinliğinin artırılması için fikir alışverişinde bulunulması, bununla birlikte toplumunun tüm kesiminde medya okuryazarlığının yayılabilmesi amacıyla Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ve Millî Eğitim Bakanlığının destekleriyle 30 Haziran – 01Temmuz 2012 tarihlerinde “Medya Okuryazarlığı Dersi Çalışma Grubu” ve “Yaşam Boyu Medya Okuryazarlığı Çalışma Grubu” olmak üzere iki grup halinde çalıştay gerçekleştirilmiştir. Çalıştay kapsamında Medya okuryazarlığı dersinin, medya analizi ve üretim gibi uygulama temelli olarak yürütülmesi, bu eğitimin yaşam boyu öğrenme kapsamında öğrenci, öğretmen, aile üçgeninde ele alınmasının gerekliliği ve konunun muhatabı olan ilgili paydaşların, öğretmenlerin katılımcı bir yaklaşımla sürece dahil edilmesi gibi alana ait önemli kararlar alınmıştır(www.medyakuryazarligi.gov.tr). Alınan kararlar neticesinde ders içeriğinin ele alınıp güncellenmesi amacıyla Millî 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. Protokol gereği Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı geliştirilmesi için Millî Eğitim Bakanlığı, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu üyeleri ve akademisyenlerden oluşan bir Komisyon çalışmalarını yürütmüştür. Oluşturulan Öğretim Programı, Millî 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(www.medyakuryazarligi.gov.tr)

Müfredattaki yerini aldığı dönemden itibaren Medya okuryazarlığı dersine her yıl farklı güncellemeler getirilmiştir. 2018-2019 eğitim-öğretim yılından itibaren

uygulanan yeni medya okuryazarlığı eğitimi için farkındalık geliştirme, içerik erişimi, eleştirel bakış becerisi edinimi kazanımı, güvenli internet kullanım, içerik üretimi ve paylaşımı, analiz edebilme ve çözümleme becerileri dahil olmuştur.

Dijitalleşen dünyada bireyin sürekli yoğunlaşan medya iletileri karşısında nelerle karşılaşabileceğine yönelik farkındalık ve bilinç kazanabilmesi için medya okuryazarlığı yetisine sahip olması kaçınılmaz bir zorunluluk halini almış ve bu yönde çalışmalara hız verilmiştir. Bu çalışmalara yön veren kamu kuruluşlarının başında gelen Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından medya okuryazarlığının önemi medya içeriklerine yönelik daha fazla kontrol sağlanması gerekliliği üzerinden ifade edilmektedir. Çocuk yaştaki bireyler medya okuryazarlığı konusunda ne kadar fazla bilgi sahibi olursa medya tarafından sunulan dünyanın ne kadar aldatıcı olabileceğini, gerçekte olan dünya ile bu sanal dünya arasında büyük farklılıklarının olduğunu ve iki dünya arasında bilişsel bir sınırın çekilmesi gerektiğini yakından kavrayabileceklerdir. Böylece medyanın zararlı etkilerinden öğrenciler kendilerini koruyabilmeyi öğrenecektir. Bu donanıma sahip bir biçimde yetişen çocuklar, ilerleyen dönemde sağlıklı bir kamuoyunun oluşmasını kolaylaştıracaktır. Medya okuryazarlığı kavramına yönelik çalışmalar günümüzde hala toplumsal fayda odaklı olarak ülkemizde belli kurum ve kuruluşlar tarafından sürdürülmektedir (Kara, 2024)

3.2. Dünyada Gelişimi

Medya okuryazarlığının tarihsel gelişim süreci incelendiğinde Türkiye'deki gelişim sürecinin yakın tarihli ve yeni bir süreç olduğu görülürken, Dünya genelinde Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa ülkeleri başta olmak üzere daha eski bir geçmişe sahiptir. 1920'li ve devam eden süreçte 1930'lu yıllarda Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa'daki pek çok ülkede kitle iletişim kavramının (gazete, radyo, televizyon) ortaya çıkıp, yaydığı iletilerle kamuoyunu etkisi altına alma kurgusunun oluşması karşısında bireylerde katılımcı bir bilinç yapısı oluşturmak adına alana yönelik farklı çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Çok kültürlü eğitim sistemlerinin uygulandığı dünyanın pek çok ülkesindeki eğitim sistemleri için, medya okuryazarlığı eğitiminin gerekliliği bir zorunluluk halini almıştır. Dünyada var olan eğitim programları incelendiğinde medyaya yönelik sürdürülen eğitimin tek başına bir ders olarak veya farklı bir dersin kapsamında verildiği bilinmektedir (Kıncal ve

Kartal, 2009: 323). Ancak birçok ülkede medya okuryazarlığı eğitiminin temel eğitim kademesine kadar indiği ve bir eğitim konusu olarak görüldüğü açıkça görülmektedir (İnal, 2009:68). Medya okuryazarlığına yönelik çalışmalar, medyanın özellikle de kitle iletişim araçlarından televizyonun bireyler üzerindeki olumsuz etkilerine yönelik etkilerini araştırmak amacıyla başlamıştır. Medya okuryazarlığı eğitimine yönelik ilk çalışmalar 1920’li yıllarda İngiltere’de başlamıştır. Bu çalışmalar temelinde daha sonraki süreçte pek çok Avrupa ülkesine ve Amerika Birleşik Devletleri’ne buradan yayılmaya başlamıştır (Taşkiran, 2007: 7). Medya okuryazarlığının Dünya genelinde tarihsel gelişimi göz önünde bulundurulduğunda Avrupa ve Amerika ekolü olmak üzere iki farklı yaklaşımdan söz edilmektedir. Amerikan ekolünde daha çok ürün oluşturabilme konusu ön planda tutulurken, Avrupa ekolünde İngiltere’den başlayıp yayılan eleştirel yaklaşıma yönelik anlayıştan bahsetmek mümkündür. Avrupa eğitim sisteminde devam eden anlayışa göre ders farklı isimlerle öğrencilere sunulmaktadır. Ders içerikleri doğrultusunda teknoloji okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, bilgisayar ve televizyon okuryazarlığı, görsel okuryazarlık gibi farklı isimler almıştır.

Dünya geneli medya okuryazarlığı gelişim süreçleri incelendiğinde bulundukları coğrafi konumlara göre ülkeden ülkeye eğitim anlayışlarında farklılıklar görülmektedir. Medya okuryazarlığı eğitimi kavramı dünya genelinde önemi artarak devam eden bir anlayışla dünya ülkelerinde eğitim alt kademelerine doğru yayılmaktadır. Medyanın etkilerinin giderek genişlemesi nedeniyle çocuklar veya gençler üzerinde oluşan olumsuz etkileri en az seviyelere indirebilmek adına batılı devletlerde daha yoğun çabalar gösterilmektedir. Medya okuryazarlığı eğitimi bu nedenle pek çok Avrupa ülkesinde bir eğitim alanı değil, aynı zamanda toplumsal araştırma ve projelerin konusu ve demokratik gelişim sürecinin bir parçası olarak eğitim sistemleri içinde kendine önemli bir yer bulmuştur. Dünya üzerinde özellikle 19. yüzyılın sonları itibariyle başlayan medya okuryazarlığı eğitimine yönelik çalışmalar değişiklik göstermektedir. Lee (2010) ülkelere göre medya okuryazarlığı eğitimine yönelik çalışmalarını üç kategoride incelemiştir. Birinci kategorideki ülkeler medya konusunda en ileri düzeyde olan ve medya okuryazarlığı eğitimi belli bir standart çerçevesinde yürütülmekte olan ülkelerdir. Bu ülkelerde medya okuryazarlığı dersi okullarda zorunlu ders ya da seçmeli ders olarak öğrencilere

verilmektedir. Bu ülkelere örnek olarak, İngiltere, Kanada, İsveç, Norveç, Danimarka, Avusturya, Hollanda ve Fransa olarak gösterilmektedir. Bu ülkeler medya okuryazarlığının kamuoyunda kabul gördüğü ve bilincin olduğu ülkeler olup eğitim sistemlerinde ders önemli bir yer etmiş durumdadır. Toplumsal bir yerleşik medya bilincinin olduğu ve bireyler tarafından benimsenmesi bu ülkelerin ortak noktalarının başında gelmektedir. Medya okuryazarlığı eğitiminin henüz tamamlanmadığı, ancak çalışmaların son noktaya geldiği bazı ülkeler ise ikinci kategorideki ülkeler olarak nitelendirilir. Bu kategoride bulunan ülkelerde medya okuryazarlığı eğitimi, özellikle devlet ve öğretmenlerin ortak çalışmaları üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bu ülkeler, Amerika Birleşik Devletleri ve Almanya gibi ülkelerdir. Medya okuryazarlığı eğitiminin çok gelişmediği ülkelerin yer aldığı kategori ise üçüncü kategorideki ülkeler olarak ifade edilmektedir. Bu ülkelerde medya okuryazarlığına eğitime olan bakış henüz gelişmemiş olup, medyanın toplumu etkileme gücünün yüksek oranda hissedildiği ülkeleri kapsamaktadır. Hindistan, Rusya, Latin Amerika Ülkeleri, Japonya, Çin, Tayvan gibi uzak doğu ülkeleri üçüncü kategorideki yer alan ülkelerdir (Lee (2010: 5).

Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitime yönünden üçüncü kategoride kendine yer bulabilmiştir (akt. Görmez, 2014). Dünya üzerinde medya okuryazarlığı ve eğitiminin yayılıp gelişme sürecinde UNESCO önemli bir görev üstlenmiştir. Kavramın benimsenip kitleler arasında yayılmasını sağlamak amacıyla 1960’lı yıllardan itibaren birçok türde farkındalık amaçlı proje ve çalışmalar ortaya koymuştur. UNESCO medya okuryazarlığı üzerine yayınladığı ilk bilimsel çalışması 1977 yılında kamuoyuyla paylaştığı ‘Eğitimde Medya Çalışmaları’ adlı eser olmuştur. Söz edilen bu çalışmanın ardından 1978 yılında ise daha geniş kapsamlı bir çalışma olan ve Finli medya uzmanları tarafından oluşturulan, medya okuryazarlığı eğitiminin tarihsel gelişimini irdeleyen “Kitle İletişim Eğitime Yönelik Genel Bir Program Modeli” adlı yayın ortaya konulmuştur. UNESCO’nun medya okuryazarlığı eğitime yönelik en önemli hedeflerinden biri, bireylere medyaya ve bilgiye yönelik eleştirel bir bakış açısı edinebilmeleri yeteneği kazandırmak, bireylerin, algılama, analiz etme ve değerlendirme becerilerinin gelişimini sağlamaktır. Bu amacı doğrultusunda UNESCO iki farklı konu üzerinde çalışmalar yürütmeye başlamıştır. Çalışmalardan ilki ülkeler düzeyinde medya okuryazarlığı eğitiminin sürdürülebilirliği

için desteklenmesi, diğeri ise medya okuryazarlığı eğitimini öğrencilere verecek olan eğitimcilerin gerekli donanım ve bilgi birikimine sahip bir biçimde yetiştirilebilmesidir. 2000’li yıllara gelinmesinin ardından dijitalleşmede görülen gelişmeler sonucu UNESCO alanla alakalı farklı konuları ele almayı sürdürmüştür (Hasdemir ve Demirel, 2012).

Medya okuryazarlığı eğitimi alanında Avrupa’da stratejik çalışmalar yürüten bir diğer önemli kuruluşta Avrupa Birliğidir. Birlik pek çok Avrupa ülkesinde farklı kuruluşlar aracılığıyla medya okuryazarlığı eğitimi çalışmaları yürütmektedir. Kavram ilk kez 2000 yılında düzenlenen Lizbon Avrupa Konseyi’nde Avrupa Birliğinin gündemine gelmiştir. Konseyde medya okuryazarlığı konusunun dikkatle ve titiz bir şekilde üst düzeyde ele alınması gerektiği ve ilerleyen süreçte iletişim teknolojilerinin geleceğin Avrupa’sının temellerini oluşturacağı üzerinde durulmuştur (Hasdemir ve Demirel, 2012). Bu tarihten itibaren Avrupa Birliği medya okuryazarlığı eğitimi konusunda yaptığı çalışmalarla adını duyurmayı başarmıştır. Birliğin medya okuryazarlığı alanında yaptığı önemli çalışmalar kabul görmüştür.

2006 yılında, alanda çalışmalarda bulunmuş 34 kişilik uzman ve akademisyenden oluşan Medya Okuryazarlığı Uzman Grubunun (The Media Literacy Expert Group) oluşturulmuş olması önemlidir.. Grubun en önemli amacı medya okuryazarlığı kavramı hakkında durum analizinden hareket ederek yeni önerilerde bulunmaktır. Grup iki alanda önemli çalışmalarda bulunmuştur. İlk çalışmaları halkın nabzının ölçülmesi ve alandaki yönelimin ortaya konulmasını amaçlayan Halka Danışma (Public Consultations) olurken, diğer çalışmaları ise Avrupa Birliğinin medya okuryazarlığına yönelik bakış açısının öğrenilmesi, medyanın geldiği noktanın belirlenmesi, tavsiye ve öneriler olan “Avrupa’da Medya Okuryazarlığı ile İlgili Güncel Eğilim ve Yaklaşımlar” (Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe) başlıklı çalışmadır (EU, 2007; akt. Altun, 2010). UNESCO ve Avrupa Birliğini medya okuryazarlığı ve eğitimine yönelik yürütmüş olduğu çalışmaların yanında dünyanın farklı ülkelerinde alanla alakalı bazı önemli çalışmalar yapılmış ve gelişmeler de yaşanmıştır. Amerika Birleşik Devletleri’nde iletişim uzmanları tarafından yerleşik televizyon kültürüne karşı çocuklar için savunmacı bir yaklaşım üzerinde durulmuştur. Amerika Dünya üzerinde medya içeriği üretmede lider durumdayken medya okuryazarlığı içeriği

üretimin de ise yine ilk sıralarda yer almaktadır. Ülkede 1990'lı yıllardan itibaren medya projelerinin desteklenmesi yönünde hızlı bir gelişim sürecine girilmiş, oluşturulan yeni müfredatlar aracılığıyla medya eğitimi hızlı bir atağa kalkmıştır. Aspen Enstitüsü tarafından desteklenip düzenlenen geniş katılımlı ilk medya okuryazarlığı konferansı, eğitimcinin eğitilmesi gerekliliği ilkesiyle gerçekleştirilmiştir (Bilici, 2020: 69). Amerika Birleşik Devletleri'ne komşu durumda bulunan Kanada'da yürüttüğü çalışma ve izlediği politikalarla medya okuryazarlığı alanına büyük katkılar sağlayan bir ülke durumunda olmuştur. Ülkede kayıtlara geçmiş ilk medya eğitiminin 1960'lı yıllarda ilköğretim ikinci kademedede eğitim-öğretimlerini sürdüren öğrencilere verilen 'ekran eğitimi' dersleri ile başladığı bilinmektedir. Kanada'nın yönetim şekline bağlı olarak çeşitli eyaletlere ayrılmış olması nedeniyle medya eğitimi de bu eyaletlere göre çeşitli değişiklikler göstermektedir. Bu konuda bir birliktelik sağlanabilmesi için Kanada Medya Eğitimi Kuruluşları Derneği (the Canadian Association of Media Education Organizations; CAMEO) kurulmuştur. Ayrıca sosyal olarak farkındalık sağlayabilmek adına her yıl 'Medya Okuryazarlığı Haftası' etkinlikleri düzenlenmektedir (Altun, 2010). İngiltere de medya okuryazarlığı konusunda güçlü bir geçmişe sahip ülkelerden birisi durumundadır. Ülkede film sektörünün analizi neticesinde kavrama ilişkin ilk yaklaşımlar ortaya çıkmaya başlamıştır. İngiltere de sürdürülen medya eğitimi dönemsel olarak birkaç kategoriye ayrılmıştır. Medya okuryazarlığının ilk ortaya çıktığı 1930'lu yıllardaki ayırt etme dönemi, 1960'lı yıllarda artan kültürel faaliyetlerle doğru orantılı popüler sanatlar dönemi ile 1970'li yıllarda ekran etkilerine karşı eğitim ve ekran sınırlarına yönelik farkındalık yaratma dönemi olarak sınıflandırılmıştır (Çakmak, 2010). İngiltere de medya okuryazarlığı kavramının yayılıp gelişmesinde başta Milli Eğitim Bakanlığı olmak üzere pek çok farklı kurumun katkısından söz edilebilmektedir. İletişim Ofisi (The Office of Communications), İngiliz Film Enstitüsü (British Film Institute), Medya Eğitim Birliği (English and Media Center) gibi kuruluşlar medya okuryazarlığının gelişine katkı sağlamışlardır. Bu kuruluşlardan İletişim Ofisi ve İngiliz Film Enstitüsü özellikle 14-19 yaş arasındaki bireylerin eğitimlerinde kullanılmak üzere, medya öğretim programı oluşturulmasında ön planda yer almışlardır. Medya okuryazarlığı eğitiminin gelişim sürecinin analiz edilmesinin yanı sıra bu eğitimin sürdürülebilirliği

için kurulan İletişim Ofisi, 2003 yılında çıkarılan ‘Medya Yasası’ ile medya okuryazarlığının gelişimine ve toplum genelinde yayılmasına yönelik çalışmalarda bulunmuştur. Ortaya konulan bu çalışmalar İngiltere’de medya okuryazarlığı eğitiminin zamanla yayılmasına ve toplum genelinde etkin bir biçimde kabul görmesine fırsat sağlamıştır. Avrupa’da Baltık ülkeleri olarak bilinen ülkelere olan Finlandiya da medya okuryazarlığı alanında adından söz ettiren ülkelere biri olmayı başarmıştır. İlk medya eğitiminin 1950’li yıllarda başladığı ülkede o dönemki kitle iletişim araçları sınıf ortamlarında aktif olarak kullanılmaya başlamıştır. Öğrenciler de medya okuryazarlığı bilinci oluşturabilmek için eğitici film içeriklerinden yararlanılmıştır. Kitle iletişim araçlarının içeriklerinden etkilenen bireyler için medya eğitiminin gerekliliği üzerine çalışmalar yürütülmüştür. Medya okuryazarlığı eğitimi kapsamında öğrencilerin içeriksel metin analizleri yapmaları üzerinde durulurken, medya eğitimi verecek olan öğretmenlere yönelik kurslar açılmıştır. Ülkede medyanın etkilerine yönelik; Finlandiya, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development) kurulmuş olup alana yönelik çalışmalar yürütülmüştür (Alagöz, 2012). Medya okuryazarlığı alanında eyaletlere ayrılan bir ülke olmasına rağmen Avusturya’da, eyaletler arası eğitim müfredatı değişikliğine gidilmemiştir. Avusturya’daki medya okuryazarlığı öğretmenlerinin istekli ve gönüllü çabaları diğer ülkelere örnek olmaktadır. Avusturya 1970’li yıllardan itibaren ülke genelindeki tüm okullarda medya eğitimiyle ilgili ünitelerin kazandırılması sağlanmıştır ve ciddi bir medya okuryazarlığı eğitim sürecine girilmiştir. Avusturya bu yönüyle medya okuryazarlığı eğitiminde en başarılı ülkelerin başında gelmektedir. Avusturya da medya eğitimi 1990’lı yıllardan itibaren zorunlu hale getirilmiştir. Uzak doğu ülkelerinden Çin medya okuryazarlığı eğitimine diğer ülkelere daha geç başlamış bir ülkedir. 2000’li yıllardan itibaren alana yönelik çalışmalar uygulanmaya başlamıştır. Ancak son yıllarda Çin’de pek çok üniversite medya eğitimi hakkında çalışmalar yapmaya başlarken, bu kavramın gelişmesinde en büyük paya devlet ve eğitimciler sahiptir (Görmez, 2014). Fransa medya okuryazarlığı konusunda öncü ülkelere olmayı başarmış bir ülkedir. 1920’li yıllarda temelleri film sektörüyle atılan medya okuryazarlığı eğitimi, 1970’lerden itibaren akademik çevreler tarafından benimsenmeye başlamış ve okullarda medya eğitimi verilmesine önem

verilmiştir. Medya eğitiminin gelişmesi için 1983 yılında Eğitim ve Medya İrtibat Sağlama Merkezi (CLEMI) kurulmuştur. 2000’li yıllardan itibaren ise medya içeriklerine eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşmayı amaçlayan ‘Educenet’ adında bir program geliştirmiştir. Medya okuryazarlığı ülkedeki okullarda seçmeli ders statüsünde okutulmaktadır (Koç,2016). Almaya medya okuryazarlığı eğitimi okullarda başlarda zorunlu tutmamakla birlikte koruyucu bir bakış açısı güdülmüştür. Almanya’da medya eğitimi zorunlu tutulmayıp gönüllülük esasına uygun nitelikte yürütülmektedir. Temel amaç medya okuryazarlığı eğitimi ile hedef durumundaki öğrencileri medya içeriklerinin zararlarına karşı korumak ve medya kullanım yeteneklerinin olumlu yönde gelişmesini sağlamaktır. Öğrencileri kitle iletişim araçlarının kullanımı hakkında bilgilendirerek, eleştirel tutumların edindirilmesi kavramla alakalı önemle üzerinde durulması gereken başka bir hedef olmuştur (Bilici, 2020, s.101).

Batılı ülkeler ile Batılı olmayan ülkelerin medya okuryazarlığı eğitimi konusunda ayrılıkların fazlasıyla var olduğunu dile getiren İnceoğlu (2006:6) Avrupalı, Avusturyalı veya Kanadalı konuyla ilgili çalışmalara imza atmış uzmanların, medya okuryazarlığının eleştirel ve özgür bireyleri topluma kazandırabileceği üzerine fikirler savunmuştur. Hindistan, Brezilya gibi ülkelerde yaşayan uzmanlarsa, toplumsal gelişim ve özgürleşme ile toplumdaki sıra dışı bireylerden oluşan kitle için sosyal adaletin sağlanmasına destekte bulunulduğunu öne sürmüşlerdir. Dünya geneline bakıldığında medya okuryazarlığı kavramı ve taşıdığı önem 1990’lardan itibaren tartışma konusu haline gelmiş olup, kamuoyunun gündemine yerleşmeye başlamıştır. Dünya çapında tarihsel sürece göre değerlendirildiğinde medya okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı eğitiminin gerekliliğine yönelik bilimsel nitelikte farklı fikir ve görüşler 1990’lı yıllardan itibaren kamuoyunun gündemine gelmeye başlamıştır. Bu tarihten itibaren okullarda medya eğitimi programları oluşturulup, eğitim sistemlerine entegre edilmeye çalışılmıştır. Avrupa’dan, Amerika’ya, Afrika’dan Uzak doğu ülkelerine kadar medya okuryazarlığı eğitimi kitleler arasında yayılmaya başlamıştır. Dijitalleşen teknoloji, artan kitle iletişim araçları ve bu araçların bireyler üzerindeki etkisinin gün geçtikçe yoğunlaşması gibi nedenlerle medya okuryazarlığı ülkelerde hızla yayılıp gelişme göstermektedir. Ülke yönetimleri medyanın olumsuz etkilerine karşı

bireyleri koruyup bilinç kazanmalarını sağlamak üzere kendi bünyesindeki kurum ve kuruluşlar vasıtasıyla alana yönelik önemli çalışmalara imza atmaktadırlar.

4. EBEVEYN VE ÇOCUK İLİŞKİSİ ÖZELİNDE MEDYA OKURYAZARLIĞI

Dünyaya gözünü açtığı andan itibaren çocuk, bilemediği, anlamlandıramadığı ama içgüdüsel olarak bağlanmaya hazır hale geleceği bir aile olgusuyla donatılmıştır. İçinde var olunan ailenin davranışları, kültürel özellikleri yaşayış biçimi ya da genlerinden gelen genetik özellikleri çocukların beden ve bilişsel bir biçimde gelişip değişmesinde önemli birer faktör olmuştur. Şekillendirilmemiş bir hamur gibi olan çocuk, ebeveynlerinin elinde şekillenip yeni bir hal almaya başlamaktadır. Gelişmekte olan bir çocuğun güvenmeyi ve sağlıklı bir biçimde bağlanmayı gerçekleştirebileceği aile ortamının da büyümesi büyük önem taşımaktadır. Çocuğun biyolojik olarak büyümesinin yanı sıra, duygusal, sosyal ve eğitim açısından gelişimine de özen gösterip sorumluluklarını yerine getiren kişilere ebeveyn denir. Ebeveynler, çocukların yaşadıkları ortamlarda karşılaştıkları sorunların çözümünde önemli rol oynamaktadır. Günümüz toplumunda teknolojik gelişmelerin ve değişimlerin çocuklar üzerinde olumsuz etkileri bulunmaktadır. Kitle iletişim araçları aracılığıyla sunulan içerikler, çocukların bu içerikleri tek başına değerlendirebilmesini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, bilinçli ebeveynler dijital çağın farkındadırlar ve çocuklarının karşılaştıkları veri ve içeriklere karşı bilinçli hareket etmek zorundadır (Yurdakul vd. 2013). Ebeveynler, dijitalleşmenin getirdiği yeniliklere karşı, çocuklarının eğitime dikkat etmeli, kişisel veri güvenliğini sağlamalı, internette geçirilen süreleri denetlemeli ve medya içeriklerine yönelik kontrol mekanizmaları geliştirmelidir. Çocuklar, kontrolsüz bir şekilde internette bırakılmamalıdır (Yurdakul vd. 2013). Ebeveynler medyanın olumsuz yönlerine karşı farklı roller üstlenmek durumundadırlar. Yurdakul ve arkadaşları, ebeveyn rollerini dijital okuryazarlık, kontrol, farkındalık, etik ve yeniliklere açık olmak olarak beş farklı kategoriye ayırmıştır. Bu rollerin amacı, dijitalleşmenin getirdiği teknolojik ortamlara hâkim, bilinçli, dijital kitle iletişim araçlarını kullanabilen, internetin avantajlarını ve risklerini bilen, sanal ortamlarda çocuklarına rehberlik edebilen ebeveynler yetiştirmektir. Bu bağlamda dijital okuryazarlık, teknolojik

gelişmeleri ve kitle iletişim araçlarını kullanma yetisine sahip olmayı, teknolojik sorunlara çözüm üretebilmeyi, sürekli yenilenen iletişim teknolojilerini takip edebilmeyi ve gizlilik politikalarından haberdar olmayı ifade eder (Yurdakul vd., 2013). Medya okuryazarlığı eğitimi, çocuklara okul ortamında verilmesinin yanı sıra aile fertlerine çeşitli araçlar ve kuruluşlar aracılığıyla kazandırılmalıdır. Medya okuryazarlığı, çocuk ve ebeveyn arasında güçlü ve etkin bir bağın kurulmasında büyük önem taşır.

Ebeveyn rehberliğinde sağlanan eğitim, çocukların medya okuryazarlığı bilincinin temellerinin atılmasında önemlidir. Kontrol sağlayan ailelerde, ebeveynlerin çocuklarının kitle iletişim araçlarına yönelik tutum ve davranışlarını gözlemlene ve içerikleri kontrol etme yeteneğine sahip olmaları gerekmektedir. Ebeveynler, çocuklarına medya ve içerikler hakkında sorular sorarak eleştirel düşünme yeteneği kazandırmalıdır (Gül, 2002: 64). Ebeveynler, medya ve kitle iletişim araçlarının çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerini fark ettirerek bu konuda rehberlik yapmalıdır. Rehberlik görevini tam anlamıyla yerine getiremeyen ebeveynlerin çocukları, karşılaştıkları iletilerle ilgili yanlış tercihlerde bulunabilir ve istenmeyen sonuçlar doğabilir. Medya okuryazarlığının önemini bilen ebeveynlerin bulunduğu ailelerde, çocuklarda olumlu okuryazarlık davranışları gelişir. Bu bilinç, önce aile, sonra okul desteğiyle güçlenir. Medya okuryazarlığı dersinin uygulanmasında, ebeveynlerin bilgilendirilmesi ve desteği dersin etkinliğini artırır ve toplumda benimsenmesini sağlar (Elma vd., 2009b: 94). Gençlerde var olan medya okuryazarlığını geliştirebilmek için Bergsma (2002:16-17) bazı öneriler gündeme getirmiştir. Önerilerinde çocukları medya okuryazarı bir birey olarak geliştirebilmek için, ebeveynlerinde medya okuryazarı olması gerektiğini dile getirirken, içinde bulunulan çağda çocuklarda oluşan medya okuryazarlığı kültürüne yabancı kalmamayı, alışmayı ve medya okuryazarlığının medyaya karşı yasaklar mekanizması olamayacağını vurgulamaktadır. Bergsma, ebeveynlerin medya okuryazarı olmasını geciktirmemesi gerektiğini, çocukların ilk kitle iletişim araçlarıyla tanıştığı andan itibaren medya okuryazarlığının başlaması ve çocuk gelişiminde diğer disiplinlerle entegre edilmesi gerektiğini savunmaktadır. Ayrıca, çocukların medya üretim süreçlerine dahil edilmesinin, onların medya ile ilgili sağlıklı kararlar verebilmesi açısından önemli olduğunu belirtmiştir. Teknolojik

gelişmeler ve kitle iletişim araçlarının anne-baba ile çocuk ilişkileri üzerindeki etkisi, ebeveynlerin medya okuryazarı olmasını zorunlu kılmaktadır. Aile içinde farklı kitle iletişim araçlarının yoğun kullanımı, ebeveynlerle çocuklar arasındaki iletişimsizliğin artmasına ve aile bağlarının zayıflamasına neden olmaktadır. Dijital medya araçlarının artan kullanımı bağımlılık riskini artırmakta ve yeni bir yaşam tarzının oluşmasına yol açmaktadır. Bu durumun önüne geçmek, aile içi iletişimi sağlamak ve bağımlılığı önlemek için medya okuryazarlığı eğitimi gereklidir. Medya ve içeriklerinin çocukları fiziksel, kültürel, psikolojik ve zihinsel olarak etkileyebilme gücü, ebeveynlerin medya okuryazarlığı eğitimine ihtiyaç duymasına neden olmaktadır. Çocukların iletişim araçlarını uzun süre kullanmaları, aile bireyleri ile iletişimi azaltmakta ve çeşitli sorunlara yol açmaktadır. Dijital medya araçlarının aile içi faaliyetlerin yerini alması, medya okuryazarlığı eğitimini zorunlu hale getirmiştir. Çetinkaya ve Sütçü 'ye göre (2016: s.79), bilişim teknolojilerindeki gelişmeler ve bu teknolojilere kolay erişim, toplumsal yapıyı ve aile içi ilişkileri şekillendirmektedir. Çocuklar ile aile bireyleri arasındaki mesafe artmakta ve aile bütünlüğü bozulmaktadır. Ebeveynlerin bu olumsuz gelişmelerden aile kurumunu koruyabilmesi için medya okuryazarlığı eğitimi almaları gerekmektedir. Medya okuryazarlığı eğitimi alan ebeveynler, dijital kitle iletişim araçlarının yoğun kullanımından kaynaklanan sorunları fark edebilme, kontrol altına alma ve yönetebilme becerisi kazanacaktır. Bu eğitim, ebeveyn ve çocuk arasındaki yüz yüze iletişimi güçlendirecek, aile bağlarını yeniden kuvvetlendirecek ve toplumsal düzenin sağlanmasına katkıda bulunacaktır. Medya okuryazarlığı eğitimi ile çocukların televizyon izleme, sosyal medya kullanımı ve internette geçirdikleri süreler azalacaktır. Sağlıklı bir toplumun temel taşı olan aile içi iletişimin sağlıklı olması, sağlıklı bir iletişim için gereklidir. Medya okuryazarlığı bilincine sahip bir ebeveyn, çocuğuna zihinsel, bilişsel ve duygusal açıdan birçok katkıda bulunabilir. Bu ebeveynler, dijital medya araçlarını seçme, eleştirme ve istenmeyen içeriklerden korunma bilincine sahip olurlar. Bu ailelerde yetişen çocuklar, okul döneminde medya okuryazarlığı eğitimine daha istekli yaklaşmakta ve bu derslerde daha başarılı olmaktadır. Ebeveynler, evdeki gündelik deneyimlerini paylaşarak ve çocuklarının sözel ile yazılı dili öğrenmeleri için fırsatlar sunarak, onlara medya okuryazarlığı bilinci kazandırır (Gül, 2007, s.25).

Medya okuryazarlığı eğitimi almış ebeveynler, çocuklarına bu bilinci kazandırmada büyük önem taşır. Dijital medyanın sunduğu imkanlar kadar zararları da göz önünde bulundurularak, çocukların kitle iletişim araçlarını bilinçli kullanmaları ve medyanın olumsuz etkilerine karşı korunmaları gereklidir. Medya okuryazarlığı eğitimi, hem evde hem de okullarda zorunlu hale gelmiştir. Ebeveynlerin, çocuklarının hayatına giren teknoloji ürünlerini kısıtlamaları veya yasaklamaları yeterli değildir. Bu nedenle, ebeveynler teknolojinin çocuklar üzerindeki etkilerini ve sonuçlarını dengeleyebilmek için medya okuryazarlığı yetilerine sahip olmalıdır. Çetinkaya ve Sütçü'ye göre (2016, s. 84), “Ebeveynlerin dijital teknolojilerin etkisi altında büyüyen çocuklarına karşı tutumları ve bu tutumların çocukları tarafından nasıl algılandığı oldukça önemlidir.” Dijital medya konusunda eğitilmiş ebeveynler, çocuklarının davranışlarını olumlu yönde etkileyen medyayı daha iyi anlayarak, onlara nasıl yaklaşmaları gerektiği konusunda daha bilinçli olacaktır.

