

# Medya Eleştirisi ve Medya Okuryazarlığının Ortak Yönleri, Medya Okuryazarlığı Eğitiminde Medya Eleştirisinin Önemi

*Common Aspects of Media Criticism and Media Literacy, the Importance of Media Criticism in Media Literacy Education*

**Khatira HÜSEYNOVA**

Doç. Dr., Bakü Devlet Üniversitesi, Gazetecilik Fakültesi,  
Yeni Medya ve İletişim Teorisi Bölümü, [hatirebsu@gmail.com](mailto:hatirebsu@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0003-0697-380X>

Makale Başvuru Tarihi: 19.06.2023

Makale Kabul Tarihi: 27.10.2024

Makale Türü: Araştırma Makalesi

## ÖZET

Günümüzün kitlesel izleyicisi sadece bilgilendirme amacı değil, aynı zamanda manipülasyon amacı güden farklı kaynakların bilgi içeriğine de maruz kalmaktadır. XXI. yüzyılda gençlerin medyaya olan ilgisinin artması, çok yönlü manipülasyonlarının artmasıyla toplumda doğru bilgi ile yanlış bilgi arasındaki ayırım zorlaşmakta ve bunun sonucunda medya üretimine yönelik tutum da değişmektedir. Medya araçlarına herkesin ulaşabilmesi, yeni içerik üretimi ve dağıtımını kitlesel hale getirmektedir. Bu bağlamda medya eğitimi kitlelerin bilinçlenmesi için önemlidir. Son zamanlarda uluslararası medya alanında medya eleştirisi ile medya okuryazarlığının sentezi gözlemlenmektedir. İnternette ve basında sadece profesyonellere değil, geniş bir kitleye hitap eden medya eleştirisi, toplumun tüm kesimleri için genellikle medya eğitiminin yerini aldığı görülmektedir. Eleştirmen, izleyicilerin üzerine yağdırılan sayısız programlar arasında bir tür rehber görevi üstlenmektedir. Deneyimler, geniş kitlelere hitap eden eleştirel materyallerin etkisiz kalmadığını göstermektedir. Medya eleştirisiyle yüzleşecek olan içerik oluşturucusu, artık daha fazla sorumluluk ve hesap verebilirlik hisseder ve medya ürününün doğuracağı profesyonel tepkilerle yüzleşmeyi dikkate alır. Sonuç olarak, izleyiciye daha kaliteli, daha verimli bir ürün sunulur. Medya eleştirisini tek bir kompleks yapı olarak araştırmak önemli olduğu gibi, onun ayrı ayrı bileşenlerini; televizyon eleştirisini, radyo eleştirisini, çağdaş basınının eleştirisini ve internet yayıncılığı eleştirisini de araştırmak önemlidir.

### Anahtar Kelimeler:

Medya Eleştirisi,  
Medya Okuryazarlığı,  
Analitik Düşünme,  
Eleştirel Düşünme,

## ABSTRACT

Today's mass audience is exposed to informational content from different sources, not only for informational purposes but also for manipulation purposes. In the 21<sup>st</sup> century, with the increase of young people's interest in the media and their manipulations, the distinction between true and false information in society becomes difficult, and as a result, the attitude towards media production also changes, and the accessibility of media tools makes new content production and distribution massive. In this context, media education plays a crucial role in raising awareness among the masses. Recently, a synthesis of media criticism and media literacy has been observed in the field of international media. Media criticism, which appeals not only to professionals but also to a wide audience on the Internet and in the press, is generally seen as replacing media education for all segments of society. Critics serve as guides amid the multitude of programs bombarding the audience. Experience shows that critical material that appeals to large audiences is not ineffective. Faced with media criticism, the creator now feels more responsibility and accountability and considers facing the professional backlash that the media product will elicit. As a result, a higher quality, more efficient product is presented to the audience. While it is important to analyze media criticism as a complex structure, it is equally important to dissect its individual components: television criticism, radio criticism, contemporary press criticism, and internet broadcast criticism.

### Keywords:

Media Criticism,  
Media Literacy,  
Analytical Thinking,  
Critical Thinking,

**Önerilen Alıntı (Suggested Citation):** HÜSEYNOVA, Khatira (2024), "Medya Eleştirisi ve Medya Okuryazarlığının Ortak Yönleri, Medya Okuryazarlığı Eğitiminde Medya Eleştirisinin Önemi", *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, S.7(2), ss.411-425, Doi: <https://doi.org/10.33712/mana.1316637>

## 1. GİRİŞ

Medya ürünleri (reklam, haber, film vb.) davranışlarımızı şekillendirir, tanımlar ve hatta değiştirir. Medya okuryazarlığı, aldığımız bilgileri analiz etmemize, gerçekleri araştırmamıza ve doğru sonuçlara varmamıza ve sonunda kaliteli yeni medya içeriği oluşturmamıza yardımcı olur. Toplum her zaman yeni bilgileri almak, işlemek ve iletmekle ilgilenir. Teknolojik gelişme ve medyanın ulaşılabilirliği sonucunda toplumun temel kesimini oluşturan ergenler ve gençler de medyanın sürekli ürettiği enformasyonun hedefi olmaktadır.

Hazırlıksız ve deneyimsiz bir kullanıcı, sürekli bilgi akışı içinde ihtiyaç duyduğu bilgiyi bulmakta zorlanır, kandırılır ve bazen kişisel bilgilerinin güvenliğini zedeler. Bazen bilginin doğruluğu kontrol edilmeden, kaynağın ne kadar güvenilir olduğu araştırılmadan bilgi dolaştırılır veya yanlış bilgiye dayalı yeni içerikler ağa aktarılır. Bu bakımdan gençlerin medyayı doğru kullanmalarının sağlanması önemlidir. Dolayısıyla medya araçlarından yararlandıklarında zarar görmemeleri için medya okuryazarlığına büyük ihtiyaç vardır.

Medya eleştirisinin temel görevi; bilişim endüstrisini anlatmak, medya ürününün toplumda doğru algılanmasını sağlamak, kitle izleyicisinin zihninde oluşan yanlış kalıpları ortadan kaldırmak, medya etkinliğini değerlendirme kültürünü oluşturmak, izleyici kitlesi ve eleştirel-analitik bir düşünme biçimi oluşturmaktır. Buradaki amaç medya içeriği oluşturanların yaratıcı ve profesyonel becerilerini arttırmaktır. Aslında medya okuryazarlığının önemli koşulları izleyicide analitik düşüncenin oluşması, eleştirel düşünme tarzı, içeriğin doğru değerlendirilmesi için medya eleştirisinin görevleri bakımından önemlidir. Bu bakımdan profesyonel medya eleştirisi, hem medya okuryazarlığının temeli, hem de itici gücü olarak değerlendirilebilir.

Bu çalışma medya eleştirisi ve medya okuryazarlığının ortak yönlerini incelemektedir. Medya eğitiminin önemi vurgulanmakta, Azerbaycan'da okullarda bir ders olarak medya okuryazarlığının öğretilmesinin önemi anlatılmaktadır. Okullardaki medya eğitimini Türkiye-Azerbaycan ölçeğinde incelenerek güncel örnekler ile konunun önemi ortaya konularak yaşanan bazı sorunlar tespit edilmiş ve bu sorunlar için çözüm önerileri sunulmuştur.

## 2. MEDYA ÜRÜNÜNÜN DOĞRU ALGILANMASINI SAĞLAYAN BİR FAKTÖR OLARAK MEDYA ELEŞTİRİSİ

Medya eleştirisi, belirli bir yönde “pusula” rolünü oynayarak kitlelerin bilgi seçimine ve güvenilir kaynak arayışına katkıda bulunmaya çalışır. Medya takipçilerine bir yandan ön bilgi sunumu yapılırken, diğer yandan da medya ürünü hakkında eleştirel farkındalıklar ortaya konulur. Medya eleştirileri birçok zaman kişilerin tercihlerinin belirginleşmesinde de önemli bir etkiye sahiptir. Bu gibi nedenlerden dolayı iletişim alanında eğitim gören kimselerin medya okuryazarlığı alanında bilgi sahibi olmaları ve bu alanda kendilerini geliştirmeleri gerekmektedir. Medya eleştirileri de bu kapsamın önemli bir parçasıdır.

Medya eleştirisi, bir eğitsel araç olarak izleyicilerin medya kültürünü geliştirmek ve eğitim çabalarını kolaylaştırmak için büyük bir potansiyele sahiptir (Fedorov ve Levitskaya, 2015:108). Ancak, kitlelerin medya okuryazarlığını sağlamadan tek taraflı yaklaşımı her zaman için kendini doğrulamamaktadır. Bu kapsamda bazı ilkeler geliştirilmeli, bu kapsamda mevzuatsal düzenlemeler yapılmalı ve mesleki ilke kararları oluşturularak bunların denetimleri sağlanmalıdır. Nitekim bilgi kirliliğinin ve manipülasyonun etkin olduğu bir medya atmosferinde medya eleştirileri, kendisinden olumlu beklentileri optimal düzeyde karşılamakta zorlanacaktır. Bu kapsamda yakın geçmişte Azerbaycan'da yaşanan bir örnek olayın kısaca aktarımı, konunun anlaşılması açısından yararlı olacaktır.

2021'de Hazar Denizi'nde ani bir patlama olmuş ve patlama ile bir yangın gerçekleşmiştir. Bu patlama ve yangın, bölge insanı ve hatta bölgeye farklı uzaklıktaki yerleşim alanlarındaki insanlar üzerinde bir panik atmosferinin oluşmasına neden olmuştur. Bu durumda petrol sahalarında çalışan petrol işçilerinin ve gemilerde hizmet veren denizcilerin ailelerinin endişelerini tahmin etmek zor değildir. Bu olayların yaşanması esnasında doğruluğuna güvenilebilecek resmi haberlerin olmaması, bilgi manipülasyonuna uygun bir ortam oluşturmuş ve halk ifadesindeki karşılığı ile medya içerisindeki "yalancı çobanlar" yani manipüle ediciler için fırsatlar ortaya çıkmıştır. Hızlı etki oluşturma özelliğine sahip olan sosyal medyada haber web sitelerinde oluşan merakı karşılamak amacıyla bilgi eksikliği/yokluğu nedeniyle kurgu ve tahminlere başvurulmuş, hatta daha çok dikkat çekmek adına yalan haberler de üretilmiştir. Bu kapsamda can kayıplarıyla ilgili kurgular ve yalan haberler yapılmıştır. Yangının ortaya çıkma nedeni, tankerin füzelerle vurulmasından petrol yataklarında patlama yaşanmasına kadar farklı senaryolar ile sunulmuştur. Savaştan yeni çıkmış bir ülkede böylesine asılsız bilgilerin

sosyal medya kanallarında yayılması halk nezdinde bazı endişelerin yaşanmasına neden olmuştur. Hâlbuki olayın meydana geldiği anda yetkililer tarafından hızlı - doğru bir bilgi akışı ve devamı bilgi akışı için güvenilir haber kanalları oluşturulabilmiş olsaydı, yaşanan bu olumsuzlukların çok büyük bir kısmı hiçbir şekilde gerçekleşmeyebilirdi. Çünkü ortada sağlam kaynaklı doğru bir bilgi akışı alternatifi olmuş olacaktı.

