

## İletişim Bilimleri Alanında Medya Okuryazarlığı Üzerine Yapılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi

### Öz

Halid ÖZGÜR\*  
Ahmet ESKİCUMALI\*\*

Bu araştırmada, iletişim bilimleri alanında YÖK Tez Merkezi'nde yer alan medya okuryazarlığı üzerine yapılmış lisansüstü tezlerin meta-sentezlenmesinin yapılması amaçlanmıştır. 2008-2023 yılları arasında yayınlanmış olan tezlerin meta verileri (yıl, anabilim dalı, özet metinleri vd.) ve orijinal tam metinleri (çalışılan yöntem, dayandırılan kuram, kullanılan ölçek) noktasında incelenmiştir. 53 lisansüstü tezin meta verileri kodlanmış ve elde edilen veriler içerik analizi kullanılarak yüzde ve frekans hesaplamaları yapılmıştır. Araştırma bulgularına göre medya okuryazarlığı üzerine toplam 26 farklı üniversitenin tezleriyle katkı sunduğu ve en çok tez çalışmasının 2019 yılında yayınlandığı belirlenmiştir. Anabilim dalına göre yapılan tez sayısı sıralandığında en çok tez çalışmasının radyo televizyon ve sinema, gazetecilik ve iletişim bilimleri anabilim dallarında olduğu görölmüştür. Tezlerde en sık nitel yöntem kullanılmıştır. Çalışmalarda en sık Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği kullanılmıştır, doktora tezlerinde ise en çok Yeni Medya Okuryazarlığı Ölçeği'nden faydalanılmıştır. Ayrıca içerik analizi uygulanan tüm tezlerde en çok haber, medya, çocuk, genelleksek ve kùltürel kelimelerinin tekrar ettiği tespit edilmiştir. Araştırmanın medya okuryazarlığı üzerine iletişim bilimleri alanında yapılacak yeni çalışmalarda fikir vermesi hedeflenmiştir.

\*Öğr. Gör.  
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi,  
Çevre Koruma Teknolojileri,  
E-mail:halidozgur@subu.edu.tr,  
ORCID:0000-0001-7942-2027

\*\*Prof. Dr.  
Sakarya Üniversitesi,  
İletişim Tasarımı,  
E-mail:ecumali@sakarya.edu.tr,  
ORCID: 0000-0003-3296-9580

**Anahtar Kelimeler:** Medya Okuryazarlığı, İletişim Bilimleri, Lisansüstü, Bibliyometrik.

Geliş Tarihi: 09.11.2023  
Kabul Tarihi: 23.12.2023

Özgür, H. & ESKİCUMALI, A. (2023). İletişim bilimleri alanında medya okuryazarlığı üzerine yapılan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Medya ve Kùltür*. 3(2),193-208. doi: 10.60077/medkul.1388535.

Research Article

## Bibliometric Analysis of Postgraduate Theses on Media Literacy in Communication Sciences

Halid ÖZGÜR\*  
Ahmet ESKİCUMALI\*\*

### Abstract

The aim of this study is to make a meta-synthesis the postgraduate theses on media literacy in the field of communication sciences in YÖK Thesis Center. Theses published between 2008 and 2023 were analyzed in terms of their metadata (year, department, abstract texts, etc.) and original full texts (methodology, underlying theory, scale used). The metadata of 53 graduate theses were coded and the data obtained were subjected to content analysis, and percentage and frequency calculations were made. According to the results of the research, it was found that a total of 26 different universities contributed to the studies on media literacy and the most thesis studies were published in 2019. When the number of theses is ranked by department, it is seen that the highest number of theses are in the departments of radio, television and cinema, journalism and communication sciences. Qualitative method was mostly used in theses. Among the studies using ready-made scales, the most frequently used scale was the Media Literacy Level Determination Scale, while the most frequently used scale in doctoral dissertations was the New Media Literacy Scale. In addition, it was found that the most repeated words in all theses that were subjected to content analysis were news, media, children, traditional and cultural. It is aimed that the research will give an idea about the new studies to be conducted in the field of communication sciences on media literacy, which is becoming increasingly important.

\*Lecturer,  
Sakarya University of Applied Sciences,  
Environmental Protection Technologies,  
E-mail: halidozgur@subu.edu.tr,  
ORCID:0000-0001-7942-2027

Prof, Dr.,  
Sakarya University,  
Communication Design Department,  
E-mail:ecumali@sakarya.edu.tr,  
ORCID: 0000-0003-3296-9580

**Keywords:** Media Literacy, Communication sSciences, Postgraduate, Bibliometric.

Received: 09.11.2023  
Accepted: 23.12.2023



## Extended Abstract

In the face of media intensification as a result of the diversification of media environments, the increase in internet speeds, the rise of mobile devices, the diversification of social media platforms, the ease of content production and the proliferation of artificial content with the rise of artificial intelligence, experiencing media without adequate media education risks a distorted understanding of the realities of the world. In addition to providing the information, abilities, and conceptual frameworks required for daily living as members of a family and a community, media education ought to be a component of the professional training of those in a range of professions and careers, including law, medicine, and business (Jenkins, 2013, p. 124). Digital platforms offer a wide range of competitive experiences for users and can be very valuable when used strategically as tools to provide experiences that fulfill needs for stimulation, emotion, skill development and connecting with other people in meaningful and rewarding ways, but they can also be very harmful when they begin to dominate people's lives by consuming resources and only return in frustration, false experiences and isolation (Potter, 2021, p. 459).

As communication becomes more central to modern society, it becomes increasingly imperative to define and manage the development of the skills and abilities required to use technological communication tools and media. Despite the long-standing controversy over the idea of media literacy in academic and policy discourses, emerging types of literacy, like computer literacy, occasionally have alternative names or breakdowns (Reinoehl & Hanna, 1990), internet literacy (Richardson, 2006) (Johnson, 2007), digital-literacy (Gilster, 1997), new media literacy (Karaduman, 2019) digital and media literacy (Hobbs, 2010). Media literacy, or literacy in general, is the capacity to access, interpret, assess, and produce communications in a variety of media. Media literacy is on the agenda not only among media schools but also among the public, including administrators, educators and parents concerned about the risk of their children's exposure to the media. Media literacy is a topic of interest to a wide range of academics as well as non-academics, with almost all of the writing in the field having been published in the last three decades, and more academics becoming interested in the topic in the last two decades as mass media has changed with the digitalization of information and convergence between communication channels (Potter, 2010, p. 675).