Çocukların internetin yarattığı sanal ortamlar başta olmak üzere diğer kitle iletişim araçları tarafından da sunulan çeşitli ortamlarda karşılaştıkları içeriklerin doğru bir biçimde algılanmasında, çocukların bu içeriklerden zarar görmesinin engellenmesinde, kurgu ile asıl olanın farkına varılmasında, medya okuryazarı eğitilmiş aile ve ebeveynlere ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle çocukluk döneminde bireyler bazı durumlarda genellikle gerçek ile kurguyu ayırt etmede bazı problemlerle karşılaşabilmektedirler. Bu problemlerin çözülmesinde çocuğun televizyon, bilgisayar, tablet, cep telefonu gibi dijital medya araçlarını bilinçli ve etkin biçimde kullanabilmeleri, kurgu olanla gerçeği ayırt edebilmeleri için medya okuryazarlığı konusunda onları yönlendirebilecek ebeveynler kilit roller üstlenmektedir (Kaya ve Mutlu Bayraktar, 2021)

Ebeveynler dijital dünyaya uyum sağlayabilme, medya içeriklerinden olumsuz etkilenmeme, bilişsel ve fiziksel açıdan sağlıklı gelişim gibi nedenlerden hareketle medya okuryazarlığı eğitimi almalıdırlar. Böylece erken dönemden itibaren bu eğitimin sunduğu kazanımlarla çocuklara destek sağlayabileceklerdir. Nitekim medya okuryazarlığı konusunda desteklenmeyen çocuklarda problemler internet kullanımı ve teknoloji bağımlılığı gibi birçok konuda sorunlar ortaya çıkmaktadır (Arısoy, 2009; Griffiths, 1995). Medya kullanım süreleri de medya okuryazarlığı

eğitiminin elzem konuları dâhilinde yer almaktadır. Kullanım sürelerinin belirlenmesinde ebeveynler belirli kullara göre hareket etmek durumundadır. Okul ortamında eğitim öğretim programları içine entegre edilerek verilen medya okuryazarlığı eğitiminin tek başına çocuklar üzerindeki etkisi eğer aile bireylerince desteklenmediği takdirde istenilen seviyelerde olmayacaktır. Aile içinde ebeveynlerce medyaya yönelik edinilen bilgiler ve kazanılan donanım çocukla paylaşılır ve çocuğa belli standartlar çerçevesinde uygulanırsa çocukta medyanın zararlarına yönelik bir bilincin oluşumu kolaylaştırılabilir.



2. BÖLÜM

MEDYA VE ÇOCUK

Medya toplumu oluşturan bireyler için sosyalleşme imkânı sağlayan bir oluşum niteliğindedir. Kitleleri oluşturan bireylere ve özellikle çocuklara tutum, davranış, dünya görüşü, kazandırmada önemli bir faktör olduğu da açıkça bilinmektedir. Medyayı oluşturan özellikle görselliğe dayalı kitle iletişim araçlarının çocukların ve gençlerin psikososyal gelişim süreçlerine katkı sağlamasının yanında, bu süreçleri belirli noktalarda engellediği yönünde saptamalarda bulunmaktadır. Medya ile çocukların gelişimi arasında karşılıklı bir ilişkinin varlığı söz konusudur. Çünkü günümüzde artık çocuklar, geniş bantlı iletişimin, mobil cihazların, sosyal platformların, internet kökenli interaktif oyunların, çevrimiçi yayın videolarının kişisel ve sosyal hayatlarına tamamen girdiği, her şeyi yönlendirme ve kapsama özelliğine sahip bir medya ortamının içinde büyümektedirler (Montgomery, 2013: 299). Medya çocuk ilişkisinde tarihsel açıdan değerlendirdiğinde en belirgin odak televizyon olarak ifade edilmektedir. Gelişen teknoloji ile görsel, işitsel ve dijital medya araçlarının gelişmesi ve bu araç ve gereçlere her alanda ulaşımın da kolaylaşması neticesinde televizyon kullanımı çocuklarda belli oranlarda düşüş eğilimi gösterse de dijital diğer medya araç ve gereçlerini kullanamayan çocuklar hala televizyon izlemeye devam etmektedir. İletişim alanında çalışmalar yapan pek çok iletişim psikoloğu ve sosyoloğunun ortak görüşü, dünya üzerinde yaşamını sürdüren çocukları dönüştürebilmeyi başaran en etkin süreç medya ve medya tarafından kitlelere yansıtılan çocuk kültürüdür. Dünya genelinde yaşamını sürdüren çocukların büyük bir bölümü, kitle iletişim araçlarına (internet, bilgisayar, tablet, cep telefonu, televizyon ve benzeri) günümüzde kolaylıkla ulaşıp etkileşimde bulunabilmektedir (Paker, 2009: 135).

Evlerin pek çoğunda artık, internet, bilgisayar ya da en azından televizyon bulunmakla birlikte, bundan öte çocukların büyük bir bölümünün kendine ait bir cep telefonu mevcuttur. Kişisel kullanım amaçlı kendine ait bir cep telefonu olmayan çocuklar ise ebeveynlerinin cep telefonlarına kolaylıkla ulaşabilmektedir. Bu yoğun ilişki sarmalı kendi içinde çocuklar için bazı olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir.

Medyanın çocuklara sunduğu her içerik çoğu yaş grubundan çocuk için olumsuz sonuçlara sebebiyet verebilir(Güneş, 2013: 84). Medya tarafından çocukların ilgisine sunulan içeriklerin bazılarının çocukların yaş ve gelişimsel süreçlerine uygun olmadığını, uzun süreli bu içeriklere maruz kalmaları halinde ise çocuklar üzerinde psikolojik ve davranışsal olumsuz sonuçları beraberinde getirebileceğini belirtmektedir. Bazı durumlarda çocuklar medyada görüp rol model olarak kabul ettikleri karakteri aile içindeki ebeveynlerinden bile fazla dikkate almaktadır. Onları kendilerine birer ideol olarak seçmekte, o karakter veya kahraman gibi olmak istemektedir. Bir nevi bu medya karakterlerini ve dolayısıyla medya araçlarını otorite olarak değerlendirmektedirler.

Çocuklar medyanın birer gizli takipçisi olarak, bilgi sahibi olmadıkları pek çok şeyi medya mecralarından öğrenebilmekte ve gördüğü çok içerikten de belli oranlarda etkilenmektedir. Şirin (1998: 24) medyayı en fazla kullanan ve medyadan en çok etkilenen kesimin çocuklar olmasına rağmen, medya tarafından oluşturulan içeriklerde yetişkinlerin ön planda tutulduklarını dile getirmektedir. Çocuklar hiçbir ön bilgiye ihtiyaç duymadan, kolaylıkla medyada sunulan yetişkin bireyler için hazırlanmış programları izleyerek, bunlardan kimi zaman olumsuz etkilenebilmektedirler. Yavuzer (2013:5) ise medyanın var olan gücüyle pek çok konuda çocukları bilgilendirme işlevini medyanın olumlu etkileri arasında değerlendirmektedir. Bu bilgilendirme işlevi çocukların belli bir dünya görüşü kazanmalarında etkin rol oynamaktadır. Öte yandan medyaya fazlaca maruz kalan çocukların düşüncelerinin yavaşladığı ve bilişsel yetilerinin tembelleştiğini de bildirmektedir. Bu durumun çocuğun eğitim hayatında okul başarısını olumsuz yönde etkilediği aşıkardır.

Çocukların sosyalleşme adı altında farklı şekillerde iletişim kurma arayışları medya-çocuk ilişkisinin bir başka boyutunu oluşturmaktadır. Çocukların interneti ve internetin yarattığı pek çok farklı sanal ortamı amacının dışında farklı nedenlerle kullanmaya başlaması ve bunun önüne geçebilmenin gittikçe zorlaşması da medyanın artık ne denli çocuklarla iç içe olduğunu kanıttır. Belli bir kontrolden ve denetim mekanizmasından uzak, medyanın içeriklerine maruz kalan çocuklarda aile içinde, akran ortamlarında, arkadaş çevrelerinde ve okul hayatlarında bazı olumsuzluklarla karşılaşabilmektedir. Tüm bu nedenler göstermektedir ki içinde

bulunulan çağımızda medya çocuk ilişkisini kesmek veya engellemek çok zor bir girişimken, medyanın ürettiklerine karşı çocukları serbest bırakıp, savunmasız hale getirmekte istenmeyen sonuçları beraberinde getirebilmektedir. Medya ve çocuk arasındaki bu hassas dengenin sağlanması ve medyanın çocuklarca amacına uygun şekilde kullanılıp, tehditlerin de farkında olunması amacıyla medya okuryazarlığı eğitimi zorunluluk haline gelmiştir. Bu doğrultuda çocukların sosyal medyayı kullanma amaçları ve nedenleri üzerine kapsamlı bir eğilim gösterilmesi elzemdir.

1. ÇOCUKLARDA SOSYAL MEDYA KULLANIM AMAÇLARI

İleri teknoloji ürünü araç ve gereçlerin yaşantımızdaki yeri ve öneminin artması birlikte bireyler arası iletişim sağlama, öğrenme, farkında olma, çalışma ve boş vakit geçirmeye yönelik alışkanlıklarımızda değişime uğramıştır. İletişim teknolojilerinin kitlelere sunduğu önemli yeniliklerden biride sosyal medya olmuştur. Sosyal medyanın bireylerin yaşantısındaki önemi günden güne daha da katlanarak artmaktadır. Yetişkinler kadar çocuk yaştaki bireylerin de internet ve sosyal medya ilgisini çekmekte ve bu mecraları kullanım oranı artış göstermektedir. Dijitalleşmenin her kesimden insanı yakından etkilediği iletişim çağında çok küçük yaşlardan itibaren çocuklar sosyal medyayı kullanmaya başlamaktadır. Yaşadığımız zaman diliminde medya çocukların yaşantısında yer edinmenin ötesinde yaşantılarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Çakmak, 2013: 212). Sosyal medya kullanıcı olma kısıtlamasına karşın çocuklar, bazen aile üyelerinden birilerinin vasıtasıyla bazen de kendileri sosyal medya platformlarına üye olabilmektedir. Çocukların sosyal medya kullanımı etkileyebilecek pek çok sebepten söz edilebilir. Ebeveynlerin çocuklarına karşı ortaya koymuş oldukları tutumları, çocuklarının sosyal medya kullanımını etkileyebilmektedir. Çocuklar bilgi edinme, vakit geçirme, eğlenme ve akranları arasında saygınlık kazanma gibi nedenlerle internet ve sosyal medya kullanımına yönelebilmektedir. Çocuklar ayrıca kendilerini ifade etmek için sosyal medyayı bir araç olarak kullanmaktadırlar. Çocuk yaştaki birey var olan yeteneğini gösterme ve yaptıklarını akranlarına ve çevresine tanıtmaya istegindedir. Var olanı kanıtlamak amacıyla sosyal medya kullanımına gidilmesi çocuklarda sıkça karşılaşılan sosyal medya kullanım amaçlarındandır. Çocuklar anılarını, duygularını hislerini zamanla birbirleriyle paylaşmak istemektedir.

Paylaşımında bulunmak içinse insanlara ulaşmanın en kolay yollarından olan sosyal medyayı kullanmayı tercih etmektedirler. Çocuklar yaşları gereği dikkatleri üzerine çekmek, fark edilmek ve bazı durumlarda da kendilerini başkalarına göstermek istemektedirler. Bu gibi durumlarda yine çocuklar sosyal medyayı kullanmakta ve etkileşim sağlamaktadır. Tüm bu gibi amaçların yanı sıra çocuk bireyler takdir görme, onaylanma, keşfetme, bilgiye ulaşma, öğrenme isteği gibi nedenlerle sosyal medyayı kullanmaktadırlar(PDR Bülteni, 2017). Yeni nesil olarak tabir edilen kitleyi oluşturan kesim medya kullanımını gündelik hayatlarına tartışılmaz bir şekilde entegre etmiş olup, birbirleriyle devamlı etkileşim kurma gayreti göstermektedir. Bu kesim bilgilerini, fikir ve görüşlerini internet ortamında çevreleriyle paylaşmaya yönelik farklı içerikler oluşturmakta ya da çeşitli içeriklere katılımcı olarak dâhil olmaktadır(Dijk, 2016). Benlik kazanımı sürecinde olan ve kişiliklerini oturtmaya çalışan çocuklar sosyal medya platformlarında kullanmakta oluşturdukları profiller üzerinden özenti duydukları figürlere ait kişilik özelliklerini yansıtmakta, internet ortamında sosyal medya platformları aracılığıyla farklı birer benlik edinme mücadelesi içine girmektedirler (Kuşay, 2013: 13)

Geleneksel kitle iletişim araçlarından farklı olarak, sosyal medya platformlarında çocuklar, yalnızca iletilere maruz bırakılan değil, aynı zamanda ileti üretebilen ve paylaşabilen bir hale dönüşmüştür. Çocuklar çok küçük yaşlardan itibaren sosyal medya platformlarında aktif bir biçimde kullandığı sosyal medya hesabına sahip olmakta ve bu platformlarda farklı içerikleri diğer insanlarla paylaşabilmektedirler. Çocukları sosyal medya kullanımına yöneltten başka bir nedense çocukların değişen yaşam biçimleri ve iletişim alanlarının giderek sınırlandırılmasıdır. Özellikler şehirlerde yaşayan ve yaşam alanları sınırlı olan çocukların, iletişim kurma ve bazı ihtiyaçlarını karşılama yöntemleri de değişmiştir. Bu değişim beraberinde sosyal medyanın çocukların hayatına girmesine ve bir tüketim kültürü oluşturmalarına sebep olmuştur. Sosyal medya çocukların hayatına girdikten sonra onların pek çok ihtiyacını da karşılamaya başlamıştır. Ülger (2012) internet ve sosyal medyanın eğitim amaçlı kullanılmasının öğretim faaliyetlerine farklılık kattığını dile getirmiştir. Ayrıca internetin zaman ve mekân unsurlarının yer almadığı bir sosyal alan olması, coğrafi açıdan dünyanın farklı bir bölgesinden başka bir bölgesindeki bireylere istedikleri her an iletişim kurması ve sohbet edebilmesi,

paylaşımında bulunabilmesi çocukların internet ve özellikle sosyal medyaya ilgisini artırmaktadır. Bir sosyal medya ağına dahil olarak çocuklar sosyalleşebilmekte, farklı iletişim becerileri kazanabilmektedir. Sürekli iletişim halinde oldukları arkadaş grubu içinde yer alarak aidiyet hislerini geliştirmektedir. Sosyal medyayı kullanarak kendi kimliklerini ve yaratılışlarını tanıyan çocuklar karakterlerini geliştirmek için imkân bulmaktadır (Ulusoy ve Bostancı, 2014). Çocuklar sosyal medya ile ders esnasında işlemiş oldukları konuları ders bitiminde bu tür mecralarda tartışabilip, fikir alışverişinde bulunabilmektedirler. Sosyal medya ile kendi yaşıtı farklı bireylerle fikirlerini paylaşabilirler ve destek alabilmek için iletişimde bulunabilirler. Çocuklar sosyal medya ile kişisel sağlıklarıyla ilgili bilgilere ulaşabilmektedir. Bu gibi cazip avantajlarından dolayı sosyal medya ve internet çocuklar için olmazsa olmaz bir mecra halini almıştır. Sosyal medya kullanım olarak çocuk yaştaki bireylerin bile kullanımına oldukça uygun rahatlıkla kullanılan bir mecradır ve bu mecraların ara yüzleri çok basit bir şekilde ilgi uyandıracak şekilde tasarlanmıştır. Bu yüzden çocukların dikkatini çekmeyi başarmaktadır. Çocuklarca sıkça kullanılan Facebook, X, (eski adı Twitter), Instagram gibi sosyal medya platformlarının kullanımı ucuz ve üye kaydı ücretsizdir. Bu gibi nedenlerde çocukların sosyal medyayı tercihinde etkin rol oynamaktadırlar. Aktif sosyal medya kullanıcı olan çocuklar, aradığı bir sorunun cevabını ya da çözemediği bir problemin çözüm yolunu bulabilmek için artık sosyal medyanın bilgi paylaşımı özelliğini kullanmakta ve hızlı çözümlere ulaşabilmektedir. Bu hız ve kolaylık sosyal medyanın gerçek anlamda tercih edilme sebeplerinin en başında gelmektedir.

2. ÇOCUKLUK GELİŞİM DÖNEMLERİNDE MEDYA KULLANIMININ ETKİLERİ

Çocuklar, çevresel faktörlerle birlikte gelişim gösterirler. Aile bireyleri, ebeveynler, arkadaşlar ve diğer yetişkinlerle iletişim kurarak gelişimlerini sürdürürler. Özellikle küçük yaşlardaki çocuklar, duygu ve düşünceleri ayırt etme ve gerçeklikleri değerlendirme yetilerini zamanla geliştirirler. Bu dönemde, az tecrübeleri nedeniyle çevresel olayları gerçeklik kapsamında değerlendiremeyen çocuklar, medyanın olumlu veya olumsuz etkilerine açıktır. Medyanın çocuklar üzerindeki etkisi, türüne, kullanım biçimine ve süresine göre değişir. Bilinçli ve

doğru kullanıldığında medya, çocuklarda yaratıcılık, eleştirel düşünme, problem çözme, bilgi edinme ve toplumsal olayların farkına varma gibi becerilerin gelişmesini sağlar (Kambur, 2020, s.106).

Medyanın olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz yönleri de göz ardı edilmemelidir. Medya araçlarının aşırı kullanımı, çocuklarda düşünme gücünde zayıflığa, sosyal yaşamdan kopmaya, pratik düşünme becerisinin engellenmesine, sanatsal faaliyetlerden uzaklaşmaya ve hayal gücünün pasifleşmesine yol açabilir. Gelişim sürecindeki çocuklar üzerinde medya, önemli bir etken haline gelmiştir (Ertürk, 2011). Medya, çocukların gelişim süreçlerinde farklı etmenlerin şekillenmesinde önemli bir rol oynar. Teknolojinin ilerlemesi, sosyal süreçleri kökten değiştirmiş ve iletişim gereksinimini artırmıştır. Medya araçlarının sunduğu iletiler, başta çocuklar olmak üzere bireylerin duygu, düşünce ve davranışlarında değişikliklere yol açar (Ertürk, 2011). Her çocuğun farklı gelişim dönemleri vardır ve bu dönemlerde karşılaşılan problemler, çözümleri ve kazanılan donanımlar, çocukların gelişim süreçlerinde etkilidir.

Çocukların gelişim süreçleri üç alanda incelenebilir: bilişsel (algılama, nedensellik, yaratıcılık ve dilsel gelişmeler), psikososyal (sosyal beceriler ve davranışlar, duygular) ve fiziksel (beden değişiklikleri, boy, kilo ve kas gelişimi). Medyanın bu alanlardaki etkileri, çocukların ileriki yetişkinlik dönemlerini de etkiler. Dijital iletişim teknolojileri sayesinde çocuklar, televizyon karşısındaki pasif izleyici konumundan çıkarak, internetin sunduğu içerikleri aktif kullanabilen ve kendi içeriklerini üretebilen etkin ve üretken medya kullanıcıları haline gelmiştir. Medyanın çocukların gelişim süreçleri üzerindeki farklı etkileri açıkça gözlemlenmektedir.

2.1. Bilişsel Gelişime Yönelik Etkiler

Düşünme, öğrenme, hatırlama, yargıda geliştirme, problem çözme ve iletişimle ilgili tüm bilişsel süreçlerdeki değişimleri barındırır (Yazgan İnanc vd.,2007). Kalıtsal ve çevresel etkenlerde zihnin gelişimine etki ettiği için bilişsel alanın kapsamına girmektedir. Bilişsel gelişim çocuğun duyu organları yardımıyla fark ettiği görme, duyma, dokunma, tatma duyularıyla edindikleri hakkında

düşünebilmeyi ifade eder. Herhangi bir konuda farklı açılardan akıl yürütme, olasılıklar hakkında mantıksal çözümlemelerde bulunma, nesneler arasındaki benzerlik ve farklılıkları analiz edebilme, olay ya da objeleri ayrıştırabilme gibi özellikler bilişsel gelişim alanının kapsamında yer almaktadır. Yetişkin bireyler ile çocukluk dönemindeki bireylerin bilişsel süreçleri birbirinden farklılık göstermektedir. Çocuk yaştaki bireylerin yetişkinlere göre farklı düşünce biçimleri, zihinsel süreçleri, dünya görüşleri olmaktadır. Bu durum bilişsel gelişimin çocukluk döneminde daha ilkel düzeyde olmasındandır. Zamanla çocuklarda algı, dikkat gibi bilişsel beceriler gelişme göstermektedir. 0-3 yaş dönemi bilişsel becerilerin gelişmeye başladığı ilk dönem olarak belirtilmektedir. Medya araçlarından televizyona yönelik bu dönemde çocuklarda renk ve ses akışına karşı dikkat toplayabilme ve odaklanma süreleri oldukça kısa durumdadır. Bu yaş aralığındaki çocuklarda televizyona karşı dikkat dağınıklığı sık karşılan bir durumdur. Gelişimsel olarak konuşabilme becerisini yeterince kazanamadan televizyonun etkisi altına giren çocuklarda pasif bir öğrenme süreci geçirmelerinden ötürü ileriki yaşlarında zihinsel yaratıcılıklarında olumsuz gelişmeler görülebilmektedir. Amerikan Pediatri Akademisi tarafından 1999 yılında 2 yaşına dek çocuklara televizyon izletilmemesi gerektiği ebeveynlere tavsiye edilmiş, bu dönemdeki çocuklarda televizyonun olumsuz etki yarattığı ve çocukların bundan aynı ölçüde etkilendikleri belirtilmiştir (Brown,2011).

2 yaştan itibaren 7 yaşa kadar olan ki dönemde ise zihinsel beceriler yine istenen seviyede henüz gelişmediği için kontrolsüz medya araç ve gereçlerinin kullanımı olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Zihnin gelişmekte olduğu ve bu gelişimin hızla sürdüğü bu dönemde çocuklarda bilişsel gelişim medyadan doğrudan etkilenmektedir. Bu dönemde çocuklarda soyut düşünme yeteneği tam anlamıyla gelişmediği için medya mecralarında karşılaştıkları görüntüleri somut bir biçimde yorumlarlar. Televizyonlardan gelen görüntüleri de doğrudan geldiği şekliyle algılamaktadırlar. Her şeyin kendi etrafında şekillendiği görüşüne sahip çocuklar gördüklerini olduğu gibi uygulamaya başlayabilir. Medyanın sunduklarının bilişsel yetileri gelişmediği için gerçek olmadığını anlamlandırmaları oldukça güçtür. Medyanın bu süreçteki çocuklar üzerindeki etkileri ilerleyen dönemler için farklı izler barındırmaktadır. Mantık öncesi dönem olarak adlandırılan bu yaş aralığında

mantığa dayalı düşünme çocukta henüz gelişmemiştir (Morgan 1999). Bu yaş aralığında aşırı düzeyde medya kullanan özellikle televizyon içeriklerine maruz kalan çocuklarda bilişsel gelişim ve dil gelişimi olumsuz yönde etkilenebilmektedir. Bu dönemdeki çocuklar 7 yaşına dek televizyonlarda sunulan dil ve konuşma yapılarını rahat bir şekilde anlayamamaktadırlar (Singer ve Singer, 1998, Akt Ertürk, 2011).

7-12 yaş gelişim dönemi ise çocuklarda düşüncenin büyük oranda nesne, olay, olgu ve kavramlar üzerine kurulması nedeniyle somut işlemler dönemi olarak belirtilmektedir. Çocuklar bu dönemde henüz yetişkinler kadar düşünme pratiğine sahip değildir (Davies, 2011). Çocuklar bazı soyut düşünme tecrübelerine rağmen tam anlamıyla soyut düşünme yeteneği yeterince kazanamamışlardır. Buna karşın çocuklar bu dönem içinde somut ve pratik sorun çözme davranışları sergilemekte, görünen gerçeklikle ilgilenme yeteneği kazanabilmektedir. Okul hayatına da giriş yapılan bu dönemde çocuklar okullarda farklı deneyimsel yaşantılarla karşılaşabilirler. Olayların merkezine kendilerini koyan benmerkezci düşünce yapısından sıyrılmaya başlayan çocuklar farklı bireylerin kendi fikir ve düşüncelerinden çok farklı fikir, düşünce ve algılamaları olabileceğini kavramaya başlamaktadırlar. Çocuklar bu yaş grubunda televizyonda kendilerine sunulan içeriklerin büyük bir kısmını tıpkı bir yetişkin gibi algılamaya başlamaktadır. Medya içeriklerinin gerçek dışında belli bir kurgunun ürünü olarak sunulduğunu, gerçekte arasında çok farklılık olduğunu analiz ederek kavramaya başlayan çocuk analiz etme becerisini edinmeye başlamaktadır. Çocuğun bilişsel gelişimindeki ayrıntılı öğrenimler ve edinmiş olduğu tecrübeler doğrultusunda düşüncelerinin belli ölçüde yerleşmeye başlaması bu becerinin kazanılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu yaşta çoğunlukla çocuklarda televizyon izleme yüksek orandadır. Çocuklar televizyon ekranlarından hem yarar hem de zarar görebilmektedir. Çocuklarda dile yönelik kelime dağarcıklarının gelişmesi, ekranlarda sunulan içeriklerden farklı kültür ve toplumlar ile buralardaki toplumsal yapılar hakkında bilgiler edinilmesi, farklı bireylerin düşüncelerinin farkına varılabilmesi ve sosyalleşmenin gerekliliği olarak geniş bir çerçeveye dâhil olabilmeleri medyanın sağladığı faydalarındandır (Kapferer, 1991). Bu yaşlardaki çocuklar televizyon dışında farklı medya araçlarının kullanmaya başlamaktadır. Medyanın sunduğu sanal ortama adapte olmaya başlayan çocuk zamanının büyük bir kısmını bu ortamlarda geçirmekte, bu geçirilen zamanın

abartılı bir biçimde artmaya devam etmesi bağımlılığa sebep olabilmektedir. Çocuklarda pek çok sağlık sorununu beraberinde getiren bağımlılıkta çocuklar medya araçları dışında farklı aktivitelere zaman ayırmamaktadırlar. Gelişen dijital oyunlar ve sanal iletişim sağlayıcı sohbet platformları çocuklar üzerinde olumsuz etkileri olan medya unsurlarıdır. Medya ile kurulan bu denli sıkı ilişki çocuklarda sosyal yaşam ve ilişkiler, sağlık ve okul sürecinin olumsuz etkilenmesine neden olmaktadır. 7-12 yaş dönemi sonlarında çocuklar edindikleri bilgi, beceri ve tecrübelerle yetişkinlere gibi bir düşünce yapısı geliştirmeye aşamasına geçmektedirler. Bu düşünce yapısı çocukta soyut düşünme becerileri geliştirmekte, çocuk olanın altında yatan gerçeğe yönelik bilişsel örüntüler oluşturmaya başlamaktadır. 12 yaşına girmiş bir bireyde soyut düşünebilme yetisini kazanmıştır denilebilmektedir. Çocuk bilişsel çıkarımlarda bulunarak medyanın içeriklerine yönelik soyut ve kurguya dayalı yapısının farkına varabilmekte, medyanın verdiği mesajları analiz edebilmektedir (Bayhan ve Artan 2004). Medya çocukların yaş gruplarına göre farklı bilişsel etkilere sahiptir. Çocuğun doğumundan itibaren geçirdiği bilişsel süreçlere medya sunduğu çeşitli içerik ve araçlarla etki etmektedir. Çocuğun bilişsel gelişimi sürecinde medya ile olan diyalogu ve medyadan etki derecesi devam eden süreçlerde çocukların gelişim gösterebilmeleri adına büyük bir önem arz etmektedir. Fiziki olarak sağlıklı bir çocuk yine sağlıklı bir bilişsel gelişim süreci geçirerek gelecekte karşılaşılabileceği medya kökenli olumsuzlukları en az seviyeye indirmeyi başarabilmektedir. Bu şekilde yetişmiş bireylerden oluşan toplumlarda medya amacına uygun bir biçimde kullanılabilen bir araç olacaktır.

2.2. Duygusal Gelişime Yönelik Etkiler

İçinde bulunduğumuz zaman diliminde çocukların gelişim dönemlerinde medya dışsal bir etmen konumundadır. İlerleyen teknoloji ile birlikte medya çocukların gelişiminde önemli bir paya sahiptir. Medya çocukların sosyal yaşantısını etkilemektedir. Çocukların gündelik yaşantılarındaki kılık kıyafet tarzları, oynadıkları oyunlar, örnek aldığı karakterler üzerinde medyanın yadsınamaz bir etkisi söz konusudur. Medya çocukların en güçlü sosyalleşme araçlarından. Medya araçları çocuklara, tutum, davranış ve dünya görüşü kazandırmaktadır. (Lemish ve Koluckı,2013, s.17). 0-3 yaş bebeklik döneminde birey çevresi ve ailesi

arasında bağ kurmaya, çevresini keşfetmeye başlamaktadır. Dünya hakkındaki öğrendikleri ve bilgileri giderek şekillendikçe birey farklı zihinsel gelişim süreçleri geçirmeye başlamaktadır. Yaşantılarının ilk aylarında bebekler algı ve hareketlerini düzenleyip, geliştirmek için çaba sarf etmektedirler. Bebekler ile ebeveynlerinin arasında bu dönemde karşılıklı olarak birbirine bağlanma şeklinde davranışsal hareketler sergilemektedir. Bebek ile ebeveynler arasındaki güvene dayalı bir bağın kurulması, yaşamın diğer safhalarında sosyal çevre ile kurulacak sağlıklı bir ilişki geliştirilmesi bakımından büyük bir önem taşımaktadır. 0-3 yaş aralığındaki çocukların aşırı derecede medya unsurlarına maruz kalmaları sonucunda sosyal ve duygusal iletişim kurma becerileri olumsuz yönde etkilenmektedir. Çocuğun yemek yemesini kolaylaştırmak için televizyon önünde tutulması veya televizyon karşısında uyutulması gibi ebeveyn alışkanlıkları çocukta sosyal uyum sorunlarını ya da beslenme bozukluklarını beraberinde getirmektedir. Ayrıca anne ve babaların teknolojik kökenli medya araç gereçlerine yönelik kullanım süresinin artmasına rağmen çocuğa ayrılan sürenin aynı oranda azalması duygusal gelişimi olumsuz yönde etkilemektedir. Medya araç gereçlerinin çocuğun algılarının şekillendiği ortamlarda bulunması ve bu araçlara maruz bırakılmaları bağlanma koşullarına olumsuz yönde etki etmektedir (Rideout ve Hamel,2006). Bu dönem içindeki çocukların medya ve içerikleri ile tanıştırılmaması gerekmekte, anne ve babanın süreli ve kontrole dayalı bir medya kullanması tavsiye edilmektedir. 3-7 yaş sürecinde çocukta duygusal gelişim farklı ortamlarda gelişim göstermektedir. Çocuk dış dünyada kendi akran çevresiyle ilişkiler kurarak sosyal bir ağ bağlamında öğrenmeler için ortam yaratmaktadır. Arkadaşlık ilişkileri neticesinde sosyal ve duygusal gelişimine katkı sağlamaktadır. Farklı bir öğrenme evreni içinde kendini bulan çocuk birey yaparak ve yaşayarak sosyal ilişkilerde tecrübe edinmektedir. Çocuk bu gelişim döneminde sosyal ortamın gerekliliğini anlayıp, bu doğrultuda davranmayı, ortaya çıkan problemleri çözüm yollarını ve çeşitli insanlar ile uzlaşmanın provasını yapmış olur. Çocuğun medya ile bir duygusal gelişim alanından uzak kalması çocuk açısından istenmeyen sonuçlara neden olmaktadır. Çocuklarda bu dönemin en büyük kazanımlarından biri dilin gelişmesi ve kelime hazinesindeki kazanımlardır. Medya araçlarından televizyonun bu dönemde izlenmesi, dilin gelişmesine katkı sağlarken kelime bilgisini arttırmayı sağlayacaktır.

Fakat televizyon izleme sürelerinde çocuğun aşırıya kaçması sosyalleşmesini, akran çevresi ile iletişim kurmasını, çevresine adapte olmasını olumsuz yönde etkilerken, dilsel gelişiminde de gerilemeye neden olmaktadır. (Pasquier, Buzzi ve ark, 1998). Çocuklarda bu dönem farklı sebepler nedeniyle korkuların ve kaygının oluşup artmaya başladığı dönemdir. Korkuların ve kaygının çok çeşitli sebepleri olabileceği gibi bazen televizyonda izleyip etkisi altında kaldığı bir sahne bile olabilmektedir. Bu sebepten çocuğun aşırı derecede televizyon izlemeye ve televizyonun olumsuzluklarına maruz bırakılması korkularını körükleyebilmektedir. Çünkü televizyon tarafından sunulan içeriklere karşı çocuklar gerçek ile kurgu ayrımını yapabilme yeteneğine sahip olmamalarından dolayı var olanı gerçek olarak düşünüp algılamaktadırlar. Şiddet ve korku temelli kurgusal içeriklerin yanı sıra haber içeriklerinde sunulan görsellerde gündelik hayattan korku uyandıracak görüntülere televizyonlarda yer verilmesi çocuklarda korku algısının oluşmasına neden olmaktadır. Fazla televizyon izleyen çocuklarda bu aktivitenin alışkanlık halini alması küçük yaşlardan itibaren özellikle korkuların pekişmesi ve yeni korkuların etkisi altına girilmesi gibi olumsuzluklara neden olmaktadır. İzlediklerinin etkisi altında kalan çocuk hayatın sandığından daha büyük korkulardan oluştuğunu düşünecek bu da var olan korkularının pekişmesine sebebiyet verecektir (Gerbner ve Gross 1976). Televizyon izleme oranı yüksek çocuklarda, daha az izleyen çocuklara göre korku, şiddet ve kaygı duyguları yoğun yaşanmakta olup, bunun nedeni televizyonun sunduğu içerikleri şiddet, korku ve merak üzerine kurmasındandır.

7-12 yaş, çocukların okul hayatına başladıkları dönemdir. Çocuk bu dönem hayata yeni bir boyut katmaya başlamaktadır. Okul ortamına giren çocuk, ortama uyum sağlayabilmek için farklı beceri ve yeteneklerin ihtiyaç olduğundan hareketle yeni beceriler edinmeye yönelmektedir. Olaylar karşısında davranış geliştirebilme, akranları ile iletişim kurabilme, karmaşık düşünceleri analiz edebilme gibi beceriler çocuğun kazanımları arasında yer almaya başlamaktadır. Çocukta benlik ve öz saygı kavramları gelişim gösterme sürecine girmektedir. Çocuk bu süreçte benlik algısını güçlendirerek kendi varlığını anlamlandırıp, yetişkinliğe geçmeye çalıştığı bir zaman dilimini geçirmektedir. Bireylerin aileyle geçirdiği sürenin azaldığı, okul ve arkadaşlarla geçirdiği sürenin de gittikçe arttığı bu dönemde bireyde rol model aldıkları kişilere karşı özentili duyma eğilimi ağır basmaktadır. Rol model olan

kişilere özenti duygusu geliştirmede medya özellikle sunduğu dizi ve filmlerdeki karakterler ile çok farklı rol model seçebilme imkânı sunmaktadır. Çocuk bu dönem süresince hayatına yönelik yeterince deneyim ve tecrübeye sahip olmadığı için maruz bırakıldığı görüntülerden son derece etkilenmektedir. Korku, şiddet ve kaygı içeren görsellerin ve anlatıların meydana getirdiği güvensizlik duygusu, bireyin kazandığı farklı kişisel yetileri olumsuz yönde etkilemektedir. Ebeveynlere olan bağımlılık hali, evden çıkma korkusu, sosyal gelişimsel zararlara sebep olmaktadır (Valkenburg, Cantor ve Peeters, 2000). 7-12 yaş dönemi çocuklarda sosyal çevre, eğitim hayatı, arkadaşlık ilişkileri ve bireysel gelişimde aksaklıklar ve sorunların görülme nedeni gereğinden fazla medya olarak kabul edilmektedir (Ertürk 2011).