Yaşan olay özelinde sosyal medyanın yetkililer tarafında da doğru ve etkin bir şekilde kullanımı önem arz etmektedir (Eren ve Aydın, 2014:198). Zira halka ilginç gelen abartılı bilgilerin yayılması gerçekten çok daha önce ve hızlı olacaktır. Bu noktada önleyici hamleleri yapmak ve buna göre bir sosyal medya dili geliştirmek kurum ve kuruluşları bir ileri noktaya taşıyacaktır.

Sosyal medya, aynı anda milyonlarca insana erişimin sağlandığı önemli bir mecradır. Bu durum aynı zamanda bazı tehlikelere de açık bir ortam meydana getirmektedir. Yayınlanan bilginin gerçek veya doğru olup olmadığı sorgulanmadan geniş kitleler istenilen doğrultuda manipüle edilebilir ve bu kapsamda yönlendirilebilir. Bu anlamda insanları belirlenen amaç ve hedefler doğrultusunda etkileyip harekete geçirmede algı yönetimi önemli bir araç olmaktadır (Bayram, 2020:133). Bu sebeple sosyal medya üzerinde etkili bir denetim mekanizmasının kurulması ve ilgili kurumların manipülasyonlara karşı hızlı ve etkili bir hareket tarzı belirlemeleri gerekmektedir. Aksi halde, yaşanan örnek olayda olduğu gibi bazı olumsuzlukların yaşanmasına neden olabilecektir. Bu kapsamda, yaşanan olaydan kısa bir süre sonra Azerbaycan Hazar Deniz Gemiciliği Şirketi'nin (ASCO) basın sekreteri kendi sosyal medya (Facebook) hesabında aşağıdaki açıklama yapmıştır (<https://report.az/hadise/asco-gemide-partlayis-bas-vermeyib/>, 2021);

*"Sosyal ağlarda Hazar Denizi'ndeki olayı tanker patlamasıyla ilişkilendirenler de var. Bu tür bilgiler insanlarda arasında kargaşaya neden olduğundan Azerbaycan Hazar Deniz Nakliye donanmasına ait herhangi bir gemide patlama olmadığını belirtmek isteriz"*

Belirli bir süre sonra halk nezdindeki bilgi kirliliğinin ve kargaşanın devam etmesi üzerine Azerbaycan Acil Durumlar Bakanlığı resmi internet sitesinde bir açıklama yapmıştır. İlgili açıklamada şu ifadeler yer verilmiştir (<https://fhn.gov.az/az/melumatlar/fhn-metbuat-xidmetinin-melumati-video-foto-39964>, 2021);

*"4 Temmuz 2021 tarihinde akşam saatlerinde sosyal medyada ve sitelerinde yayılan ve denizdeki yangına ilişkin video görüntüleri ile ilgili olarak, Acil Durumlar Bakanlığı'na ülkede gün boyunca denizdeki petrol altyapısı veya endüstri tesislerinde herhangi bir acil olayın gerçekleştiği konusunda bilgi ulaşmamıştır. Bununla birlikte, ilgili kurumların uzmanlarıyla birlikte video görüntülerde yansıtılan yangın olayıyla ilgili bir soruşturma yürütülmektedir. Kamuya ek bilgi verilecektir."*

Azerbaycan Televizyonu araştırmalar sonuçlanmamasına rağmen özel bir programla yayına çıkarak olay yerine bir muhabir göndermiştir. İlgili saha muhabiri paniğe gerek olmadığını ifade etmiştir. Böylelikle biraz gecikmeli de olsa resmi düzeyde bazı açıklamalar yapılarak bilgi kirliliği ve manipülasyonun önüne geçilerek halkın doğru bilgi alması sağlanmış ve endişe ortamı önemli ölçüde dağıtılmıştır. İlgili açıklamaya ait özet ve önemli olarak görünen bir kesiti kısaca vermek yararlı olacaktır (<https://www.fhn.gov.az/organizations.php?aze-10/news/xeber/2021/7/4/39960>, 2021);

*"Denizin Salyan bölgesi istikametinde, sahilden yaklaşık 30 kilometre mesafedeki Taşlı adasında, yapılan ilk gözlemlere göre, çamur volkanının püskürmesi tespit edildi. Şu anda, volkanın kraterinde oldukça küçük bir alev gözlemlenmektedir. Volkan, açık deniz petrol ve gaz altyapısı ve diğer objeler, aynı zamanda insan hayatı için bir tehdit oluşturmamaktadır"*

Örnekten de anlaşılacağı üzere resmi bilginin hemen verilmemesi, yanlış bilgi için elverişli bir ortam oluşturmuştur. Farklı ve bağımsız kaynaktan edinilen bilgiler doğrulanmadan yanlış bir şekilde sunulması bilgi kirliliğine ve kargaşaya neden olmaktadır. Bu durum, halkın bu konuda bilgi edinme talebinin artmasına neden olmuştur. Halk tarafından oluşturulan bilgi talebi de medyada kendi kontrolsüz haber arzının oluşmasına katkı sağlamıştır. Bilgi talebini karşılamak için birçok medya kanalı doğruluğunu teyit etmediği/edemediği bilgiler ile haber yapmak zorunda kalmıştır. Hatta bazı medya kanalları da bu kriz durumunu fırsat bilerek kendi çıkarları doğrultusunda kasıtlı haberler üretmişlerdir. Özellikle abartılı ve endişe uyandırıcı haberler ile halkın olaya daha çok yoğunlaşmasını sağlayarak, bu kapsamda yaptıkları haberler ile kendi medya kanallarının daha çok takip edilmesini sağlamaya çalışmışlardır. Ortaya çıkan bilgi kirliliği ve endişe ortamı nedeniyle sosyal medyada bu haberler çok daha farklı versiyonlara da evrilerek yaygınlık kazanmıştır. Kimi kasıtlı, kimi de iyi niyetli davranışlar ile gerçek bilginin yerini doğru olmayan ve kargaşaya neden olan sahte bilgiler almıştır.

Medya araçlarının temel işlevleri, sosyal medya üzerinden yeniden şekillenirken medya – toplum - birey ilişkisi, sosyal medya araçları ile değişime uğramıştır. Değişim olgusu yaşayan unsurlardan biri

de kamuoyu ve gündemdir. Sosyal medya ile gündemin oluşumu, üretilmesi ve bu üretim sürecinde etkili olan aktörler de farklılaşmıştır (Demir ve Ayhan, 2020:16).

Ana akım haline gelmiş medya organlarının ürettiği haberler ile sosyal medyanın ürettiği haberlerin çatışması genel olarak itibar üzerinden devam etmektedir. Halkın bir kesimi geleneksel-ana akım medya haberlerine güvenirken bir diğer kısmı da sosyal medyanın ham görüntüler veya bilgilerle gelen haberlerine güvenmektedir (Aydın ve Duzcu, 2019:59-60). Bu noktada esas olanın “gerçek” olduğu gözden kaçırılmamalıdır.

Bahsedilen örnek olayda bir manipülasyonun ve yalan haber dalgasının toplumda meydana getirdiği infial özet olarak anlatılmaya çalışılmıştır. Her ülke ve toplumda bu tür örnekler sıkça rastlanılmaktadır. Bu olumsuz durumların ortaya çıkmasını engellemek ya da olumsuz etkilerini minimum seviyelerde tutmak için resmi haber kanallarının hızlı bilgi akışı sağlaması, ihtiyaç varsa yayın yasaklarının getirilmesi, yalan haberler ile ilgili teknik ve hukuki denetimlerin daha etkin hale getirilmesi, failler ile ilgili hukuki süreçlerin başlatılarak bireysel ve kurumsal yaptırımların uygulanması gibi uygulamalar hayata geçirir. Bu uygulamaların etkin bir şekilde hayata geçirilmesi ortaya çıkan olumsuzlukların seviye olarak azaltılması mücadelesine önemli katkılar sunmaktadır.

Yukarıda bahsedilen durumlara rağmen sosyal medyanın özgürlüğünün kısıtlanabilir olmasının zor olması belirli bir olumsuzluğun yayılmasına etki edebilmektedir. Zira sosyal medyanın ucu ve bucağı kestirilemeyen bir alana dönüştüğü çok yönlü ve karmaşık bir dönem yaşanmaktadır. İşte bu noktada bu olumsuzluklar ile mücadelede çok önemli olan bir diğer araç da medya okuryazarlığı eğitimidir. Bu ve benzeri olumsuz durumların ortaya çıkmasında medya okuryazarlığı oranının düşük olmasının da önemli bir etkisi bulunmaktadır. Halkın, kendilerine sunulan bilgileri olduğu gibi kabul etmemesi, bazı mantık süzgeçlerinden geçirebilmesi, haber kaynağının ve içeriğinin doğruluğu yönünde bazı öz/ön değerlendirmelerde bulunabilmesi ilgili olumsuzlukların ortaya çıkmasını engellemek adına oldukça önemlidir. Bu nedenle de medya okuryazarlığının kapsamlı bir şekilde artırılmasına her zaman ihtiyaç vardır.

Medya okuryazarlığı geniş bir yelpazeye sahip olup, içerisinde birçok konu ve unsur barındırmaktadır. Örneğin medya okuryazarlığının gelişimini etkileyen temel alan, medya ürününün analizine yönelik medya eleştirisidir. Medya eleştirisi, analitik eleştirel düşünce tarzını profesyonel-etik yönlerden yaratıcılık özelliklerine kadar sosyal açıdan değerlendirerek sunulan medya içeriğini değerlendirir.

Başta iletişim, halkla ilişkiler, edebiyat vb. alanlar olmak üzere sosyal bilimlerin tüm alanlarında “eleştiri” önemli bir yere sahiptir. Kavramsal olarak “eleştiri yapma” terimi “kritik yapma” ve “analiz etme” gibi kavramlar ile de ifade edilmektedir. Bilim dalları bu kavramları kendi çalışma alanları ile kavramsal olarak birleştirirler ve kendi bilim dallarının amaç ve içeriğine göre yorumlarlar. Örneğin İngiliz edebiyatında bu olgu “mediacriticism” olarak kavramlaştırılmıştır. Hüseyinova’ya (2014:32) göre “mediacriticism” terimi iki anlamda açıklanması gerekir;

- Bu terim, kitle iletişim araçlarının faaliyetlerinin bilimsel analizine odaklanan araştırmalarda kullanılır. Bu durumda, gazetecilik biliminin ayrılmaz bir parçası olan bilimsel eleştiriden bahsedilir.
- Terim, medya üretimini gerçekleştiren, kitle iletişim araçlarının güncel sorunlarını araştıran gazetecilik yaratıcılığı alanına dâhil edilir.