The aim of this study is to analyze the postgraduate thesis studies on media literacy published in the field of communication sciences in YÖK Thesis Centre and to create ideas for future studies in the field. Bibliometric analysis (meta-synthesis) method, one of the research content analysis methods, was used. According to Saldana (2023, p. 205), who states that this technique is based on the researcher collecting and comparatively analyzing the statements and sentences - that is, themes - that represent the essence and principles of past studies, meta-synthesis is not a method designed to produce oversimplification; on the contrary, in this method, differences are preserved, and complexities are illuminated. Coding and thematization are done at both descriptive and interpretive levels to create new syntheses and perspectives on the issues addressed by linking different studies through metaphors and concepts. The population of the study consists of thesis studies on "Media Literacy" in the field of communication sciences in the YÖK National Thesis Centre in Turkey. As a sample, among all published theses in the thesis.yok.gov.tr database, a total of 53 graduate theses were included with the keyword "media literacy" in the search field

and “communication sciences” in the subject field. Some of the theses have both communication sciences and other subject areas as the subject, and such theses are also included in the sample. The title, department, year, thesis type, research method, research method, underlying theory, scale used, abstracts and all texts of all theses in the sample were evaluated.

MAXQDA 2022, one of the most preferred coding and analysis tools in content analysis studies, was preferred and licensed for the research. Metadata and original full-text PDF documents of 53 graduate theses constituting the sample were entered as dataset. As metadata, the information on the department, year of publication, type of thesis, research method, underlying theory, scale used, and the coding made on the abstracts of all theses were analyzed comparatively. In addition, frequency analysis was performed on the frequently repeated words in all texts of the theses.

Theses in the field of communication sciences focus on the evaluation of the benefits of media literacy in the face of new media, social media, technological developments, mass media and their effects, and emphasize the importance of media literacy and critical media literacy as recommendations. On the educational sciences side (intersecting with the field of communication sciences), theses also include discussions on media literacy education curricula, contents, and how better education can be provided. Although different concepts such as digital literacy, internet literacy or social media literacy come to the forefront at different times in the research, it seems that these names are shaped according to technological developments. At the heart of it all (and usually as the second/third word) is the concept of “literacy” and the questioning, critical, critical analytical dimensions of this concept are the main themes that do not change. Through media literacy, it is important to be able to critically access all kinds of media content encountered in daily life. Therefore, by definition, the ability to access, analyze, evaluate, and communicate the messages behind the written and the written can be subject to future research from this perspective. Since the subject of media literacy is at the intersection of communication and education departments, we think that the literature can be enriched by basing it on different theories other than the theories in the studies conducted so far. As an example of possible future studies, it seems possible to conduct postgraduate thesis studies on media literacy within the framework of Gerbner’s Cultivation Theory and we think that this suggestion can also be evaluated by the researchers. Although we are not against the production of new concepts according to technological developments in the field of communication, we can suggest that the main theme for people and institutions at all levels (content producers, content consumers, both producers and consumers and institutions that produce content, institutions that use / disseminate content, institutions that own the platforms where this content is produced and / or shared, etc.) is “literacy” and that the critical dimension of this is also very important, we can suggest that this aspect should be addressed and emphasized in the focus of research.

## Giriş

Sosyal medya platformlarının çeşitlenmesi, internet hızlarını yükselmesi, mobil cihazların artışı, içerik üretiminin kolaylaşması ve yapay zekanın yükselişi gibi teknolojik gelişmeler bugünden geriye doğru on yıl gibi kısa bir zaman dilimi içerisinde ve üst üste yaşanmaktadır. Bu medya ortamları kullanıcılar için stratejik bir şekilde uyarılma, duygu, beceri geliştirme ve diğer insanlarla anlamlı ve ödüllendirici şekillerde bağlantı kurma ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde çok çeşitli rekabetçi deneyimler sunan araçlar olarak kullanıldığında değerli olabilmektedir. Öte yandan bu araçlar insanların zaman ve emek gibi kaynaklarını tüketerek hayatlarına hükmetmeye başladığında ve hayal kırıklığı, yanlış deneyimler ve izolasyon olarak geri döndüğünde ise zararlı olabilmektedirler (Potter, 2021, s. 459). Bu bağlamda insanların yoğun medya içerikleri arasında gerçek ve doğru bilgiye ulaşabilmeleri ve iletişim kurarken doğru deneyimler yaşayabilmeleri için medya farkındalığına sahip bireyler olmaları, temel bir gereksinim hâline dönüşmektedir.

Medya eğitimi gündelik hayatta, aile ve toplum üyeleri olarak ihtiyaç duyulan bilgi, beceri ve kavramsal çerçeveleri sunması yönüyle kritik bir önem taşımaktadır. Aynı zamanda avukatların, doktorların, iş adamlarının -çeşitli meslek ve uğraşlara giren insanların- mesleki eğitiminin de bir parçası olmalıdır (Jenkins, 2013, s. 124). İşte bu yüzden en üst başlık olarak medya eğitimi ve özelinde medya okuryazarlığı perspektifi, dijital platformları deneyimlerken hayata ve dünyanın gerçeklerine dair daha bilinçli, daha anlamlı değerlendirmeler yapabilmenin bir yolunu sunmaktadır.

İletişim modern toplumun merkezi hâline geldikçe, teknolojik iletişim araçlarını ve ortamları kullanmak için gerekli beceri ve yeteneklerin tanımlanması ve gelişiminin yönetilmesi de bir o kadar zorunlu hale gelmektedir. Hem akademik hem de politik söylemlerinde medya okuryazarlığı kavramı, uzun süredir tartışmalı olsa da dönemsel olarak bilgisayar okuryazarlığı (Reinoehl & Hanna, 1990), internet okuryazarlığı (Richardson, 2006) (Johnson, 2007), dijital-okuryazarlık (Gilster, 1997), yeni medya okuryazarlığı (Karaduman, 2019), dijital ve medya okuryazarlığı (Hobbs, 2010) gibi çeşitli şekillerde yeni okuryazarlık biçimleri üzerine farklı isimlendirmeler veya kırılımlar yer almaktadır.

Aufderheide (1993, s. 3) medya okuryazarlığını mesajlara erişme, analiz etme, değerlendirme ve oluşturma becerisi olarak dört bileşene ayırmaktadır, Livingstone (2010, s. 5) ise bu dört bileşenin dinamik bir öğrenme süreci içerisinde birbirini desteklediğini belirtmektedir. Avşar'a (2013, s. 16) göre medya okuryazarlığı eğitimi, insanlara eleştirel düşünme yeteneği kazandırarak aktif vatandaşlar ve etkili iletişimciler olmanın yanı sıra medya üzerinden algılanan dünya ile gerçek dünyayı ayırt etme yeteneği vermektedir. Porter'a (2022, s. 54) göre de medya okuryazarlığı, insanların kendini medyaya maruz bırakmak ve karşılaştıkları mesajların anlamını yorumlamak için aktif olarak kullandıkları bir dizi bakış açısıdır, çok boyutludur ve süreklilik arz eder. Potter (2010, s. 675) ise medya okuryazarlığını, sadece medya okulları arasında değil, yöneticiler, eğitimciler ve aynı zamanda çocuklarının medyaya maruz kalması riskinden endişe duyan ebeveynler de dahil olmak üzere genel halk arasında da genel bir eğilim olarak görmektedir.