2.3. Davranışsal Gelişime Yönelik Etkiler

Toplumsal yapılar, zamanın ruhuna göre sürekli değişerek şekil almaktadır. Bireyler, bu yapı içinde sorumluluklarını yerine getirerek bütünlüğü sağlarlar. Sosyal kurallar, deneyimler ve öğrenme süreçleri aracılığıyla bireyler yaşadıkları sosyal yapının dinamiklerini öğrenirler. İlk sosyal etkileşimler genellikle bebeklik döneminde ebeveynlerle başlar ve beslenme, korunma gibi ihtiyaçların giderilmesinde önemli rol oynar. Bireyler büyüdükçe, çevrelerini tanımaya başlar ve sosyal çevrelerine yönelirler; bu süreç toplumsallaşma olarak adlandırılır. Bu süreç, bireyin doğduğu kültürel ortamdan öğrenme süreçleriyle bilgi ve beceri kazanarak kendi kimliğini şekillendirdiği önemli bir süreçtir. Toplumsallaşma, farklı kuşakları birbirine bağlayan ve kuşaklar arası bağı güçlendiren bir bağlantı noktası olarak işlev görür.

Giddens'e göre (2013), medya gibi iletişim araçları da toplumsallaşma sürecine katkı sağlar ve çocukların geniş ve çeşitli öğrenmeler yapmalarına imkan tanır. Medya, çocuklara yerel kültürlerin yanı sıra dünya çapındaki kültürel dinamikleri de sunar ve bu şekilde çocukların farklı kültürel davranışlar sergilemelerine katkıda bulunur (Singorielli, 2004). Kültürel kodları ileten medya araçları, çocukların yaşadıkları çevredeki kültürel çeşitliliği artırır ve McLuhan'ın küresel köy kuramını destekler. Medyanın dönüştürücü gücü, hem yetişkin bireyleri hem de çocukları etkisi altına alır (Giddens, 2013).

3. DİJİTAL MEDYADA RİSKLER

Dijital Medya kavramı, toplumsal yapının şekillenmesine etki eden, sürekli gelişen ve değişim gösteren bireylerin gündelik yaşantılarında yer edinmiş tüm teknoloji güdümlü kitle iletişim araç ve gereçlerini kapsamaktadır. İnternet, 5G ağlar, bulut programlama, büyük veri, yapay zekâ, blok zincir teknolojisi ve programlama gücü, dijital temelli medya araçlarıdır. Dijital medya araçları küresel ölçekte toplumlar arasında sosyo-ekonomik yapıda birçok değişim meydana getirmiştir. Akıllı telefonlar, tabletler, akıllı televizyonlar, giyilebilir akıllı saatler, akıllı evler ve son olarak da yeni model otomobillerde internete bağlantılarının sağlanabiliyor olması, internetin kullanım araçlarının en önemli örnekleridir (OECD, 2019: 19). Geline nokta dijital medya araçlarının en önemli özelliği bireylerin internete ulaşmasını sağlayabilmek ve insanları birbiriyle bağlı kalabilmesini aracılık etmektir. Dijitalleşen kitle iletişim araçları sağlıktan, sanata, siyasetten ekonomiye kadar birçok alanda sınırsız bilgiye erişim olanağı sağlayan internet (web sayfaları), sosyal medya platformları (Facebook, Instagram, X gibi) kullanıcılara dijital imkânlar sunarak geniş bir özgürlük ve hareket alanı sağlamaktadır. Bu yüksek potansiyelli kullanım olanakları pek çok farklı yeni riskleri de bünyesinde barındırmaktadır.

Teknolojide yaşanan gelişmeler medya araç ve gereçlerini belirli bir mekâna hapsedilmekten çıkarmıştır. Medyanın alanı artık bütün dünyayı içine almaktadır. Teknolojinin gelişmesi ve yaşanan dijitalleşme hemen hemen tüm alanları kapsamaktadır. Bu yönüyle artık dijitalleşme yerel olandan daha çok yerel üstü olanla iletişim ve etkileşim sağlamak anlamını taşımaktadır. Çocuk bireyler dijital medya ortamlarında gerçekleştirdikleri etkinlikler sırasında, bilgi edinme, eğlenme, iletişim kurma, toplumdaki diğer bireylerle ilişkileri güçlendirme ve yaratıcılık kazanma gibi önemli avantajlara sahiptirler. Ancak Poe'nin (2015: 353) vurguladığı gibi internetin olduğu ortamlarda fırsatlar haricinde, farklı, garip, şüpheli, olağandışı, esrarengiz nitelikli şeylerle de karşılaşmak mümkündür. İnternetin sunmuş olduğu sanal ortam, çocukların ilgisini çok çeşitli alanlara ve platformlara yönelterek, kullanıcıyı farklı noktalara sevk etmekte, kestiremeyeceği alanlarla baş başa bırakmaktadır. Daha erişkinlik safhasına ulaşmamış ve çeşitli gelişimsel süreçler geçiren çocuklar Timisi'ye göre (2011: 4) dijital medya kullanımları sırasında karşılaştıkları uygunsuz durumlar neticesinde gelişim süreçleri açısından zarar

görebilmektedir. Bu sebeple ki internet bir taraftan bilgiye erişim ve içerik sunumları ile medyaya katılım imkânı sağlarken, diğer taraftan internet, kullanımından dolayı bazı istenmeyen durumları beraberinde getirebileceği düşüncesinden hareketle dikkatli bir şekilde planlanması gereken bir ortam olma özelliğine sahiptir. Bayraktutan ve Binark (2013: 18) dijital medya ve internetin oluşturduğu olumsuzlukların bazılarını, bireylerin mahremlerini oluşturan metin ve görüntülerin bireyin izni dışında farklı mecra ve platformlarda paylaşılması, sosyal medya veya haber sitelerindeki nefret içerikli, ırkçı, kadın düşmanlığı gibi toplumları derinden etkileyen konuların işlenip yayılması olarak nitelemektedir. Bunun yanı sıra dijital medya mecralarında yapılan paylaşımlarda herhangi bir kaynak gösterilmemesi, internette çocukların bırakmış oldukları izlerin kötü amaçlarla kullanımı, ticari endişelerle özellikle çocukların baskı altına alınması ve haklarının ihlal edilmesini dijitalleşen medyanın olumsuzlukları olarak ifade etmiştir. Livingstone ve Haddon (2009: 8) çocukların dijital medyada karşılaşabilecekleri riskleri farklı başlıklar altında toplamaktadır. Buna göre dijital medyanın çocuklar üzerinde karşılaşabileceği riskler, ticari amaç barındıran riskler, şiddet barındıran riskler, cinsellik barındıran riskler, toplumsal değerlere ait riskler başlığı altında gruplandırılmaktadır.

3.1. Ticari Amaç Barındıran Riskler

Dijital medya araçlarında çocukların karşısına çıkan en büyük risklerden birisi reklamlar olarak ifade edilmektedir. Livingstone ve Haddon (2009: 8)'a göre çocuklar dijital medya araçlarında çok sayıda reklam ögesiyle karşı karşıya kalmakta ve bu durum çocuklar için ciddi derecede bir risk oluşturmaktadır. Dijital medya araçları ve internet aracılığıyla, kullanıcı durumundaki çocukların kişisel bilgileri ticari amaçlarla bir takım kötü amaçlı oluşumlar tarafından toplanıp kayıt altına alınmaktadır. Dijital medyadan daha kolay etkilenebilen çocuk bireylerin reklamlara maruz bırakılmasının bir sonucu olarak etik ihlaller ortaya çıkabilmektedir. Çocuklar içinde bulunan bu süreçte ticari faaliyet yürüten işletmelerin en büyük hedeflerinden biri durumuna gelmekte, çocuklara yönelik reklam içeriklerinde büyük bir artış gözlenmektedir(Yücel, 2008: 212). Çocuk kullanıcıların dijital medyada hangi içeriklere ilgi duyduğunu belirlemeye yönelik çalışmalar yapıp, bu veriler doğrultusunda pazarlama faaliyetlerinde bulunan ticari şirketlerin ve reklam

üreticilerinin sayısı her geçen gün artış göstermektedir. Bu şirket ve reklam üreticilerinin asıl amacı çocuk kullanıcılara kolaylıkla ulaşabilecekleri bir alan yaratmaktır. Dijital medya platformlarından sosyal paylaşım sitesi Facebook'ta milyonlarca kullanıcı hem yazılı hem de fotoğraf video gibi görsel içerikler oluşturarak, bu içerikleri herkese açık bir biçimde paylaşmaktadır. Bu gibi platformlarda yer alabilmek ticari amaçlı reklam üreticileri için kullanıcı durumundaki çocuklara ait kişisel verilerin ele geçirilmesi anlamına gelmektedir. Dijital medya kullanan bireyler ve çocuklar fark etmeksizin bu reklam şirketlerinin hizmetinde çalışan birer çalışan halini almaktadır. Buda bu ticari işletmelerin dijital medya kullanıcılarından ticari anlamda fırsatlar elde etmelerine sebep olmaktadır (Netchitailova 2017: 3-7). Çocuk bireylerin büyük bir bölümünün internet kullanıcısı olması reklam şirketleri açısından tüketici gibi algılanmalarına neden olmaktadır. Ticari risk altındaki çocuklar, çevrimiçi oyunlar, müzikler gibi ilgi uyandırıcı içerikler de yer alan reklamlar nedeniyle dolandırıcılık faaliyetlerine maruz kalabilmektedirler. Çocukların isteyerek veya istemeden verdikleri kişisel bilgileri kötü niyetli kişilerce başka kişi ya da kurumlara ticari amaçlı satılması karşılaşılan önemli risk faktörlerindendir. Ticari amaçlı risklerin özellikle çocuklar üzerindeki etkisi her geçen gün artarken bu risklerin birey tarafından farkında olması ve bilinç geliştirmesi gerektirmektedir.

3.2. Şiddet Barındıran Riskler

Dijital medya ve internet bireylerin kim olduğuna ve hangi sebeplerle bu mecraları kullandıklarına bakılmaksızın herkesin ortak kullanımındaki ortamlardan oluşmaktadır. Çocuklar için dijital medya gündelik hayatla benzerlikler gösteren bir yaşam alanı haline gelmiş durumdadır. Çocuk bireyler dijital medya ortamlarında şiddet içeren ürkütücü görsellerle ve nefret içeren çeşitli paylaşımlarla karşı karşıya kalabilmektedir (Livingstone; 2009). Bunun yanı sıra çocuklar zorbalık içeren davranışlarda bulunan, kendilerini taciz eden veya bıktırmaya yönelik amaçlarla yaklaşan kötü niyetli bireylerle belli platformlar aracılığıyla tanışıp iletişim kurabilmektedir. Çakır'a (2013: 39) göre dijital medyada anlık ve sürekli paylaşımlarda bulunduğu sırada, argo kelimeler, tehdit, korkutma, aşağılama içeren cümlelerin kullanılması her an için karşılaşılabilecek bir durumdur. Dijital medya

da, kişiler arasında yaşanan şiddet eylemlerinin ve cinayetlerin görüntülerinin, cinsel içerikli video kayıtlarının, toplu ölümlerle sonuçlanan terörist saldırıları veya patlamalarına ait fotoğraf ve videoların çocukların her an karşısına çıkabilmesi sıkça karşılaşılan bir durumdur. Dijital medya da sadece sosyal medya platformlarının risk oluşturduğunun yoğunluk kazanan bir düşünce olmasının aksine, şiddete dayalı riskler online oynanan oyunlarda da çocukların karşısına çıkmaktadır. Huizinga'nın (2013: 24)'da bahsettiğine göre, çocukların özgürce kullanabildikleri oyun oynanan platformlarda çocuklar risklerle yüz yüze kalabilmektedir. Çünkü asıl amacı eğlenerek keyifli vakit geçirilmesini sağlayan oyunların temelini şiddet ve cinsellik oluşturmaktadır (Timisi 2011: 65), Dijitalleşen medya mecraları içeriklerinin sonucu olarak saldırganlık içeren davranışlar bir şiddet kültürü oluşturarak, çocukların gözünde sıradanlaşabilmekte, empati kurma davranışı ortadan kalkabilmektedir.

Dijital medyada çocuk bireyler tarafından en fazla karşılaşılan risklerden biride siber zorbalık kavramıdır. Siber zorbalık şiddet unsurları kullanılarak, nezaketsiz ve gergin bir yaklaşımla iletişim araçları kanallarıyla mesaj göndermek, baskılamaya yönelik kırıcı ve iğneleyici mesajlar atarak taciz girişiminde bulunmak gibi olumsuz davranışları içermektedir. Bunun yanı sıra kişinin toplum içinde oluşmuş itibarına sosyal çevresindeki ilişkilerine zarar vermeye yönelik dedikodu üretmek, bir başkasıymış gibi davranarak -mış gibi yapmaya çalıştığı bireyin, yaşamını ve imajını tahrip etmek siber zorbalık unsurlarındandır. Bireyin gizli kalması gereken kişisel bilgilerini ve görüntülerini isteği dışında paylaşmak suretiyle ifşa etmek, bilerek ve isteyerek bireyi dijital medyada ki ortamlardan mahrum bırakmak, internet ortamında baskı yaparak bireyi bıktırmak, kötü amaçlarla çocuğu takip etmek gibi davranışlar siber zorbalığın diğer tehlikeli unsurları olarak nitelendirilmektedir(Willard, 2007:2). Dijital medyada çocuklara yönelik programlarda şiddet unsurlarına başta bilgisayar oyunları olmak üzere, diziler, yarışma programları, sinema filmleri, çizgi filmler gibi içeriklerde karşılaşılmaktadır. Bilimsel araştırmalar çocukların şiddet içeren programlara maruz bırakılmasının, saldırgan davranışları tetiklediği, şiddet unsurlarına karşı duyarsızlaştırdığı, kötü, korkulu bir dünya algısı oluşturduğunu kanıtlamaktadır (Gerbner, 2014; Özer, 2017; Sanders, 1999). Dijital medya, eğlence formatlarına büründürdüğü şiddeti masumlaştırabilmekte, çocukların şiddete yönelik tutumlarını değiştirebilmektedir.

Bununla birlikte çocuk bireylerin şiddeti benimsemesine, içselleştirmesine, gerçek ile sanalı ayıramayacak hale gelmelerine, ahlaki bağlardan uzaklaşmalarına sebep olmaktadır.

3.3. Cinsellik Barındıran Riskler

Bireyler, gündelik hayatlarında gerçekleştirdikleri tüm faaliyetlerini dijital medya mecralarında sergilemektedirler. Çocuklar içinde dijital medya, özel yaşantılarını gözler önüne serdikleri yeni alanlar haline almıştır. Bu alanların takipçisi ve izleyeni herkeştir(Çakır, 2015: 155-156). Çocukların dijital medya üzerinden yaptıklarının kimler tarafından hangi amaçlarla izlendiği ve sonrasında kullanıldığı bilinmemektedir. Binark, Aygöl ve arkadaşlarına (2014: 164) göre kişileri kötü amaçlarla izleyip takip eden şahıslar, istediği zaman ve yerde istediği kişiye ulaşabilmektedirler. Bu kötü niyetli kişiler için çocuk kullanıcılar, dijital medyadaki paylaşımları ve etkileşimleri nedeniyle hedef haline gelmektedir. Çocuk bireylere ulaşp, istenmeyen amaçlarla takip etmek bu kötü niyetli şahıslar için bağımlılık haline almıştır. Avrupa ülkelerinde 2015 yılında EU Kids Online tarafından yapılan araştırmaya göre dijital medya kullanıcısı çocukların %51'i internet ortamında cinsellik barındıran yazılı ve görsel içeriklere maruz bırakılmaktadır. Çocuklardan cinsellik içerikli görüntüler isteyen, bilgisayar kamerası karşısında müstehcen talepleri olan, hatta farklı yollarla cinsel tatminde bulunan sapık tipli kişilere dijital medyada sıkça rastlanmaktadır. Bu tipteki kişiler çocuklarla farklı kitle iletişim araçları aracılığıyla cinsel yönden iletişime geçmektedirler. (Kenny ve Wurtele'nin, 2016: 333).

3.4. Toplumsal Değerlere Dair Riskler

Dijital medya mecralarında ırkçı ve önyargılı içerikler paylaşılabilmektedir. Kullanıcılar belli konu ve içerikler üzerinde birbirilerine baskı kurabilmektedir. Bu gibi durumlarda kurulan baskı birey veya çocuklarda başta intihar olmak üzere farklı psikolojik travma yaratan durumları tetiklemektedir (Livingstone ve Haddon, (2009: 8). Dijital medya çocukların toplum içindeki yaşantılarını etkileyebilecek, toplumsal cinsiyet rollerine yönelik içerikler meydana getirmektedir. Çocuklarda kadınlık ve erkeklik rollerinin şekillenip benimsenmesi sürecinde dijital medya içerikleri etkin

bir görev üstlenmektedir. Dijital medya mecralarının güncel konularda bireylerin ve özellikle çocukların ilgisini çekecek içeriklere yer vermesi, bu mecraları ziyaret etme sıklığını arttırmaktadır. Bu içeriklerden olumsuz olabilecek olanların istemsizce çeşitli biçimlerde çocuğun karşısına çıkarılması ilerleyen süreçte davranışlarının şekillenmesinde etkili olabilmektedir. Başta olumlu olarak nitelendirilen dijital medya mecraları üzerlerine ilgiyi çekmelerinin ardından olumsuz içeriklere yer vermeye başlayarak kullanıcı davranışları üzerinde etkili olamaya çalışmaktadır. Cinsellik, kadın-erkek ilişkileri üzerine kurulmuş dijital medya sohbet odalarına çocuk ve gençlerin girmeleri ve buralarda istenmeyen ilişkilerin bir parçası olması, çocuk ve gençlerin erken yaşlardan itibaren cinsellikle tanışmalarına ve bu yönde farklı arayışlar içine girmelerine davranışlar sergilemelerine sebep olabilmektedir.

4. ÇOCUKLARDA TEKNOLOJİ BAĞIMLILIĞI

Teknoloji ve sunmuş olduğu yeniliklerin insanlık için önemi yadsınamaz bir gerçektir. Bu yenilikler ve gelişmelerin gün geçtikçe artması ve insanlara pek çok açıdan kolaylık sağlaması nedeniyle teknoloji kitlelerin vazgeçebilmesi imkansız hale gelmiştir (Haug ve ark., 2015; Yayla, 2017). Teknoloji ürünü pek çok araç ve gereç (internet, akıllı telefonlar, tablet, bilgisayarlar) zamanla bireyleri kendine bağımlı hale getirmiştir (Aslan ve Yazıcı, 2016). Teknoloji bağımlılığı, internet bağımlılığı, sosyal paylaşım sitesi bağımlılığı, oyun bağımlılığı, akıllı telefon bağımlılığı gibi çok çeşitli bağımlılık türlerini içerir (Chen, 2018; Herrero vd., 2021). En çok karşılaşılan teknolojik bağımlıklar; internet, mobil ve video oyunlarına bağımlılıklardır (Chóliz vd., 2012). Teknoloji bağımlılığı bir tür davranışsal bağımlılık olmakla birlikte teknolojinin aşırı ve kontrol dışı kullanımıyla karakterizedir (Shaw ve Black, 2008). Teknoloji bağımlısı bir birey teknolojinin sunmuş olduğu cihazlardan kopamamakta, sürekli bu cihazlarla meşgul olma isteği duymakta, uzaklaşmak istememekte ve uzaklaştıkça gerginlik hissederek, depresif belirtiler gösterme eğilimi göstermektedir. Bunun yanı sıra teknoloji bağımlısı bir birey teknolojiyi kullandıkça rahatlık hissetmekte ve haz duymaktadır. Teknoloji ürünü internetin bireyler tarafından aşırı ve dürtüsel kullanımının, sosyal ve duygusal yönden kişide bozulmalara neden olması durumu araştırmacılar tarafından problemli internet kullanımının bir göstergesi olmuştur (Moreno vd., 2013; Spada, 2014).

Kaçınılmaz bir hal alan bu bağımlılık durumu, bazı etkilerinin kısa zamanda, bazı etkilerinin ise uzun sürede bireylerin yaşamsal düzenini ve kalitesini bozabilmekte ve istenmeyen sonuçlara neden olabilmektedir (Anandi ve Gududur, 2018; Kuss, Griffiths, ve Binder, 2013). Teknolojik araçların bilinçsiz bir biçimde uzun bir süre kullanımı dolayısıyla farklı türlerde dijitalleşme temelli bağımlılıklar ortaya çıkmaktadır. Dijitalleşmenin kazanımlarının bireyler için faydalı olduğu günümüzde zararları da azımsanmayacak boyutlara ulaşmıştır. Yetişkin bireyler ve çocuklar dijitalleşmenin etkisi altına girmekte ve teknolojiye ayak uydurmak için çaba harcamaktadırlar. Aşırı ölçüde teknolojik araçlara yönelerek uzun süreler zaman ayırmak istenmeyen sonuçlara neden olabilmektedir. Teknoloji bağımlılığı da bunların en önemlisidir. Avrupa Çevrim içi Çocuklar (EU Kids Online) proje grubu tarafından yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre 2010 yılından 2015'e kadar geçen sürede ülkemizde çevrimiçi çocuk sayısının 2 kat arttığını ve internet kullanım yaşının 5'ten 2'ye indiğini ortaya koymaktadır (Aslan, 2016). Eğitim öğretim çağını yaşayan çocukların internet ve sağlayıcı teknolojilere karşı doğal bir eğiliminin olduğu ebeveyn ve öğretmen görüşlerinde dile getirilmektedir. T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı (2013) tarafından 12 bin aile üzerinde gerçekleştirilen "Türkiye'de Aile Yapısı Araştırması" sonuçlarına göre, Türkiye'de 06-15 yaş grubundaki çocukların %60,5'i bilgisayar, %50,8'i internet, %24,3'ü cep telefonu kullanmaktadır. 11-15 yaş grubundaki çocuklarda ise bilgisayar kullanımı %73,1, TV kullanımı %65,1 ve cep telefonu kullanımı %37,9 oranlarına sahiptir. Bu sonuçlar ebeveynleri çocuklarında internet ve benzeri teknolojik ortamlara yönelik görülebilecek sorunlar için çözüm arayışına yöneltmiştir (Arısoy, 2009; Öztürk, Odabaşıoğlu, Eraslan, Geng & Kalyoncu, 2007). Toplumlarda bağımlılık kavramı, bir nesneyi kötüye kullanmak olarak özdeşleşmiş olsa da dijitalleşmenin getirdiği araç ve gereçlere yönelik davranışsal bağımlılık türleri de günümüzde giderek bireyler arasında yayılmaktadır. Bağımlılık, bireyin teknoloji kullanımına yönelik kontrolünü kaybetmesi olarak nitelendirildiğinden kontrolü tekrardan gerekli biçimde sağlayabilmesi için planlı bir desteğe ihtiyaç duyabilmektedir. Çağımızda internet bağlantısı olamayan bir bilgisayarın veya tabletin, istenilen ölçüde çekmeyen bir cep telefonunun, uydu yayını alamadığı için farklı kanalları olmayan bir televizyonun, bireylerde yaratmış olduğu hayal kırıklığı, öfke ve stres duygusu teknoloji

bağımlılığı kavramının önemini vurgulamaktadır. Bu tip duyguların yaşanması ve gözlenen teknoloji bağımlılığı bireyler üzerindeki teknoloji baskısının bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (İlhan, 2006).

Teknoloji bağımlılığı yetişkin bireyleri etkilediği kadar çocuk bireyler üzerinde de etkili olan bir kavramdır. Çocuklarda fiziksel, psikolojik ve bilişsel alanlarda farklı olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Teknoloji bağımlısı çocuklarda fiziksel olarak sürekli ekrana bakmalarından dolayı göz rahatsızlıkları görülmektedir. Bununla beraber çocukların uzun süre bilgisayar, tablet, telefon gibi teknolojik araçlarda zaman geçirmeleri nedeniyle fiziksel aktivite azlığı yaşanmakta, bu da çocuklarda obeziteye yakalanma riskini büyük oranda arttırmaktadır (Karayağız Muslu ve Bolışık 2009). Çocuklarda teknolojinin kötüye kullanımı nedeniyle, psikolojik olarak, kaygı ve stres hissetme ve sosyalleşme açısından sıkıntı yaşama, akademik başarılarında düşüş gibi sonuçlarla karşılaştığı ortaya konulmuştur (Aktaş F, 2021). Teknoloji bağımlısı haline gelmiş çocuklarda bağımlılığı ortaya çıkaran psikolojik ve bilişsel etkenlerde çocuklarda istenmeyen problemlere neden olmaktadır. Çocukların uzun süreler, kontrolsüz bir şekilde dijital medya araçlarını kullanıyor olması ebeveynlerde rahatsızlıklar uyandırmakta, bu sebeple ebeveyn ve çocuk arasında çatışma ortamı oluşmaktadır. Çocuklarda teknoloji ile tanışmanın bebeklik döneminde televizyon ekranları vesilesiyle başladığı bilinmektedir. Bu dönemdeki çocuklarda televizyon, ağlamasını durdurma veya yemeğini yemesini kolaylaştırma gibi nedenlerle anne- baba tarafından kullanılmakta, çocuk televizyon karşısında bazı içeriklere maruz kalmaktadır. Buda ilerleyen yıllarda yetişkinlik döneminde etkili olacak olan ekran bağımlılığının zeminini oluşturmaktadır. Çocuklarda teknoloji kullanımı son yıllarda artarak yaygınlaşmaktadır. Teknolojik gelişmeler ile yeni çıkan araçların, cihazların, uygulamaların hızla artması bunda önemli bir etken olmuştur. Çocukların teknolojiyi kullanım tercihleri, yaşlarına, kişisel ilgi alanlarına, içinde bulundukları sosyokültürel etmenlere göre farklılık göstermektedir. Pandemi döneminde derslerin internet üzerinden çevrimiçi olarak gerçekleştirilmesi ve ardından okullarda mobil öğrenmeye yönelik faaliyetlerin artması öğrenme amaçlı teknoloji kullanımını artırsa da çocuklarda bağımlılığı olumsuz yönde tetiklemiştir. Çocuklarda teknolojik cihazların bilinçsiz ve aşırı kullanılması birçok davranışsal probleme sebebiyet vermektedir. Aşırı derecede çok

cep telefonu kullanan çocuklarda, sinirlilik ve streste artış, hafızada bozulma, bilişsel becerilerde bozulma gibi problemlerle karşılaşmaktadır (Hardel L 2018;89). Bu tip çocuklarda anksiyete, depresyon, saldırganlık, okul başarısında düşüş, öğrenim güçlüğü, sosyal ve cinsel davranış problemleri, asosyalleşme, şiddete karşı duyarsızlık, gece korkuları, stres bozukluğu, kendine zarar gelebileceğini düşünme gibi birçok psikososyal sorun görülmektedir (Tanrıverdi ve Sağır 2014; 775, 822). Teknoloji kullanım alanının her geçen gün arttığı ve çocukların ayrılmaz bir parçası halini aldığı günümüzde dış mekân oyun alanlarına olan ilginin giderek azalması çocuklarda akranları ile olan yüz yüze iletişimin ve grupla oynanan oyunların azalmasına, yalnızlaşmaya, tek başına oynanan oyunlara yönelmeye sebep olmaktadır (Rosen ve ark., 2014). Şiddet içeren oyunlara maruz kalan, bu oyunları oynayarak şiddet eğilimi gösteren ve bu oyunlara bağımlı hale gelen çocuk sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu da çocuklar açısından güvenli olarak bilinen ev ortamında bile dijital teknoloji ile maruz kalabilecekleri zarara dair bir örnek niteliğindedir. Yapılan araştırmalar günümüzde çocuk ve genç bireylerin, televizyon, bilgisayar, internet, sinema, video oyunları gibi dijital teknoloji ürünü araç ve ortamlarda, günde 4-5 saatten daha fazla zaman geçirdiklerini ve bu sürenin 8 saate kadar çıkabildiğini ortaya koymaktadır. Bu süre çocuklarda uyku dışındaki diğer sosyal aktivitelere ayrılan süreden daha fazladır. Teknoloji bağımlılığı bu şekilde çocuklarda gündeme gelmeye başlamıştır (EU Kids Online II Türkiye, 2010). Teknoloji ve internet bağımlılığı, çocuklarda internet kullanımına sınırlama getirememe, sosyal ve akademik zararlarına rağmen kullanımına devam etme, kısıtlanması durumunda anksiyete duyma gibi belirtilerle kendini göstermektedir (Eşgi, 2014). Geçtiğimiz yıllarda yaşanan ve dünyayı etkisi altına alan salgın süreci esnasında ev ortamlarına maruz bırakılmaları durumu çocuklarda teknoloji bağımlılığının artmasına tetikleyen bir etmen olmuştur. Bu süreçte sosyal yaşamdan uzaklaşmak, uzun süreler yalnız ya da sadece aile bireyleri ile vakit geçirmek çocukları teknolojiye bağımlı hale getirmiştir. Salgın esnasında dünya genelinde milyonlarca öğrencinin okuldan uzaklaşarak eğitimlerine internet ortamında online olarak devam etmesi çocuklarda teknoloji kullanımı ve bağımlılığa sebep olmuştur.

4.1. Bağımlılığa Yönelik Belirtiler

Teknoloji bağımlılığına ilişkin toplum genelinde var olan sorunların ötesinde çocukların bağımlılığa karşı daha savunmasız olmaları öncelikli sorun tanımıyla ileri sürülmektedir. Çocuklarda günümüzde sıkça rastlanan dikkat eksikliği, hiperaktivite bozukluğu, otizm gibi rahatsızlıklar 2000'li yıllardan itibaren hızla artmaya başlamıştır (Atladóttir, Parner & Schendel, 2007). Teknolojinin yoğun bir biçimde kullanımı çocuklar arasında akranlarıyla iletişim bozukluğu ve sosyalleşememe, depresyon ve uyku düzeninde bozulma gibi sorunlara sebebiyet vermektedir. Teknoloji ürünü araçların uzun süreli kullanımının meydana getirdiği ruhsal ve bedensel sıkıntılar arasında obezite, dikkat problemleri, okuma gelişiminde yavaşlama, depresyon hali, uykusuzluk, taklit eğilimi ve azalan yaratıcılık yeteneği gibi sağlıksız durumlar yer almaktadır (Ahuja & Kumari, 2009). Hızla gelişen dijitalleşmenin getirdiği, bireylerin yerine düşünebilen, öğrenen, izleyen teknolojilerin yaygınlaşması farklı bir düzenin oluşmasına neden olmuştur. Bu gelişmeler sonucu bireyler her gün sayısız kez çeşitli şekillerle teknolojik araçlara bağlanmaya başlarken, kendileri açısından neyin önemli olduğunu göz ardı etmeye başlamışlardır. Dikkat dağınıcı ve farklı çağrıları bünyesinde toplayan teknolojiler çocukları yönlendirme yoluna gitmiştir. Teknoloji ürünü cihazlarla ilgilenmekten, bireyler arası gereken ilişkiler ve gündelik hayatta yapılması gereken işler unutulmaya başlamıştır. Teknoloji ürünü cihazların hayatı büyük ölçüde kolaylaştırması çocuk yaştaki bireylerde, bu cihazlara yönelik farkındalık ve dikkatli olma gereksinimin önüne geçmeyi başarmıştır. Bu cihazları sürekli kontrol etme zorunluluğu içgüdüsel olarak hissedilen güçlü bir ruhsal durum halini almıştır. Yapılan araştırmalar göstermektedir ki son yıllarda bireyler, uykudan daha çok ve ortalama sekiz saatten fazla gün içerisinde, bilgisayar, telefon ya da oyun konsollarında vakit harcamaktadırlar (Yeşilay, 2012). Bu sürelerle ulaşılmasının en önemli nedeni olarak bireylerin bebeklikten itibaren teknolojiyle tanışması olarak ifade edilmektedir. Teknolojinin bu denli bireylerce hayatın merkezine alındığı çağımızda teknoloji bağımlılığı da bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. İçinde bilgisayar bağımlılığı, oyun bağımlılığı, internet bağımlılığı gibi alt bağımlılıkları kapsayan teknoloji bağımlılığı belirli rahatsızlıkları tetikleyebiliyor, ortaya çıkarma potansiyeline sahiptir. Teknoloji bağımlılığı klasikleşmiş bağımlılık kavramından

farklı olarak doğrudan bilgisayara, akıllı telefona, video oyun konsollarına veya tabletlere bağılıktan ziyade bu teknolojilerin getirdiği, veri, eğlence, kişisel bağlantılara yönelik bir bağımlılık söz konusu olmaktadır. Bireyler bu ortamda bütün işlemlerinin hızla, anlık bir şekilde yerine getirilmesini istemekte, bu nedenle en hızlı bilgisayarlar, akıllı telefonlar, tabletler ve oyun konsollarına yönelmektedirler. Bu da teknoloji bağımlılığının bir hız olgusuyla kesiştiğinin göstergesidir.

Çocuklarda teknoloji bağımlılığının belirtileri bireyden bireye farklılıklar gösterse de genel olarak çocuklarda birkaç dakika olarak başlayıp, uzun süreler teknolojik cihazların kullanılması, ebeveyn ve sosyal çevreye ekran karşısında geçirilen zaman hakkında yalanlar söylemek sıkça görülen davranışlardır. Bunun yanı sıra uzun süreler bilgisayar, cep telefonu kullanmaktan dolayı fiziksel sorunlardan şikayetçi olmak, anonim bir kişiliğe bürünmek, diğer bireyler ile iletişim kurmak için teknolojik araçları, yüz yüze iletişimden daha fazla tercih etmekte çocuklardaki bağımlılık belirtilerindendir. Çocuklarda bağımlılık belirtilerinden bir diğeri teknolojik araç gereçleri kullanabilmek için yemek öğünlerinden, okul dersleri veya kişisel randevularından ödün vermek olarak görülmektedir. Bu süreçte çocuklar bilgisayar veya telefon gibi kitle iletişim araçları karşısında fazla zaman geçirdiği için bir yandan suçluluk duygusu yaşama ile içinde bulunduğu durumdan büyük zevk alma duygusu arasında gidip gelme durumu sergilemektedirler. Çocuktaki bağımlılık belirtileri arasında bilgisayar veya telefondan uzak kalındığı zamanlarda gergin ve boştaymış gibi duygulara kapılma hali gelmektedir. Çocukta gecenin ilerleyen saatlerine dek teknoloji ürünü internet ve internet sağlayıcı cihaz karşısında kalmak tehlike göstergesi olmakta, bu durumla karşılaşan bir ebeveynin konuyla alakalı profesyonel bir destek alması gerekmektedir (Kaplan A.; 2019). Çocuklarda teknoloji bağımlılığına yönelik psikolojik belirtilerden bazıları ise anksiyete, uykusuzluk ve depresyondur.