Dar anlamda medya eleştirisinin, daha geniş anlamda ise medya okuryazarlığının temel uygulama sahası kitle iletişim araçlarıdır. Toplumsal bir kurum olan kitle iletişim araçları, haber verme ve bilgilendirme işlevinin yanı sıra bir tür denetleyici ve düzenleyici işlevlere de sahiptir. Bu kapsamda toplumun görüşlerine, kararlarına ve hatta davranışlarına etki eden bir konuma sahiptir. Günümüzde medyanın kitleler üzerindeki etkisi neredeyse herkes tarafından kabul edilmiştir. Medyanın yarattığı düşünce tarzının toplumda egemen bir konuma gelmesi de bir gerçektir. Örneğin sosyal medyada binlerce ve milyonlarca takipçisi olan kişilerin sadece konuşma tarzı, hitap şekli değil, dış görünüşleri bile bazen birçok sosyal grup (örneğin gençler) tarafından örnek alınmaktadır.

Peki, yaratıcı bir ürün olan medya içeriğinin kalitesini ve etkinliğini izleyen ve düzelteren bir mekanizma var mıdır? Tabii ki geleneksel medya kuruluşlarında bu işi kısmen editörler yerine getirmektedir. Bireylerin fikrini şekillendiren, topluma örnek model sunma vazifesini üstlenen medyanın; kendini sürekli eleştiren, medya ürününün değerini ve kalitesini araştıran medya eleştirisine ihtiyaç vardır. Eleştirmen de aynı zamanda medya izleyicisi kullanıcısıdır. Ancak onu farklı kılan profesyonel olmasıdır. Medya eleştirisi ve medya içeriğinin kalitesinin de bir göstergesidir. Sonuçta medyanın işini iyileştirmeye yardımcı olan, aynı zamanda medyanın kendi kendini kontrol mekanizmasını daima hareketli tutan temel faktörlerdendir. Medya eleştirisi, hem kitle iletişim araçları faaliyetlerinin bilimsel analizini hem de medya üretiminin yani medyanın ürünü olan herhangi

bir içeriğin analizini içerir. Bu yönüyle medya eleştirisi, izleyiciyi eğiterek kalitesizlikle mücadele etmenin bir aracı olarak nitelendirilmektedir. Medya eleştirisi; medyanın işini iyileştirmesine yardımcı olan ve medyanın kendi kendini kontrol mekanizmasını daima hareketli tutan temel faktörlerdendir. Medya eleştirisi bir “*peşinen kabullenme*” davranışına da karşılık gelir. Kitlelerin düşünme ve eleştiride bulunarak değerlendirme yapmasına olanak sağlar. Bu da eleştirel düşünmenin daha belirgin hale gelmesi açısından önemli bir katkıdır.

Eleştirel düşünme en dar anlamıyla” *ifadelerin mantıklılık düzeyini, geçerliliğini veya doğruluğunu; ya da bir sonucun ne ölçüde makul veya kanıtla doğrulanmış olduğunu değerlendirme*” (Eğmir ve Ocak, 2017:820), şeklinde tanımlanabilir. Eleştirel düşünmenin medya bağlamındaki karşılığı olan medya eleştirisi ise medya içeriğinin üretiminde yaratıcı yönü ön plana çıkararak, medyanın ürettiği bilginin toplumsal açıdan anlamlı, güncel-yaratıcı, mesleki-etik, hukuki, ekonomik ve teknik yönlerine eleştirel bir yaklaşım oluşturan önemli bir gazetecilik alanıdır (Koroçenskiy, 2003:35).

Akran ve okuyucu/izleyici kayıtsızlığının antitezi olan medya eleştirisi bilgi ve değerlendirme yoluyla sosyal yönelimin bir sentezidir. Dolayısıyla eleştirinin ikili doğası, bilişsel bir olgu ve aynı zamanda bir toplumsal düzenleme olayı olmasıdır (Koroçenskiy, 2015:50). Modern çağımızda, geleneksel sanat eleştirisi türlerinin (*edebi eleştiri, müzik eleştirisi, tiyatro ve film eleştirisi*) yanı sıra medya eleştirisinin de geçerli olması mantıklıdır. Yayın medyası içeriği, her türlü medya ürünü analize, yoruma ve değerlendirmeye açıktır. Medya eleştirisi, bilgi üretiminin sosyal açıdan önemli, kültürel, yaratıcı, profesyonel, etik, yasal, ekonomik, teknolojik yönlerini analiz eden ve değerlendiren modern gazeteciliğin hızla gelişen bir alanıdır. Bu bağlamda medya eleştirisi “*bilimsel (akademik)*”, “*intrashop (şirket içinde)*” ve “*kitlesele*” olmak üzere üç grupta kategorize edebilir.

Bilimsel (akademik) medya eleştirisi, genellikle bilim adamları ve araştırmacılar tarafından bilim çevrelerine ve kitle iletişim araçları profesyonellerine yöneltilir. Bilimsel medya eleştirisi, medyanın daha karmaşık, kapsamlı ve çok yönlü sorunlarını üst düzey bir teorik-analitik yaklaşım gerektiren konuları analiz eder. Bu tür medya eleştirisi, yaratıcıları medya alanında teorik araştırmalarda uzman olduğundan dolayı daha akademiktir. İç medya eleştirisi (intrashop), medya holdingleri ve büyük medya kuruluşları bünyesinde oluşan ve medyanın etkinliğini izleme yoluyla analiz eden ve böylece belirli bir medya kuruluşunun etkinliğini düzenleyen bir faaliyet türüdür. Kitlesele medya eleştirisi daha geniş bir kitleye yöneliktir. Kitle iletişim araçlarında yayınlanan bu tür analitik materyaller, izleyiciyi medyanın faaliyetlerini analiz etmeye ve medya ürününü eleştirel düşünme süzgecinden geçirmeye teşvik eder. Son dönemde sivil toplum temsilcilerinin artan medya etkinliği göz önüne alındığında, medyaya erişimin bu kadar kolaylaştığı bir dönemde “*sivil medya eleştirisi*”nin oluştuğunu gözlemlemek mümkündür.

Modern bilgi ortamı agresif olduğu kadar dinamiktir. Birey herhangi bir konuya bakış açısını büyük ölçüde etkileyebilen medya ortamından, toplumsal bir düzen olan medya eleştirisi sayesinde kurtulabilir. Medya eleştirisinin ana konusu, gazetecilerin çalışmalarının somutlaşmış ürünü olan bilgidir. Ancak bilgiye erişim olanaklarına, kaynakların bolluğuna ve kaynakların güvenilirliğine her zaman dikkat edilmediği hesaba katılırsa medya alanında dolaşan bilginin ölçeğin ve sıklığın tahmin edilebilir. Dolayısıyla medya eleştirisinin konusu nicelik ve nitelik olarak sürekli değişmektedir. Eleştirel medya çalışmaları, bilimsel ilkelere bağlı olarak nesnel sonuçlar elde etmenin ötesinde araştırma sonuçlarının medya okuryazarlığı ile ilgili pratik sonuçlar elde etme peşindedir ve bu nedenle de inceleme yapılan konuda yargılama yapma ve ele alınan medya yapımlarının kimin çıkarına olduğu konusunda yorum yapma eğilimini gösterir (Bostancı, 2019:85).

Özetle; özel bir düzeltici işlevi olan medya eleştirisi, önde gelen kitle iletişim araçları tarafından yayılan medya içeriğine ilişkin izleyici algısını değiştirme, medya içeriğine karşı bilinçli bir eleştirel tutum oluşturma, medya tüketimini ve medya pratiğini etkileme yeteneğine sahip olduğu ifade edilebilir. Koroçenskiy’e (2003:260) göre; medya eleştirisi türlerinin kural olarak kitle iletişim araçlarının etkinliğini bilimsel bir açıdan ele aldığı ve profesyonel bir bakış açısıyla değerlendirdiği belirtilmelidir.

### **3. MEDYA OKURYAZARLIĞI VE BİREYİN GÖRÜŞLERİNİN SALDIRGAN MEDYA ORTAMINDAN KORUNMASI**

Medya okuryazarlığı medya metinlerinin oluşturulması ve dağıtılmasıyla izleyiciye sunulan bağlamın yanı sıra içeriğini değerlendirebilen ve yorumlayabilen analitik bir düşünme biçimi de geliştirir. Medyayı araştırmak ve incelemek genellikle belirli metinler üretme alışkanlığıyla ilgilidir. Medya okuryazarlığı olan bir kişi, yalnızca okuryazar bir metin hazırlamakla yetinmez; aynı zamanda sosyal, kültürel ve politik yönlerin algı, analiz ve değerlendirilmesinde farkındadır ve medyanın yararlandığı bilgi aktarımının kod ve özelliklerine aşinadır.

Modern medya sonucunda medya okuryazarı bir kişi aynı zamanda okur olarak sorumluluğunun bilincinde olan bir vatandaş da olmaktadır. Özellikle dijital teknolojilerin hızla hayatın içinde yer alması ve daha da özelde internetin hayatın her anına yayılması ile birlikte tüm bireylerin farklı boyutlarda okuryazarlıklar geliştirmesi bir gereklilik olmuştur (Orhon, 2019:38).

Medya okuryazarlığı kişinin yazılı basın, televizyon, radyo, video ve internetin açtığı bilgi alanında aktif bir kullanıcı olmasına ve medya kültürü kazanmasına yardımcı konumundadır. Ancak Art Silverblatt de (2001:438) belirttiği gibi hem medya yerinde bir şekilde işaret ettiği gibi hem medya okuryazarlığının hem de medya eleştirisinin önünde pek çok engel bulunmaktadır. Yazar bunlardan bazılarını şu şekilde açıklamaktadır (Art Silverblatt, 2001:438);

*“İnsanlar medyanın belirli bir kişi üzerindeki etkisini kolayca görebilirler ama medyanın kendi yaşamları üzerindeki etkisini anlamak istemezler; medya dilinin karmaşıklığı; duygusal medya etkileri, belirli davranış kalıpları ve medyaya halkın güveni. Yukarıdakilerin tümü, medya metnini eleştirel bir şekilde analiz etme yeteneğini engeller”*

Medya eğitimi ve medya okuryazarlığı, izleyicinin eleştirel düşünmesini geliştirir. Eleştirel düşünme stiline sahip kişi, karşı tarafın düşünce ve görüşlerinin, davranışlarının genel kabul görmüş kural ve normlara uygun olup olmadığını belirler; ileri sürülen iddiaların doğruluğunu veya yanlışlığını ortaya koyar, görüş bildirir; bir fikri kanıtlar veya çürütür. Özgen’in (2019:64) de ifade ettiği gibi medya okuryazarlığı ve eğitimi, günümüz koşullarında, demokratik bir ülkede, vatandaşların sosyal farkındalığının oluşması için devletin öngördüğü bir faaliyet ve eğitim alanı haline gelmiştir.