## 1. Medya Okuryazarlığı ve Türkiye'deki Tarihsel Gelişimi

Medya eğitimi alt yapısının küresel ölçekte oluşması, uzun yıllar hazırlık gerektirmiş ve süreç olarak uzun bir döneme yayılmıştır. 1930'lu yıllarda ilk olarak ABD'de başlayan medya okuryazarlığı çalışmaları Avrupa ülkelerinde ise 1970'lerden itibaren yaygınlaşmaya başlamıştır. Medya okuryazarlığı eğitimi bazı ülkelerde diğer derslerle ilişkilendirilerek bazı ülkelerde ise seçmeli ya da zorunlu ayrı bir ders olarak verilmektedir. Türkiye'de medya okuryazarlığının öncüsü olarak değerlendirilebilecek ders anlatımında medya araçlarından yararlanılması uygulaması ilk olarak 1930'lu yılları işaret ettiği görüşü olsa da (Hasdemir, 2014), çoğunlukla 1990'lı yıllarda özel radyo ve televizyonların yayına geçmesinden sonra tartışılmaya başlanmış (Avşar, 2013), Medya okuryazarlığı 2000'lerin başında akademik dünyanın bir parçası hâline gelmiştir (Sayar, 2022). Akademik olarak medyaya karşı iki tür yaklaşım söz konusudur: Korumacı yaklaşım ve eleştirel yaklaşım (Kıran, 2020, s. 239).

Türkiye'de toplumsal ve bireysel hayatta etkisi ve önemi giderek artan iletişim konusunda taraflarının görüşlerini paylaşıp tartışabilecekleri geniş katımlı bir birlikteliğin sağlanması amacıyla RTÜK organizasyonu, Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü ve TRT'nin de katkılarıyla 2003 yılında İletişim Şurası düzenlenmiştir (Cumhurbaşkanlığı, 2003). İletişim Şurası sonuç bildirgesinde medya okuryazarlığının öneminin vurgulanmasının ardından 2004 yılında Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) Millî Eğitim Bakanlığı'na medya okuryazarlığı dersinin ilköğretim okullarının müfredatına eklenmesini önermiştir. Bu kapsamda Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi (2005) bünyesinde 1. Uluslararası medya okuryazarlığı sempozyumu düzenlenmiş, 2006 yılında ise Türkiye-Avrupa Birliği Konseyi üye ve aday ülkeler için yayınladığı bir deklarasyonda medya okuryazarlığını yaşam boyu öğrenme becerileri arasında saymış ve eğitim sistemlerine dahil edilmesini tavsiye etmiştir (Cakmak & Tuzel, 2016, s. 2). Medya Okuryazarlığı Projesi de 2006-2007 eğitim-öğretim yılında RTÜK ve MEB iş birliğiyle hayata geçirilmiştir (Özonur & Özalpman, 2009). Süreçte yer alan ana kurumlar üzerinden bakıldığında medya okuryazarlığı iletişim denetimi ve iletişim eğitimi gibi iki temel başlığın olduğu multidisipliner bir alan olarak değerlendirilebilmektedir.

2013 yılında çocukların kitle iletişim araçlarını kullanma konusundaki alışkanlıklarını ve bu alandaki durumu belirlemek amacıyla Çocukların Medya Kullanma Alışkanlıkları araştırması yapılması tarihsel olarak medya okuryazarlığının gelişimine önemli katkı sağlamış görünmektedir (RTÜK, 2013). Araştırmanın Türkiye'nin 26 il merkezi ve bunlara bağlı ilçe, kasaba ve köylerinde yaşayan 6-18 yaş grubu 1-12 sınıf öğrencilerini kapsayan büyük örnekleme gerçekleştirilmesi dönemsel durumun tespitini sağlamakta ve yeni yapılacak çalışmalara ışık tutmaktadır. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu uzmanları ve iletişim bilimleri akademisyenlerinden oluşan bir komisyon tarafından etkinlik merkezli, bilgi ve beceriyi dengeleyen, öğrencinin kendi yaşantısını ve bireysel farklılıklarını dikkate alan, çevresiyle etkileşimine olanak sağlayan yeni bir anlayışla "Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Öğretmen Kılavuzu" hazırlanmıştır. (RTÜK, 2016). Multidisipliner bir alan olması yönüyle medya okuryazarlığına her alan kendi perspektifinden yaklaşarak konuyu değerlendirmekte ve literatüre katkı sunmaktadır.

## 2. Literatür Taraması

Literatürde medya okuryazarlığı üzerine konuyu çeşitli yönlerden ele alan bibliyometrik analiz temelli çalışmalar yer almaktadır. Eşidir, Bak, ve Gündüz (2023) çalışmasında WoS ve Scopus veri tabanlarında yer alan yeni medya okuryazarlığı konusunda yapılan akademik çalışmaların bibliyometrik profilini çıkarıp, kıyaslama yaparak medya okuryazarlığı konulu ilk çalışmanın WoS'ta 1996 yılında, Scopus'ta ise 1997 yılında kaleme alındığını tespit etmiştir. Her iki veri tabanında da makale türünde çalışmaların yoğunluklu olarak yazıldığı sonucuna varılmıştır. Uyar ve Hasdemir (2023, s. 79) iletişim bilimleri alanında 2015 ile 2020 yılları içerisinde medya okuryazarlığı üzerine yapılmış doktora tez çalışmalarından yedi tanesini yöntem ve tekniklerine göre incelemişler ve anket, derinlemesine görüşme, içerik analizi, kesitsel ve ilişkisel araştırma yöntemlerinden yararlandığını bulgulamışlardır.