4.2. Bağımlılığı Etkileyen Faktörler

Dijitalleşmenin giderek insan hayatına girmesi, kitle iletişim araçları tarafından internete erişim sağlanması, bireylerin gündelik hayatlarında birçok değişiklik medyana getirmiştir. İnternetin iletişim araçlarına entegre olmasıyla artık kitleler için bilgiye ulaşmada kolaylık, araştırma alan çeşitliliği, ticari faaliyetlerin

internet ortamında artışı, eğlenceli vakit geçirebilme gibi avantajlar söz konusu olmaktadır. Griffiths ve Widyanto, 2006'da kaleme aldıkları internet bağımlılığına yönelik çalışmalarında bireylerin dijitalleşen sanal ortamlarda çok daha rahat hareket edebildiklerini, düşüncelerini rahat bir biçimde başkalarına aktarabildiklerini belirtirken gerçek yaşama döndükleri andan itibaren bu avantajların ortadan kalktığını ifade etmiştir. Teknoloji kullanan bireylerin gerçek yaşamdaki olumsuz eleştirilerden uzaklaşmak ve kaygılarını bastırabilmek için teknolojiyi ve sanal internet ağlarını daha fazla yönelmektedirler (High, A. C. & Caplan, S. E. (2009). Teknoloji bağımlılığının başka bir nedeni bireylerde utangaçlığın ön plana çıkmasıdır. Utangaçlık düzeyi yüksek olan bireyler, teknolojiyi genellikle yüz yüze ilişkilerde gerçekleştiremediği iletişimi gerçekleştirmek için kullanmayı tercih etmektedirler (Caplan, 2002). Psikolojik olarak saplantılı olarak tabir edilen bireyler kimi durumlarda değersiz olduğu duygusunun eşlik ettiği, kendini seilmeye layık bulmama, diğer bireylerle alakalı olumsuz yargılarda bulunmaya yönelik takıntılı düşünceler ve davranışlar gösterebilmektedir. Bu sebeple birey teknolojinin sunduğu sanal alanlarda kendini günlük hayattaki halinden çok daha farklı gösterebilmektedir. Bu ortamlar da kişi olmak istediği kişi olabilme imkanına sahiptir ve sanal sosyal bağımlılığı geliştirmeye başlamaktadır. Teknolojinin beraberinde getirmiş olduğu olumlu yönler kadar olumsuz yönlerde bireyleri negatif yönde etkilemektedir. Özellikle çok küçük yaşlardan itibaren, internet ve internet sağlayıcı bilgisayar, tablet, akıllı telefon gibi araçların amacına uygun kullanılmaması farklı sorunları beraberinde getirmektedir (Özdemir, 2022,7; Biricik, 2022,12). Özellikle akranları ve ebeveynleri ile ilişki kurmakta zorlanan çocuklar, sosyal ilişkilerden uzaklaşmanın bir yolu olarak teknolojiyi görmektedirler. Çevrim içi ilişkilerin, gerçek yaşamın önüne geçmesiyle birlikte çocuk bireyler, sosyal ihtiyaçlarını karşılayabilmek için, teknolojik bağımlılığa yakınlaşmaya yatkınlık göstermektedirler. Gündelik yaşantısında stresli süreçlere maruz kalan çocuklar bu gibi durumlarla başa çıkabilmek ve sorunlarından uzaklaşabilmek için teknolojiyi yönelmeye başlayabilmektedirler.

4.3. Çocuklarda Mevcut Dijital Medya Kullanım Durumu

Bireyler gündelik yaşantılarının büyük bir bölümünü dijital araçlarla (telefon, tablet, bilgisayar) geçirmekte, teknolojiyi kullanmayı yaşamlarının olmazsa olmazı olarak görmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK; 2020)'nin hane halkı bilişim teknolojilerine yönelik oluşturduğu rapora göre; teknoloji ürünü internetin kullanım oranı 2020 yılı itibari ile 16-74 yaş grubundaki bireylerde %79 ve internet kullanım oranının erkeklerde %84,7, kadınlarda %73,3 olarak ortaya konulmuştur. Ayrıca rapora göre bireylerin evden internete erişim imkânına sahip olma oranı %90,7 olarak belirtilmiştir. Bu veriler bilişim teknolojilerine erişim imkanının ne kadar yaygınlaştığının ispatını oluşturmaktadır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK, 2019) yapmış olduğu ortaokul öğrenimi gören çocuklara yönelik, yeni medya kullanımı ve siber zorbalık kapsamında gerçekleştirdiği araştırma sonucunda şu verilere ulaşılmıştır. Evinde televizyon bulunanların oranı %98,4, %63,3'ü cep telefonuna sahip, %90,7'si ise tablet ve telefon gibi akıllı araçlar ile internete erişebilmektedir. Ortaya konulan bu sayısal değerler dikkate alındığında teknoloji bağımlılığının çocuklar arasında yayılma olasılığı da her geçen gün artmaktadır. Yetişkin bireyler kadar çocuklar da riskli grubu oluşturmakta ve gün geçtikçe internette geçirdikleri süreler uzamaktadır. Bu durum da internet bağımlılığına yol açma ihtimalini oldukça yükseltmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK; 2021) tarafından gerçekleştirilen 6-15 yaş grubundaki 10475 çocuğa uygulanan 'Çocuklarda Bilişim Teknolojisi Kullanım Araştırması' kapsamında çocukların bilişim teknolojileri kullanımı, kullanım sıklıkları ve kullanım amaçları ortaya konulmuştur. Araştırma çocukların, bilgisayar, internet, cep telefonu, dijital oyunlar ve sosyal medya kullanımları konusunda bilgi fikir elde edebilmek amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarında elde edilen verilere göre, 6-15 yaş grubundaki çocukların 2021 yılındaki internet kullanım oranı %82,7 olurken, cinsiyetlere göre erkek çocukların internet kullanım oranı %83,9, kız çocukların internet kullanım oranı ise %81,5 olarak belirlenmiştir. İnternet kullanan çocukların %90,1'i hemen her gün kullandığını belirtirken, %8,5'i haftada en az bir defa internet kullandığını belirtmiştir. Düzenli internet kullanan erkek çocukların oranı %98,6, kız çocukların oranı ise %98,4 olmuştur. Araştırmada düzenli internet kullanan 6-15 yaş grubundaki çocuklar, haftalık ortalama 12 saat 25 dakika ders içi, 6 saat 59 dakika ders dışı

zamanlarında interneti kullanmaktadır. Düzenli internet kullanan 6-15 yaş grubundaki çocukların internet aracılığı ile yürüttüğü faaliyetlerde, çevrimiçi derse katılma %86,2 ile ilk sırayı alırken %83,6 ile ödev veya öğrenme amacıyla internete başvurma ikinci sırada yer aldı. Katılımcı çocukların %66,1'i interneti oyun oynama ve indirme için kullanırken %61'i paylaşım sitelerinden video izleme, %55,5'nin ise sesli ve görüntülü arama yapmak için kullandığı sonucu alınmıştır. Çocukların internetten en az yürüttüğü faaliyet ise %9,1'lik oranla alışveriş yapmak olmuştur.

Araştırma kapsamında çocukların günlük internet erişimi için kullandıkları Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) cihazları incelendiğinde erkek çocukların %47,6'sı, kız çocukların ise %52'lik kısmın kendilerine ait akıllı telefonları ile internete erişim sağladıkları sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcı çocukların yaşları ilerledikçe internete erişim sağlamak için kendi akıllı telefonlarını, evlerdeki ve okullardaki bilgisayarları kullanım oranlarının, tablet ve aile içi ebeveynlerden birine ait akıllı telefonun kullanılmasından daha yüksek olduğu ortaya konan bir diğer sonuç olmuştur. 8-10 yaş aralığındaki her 10 çocuktan biri (%12), 11-14 yaş aralığındaki neredeyse her iki çocuktan biri (%41,5) kendi akıllı telefonlarını kullanarak çevrimiçi olurken 15-16 yaş aralığındaki çocuklarda bu oran %84,4'tür. Buda göstermektedir ki çocuğun yaşı arttıkça kendisine ait cihazdan erişim oranı da artmaktadır. Araştırmaya katılım sağlayan çocukların yaşları ilerledikçe internet etkinlikleri gerçekleştirme oranlarının da arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Yaş arttıkça çocuklarda anlık mesajlaşma araçlarını kullanma, alışveriş sitelerini ziyaret etme, sosyal ağları ziyaret etme, sosyal ağlarda paylaşım yapma ve diğer insanlarla güncel sorunları tartışma etkinliğinin ciddi oranda arttığı tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanım oranlarına bakıldığında ise, düzenli sosyal medya kullanan çocuklar, bu platformları hafta içi her gün ortalama 2 saat 54 dakika, hafta sonları ise ortalama 2 saat 44 dakika kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Cep telefonu/ akıllı telefon kullandığını belirten 6-15 yaş grubundaki çocukların oranı, araştırmada %64,4 olurken, cinsiyete göre bu oran kızlarda %63 olarak, erkeklerde ise %65,7 olarak gerçekleşti. Düzenli cep telefonu/akıllı telefon kullanan 6-15 yaş arası çocukların %32,3'ü bu cihazları en az 30 dakika da bir kontrol ederken bu orana erkeklerde %32,8, kızlarda ise %31,7 olarak gerçekleşti. Cep telefonu/ akıllı telefon kullanıp en az 30 dakika da bir kontrol eden çocuklarda

uyumadan önce en son ve uyandıktan sonra ilk yaptıkları şey telefonlarını kontrol etmek olmuştur. Çocukların %52,4'ü televizyon izlerken ya da başkalarıyla yemek yerken telefon kullanma eylemlerinden en az birini gerçekleştirmektedir. Çocukların %55,6'sı bilgisayar (masaüstü/dizüstü/tablet) kullandığını belirtirken, bilgisayar kullanan 6-15 yaş grubundaki çocukların en fazla %57,2'si tablet bilgisayar kullandığı, %27,2'si ise masaüstü bilgisayar kullandığını ifade etmiştir(TÜİK; 2021).

Araştırmada bilgisayar (masaüstü/dizüstü/tablet), cep telefonu/akıllı telefon, TV/akıllı TV, akıllı saat ve oyun konsolu teknoloji ürünlerinden en az birinin sadece kendi kullanımında olduğunu beyan eden 6-15 yaş grubundaki çocukların oranı %66,6 olarak tespit edilmiştir. Çocukların %36'lık kısmı dijital oyun oynarken, bu oran 6-10 yaş grubundaki çocuklarda %32,7, 11-15 yaş grubundaki çocuklarda ise %39,4 oldu. Dijital oyun oynama oranı cinsiyete ve yaş grubuna göre incelendiğinde; 6-15 yaş grubundaki erkek çocukların dijital oyun oynama oranı %46,1 iken kız çocuklarının dijital oyun oynama oranı %25,4 oldu. Bu oran, 6-10 yaş erkek çocuklarda %38,7, kız çocuklarda %26,4, 11-15 yaş erkek çocuklarda %53,7, kız çocuklarda %24,4 oldu. Dijital oyun oynadığını belirten erkek çocukları hafta içi günde ortalama 3 saat 2 dakika, kız çocukları 2 saat 18 dakika, hafta sonu ise erkek çocukları 2 saat 59 dakika, kız çocukları 2 saat 11 dakika dijital oyun oynadığını belirtmişlerdir. Dijital oyun alışkanlığı olan çocukların %54,3'ü savaş oyunlarını oynadığını belirtirken, bunu %52,0 ile macera/aksiyon, %41,8 ile strateji, %27,5 ile simülasyon ve %26,5 ile spor oyunları izlemiştir. Düzenli dijital oyun oynayan çocukların dijital oyunlarla ilgili kişisel düşünceleri sorulduğunda; çocukların %58,4'ünün ebeveynlerinin kendisi hakkında çok fazla oyun oynadığını düşündüklerini belirtti. Düzenli dijital oyun oynayan çocukların %47,3'ü planladığı süreden daha fazla oyun oynadığını, %42,6'sı fazla oyun oynamanın sorumluluklarını aksatmaya neden olduğunu, %42,3'ü oyun oynamak için çok fazla zaman harcadığını ve %28,0'ı dijital oyun oynamadığı zaman kendisini huzursuz ve mutsuz hissettiğini ifade etti. Çocuklara; bilgisayar, cep telefonu/akıllı telefon, İnternet ve sosyal medya kullanımı, dijital oyun oynama, TV izleme gibi faaliyetler için ekran başında geçirdikleri sürenin neden olduğu durumlar sorulduğunda, çocukların %35,9'u ekran başında daha fazla zaman geçirdiği için daha az kitap okuduğunu belirtmiştir. Bunu

sırasıyla %33,5 ile daha az ders çalışmak, %27,7 ailesi ile daha az vakit geçirmek, %25,4 ile arkadaşlarıyla yüz yüze daha az görüşüp daha az oyun oynamak ve %17,2 ile daha az uyumak takip etmiştir (TÜİK; 2021).

Avrupa Çevrim içi Çocuklar (EU Kids Online) proje grubu tarafından yapılan başka bir araştırmaya göre ise, 2010'dan 2015'e kadar geçen sürede Türkiye'de çevrim içi çocukların sayısının 2 kat artarken, internet kullanım yaşının beş yaştan iki yaşa düştüğü ortaya konulmuştur (Aslan, 2016). Zorunlu eğitim hayatını sürdüren çocuk ve gençlerde internet ve sağlayıcı teknolojilere karşı doğal bir yatkınlık olduğu, ebeveyn ve öğretmenler tarafından araştırma kapsamında ifade edilmiştir. Çocukların teknoloji ürünlerinin oluşturduğu tehdit unsuruna karşı korunmaz oldukları ve bu gibi durumları farklı nedenlerle içselleştirdikleri görülmektedir. Çocukluğun daha erken evreleriyle alakalı resmi bir çalışma olmasına rağmen yurt dışı kökenli bazı yapılan çalışmaların, çocuklarda teknolojiyi kullanmaya başlama yaşının bebeklik dönemlerine kadar indiğini ve bu sebeple karşılaşılabilecek farklı sorunların beraberinde geldiğini göstermektedir (Lauricella, Wartella & Rideout, 2015; Reid Chassiakos, Radesky, Christiakis, Moreno & Cross, 2016). Teknolojik ürünlerden koparılmış ve kullanımı yasaklanmış bir çocuk kitlesinin varlığı toplumlar için olumsuzluk yaratabilmektedir.

5. DİJİTAL ÇAĞDA EBEVEYNLİK

Ebeveyn, biyolojik açıdan bireyi büyütenin yanı sıra duygusal, sosyal, eğitsel açıdan yönlendirip, geliştiren ve bireye karşı belli başlı sorumlulukları olan aile içindeki ana babalardır. Teknolojinin günlük hayatın ayrılmaz bir parçası halini alması nedeniyle içinde bulunduğumuz zaman diliminde çocuklar, dijital cihazlarla kuşatılmış bir çevrede büyümeye başlamış, teknolojiyi yetişkinlerden çok daha fazla kullanmaya yönelmişlerdir. Çocuklar, dijital iletişim araçlarını kullanım açısından diğer yetişkin bireylere göre daha bilgili ve bağımlı hale gelmeye başlamışlardır. Dijitalleşen dünya ve gelişen teknolojiler çocuk yaştaki bireylerin farklı bilgi ve içeriklerle sıkça karşılaşabilecekleri bir alan oluşturmuştur. Bu durum çocuklara teknolojinin nimetlerinden faydalanma fırsatı sunmanın yanı sıra, çocukları yaşlarından ötürü farklı bazı ciddi riskler ve dezavantajlar ile karşı karşıya bırakmaktadır. Çocuklar karşılaştıkları bilgi ve içerikleri analiz etme yeteneğini

henüz tam anlamıyla kazanamadığı için risklere karşı savunmasızdır. Ebeveynlerin bu bilgi ve içerikler hakkında fikir ve tecrübe sahibi olması çağın getirdiklerini bilmesi ve çocuklara rehber olabilmesi dijital ebeveyn olmayı gerektirmektedir. Dijital ebeveynler, teknolojinin olumsuz etkilerine karşı çocuğunu bilgilendiren, bilinç düzeyleri yüksek anne babalardır. Dijital ebeveynler çağın getirileri doğrultusunda çocuklarını eğitirler, internet ortamında karşılaşılan kimliği belirsiz kişilerin çocukların kişisel bilgilerine ulaşmasına engel olmaya yönelik tedbirler alırlar. Çocukların izledikleri programları denetlerler, sosyal medya kullanan çocuklarını bilinçlendirirler. Dijital ebeveynler, çocuklarını internet ortamında kontrolsüz bırakmayan anne ve babalardır (Yurdakul vd., 2013). Ebeveynlerin mahremiyet kavramı ve sosyal medyanın bu kavram üzerine etkileri hakkında bilgi sahibi olması gerekmektedir. Mahremiyet bilinci ve sosyal medyanın çocuklar üzerinde mağduriyet yaratmaması için çeşitli önemlerin ebeveynler tarafından alınması oldukça önemlidir (Bostancı, 2019). Dijital ebeveynler sanal ortamın çocuklar için avantajlarının ve tehlikelerinin farkında olan, bu doğrultuda davranışlar sergileyen, dijital araçları belli seviyelerde kullanabilen, oluşan risk ortamlarına karşı çocuğunu savunabilen, niteliklere sahip anne babalardır. Ebeveynlerin çocuklarına dijital araç, gereçler ve teknoloji kullanımı konusunda doğru tercihlerde bulunmalarına yardımcı olmak, onlara yol göstermek, her alanda olduğu gibi dijital medya kullanımında da rehberlik etmek gibi sorumlulukları vardır (Sayar ve Benli 2020). Çocukların sosyal, duygusal, zihinsel, psikolojik ve fiziki gelişimleri için pek çok açıdan etkileyebilecek dijital teknoloji kaynaklı sorunlara karşı ebeveynlerin çocukların dijital dünyasında etkin birer rehber olabilmesi, teknolojinin amacına uygun kullanım şekillerini, çocuklarına aşılayabilmesi için, dijital ebeveynlik yetisine sahip olması büyük bir öneme taşımaktadır. Dijital ebeveynlik bilincine sahip ebeveynlerin, dijital cihazları güvenli ve verimli kullanmayı bilen çocuklar yetiştirmeleri ve gerekli tedbirleri almaları geleceğe dönük sağlıklı nesillerin oluşmasının temellerini atacaktır.

5.1. Dijital Ebeveynlerin Roller

Dijital ebeveyn, çağın ihtiyaçlarına göre hareket eden, dijital cihazlar hakkında bilgi sahibi olan, dijitalleşmenin sağladığı olanaklardan faydalanabilen,

çocuğunu teknolojik ortamlardaki var olan tehlikelerden koruyabilen, teknolojik ilerlemelere uzak kalmayan anne ve babalara denilmektedir (Kabakçı Yurdakul ve ark., 2013). Günümüz dijital çağının imkânlarından en iyi şekilde yararlanmak ve çocukları görülmesi olası risklerden korumak isteyen her ebeveynin üstlenmesi gereken bazı rollerinden söz edilebilmektedir. Dijital ebeveynlerin rollerini beş başlık altında toplamak mümkündür. Bu roller, dijital okuryazarlık, farkında olma, kontrol, etik, yenilikçilik olarak sıralamaktadır.

Dijital Okuryazarlık; Kavram literatürde farklı şekillerde tanımlansa da, bu tanımlamalar küçük farklılıklar içermekle birlikte genel olarak birbirini kapsayan kavramlar olarak dile getirmek mümkündür. Dijital okuryazarlık kavramı ile vurgulanmak istenilen, temel seviyelerde teknoloji ve internet kullanma becerisine sahip olunmasının yanı sıra bilgi-iletişim teknolojilerinde gizlilik politikaları hakkında belirli ölçülerde bilgili olunmasıdır. Livingstone (2008) dijital okuryazarlıkla ilgili üç boyut olduğunu dile getirmiştir. Bilme olarak adlandırılan ilk boyutta bireylerin, dijital dünyadaki bir metni bilinçli bir şekilde anlamlandırıp okuyabilmesi ifade edilmektedir. Bunu yapabilmek içinde bireyin okuduğu dijital metnin güvenilirliğini sorgulayarak, hangi sebeple metni okuduğunun farkında olması gerekmektedir (Manap, 2020). Bilme boyutunun bireysel beceriler ve toplumsal pratikler ile olan ilişkisi ise ikinci boyutu oluşturmaktadır. Bu boyutta birey okuduğu bir dijital metni kendi bireysel becerileri veya toplumsal fayda sağlanabilmesi için kullanabilmelidir. Dijital metnin kültürel değerler açısından onaylanıp, onaylanmadığının farkına varılması yeteneği ise üçüncü ve son boyutu oluşturmaktadır. Bu boyuta göre dijital okuryazarlığın tek başına bir metni okuyup idrak etmek olmadığı, metnin kaynağının doğruluğunun ve güvenilirliğinin kontrol edilmesi ve hangi nedenle bu metinlere erişildiğinin ve erişim sağlanan kaynakların kültürel açıdan ne şekilde değerlendirildiğinin farkında olunması gerekmektedir. Türkiye’de çocukların ebeveynlerine göre %78 oranında dijital iletişim araçlarıyla alakalı daha fazla bilgiye sahip olduğu çalışmalar sonucu ortaya konulmuştur (EU Kids Online II Türkiye; 2010). Bunun sonucunda, çocuklar internet ortamında olumsuz bir içerik veya durumla karşılaştıklarında, durumu ebeveynlerinin yerine akranları ve arkadaş çevreleriyle paylaşmaya başlamaktadırlar. Çocuklarda ebeveynleri tarafından dijital cihazların kullanımına yönelik uyarıların değersiz

görülmesi ve göz ardı edilmesi durumuna rastlanılmaktadır. Ebeveyn açısından dijitalleşmiş araçlar hakkında yeterli seviyede bilgi sahibi olmayan anne baba, çocuğunun bu tür cihazlarla neler yaptığına dair fikir sahibi olamamakta ve çocuğuna gereken şekilde rehberlik edememektedir. Bu gibi durumlar çocuklarda bilişsel, psikolojik ve fiziksel olarak istenmeyen etkilerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Farkındalık; Bireyin internetin sunduğu içeriklerin çocuklar için olumlu mu yoksa olumsuz mu olduğunu ayırtmasını yapabilmesidir. Dijital ebeveyn teknolojinin getirdiği çeşitli risklerin farkında olan ve çocuğunun bilgisayar ya da internet ortamında yaptıklarını gözetleyip takip eden birey özelliğine sahip olmalıdır. Teknolojinin sunduğu dijital dünyanın sonsuzluğu içinde, çevrimiçi ortamlarda olumlu veya olumsuz pek çok farklı durumla karşılaşılabilir (Yay, 2017). Çocukların dijital dünyaya yönelişlerinde Covid 19 salgınının yaşandığı süreç önemli bir dönüm noktası olmuştur. Bu dönemde çocuklar derslerini internet ortamlarında devam ettirirken, sosyal iletişimlerini de internet vasıtasıyla gerçekleştirmişlerdir. İnternetin bu ölçüde çocukların hayatına girdiği bu dönemde özellikle yarattığı etkilere yönelik farkındalık sahibi dijital ebeveyn olmak zorunluluk halini almıştır. Çocukların dijital ortamlarda ne tür risklere maruz kalabileceğinin ve bu ortamların sunmuş olduğu fırsatları ne şekilde değerlendirebileceğinin farkında olan ebeveynler, çocuklarıyla daha etkili bir iletişim içinde olabileceklerdir. Evlerde internet kullanan çocuk sayısının fazlalığı düşünüldüğünde internete dayalı risklerle karşılaşma oranlarının da yüksekliği ailede ebeveynlere farklı görevler düşmesine neden olmaktadır. Ebeveynlerin bu risklere ilişkin farkındalık geliştirilmesi dijitalleşmenin önemli bir unsuru olmuştur.

Kontrol; Dijital ortamlardaki risklerden korunabilmenin en etkili yöntemlerinden biriside dijital araç kullanan çocukların, bu araçları kullanım sürelerinin ya da şekillerinin takip ve kontrol edilmesi gerekliliğidir (Manap; 2020). Ebeveyn dijitalleşmenin getirilerinin farkında olmasıyla çocuğunun dijital ortamlardaki davranışlarını kontrol altına almak isteyecektir. Çocuğu sonsuz içeriklerle dolu bir ortamda yalnız bırakmama, olumsuz içeriklere erişmesine engel olma dijital ebeveynin görevlerindendir. Çocuk için dijital araç ve gereçlerin ya da internetin kullanımına sınırlamanın getirilmesi ve konuyla alakalı getirilen kurallara ne ölçüde uyulup uyulmadığının denetimi dijital ebeveynin sorumluluğundadır.

İnternet ortamlarında ebeveynlerin çocuklarına yönelik kontrollerinin artması, çocuklarının siber zorbalık gibi olumsuz durumlarla karşılaşılmasına engel olabilmektedir (Padır MA., Ayas T., Horzum MB, 2021) Dijital ebeveynlerin bu sebeple çocuklarının kullandığı dijital cihazlara, internette geçirdiği süreler, sosyal medya hesaplarına, oyun oynadıkları site içeriklerine karşı kontrolleri elden bırakmamaları gerekmektedir. Ayrıca dijital ebeveynlerin internet ortamının risklerine karşı belli kurallar koyarak, önlem alması çocuğun korunmasında öneme sahiptir (Mesch GS. (2009). Dijital ebeveynler tüm bunların yanı sıra başka bir risk olan çocuklarının kişisel bilgilerini, farklı kişi ve kurumlarla paylaşp paylaşmadığını kontrol etmek durumundadırlar (Yay M.; 2019). Dijital ebeveynlerin kontrol rolü çocuğun kötü emelli kişilerin istenmeyen davranışlarına maruz kalmamaları için bir güvenlik önlemi niteliğindedir.

Etik; İnternet ortamında, kişi hak ve onuruna, özel hayatın gizliliğine saygılı, ahlaki değerleri gözetken, ulaştığı bilgilerin doğruluğunu ve güvenilirliğini araştıran, fikri mülkiyete duyarlı olmayı gerektirmektedir. Dijitalleşmenin ön plana çıktığı çağda ebeveynler, evrensel etik kurallarına uygun davranışlar gösterme konusunda çocukları için rehber görevi görüyorsa, aynı şekilde sanal ortamlardaki dijital etik konusunda da çocuklarına yol gösterici olmalıdır. Ebeveynlerin dijital ortamlarda, başka bireylere karşı olumsuz ve ahlaki değerlere aykırı davranış ve tutumlardan uzak durmaları gerekmektedir. Bu şekilde sergilenen etik davranışlar çocukların ebeveynlerini rol model olarak örnek almalarına sebep olup, dijital ortamda kendilerine uygun bir yer edinmelerini kolaylaştıracaktır.

Yenilikçilik; Teknolojinin gelişmesine paralel olarak ortaya çıkan yeniliklere karşı ilgili, yenilikleri takip edip öğrenme çabası içinde olmak, bununla birlikte yeniliklerin meydana getirdiği olumlu ve olumsuz etkilerin farkında olmak dijital ebeveynlerin temel özellikleridir (Yurdakul, 1. K., Dönmez, O., Yaman, F., & Odabaşı, h. F. ;2013).

Gelişen teknolojinin sunduğu yenilikler karşısında en azından temel bilgi ve becerilere sahip olmak ebeveynler büyük bir öneme sahiptir (Livingstone S., Byrne J. (2018). Dijital ebeveynler, çocuklarını ve kendilerini geliştirebilmek adına teknolojinin sunmuş olduğu yeniliklerin farkında olmalı bu yeniliklere ayak

uydurmaya özen göstermelidir (Yurdakul İK., Dönmez O., Yaman F., Odabaşı HF. ;2013). Yenilikçilik özelliğine sahip dijital ebeveynler, hızlı gelişen teknolojinin geldiği noktada, çocuklarını ne gibi avantaj ve tehlikelerin beklediğini daha iyi bilecek, bu avantaj ve tehlikelere yönelik çocuklarına belirli kurallar dâhilinde rehberlik edebilecektir. Ebeveynlerin ve çocuklarının teknoloji ve dijitalleşme konusunda ortak görüşlerinin olması ve ortak kararlar alınabilmesi sağlıklı bir çocukluk süreci için çok önemlidir.

5.2. Ebeveynlerin Endişeleri

Gelişim gösteren teknoloji ve ortaya çıkan yenilikler bireyler için büyük imkânlar sunmaktadır. Dijitalleşme ürünü yenilikler insan hayatının merkezine kadar girmekte ve kitleleri etkisi altında almaktadır. Yetişkin bireyleri olduğu kadar çocukları da yakından ilgilendiren teknolojik gelişmeler ebeveynler için avantajlar kadar endişeleri de beraberinde getirmiştir. Dijitalleşme ile küçük yaşlardaki çocuklarda ekran karşısında geçirilen sürenin artması ile doğrudan (güvenlik, pornografik ya da olumsuz nitelikteki içeriklere erişim) veya dolaylı (obezite, uykusuzluk, asosyal veya saldırgan davranışlar) risklerin varlığı ebeveynleri endişelendirmektedir (Kumar vd., 2021). Ekran karşısındaki sürenin artması nedeniyle çocuklarına yönelik ebeveynler genel olarak endişe duymakta, çocukların evde geçirdikleri süre içerisinde fiziksel etkinlikler planlamaya ve ekran kullanımlarını sınırlamaya yönelik rehberlik etme çabası içinde olmaktadır (Budak, 2020; Demirbaş ve Koçak, 2020; Işıkoğlu-Erdoğan, Jonhson, Dong ve Qui, 2019). Dijitalleşme ile gittikçe artan ekran etkileşiminin çocuklarının, gelişimine, sağlığına veya güvenliğine olan etkileri ebeveynleri endişelendirmektedir.

Ebeveynler çocuklarının güvenli teknoloji kullanımı konusunda dijitalleşen kitle iletişim araçlarıyla ilişkilerini denetleme ve muhtemel risklerden onları koruma konusunda çaba sarf etmektedirler (Sukk ve Siibak, 2021). Ebeveynler çeşitli yazılım, donanım, uygulama veya çevrimiçi sitelere erişim sürecinde çocuklarını destekleme görevi yürütürken, dijital araç ve gereçlerin erken öğrenme ve gelişimleri için oluşturabileceği olası zarar ve tehlikelerden endişe duymaktadırlar (Ofcom, 2019). Ebeveynlerin çocukları için endişe duydukları başka bir nokta dijitalleşme ile artan sosyal ağ sitelerinin getirdiği tehlikelerdir. Ebeveynlerde sosyal ağ sitelerinin

sunduğu imkânların dışında farklı riskleri de içlerinde barındırdığına yönelik endişeler meydana gelmektedir. Çocukların sosyal medya platformlarını kullanımlarından doğan riskler, özel alanın yitirilmesi, siber zorbalığa maruz kalma, kurulan zararlı ilişkilerden meydana gelen istenmeyen sonuçlarla karşılaşılması olarak belirtilmektedir (Aktaran: Doğuş, 2014,136). Çocuklar internet ortamında kontrolsüz bir biçimde, kendileri için uygun olmayan içeriklerle karşılaşabilmektedirler. Şiddet, alkol, madde kullanımı ve cinsellik içeren çok sayıda olumsuz içerik çocuklar için tehdit unsuru oluşturmaktadır. Ebeveynler bu tip içeriklerin çocuklar tarafından kolaylıkla erişilebilmesi hususunda bazı endişeler yaşamaktadırlar. Yapılan araştırmalar, küçük yaştaki çocukların izlediği Youtube videolarında, yetişkinlere özgü içeriklere sahip videolara erişimin birkaç tık kadar yakın olduğunu ortaya koymuştur (Dewey, C. ;2013). Reklam, spam gibi yollarla çocukların karşısına çıkan olumsuz nitelikli içerikler, çocukların yaşları büyüdükçe, artan meraklarıyla daha fazla tıklanmaya ve yetişkinlik dönemlerinde sağlıksız, cinsel gelişimi olmak üzere istenmeyen durumlara sebep olabilecektir.

Dijital iletişim araçlarını kullanan çocuklar, yeterli bilgi, tecrübe ve donanımına sahip olmamaları nedeniyle bu araçlar tarafından sunulan içeriklere karşı savunmasız kalmaktadır. Teknolojik araçlar çocuklar üzerinde büyük bir etki yaratmasına rağmen, çocuklar bu araçlara karşı yeterince bilinçli ve eğitilmiş değillerdir. Bu durum ebeveynlerin çocuğun dijital medyayı kullanım şekline ve ilişki kurma biçiminden endişe etmelerine sebep olmaktadır. Çocuğun sosyal hayatında dijital teknolojileri kullanma süresinin artmasından kaynaklı, kendini odasına kapatması, aile içi iletişiminin giderek azalması ve konuşmaması, içine kapanıp asosyalleşmesi, ebeveynleri endişelendiren durumlardandır. Bunun yanı sıra çocuğun uyku düzeninin ve beslenme alışkanlıklarının değişerek bozulması, bilgisayar karşısında geçirdiği sürede aoperatif, fastfood ağırlıklı yiyecekler tüketerek kilo sorunu yaşamaması, gittikçe hareketsizleşen yaşam tarzı gibi dijitalleşme temelli sorunların giderek çocuklar arasında yaygınlaşması ebeveynleri çocuklarıyla alakalı endişeye sevk etmektedir. Çocukların interneti eğitim ve araştırma amaçlı kullanmanın dışında, daha çok oyun oynamak ve eğlenceli vakit geçirmek amacıyla kullanmasının eğitim hayatına yansımaları ve çocuğun evde derslerine çalışmaması, ödevlerini düzenli yapmaması, ders çalışmakta zorluk yaşamamasına, okul başarısının düşmesine, kitap okumama

eğilimine sebep olmaktadır. Çocuklarının bu gibi durumlarla karşılaşma endişesi de ebeveynler arasında sıkça görülmeye başlamıştır. Çetinkaya ve Sütçü'ye göre (2016, s.83), “Ailelerin, çocuklarının teknoloji ve uygulamalarını kullanımlarına yönelik ilgi ve endişeleri de artmıştır. Çünkü çocuklar ilk dijital nesil olarak yeni iletişim teknolojilerinin öncüleridir ve dijitalleşmenin beraberinde getirdiği risklere de açık durumdadır. Ebeveynler dijital araç ve gereçlerin gün geçtikçe artması, çeşitlenerek karmaşıklaşması nedeniyle istenmeyen sıkıntılarla karşı karşıya gelmektedirler.