Zamanla medya okuryazarlığı olgunlaştıkça medyayı okuma yeteneği de olgunlaşır. Alternatif medya mesajları üretme yani “*medya yazma*” becerisi, ortaöğretimde medya okuryazarlığı eğitiminin “*yazılımı*” sırasında bile mümkün hale gelmektedir. Yazmayı seven öğrenciler meslek tercihlerinde bu özelliklerinden ve eğitimlerinden yararlanabilmektedirler. Hatta meslek hayatlarında medya sektörünü profesyonel olarak tercih edebilmekte ve bu doğrultuda eğitim hayatlarına (yükseköğrenim) devam edebilmektedirler (Bilici, 2020:35).

Günümüzde medya ve medya aracılığıyla iletilen bilgiler sadece insanları bilgilendirmekle yetinmemekte; insanın değerlerini, inançlarını, hayata bakışını şekillendirmekte ve hatta bunları önemli ölçüde değiştirmektedir. Bu nedenle cevaplandırılması önem arz eden şu sorular hâlen güncelliğini korumaktadır;

- Medyayı nasıl kullanıyoruz?
- Gün içinde bize gelen çeşitli ve bazen birbiriyle çelişen haberleri nasıl analiz ediyoruz?
- Medyanın etkisini, yönünü ve davranışlarımızda yaptığı değişiklikleri nasıl tespit edebiliyoruz?

Bu ve benzeri sorulara alınan cevaplar bu konudaki sorunların tespit edilerek çözümler üretilebilmesi noktasında oldukça önemlidir. Alınacak bazı tedbirler ve medya okuryazarlığı bilincinin geliştirilmesi ile birçok olumsuz etki ve unsur daha en baştan doğmamış ya da minimum bir düzeye hapsedilmiş olacaktır. Kişisel medya okuryazarlığı bilinci ile kişilerin olumsuz etki ve yönlendirmelere maruz kalması da önemli ölçüde engellenmiş olacaktır. Bilgi edinme ile ilgili olarak talepte (kişilerde) oluşan bu değişim, arzı da (haber üretimini) etkileyecek ve kendi içinde dönüştürecektir. Birçok medya aktörü bu nedenle daha gerçekçi ve sorumluluk içeren paylaşımlar yapmak durumunda kalacaklardır. Böylece bireyler saldırgan bir medya ortamından da kendilerini korumuş olacaktır.

Medya okuryazarlığı edinen bir kişi, kitle iletişim araçlarının ilettiği bilgilerden yararlanmanın yanı sıra sosyal medyada dolaşan bilgilerden ve oluşturduğu içeriklerden daha fazla sorumlu olacaktır. Medyayı okuma yetenekleri geliştikçe, anlatılan mesajların gerçek amacını daha iyi anlayarak, manipüle edilme noktasında önemli bir direnç gösterilecektir. Bu kapsamda medya okuryazarlığındaki “*okuma*” ile kastedilen (Bilici, 2020:35);

*“medya mesajlarının yüzeysel anlamı ile birlikte derin anlamı, görünen amacı ile birlikte, arka plandaki diğer amaçları (örneğin ticari çıkarları gerçekleştirmek) görebilmek, kurgulanmış olan ile gerçek olanı görüp ayırt edebilmek gibi bir dizi çalışmayı içerir”*

Bu düşünceler doğrultusunda medya okuryazarlığında bir dizi alışkanlığın edinilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır. Bunlar kısaca özetlenecek olursa;

- Bilginin kaynağı, muhatabı, bilgiyi dolaşıma sokan her bireyin kitle iletişim araçlarının gücünü ve etkisini fark etmesi gerekir. Modern dünyada kitle iletişim hayatımızda ve gündelik hayatta ana faktörlerden biri haline gelmiştir. İnsanların bilgiye olan talebi sürekli artmakta ve bilgi medyası halkı bilgilendirir,

eğlendirir, eğitir, kamuoyunu şekillendirir ve doğrudan veya dolaylı olarak bireylerin ahlakı, değerleri ve davranışları üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir. Belki de dünyada bu etki alanının dışında bir insan bulmak imkânsızdır. Medyanın kitleler üzerinde yarattığı bağımlılık ve sosyal yalnızlaşma önemli bir sorun olarak gündemdeki yerini korumaktadır (Dolanbay, 2019:93).

- Medyanın aktardığı içeriği yabancı seslerden, dış etkilerden (profesyonel olmayan yorumculardan uzak) temizleyerek asıl amacı anlamaya çalışmak gerekir. Nereden, hangi koşullarda, hangi ortamda bilgi alındığında onun algılanmasını etkiler. Başka işlerle uğraşırken radyo dinlemek, televizyon izlemek ya da sosyal medyadaki herhangi bir bilgiyi okumak bizi pasif bir muhatap yapar ve bilginin tam olarak alınıp alınmayacağından alınmayacağı konusunda şüpheye neden olur. Kişi kendisinden çok, üyesi olduğu sosyal grubun çıkarlarına uygun bilgileri öğrenmek ister. Bu ise bireysel bilgi algısını engelleyebilir. Sembolik metnleri analiz etme yani çözümleme yeteneği medya okuryazarlığı eğitiminin odak noktasını oluşturur (Dolanbay, 2019:95)
- Yazarlar genellikle içeriği duygusal bir bağlamda etkilemeye çalışırlar ve bu sayede daha fazla dolaşım elde ederler. Önemli unsurlardan biri de içeriğin yarattığı duygusal etkiyi anlamak, olabildiğince etkisiz hale getirmek ve bu etkiye kapılmadan eleştirel bir yaklaşımla sonuçlar çıkarmaktır. Medya okuryazarlığı medyanın gönderdiği iletileri üst bilişsel becerileri kullanarak deşifre etme aracı olarak medyanın çeşitli kötü amaçlı, çarpıtmaya yönelik, yanıltıcı içeriklerini anlamamızı sağlar (Devrim, 2023:280).
- Her kitle iletişim aracı kullanıcısı dünya görüşünü farklı yönlerde geliştirmelidir çünkü hazırlıklı ve bilgili bir kullanıcı iletişim aracının içeriğine karşı daha talepkâr olacaktır, her şeyden önce yüksek kalite talep edecektir. Bu nedenle izleyicilerin bir kısmı, ciddi toplumsal sorunların çözümüne yönelik platformları gölgede bırakan ev dedikodularına ayrılmış programları, kültür sanat programlarını arka plana atmaya çalışan iş skandallarını izlemeyi ret edecektir.
- Medya ürününün formatını doğru anlamak, gereksinimlerini bilmek ve birbirinden ayırmaya çalışmak gerekir. Haberlerde verilen bilgilere analitik bir yaklaşımla yaklaşmak, gerçekte manipülasyon arasındaki sınırı belirlemek zorlaşmaktadır. Bu nedenle bilgi kaynağının güvenilirliğine bakılmaksızın kitle iletişim araçlarının yaydığı bilgilere eleştirel ve biraz da şüpheli bir şekilde yaklaşmak gerekmektedir. Medyanın manipülasyon ve propagandaya araç olma ihtimali göz önünde bulundurulursa medyayı eleştirel okumanın önemi daha da anlaşılacaktır (Bostancı, 2019:85). Bu iletişim araçlarının her birinin farklı siyasi, ideolojik veya ticari amaçları olabileceğinden, izleyiciler kendilerine yöneltilen herhangi bir medya ürününe hemen inanmak zorunda değildir. Olay, iletişimcinin süzgecinden geçirilerek onun kişisel görüş ve zevklerine göre cilalanarak muhatabına iletilir.
- Kitle iletişiminin etkinliğini sağlamak için işaret sistemini, kendi dilini bilmek önemlidir. Görsel-işitsel medyada müzik, ses tonu, çeşitli efektler, bakış açısı, sayfa düzeni, basılı medyada ise metnin sayfadaki konumu, yazı tipi, başlığın boyutu, ayrımlar, fotoğraflar- bunların her biri belirli bilgilerin taşıyıcıları ve bilinçaltına iletilen bir mesajın bileşenleridir.

İnci (2016), medya okuryazarlığının topluma getirdiği yenilikleri yazarken medya okuryazarlığının, alınan iletilerdeki bilgileri, eklenen yorumları, ilginç ve gerekli bilgileri değerlendirmeyi öğretmekle “bilgi kirliliği” ile mücadelede yardımcı olduğunu belirtmektedir. Yazara göre topluma bilgiyi süzme, açıklama, tartışma, yazma, çizme, yanlış düşüncelerden kaçınma, konuyu esnek bir şekilde değerlendirme, doğru karar verme, öğrenip hatırlama ve arınma yeteneği kazandıran medya okuryazarlığıdır.

#### 4. MEDYA OKURYAZARLIĞININ İTİCİ GÜCÜ OLARAK MEDYA ELEŞTİRİSİ

Günümüzde kitle iletişim araçlarının yakınsadığı ortamda, medyanın karmaşık ve sistematik bir eleştirel analizine, yorumlanmasına ve değerlendirilmesine büyük ihtiyaç duyulmaktadır. Modern gazeteciliğin bir alanı olan medya eleştirisini bilimsel-kuramsal açıdan inceleme ihtiyacı, modern toplumsal gelişmenin medya eleştirisine olan talebiyle doğrudan ilişkisi bulunmaktadır. Bu alandaki boşluğu kapatmak için medya eleştirisi araştırmaya tek bir karmaşık sistematik olgu olarak dâhil edilmelidir. Sistematik olarak işleyen ve tek bir sosyal kurum oluşturan çeşitli medyanın karşılıklı etkisi ve birbirine bağımlılığı artmaktadır. Bu nedenle medya eleştirisi karmaşık haliyle incelenmeli ve medya sosyal analizlerle desteklenmelidir. Bu nedenle profesyonel medya eleştirisi, medya okuryazarlığının hem entelektüel temeli hem de itici gücü olarak değerlendirilebilir.