Kıncal ve Korkmaz'ın (2015, s. 23) çalışmasında Türkiye'de medya okuryazarlığı konusunun çalışıldığı makalelerin içerik analizini yapılarak medya okuryazarlığı konusunun nasıl ele alındığını ortaya koymayı hedeflemişlerdir. Tam metin olarak ulaşılabilen toplam 66 makalenin içerik analizi yapılırken makalelerin yılları, konu alanları, yöntemi, veri toplama araçları, örnekleme, veri analiz yöntemi kapsamında incelenmiştir. En fazla yayının 2013 yılında yapıldığı, en fazla çalışılan konuların ise ülkelerdeki uygulamaların incelenmesi ve disiplinler arası çalışmalar olduğu tespit edilmiştir. Nitel ve derlemeye dayalı araştırmalarda daha çok doküman incelemesinin veri toplama aracı olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Çetin'in (2022, s. 127) araştırmasında ise amacı "dijital okuryazarlık" ile ilgili yapılan lisans üstü tezleri incelemektir. Araştırma nitel araştırma yönteminde gerçekleştirilmiş, YÖK tez veri tabanında dijital okuryazarlık anahtar kelimesiyle yapılan taramada toplam 54 teze ulaşılmıştır. Betimsel analiz yöntemi ile yapılan veri analizi sonuçlarında tezlerin 49'unun yüksek lisans 5'inin doktora tezi olduğunu, en fazla tez çalışmasının Gazi Üniversitesi'nde, eğitim bilimleri alanında ve bu alan içinde de bilgisayar ve öğretim teknolojileri alanında yapıldığı; ilk çalışmanın 2015 yılında en fazla çalışmanın ise 2021 yılında yapıldığı en fazla tercih edilen konunun dijital okuryazarlık seviyesini belirlemek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yeşiltaş ve Yılmaz'ın (2021, s. 4906) araştırmasında "eğitimde medya okuryazarlığı" ile ilgili yayımlanan akademik çalışmalar incelenmiştir. Çalışmada WoS veri tabanlarında 1970-2021 yılları arasında yayımlanan yayınlar içerisinde "media literacy" araması yapılarak 919 akademik çalışmaya ait bibliyometrik veri seti oluşturulmuştur. Araştırmanın sonuçları arasında makalelerde kullanılan dil açısından en çok İngilizce, İspanyolca ve Rusça yayınlar olduğu tespit edilmiştir. Türkiye özelinde ise en çok yayın yapan yazarların bulunduğu kurumun Anadolu Üniversitesi olduğu tespit edilmiş ve yayınlarda en çok kullanılan anahtar kelimelerin "medya okuryazarlığı", "medya eğitimi", "eğitim" ve "dijital okuryazarlık" olduğu görülmüştür.

Literatürde yer alan bu çalışmalarda seçilen örneklemlerin WoS ve Scopus gibi uluslararası veri tabanlarında yer alan yayınlar oluşmaktadır. Türkiye örnekleminde yapılan çalışmalarda ise YÖK'ün ulusal tez merkezinde yer alan doktora türü ile veya Türkçe makale veri tabanlarıyla sınırlanmaktadır. Bazı çalışmalarda da ana yaklaşım "dijital okuryazarlık" kavramı üzerinden -dolayısıyla kavram olarak daha geniş bir çerçevede- ele alınmaktadır. Bununla birlikte medya okuryazarlığı multidisipliner

bir kavram olması sebebiyle literatürde “eğitimde” medya okuryazarlığı bağlamıyla incelenmektedir. Buradan hareketle çalışmamızın özgün değeri Türkiye’de yapılmış tüm lisansüstü çalışmalar arasında, “iletişim bilimleri” alanına odaklanması ve bu alanda medya okuryazarlığı konusunda yer alan araştırmalara dair büyük resmi daha net ortaya konmasından kaynaklanmaktadır.

### 3. Yöntem

Bu çalışmada YÖK ulusal tez merkezinde medya okuryazarlığı üzerine iletişim bilimleri alanında/konusunda yayınlanmış lisansüstü tezlerde sık konu edilen kavramlar, kullanılan kuramlar, tercih edilen yöntemler ve -varsa- kullanılmış ölçeklerin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu amaçla tezlerin temel meta verileri ve orijinal metinleri üzerinden karşılaştırmalı içerik analizini yaparak gelecekte alanda yapılacak yeni çalışmalar için genel bir değerlendirme oluşturmak hedeflenmektedir. Araştırmada içerik analizi yöntemlerinden bibliyometrik analiz (meta-sentezleme) yöntemi kullanılmıştır. Saldana’ya (2023, s. 205) göre bibliyometrik analiz tekniği araştırmacının geçmiş çalışmaların özleri ve esaslarını temsil eden ifadeleri ve cümleleri -yani temaları- toplanması ve karşılaştırmalı olarak analiz etmesine dayanmaktadır. Farklı çalışmalar arasında metaforlar ve kavramlar aracılığı ile bağlantı kurularak, yeni sentezler oluşturmak için hem betimsel hem de yorumlayıcı düzeyde kodlama ve temalandırma yapılabilmektedir.

#### 3.1. Araştırma Soruları

Türkiye’de iletişim bilimleri alanı özelinde medya okuryazarlığı üzerine yapılan lisansüstü tezleri içerik analiziyle karşılaştırmalı olarak incelemek üzere aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmıştır:

1. Tezlerin orijinal tam metinlerinde en çok tekrar kullanılan kelimeler nelerdir?
2. Tezlerin dayandırıldığı kuramlar -varsa- hangileridir, en çok kullanılan kuramlar hangileridir?
3. Tezler medya okuryazarlığında gelişmiş olan korumacı ve eleştirel hangi yaklaşımları tercih etmiştir?
4. Tezlerin araştırma yöntemine göre dağılımı nasıldır?
5. Tezlerde kullanılan ölçekler hangileridir, en çok hangi ölçekler tercih edilmektedir?

#### 3.2. Evren ve Örneklem ve Sınırlılıklar

Bu çalışmada araştırma sorusuna nitel veri toplama çeşitlerinde dokümanlar için uygun olan tabakalı amaçlı örneklem tercih edilmiştir. Araştırma sürecinde, araştırmacı gazeteler, toplantı tutanakları, resmi raporlar gibi umumi dokümanlar toplayabilmektedir (Cresswell, 2017). Tabakalara ayrılmış örneklem içinden, amaçlı olarak seçilerek oluşturulan yeni örneklem grubuna “tabakalı amaçlı örneklem” denilmektedir (Baltacı, 2018).

Araştırmanın evrenini Türkiye’de YÖK Ulusal Tez Merkezi’nde iletişim bilimleri alanında “medya okuryazarlığı” üzerine yapılan yayınlanmış tüm lisansüstü tez çalışmaları oluşturmaktadır. Veri tabanında istenilen zamanda çeşitli kriterlere göre (zaman aralığı, araştırma konusu, türü vb.) arama yapılarak lisansüstü tezlerin tam metinlerine erişilebilmektedir. YÖK Tez Merkezi’nde “medya okuryazarlığı” araması ile elde edilen bulgulara göre ilki 2007 yılında yapılmış olan toplam 130



tez bulunmaktadır (YÖK, 2023). YÖK'te tez çalışmaları “konu” başlığı altında sağlık eğitimi, sosyoloji, kamu yönetimi, güzel sanatlar, radyo-televizyon, eğitim ve öğretim, iletişim bilimleri gibi çeşitli başlıklar altında toplanmıştır. Bu tezler arasında “iletişim bilimleri” konusu filtrelendiğinde toplam 53 tez yer almaktadır.