Bu bağlamda araştırma kapsamında ebeveynlerin medya okuryazarlığı yeterliliklerinin ve bilinç seviyelerinin çocuklarının sosyal medya kullanım düzeyine etkisi ele alınacaktır. Çalışma Burdur ilinde yaşayan ebeveynler özelinde gerçekleştirilmektedir. Metodolojiye dair kapsamlı bilgi bir sonraki bölümde etraflıca aktarılmaktadır.

3. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Dijitalleşmenin sağladığı teknoloji hareketinin giderek yayıldığı çağımızda yetişkin bireyler kadar çocuklarında teknolojik olanaklardan faydalanmaktadır. Yaşamın her anında yerini alan teknoloji ürünü araç gereçler insanların hayatını kolaylaştırmaktadır. İletişim alışkanlıklarımız da dijitalleşmeden etkilenen alanların başında gelmektedir. İnternetin sağlamış olduğu avantajlar iletişimi kolaylaştırmakta, sosyalleşmeyi hızlandırmaktadır. Akıllı cihazlar olarak tabir edilen iletişim araç ve gereçlerinin sayısı, internetin yayılmasıyla giderek artış göstermektedir. Gelenen noktada artık internete erişim bireyler için bir lüks değil, gereklilik halini almıştır.

Evlerimizin bir parçası olan internet çocuklar üzerinde bazı boyutlarda olumsuz etki de etmiştir. Sosyal medya mecraları çocukların zihinsel, bilişsel ve fiziksel gelişimlerini yakından ilgilendirmektedir. Bu bağlamda çocukların istenmeyen etkilerle karşılaşmamları için ebeveynlere birtakım görevler düşmektedir. Medyanın sunduğu tüm içeriklere karşı belli ölçüde bilgi ve beceri kazanımına sahip olmak ebeveynin sorumluluğudur. Medya içeriklerini yorumlama ve değerlendirme yeteneğine sahip olan bireylerin, çocuklarının sosyal medya kullanım düzeyinin ne ölçüde farklılık gösterebileceği sorgulanması gereken bir durumdur. Tüm bu bilgiler ışığında araştırmamızın konusunu Burdur ilinde yaşayan, 3 ile 12 yaş arasında çocuk sahibi ebeveynlerin medya okuryazarlığı konusunda, yeterlilik düzeyleri, bilinç durumları ve farkındalıklarının belirlenen yaş grubundaki çocuklarının sosyal medya kullanım düzeylerine yönelik etkilerini ortaya koymak' oluşturmaktadır.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Dijital verinin kontrolsüzce tüketimi aile ortamında özellikle çocuklarda istenmeyen etkileri beraberinde getirebilmektedir. Sunulan içeriklere karşı yetişkin

bireylere oranla daha savunmasız olan çocuklar medyanın zararlı etkilerini derinden hissetmektedirler.

Toplumların temelini oluşturan ailelerin çocuklarını medyanın zararlı etkilerinden korunma görevini üstlenmeleri gelecek dönemlerde sağlıklı bireyler yetişmesinin önünü açacaktır. İnternetin kazanımları arasındaki sosyal medyanın çocukları etki altına alma gücü ve çocukların zihinsel gelişimleri üzerinde bıraktığı etki yadsınamazdır. Sosyal medyanın alt yaş gruplarından itibaren çocuklar arasında yaygın kullanımı ebeveynleri endişelendirmekte ve farklı çareler aramaya yöneltmektedir. Medyanın ve özellikle sosyal medyanın etkilerine karşı anne babaların, çocuklarını doğru yöntemler kullanarak yetiştirip, rehberlik etmeleri için medya okuryazarlığı yetisine sahip olmaları avantaj sağlayacaktır. Bu doğrultuda bu tez araştırmamın amacı, Burdur ilinde yaşayan 3-12 yaş arasında çocuk sahibi olan ebeveynlerin medya okuryazarlık yeterliliklerinin ve bilinç düzeylerinin, çocuklarının sosyal medya kullanımına yönelik etkilerini göz önüne sermektir.

3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Günümüz iletişim teknolojilerindeki hızlı değişimler, bireylerin iletişim mecralarına bakış açılarını ve konumlarını radikal bir şekilde dönüştürmüştür. Özellikle dijitalleşen dünyanın sunduğu internet tabanlı sosyal medya uygulamaları, çocuklar üzerinde giderek artan bir etkiye sahiptir. Bu durum, ebeveynlerin medya okuryazarlığı bilincine dayalı olarak konuyu bilişsel analizlerle ele alıp gerekli önlemleri almalarını gerektirmektedir. Bu çalışmanın önemi burada ortaya çıkmaktadır.

Medya okuryazarlığı literatüründe, genellikle bu kavramın eğitim müfredatına entegrasyonu ve çocukların bu eğitimden ne derece yararlandığı gibi konular üzerinde durulmaktadır. Ancak ebeveynlerin medya okuryazarlığı düzeylerini ölçmeye ve değerlendirmeye yönelik çalışmalar oldukça sınırlıdır. Son zamanlarda, okulda verilen medya okuryazarlığı eğitiminin yanı sıra, aile ortamında da bu eğitimin gerekliliği giderek daha fazla kabul görmektedir. Çünkü sosyal medyanın çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirebilmek için ebeveynlerin de medya okuryazarlığına sahip olması önem arz etmektedir.

Özellikle internetin ve sosyal medyanın çocuklar üzerindeki etkisinin, ebeveynlerin medya okuryazarlığı bilinci doğrultusunda nasıl şekillendiğini anlamak için yapılan araştırmaların önemi gün geçtikçe artmaktadır. Küçük yaşlardan itibaren çocukların, sosyal medya ve benzeri medya içeriklerinin olumsuz etkilerine karşı bilinçli olmaları, ebeveynlerin de bu süreçte etkili rehberlik yapabilmeleri gerekmektedir. Bu durum, hem çocuğun sağlıklı gelişimi hem de aile içindeki iletişim ve güven ortamının korunması açısından hayati önem taşımaktadır.

Bu bağlamda, ebeveynlerin medya okuryazarlığı bilinç düzeylerinin belirlenmesi ve bu bilinç düzeyinin çocukların sosyal medya kullanımı üzerindeki etkilerini anlamak, aile içinde medya okuryazarlığına dair farkındalık oluşturulması için önemli bir adım olacaktır. Bu çalışma, ebeveynlerin medya okuryazarlığı eğitimine katkı sağlayarak, çocukların internet ve sosyal medya kullanımında olumlu yönlendirilmesine katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

4. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Günümüzde dijitalleşmenin hızlı bir şekilde ilerlemesiyle birlikte, internet erişiminin kolaylaşması ve sosyal medya platformlarının yaygınlaşması, medya içeriklerinin üretim ve tüketiminde büyük bir artışa yol açmıştır. Bireyler, bilinçli ya da bilinçsiz olarak sosyal medyada karşılaştıkları mesajlarla algılarını ve alışkanlıklarını şekillendirebilmektedirler. Özellikle çocuklar, medyanın etkilerine karşı henüz yeterli bilgi ve deneyime sahip olmadıkları için savunmasız konumdadırlar. Bu durumun önüne geçebilmek ve çocukları sosyal medyanın olası etkilerinden koruyabilmek için medya okuryazarlığı bilincinin geliştirilmesi gerekmektedir.

Bu bağlamda, araştırmanın temel problemi şudur: Burdur ilinde yaşayan 3-12 yaş arası çocuklara sahip ebeveynlerin medya okuryazarlığı yeterliliği, çocuklarının sosyal medya kullanım düzeyini nasıl etkilemektedir?

5. ARAŞTIRMANIN DEĞİŞKENLERİ

Çalışma kapsamında kullanılan temel değişkenler 3 ana başlık altında toplanmıştır. Bu başlıklardan ilki katılımcıların demografik özelliklerini temel alan

değişkenlerden oluşmaktadır. Kişisel Bilgi Formu olarak da adlandırılabilen olan boyut altında araştırmaya katılan katılımcıların demografik özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Katılımcının çocuğa yakınlık derecesi, yaşı, eğitim durumu, eşinin hayatta olup olmadığı, medeni hali, gelir düzeyi, mesleki alanları değişkenlerin yanı sıra, çocuğunun cinsiyeti, yaşı, kardeş sayısı, okul öncesi eğitim durumu ve en çok vakit geçirdiği sosyal medya platformunu belirlemeye yönelik değişkenlere yer verilmiştir. İkinci başlık altında yer alan değişkenler ise (Ulu ve Aslan 2022) eğlence amacına duyarlı medya okuryazarlığı ölçeği kapsamında araştırmanın amacı doğrultusunda seçilip kullanılmıştır. Bu ölçekten hareketle;

Tablo 1. Araştırma Değişkenleri

Eğlence Amacına Duyarlı Medya Okuryazarlığını Ölçmeye Yönelik Anket Soruları	
MO1	Medya içeriklerindeki bilgilerin doğruluğu durumunun belirlenmesi
MO2	Medya içeriklerindeki bilgilerin güvenilirliği durumunun belirlenmesi.
MO3	Medya araçlarında karşılaşılan içerikleri başka kaynaklardan doğrulama ihtiyacı durumunun belirlenmesi.
MO4	Amaca uygun, farklı türde medya araçlarını (televizyon, sinema, sosyal medya, dergi vb.) takip edilme durumunun belirlenmesi.
MO5	Eğlence amaçlı takip edilen medya araçlarının (film, dizi, video vb.) içerik (konu, karakterler, dönem, iletiler vb.) özellikleri üzerine düşülmesi durumunun belirlenmesi.
MO6	Eğlence amaçlı takip edilen medya araçlarında (film, dizi, video vb.) içeriği desteklemek amacı ile kullanılan teknik özellikler (ses, görüntü, efekt vb.) üzerine düşünülmesi durumunun belirlenmesi.
MO7	Eğlence amaçlı takip edilen medya araçlarındaki (film, dizi, video vb.) karakterlerin (kahramanların) özelliklerinin (fiziki, psikolojik vb.) dikkat çekme durumunun belirlenmesi.
MO8	Eğlence amaçlı medya araçlarındaki karakterlerin, temsil ettikleri roller (Cinsiyet, aile, meslek vb.) açısından sorgulanması durumunun belirlenmesi.
MO9	Eğlence amaçlı medya araçlarındaki iletilerde ön yargı olup olmadığının sorgulanması durumunun belirlenmesi.
MO10	Eğlence amaçlı medya içeriklerinde kullanılan dile (dil ve anlatım, bakış açısı vb. yönünden) dikkat edilme durumunun belirlenmesi.
MO11	Eğlence amaçlı medya içeriklerinin toplumsal duyarlılıkla ilişkisine dikkat edilme durumunun belirlenmesi
MO12	Haklarının farkında olarak (Özel hayatın gizliliği, doğru bilgi alma hakkı ile kitle iletişim özgürlüğü vb.) medyaya erişim durumunun belirlenmesi
MO13	Eğlence amaçlı medya araçlarındaki olaylar ve durumlarla günlük hayatımda sıklıkla karşılaşılması durumunun belirlenmesi.
MO14	Eğlence amaçlı medya araçlarındaki bazı davranış ve iletilerin toplumlar tarafından farklı değerlendirilme durumunun belirlenmesi.
MO15	Eğlence amaçlı medya araçlarında ön plana çıkarılan yaşam tarzlarının (bakış açılarını, değerleri vb.) fark edilmesi durumunun belirlenmesi.
MO16	Eğlence amaçlı medya araçlarında hangi yaşam tarzlarının (bakış açılarının ve değerlerin vb.) göz ardı edildiğinin fark edilmesi durumunun belirlenmesi

Eğlence Amacına Duyarlı Medya Okuryazarlığını Ölçmeye Yönelik Anket Soruları	
MO17	Eğlence amaçlı medya iletilerini kimlerin (kurumlar, insanlar vb.) oluşturduğunun sorgulanması durumunun belirlenmesi.
MO18	Eğlence amaçlı medya iletilerinde ilgi çekmek için kullanılan tekniklerin fark edilmesi durumunun belirlenmesi.
MO19	Eğlence amaçlı bazı medya iletilerini katılımcı dışındaki insanların katılımcıdan farklı şekilde anlayabilmesi durumunun belirlenmesi.
MO20	Eğlence amaçlı medya iletilerindeki yazıların, konuşmaların ve görsellerin birbirleri ile olan tutarlılığının sorgulanması durumunun belirlenmesi.
MO21	Medya iletilerinin eğlence dışında hangi amaçlarla oluşturulduğunun sorgulanması durumunun belirlenmesi.
MO22	Eğlence amaçlı medya araçlarındaki karakterlerin katılımcı üzerinde bıraktığı etkinin fark edilmesi durumunun belirlenmesi.
MO23	Arkadaşlarla izlenen filmler, diziler, videolar ve TV programları üzerine konuşulma durumunun belirlenmesi.
MO24	Ailecek izlenen filmler, diziler, videolar ve TV programları üzerine konuşulma durumunun belirlenmesi.
Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeği (Çocukların Sosyal Medya Kullanım Düzeyini Ölçmek İçin Anket Soruları)	
SM1	Sosyal medyayı tekrar kullanabileceği zamana kadar kendini sürekli olarak başka hiçbir şey düşünemez halde bulduğu oluyor mu?
SM2	Sosyal medyada daha fazla zaman harcamak istediği için kendini sürekli memnuniyetsiz (tatmin olmamış) hissediyor mu?
SM3	Sosyal medyayı kullanmadığında kendini kötü hissediyor mu?
SM4	Sosyal medyada daha az zaman harcama konusunda başarısız mı?
SM5	Olumsuz duygulardan kaçmak için (ör. Ağlama, yaramazlık vs) sosyal medya kullanıyor mu?
SM6	Sosyal medya kullanımı yüzünden başkalarıyla tartışma yaşıyor mu? (ör sizinle, kardeşiyle vb.)
SM7	Kullanım süresi ile ilgili (size, ya da başkasına) yalan söylediği oluyor mu?
SM8	Sosyal medya kullanmak istediği için diğer aktiviteleri (örn. hobiler, spor) sürekli olarak ihmal ettiği oluyor mu?

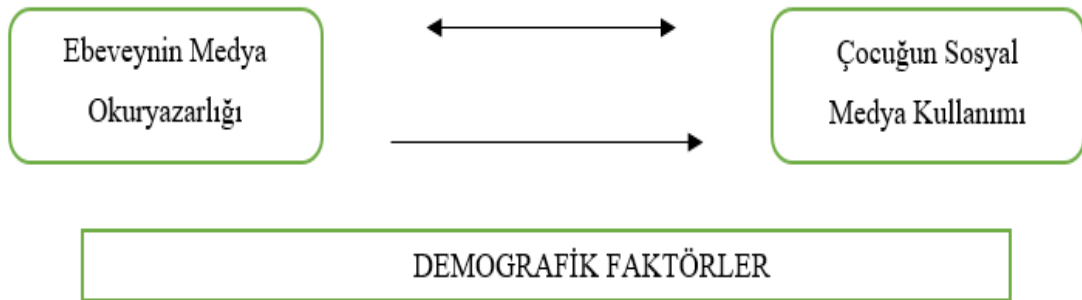
Tablo 1’de yer alan medya okuryazarlığı ile ilgili maddeler aracılığıyla katılımcıların medya okuryazarlığı likert tipi ölçek ile ölçülmüştür.

Üçüncü değişken ise Sarıçam ve Karduz’un (2018) geliştirmiş olduğu “sosyal medya kullanım bozukluğu” ölçeğini referans alarak yapılandırılmıştır. Ebeveynlerin çocuklarının’ sosyal medya kullanım düzeyleri bu bölümde yer alan sorular aracılığıyla değerlendirilmiştir. Bu bağlamda; çocuğun bir daha ne zaman sosyal medya kullanabileceğine dair merakı/düşüncesi, sosyal medya kullanamadığındaki memnuniyetsizlik durumu, sosyal medya kullanamamanın yarattığı kötü hissetme durumu, sosyal medyada daha az zaman harcama konusunda başarısızlık durumu, olumsuz duygulardan kaçış hissi, sosyal medya kullanımı sebebiyle başkalarıyla tartışma yaşama durumu, sosyal medya kullanım süresiyle alakalı ebeveyne yalan

söyleme durumu, sosyal medya kullanmak için diğer aktiviteleri sürekli olarak ihmal etme durumu değerlendirilmiştir.

6. ARAŞTIRMA MODELİ

Araştırmamız genel tarama modeli çerçevesinde değişkenler arası ilişkisel tarama modeli üzerine şekillendirilmiştir. Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaç edinen yaklaşımları ifade etmektedir. Araştırma konusu olay, birey veya nesne kendi koşulları içinde var olduğu gibi tanınmaya çalışılır, herhangi bir değiştirme ve etkileme çabası gösterilmez. Tarama modeli türlerinden genel tarama modelleri çok sayıda nesneden oluşan evren hakkında genel bir yargıya ulaşabilmek için, evrenin tümü ya da bir bölümünden alınacak örnek ya da örneklem üzerine yapılan taramalardır (Karasar, 1984: 80-82). Araştırmamız genel tarama modelinin bir türü olan ilişkisel tarama modeli çerçevesinde temellendirilmiştir. İlişkisel tarama modeli en az iki olmak üzere artan sayıda değişkenler arasındaki birlikte değişim varlığını ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlamaktadır (Karasar, 1984: 82-85). Ebeveyn medya okuryazarlığı yeterliliği ile çocuklarının sosyal medya kullanım düzeyi arasındaki ilişkiyi, “ilişkinin yönünü ortaya koyacak şekilde” sorgulayan model Şekil 1’de sunulmaktadır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

7. KAPSAM VE SINIRLILIKLAR

Araştırma Burdur ilinde yaşayan farklı demografik özelliklere sahip ve 3 ile 12 yaş arası çocuğu olan aileler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın en temel sınırlılığını “çocuklar hakkındaki verilerin ailelerinden ve dijital cihazlardaki haftalık

kullanım raporlarından toplanıyor oluşu” oluşturmaktadır. Dolayısıyla veriler çocuklar özelinde dolaylı veri olarak nitelendirilebilir. Bunun yanı sıra araştırma, zaman, bütçe, ulaşım gibi kısıtlardan kaynaklı olarak Burdur ili ile sınırlı tutulmuştur. Elde edilen bulguların bu minvalde değerlendirilmesi gerekmektedir. Araştırmanın örnekleme olasılıklı örneklem dâhilinde seçilmediğinden erişilen sonuçlar tüm evren üzerine genellenemez. Fakat 3-12 yaşa sahip çocukların sosyal medya kullanım düzeyi hakkında ve ebeveynlerinin sahip olduğu dijital okuryazarlık düzeyinin bu kullanım üzerindeki etkisini anlamada verimli bir bakış açısı sunmaktadır.

8. EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırmada evren, araştırma sonuçlarının genellenmek istendiği elemanlar bütünüdür. Bu bütün canlı ya da cansız ortak özelliği olan her şeyi içerebilir. Bilimsel veriler elde edebilmenin başlıca yolu olabildiğince evreni geniş tutmaktır. Ancak, evren büyüdükçe soyutlaşır; ona ulaşmak zorlaşır. Araştırmada belirlenen hedeflere ulaştırabilmek amacıyla uygun bir evren seçilmektedir (Karasar, 1984: 115). Bu araştırmanın çalışma evrenini Burdur il merkezi ve ilçelerinde yaşayan ebeveynler oluşturmaktadır. Örneklem ise belirli bir evrenden, belirli kriterlere doğrultusunda seçilmiş ve seçildiği evreni temsil etme yeterliliği olduğu kabul edilen daha küçük küme olarak nitelendirilmektedir. Örneklem üzerinden alınan araştırma sonuçları ilgili evrene genellenebilir (Karasar, 1984: 116). Bilimsel araştırma süreçlerinde önem arz eden konuların başında örneklem büyüklüğünün belirlenmesi gelmektedir. Uygulama değerlerinin dağılımlarının sağlıklı seyretmesi için seçilen örneklem hacminin yeterli büyüklükle olması gerekmektedir. Örneklem büyüklüğü belirlenirken araştırma yürütücüleri tarafından %95’lik belirlilik derecesi tercih edilmektedir. Bu da seçilen 100 örneğin 95’inde evrenin genel özelliklerini yansıtması anlamı taşımaktadır (Can, 2018). Araştırma konusunu ‘Ebeveynlerin Medya Okuryazarlığı Yeterliliğinin, Çocukların Sosyal Medya Kullanım Düzeylerine Etkileri’ olan bu tezde araştırma değişkenlerinde yer alan madde sayısı, evrendeki ebeveyn sayısı ve ebeveynlerin geri bildirim durumları göz önünde bulundurulmuştur. Tüm bunlardan hareketle Burdur il merkezi ve ilçelerinde yaşamakta olan, 3-12 yaş arasında çocuğa sahip 404 kişilik ulaşımı kolay bir

örneklem tayin edilmiştir. Her ne kadar araştırmanın örneklem kümesi kolayda örneklem metodu olsa da sosyo-ekonomik statü açısından farklılaşan mahallelerden verinin homojen bir şekilde toplanmasına özen gösterilmiştir. Bu noktada kısmen küme örnekleme metodundan da istifade edildiği söylenebilir. Veriler basılı anket ve dijital anket formları aracılığıyla eş zamanlı olarak toplanmıştır. Dijital anket formu www.surveey.com sayfası aracılığı ile katılımcılara ulaştırılmıştır.

Tablo 2. Araştırma Örneklem Tablosu

KATEGORİ	TÜR	KATILIMCI (N)	YÜZDE (%)
Yanıtlayan Ebeveyn	Anne	246	64,2
	Baba	137	35,8
Yanıtlayan Ebeveyn Yaşı	24 ve altı	5	1,3
	25-30	38	9,9
	31-36	130	33,9
	37-43	155	40,5
	44-49	42	11
	50-55	11	2,9
	56 +	2	5
Yanıtlayan Ebeveynin Eğitim Seviyesi	İlköğretim	14	3,7
	Lise	71	18,5
	Ön Lisans	62	16,2
	Lisans	167	43,6
	Yüksek Lisans	69	18
Yanıtlayan Ebeveynin Medeni Durumu	Evli	361	94,3
	Bekâr	6	1,6
	Bekâr (Daha Önce Evlilik Yapmış)	16	4,3
Yanıtlayan Ebeveynin Eşi Hayattamı?	Evet	378	98,7
	Hayır	5	1,3
Çocuğunuzun Yaşı	3-4	52	13,6
	5-6	59	15,4
	7-8	109	28,5
	9-10	93	24,3
	11-12	70	18,3
Çocuğunuzun Cinsiyeti	Kız	172	44,9
	Erkek	211	55,1
Çocuğunuzun Kardeş Sayısı (Kendi Hariç)	0	97	25,3
	1	203	53
	2	71	18,5
	3	10	2,6
	4	2	5
Çocuğunuz Kreşe/ Okul Öncesi Eğitim Kurumuna Gitti mi? Gidiyor mu?	Evet	315	82,2
	Hayır	68	17,8

KATEGORİ	TÜR	KATILIMCI (N)	YÜZDE (%)
Çocuğunuzun Vakit Geçirmeyi En Çok Sevdği Sosyal Medya Platformu	Youtube	289	75,5
	TikTok	16	4,2
	Whatsapp	3	8
	Facebook	2	5
	İnstagram	23	6
	X/ Twitter	1	3
	Snapchat	3	8
	Diğer	46	12

9. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI VE ARAŞTIRMA TANIMLARI

Çalışma içeriğindeki veriler kantitatif araştırma yöntemlerinden anket tekniği ile toplanmıştır. İlgili çalışmada Ebeveynlerin medya okuryazarlığı yeterliliklerinin tespiti için Ulu Aslan, E. ve Baş, B. (2022) *eğlence amacına duyarlı medya okuryazarlığı ölçeği*, ayrıca çocukların sosyal medya kullanım düzeyini ölçmek için *sosyal medya kullanım bozukluğu ölçeği* ve demografik sorulardan oluşan anket uygulamasına yer verilmiştir.

9.1. Medya Okuryazarlığı Ölçeği

Ulu Aslan, E. ve Baş, B. (2022) tarafından *eğlence amacına duyarlı medya okuryazarlığı ölçeği*, ortaokul öğrencilerinin eğlence amaçlı takip ettiği medya araçlarına yönelik medya okuryazarlığı ölçeği meydana getirilmek için geliştirilmiştir. Ölçek oluşturulma sürecinde öğretmen ve öğrencilerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir, Sırasıyla; madde havuzu oluşturma, uzman görüşüne başvurma, ön deneme ve uygulama aşamaları dikkate alınmıştır. Orijinal formda ölçeğin açımlayıcı faktör analizi (AFA) farklı illerde bulunan resmi ortaokullarda öğrenimini sürdüren 404 öğrenci üzerinde gerçekleştirilmiştir. Orijinal formdaki 24 maddelik bu analiz ölçeğinin KMO değerinin. 935 ve Barlett testinin $\chi^2=5048,392$ ($p \leq .01$) olarak göstermiştir. AFA sonucunda ölçeğin tek boyutlu yapıda olduğu ve bu boyutun toplam varyansın %43'ünü açıkladığı ortaya konmuştur. (DFA) ilk örneklem grubundan farklı 234 ortaokul öğrencisine uygulanan ölçek formları üzerinde yapılmıştır. DFA sonucunda ölçeğin tek boyutlu yapısının doğrulandığı ve uyum indekslerinin karşılaması gereken değerleri sağladığı belirlenmiştir (RMSEA=,078, GFI=,90, CFI=,93, NFI=,91). Bulunan değerler doğrultusunda ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu tez araştırması kapsamında da ölçeğin

geçerli ve güvenilir olduğu tez veri seti üzerinden teyit edilmiştir. Güvenilirlik için crronbach alfa, geçerlilik için DFA uygulanmıştır (*Bknz. bulgular*). Erişilen DFA değerleri'nin ideal uyuma sahip geçerli bir ölçek olduğunu göstermektedir ($X^2/df=3.282$; $p<.001$; $RMSEA=.46$; $CFI=.90$; $GFI=.90$; $NFI=.90$)

9.2. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği

Araştırma da kullanılan bir diğer ölçek ise Sarıçam ve Adam Karduz (2018) tarafından oluşturulan *sosyal medya kullanım bozukluğu ölçeği*'dir. Ölçek 13 ile 18 yaş aralığında değişen üç farklı çalışma grubunda yer alan 586 ergenlik dönemindeki birey üzerinde geliştirilmiştir. Açımlayıcı faktör analizi sonuçlarına göre *sosyal medya kullanım bozukluğu ölçeğinin* (SMKBÖ) Türkçe formunun orijinalindeki gibi tek boyuta sahip olduğu ve bu tek boyutlu yapının ölçtüğü özellikle ilgili toplam varyansın %48.11'ini açıkladığı görülmüştür. Doğrulayıcı faktör analizi sonucu ölçeğin uyum iyiliği değerleri $\chi^2/sd=1.87$, $RMSEA=.066$, $CFI=.98$, $GFI=.98$, $IFI=.98$, $NFI=.96$, $RFI=.97$ ve $SRMR=.039$ olarak hesaplanmıştır. Ayrıca madde faktör yükleri de. 35 ile. 76 arasında sıralanmaktadır. Eşdeğer ölçek (ölçüt) geçerliği çalışmasında Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeği ile Young İnternet Bağımlılığı Testi-Kısa Formu ve Ergenler için Akıllı Telefon Bağımlılığı-Kısa Formu arasında sırasıyla $r= .64$, $.66$ ilişkiler tespit edilmiştir. Cronbach alfa iç tutarlık katsayısı. 75, Guttman iki yarı test güvenilirlik katsayısı. 64 olarak bulunmuştur. Düzeltilmiş madde toplam korelasyon katsayıları. 29 ile. 73 arasında değişmektedir. Erişilen DFA değerleri (SMKBÖ) 'nin ideal uyuma sahip geçerli bir ölçek olduğunu göstermektedir ($X^2/df=3.368$; $p<.001$; $RMSEA=.48$; $CFI=.94$; $GFI=.92$; $NFI=.90$). Tüm bu sonuçlar, Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeği'nin Türk ergenlerde kullanılabilecek geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermiştir.

10. ARAŞTIRMANIN UYGULANMASI

Araştırma 2024 yılı Mayıs ve Haziran aylarında çalışma evreni içinde Burdur il merkezinde yaşayan, 3-12 yaş aralığında çocuğa sahip ailelerdeki ebeveynlere uygulanmıştır. Veriler dijital ve yüzyüze eş zamanlı toplanmıştır. Çalışmaya katılan ebeveynler gönüllülük esası dâhilinde araştırmaya katılımda bulunmuşlardır.

Toplumun her kesiminden farklı demografik ve kültürel özelliklere sahip ailelerin araştırmaya katılımına özen gösterilmiştir. Anket uygulaması sırasında onam formu ve gönüllü katılıma dair açıklamalar yapıldıktan sonra, çalışmaya ait anket formunun elektronik linki ve basılı anket formları katılımcılara iletilmiştir. Anket formunda soruların cevaplanması aşamasına geçilmeden önce ankete yönelik gerekli açıklamalar katılımcı ebeveynlere detaylıca aktarılmıştır. Katılımcılar anketi yanıtladıkları esnada akıllarına takılan her soruyu anketörlere ve araştırmacıya sorabilme şansına sahiptilerdi.

Çalışma kapsamında oluşturulan anket genelinde etik prensiplere uygun bir yol izlenmiş olup katılımcıları deşifre edici soru ve görüşlere yer verilmemesine özen gösterilmiştir. Katılımcılar ankete karşı başta önyargılı davranışlar sergilese de konu ve içerik olarak anket dikkat çekici ve gerekli bulunmuş, cevaplarda doğru ve öznel olunmasına gayret gösterilmiştir. Anket bu şekilde başka katılımcılarda hızlı bir biçimde yayılmış ve aileler tarafından benimsenerek doldurulmuştur.

4. BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI

1. ARAŞTIRMA DEĞİŞKENLERİNİN TEST EDİLMESİNE YÖNELİK BULGULAR

1.1. Eğlence Amacına Duyarlı Medya Okuryazarlığı Ölçeğine Yönelik Güvenilirlik, Faktör ve Geçerlilik Analizleri

1.1.1. Güvenilirlik Analizi

Tablo 3. Eğlence Amacına Duyarlı Medya Okuryazarlığı Ölçeğine Yönelik Güvenilirlik Analizi Tablosu

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.946	23

Medya okuryazarlığı ölçeğine ait maddelerin güvenilirlik değeri $\alpha=.95$ olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla ölçek güvenilir bir yapıya sahiptir.

1.1.2. Faktör Analizi

Medya Okuryazarlığı ölçeğine ilk faktör analizi uygulandığında; KMO değerinin .950, Barlett Ki Kare değerinin ise 5248.783 olduğu gözlenmiştir.

Tablo 4. Eğlence Amacına Duyarlı Medya Okuryazarlığı Ölçeğine Yönelik Faktör Analizi Tablosu

İlk Aşama: KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.950
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	5248.783
	df	253
	Sig.	<.001

Toplam açıklanan varyans tablosuna bakıldığında ise öz değeri 1'in tablosu ve faktör yüklerine yönelik tablo aşağıda gösterilmektedir. Fakat orijinal formda

ölçeğin genel yapısı tek faktörlü olarak geliştirildiğinden Varimax döndürme safhasında faktör üzerinde 3 farklı alt faktörde ölçeğin faktör yapısının dağıldığı tespit edilmiştir. İlgili varyans yapısı 1 faktörde toplanacak şekilde kısıtlamaya tabi tutulmuştur. Bu doğrultuda tekrarlanan test sonrasında ölçeğin açıklanan toplam varyansı ve ilgili değerleri tabloda yer alan 2. Aşamada gösterildiği gibidir.

Tablo 5. Toplam Açıklanan Varyans Tablosu

1. Aşama Toplam Açıklanan Varyans									
C.	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	10.684	46.451	46.451	10.684	46.451	46.451	5.702	24.791	24.791
2	1.402	6.095	52.546	1.402	6.095	52.546	4.353	18.925	43.716
3	1.198	5.209	57.755	1.198	5.209	57.755	3.229	14.040	57.755
4	.934	4.061	61.817						
2. Aşama Toplam Açıklanan Varyans									
C.	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	10.684	46.451	46.451	10.684	46.451	46.451	1	10.684	46.451
2	1.402	6.095	52.546				2	1.402	6.095
3	1.198	5.209	57.755				3	1.198	5.209
4	.934	4.061	61.817				4	.934	4.061

Tablo 6. Açıklayıcı Faktör Analizi Tablosu

1. Aşama Kısıtlama olmayan Varimax				2. Aşama Tek bir faktör kısıtlamasına gidilen Varimax	
	Component			Communalities	
	1	2	3	1	
MO5	.728			MO9	.774
MO7	.703			MO10	.766
MO8	.687			MO19	.753
MO16	.657			MO14	.751
MO17	.637			MO20	.726
MO4	.631			MO8	.724
MO11	.597			MO11	.718
MO20	.595	.423		MO18	.709
MO9	.594			MO16	.703
MO6	.552			MO2	.700
MO19	.537	.442		MO15	.696
MO10	.514	.424		MO7	.694
MO23		.759		MO4	.688
MO22		.744		MO6	.688
MO13		.581		MO3	.682
MO14	.418	.570		MO1	.659
MO21		.555		MO13	.639
MO15	.444	.545		MO21	.635

1. Aşama Kısıtlama olmayan Varimax				2. Aşama Tek bir faktör kısıtlanmasına gidilen Varimax	
MO18		.534		MO22	.628
MO12		.484		MO23	.615
MO1			.846	MO17	.614
MO2			.835	MO5	.597
MO3			.636	MO12	.429

1.2. Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeğine Yönelik Güvenilirlik, Faktör ve Geçerlilik Analizleri

1.2.1. Güvenilirlik Analizi

Tablo 7. Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeğine Yönelik Güvenilirlik Analizi Tablosu

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.920	8

Sosyal medya kullanım bozukluğu ölçeğine ait maddelerin güvenilirlik değeri $\alpha=.92$ olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla ölçek güvenilir bir yapıya sahiptir.

1.2.2. Faktör Analizi

Sosyal medya kullanım bozukluğu ölçeğine faktör analizi uygulandığında; KMO değerinin .924, Barlett Ki Kare değerinin ise 1996.720 olduğu gözlenmiştir. Dolayısıyla Varimax döndürme işlemi yapılabilmesi açısından değerler uygundur.