Konuyla ilgili olarak Azerbaycan Bakü Devlet Üniversitesi'nde medya eğitimi uzmanı Qulu Meherremli'nin fikirleri şu şekilde olmuştur (Meherremli, 2023);

*"Medya eleştirisi kaçınılmaz olarak medya okuryazarlığını etkiler ve artırır. Çünkü medya eleştirisi, medyanın özü, işlevleri, görevleri ve toplum üzerindeki etkisi hakkındaki gerçekleri ifade ederek, süreçlerin bir resmini çizerek medya hakkındaki fikirleri genişletir. Kitle iletişim araçlarında bu tür konulara yer verildiği için, medyanın felsefesi ve sosyolojisi ile topluma hizmet etmesi gereken yönleri açıkça görülmektedir. Bu nedenle medya eleştirisi, medya okuryazarlığı açısından oldukça önemlidir. Medya- radyo, gazete, televizyon ve çeşitli web siteleri- sayfalarında bu tür eleştirel görüşlere yer ayırmak çok önemlidir. Aslında medya eleştirisi bir tür dürtüdür. Bu eleştirinin varlığı medya okuryazarlığının önünü açmakta ve kitle kitlelerinde medya hakkındaki düşünceleri genişletmektedir"*

Bu ifadelerden hareketle medya eleştirisinin geniş kitlelerin medya okuryazarlığını etkileme gücüne sahip olduğu sonucuna varabiliriz. İzleyiciye eleştirel düşünme ve analitik yaklaşım kazandıran medya eleştirisi, medya ürününün toplumsal açıdan değerlendirilmesinde ve profesyonel-etik yönlerinin ayırt edilmesinde yol gösterici bir rol oynamaktadır. Bu hem profesyonel hem de amatör platformlarda yeni ve daha eksiksiz bir medya ürününün yaratılmasına yol açmaktadır.

Memmedov'a (2023) göre medya eleştirisi ve medya okuryazarlığı arasındaki etkileşimle ilgili olarak medya eleştirisi, medya üretiminin analiziyle ilgilenen önemli bir alandır. Medya okuryazarlığı, kullanıcıların basın, televizyon ve radyo ile interneti daha eğitilmiş ve mesajı daha derinden anlayarak kullanmaları açısından önemlidir. Ne yazık ki bugün Azerbaycan'da medya eleştirisi istenilen düzeyde gelişmemiştir. Medya okuryazarlığı çağın gereklerine göre her alanda uzman kişilere öğretilmelidir. Medya eleştirisi de medya okuryazarlığının gelişimini destekleyen ve teşvik eden bir alandır.

Pek çok uzman medya okuryazarlığının temel koşulları olarak, medya ürününün yapısının, iletişimcinin amacının, medyanın dilinin yanı sıra hedef kitlenin incelenmesini göstermektedir. Medya eleştirisinin hem profesyonel hem de kitle kitlesine hitap ettiği ve aynı koşulları esas aldığı unutulmamalıdır. Buradan hareketle medya eleştirisi ve medya okuryazarlığı arasındaki etkileşimin önemi vurgulanabilir.

Medyadaki tüm bilgilerin taraflı ya da tarafsız, olumlu veya olumsuz yönlerinin ayrımının yapılmasının temel yolu eleştirel bir biçimde okunması, eleştirel bir biçimde görülmesi, eleştirel bir biçimde duyulmasıyla olanaklıdır (Kurt ve Kürüm, 2010:28). Medya eleştirmenleri, kitle iletişim araçlarındaki çeşitli medya ürünlerini analiz ederek medya okuryazarlığına doğrudan katkıda bulunurlar.

Medya eleştiri uzmanı olan Korochenski, medya eleştirisinin temel görevlerinin medya üretimini anlamak olduğunu belirtir; medya içeriği algısının kamu bilinci tarafından incelenmesi ve değiştirilmesi, halk ve medya ilişkilerinin düzenlenmesi, kitle iletişim araçlarının etkinliğinin değerlendirilmesi alanında halk kültürünün oluşumu; medya ürünü yaratıcılarının mesleki seviyelerinin geliştirilmesine ve iyileştirilmesine ve son olarak medya etkinliği için sosyal bir ortamın oluşturulmasına destek olmaktadır. Medya eleştirisi, yalnızca medya ürününün yaratıcılarının faaliyetlerini ve kitle iletişim araçlarının içeriğini değerlendirmekle kalmaz, aynı zamanda yazılı ve elektronik medyanın İzleyicisini ve bir bütün olarak toplumla sürekli gelişen çok yönlü etkileşimini de inceler (Korochensky, 2003). Aslında medya okuryazarlığı da az çok medya eleştirisi işlevini yerine getirdiği düşünülebilir. Medya okuryazarlığı, medya eleştirisi gibi izleyicilerin medya kültürünün geliştirilmesinde yer alan eğitim ve öğretim kurumlarının faaliyetlerini desteklemede büyük bir potansiyele sahiptir (Fedorov, 2005:137).

Medya okuryazarlığının öğretimi de bu alandaki önemli konulardan biridir. Sezer (2019), haklı olarak medya ürününün her zaman görüldüğü gibi olmadığını ve birçok dış anlam içerdiğini ifade eder. Gerekli bilgileri kabul etmede ana rolün medya okuryazarlığı olduğu söylenebilir. Bu bağlamda (Sezer, 2019);

*"Medya okuryazarlığı, başka bir deyişle ister görünür ister görünmez olsun satır aralarını okuma becerimizde daha seçici olmamızı sağlar. Daha analitik, daha sorgulayıcı ve eleştirel bir bakış açısına sahip olmak, medyanın olumsuz etkilerini kontrol altına almanın ilk adımudur. Aktarılan mesajların farkında değilsek, medya dünyayı nasıl anladığımızı kontrol edebilir. Oysa tam tersi olması gerekir..."*

Fedorov ve Levitskaya'nın (2015) medya eleştirisi ve medya okuryazarlığıyla ilgili yaptığı bir araştırmaya 18 ülkeden 64 medya uzmanı katılım göstermiştir. Öğretim sürecinde medya okuryazarlığı ve medya eleştirisinin sentezine yönelik soruya yanıt veren uzmanların yüzde 70'e yakını medya okuryazarlığı öğretirken medya eleştirisini bir dereceye kadar kullandığını belirtmişlerdir. Uzman görüşlerine dayalı olarak yapılan bu araştırma sonuçlarına göre medya eleştirisi ve medya okuryazarlığı birçok benzer özelliğe sahiptir. Hem medya okuryazarlığı hem de medya eleştirisi, analitik düşüncenin gelişimini büyük ölçüde desteklemektedir. Medya



okuryazarlığının en önemli amaçlarından biri de izleyiciye sadece çeşitli formatlardaki medya metinlerini analiz etmeyi değil, aynı zamanda toplumdaki uygulama ve işleyiş mekanizmalarını anlamayı öğretmektir. Aslında medya eleştirisi hem profesyonel topluluğu hem de mümkün olan en geniş izleyici kitlesini hedef alarak aynı konuları inceler. Medya eleştirisi ile medya okuryazarlığının sentezinin önemi buradadır (Fedorov, 2015:135).

Potter (2011), mümkün olan en geniş izleyici kitlesinin medya okuryazarlık düzeyini yükseltmeye çalışanların, çeşitli kitle iletişim araçlarında çalışan medya eleştirmenleri ve medya eğitimi öğretmenleri olduğunu yazıyor. Bu konuda düşüncesi özetle şöyledir (Potter, 2011);

*“Herhangi bir bireyin medya yetkinliği çok boyutludur ve gelişmiş bir bilgi yapısına dayalı geniş bir bakış açısı gerektirir. Donmuş bir kategori değildir, ancak medya okuryazarlığı bilişsel, duygusal, estetik ve etik bilgileri algılama, yorumlama ve analiz etme yeteneği olarak yaşam boyu geliştirilebilir. Medya okuryazarlığı yüksek olan kitleler, medya dünyasını daha iyi anlama, kontrol etme ve takdir etme düzeyine sahiptir”*

Aslında medya okuryazarlığının sıralanan tüm önemli koşulları izleyicide analitik düşüncenin oluşması, eleştirel düşünme tarzı, muhataba iletilen mesajın özünün daha doğru bir şekilde iletilmesi, içeriğin doğru değerlendirilmesi için medya eleştirisinin görevleri bakımından önemlidir. Bu anlamda profesyonel medya eleştirisi, medya okuryazarlığının hem entelektüel temeli hem de itici gücü olarak değerlendirilebilir. Medya eleştirmenleri, kitle yayınlarında çeşitli medya ürünlerini analiz ederek, izleyicide eleştirel-analitik bir düşünce biçimi oluşturmakta ve bu sayede medya okuryazarlığının artmasına doğrudan katkı sağlamaktadır.

Modern medya eleştirisi ve medya okuryazarlığı eğitiminin ortak dayanak ve amaçları mevcuttur. Özetleyecek olursak: Hem medya eleştirisi hem de medya okuryazarlığı eğitimi kritik analizi içerir. Bireyleri, çeşitli medya formlarında sunulan mesajları, teknikleri ve altta yatan varsayımları sorgulamaya ve değerlendirmeye teşvik eder. Kritik analiz, bireylerin medya etkileri hakkında daha derin bir anlayışa ve toplum üzerindeki potansiyel etkiye yardımcı olmaktadır.

Medya eleştirisi ve medya okuryazarlığı medyanın kamuoyunu değerleri ve davranışları şekillendirme gücünü tanıır. Medya içeriğinin, bireylerin tutumlarını, inançlarını ve inançları ve eylemleri üzerindeki potansiyel etkilerinin farkına varmalarını sağlamayı amaçlarlar. Medyanın etkisini anlayanlar aktif enformasyon aldıkları medya ile ilgili daha bilinçli seçimler yapabilirler. Medya eleştirisi ve medya okuryazarlığı eleştirel düşünme becerilerini destekler, medyanın ötürdüğü mesajlar hakkında eleştirel düşünmeye, mesajların dayandığı kaynakların güvenilirliğini sorgulamaya, önyargıları tanımlamaya ve sunulan kanıtların doğru olup-olmadığını araştırmaya teşvik ederler. Eleştirel düşünme, olayların nedenleri ve sonuçlarını geçerli ve güvenilir verilere dayandırarak açıklamaya çalışan ve temelde “neden” sorusuna yanıt arayan bir düşünme becerisidir. Eleştirel düşünme ve medya okuryazarlığı kavramlarının kapsamı incelendiğinde, iki kavram arasında ortak özelliklerin olduğu görülmektedir (Kurt ve Kürüm, 2010:21).

Her iki yaklaşım bireylerin olgu ve kanaat arasındaki farkı anlama becerilerini geliştirir ve yayımlanan içeriği mantıklı bir şekilde analiz etmeye teşvik eder. Hem medya eleştirisi hem de medya okuryazarlığı, medya tekniklerinin anlaşılmasının önemli olduğunu vurgular. Hikâye anlatma yöntemleri, görsel ve ses işaretleri, ikna edici stratejiler de buna dâhildir. Medya tekniklerini anlayan bireyler medya mesajlarını daha iyi analiz edebilir ve yorumlayabilirler. Hem medya eleştirisi hem de medya okuryazarlığı bilgi değerlendirmesi, medya üretimi, dijital habercilik ve medya analizi gibi önemli medya okuma becerilerine sahip bireyleri yetiştirmeyi amaçlamaktadır. Hem medya eleştirisi hem de medya okuryazarlığı, bireylerin enformasyonla davranma kabiliyetini güçlendirir ve sivil katılımı yaygınlaştırabilmektedir. Sonuçta bireyler, kritik medya okuma becerilerini geliştirerek dezenformasyona meydan okuyabilir, aldatıcı haberleri ayırt edebilir ve sorumlu vatandaşlar olarak bilinçli kararlar verebilirler.