Tabakalı amaçlı örneklem tercihi ile örneklem olarak, tez.yok.gov.tr veri tabanında bulunan tüm yayınlanmış tezler arasında arama alanında “medya okuryazarlığı” anahtar kelimesi ve konu alanında da “iletişim bilimleri” ile sınırlanan toplam 53 lisansüstü tezin tam metinleri sistem üzerinden indirilmiş ve araştırma amacına uygun olarak kodlanmıştır. Bazı tezler konu olarak hem iletişim bilimleri hem de eğitim ve öğretim, halkla ilişkiler, sosyoloji, güzel sanatlar vb. gibi konu alanlarında yer almaktadır. Bu tür iki konu alanına da hitap edecek şekilde hazırlanan tezler de örneklem içerisinde tutulmuştur.

### 3.3. Verilerin Analizi

YÖK tez merkezi veri tabanında örneklem içerisinde bulunan 53 yüksek lisans tezinin orijinal metinleri büyük bir veri seti oluşturduğu için yazılım desteği almak üzere içerik analizi çalışmalarında sık tercih edilen kodlama ve analiz araçlarından biri olan MAXQDA 2022 tercih edilmiş ve araştırma için lisanslanmıştır. Örneklemi oluşturan 53 lisansüstü teze ait metaveriler ve orijinal tam metinleri içeren PDF belgeleri veri seti olarak girilmiştir. Metaveriler olarak tüm tezlerin anabilim dalı, yayın yılı, tez türü, araştırma yöntemi, dayanan kuram, kullanılan ölçek bilgileri ile özet (öz) metinleri üzerinden kodlamalar yapılmıştır. Yapılan kodlamalar çeşitli karşılaştırmalarla analiz edilmiştir. Ayrıca tezlerin tüm metinleri üzerinde de sık tekrar eden kelimeler üzerinden frekans analizi yapılmış ve yorumlanmıştır.

## 4. Bulgular

Araştırma kapsamındaki lisansüstü tezlere ait bulgular tablolar ve yorumlarıyla beraber sunulmuştur. YÖK Tez Merkezi'nde “medya okuryazarlığı” araması ve “iletişim bilimleri” konusunda sınırlanarak toplam 53 tez bulunmuştur (YÖK, 2023). Bulunan tezlerin yıllara ve türe göre kategorik dağılımı aşağıda sunulmuştur.

**Tablo 1.** İletişim bilimleri alanında medya okuryazarlığı ile ilgili tezlerin yıllara göre dağılımı

Yıl	Doktora	Yüksek Lisans	Toplam	%
2008	1	1	2	4
2009	0	1	1	2
2010	0	1	1	2
2011	1	1	2	4
2012	0	1	1	2
2013	0	2	2	4
2014	0	0	0	0
2015	2	4	6	11
2016	2	3	5	9
2017	1	5	6	11
2018	1	5	6	11
2019	0	8	8	15
2020	1	2	3	6
2021	0	4	4	8
2022	2	0	2	4
2023	2	2	4	8

## İletişim Bilimleri Alanında Medya Okuryazarlığı Üzerine Yapılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi

İletişim bilimleri medya okuryazarlığı konusunda çalışmalar 2008 yılında toplam 6 tez ile başlamıştır. 2015-2019 yılları arasında bu konuda yapılan tezlerin sayılarının arttığı görülmektedir, toplam tezlerin %54'ü (n=26) bu yıllarda yapılmıştır. En çok 2019 yılında %15'i (n=8) lisansüstü tez yayınlanmıştır ve bu tezlerin tamamı yüksek lisans tezidir. 2020 yılında toplam lisansüstü tezlerin %6'sı (n=3), 2021 yılında %8'i (n=4), 2022 yılında %4'ü (n=2), 2023 yılında %8'i (n=4) yayınlanmıştır. 2014 yılında ise bu konuda tez yayınlanmadığı görülmüştür.

2008-2023 yılları arasında yayınlanan toplam 53 tezin %25'i (n=13) doktora, %75'i (n=40) yüksek lisans tezidir. Doktora tezleri en çok 2015 (n=2) ve 2016 (n=2) yılları ile 2022 (n=2) ve 2023 (n=2) yıllarında yayınlanmıştır.

**Tablo 2.** İletişim bilimleri alanında medya okuryazarlığı üzerine lisansüstü tez çalışılan üniversiteler

Üniversite Adı	Doktora	Yüksek Lisans	Toplam	%
Marmara Üniversitesi	1	6	7	13
Gazi Üniversitesi	3	2	5	9
Anadolu Üniversitesi	2	2	4	8
Atatürk Üniversitesi	0	4	4	8
İstanbul Üniversitesi	2	1	3	6
Akdeniz Üniversitesi	1	1	2	4
Ankara Üniversitesi	0	2	2	4
Ege Üniversitesi	0	2	2	4
Erciyes Üniversitesi	2	0	2	4
Fırat Üniversitesi	1	1	2	4
Hacettepe Üniversitesi	0	2	2	4
İstanbul Kültür Üniversitesi	0	2	2	4
Kocaeli Üniversitesi	0	2	2	4
Üsküdar Üniversitesi	0	2	2	4
Ardıyman Üniversitesi	0	1	1	2
Galatasaray Üniversitesi	0	1	1	2
Giresun Üniversitesi	0	1	1	2
Hasan Kalyoncu Üniversitesi	0	1	1	2
İstanbul Aydın Üniversitesi	0	1	1	2
İstanbul Ticaret Üniversitesi	0	1	1	2
Kadir Has Üniversitesi	0	1	1	2
Maltepe Üniversitesi	1	0	1	2
Sakarya Üniversitesi	0	1	1	2
Süleyman Demirel Üniversitesi	0	1	1	2
Yaşar Üniversitesi	0	1	1	2
Yeditepe Üniversitesi	0	1	1	2

2008-2023 yılları arasında medya okuryazarlığı konusunda en çok sayıda tez Marmara Üniversitesi'ndedir ve toplam tezlerin %13'ü (n=7) bu üniversitede yapılmıştır. Tezlerin 6'sı yüksek lisans, 1'i doktora türündedir. İlk beş sırada sırasıyla Gazi Üniversitesi %9 (n=5), Anadolu Üniversitesi %8 (n=4) Atatürk Üniversitesi %8 (n=4) ve İstanbul Üniversitesi %6 oranında yer almaktadır. Toplam 26 tez ile ilk beş üniversite toplam tezlerin %44'ünü oluşturmaktadır.