Tablo 8. Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeği Faktör Analizi

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.924
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1996.720
	df	28
	Sig.	<.001

Toplam açıklanan varyans tablosuna bakıldığında öz değeri 1'in üzerinde tek faktör olduğu dolayısıyla ölçeğin orijinal forma uygun bir şekilde tek faktörlü yapıda dağıldığı gözlemlendi.

Tablo 9. Toplam Açıklanan Varyans Tablosu

Toplam Açıklanan Varyans						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.137	64.210	64.210	5.137	64.210	64.210
2	.635	7.938	72.149			
3	.525	6.563	78.711			
4	.462	5.779	84.490			
5	.404	5.046	89.536			
6	.330	4.130	93.666			
7	.286	3.574	97.240			
8	.221	2.760	100.000			

Ölçek tek faktörlü yapıda dağıldığından component matrix tablosu sunulmamıştır.

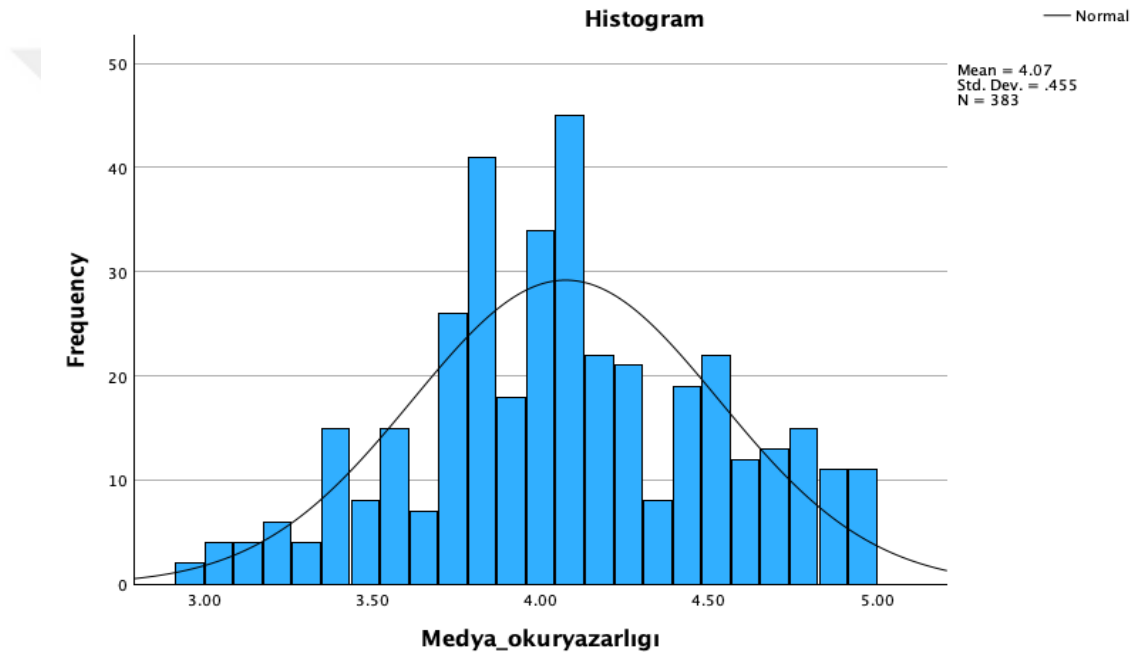
- Doğrulayıcı faktör analizi yapalım Burada madde atım çıkarım işlemi değişebilir (yani bir önceki aşamaya göre AFAYA göre değişir) sorun yok (bu analiz AMOS programında yapılıyor)

1.3. Normallik Testlerine Yönelik Bulgular

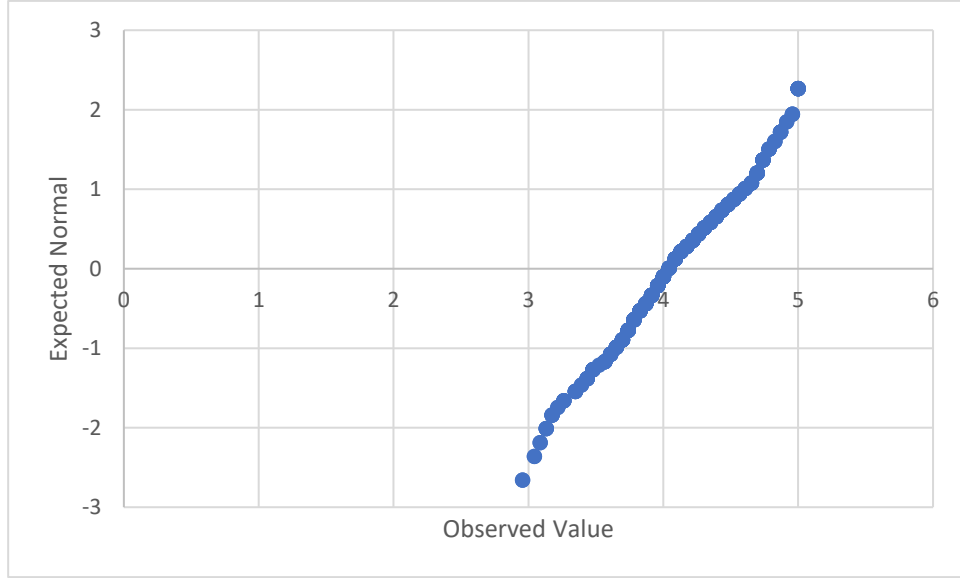
Araştırma değişkenlerinin normal dağılıp dağılmadığı amacıyla (Descriptives) tanımlayıcı testler uygulandı. Normalliği bozan uç değerler tespit edildi ve bu uç değerler veri setinden silindi. Ardından elde edilen basıklık ve çarpıklık değerlerinin ± 1 arasında seyrettiği gözlemlendi, ilgili grafikler de göz önünde bulundurulduğunda verilerin normal dağıldığı varsayılmıştır (Blanca vd. 2013; Demir, 2022). İlgili testlere dair detaylar aşağıda aktarılmaktadır.

Tablo10. Araştırma Değişkenlerine Yönelik Tanımlayıcı (Descriptives) Değerler

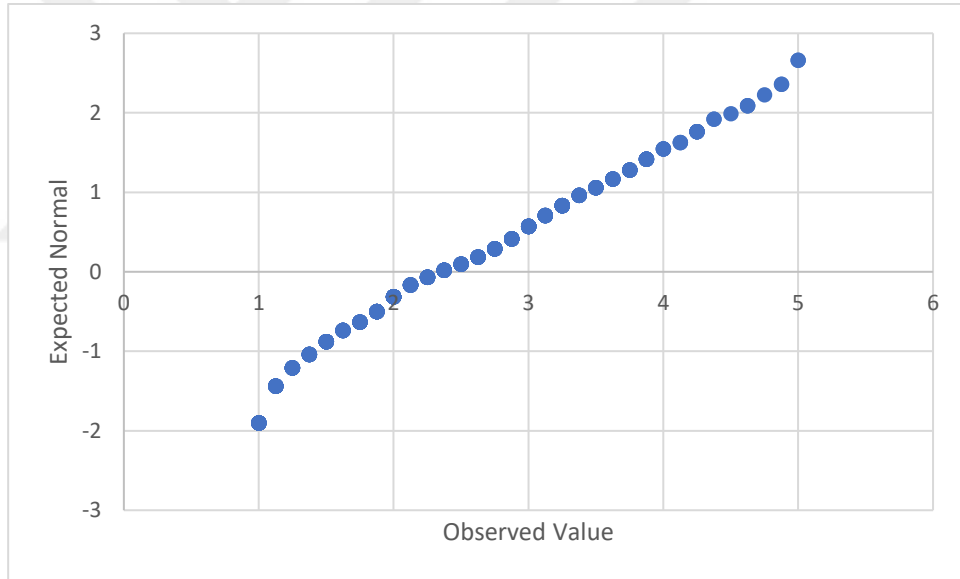
		İstatistik	Standart Hata
Medya Okuryazarlığı	Mean	4.0745	.02326
	Std. Deviation	.45513	
	Minimum	2.96	
	Maximum	5.00	
	Skewness	-.006	.125
	Kurtosis	-.449	.249
Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu	Mean	2.4419	.04815
	Std. Deviation	.94233	
	Minimum	1.00	
	Maximum	5.00	
	Skewness	.390	.125
	Kurtosis	-.536	.249



Şekil 2. Medya Okuryazarlığı Değişkeni Histogram Grafiği



Şekil 3. Medya Okuryazarlığı Değişkeni Normal Q-Q Plot Grafiği



Şekil 4. Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Değişkenine Yönelik Normal Q-Q Plot Grafiği

2. ARAŞTIRMA PROBLEMLERİNİN TEST EDİLMESİNE YÖNELİK BULGULAR

TP: Ebeveynlerin medya okuryazarlığının kendi çocuklarının sosyal medya kullanımı üzerinde ne gibi bir etkisi var?

Tablo 11. Ebeveynlerin Medya Okuryazarlığının Kendi Çocuklarının Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Etkisi Tablosu

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	R ²	T.S. Hata	F	β	t	p
Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu	Ebeveynin Medya Okuryazarlığı	.000	.94348	.067	.013	5.359	.796 ^b

İlgili araştırma sorusunu test etmek amacıyla regresyon analizi gerçekleştirildi. Ulaşılan sonuçlar ebeveynin sahip olduğu medya okuryazarlık düzeyinin çocuğun sosyal medya kullanım bozukluğu üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını göstermiştir (F=.067; p>0.05). Bu veri ışığında hareketle araştırmaya konu olan Burdur İlinde yaşamını sürdürmekte olan ebeveynlerin 3 ile 12 yaş arası çocuklarının, medya okuryazarlığı konusunda kendilerine özgü bilişsel bir dünyaya sahip oldukları ortaya konulmuş olup, sahip oldukları medya okuryazarlığı kazanımlarının sosyal medya kullanımında ebeveynlerinin kazanımlarından daha etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çocukların sosyal medya kullanım düzeyleri ve edinmiş oldukları alışkanlıklarının ebeveynlerinin medya okuryazarlığı bilinç düzeyinden bağımsız olarak şekillenebileceği ortaya konmuştur. Çocukların hayatın olağan akışı dâhilinde sosyal medya kullanım sıklığı, süresi, sosyal medyanın çocuğa zihinsel, fiziksel ve psikolojik etkileri göz önünde bulundurulduğunda, ebeveynlerin var olan medya okuryazarlığı yeterliliklerinin çocuklarının medyaya olan bakış açısını etkilemede yetersiz kaldığı öngörülmüştür. Araştırma örneklemini kapsamındaki çocukların sosyal medya kullanım düzeylerini etkileyen farklı birtakım etmenlerinde (akranları ile olan ilişkileri, kişisel özellikleri, sosyal medya platformlarının çocuklara çekici gelmesi gibi) varlığı çocuklar üzerinde etkiye sebep olmaktadır. Bunun yanı sıra çocukların sosyal medya kullanım bozukluğunun önüne geçilmesi için ebeveynlerin medya okuryazarlık düzeyinin artırılmasının tek başına yeterli bir durum olmadığı görülmüştür. Konuyla ilgili uygulanan bu araştırmanın ışığında farklı araştırmalar yaparak çocukların sosyal medya kullanım bozukluğunu etkileyen tüm faktörleri ve bu faktörlerin etkileşimlerini incelemek, daha etkili müdahaleler geliştirilmesine yardımcı olabilir. Özellikle medya okuryazarlığı eğitimi çocuk yaştaki bireylerin sağlıklı birer birey olarak gelişmesinde ve bugünün çocuklarının yarının ebeveynleri olacağı gerçeğinden hareketle gelecek nesillerinde

olumsuz etkilenmelerinin önüne geçilmesinde değerli bir kazanım olarak önemini korumaya devam edecektir.

AP2: Ebeveynlerin sahip olduğu eğitim seviyesine göre çocuklarının sosyal medya kullanımı nasıl farklılaşmaktadır?

Tablo 12. Ebeveynlerin Sahip Olduğu Eğitim Seviyesine Göre Çocuklarının Sosyal Medya Kullanımı Farklılaşması Tablosu

sk_kullanım_bozuklugu					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.838	4	.460	.515	.725
Within Groups	337.369	378	.893		
Total	339.207	382			

Çocukların sosyal medya kullanım düzeyinin ebeveynlerin medya okuryazarlığı durumuna göre anlamlı olarak farklılaşmadığı görülmüştür ($p>0.05$)

AP3: Ebeveynlerin medeni durumuna göre çocuklarının sosyal medya kullanım düzeyi nasıl farklılaşmaktadır?

Tablo 13. Ebeveynlerin Medeni Durumuna Göre Çocuklarının Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Farklılaşması Tablosu

ANOVA					
sk_kullanım_bozuklugu					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.660	2	.330	.371	.691
Within Groups	338.547	380	.891		
Total	339.207	382			

Çocukların sosyal medya kullanım düzeyinin ebeveynlerin medeni durumuna göre anlamlı olarak farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p>0.05$).

AP4: Çocuğun cinsiyetine göre sosyal medya kullanım düzeyi nasıl farklılaşmaktadır? (T testi)

Tablo 14. Çocuğun Cinsiyetine Göre Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Farklılaşması Tablosu

	Cinsiyet	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	T	p
sk_kullanım_bozukluğu	Kız	172	2.3394	.95125	.07253	-1.929	0.054
	Erkek	211	2.5255	.92888	.06395		

Yapılan t-testi sonucunda çocukların cinsiyetine göre sosyal medya kullanım durumlarının farklılaşmadığı gözlenmiştir ($p>0.05$).

AP5: Çocuğun okul öncesi bir eğitim kurumuna gidip gitmeme durumuna göre sosyal medya kullanım düzeyi nasıl farklılaşmaktadır? (T-testi)

Tablo 15. Çocuğun Okul Öncesi Bir Eğitim Kurumuna Gidip Gitmeme Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Farklılaşması Tablosu

	Çocuğunuz Kreşe/ Okul Öncesi Eğitim Kurumuna Gitti mi? / Gidiyor mu?	N	Mean	Std. D.	S.H	t	p
Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu	Evet	315	2.4024	.93616	.05275	-1.772	0.077
	Hayır	68	2.6250	.95613	.11595		

Yapılan t-testi sonucunda çocukların aldığı okul öncesi eğitime göre sosyal medya kullanım durumlarının farklılaşmadığı gözlenmiştir ($p>0.05$).

AP6: Ebeveynin mesleki alanına göre çocuğunun sosyal medya kullanım düzeyi nasıl farklılaşmaktadır?

Tablo 16. Ebeveynin Mesleki Alanına Göre Çocuğunun Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Farklılaşması Tablosu

Çocuğun Sosyal Medya Kullanım Durumu					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5.844	7	.835	.939	.476
Within Groups	333.364	375	.889		
Total	339.207	382			

Çocukların sosyal medya kullanım düzeyinin ebeveynlerin meslek alanına göre anlamlı olarak farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p>0.05$).

AP7: Çocuğun en çok vakit geçirmeyi tercih ettiği platforma göre sosyal medya kullanım durumun nasıl farklılaşmaktadır?

Tablo 17. Çocuğun En Çok Vakit Geçirmeyi Tercih Ettiği Platforma Göre Sosyal Medya Kullanım Durumu Farklılaşması Tablosu

ANOVA					
sk_kullanım_bozuklugu					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	19.292	7	2.756	3.231	.002
Within Groups	319.915	375	.853		
Total	339.207	382			

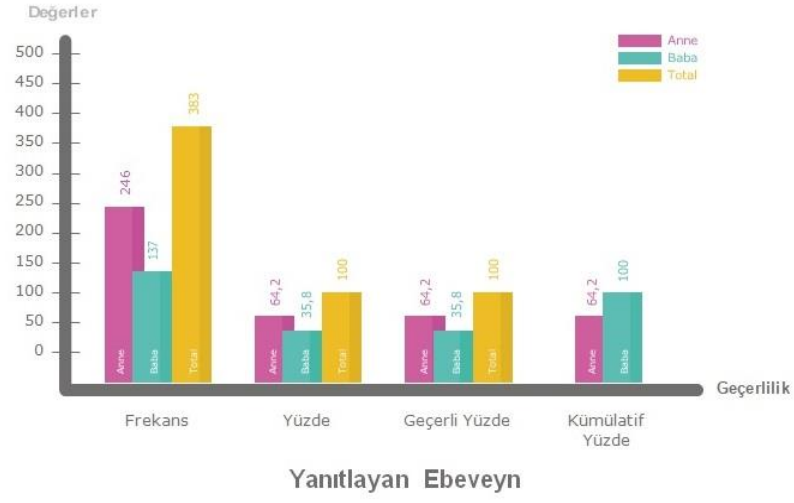
Tablo 17'ye göre çocukların en çok vakit geçirmeyi tercih ettiği platformun hangisi olduğuna göre sosyal medya kullanım durumları anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır($p<0.05$). İkili gruplar arasındaki anlamlı farklılaşmanın yönünü görebilmek amacıyla Tukey testi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 18. Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu TUKEY Analiz Tablosu

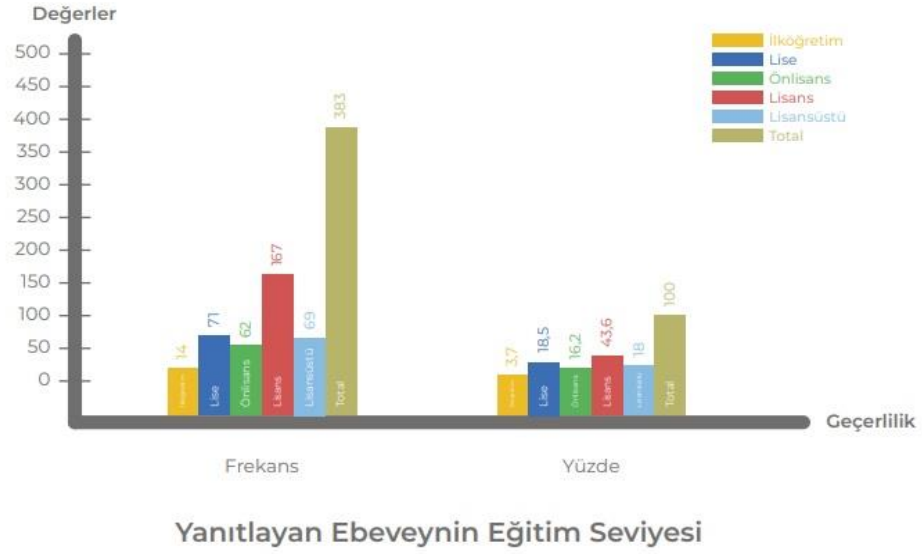
Multiple Comparisons TUKEY				
Bağımlı Değişken: Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu				
Tukey HSD				
(I) Çocuğunuzun Vakit Geçirmeyi En Çok Sevdiği Sosyal Medya Platformu	(J) Çocuğunuzun Vakit Geçirmeyi En Çok Sevdiği Sosyal Medya Platformu	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
Youtube	Tiktok	-.97656*	.23724	.001
Tiktok	Diğer	1.12942*	.26808	<.001

Vaktinin çoğunu Youtube'da geçirmeyi tercih eden çocuklar, Tiktok'da geçirmeyi tercih edenlere göre daha az (-.97656) sosyal medya kullanım bozukluğuna sahiptir. Diğer platformları tercih edenler de Tiktokta vakit geçirmeyi tercih edenlere nazaran daha az (-1.12942) sosyal medya kullanım bozukluğuna sahiptir.

FREKANS ANALİZLERİ

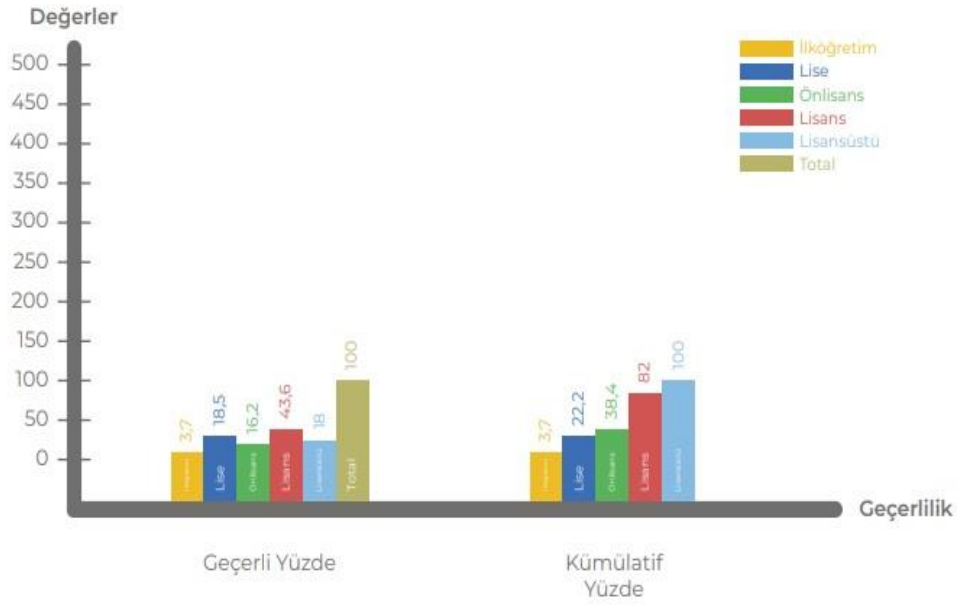


Şekil 5. Araştırmaya Katılan Ebeveyn Frekans Analizi



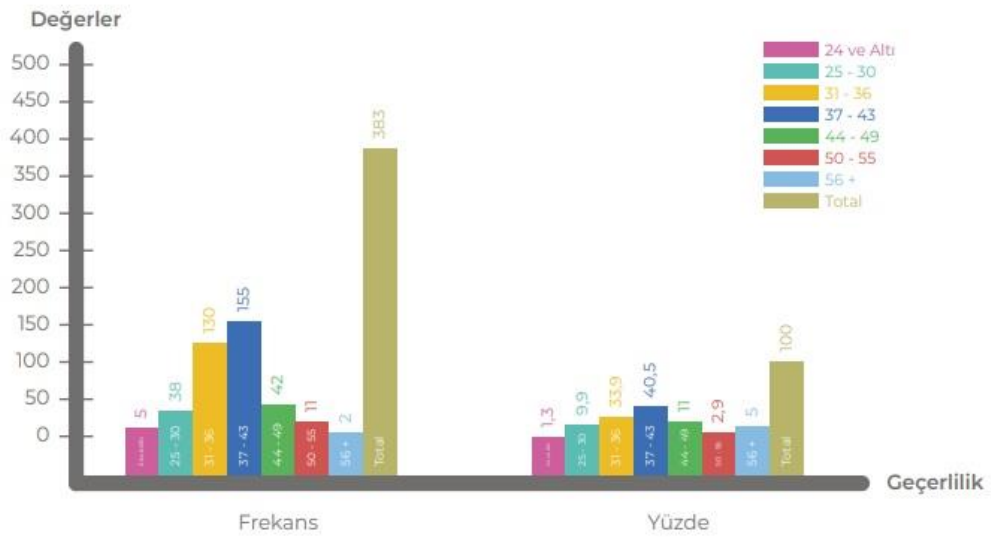
Şekil 6. Araştırmaya Katılan Ebeveyn Eğitim Seviyesi Frekans Analizi- 1

Yanıtlayan Ebeveynin Eğitim Seviyesi



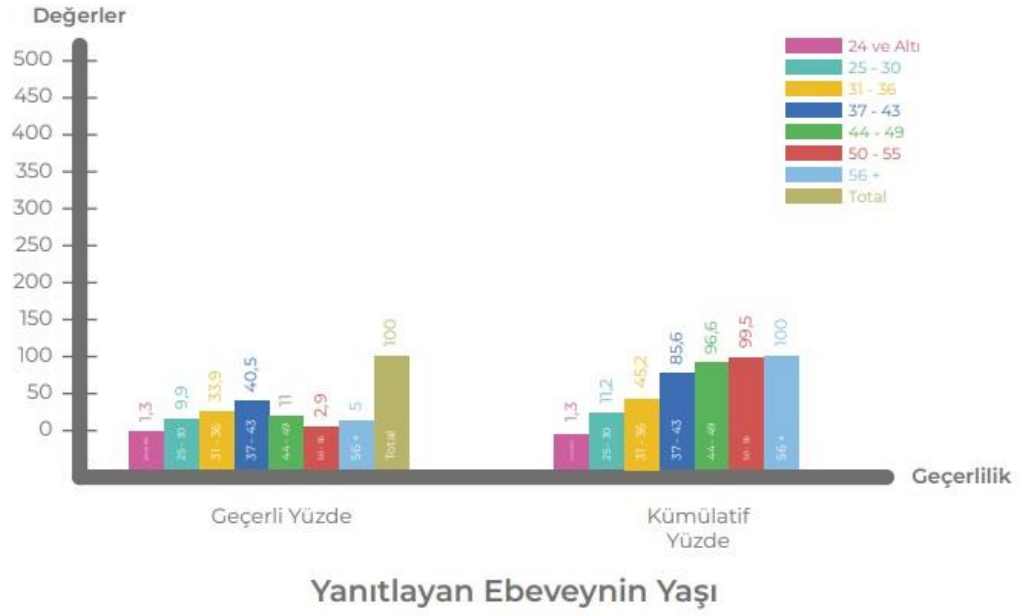
Yanıtlayan Ebeveynin Eğitim Seviyesi

Şekil 7. Araştırmaya Katılan Ebeveyn Eğitim Seviyesi Frekans Analizi -2

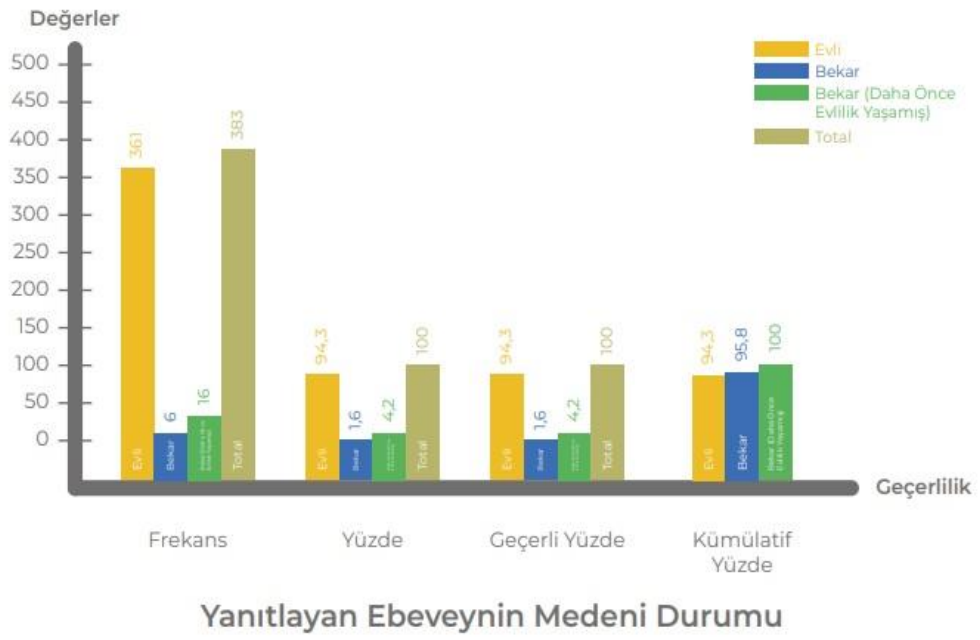


Yanıtlayan Ebeveynin Yaşı

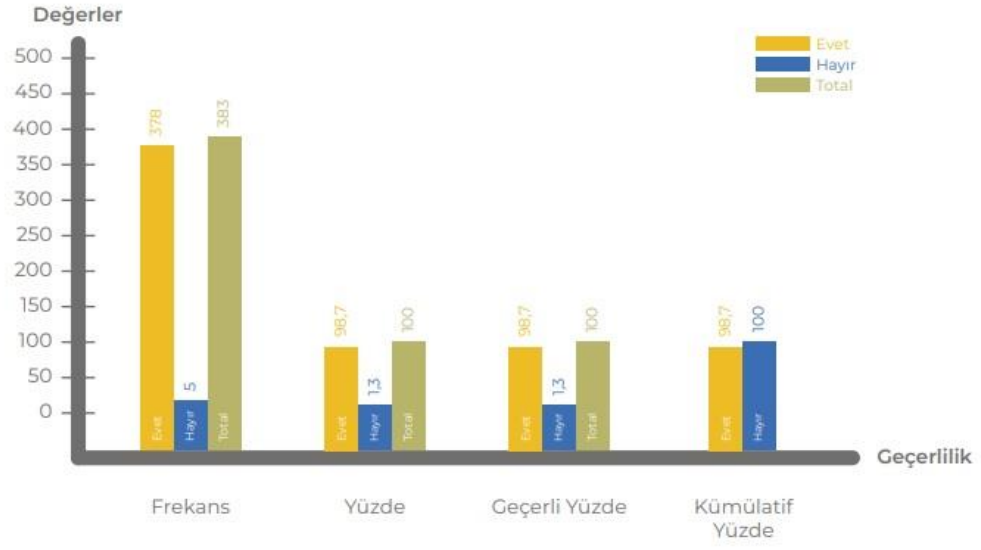
Şekil 8. Araştırmaya Katılan Ebeveyn Yaş Frekans Analizi -1



Şekil 9. Araştırmaya Katılan Ebeveyn Yaş Frekans Analizi -2

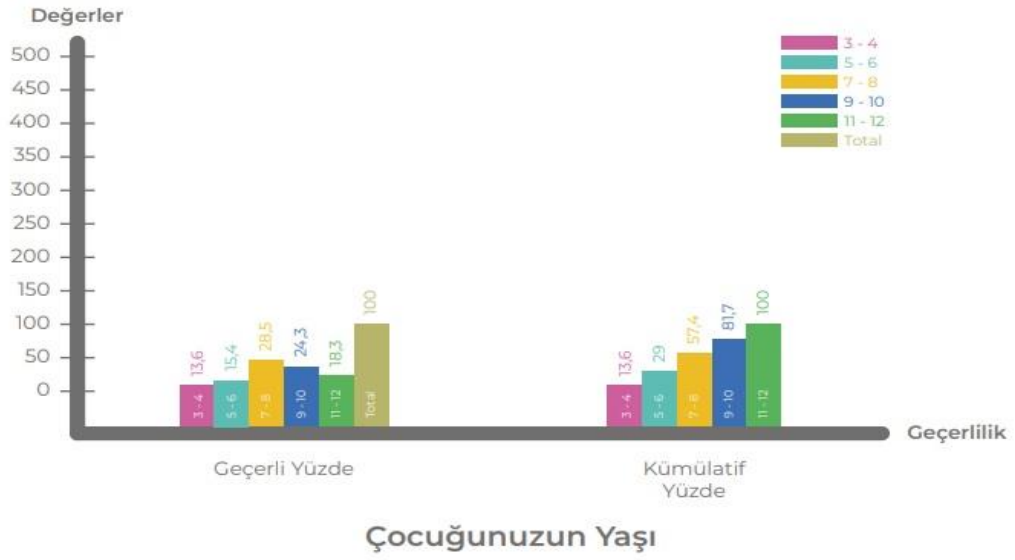


Şekil 10. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Medeni Durum Frekans Analizi

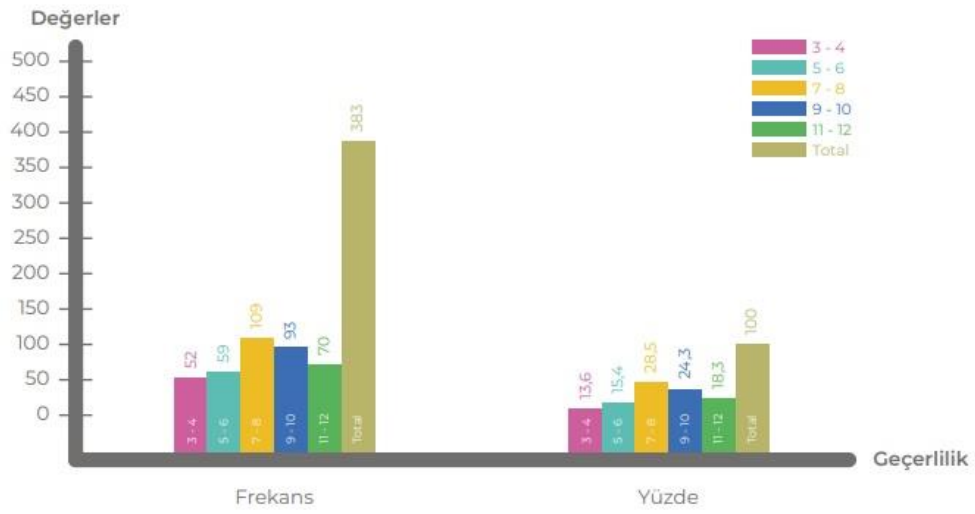


Yanıtlayan Ebeveynin Eşi Hayatta Mı?