Özetle, medya eleştirisi, belirli medya içeriğini veya medya ürününü analiz eder, inceler ve eleştirir. Medya okuryazarlığı ise bireyleri, medyayla eleştirel ve bilinçli bir şekilde davranabilmeleri için gerekli becerilere alıştıırır, kullanıcılara medya tarafından üretilen bilgileri eleştirel bir filtreden geçirerek kabul etmeyi öğretir ve son olarak yeni içerik oluşturmak için bir dizi alışkanlık aşılır. Her iki yaklaşım da birbirini tamamlar ve medyanın toplumdaki rolünün daha kapsamlı bir şekilde anlaşılmasına katkıda bulunur.

## 5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEM VE UYGULANMASI

Konuyla ilgili olarak, teorik çalışma sırasında analitik, karşılaştırmalı ve ampirik yöntemler kullanılmıştır. Makalenin bu kısmında araştırmaya dahil edilmiş anketin konusuna, amacına, önemine, veri toplama yöntemine, veri analiz yöntemlerine ve sonuçlarına yer verilmiştir.

Araştırma sırasında, veri toplama yönteminden, daha net bir ifade ile, anket yönteminden istifade edilmiştir. Bunun yanı sıra, verilerin içerik analizi ve istatistiksel olarak işlenmesi teknolojileri kullanılmıştır. Belli seçeneklerin olduğu ve bunlardan birinin seçilmesinin istendiği kapalı-uçlu sorular tertip edilerek, anketler internet üzerinden 13-16 yaşlı öğrencilere yöneltilmiştir. Tüm katılımcılar aynı soru formundaki soruları cevaplamışlardır.

Araştırmanın konusu, amacı ve önemine gelince, 2022 yılının ekim-kasım aylarında, Azerbaycan'ın farklı bölgelerinden okul müdürlerinin onayıyla 2530 öğrenci ile Google-Forms üzerinden online anket yapılmıştır. Anketin amacı Azerbaycanlı okul çocuklarının medyaya ne kadar bağlı olduğunu, gençlerin internette ne kadar zaman geçirdiklerini ve temel bilgileri hangi kanallardan aldıklarını ve medyayı kullanma amaçlarını belirlemektir. Medyaya yakın temasta bulunan okul çocukları, internet üzerinden yayılan şiddete, nefret söylemlerine, zorbalık ve aldatmaya maruz kalmaktadır. Maalesef, bu gibi durumların olumsuz sonuçlarına karşı hiç kimse garanti altında değildir. Araştırma sonucunda öğrencilerin medyaya olan ilgisini, medyada geçirilen süreyi ölçmek ve böylece okullarda medya okuryazarlığı dersinin görülmesinin önemini belirlemek hedeflenmiştir. Azerbaycan'ın ortaöğretim genel eğitim okullarında medya okuryazarlığının ders olarak verilmediği dikkate alındığında konunun önemi vurgulanabilir.

Araştırmanın modeli ve hipotezleri hakkında dikkat çekici husus ise bu çalışmada model olarak, nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Belirli bir zaman diliminde internet üzerinden anket tekniği uygulanmıştır. Araştırmanın amacına göre, iki temel hipotez oluşturulmuştur. Birinci hipotez gün içinde öğrencilerin televizyon karşısında veya internette geçirdikleri süre ile ilgilidir. İkinci hipotez ise öğrencilerin medyayı kullanım amacının ne olması ile ilgilidir.

Çalışmanın kapsamının çok geniş olmaması açısından bu konuda sadece katılımcıların yaş oranı dikkate alınmıştır. Bu nedenle, 13-16 yaşlı öğrencilerin fikirleri alınmıştır. Araştırmanın veri toplama yöntemi internet üzerinden anket uygulamasıdır. Ankete Bakü şehrinin yanı sıra İsmayılı, Guba, Ağdaş ve Şamahı'dan da öğrenciler katılmıştır.

Anket tekniği kullanılarak katılımcılara belirli sorular yöneltilmiş ve yanıtlar toplanmıştır. Bu anketlerle öğrencilerin televizyon karşısında ve internette geçirdiği zamanın ölçülmesi, öğrencilerin medyayı kullanma amaçları ve tercihlerine yönelik veriler toplanmıştır. Anket sonuçları, toplanan veriler analiz edilmiştir.

Medya eğitiminin en önemli amacı, medyanın hem konu hem de öğrenme aracı olduğu bir medya ortamında bağımsız hareket edebilme alışkanlıklarının oluşturulmasıdır. Medya yetkinliğinin bir bileşeni olarak medya eleştirisi, orta ve yüksekokullardaki öğretim sürecinde her geçen gün daha önemli hale gelmektedir. Medya eleştirisi hiçbir şekilde metin dilinin "kuru" analiziyle sınırlı olmayıp, medya metinlerini etik açıdan değerlendirme ve kendi medya ürünlerini yaratma pratiğini de içerir. Dolayısıyla medya ürünlerinin eleştirel analizi ve değerlendirilmesi, medya kullanımının öğretilmesinin yanı sıra medya okuryazarlığı öğretiminde görev alan öğretmenler için önemli bir faaliyet alanıdır. Medya okuryazarlığı öğretmenleri ve medya eleştirmenlerinin ortak çalışmaları bugün her zamankinden daha fazla önem taşımaktadır.

## 6. MEDYA OKURYAZARLIĞI EĞİTİMİNİN TEMELİ OLARAK MEDYA ELEŞTİRİSİ

Medya eğitimi konusunda çalışma yapan teorisyenler, medya eleştirisini, kitle iletişim araçlarıyla bir iletişim kültürü oluşturmanın yanı sıra iletişim becerilerini geliştirmeyi, böylece bir kişiyi öğretmeyi ve eğitmeyi amaçlayan pedagojik faaliyetin bir unsuru olarak görürler (Korochensky, 2015). Medya eğitimi kavramları, modern bilgi çağına uygun yeni bir iletişim kültürünün oluşumuna, özellikle öğrencilerin medya içeriğinin özelliklerini anlamak da dâhil olmak üzere medya içeriğini bağımsız olarak eleştirel bir şekilde değerlendirme becerilerinin geliştirilmesine özel önem verir. Medya eğitimi almış bir birey, eleştirel düşünme stiline sahiptir ve medya metinlerini bağımsız olarak analiz etme, yorumlama ve değerlendirmenin yanı sıra yeni kaliteli içerik oluşturma becerisi kazanır.

*“Bir haber okunurken, haber, başlık ve fotoğraflar arasında bir bağlantı olup olmadığına, nasıl bir dil kullanıldığına, nasıl bir ideolojik bakış açısının egemen olduğuna, haber kaynağına, eğlence içeriği taşıyıp taşımadığına, olay kişilerinin tanımlanma biçimlerine ve bir peşin hüküm olup olmadığına bakılmalıdır”* (Sezer, 2019).

Medya eğitimi, medyanın sosyal faaliyetini, çeşitli ifade araçlarını anlamının yanı sıra kitle iletişim araçları ile birey ve genel olarak medya ve toplum arasında etkili etkileşimin kurulmasına katkıda bulunur. Medya eğitimi, medyaya ilişkin eleştirel düşüncenin geliştirilmesine, medyadaki yanlış bilgi ve çarpıtmaların yayılması yönünde pratik deneyime, bunlara karşı güçlü bir bağımsızlığın oluşmasına büyük önem verilmektedir. Medya okuryazarlığı araştırmacıları 5 temel kavramı temel alır. Bunlar (Jolls ve Thoman, 2008);

- Medya mesajlarının tümü kurgulanmıştır.
- Medya mesajları, kendine özgü kurallar kullanılarak yaratıcı bir dille kurgulanmıştır.
- Aynı mesajı, farklı kişiler farklı şekilde algılayabilirler.
- Medyanın gizlenmiş değer ve görüşleri vardır.
- Medyadaki mesajların büyük çoğunluğu, kazanç ya da güç elde edebilmek için düzenlenmiştir.

Bazı ülkelerde medya okuryazarlığı da ortaokullarda öğretilmektedir. Öğrencilere medya ile nasıl doğru davranılacağı, alınan bilgilerin nasıl doğru kullanılacağı, gerçeklerin nasıl kontrol edileceği ve yeni içeriğin nasıl oluşturulacağı öğretilir. Bu sayede genç neslin yanlış bilgilerden etkilenme riskinin önüne geçilmektedir. Medya okuryazarlığı konusu Türkiye’de 2007 yılından itibaren eğitim çerçevesinde ele alınmakta ve seçmeli ders olarak müfredatta yer almaktadır. Buna karşın medya okuryazarlığı dersinin zorunlu olarak okutulması ve iletişim fakültesi mezunlarına verilmesine ilişkin tartışmalar da sürmektedir (Yılmaz Sert ve Çevik Ergin, 2019: 151). Azerbaycan’da faaliyete geçen Medya Geliştirme Ajansı bu alanda bazı çalışmalar yapıyor. Başkent Bakü’nün yanı sıra bölgelerdeki gençlerin katılımıyla medya okuryazarlığı konusunda konferans ve eğitimler düzenleniyor. Türkiye’den ve yurt dışından davet edilen uzmanların yanı sıra yerel medya uzmanları da gençleri medya okuryazarlığının temelleri konusunda bilgilendiriyor. Ancak son zamanlarda gençlerin internet bağılılığındaki artışa ve medya kullanım yoğunluğuna rağmen, medya okuryazarlığı henüz Azerbaycan okullarında bir ders olarak verilmemektedir.

Medyayı anlamak, bu nedenle pek açık ve büyük ölçüde belirgin olmayabilir. Hiçbir zaman tamamlanmaz, ancak yalnızca pragmatik olarak sınırlanabilir ve tek taraflı değildir. Kesinlikle medyanın nedensel olarak ortaya çıkan bir ürünü değildir, aynı zamanda özerk bir şekilde yaratılmış tamamen keyfi bir yapı da değildir. Daha ziyade, medyanın algılanması sırasında ve sonrasında çeşitli, karmaşık, çoklu döngüsel yeniden yapılanmalardan, durumsal ve sosyokültürel bağlamsallaştırmalardan, etkileşimli güncellemelerden ve paylaşılan yorumlardan kaynaklanır. Buna nedenle, analitik bulgular oldukça tesadüfi ve bireysel nitelikte olup, yalnızca dikkatli ve spekülatif bir biçimde genelleştirilebilirler ve ilgili analizler ve araştırmacılar tarafından sürekli olarak daha fazla yorumlanma olasılığına açık kalabilirler (Kübler, 2009:16).