**Tablo 3.** Tezlerin enstitülere göre dağılımı

Enstitü	Frekans	%
Sosyal Bilimler Enstitüsü	46	86
Eğitim Bilimleri Enstitüsü	4	8
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü	3	6
Toplam	53	100

Tezlerin %86'sı (n=46) sosyal bilimler enstitülerinde, %8'i (n=4) eğitim bilimleri enstitülerinde, %6'sı (n=3) lisansüstü eğitim enstitülerinde yapılmıştır.

**Tablo 4.** Tezlerin anabilim dalına göre dağılımı

Code System	Yüksek Lisans Tezi	Doktora Tezi	Toplam	%
Radyo Televizyon ve Sinema	10	2	12	23
Gazetecilik	5	2	7	13
İletişim Bilimleri	4	3	7	13
İletişim	1	2	3	6
Basın ve Yayın	1	2	3	6
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	2	1	3	6
İlköğretim	2	0	2	4
İletişim Sanatları	2	0	2	4
Medya ve Kültürel Çalışmalar	2	0	2	4
Görsel İletişim Tasarımı	1	0	1	2
Medya ve İletişim Yönetimi	1	0	1	2
Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi	1	0	1	2
Yeni Medya ve İletişim	1	0	1	2
Medya ve İletişim Sistemleri	1	0	1	2
İletişim Tasarımı ve Bilişim Teknolojileri	1	0	1	2
Kamu Yönetimi	1	0	1	2
Sinema ve Televizyon	1	0	1	2
Sosyal Bilimler ve Türkçe Eğitimi	1	0	1	2
Temel Eğitim	0	1	1	2
Türkçe ve Sosyal Bilimler	1	0	1	2
Yeni Medya	1	0	1	2
Toplam	40	13	53	100

Anabilim dalına göre yapılan tez sayısı sıralandığında tezlerin %23'ü (n=12) radyo televizyon sinema, %13'ü (n=7) gazetecilik, %13'ü de iletişim bilimleri anabilim dalında yapılmıştır. Bu üç anabilim dalında yapılan tezler toplam tezlerin %49'unu oluşturmaktadır.

**Tablo 5.** Tezlerin araştırma yöntemine göre dağılımı

Yöntem	Frekans	%
Nitel Yöntem	24	45
Nicel Yöntem	17	32
Karma Yöntem	10	19
Literatür Derleme	2	4
Toplam	53	100

Tezlerde nitel yöntem %45 (n=24) ile en çok kullanılan yöntem olarak bulunmuştur. Nicel yöntem %32 (n=17), karma yöntem %4 (n=10) ve literatür derleme ise %4 (n=2) olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 6.** Veri toplama tekniğine göre dağılım

Veri Toplama Tekniği	Frekans	%
Anket	28	39
İçerik Analizi	24	35
Görüşme	18	25
Gözlem	1	1

Veri toplama tekniklerinin dağılımı incelendiğinde en çok anket tekniği %39 (n=28) oranında kullanılmıştır. İçerik analizi %35 (n=24), görüşme tekniği %25 (n=18) ve gözlem tekniği de %1 (n=1) olarak bulunmuştur.

**Tablo 7.** Tezlerde kullanılan ölçekler

Kullanılan Ölçek	Doktora Tezi	Yüksek Lisans Tezi	Toplam	%
Ölçek Yok	8	29	37	63
Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği	2	3	5	8
Yeni Medya Okuryazarlığı Ölçeği	3	1	4	7
Medya Okuryazarlığı Tutum Ölçeği	0	2	2	3
Medya Okuryazarlığı ve Bağımlılık	0	1	1	2
Cornell Eleştirel Düşünme Testi Düzey X	0	1	1	2
Demokratik Eğilimler Ölçeği	0	1	1	2
İletişim Becerileri Değerlendirme Ölçeği	0	1	1	2
İnsani Değerler Ölçeği	0	1	1	2
Medya Eğilimleri Ölçeği	0	1	1	2
Sosyal Medya Kullanım Ölçeği	0	1	1	2
Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Tutum Ölçeği	0	1	1	2
Sosyal Medya Okuryazarlığı Ölçeği	0	1	1	2
Sosyal Medyaya Özgü Epistemolojik İnanclar Ölçeği	1	0	1	2
Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Ölçeği	1	0	1	2
Toplam	15	44	59	100
%	25	75	100	

Tezlerde 14 farklı ölçek belirlenmiştir. En sık kullanılan ölçek Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği'dir %8'dir (n=5). Yeni Medya Okuryazarlığı Ölçeği %7'dir (n=4) ve bu ölçek doktora tezleri türünde en çok kullanılan ölçek olduğu belirlenmiştir. Medya Okuryazarlığı Tutum Ölçeği'nin kullanıldığı tezler toplam tezlerin %3'üdür (n=2). Tabloda görülen diğer ölçekler her biri farklı bir tezde kullanılmıştır. Kullanılan ölçek sayısına göre bakıldığında hazır ölçek kullanılan tezler içerisinde doktora tezleri %25 (n=15), yüksek lisans tezleri ise %75'tir (n=44).

**Tablo 8.** Tezlerin dayandırıldığı kuramlar

Kuram	Yüksek Lisans Tezi	Doktora Tezi	Toplam	%
Kuram Yok	33	12	45	85
Göstergebilim Kuramı	3	0	3	6
Kullanımlar Doyumlar Kuramı	3	0	3	6
Sosyal Öğrenme Kuramı	1	1	2	4
Toplam	40	13	53	100

Tez çalışmalarının %85'inde kuram kullanılmamış, genel olarak medya okuryazarlığı kavramı çerçevesinde çalışıldığı görülmüştür. Bununla birlikte göstergebilim kuramı %6 (n=3), kullanımlar doyumlar kuramı %6 (n=3) ve sosyal öğrenme kuramı %4 (n=2) oranında kullanılmıştır.

**Tablo 9.** Tezlerde medya okuryazarlığı açısından korumacı ve eleştirel yaklaşım dağılımı

Yaklaşım	Yüksek Lisans Tezi	Doktora Tezi	Toplam	%
Diğer	18	5	23	43
Korumacı Yaklaşım	3	0	3	6
Eleştirel Yaklaşım	19	8	27	51
TOPLAM	40	13	53	100

Tez çalışmalarının %43'ünde (Diğer) eleştirel veya korumacı yaklaşım kullanılmadığı, iki yaklaşıma dair de değerlendirmelerin yer aldığı görülmüştür. Korumacı yaklaşımla ele alınan tez çalışmaları %6 (n=3) oranında sadece yüksek lisans türünde ele alınmıştır. Eleştirel yaklaşım ise %51 (n=27) oranında tez çalışmalarında kullanıldığı tespit edilmiştir. Eleştirel yaklaşım üzerinden çalışılan tezlerin 19'u yüksek lisans, 8'i ise doktora türündedir. Buradan hareketle doktora türündeki çalışmalarda eleştirel yaklaşımın ağırlıklı olarak tercih edildiği söylenebilir.