Şekil 11. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Eşinin Hayatta Olup/ Olmadığı Frekans Analizi

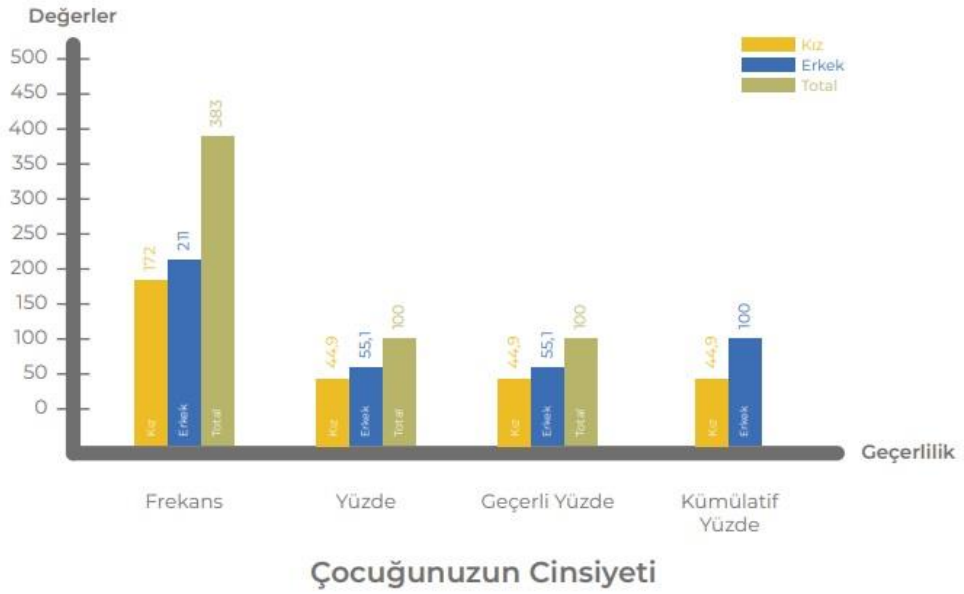


Şekil 12. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Çocuğunun Yaş Frekans Analizi-1



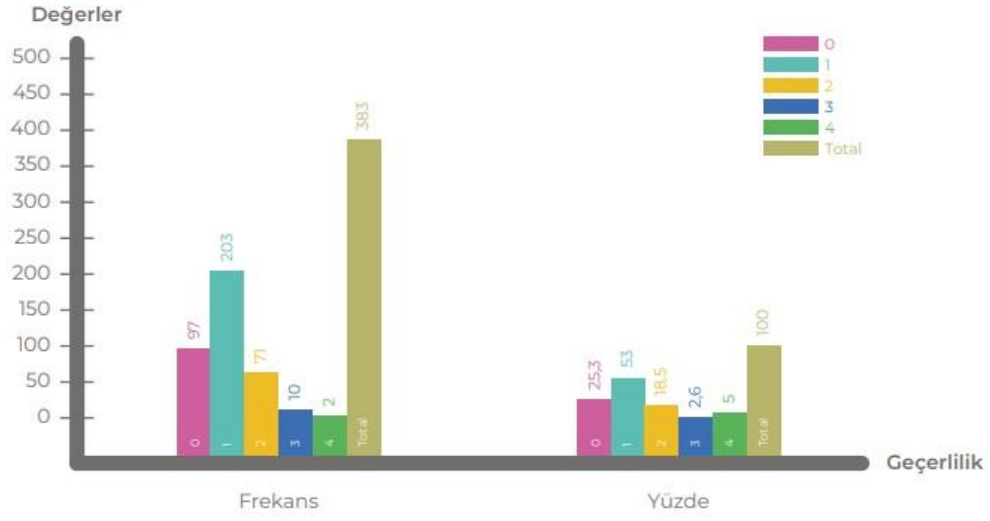
Çocuğunuzun Yaşı

Şekil 13. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Çocuğunuzun Yaş Frekans Analizi-2



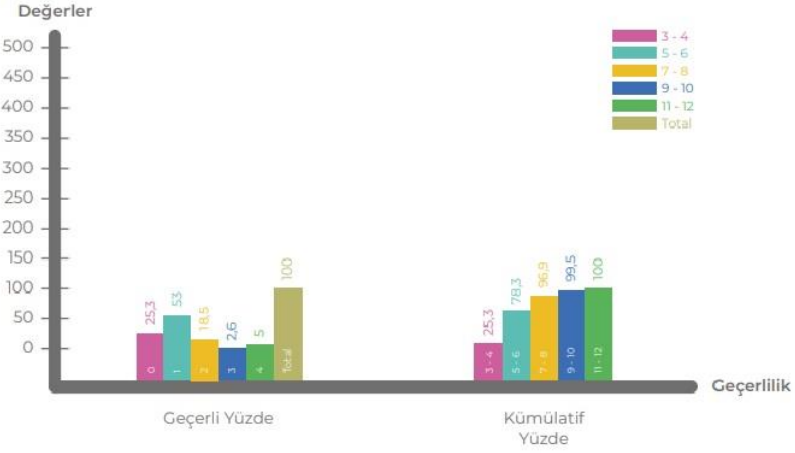
Çocuğunuzun Cinsiyeti

Şekil 14. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Çocuğunuzun Cinsiyet Frekans Analizi



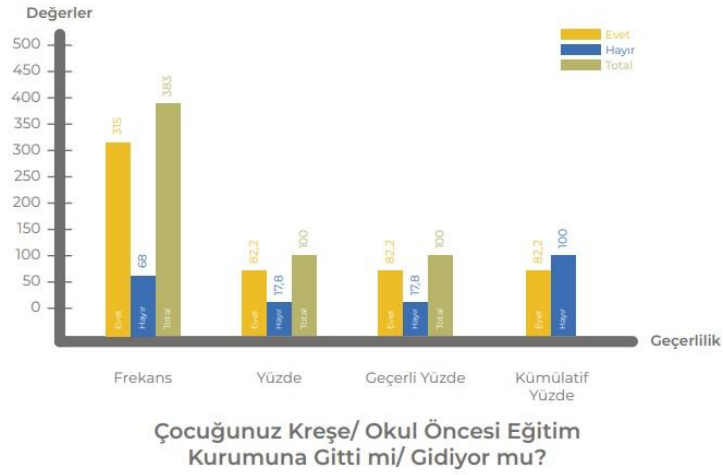
Çocuğunuzun Kardeş Sayısı (Kendisi Hariç)

Şekil 15. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Çocuğunuzun Kendi Hariç Kardeş Sayısı Frekans Analizi-1

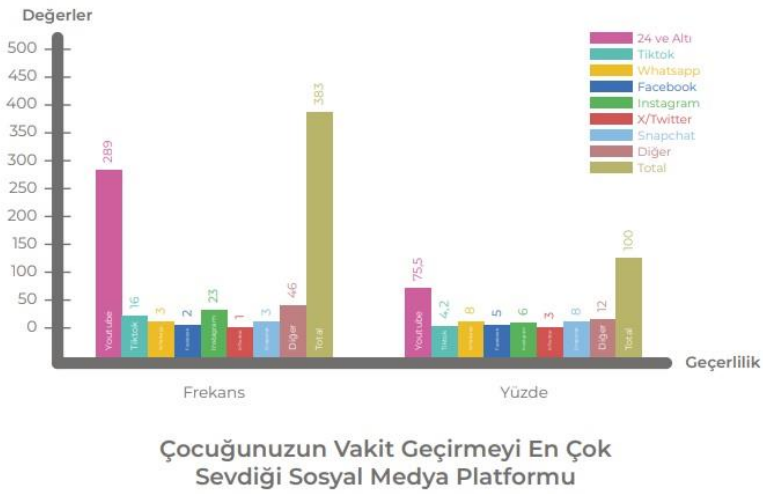


Çocuğunuzun Kardeş Sayısı (Kendisi Hariç)

Şekil 16. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Çocuğunuzun Kendi Hariç Kardeş Sayısı Frekans Analizi-2



Şekil 17. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Çocuğunun Okul Öncesi Eğitim Kurumuna Gitme Frekans Analizi-1



Şekil 18. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Çocuğunun Vakit Geçirmeyi En Çok Sevdiği Sosyal Medya Platformu Frekans Analizi-2



Şekil 19. Araştırmaya Katılan Ebeveynin Çocuğunuzun Vakit Geçirmeyi En Çok Sevdiği Sosyal Medya Platformu Frekans Analizi-3

TARTIŞMA VE SONUÇ

Dijitalleşen dünya, gittikçe artan teknolojik hareketlilikten günümüzde yetişkin bireyler kadar çocuklarda teknolojik imkânlardan yararlanmaktadır. Bireyin hayatının her alanında teknolojik araç ve gereçlerin etkileri görülmekte olup, bu etki iletişim alışkanlıklarımızı da yeniden şekillendirmiştir. İnternet tarafından sağlanan avantajlar sosyalleşmeye hız kazandırarak iletişim süreçlerine de hız kazandırmıştır. Akıllı cihaz sayısı ve kullanımındaki önlenemez artışı ile birlikte artık bireyler nezdinde internet kullanımı bir lüks olmanın yanında gereklilik halini almıştır. Yayılarak olağan hayat akışının ayrılmaz bir parçası olan internet çocuklarda bazı olumsuz etkileri de beraberinde getirmiştir. Özellikle sosyal medya platformları çocukların, zihinsel, bilişsel ve fiziksel gelişimlerini yakından etkilemektedir. Bu sebeple olumsuz etkilerle karşılaşmamak için ebeveynlere bazı görev ve sorumluluklar düşmektedir. Medya tarafından sunulan içeriklerin etkilerini en aza indirmek ve olası tehditlere karşı çocukları koruma görevi üstlenmek için birtakım bilgi ve becerilere sahip olmak bilinçli bir ebeveynlik için gereklidir. Medyanın içeriklerini analiz etme ve çıkarımda bulunma yetisine sahip bireylerin, çocuklarının sosyal medya kullanım düzeylerinin ne gibi ne ölçüde farklılık gösterebileceği irdelenmesi gereken bir durumdur. Bu bilgiler neticesinde araştırmamızın konusunu Burdur ilinde yaşayan, 3 ile 12 yaş arasında çocuk sahibi ebeveynlerin medya okuryazarlığı konusunda, yeterlilik düzeyleri, bilinç durumları ve farkındalıklarının belirlenen yaş grubundaki çocuklarının sosyal medya kullanım düzeylerine yönelik etkilerini ortaya koymak’ oluşturmuştur.

Aile ortamında kontrolsüz biçimde tüketilen dijital verinin özellikle çocuk yaştaki bireylerde ortaya çıkardığı etkiler yadsınamaz bir gerçektir. Medyanın zararlı etkilerini derinden hissetmek durumunda kalan çocuklar ebeveynlerine oranla daha savunmazdır. Ebeveynlerin çocuklarını medyanın olası zararlı etkilerine karşı korumaları gelecekte sağlıklı nesiller yetişmesinin temellerini oluşturacaktır. İnternetin gündelik hayata sunduğu kazanımlardan olan sosyal medyanın çocukları etkisi altına alma gücü tartışmasız bir gerçektir. Sosyal medyanın çok küçük yaş gruplarından itibaren çocuklar arasında yaygın bir biçimde yayılması olası etkileri, ebeveynleri endişelendirmekte, olası çözüm yolları bulmaya sevk etmektedir.

Teknoloji ürünü, internet temelli sosyal medyanın çocuklar üzerindeki etkilerine yönelik olarak, aile ortamında ebeveynlerin çocuklarını doğru yöntemler kullanarak eğitip, rehberlik etmesi bir zorunluluk halini almıştır. Bu nedenle aile içinde yetişkinlerin medya okuryazarlığı bilincine sahip bireyler olmaları büyük yarar sağlayacaktır. Bu sebeple araştırmamız Burdur ilinde yaşayan 3-12 yaş arasında çocuk sahibi olan ebeveynlerin medya okuryazarlık yeterliliklerinin ve bilinç düzeylerinin, çocuklarının sosyal medya kullanımına yönelik etkilerini belirlemek amacıyla hazırlanmıştır.

Dijitalleşen teknolojinin sunduğu olanaklar çerçevesinde şekillenen iletişim mecralarına karşı bireylerin bakış açıları radikal bir biçimde dönüşüme uğramıştır. Özellikle çocuklarda sosyal medya uygulamaları gittikçe artan bir etkiye sahiptir. Bu durum aile ortamında ebeveynlerin medya okuryazarlığı bilincine dayalı olarak konuyu bilişsel analizlerle el alıp gerekli zamanında gereken önlemleri almalarını gerektirmektedir. Bu gereklilikte çalışmanın literatüre katkı sağlama açısından önemini açıkça ortaya koymaktadır. Medya okuryazarlığı literatürü incelendiğinde bu kavramın eğitim müfredatlarına entegrasyonu ve çocukların bu eğitimden hangi ölçülerde yararlandığı gibi konular ağırlıkla karşımıza çıkmaktadır. Ancak çocuklara rehberlik etme görevini yürüten anne ve babaların medya okuryazarlığı düzeylerini ölçme ve değerlendirmeye yönelik çalışma sayısı oldukça az sayıdadır. Son yıllarda, okulda öğrencilere sunulan medya okuryazarlığı eğitiminin yanında ev ortamında ebeveynler arasında bu eğitime duyulan ihtiyaç giderek daha da artmaktadır. Çünkü etkileri üzerinden değerlendirildiğinde sosyal medyanın çocuklardaki olumsuz etkilerini en aza indirebilmek için çocuklar kadar ebeveynlerinde medya okuryazarlığı bilincine sahip olmaları büyük bir önem arz etmektedir.

İnternet ve sosyal medyanın özellikle çocuklarda bıraktığı etkinin, ebeveynlerin medya okuryazarlığı bilincine oranla nasıl şekillendiğini anlamaya yönelik araştırmaların ne derece önemli olduğu gün geçtikçe önem kazanmaktadır. Ebeveyn ile çocuk arasındaki medya okuryazarlığı bilincine dayalı sağlıklı bir ilişkinin varlığı hem çocuğun sağlıklı ve bilinçli gelişimi, hem de aile bireyleri arasında iletişim ve güven ortamının oluşmasında son derece öneme sahiptir. Bu sebeple, ebeveynlerin medya okuryazarlığı bilinç düzeylerinin belirlenmesi ve bu bilinç düzeyinin çocukların sosyal medya kullanımı üzerindeki etkilerini anlamak,

aile içinde medya okuryazarlığına dair farkındalık oluşturulması için önemli bir adım olacaktır. Bu çalışma, ebeveynlerin medya okuryazarlığı eğitimine katkı sağlayarak, çocukların internet ve sosyal medya kullanımında olumlu yönlendirilmesine katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

Gelişen teknoloji ve ön görülemez dijitalleşme süreçleri sosyal medya platformları üzerinden farklı pek çok içeriğin oluşmasına ve kitlelerce tüketilmesine sebep olmaktadır. Bireyler farkında olarak ya da olmadan sosyal medyada karşılına çıkan mesajlarla algılarını ve alışkanlıklarını farklı yönlerde şekillendirebilmektedirler. Özellikle çocuklar bilinç seviyeleri henüz yeterince gelişmediği için bu mesajların açık hedefi durumundadır. Çocukları bu durumdan kurtarıp istenmeyen bazı durumlarla karşılaşmalarına engel olabilmek için medya okuryazarlığı eğitimi ve bilinci büyük bir öneme sahiptir. Bu nedenle Burdur ilinde yaşayan 3-12 yaş arası çocuklara sahip ebeveynlerin medya okuryazarlığı yeterliliği, çocuklarının sosyal medya kullanım düzeyini nasıl etkilemektedir? sorusuna cevap bulabilmek araştırmamızın temel problemini oluşturmaktadır. Problem dahilinde çalışma esas olarak üç temel değişken ekseninde şekillendirilmiştir. Bu değişkenlerden ilki katılımcıların demografik özelliklerini temel alan değişkenlerden oluşmakta olup bu özelliklerini ortaya koymak hedeflenmiştir. Katılımcının çocuğa yakınlık derecesi, yaşı, eğitim durumu, eşinin hayatta olup olmadığı, medeni hali, gelir düzeyi, mesleki alanları değişkenlerin yanı sıra, çocuğunun cinsiyeti, yaşı, kardeş sayısı, okul öncesi eğitim durumu ve en çok vakit geçirdiği sosyal medya platformunu belirlemeye yönelik değişkenlere yer verilmiştir. İkinci değişken grubu ise (Ulu ve Aslan 2022) eğlence amacına duyarlı medya okuryazarlığı ölçeği kapsamında araştırmanın amacı doğrultusunda seçilip kullanılmıştır. Üçüncü değişken ise Sarıçam ve Karduz'un (2018) geliştirmiş olduğu "sosyal medya kullanım bozukluğu" ölçeğini referans alarak yapılandırılmıştır. Ebeveynlerin çocuklarının' sosyal medya kullanım düzeyleri bu bölümde yer alan sorular aracılığıyla değerlendirilmiştir. Bu bağlamda; çocuğun bir daha ne zaman sosyal medya kullanabileceğine dair merakı/düşüncesi, sosyal medya kullanamadığındaki memnuniyetsizlik durumu, sosyal medya kullanamamanın yarattığı kötü hissetme durumu, sosyal medyada daha az zaman harcama konusunda başarısızlık durumu, olumsuz duygulardan kaçış hissi, sosyal medya kullanımı sebebiyle başkalarıyla

tartışma yaşama durumu, sosyal medya kullanım süresiyle alakalı ebeveyne yalan söyleme durumu, sosyal medya kullanmak için diğer aktiviteleri sürekli olarak ihmal etme durumu değerlendirilmiştir. Araştırmamız da model olarak genel tarama modeli çerçevesinde değişkenler arası ilişkisel tarama modeli kullanılmış ve bu model doğrultusunda şekillendirilmiştir. İlişkisel tarama modeli ile en az iki olmak üzere artan sayıda değişkenler arasındaki birlikte değişim varlığını ve/ veya derecesini belirlemeyi amaçlamaktadır (Karasar, 1984: 82-85). Araştırmanın en temel sınırlılığı çocukların sosyal medya kullanım düzeyini belirlemeye yönelik verilerin ebeveynlerinden ve dijital cihazlardaki haftalık kullanım raporlarından toplanıyor olması nedeniyle dolaylı veri niteliğinde olmasıdır.

Bunun yanı sıra araştırma, zaman, bütçe, ulaşım gibi kısıtlardan kaynaklı olarak Burdur ili ile sınırlı tutulmuştur. Elde edilen bulguların bu minvalde değerlendirilmesi gerekmektedir. Araştırmanın örneklemi olasılıklı örneklem dâhilinde seçilmediğinden erişilen sonuçlar tüm evren üzerine genellenemez. Fakat 3-12 yaşa sahip çocukların sosyal medya kullanım düzeyi hakkında ve ebeveynlerinin sahip olduğu dijital okuryazarlık düzeyinin bu kullanım üzerindeki etkisini anlamada verimli bir bakış açısı sunmaktadır. Araştırma kapsamında Burdur il merkezi ve ilçelerinde yaşamakta olan, 3-12 yaş arasında çocuğa sahip 500 kişilik ulaşımı kolay bir örneklem tayin edilmiştir. Çalışma esnasında sosyo-ekonomik statü açısından farklılaşan mahallelerden verinin homojen bir şekilde toplanmasına özen gösterilmiştir. Bu noktada kısmen küme örnekleme metodundan da istifade edildiği söylenebilir. Veriler basılı anket ve dijital anket formları aracılığıyla eş zamanlı olarak toplanmıştır. Dijital anket formu www.surveey.com sayfası aracılığı ile katılımcılara ulaştırılmıştır.

Araştırma sonucu elde edilen bulgular neticesinde ulaşılan sonuçlar ebeveynin sahip olduğu medya okuryazarlık düzeyinin çocuğun sosyal medya kullanım bozukluğu üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını göstermiştir ($F=.067$; $p>0.05$). Burdur da yaşayan araştırmaya katılan ebeveynlerin 3-12 yaş arası çocuklarının medya okuryazarlığı konusunda kendilerine özgü bilişsel bir dünyaya sahip oldukları ortaya konulmuş olup, elde ettikleri medya okuryazarlığı kazanımlarının sosyal medya kullanımına etkisi açısından ebeveynlerinin kazanımlarından daha etkili olduğu anlaşılmaktadır. Çocukların sosyal medya

kullanım düzeyleri ve edinmiş oldukları davranışsal alışkanlıklarının, ebeveynlerinin medya okuryazarlığı bilinç düzeyinden bağımsız olarak şekillenebildiği sonuçlara yansımaktadır. Çocukların gündelik hayatının ayrılmaz bir parçası halindeki sosyal medyanın kullanım süresi ve sıklık derecesi ve sosyal medyanın çocuk üzerindeki zihinsel, fiziksel ve psikolojik etkileri göz önünde bulundurulduğunda, ebeveynlerin sahip oldukları medya okuryazarlığı bilişsel yeterliliklerinin çocuklarının sosyal medyaya olan bakış açısını etkilemede yetersiz kaldığı öngörülmektedir. Araştırma örneklemi oluşturan ebeveynlerin çocuklarının sosyal medya kullanım düzeylerini etkileyen farklı etmenlerin (akranları ile olan ilişkileri, kişisel özellikleri, sosyal medya platformlarının çocuklara çekici gelmesi gibi) var olması çocukların sosyal medyayı kullanım düzeylerini ve bozukluğunu etkilediği görülmektedir. Çocukların sosyal medya kullanım düzeylerinin şekillendirilmesi ya da kullanım bozukluklarının giderilmesinde ebeveynlerin medya okuryazarlık düzeyinin etkilerinin tek başına yeterli bir durum olmadığı görülmüştür. İnternet kullanımında anne- baba aracılığı stratejileri ile ergenlerin internet kullanım amaç ve süreleri arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaya yönelik Valkenburg ve Piotrowski (2017) tarafından yapılan çalışmanın sonuçlarına göre medya okuryazarlığının çocukların medya tüketim alışkanlıkları üzerinde olumlu etkileri olduğunu ortaya çıkarmış olup ebeveynlerin medya okuryazarlık düzeyinin artmasıyla birlikte çocukların daha sağlıklı medya kullanım alışkanlıkları geliştirdiğini vurgulamıştır. Bu çalışmada ise ebeveynin sahip olduğu medya okuryazarlık düzeyinin çocuğun sosyal medya kullanım bozukluğu üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı belirtilmiştir. Bu çalışmalarda elde edilen sonuçların çeliştiği görülmüştür.

Ebeveyn kontrolü ve rehberliği çocukların internet kullanım alışkanlıkları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir Ebeveynlerin çocuklarının internet ve sosyal medya kullanımını yönlendirebildiği ve amacına uygun bir sosyal medya kullanım alışkanlığı kazanmalarında rol oynadığı oynamaktadır (Livingstone ve Helsper 2008). Bu araştırma kapsamında çocukların sosyal medya kullanımı üzerinde ebeveyn kontrolünün önemli olduğu ön plana çıkarken, yapılan bu çalışmada ise ebeveyn medya okuryazarlığının çocuğun sosyal medya kullanım düzeyi ve bozukluğu üzerinde etkili olmadığını sonucuna ulaşılmıştır. Bu veriler arasındaki farklılık ebeveyn kontrolünün sağlanması amacıyla medya okuryazarlığı bilincinin

ne ölçüde gerekliliğini tartışmaya açmaktadır. Andreassen ve Pallesen (2014) yürüttükleri çalışmalarında sosyal medya kullanım bozukluğunun psikososyal faktörlerin bir sonucu olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmada öz saygı azlığı, anksiyete ve depresyon gibi psikolojik kökenli faktörlerin sosyal medya kullanım bozukluğuna sebep olduğu görüşü literatüre kazandırılmıştır. Sosyal medya kullanım bozukluğunun medya okuryazarlığı bilincine sahip olma gibi dışsal faktörlerin yanı sıra, psikososyal faktörlerle de ilişkili olduğu görüşü çalışma sonunda belirtilmiş olup, medya okuryazarlığı bilincinin psikososyal faktörler üzerinde doğrudan bir etkisi olmaması nedeniyle bu çalışmanın sonucunu destekler niteliktedir.

Ebeveyn çocuk ilişkisinin çocukların sosyal medya kullanım alışkanlıklarına etkisi yadsınamaz bir gerçektir (Coyne, 2017). Ebeveyn ile çocuk ilişkisinin yeterince güçlü olması, çocuğun sosyal medya kullanımına olumlu yönde etki ettiği ve sosyal medya kullanım bozukluğu ile karşılaşılma riskini azalttığı bilinen bir gerçektir. Coyne ve arkadaşları yürüttükleri çalışma sonucu ebeveyn ile çocuk arasındaki ilişkinin sosyal medya kullanım bozukluğu üzerindeki etkisini göz önüne sermiştir. Coyne'un çalışması bu tezin sonuçlarıyla da örtüşmektedir. Çünkü sağlıklı bir ebeveyn- çocuk ilişkisinin gelişmesinde medya okuryazarlığı ebeveyn çocuk ilişkisini direkt olarak etkileme gücüne sahip değildir.

Karaman ve Karaman (2017) ebeveynlerin medya okuryazarlığının, çocukların internet kullanım alışkanlığı üzerine etkilerine yürüttüğü çalışmada ebeveynlerin medya okuryazarlığı düzeyinin yüksek olmasının çocukların internet kullanım süresini ve internet içeriklerini seçimini olumlu yönde etkilediğini belirtmektedir. Karaman ve Karaman'ın ortaya koyduğu bulgular ebeveyn medya okuryazarlığının çocukların genel internet kullanımı üzerinde olumlu etkiler yarattığını öne sürerken, sosyal medya kullanım bozukluğu gibi özgün konulara dair bulgular sunmamaktadır. Bu tezimiz ise ebeveynlerin medya okuryazarlığının çocukların sosyal medya kullanımı üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını öngörmekte ve sosyal medya kullanım bozukluğunun çocuklarda daha farklı ve karmaşık dinamiklere sahip olabileceğini kanıtlamaktadır.

Dijital medya kullanımının aile içi ilişkiler üzerine etkileri analiz edildiğinde dijital medya kullanımının aile içi ebeveyn ile çocuk arasındaki iletişimi ve

etkileşimi olumsuz yönde etkileyebileceğini, ancak bilinçli medya kullanımı ve aile içi destek mekanizmalarının bu etkileri azaltabileceği belirtilmektedir (Taş,2018). Taş çalışmasında dijital medya kullanımının aile içi dinamikler üzerindeki olumsuz etkilerini, medya okuryazarlığının nasıl azaltabileceği üzerinde durmaktadır. Bu tezde ise göre ebeveynlerin medya okuryazarlığının çocuğunun sosyal medya kullanım bozukluğu üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı belirtilmektedir, bu da medya okuryazarlığının aile dinamikleri üzerindeki etkilerinin sosyal medya kullanım bozukluğundan farklı olabileceğini göstermektedir.

Çalışma kapsamında, katılım sağlayan ebeveynlerin eğitim durumlarına göre çocuklarının sosyal medya kullanım düzeyinin anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmüştür ($p>0.05$). Bu veri, ebeveynlerin eğitim seviyesinin çocuklarının sosyal medya kullanım düzeyi üzerinde belirgin bir etkisi olmadığını göstermektedir. Çocukların sosyal medya kullanımında ebeveynlerinin medya okuryazarlığı yeterliliğinin dışında çocukların bireysel tercihleri veya akranlarıyla olan iletişim süreçlerinin etkili olabileceği düşünülmektedir.

Araştırma sonucu elde edilen başka bir veriye göre ebeveynlerin medeni durumunun çocukların sosyal medya kullanım düzeyi üzerinde anlamlı bir fark yaratmadığı görülmüştür ($p>0.05$). Bu da çocukların sosyal medya kullanım düzeyleri üzerinde ebeveynlerin, evli, boşanmış veya bekâr olmasının önemli bir etkisinin olmadığını göstermektedir. Çocuklarda sosyal medya kullanım düzeyinin bireysel ve sosyo-kültürel etmenler tarafından şekillenebileceğinden söz edilebilir.

Araştırma kapsamında çocuğun cinsiyetine göre sosyal medya kullanım düzeyini ölçmeye yönelik gerçekleştirilen analizler çerçevesinde yapılan t-testi sonucuna göre çocukların cinsiyetine göre sosyal medya kullanım düzeylerinin farklılaşmadığı gözlemlenmiştir ($p>0.05$). Bu bulgu hem erkek hem de kız çocuklarında sosyal medya kullanım düzeylerinin benzer olduğunu göstermektedir. Kız ve erkek çocukların sosyal medya kullanım düzeylerine göre benzer davranış kalıpları sergilediği çıkarımında bulunulabilir.

Araştırma katılan ebeveynlerin çocuklarının aldığı okul öncesi eğitim durumlarına göre sosyal medya kullanım düzeylerinin farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p>0.05$). Bu veri okul öncesi eğitiminin çocuğun sosyal medya kullanım

düzeyi üzerinde doğrudan bir etkisi olmadığına göstergesidir. Çocuklarda sosyal medya kullanım düzeyini etkilemede okul öncesi eğitimin yanında aile içi dinamikler ve evdeki bireylerin medya kullanım alışkanlıklarının belirleyici olabilmektedir.

Araştırma sonucu çocukların sosyal medya kullanım düzeyinin ebeveynlerinin mesleki alanlarına göre anlamlı bir farklılaşma olmadığı saptanmıştır ($p>0.05$). Bu durum, ebeveynlerin mesleklerinin çocukların sosyal medya kullanım alışkanlıkları üzerinde belirleyici bir faktör olmadığını ortaya koymaktadır. Çocuklarda sosyal medya kullanımı kişisel ilgi alanları ve arkadaş çevresinin etkisine göre değişim gösterebilmektedir.

Araştırma neticesindeki bir başka bulguya göre ise, ebeveynlerin çocuklarının en çok vakit geçirmeyi tercih ettiği sosyal medya platformlarına göre sosyal medya kullanım düzeylerinin anlamlı bir biçimde farklılaştığı bulunmuştur ($p<0.05$). Özellikle, vaktinin çoğunu YouTube'da geçiren çocukların, TikTok'da vakit geçirmeyi tercih edenlere göre daha az sosyal medya kullanım bozukluğuna sahip olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca sosyal medyada vakit geçirme tercihini TikTok'tan yana kullanan çocuklarda, diğer platformları kullanan çocuklara nazaran daha fazla sosyal medya kullanım bozukluğuna sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Bu bulgu sosyal medya platformlarının içeriği ve kullanım şekillerinin çocukların sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve bozuklukları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bilgi ve eğlence odaklı YouTube gibi sosyal medya platformlarını kullanımı çocuklarda sosyal medya kullanım bozukluğunu azaltırken, TikTok gibi daha çok bağımlılık yapıcı içerikler sunan platformların sosyal medya kullanım bozukluğunu arttırdığını söylemek mümkündür. 3- 12 yaş arası çocukların gelişimsel süreçleri düşünüldüğünde bağımlılık yapma özelliği bulunan sosyal medya platformlarının artan kullanım oranları çocuğun sağlıklı bir bilişsel gelişim göstermesini engellemesi kaçınılmaz bir sonuç olmaktadır.

Burdur ilinde yaşayan ve 3-12 yaş arası çocuğu olan ebeveynlerin medya okuryazarlığı bilinç seviyesinin, çocuklarının sosyal medya kullanım düzeyi ve bozukluğuna etkilerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen bu araştırmanın sonucunda ebeveynlerin sahip olduğu medya okuryazarlığı bilincinin çocukları üzerinde genel olarak olumlu etkileri olduğuna yönelik bulgulara rağmen, spesifik

olarak sosyal medya kullanım düzeyi ve bozukluğu üzerindeki etkilerinin daha karmaşıık ve çok boyutlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ebeveynlerin medya okuryazarlık bilincinin çocuklarının sosyal medya kullanım düzeyinde ve bozukluğu oluşmasında tek başına yeterli olmadığı, farklı faktörlerin (ebeveyn kontrolü, sosyal evre, kişisel özellikler gibi) de göz önünde bulundurulması gerektiğini göstermektedir.

Özetle ebeveynlerin sahip olduğu medya okuryazarlığı bilinci genel anlamda medya içeriklerini tüketim alışkanlıklarını ve medyanın etkilerine yönelik eleştirel düşünme becerilerini geliştirebilir. Ancak 3-12 yaş arası çocuklarının sosyal medya kullanım düzeyi ve kullanım bozukluğu üzerinde doğrudan ve belirleyici bir etkisi olmamaktadır. Çocuklar kendi bilişsel dünyalarında sahip oldukları medya okuryazarlığı bilincine göre sosyal medyayı kullanıp, bu mecralarda kendi doğrularına göre etkileşime girmektedirler.

KAYNAKÇA

- Ahuja, S., & Kumari, S. G. (2009). Impact of extended video viewing on cognitive, affective and behavioral processes in preadolescents (Doctoral dissertation, School of Management and Social Sciences, Thapar University, Patiala).
- Akdeniz Üniversitesi. (2024). Medya Okuryazarlığı: Türkiye’deki Uygulamadan Bir Kesit. Akdeniz Üniversitesi Yayınları.
- Aktaş F. Pandemi sürecinde ilköğretim öğrencilerinin dijital bağımlılığına ilişkin öğretmen görüşleri. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Eğitim Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi. 2021.
- Alagözlü, Ç. (2012). Türkiye’de ve Avrupa Birliği ülkelerinde medya okuryazarlığı. Uzmanlık Tezi, Radyo Televizyon Üst Kurulu, Ankara.
- Alagözlü, Ç. (2013). Medya Okuryazarlığı, Pelikan Yayınları, Ankara.
- Alav O. (2020). Kitle İletişim Araçları ve Medya
- Alpaydın, Y. (2011). Medya Alanı Eğitici Materyal Kılavuzu, Ankara: T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü.
- Altun, A. (2008). Türkiye’de medya okuryazarlığı. İlk öğretmen Eğitimci Dergisi, 16, 30-34.
- Altun, A. (2010). Medya okuryazarlığının sosyal bilgiler programlarıyla ilişkilendirilmesi
- Altun, A. (2010). Medya okuryazarlığının sosyal bilgiler programlarıyla ilişkilendirilmesi ve öğretimi. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Altun, A. (2011). Unesco’nun medya okuryazarlığı eğitimi faaliyetlerine toplu bir bakış, Millî Eğitim, 191, Yaz, 86-107.
- Anandi, B.S. ve Gududur, A. (2018). Technology addiction and associated health problems among medical students in Kalaburagi District. Natl J Community Med, 9(4): 294-299.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S. 2014. Social network site addiction - An overview. Current Pharmaceutical Design; 20(25): 4053-4061
- Arısoy, Ö. (2009) İnternet bağımlılığı ve tedavisi. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 1(1), 55-67

- Arslan, H. (2014). Eleştirel Medya Okuryazarlığı Kapsamında Çocuk Odaklı Haber ve Programlar Üzerine Bir Değerlendirme. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 2, 70-79.
- Aslan, A. (2016). The changes in safer internet use of children in Turkey between the years of 2010- 2015 and impacts of related implementations (Doktora tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/adresinden edinilmiştir>
- Asrak Hasdemir, T. (2012). Geleneksel Yeni Medya Okuryazarlığına: Türkiye Örneğinde Bir Değerlendirme. Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl: 5, Sayı: 2, 23-40.
- Aşıcı, Murat (2009). Kişisel ve Sosyal Bir Değer Olarak Okuryazarlık. Değerler Eğitimi Dergisi, 7 (17), 9-26.
- Atabey, E. (2023), Yeni Medyaya Eleştirel Bir Okuma. Pamukkale Üniversitesi İletişim Bilimleri Dergisi, 2(2), 113-123.
- Atladóttir, H. O., Parner, E. T., & Schendel, D. (2007). Time trends in reported diagnoses of childhood neuropsychiatric disorders: A Danish cohort study. Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine, 161(2), 193–198.
- Aufderheide P. (1992). Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. Washington, DC: Aspen Institute. http://www.medialit.org/reading_room/article356.html
- Aufderheide P. (2001) “Media Literacy: From a Report of the National Leadership Conference on Media Literacy”. Media Literacy In The Information Age: Current Perspectives. Robert Kubey (ed.) New Jersey: Transaction Publishers. 79-86.
- Aufderheidi, P. (1992). A Report of The National Leadership Conference on Media Literacy.
- Avşar Z (2020). Medya Okuryazarlığı ve Eğitim, Ankara: Eğitim Yayınları
- Aybüke Kaplan, Tüketim Sosyolojisi: Teknoloji Bağımlılığı Üzerine Bir Araştırma
- Aydeniz, H. (2011). Medyayı Tanımak, Ankara: T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü.
- Aydoğdu, A. G. (2017). Medya Okuryazarlığı Dersi ve Öğretmenlerin Derse Yaklaşımları Üzerine Bir Değerlendirme, Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Araştırmaları Dergisi, 3(4), 1246-1257.
- Aytekin, H. & Ateş, E. (2023). “Dijital Toplumda Medya Okuryazarlığı Kavramı ve Eğitimi”, International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal
- Aziz, Aysel (2012). İletişime Giriş. (4. Baskı). İstanbul: Hiperlink Yayınları.