Gazeteciler tarafından üretilen medya eleştirisi, eğitimsel ve gelişimsel potansiyeli ile medya eğitimcilerinin çabalarını önemli ölçüde tamamlayabilir. Medya eleştirmenlerinin yayınlanmış çalışmaları, medya eğitiminin içeriğinin ve öğretim sürecinin iyileştirilmesi, eğitim programının didaktik kullanıma yönelik değerli materyallerle donatılması açısından önemlidir. Zira medya okuryazarlığı hem eleştirel bir şekilde okuyup anlamayı hem de medya ortamına aktif bir şekilde katılmayı vurgulamaktadır (Barut ve Koç, 2016:598).

Araştırmacı L.N.Seliverstova, "*Osobnosti integratsii mediakritiki i mediaobrazovaniya v Avstrii*" (Avusturya’da medya eleştirisi ve medya eğitiminin entegrasyonu) başlıklı makalesinde şöyle yazıyor (Seliverstova, 2016:109);

*“Avusturya’da medya eğitimi devlet tarafından ciddi bir şekilde desteklenmektedir. Medya eğitimi ve çeşitli medya hizmetleri sağlayan Eğitim Bakanlığı’nın Medya Eğitimi Dairesi aktif olarak faaliyet göstermektedir (Abteilung Medienpädagogik / Bildungsmedien / Medienservice). Bölüm, medya eğitiminin her tür okul müfredatına zorunlu olarak entegre edilmesini öngören yeni standartların gerekliliklerine uygun olarak didaktik materyal sağlamak ve iyileştirmeler yapmak konusunda öğretmenlere destek sağlamaktadır”*

Medya eleştiri kuruluşları medyanın kalitesini takip ederek medya üreticilerinin medya kültürünün gelişmesine katkı sağlarken, pedagojik camia da medya okuryazarlığı olan bir medya izleyicisi yetiştirmektedir

(Seliverstova, 2016:109). Bu hususta bir diğer örneği de Ukrayna'dan gösterilebilir. Medya eğitimine pratik bir yaklaşım ve medya eğitimi sürecinin kendi medya metinlerini oluşturma ve bunları değerlendirme yeteneği gibi önemli bir görevinin çözümü, okul çocukları ve gençlerin birkaç yıldır katıldığı medya yaratıcılık yarışmalarında sunulmaktadır. Ukraynalı okul çocukları arasında dikkat çeken bir yıllık medya yaratıcılığı etkinliği, “*Kryshdalevi Dzherela*” festivalidir. Festivalde, okul çocukları ve öğrenciler, ünlü kameramanlar, gazeteciler, yazarlar, yönetmenler, sanat eleştirmenleri ve oyuncuların öncülüğünde düzenlenen yaratıcı atölyelerde kendi filmlerini, televizyon programlarını sunuyor ve becerilerini geliştirmektedir (Çelişev ve Çelişeva, 2015:87).

Medya okuryazarlığı, yalnızca çocuk-medya ilişkisi ve çocuğun korunması bağlamında ele alınmamalıdır. Aynı zamanda bireylerin daha etkin medya kullanıcıları olmalarını amaçlamalıdır. Öğrenciler, hem mevcut medya ürünlerini nasıl anlayacaklarını hem de kendi kültürel metinlerini nasıl oluşturacaklarını öğrenmelidir (Hasdemir ve Demirel, 2012).

Konuyla ilgili olarak, 2022 yılında, Azerbaycan'ın farklı bölgelerinden 2530 okul öğrencileri üzerinde yapılan araştırmanın temel amacı, okul çağındaki çocukların medya ile iletişim düzeylerini belirlemek, gün içinde televizyon veya internette geçirdikleri süreyi belirlemek ve ayrıca medyayı kullanım amaçlarını incelemektir. Araştırmanın sonuçları aşağıda gösterildiği gibidir.

**Tablo 1.** Katılımcıların Televizyon ve İnternette Zaman Geçirme Süreleri

Vakit Geçirilen Süre	Televizyon	İnternet
1 saatten az	1678	1358
2 – 3 saat	559	794
3 – 4 saat	131	354
Vakit Geçirmiyorum	162	24

Tablo 1'e göre yapılan anket sonucunda, ankete katılanların sadece %6'sı (162 kişi) TV izlemediğini söylüyor. Ergenlerin çok fazla televizyon izlememesi medya ile temaslarının olmadığı anlamına gelmemektedir. Televizyon izlemeyenler de internette daha fazla vakit geçirdiklerini belirtmiştir. Yani sadece 24 kişi gün içinde interneti kullanmadığını açıklamıştır.

Araştırma verilerine göre öğrencilerin televizyon ve internet ile yakın temas halinde olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu durum “*okul çocukları medyayı daha çok hangi amaçla kullanıyor?*”, sorusunu gündeme getirmektedir.

**Tablo 2.** Sizin İçin Medya Nedir?

Medya Kullanım Amacı	Kişi Sayısı
Yeni bilgi kaynağı	1567
Eğlenme kaynağı	309
Boş zaman geçirme aracı	654

Tablo 2'ye göre medyanın gençlerin eğitimindeki rolünü netleştirmek için gençlere medyayı ne amaçla kullandıkları sorulmuştur. 2350 öğrenciden 1567'si medyayı yeni bilgi kaynağı olarak görürken, 309 kişi medyada eğlence bulunduğunu, 654 kişi ise boş zamanlarını değerlendirme aracı olarak medyayı kullandığını ifade etmiştir. Çalışma kapsamında son olarak, öğrencilerin medyayı nasıl karakterize ettiği incelenmiştir. Öğrencilerin büyük çoğunluğu (%60) medyayı yeni bilgi kaynağı olarak tanımlasa da geri kalan öğrenciler medyayı sadece boş zaman geçirme (%30) veya eğlenme (%10) aracı olarak gördüklerini belirtmiştir.

Anketin oluşturduğu tablo, okul çocuklarının medyanın çeşitli alanlarıyla iletişim halinde olduklarını, medyayı bilgi kaynağı, eğlence aracı olarak kullandıklarını ve boş zamanlarını değerlendirmek için medyaya yöneldiklerini göstermektedir. Bu açıdan bakıldığında medya okuryazarlığının öğretilmesi, öğrencilerin medyayı doğru anlamaları, doğru amaçlarla kullanmaları, şiddet, şiddet ve nefret söyleminden uzak tutmaları, yanlış bilgi tuzağına düşmemeleri ve son olarak yeni kaliteli içerik oluşturma ayağını cilalamak. Bu konuda yapılan bir dizi çalışmamız, medya eğitiminin sadece önemli değil, hatta gerekli olduğu sonucuna varmıştır.

"Modern öğrencilerin medya yetkinliği geliştirilmelidir. Bu nedenle üniversite öğrencilerinin (hatta okul öğrencilerinin) medya okuryazarlığı kurslarına ihtiyacı vardır" (Fedorov ve Lavitskaya, 2016:205).

Buradan çıkarılacak kanaat Azerbaycan okullarında ve üniversitelerinde konu olarak medya okuryazarlığının öğretilmesi, uzmanlık alanı ne olursa olsun, gençlerin medya alanındaki davranışlarını düzenleyecektir. Doğrulanmayan bilgiye inanmamak, habere açıklık getirmek, yanlış bilgiyi yaymamak, kaynağı incelemek gibi temel ilkeler öğrencilere aşılanmalıdır.

## 7. SONUÇ

Medya eleştirisi öncelikle medya ürününü değerlendiren ve analiz eden bir alandır. Medya üretiminin kalitesinin bir göstergesidir. Aynı zamanda bir toplumsal düzen, bir izleyicinin sürekli akış içinde seçimler yapmasına yardımcı olan bir kılavuzdur. Bilginin çeşitli kanallar aracılığıyla hedef kitleye yönlendirilmesi ve medyanın çalışmasının iyileştirilmesine yardımcı olan temel unsurlardan biridir.

Medya okuryazarlığı, medya ile iletişim kültürü oluşturmak için eleştirel düşünme, algılama, analiz etme ve değerlendirme alışkanlıklarının ve son olarak medya teknikleriyle kendini ifade etme alışkanlıklarının aşılması kitle iletişim alanında kişilik geliştirme süreci olarak da görülmektedir. Sonuç olarak araştırmalar, okul çağındaki çocukların medya ile ilgilenmeleri ve medyayı doğru kullanmaları için bir takım alışkanlıkların geliştirilmesinin önemli olduğunu ve bu sürecin medya eğitimi ile doğrudan ilgili olması nedeniyle medya okuryazarlığı konusunun orta ve yükseköğretimde öğretilmesinin önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

Fedorov ve Levitskaya'nın (2014) yaptığı "*Modern Dünyada Medya Eleştirisi ve Medya Okuryazarlığının Sentezi*" araştırmasının sonuçları, medya eleştirisi ile medya okuryazarlığı arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Medya eğitimi ve medya alanında 18 ülkeden 64 medya eğitimcisi, medya eleştirmeni ve araştırmacının katıldığı ankette Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, Kanada, Avustralya, Yeni Zelanda, Almanya, İrlanda, İspanya, Portekiz, İsveç, Finlandiya, Yunanistan, Kıbrıs, Macaristan, Ukrayna, Sırbistan, Türkiye ve Rusya'dan uzmanlar katılmıştır. Verilerin analizi, uluslararası uzman topluluğunun bir bütün olarak medya eleştirisi ile medya okuryazarlığının sentezinin sadece mümkün değil, aynı zamanda özellikle etkili olması açısından gerekli olduğunu göstermektedir.

Medya eğitimi sürecinde medya eleştirisi örneklerinin kullanılması, ergenlerde ve gençlerde eleştirel düşünme tarzının oluşmasını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda medya eğitimi yürüten eğitimci ve öğretmenlerin çalışmalarına da destek olur. Medya eleştirmenlerinin metinlerinin eğitim pratiğinde kullanılması, öğrencilerin medya ürünlerini algılama ve analiz etme konusunda hem teorik hem de pratik bilgilerini artırmaya hizmet eder. 2022 yılında medya okuryazarlığının eğitimi konusunda yaptığım araştırmada, Azerbaycan okullarında sözü geçen alanda eğitim ihtiyacının olduğu sonucuna varılmıştır. Azerbaycan'da faaliyet gösteren üniversitelerin gazetecilik mezunları ortaokullarda medya okuryazarlığı öğretimine katılabilirler. Medya eleştirisi, medya ürününü analiz ederek izleyicinin eleştirel düşünme yeteneğini oluşturarak medya okuryazarlığı konusunun daha rahat anlaşılması için verimli bir ortam yaratır.