**Tablo 10.** Tezlerin orijinal tam metinlerinde en çok tekrar eden kelimelerin frekansı

Word	Frekans	Sıra
Haber	1837	1
Medyayı	1736	2
Çocuk	1645	3
Geleneksel	1585	4
Kültürel	1534	5
Avrupa	1419	6
Radyo	1394	7
Yayımları	1379	8
Bilgisayar	1371	9
Öğretim	1346	10
Kültür	1292	11
Öğrenciler	1277	12
Erişim	1272	13
Araçları	1260	14
Medyaya	1227	15
İçerik	1217	16
Çocuklar	1202	17
Çevrimiçi	1185	18
RTÜK	1169	19
Gazete	1163	20

Araştırmanın örnekleminde yer alan 53 lisansüstü tezin orijinal tam metinlerinde toplam 1.296.308 kelime bulunmaktadır, bunlar içerisinde 17.036 farklı kelime yer almaktadır, Tablo 10'da en sık tekrar edilen 20 kelime frekans değerine göre en yüksek en üstte yer alacak şekilde gösterilmiştir. Bulgulara göre tezlerde en sık “haber” (n=1837) kelimesi tekrar etmiştir. İkinci sırada “medyayı” (n=1736), üçüncü sırada ise “çocuk” kelimesi (n=1645) yer almaktadır. Çocuk kelimesi tabloda tekrarlanan “öğrenciler” ve “çocuklar” kelimeleriyle birlikte değerlendirildiğinde araştırmaların öğrenci ve çocuklardan oluşan kitleyi ağırlıklı olarak ele aldığı görülmektedir. Aynı şekilde “kültür” ve “kültürel” kelimelerinin de frekansı yüksektir. Yani medya okuryazarlığı araştırmalarının eğitim, kültür, çocuk üzerine yoğunlaştığı söylenebilir. Medya okuryazarlığının iletişim ve eğitim boyutlarına ek olarak denetim mekanizmalarından biri olan “RTÜK” kısaltması da araştırmalarda frekansı yüksek

(n=1169) kelimeler arasındadır. Bu bulgudan hareketle -araştırmaların çoğunda da bahsedildiği üzere- RTÜK gibi denetim mekanizmalarının da medya okuryazarlığı alanında başrol oyuncularından biri olduğu söylenebilir.

## 5. Sonuç

Araştırmanın amacı medya okuryazarlığının iletişim bilimleri alanında lisansüstü tezler örnekleminde bibliyometrik analizini yaparak araştırmacılara alana dair büyük resme bir bakış sunmak ve fikir vermektir. Bu bağlamda araştırma kapsamında YÖK Ulusal Tez Merkezi'nde yer alan “medya okuryazarlığı” üzerine iletişim bilimleri alanında yayınlanmış 53 lisansüstü tez analiz edilmiştir. Araştırmanın bulguları alanda ilk ulusal tez çalışmaları 2008 yılında yayınlanmaya başladığını göstermektedir. 2008-2023 yılları arasında yayınlanan tezlerin %25'i doktora, %75'i yüksek lisans tezidir. En çok lisansüstü tez 2019 yılında yayınlanmıştır. Eşidir, Bak, ve Gündüz'ün (2023) literatürdeki uluslararası veri tabanları (Scopus ve WOS) üzerinden yaptıkları araştırmada ilk çalışmanın 1996 yılında olduğu tespit edilmiştir. Bu da Türkiye'de tez çalışmalarının ilk makaleden 12 yıl sonra lisansüstü düzeyde ele alındığını söylemek mümkündür.

Araştırmanın bulguları arasında üniversitelere göre yapılan karşılaştırma sonucunda en çok sayıda tez Marmara Üniversitesi'nde (%13) yapılmıştır. İlk beş sırada sırasıyla Gazi Üniversitesi %9, Anadolu Üniversitesi %8, Atatürk Üniversitesi %8 ve İstanbul Üniversitesi %6 oranında yer almaktadır. Yeşiltaş ve Yılmaz'ın (2021, s. 4906) araştırmasında, örneklem farkı sebebiyle, en çok yayının Anadolu Üniversitesinde yapıldığı tespit edilmiştir. Ancak örnekleme lisansüstü tezler olan Çetin'in (2022, s. 127) çalışmasının bulgularında ise Gazi Üniversitesi ilk sırada yer almaktadır ve bu sonuç araştırmamızın bulgularıyla örtüşmektedir. İlk beş üniversitenin yayınladığı tezler toplam tezlerin %44'ünü oluşturmaktadır (Tablo 2). Bu kurumların Türkiye'nin köklü üniversiteleri arasında olması ve farklı yıllarda tez yayınlamaları medya okuryazarlığı konusunun ne kadar önemsendiğinin bir diğer göstergesi niteliğindedir. Enstitü bazında yapılan karşılaştırmanın sonuçlarına göre lisansüstü tezlerin %86'sı sosyal bilimler, %8'i eğitim bilimleri, %6'sı da lisansüstü eğitim enstitülerinde yapılmıştır (Tablo 3). Buradan görülmektedir ki medya okuryazarlığı konusu multidisipliner olarak incelenmektedir. Örnekleminizde iletişim bilimleri ile kesişen alanlar kapsama dahil edilmiştir, ancak sadece medya okuryazarlığına eğitim/ders içerikleri gibi perspektiflerden bakılan, eğitim bilimi temelli tezler hariç tutulmuştur.

Araştırma yöntemine %45 oranında nitel yöntemler kullanılmıştır. Nicel yöntem %32, karma yöntem %4 ve literatür derleme olarak da %4 oranındadır (Tablo 5). Araştırmada 14 farklı ölçek kodlanmıştır. Tablo 6'da gösterilmekte olan veri toplama tekniklerinin dağılımı incelendiğinde en çok kullanılanların anket %39, içerik analizi %35, görüşme %25 olarak bulunmuştur. Uyar ve Hasdemir'in (2023, s. 79) çalışmasında da iletişim bilimleri alanında medya okuryazarlığı üzerine 2015-2020 yılları arasında Türkiye'de yazılmış olan doktora tezleri çalışması incelendiğinde de benzer şekilde anket, derinlemesine görüşme, içerik analizi yöntemleri ile doküman inceleme, kesitsel tarama ve ilişkisel araştırma yöntemlerinden yararlandığı bulgulanmıştır. En sık kullanılan ölçekler Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği'dir (%8). Yeni Medya Okuryazarlığı Ölçeği (%7) doktora tezi türünde en çok kullanılan ölçektir.