- Balcı, F. ve Gergin, N. (2008). Medya ve Çocuk: Medyadaki Şiddetin Çocuklara Etkisi. Konya: Medya ve Gençlik Rehberi.
- Bayhan, P. S. ve Artan, İ. (2004). Çocuk Gelişimi ve Eğitimi. İstanbul:Morpa Yayıncılık
- Bergsma, Lynda (2002) “Media Literacy and Prevention: Going Beyond “Just Say No” Thinking Critically About Media: Schools And Families In Partnership
- Bilici, İ. (2020). Medya okuryazarlığı ve eğitimi. Ankara: Nobel yayıncılık.
- Bilici, İ., E. (2014). Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Binark, M. ve Gencel Bek, M. (2010). ELEŞTİREL MEDYA OKURYAZARLIĞI Kurumsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar (3). İstanbul: Kalkedon Yayınları
- Binark, M., Bayraktutan, G. (2013). Ayın karanlık yüzü: yeni medya ve etik. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Biricik Z. Dijital Bağımlılıklar ve Dijital Bağımlılıklardan Kurulma Yolu Olarak Dijital Minimalizm. Turkish Online Journal of Design Art and Communication 2022;12(3): 897-912.
- Bostancı, M., (2019). “Dijital Ebeveynlerin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı”, Online Academic Journal of Information Technology, 10(38), 116-126.
- Bostancı, Naci (1998). Siyaset, Medya ve Ötesi. Ankara: Vadi Yayınları.
- Brown, A. (2011). “Media Use By Children Under Than 2 Years. Pediatrics, 128(5), 1040-1045.
- Budak, K. S. (2020). Okul öncesi dönem çocukları için dijital oyun bağımlılık eğilimi ölçeğinin ve dijital oyun ebeveyn rehberlik stratejileri ölçeğinin geliştirilmesi, problem davranışlarla ilişkisinin incelenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Pamukkale Üniversitesi, Deniz
- Bütün, E. (2010).“Medya Okuryazarlığı Dersine Gelişkin Öğretmen, Öğrenci, Veli Görüşleri Samsun ili Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun
- Can, A. (2018). SPSS İle Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi. Ankara: Pegem Akademi.
- Caplan, S. E. (2002). Problematic Internet Use And Psychosocial Well-Being: Development Of A Theory-Based Cognitive–Behavioral Measurement Instrument. Computers in human behavior(18), 553-575.
- Chen, L., Yan, Z., Tang, W., Yang, F., Xie, X., & He, J. (2016). Mobile phone addiction levels and negative emotions among Chinese young adults: The

mediating role of interpersonal problems. Computers in Human behavior, 55, 856-866. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.030>

- Chóliz, M., Echeburúa, E., & J Labrador, F. (2012). Editorial (Hot Topic: Technological Addictions: Are These the New Addictions?). Current psychiatry reviews, 8(4), 290-291.
- Coyne, S. M., Radesky, J., Collier, K. M., Gentile, D. A., Linder, J. R., Nathanson, A. I., Rogers, J. (2017). Parenting and digital media. Pediatrics, 140(Supplement 2), S112-S116
- Çakır, M. (2013). Sosyal medya ve gösteri. A. Büyükaslan ve A. M. Kırık (Edt.). Sosyal medya araştırmaları 1 içinde (ss. 11-68). Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları. Çakır, M. (2015)
- Çakır, M. (2015). İnternette gösteri ve gözetim: eleştirel bir okuma. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Çakıral, M. (2016). Televizyon kıskacında çocuk ve subliminal mesajlar. İstanbul: Ferfir Yayıncılık.
- Çakmak, E. (2010). İngiltere ve Türkiye’deki ilköğretim medya okuryazarlığı eğitimi program ve uygulamalarının karşılaştırmalı olarak incelenmesi, (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Çakmak, Ebubekir (2013). Çocuk Hakları ve Medya Okuryazarlığı Eğitimi. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10 (22), 209-224.
- Çetinkaya, L. ve Sütçü, S. S. (2016). Çocukların gözüyle ebeveynlerinin bilişim teknolojileri kullanımlarına yönelik kısıtlamaları ve nedenleri. Turkish Online Journal of Qualitative Inquir, 7(1), 79-116.
- Çetinkaya, Selin (2008). Bilinçli Medya Kullanıcıları Yaratma Sürecinde Medya Çocukların Korunması Üzerine Avrupa Birliği Çalışmaları”
- Çetinkaya, Selin (2008). Bilinçli Medya Kullanıcıları Yaratma Sürecinde Medya Okuryazarlığının Önemi. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Davies, D. (2011). Child Development: A practitioner’s Guide. New York: The Guilford Press. Dergisi, 5 (1), 1-4.
- Dewey, C. (2013). Kids are three clicks away from adult content on YouTube, study says. Washington Post, 6.
- Dijk, V. J. (2016). Ağ toplumu. (Çev. Ö. Sakin). İstanbul: Kafka Yayınları.

- Doğuş Elem F.(2014). Yeni Medyaya Bir Sosyal- Psikolog Gözünden Bakmak: Sonia Livingstone, , (Der.) M. Çakır Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar, 131-156, İstanbul: Doğu Kitabevi
- Dula, A. & Güler, Ş. (2022) Akıllı Telefon Bağımlılığı Üzerinde Dijital Sosyal Baskının Rolünü Keşfetmek
- Elma, Cevat, Kesten, Alper, Dicle, Abdullah N., Mercan, Elif, Çınkır, Şakir ve Palavan, Özcan (2009b). Medya Okuryazarlığı Dersinin Okul Müdürlerinin Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı: 36, 87-96.
- Ertürk Y.D. (2011). Çocukluk Çağı Gelişim Dönemlerine Göre Medya Kullanımı.
- Ertürk, Y. D. (2011). Çocukluk Çağı Gelişim Dönemlerine Göre Medya Kullanımı, M. R. Şirin (ed.). Çocuk Hakları ve Medya içinde (ss.49-89), İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları
- ERTÜRK, Y.D., GÜL A.A, (2006) “Çocuğunuzu Televizyona Teslim Etmeyin, Medya Okuryazarı Olun”, Nobel Yayınları, Ankara.
- Eşgi, N. (2014). Aile-Çocuk İnternet Bağımlılık Ölçeği’nin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. Kastamonu Eğitim Dergisi, 22(2): 807-839
- EU Kids Online II Türkiye (2010). Avrupa çevrimiçi çocuklar araştırma projesi Türkiye sonuçları. [Çevrim-içi: <http://eukidsonline.metu.edu.tr/>], Erişim Tarihi 20 Temmuz 2017.
- EU Kids Online II Türkiye (2010). Avrupa çevrimiçi çocuklar araştırma projesi Türkiye sonuçları. [Çevrimiçi: <http://eukidsonline.metu.edu.tr/>], Erişim Tarihi 15 Haziran 2017
- Fikkers, M. K., Piotrowski, T. J., Valkenburg, M. P. (2017). A matter of style? Exploring the effects of parental mediation styles on early adolescents media violence exposure and aggression. Computers in Human Behavior, 70, 407-415. DOI: 10.1016/j.chb.2017.01.029
- Frechette, Julie D. (2002). Developing Media Literacy in Cyberspace. Pedagogy and Critical Learning for the Twenty-First-Century Classroom. (Birinci Baskı).
- Gerbner, G. (2014). Medyaya karşı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gerbner, G. Ve Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. Journal of Communication, 26(2), 173-199.
- Giddens, A. (2013). Sosyoloji. (Çev. Cemal Güzel). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Görmez, E. (2014a). Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.

- Görmez, E. (2014a). Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Görmez, E., (2014). Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri. (Yayınlanmamış doktora tezi). Atatürk Üniversitesi/Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum
- Gül, A. Ayşen, (2002). “Sayısal Ortamda Zararlı Televizyon Yayınlarından Çocukların Korunması Üzerine Avrupa Birliği Çalışmaları”, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi, 1(1), 50- 69.
- Gül, G. (2007). Okuryazarlık sürecinde aile katılımının rolü. Ankara Üniversitesi
- Güleç, N. (2019). Kritik ve analitik düşünme perspektifinde dijital medya okuryazarlığı.20Haziran 2019 tarihinde <http://www.kadinveaile.com/kritikve-analitik-dusunme-perspektifinde-dijital-medya-okuryazarligi-2/> adresinden erişildi.
- Güler Vd. (2022) Sosyal Medyada Çevrimiçi Benlik Sunumunun Öznel İyi Oluş Üzerine Etkisi: Instagram Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma
- Güneş, A. (2013). Medya Pedagojisi. 1. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı/ 1 (Haz. Haluk Yavuzer, Mustafa Ruhi Şirin), İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Gürdal, Oya (2000). Yaşam Boyu Öğrenme Etkinliği “Enformasyon Okuryazarlığı”.Türk kütüphaneciliği, 14 (2), 176-187.
- Güvenli İnternet Merkezi, (2022). Hakkımızda, 9 Ekim tarihinde <https://www.gim.org.tr/hakkimizda.php> adresinden alındı.
- Hall, Stuart (1999). “İdeolojilerin Yeniden Keşfi, Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü”, Medya İktidar İdeoloji. (Çeviren: Mehmet Küçük), Ankara: Ark Yayınları.
- Hardell L. Effects of mobile phones on children's and adolescents' health: A commentary. Child Dev 2018;89(1):137-140.
- Hasdemir, Arsak, Tuba ve Demirel, F. Gökçen (2012). İletişim Eğitimi ve Medya Okuryazarlığı: Türkiye’deki uygulamadan Bir Kesit. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 27, 176-191.
- Hasdemir, T. ve Demirel, F. (2012). İletişim eğitimi ve medya okuryazarlığı: Türkiye’deki uygulamadan bir kesit. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (17), 176-191. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akil/issue/48078/607883>

- Haug, S., Castro, R.P., Kwon, M., Filler, A., Kowatsch, T., Schaub, M.P. (2015). Smartphone use and smartphone addiction among young people in Switzerland. *J Behav Addict*, 4(4), 299– 307
- High, A., & Caplan, S. (2009). Social Anxiety And Computer-Mediated Communication During Initial Interactions: Implications For The Hyperpersonal Perspective. *Computers in Human Behavior*(25), 475-482.
- Hobbs, R. (1998). “The Seven Great Debates in the Media Literacy Movement” *Journal of Communication*; Winter, 48(1): 16-32
- Hobbs, R. (2011). The state of media literacy: A response to potter. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55(3), 419-430.<https://doi.org/10.1080/08838151.2011.597594>
- Hobbs, R., Jensen, A. (2009). The Past, Present, and Future of Media Literacy Education, *Journal of Media Literacy Education*, (1), 1-11.
- Huizinga, J. (2013). *Homo ludens*. (Çev. M. A. Kılıçbay). İstanbul: Ayrintı Yayınları.
- Internet: Kellner, D. (ty). “Media Literacies and Critical Pedagogy in a Multicultural Society”, <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/medialiteraciescriticalpedagogy.pdf> adresinden 08.02.2015 tarihinde alınmıştır.
- İlhan, E. (2015). Medya okuryazarlığı dersi ve yeni medya algısına etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 4(1), doi: 10.17680/akademia.v4i1.5000033736
- İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı (2007). (<http://ecml.pc.unicatt.it/>)
- İnal, K. (2016). Eleştirel medya okuryazarlığı. İstanbul: Ütopya yayınevi.
- İnal, K. (2016). Medya Okuryazarlığı Elkitabı, (2. Baskı). Ankara: Ütopya Yayınevi
- İnal, Kemal (2009). Medya Okuryazarlığı Elkitabı (1. Baskı). Ankara: Ütopya
- İnan, T. ve Bayındır, N. (2009). Medya Okuryazarlığı Dersinin Gerekliliğine Yönelik Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Görüşleri. 1. Uluslararası Türkiye Eğitim Araştırmaları Kongre Kitabı. 1-3 Mayıs 2009 Çanakkale.
- İnceoğlu, Y. (2016). Medya okuryazarlığı: Neden gerekli. Melda Cinman Şimşek, ve Nurçay Türkoğlu (Eds).*Medya okuryazarlığı. İçinde (ss. 19-24)*. İstanbul: Pales yayınları.
- Jols T.ve Thoman E. (2008). 21. Yüzyıl Okuryazarlığı: Medya Okuryazarlığına Genel Bir Bakış ve Sınıfcı Etkinlikler. Cevat Elma & Alper Kesken (Translated by) Ankara: Ekinoks Yayınevi.

- Jols, T. ve Thoman, E. (2008). 21. yüzyıl okuryazarlığı, Ankara. Ekinoks yayınları.
- Kabakçı Yurdakul, I., Dönmez, O., Yaman, F., & Odabaşı, H. F. (2013). Dijital ebeveynlik ve değişen roller. Gaziantep University Journal of Social Sciences Cilt: 12, Sayı: 4, 883- 896
- Kalan, Özlem G. (2010). Medya Okuryazarlığı ve Okul Öncesi Çocuk: Ebeveynlerin
- Kanbur B. Görsel medyanın ve subliminal mesajların çocuk sağlığı üzerine etkileri. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi 2020;10:94-106.
- Kapferer, J. N. (1991). Çocuk ve Reklam Baştan Çıkarmanın Yolları. (Çev. Ş. Önder). İstanbul: Afa Yayınları.
- Kara, Ç. (2024) Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Farkındalıkları Üzerine Nitel Bir Araştırma*
- Karahisar, T. (2014). İnternette çocukları bekleyen riskler ve medya okuryazarlığı. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, 4(4), 82-95.
- Karaman, M. K. (2016). Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri ve Eleştirel Düşünme Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 1, 326-350.
- Karasar, N. (1984). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara: Hacettepe Taş Kitapçılık.
- Karayağız Muslu, G., Bolışık, B. çocuk ve gençlerde internet kullanımı, TAF Preventive Medicine Bulletin, 2009; 8(5): 445-450.
- Kaya, İ. & Mutlu Bayraktar, D. (2021). Türkiye’de Yapılan Dijital Ebeveynlik Araştırmalarına Yönelik Bir İçerik Analizi Çalışması. İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 22(2), 1046-1082
- Kellner, Douglas (2007). Media Literacies and Critical Pedagogy in a Multicultural Society, <http://www.gseis.ucla.edu/courses/ed253a/nevDK/medlit.htm>. (Erişim Tarihi: 08.01.2014).
- Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10 (22), 209-224.
- Kıncal, Remzi Y. ve Kartal, Osman Y. (2009). Medya Okuryazarlığı Eğitimi. Milli
- Kıran Ö (2020: 39) Temel Yaklaşımlar Açısından Medya Okuryazarlığı Eğitimi
- Kırık M. Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu 2017 : 1)
- Koç, E. (2016). Türkiye’deki medya okuryazarlığı eğitimi için bir uygulama önerisi. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- KOLTAY, T. (2011). "The Media and The Literacies: Media Literacy, Information Literacy, Digital Literacy", Media Culture Society, 33(2) s.211-221.
- Kumar, N., Ramphul, K., Mejias, S. G., Lohana, P., Verma, R., Ramphul, Y. ve Sonaye, R. (2021). The impact of COVID-19 lockdown on children and adolescents and possible solutions: a perspective. Archives of Medical Science-Atherosclerotic Diseases, 6(1), 115- 119. Doi: 10.5114/amsad.2021.107811
- Kuşay, Y. (2013). Sosyal medya ortamında çekicilik ve bağımlılık. İstanbul: Beta Yayınları
- Kutoğlu, Ülfet (2006). Medya Okuryazarlığı ve Çocuk Eğitimi. (Editör: Nurçay Türkoğlu). Medya Okuryazarlığı. İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişimFakültesi Yayınları, 62-71.
- Lauricella, A. R., Wartella E., & Rideout, V. J. (2015). Young children's screen time: The complex role of parent and child factors. Journal of Applied Developmental Psychology, 36, 11-17.
- Lee, A. Y. L. (2010). "Media Education: Definitions, Approaches and Development Around the Globe". New Horizons in Education. 53, 3.
- Lemish, D.ve Koluckı,B.(2013). Medya ve Erken Dönem Çocukluk Gelişimi Çocuklarla İletişim:Yetiştirme,İlham Verme,Harekete Geçirme,Eğitme ve İyileştirme. 1.Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi (14-15 Kasım 2013). (s.13-34). İstanbul: Çocuk Vakfı
- Levin, Douglas, Arefeh, Sousan, Deniz, Carle Baker ve Gottesman, Julie, (2004). Navigating the Children's Media Landscape: A Parent's and Caregiver's Guide. By American Institutes for Research, Washington, DC.
- Livingstone S., Byrne J. (2018). Parenting in the digitalage: The challenges of parental responsibility in comparative perspective. İçinde: Digital Parenting: The Challenges for Families in the Digital Age, Yearbook 2018 / (ed) Mascheroni., Giovanna., Cristina Ponte., Ana Jorge., Gothenburg: Nordicom, University of Gothenburg
- Livingstone, S. (2008). Internet literacy: Young people's negotiation of new online opportunities. Londol School of Economics and Political Science, 101-122
- Livingstone, S., Haddon, L. (2009). Eu Kids Online: final report. LSE, London: Eu Kids Online.
- Livingstone, S.ve Helsper, E.J (2009) Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the Internet: The role of online skills and family context. New Media & Society, 12(2), 309-329
- Manap, A. (2020). Anne babalarda dijital ebeveynlik farkındalığının incelenmesi. Yayımlanmamış Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi, Malatya

- Masterman, L. (1985). Teaching the media. London: Comedia Pub Group.
- McBRIEN, J. L., (2005), "Uninformed in the Information Age: Why Media Necessitate Critical Thinking Education", Media Literacy: Transforming Curriculum and Teaching, G. Schwarz ve P. U. Brown (ed.), Chicago: NSSE, Malde, Mass., Blackwell Pub., s. 18-34.
- Medya Okuryazarlığı Bilinci Üzerine Bir Araştırma. İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 39, 59-73.
- Medya Okuryazarlık, (2024). X. www.medyaokuryazarligi.gov.tr/.
- Mesch GS. (2009). Parental mediation, online activities, and cyberbullying. Cyberpsychol Behavior. 12(4), 387-393. 14.
- MONTGOMERY, K. C. (2013). I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı 2, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Moore, B. (1991). Media Education, Ed.: David Lusted, The Media Studies Book: A Guide For Teachers, London: Routledge.
- Mora, Necla (2008). Medya ve Kültürel Kimlik. Uluslararası İnsan Bilimleri
- Moreno, M. A., Jelenchick, L. A., & Christakis, D. A. (2013). Problematic internet use among older adolescents: A conceptual framework. Computers in Human Behavior, 29(4), 1879–1887. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.01.053>
- Morgan, T.C. (1999). Psikolojiye Giriş. (Çev. H. Arıcı, I. savaşı, O. İmamoğlu ve Ark). Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Müezzın, E. (2017). An investigation of highschoolstudents' internet addiction with respect to withdrawal, controlling difficulty, disorder in functionality and social isolation. Sakarya University Journal of Education, 7(3), 541-551
- NAMLE. (2007). 03. 08. 2020 tarihinde <https://namle.net/publications/medialiteracy-definitions/> adresinden alındı
- Netchitailova, E. (2017). Flaneur, aylak, ve empatik işçi. F. Aydoğan (Edt.). Yeni medya kuramları içinde (ss. 1-22). (Çev. F. Aydoğan). İstanbul: Der Kitabevi.
- OECD (2019a). Going Digital: Shaping Policies, Improving Lives. OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/9789264312012-en>.
- OfCom, U. K. (2019). Children and parents: Media use and attitudes report. London: Office of Communications London. Erişim Adresi: <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/childrens/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report2019>

- Önal, H. G. (2007). Medya Okuryazarlığı: Kütüphanelerde Yeni Çalışma Alanı. Türk Kütüphaneciliği, 21, (3), 335-359.
- Önal, H., İ. (2016). Medya Okuryazarlığının Topluma Getirdiği Yenilikler. Medya Okuryazarlığı Küçük Durur, E. (Ed.) : 179-195). Siyasal Kitabevi.
- Özdemir Ürün BC, Atıcı VO. Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Dijital Oyunlara İlişkin Görüşlerinin İncelenmesi. Pearson Journal 2022;7(17): 38–54.
- Özel, A. (2018). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlığı Algılarının İncelenmesi. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Özer, Ö. (2017). Medyada şiddet kullanımı: Şiddet ekonomisi, medyanın ideolojik şiddeti ve yetiştirme kuramı açısından bir değerlendirme, Marmara İletişim Dergisi, 27, 1-19
- Öztürk, Ö., Odabaşoğlu, G., Eraslan, D., Geng, Y. & Kalyoncu, Ö. A. (2007). İnternet bağımlılığı: Kliniği ve tedavisi. Bağımlılık Dergisi, 8(1), 36–41.
- Padır MA., Ayas T., Horzum MB. (2021). Examining the relationship among Internet parentalstyle, personality, and cyberbullying/victimization. Journal of Theoretical Educational Science. 5(1), 56-69. 13.
- Paker, K. O. (2009). Çocuk Temsilleri ve Medya Okuryazarlığı Eğitimi. (Editör: Selda İçin Akçalı). Medya ve Çocuk: Önce Çocuklar Düşlesin Diye. Ankara: Nobel Yayınları.
- Paker, K. O. (2015). Çocuk temsilleri ve medya okuryazarlığı eğitimi. S.İ. Akçalı (Ed.). Çocuk ve Medya. Ankara: Ebabil yayınları, 129-155.
- Palavan, Özcan (2009b). Medya Okuryazarlığı Dersinin Okul Müdürlerinin görüşlerine göre değerlendirilmesi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 36, 87-96.
- Pasquier, D., Buzzı, C, D'haenens, L., and SJ Berg, U. (1998). Family Lifestyles And Media Use Patterns: An Analysis of Domestic Media Among Flemish, French, Italian and Swedish Children and Teenagers. European Journal of Communication, 13(4):503 519.
- PDR Bülteni (2017). Sosyal Medya Halil Türkkan Ortaokulu
- Pekman, C. (2006). Avrupa Birliği'nde Medya Okuryazarlığı. N. Türkoğlu (Ed.), Medya Okuryazarlığı, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi: 16-25.
- Pekman, C. (2011). Avrupa Birliği'nde medya okuryazarlığı. Türkoğlu, N., Şimşek, M. C. (Ed.). İstanbul: Parşömen yayınları, 37-45

- Poe, T. M. (2015). İletişim tarihi: konuşmanın evriminden internete medya ve toplum. (Çev. U. Y. Kaya). İzmir: Isık Yayınları.
- Potter, J. (2020). Four Fundamental Challenges in Designing Media Literacy Interventions. Editors: Christ, W.G., & De Abreu, B.S. (Eds.). Media Literacy in a Disruptive Media Environment, Routledge : 57-74.
- POTTER, W. J. (2011). Media Literacy 5th edition, California: SAGE Publications.
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu. (2019). Çocukların yeni medya kullanımı ve siber zorbalık araştırması. Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu. Erişim Adresi: <https://www.rtuk.gov.tr/haberler/3787/8175/dikkatceken-arastirmanin-sonuclari-aciklandi.html>. Erişim tarihi: 14 Mart 2021.
- Rao, A. V., & Shalini, P. (2013). Social media and its impact on generation next. International Journal of Logistics & Supply Chain Management Perspectives, 2(4), 647.
- Rideout, V. J. ve Hamel, E. (2006). The Media Family: Electronic Media in the Lives of Infants, Toddlers, Preschoolers, and Their Parents. Menlo Park, Calif.: The Henry J. Kaiser Family Foundation.
- Rosen, L. D., Lim, A., Felt, J., Carrier, L. M., Cheever, N. A., Lara-Ruiz, J., & Rokkum, J. (2014). Media and technology use predicts ill-being among children, preteens and teenagers independent of the negative health impacts of exercise and eating habits. Computers in Human Behavior, 35, 364–375.
- RTÜK (2007)
MedyaOkuryazarlığıProjesi.http://www.rtuk.gov.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=fceac66b-d555-433f-9f0b-bcd2cc852eec
- RTÜK. (2009). *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması 2*. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Yayınları.
- RTÜK. (2022). Medya Okuryazarlığı Nedir? 25 Temmuz tarihinde https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=B7AA7732-1593-4B32-BDE5-D76E64C2A5FA&MenuId=2 adresinden alındı.
- RTÜK. (2022). RTÜK Ve Milli Eğitim Bakanlığı Arasında “Medya Okuryazarlığı İş Birliği Protokolü” İmzalandı, 19 Temmuz tarihinde <https://www.rtuk.gov.tr/rtuk-ve-milli-egitim-bakanligi-arasinda-medya-okuryazarligi-isbirligi-protokolu-imzalandi-/4324> adresinden alındı.
- RTÜK. (2022). Türkiye’de Medya Okuryazarlığı, 24 Temmuz tarihinde https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=E56CE034-6CEB-41AE-A12C-B618EBEA461B&MenuId=2 adresinden alındı.
- Sadriu, Selma (2009). Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Alan İlköğretim İkinci Kademe Öğrencilerinin Ders Sonu Çıktılarına Yönelik “Pilot Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

- Sanders, B. (1999). Öküzün A'sı (Çev. T. Şehnaz). İstanbul: Ayrıntı.
- Sayar K, Benli S, 2020. Dijital Çocuk. Kapı Yayınları.
- Scheibe, C. ve Rogow, F. (2008). 12 Basic ways to integrate media literacy and critical thinking into any curriculum, thirdy edition, Ithaca project look sharp. Erişim adresi:<https://www.projectlooksharp.org/Resources%202/12BasicWaysBooklet.pdf>
- Sezer, N. (2024). Medya Okuryazarlığı. İstanbul: Eğitim Yayınları.
- Shaw, M., & Black, D. W. (2008). Internet addiction. CNS drugs, 22(5), 353-365. <https://link.springer.com/content/pdf/10.2165/00023210-200822050-00001.pdf>
- Signorielli, N. (2004). Aging On Television: Message Relating To Gender, Race And Occupation in Prime Time. Journal of Broadcasting and Electronik Media, 48(2), 279-301.
- Silverblatt, A., Smith, A., Miller, D., Smith, J. ve Brown, N. (2014). Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages. Praeger.
- Silverblatt, A., Smith, A., Miller, D., Smith, J., Brown, N. (2014). Media literacy: Keys to interpreting media messages. Santa Barbara: Praeger.
- Society, <http://www.gseis.ucla.edu/courses/ed253a/nevDK/medlit.htm>. (Erişim Tarihi: 08.01.2014).
- Solmaz, B., & Yılmaz, R. A. (2012). Medya okuryazarlığı araştırması ve Selçuk Üniversitesi'nde bir uygulama. Selçuk İletişim, 7(3), 55-61.
- Söylemez, Y. S., (2012). Asya ve Okyanusya ülkelerinde medya okuryazarlığı eğitimi: Türkiye ve Yeni Zelanda karşılaştırması. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Kocaeli Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli
- Söylemez, Y.S. (2012). Yeni Zelanda'da Medya Okuryazarlığı Uygulama ve Deneyimleri, Avrasya İncelemeleri Dergisi (AVID), 1(2), 311-341.
- Sukk, M. ve Siibak, A. (2021). Caring dataveillance and the construction of “good parenting”: Estonian parents’ and pre-teens’ reflections on the use of tracking technologies. Communications, 46(3), 446-467. Doi: 10.1515/commun-2021-0045
- Sur, E. (2012). İlköğretim İkinci Kademe Öğretmen ve Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığına İlişkin Görüşleri. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Şahin, Abdurrahman (2011). Öğretmenler, Öğretmen Adayları ve Medya ile Bağlı Olan Herkes İçin Eleştirel Medya Okuryazarlığı. Ankara: Anı Yayıncılık.

- Tallim J. (2010). What is Media Literacy. Media Awareness Network. http://www.media-awareness.ca/english/teachers_media_literacy.cfm. 10. 02. 2010.
- Tanrıverdi H, Sağır S. Lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının ve sosyal ağları benimseme düzeylerinin öğrenci başarısına etkisi. Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 2014;7(18):775-822.
- Tanrıverdi, B. ve Apak, Ö. (2010). Türkiye, Finlandiya ve İrlanda İlköğretim Programlarının Medya Okuryazarlığı Eğitimi Açısından Karşılaştırılması, Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri, 10 (2), 1153-1213.
- Tarafdar, M., Gupta, A., ve Turel, O. (2013). The dark side of information technology use. Information Systems Journal, 23(3), 269-275.
- Taş, A. (2018). Dijital Medya Kullanımı ve Aile Dinamikleri. *Journal of Social Studies*, 10(2), 123-145.
- Taşkıran, N. Ö. (2007). Medya Okuryazarlığına Giriş. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- TAŞKIRAN, N. Ö. (2007). Medya Okuryazarlığına Giriş, İstanbul: Beta Basım.
- Taşkıran, Nurdan Öncel. Medya Okuryazarlığına Giriş. İstanbul: Beta Basın Yayın Dağıtım, 2007.
- Timisi, N. (2011). Elektronik bakıcı: Televizyon çocuk ilişkisine genel bir bakış. İstanbul: Derin Yayınları.
- Tuncer, Asuman (2013). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Medya Okur-Yazarlık Düzeyleri (İzmir Örnekleme), Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2020). Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2020. Erişim Adresi: TÜİK Kurumsal (tuik.gov.tr). Erişim tarihi: 07 Nisan 2021.
- Türkoğlu, N. ve Cinman, M. C. (2016). Medya Okuryazarlığı, Pales Yayınları, İstanbul.
- Tüzel, Sait (2012). Medya Okuryazarlığı Eğitiminin Türkçe Dersleriyle ilişkilendirilmesi. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Ulu Aslan, E. ve Baş, B. (2022) tarafından eğlence amacına duyarlı medya okuryazarlığı ölçeği
- Ulusoy, A. (2018). Dijital medya okuryazarlığı, gereksinimler ve yenilikçi uygulamalar üzerine bir inceleme, (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

- Ulusoy, A. Ve Bostancı, M. (2014). Çocuklarda Sosyal Medya Kullanımı ve Ebeveyn Rolü, International Journal of Social Science Number: 28,p. 559-572, Autumn II 2014
- UNESCO (1984). Media Education. Morsy Zaghloul (Editor). Paris: UNESCO.
- Ülger, G. 2012. Siberalemdede Çocukluğun Yeniden Üretimi, T. Kara, ve E. Özgen (Ed.), Sosyal Medya Akademi (s. 285-329). İstanbul: Beta Yayınları.
- Valkenburg P. M., Cantor J, Peeters A. (2000). Fright Reactions to Television: A Child Survey. Communication Research, 27, 82-99.
- Volčič, Z. (2003). Who wants to be a media literate? Locating media research methods and applying them to the “Media Literacy” concept. Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije, 9(2), 35-66.
- Volčič, Z. (2003). Who wants to be a media literate? Locating media research methods and applying them to the “Media Literacy” concept. Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije, 9(2), 35-66
- Wan (2006) Media Use by Chinese and U.S. Secondary Students: Implications for Media Literacy Education
- Weinberg, T (2009) The New Community Rules: Marketing On The Social Rules, O'Reilly Media, USA
- Widyanto, L., & Griffiths, M. (2006). Internet addiction: A critical review. International Journal of Mental Health and Addiction (4), 31-51.
- Willard, N. (2007). Educator’s guide to cyberbullying and cyberthreats. 13 Nisan 2017 tarihinde <https://education.ohio.gov/getattachment/Topics/Other-Resources/School-Safety/Safe-and-Supportive-Learning/Anti-Harassment-Intimidation-and-Bullying-Resource/Educator-s-Guide-Cyber-Safety.pdf.aspx>
- Wurtele, K. S., Kenny, C. M. (2016). Technology-related sexual solicitation of adolescents: a review of prevention efforts. Child Abuse Review, 25, 332-344.
- Yavuzer, H. (2004). Çocuğu Tanımak ve Anlamak. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yavuzer, H., Şirin, M. R. (2013). 1. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı. Cilt 1, Yayın Dizisi 5. İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Yay M. (2019). Dijital ebeveynlik. İstanbul: Gülmat Matbaacılık Yayıncılık San. Tic. Ltd.Ştis.9-10.ErişimAdresi: <https://yesilaymarket.com/Data/EditorFiles/DijitalEbeveynlik.pdf>. [Erişim tarihi: 20.09.2023]

- Yay, M. (2017). Anne babaların sahip olması gereken dijital ebeveynlik rolleri nelerdir?. Çavdar, M. & Çavuşoğlu, F. (Ed.), Dijital Ebeveynlik (s. 9-12). İstanbul: Yeşilay Yayınları.
- Yayla, O.T. (2017). Analogtan dijital iletişim teknolojilerinin gelişimi: sosyal medya ve sosyal değişim. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yazgan İnanç, B., Bilgin, M., & Kılıç Atıcı, M. (2007). Gelişim psikolojisi çocuk ve ergen gelişimi. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Yılmaz, A., Taylan, A. (2016). Türkiye'de Medya Okuryazarlığının 10 Yılı: Medya Okuryazarlığını Eleştirel Okumak. Medya Okuryazarlığı Küçük Durur, E. (Ed.), Siyasal Kitabevi: 287-325, Ankara.
- YILMAZ, N., (2007), Bilgi Toplumunda Okul ve Medya İlişkisi: Türkiye Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- YURDAKUL, I. K., DÖNMEZ, O., YAMAN, F., & ODABAŞI, H. F. (2013). Dijital Ebeveynlik ve Değişen Roller1. Gaziantep University Journal of Social Sciences, 883-896
- Yurdakul, vd., (2013). "Dijital Ebeveynlik ve Değişen Roller", Gaziantep University Journal of Social Sciences , 12(4), 884-894.
- Yücel, H. (2008). Çocuk ve reklam: televizyon reklamlarının çocuk üzerine etkileri. Y. G. İnceoğlu ve N. Akıner (Edt.). Medya ve çocuk rehberi içinde (ss. 211-232). Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler :

Ad Soyad : Yaşar ESİN

Eğitim Durumu

Lisans : Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım (2010)