### YAZAR BEYANI / AUTHORS' DECLARATION:

Bu makale Araştırma ve Yayın Etiğine uygundur. Beyan edilecek herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Araştırmanın ortaya konulmasında herhangi bir mali destek alınmamıştır. Makale yazım ve intihal/benzerlik açısından kontrol edilmiştir. Makale, "en az iki dış hakem" ve "çift taraflı körleme" yöntemi ile değerlendirilmiştir. Makalede kullanılan ölçek için yazar(lar) tarafından ölçeğin orjinal sahibinden izin alındığı beyan edilmiştir. Yazar(lar), dergiye imzalı "*Telif Devir Formu*" belgesi göndermişlerdir. Mevcut çalışma için mevzuat gereği etik izni alınmaya ihtiyaç yoktur. Bu konuda yazarlar tarafından dergiye "*Etik İznine Gerek Olmadığına Dair Beyan Formu*" gönderilmiştir. Yazar, çalışmanın tüm bölümlerine ve aşamalarına tek başına katkıda bulunmuştur. / This paper complies with Research and Publication Ethics, has no conflict of interest to declare, and has received no financial support. The article has been checked for spelling and plagiarism/similarity. The article was evaluated by "at least two external referees" and "double blinding" method. For the scale used in the article, it is declared by the authors that permission was obtained from the original owner of the scale. The author(s) sent a signed "Copyright Transfer Form" to the journal. There is no need to obtain ethical permission for the current study as per the legislation. The "Declaration Form Regarding No Ethics Permission Required" was sent to the journal by the authors on this subject. The author contributed to all sections and stages of the study alone.

## KAYNAKÇA

- AYDIN, Abdullah ve DUZCU, Murad (2019), “*Arap Baharı Sonrası Sosyal Medya*”, **Arap Baharı Sonrası Ortadoğu: Kuram ve Siyaset** (Ed. Orhan Battır, M. Cüneyt Özşahin), Nobel Yayınları, Ankara, ss.57-73.
- BARUT, Esra ve KOÇ, Mustafa (2016), “*Yeni Medya Okuryazarlığı*”, **Eğitim Teknolojileri Okumaları** (Ed. Aytakin İşman, Hatice Ferhan Odabaşı, Buket Akkoyunlu), Salmat Basım Yayıncılık, Ankara, ss.595-613.
- BAYRAM, Vildan (2020), “*Sosyal Medyada Etik Sorunlar: Bir Literatür Taraması*”, **Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi**, S.4(19), ss.125-139.
- BİLİCİ, İbrahim Ethem (2020), **Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi**, Nobel Yayınevi, Ankara.
- BOSTANCI, Meltem (2019), “*Manipülasyon, Dezenformasyon ve Propaganda Politikalarına Yönelik Farkındalık Oluşturabilmede Eleştirel Medya Okuryazarlığının Yeri ve Önemi*”, **Medya Okur/Yazarlığı** (Ed. Meltem Bostancı), Nobel Yayınevi, Ankara, ss.67-90.
- ÇELİŞEV, Kiril Aleksandroviç ve ÇELİŞEVA, İrina Viktorovna (2015), “*Sintez Mediakritiki i Mediaobrazovaniya v Prosesse Obuçeniya Şkolnikov i Studentov Ukraini*”, **Mediaobrazovanie. Media Education**, S.1, ss.77-89.
- DEMİR, Yavuz ve AYHAN, Bünyamin (2020), “*Sosyal Medyanın Gündem Belirleyicileri: Twitter’da Gündem Belirleme Süreci Üzerine Bir Sosyal Ağ Analizi*”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, S.51, ss.1-19.
- DEVİRİM, Nehir (2023), “*Medya Okuryazarlığı, Medyaya Güven ve Demokrasi*”, **Anlambilim MTÜ Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi**, S.3(1), ss.275-283.
- DOLANBAY, Hacer (2019), “*Sınıfta Medya Okuryazarlığı*”, **Medya Okur/Yazarlığı** (Ed. Meltem Bostancı), Nobel Yayınevi, Ankara, ss.91-111.
- EREN, Veysel ve AYDIN, Abdullah (2014), “*Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler*”, **Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, S.2014(3), ss.197-205.
- EĞMİR, Eray ve OCAK, Gürbüz (2017), “*Eleştirel Düşünme Becerisi Öğretim Programı Tasarısının Uygulanmasını Etkileyen Faktörler*”, **Küreselleşen Dünyada Eğitim** (Ed. Özcan Demirel, Serkan Dinçer), Pegem Akademi Yayınları, Ankara, ss.819-832.
- FEDEROV, Alexander (2005), “*Mediaobrazovanie, Mediaqramotnost, Mediakritika i Mediakultura*”, **Visşee Obrazovanie v Rossii**, S.6, ss.134-138, <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaobrazovanie-mediaqramotnost-mediakritika-i-mediakultura/viewer> (Erişim Tarihi: 07.04.2023).
- FEDOROV, Alexander ve LEVITSKAYA, Anastasia (2015), “*The Framework of Media Education and Media Criticism in the Contemporary World: The Opinion of International Experts*”, **Comunicar Media Education Research Journal**, S.23(45), ss.107-115.
- FEDOROV, Alexander ve LEVITSKAYA, Anastasia (2016), “*Modern Media Criticism and Media Literacy Education: The Opinions of Russian University Students*”, **European Journal of Contemporary Education**, S.16(2), ss.205-216.
- HASDEMİR, Tuğba Asrak ve DEMİREL, Gökçen (2012), “*İletişim Eğitimi ve Medya Okuryazarlığı: Türkiye’deki Uygulamadan Bir Kesit*”, **Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, S.17, ss.176-191.
- HÜSEYNOVA, Khatira (2014), **Televiziya Tenqidi**, Heroqlif Yayınevi, Bakı (AZ).
- JOLLS, Tessa ve THOMAN, Elizabeth (2008), **21.Yüzyıl Okuryazarlığı** (Çev. Cevat Elma, Alper Kesten), Ekinoks Yayınları, Ankara.
- KOROCHENSKY, Aleksandr Petroviç (2003a), **Media Criticism in the Theory and Practice of Journalism**, Rostov State University Publisher, Rostov.
- KOROCHENSKY, Aleksandr Petroviç (2003b), **Pyataya Vlast? Mediakritika v Teorii i Praktike Jurnalistiki**, Roctov n/D. – izd-vo Rostovskoğu Universiteta.

- KOROCHENSKY, Aleksandr Petroviç (2015), **Mirovaya Jurnalistika: İstoriya, Teoriya, Praktika: Sb Nauç i Publisistiçeskix Robot/Red**, Belgorod (BelQU) Publisher, Belgorod.
- KURT, Adile Aşkı ve KÜRÜM, Dilruba (2010), “*Medya Okuryazarlığı ve Eleştirel Düşünme Arasındaki İlişki: Kavramsal Bir Bakış*”, **Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, S.2, ss.20-34.
- KÜBLER, Hans Dieter (2009), “*Mediensozialisation - ein Desiderat zur Erforschung von Medienwelten: Versuch einer Standortbestimmung und Perspektivik*”, **Journal of Childhood and Adolescence Research**, S.4(1), ss.7-26.
- MEHERREMLİ, Qulu (2023), “*Medya Okuryazarlığı*”, **Kişisel Röportaj**, 03.04.2023, Bakü Devlet Üniversitesi, Bakü.
- MEMMEDOV, Cahangir (2023), “*Medya Okuryazarlığı*”, **Kişisel Röportaj**, 03.04.2023, Bakü Devlet Üniversitesi, Bakü.
- ORHON, Nezih (2019), “*Media Okuryazarlığı Açısından Dijital Vatandaşlık Tartışmaları*”, **Medya Okuryazarlığı Üzerine** (Ed. Nilüfer Sezer, Nuray Yılmaz Sert), Eğitim Yayınevi, Konya, ss.37-51.
- ÖNAL, Hatice İnci (2016), “*Medya Okuryazarlığının Topluma Getirdiği Yenilikler*”, **Medya Okuryazarlığı** (Ed. Elif Küçük Durur), Siyasal Kitapevi, Ankara, ss.179-195.
- ÖZGEN, Murat (2019), “*Medya Okuryazarlığının Ekonomi-Politik Bağlamda Çözümlemesi ve Değerlendirilmesi*”, **Medya Okur/Yazarlığı** (Ed. Meltem Bostancı), Nobel Yayınevi, Ankara, ss.49-66.
- POTTER, W. James (2011), **Media Literacy**, Sage Publications, Los Angeles (US).
- REPORT İNFORMASIYA AGENTLİYİ (2021), “*ASCO: Gəmidə Partlayış Baş Verməyib*”, **Report İnformasiya Agentliyi** (E-Haber), 4 Eylül 2021, <https://report.az/hadise/asco-gemide-partlayis-bas-vermeyib/> (Erişim Tarihi: 20.04.2023).
- SELIVERSTOVA, Ludmila (2016), “*Osobennosti Integratsii Mediakritiki İ Mediaobrazovaniya v Avstrii*”, **Mediaobrazovayie: Media Education**, S.4, ss.106-126.
- SEZER, Nilüfer (2019), “*Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Eğitimine İlişkin İlk Gelişimler ve Sonrası*”, **Medya Okuryazarlığı Üzerine** (Ed. Nilüfer Sezer, Nuray Yılmaz Sert), Eğitim Yayınevi, Konya, ss.53-114.
- SILVERBLATT, Art (2001), **Media Literacy**, Praeger Publisher, Westport – London (UK), Second Edition.
- YILMAZ SERT, Nuray ve ÇEVİK ERGİN, Tuba (2019), “*Medya Okuryazarlığı Kavramına Yönelik Betimsel Bir Araştırma*”, **Medya Okuryazarlığı Üzerine** (Ed. Nilüfer Sezer, Nuray Yılmaz Sert), Eğitim Yayınevi, Konya, ss.145-164.
- <https://fhn.gov.az/az/melumatlar/fhn-metbuat-xidmetinin-melumatı-video-foto-39964> (Erişim Tarihi: 20.04.2023).
- <https://report.az/hadise/asco-gemide-partlayis-bas-vermeyib/> (Erişim Tarihi: 20.04.2023).
- <https://www.fhn.gov.az/organizations.php?aze-10/news/xeber/2021/7/4/39960> (Erişim Tarihi: 20.04.2023).
- [https://www.researchgate.net/publication/330168555\\_Sintez\\_mediagramotnosti\\_i\\_mediakritiki\\_v\\_sovremenno\\_m\\_mire\\_rezultaty\\_mezdunarodnogo\\_ekspertnogo\\_oprosa\\_Media\\_Education\\_Mediaobrazovanie\\_2015\\_n\\_3\\_9-31](https://www.researchgate.net/publication/330168555_Sintez_mediagramotnosti_i_mediakritiki_v_sovremenno_m_mire_rezultaty_mezdunarodnogo_ekspertnogo_oprosa_Media_Education_Mediaobrazovanie_2015_n_3_9-31) (Erişim Tarihi: 18.05.2023).