Anabilim dalına göre sıralandığında ilk üç anabilim dalında yapılan tezler, toplam tezlerin %49'unu oluşturmakta ve %23'ü radyo televizyon sinema, %13'ü

gazetecilik, %13'ü de iletişim bilimleri anabilim dalında yer almaktadır (Tablo 4). Medya okuryazarlığı konusunda 23 farklı anabilim dalı benzerlikler gözetilerek gruplandırıldığında eğitim, öğretim ve iletişim alanları şeklinde derlenebilir. Buradan hareketle de medya okuryazarlığı üzerine yapılan lisansüstü araştırmaların iletişim ve eğitim-öğretim alanlarının kesişim kümesinde olduğu ortaya çıkmaktadır. Araştırmada dikkati çeken bulgulardan biri de yapılan lisansüstü tez çalışmalarının %85'inde kuram kullanılmamış olmasıdır, ağırlıklı olarak medya okuryazarlığı kavramı çerçevesinde çalışıldığı görülmektedir.

İletişim bilimleri alanındaki tezlerde yeni medya, sosyal medya, teknolojik gelişmeler, kitle iletişim araçları ve etkileri karşısında medya okuryazarlığına odaklanmakta, eleştirel medya okuryazarlığının önemi vurgulamaktadır. Eğitim bilimleri alanındaki (iletişim bilimleri alanı ile kesişen) tezlerde de medya okuryazarlığı eğitim müfredatı, içerikleri, daha iyi eğitimin nasıl yapılabileceği üzerine tartışmalar yer almaktadır. Araştırmalarda dijital okuryazarlık, internet okuryazarlığı veya sosyal medya okuryazarlığı gibi farklı kavramlar öne çıksa da çalışmalar teknolojik gelişmelere göre şekil almaktadır. Tüm bunların temelinde ise (ve genelde ikinci/üçüncü kelime olarak) "okuryazarlık" kavramı sorgulayıcı, eleştirel, kritik analitik boyutları değişmeyen ana tema olarak yer almaktadır. Geleneksel medya, sosyal medya, mobil cihazlar gibi sürekli değişen platformların faydalarının yanında gelen olumsuz etkileri de kabul edilmiştir. Bu platformlarda herkes için belli düzeyde bir okuryazarlık düzeyinin olmasının gerekliliği görülmektedir.

## 6. Öneriler

Medya okuryazarlığı sayesinde günlük yaşamda karşılaşılan her türlü medya içeriğine eleştirel bir şekilde bakabilmek önemlidir. Buradan hareketle tanımı gereği, yazılı ve yazılı olanın ardındaki mesajlara erişme, bunları analiz etme, değerlendirme ve iletmeye yeteneği bu perspektiften bakılarak gelecekteki araştırmalara konu edilebilir. Gelecekteki araştırmalarda eleştirel medya okuryazarlığı yaklaşımından yola çıkılarak eğitim süreçlerinin var olup olmadığı, varsa ne derece başarılı oldukları üzerine de çalışılabilir. Medya okuryazarlığı konusu iletişim ve eğitim anabilim dallarının kesişim noktasında olması nedeniyle, bugüne kadar yapılan araştırmalarda yer alanların dışında (gizli pedagoji, sosyal öğrenme kuramı veya davranışsal öğrenme kuramı gibi) kuramlara dayandırılarak da literatürün zenginleştirilebileceği düşüncesindeyiz. Gelecekte yapılacak olası çalışmalarda yetiştirme kuramı, gündem kurma, suskunluk sarmalı, bilgi gediği/açığı ve medya bağımlılığı gibi yaklaşımlar da medya okuryazarlığı ile ilişkilendirilerek lisansüstü tez çalışmaları yapılabilir. İletişim alanındaki teknolojik gelişmelere göre yeni kavramlar üretilmesine karşı olmamakla birlikte, işin özünde her düzeyden insanlar ve kurumlar için ana tema okuryazarlıktır ve bunun eleştirel boyuta araştırmaların odağında ele alınması gelecek çalışmalar için önerilmektedir.

### MAKALE BİLGİ FORMU

**Yazarların Katkıları:** Yazarlar çalışmaya %50, %50 katkı sunmuştur.

**Çıkar Çatışması Bildirimi:** Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

**Destek/Destekleyen Kuruluşlar:** Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörden hibe alınmamıştır.

**Etik Onay ve Katılımcı Rızası:** "İletişim Bilimleri Alanında Medya Okuryazarlığı Üzerine Yapılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi" başlıklı çalışma etik kurul onayı gerektirmemektedir. Yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulduğu, toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmadığı yazar tarafından beyan edilmiştir.

## Kaynakça

- Aufderheide, P. (1993). *Media literacy. A report of the national leadership conference on media literacy*. The Aspen Institute, Quenstown, MD.
- Avşar, Z. (2013). Medya okuryazarlığı. *İletişim ve Diplomasi* (2), 5-17.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Cakmak, E., & Tuzel, S. (2016). Debates about the future of media literacy in Turkey. *Journal of Media Literacy Education*, 7(3), 1-12.
- Cresswell, J. W. (2017). *Araştırma deseni*. Ankara: Eğiten Kitap.
- Cumhurbaşkanlığı, T. (2003). T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Şurası'nda yaptıkları konuşma. T.C. Cumhurbaşkanlığı. <https://www.tccb.gov.tr/konusmalari-ahmet-necdet-sezer/1721/7626/iletisim-surasinda-yaptiklari-konusma> adresinden alındı
- Çetin, S. A. (2022). Dijital okuryazarlıkla ilgili yapılan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *ZjWT Journal of World Turks*, 14(3), 111-129.
- Eşidir, O. V., Bak, G., & Gündüz, İ. (2023). Scopus ve wos veri tabanlarında yeni medya okuryazarlığı konusunda yapılan çalışmaların farklı değişkenler açısından karşılaştırılması. *10. Uluslararası Zeugma Bilimsel Araştırmalar Kongresi* (ss. 17-32). Gaziantep: IKSAD - Institute of Economic Development and Social Research.
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. New York: Wiley Computer Pub.
- Hasdemir, T. A. (2014). Gelenekselde yeni medya okuryazarlığına: Türkiye örneğinde bir değerlendirme. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. 5(2), 23-40.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action*. Washington: The Aspen Institute.
- Jenkins, H. (2013). From new media literacies to new media expertise. P. Fraser, & J. Wardle in. *Current perspectives in media education* (pp. 110-127). New York: Palgrave and Macmillan, London. doi.org/10.1057/9781137300218\_8
- Johnson, G. M. (2007). Functional internet literacy: Required cognitive skills with implications for instruction. *E-learning*, 4(4), 433-441. doi.org/10.2304/elea.2007.4.4.433
- Karaduman, S. (2019). Yeni medya okuryazarlığı: Yeni beceriler/olanaklar/riskler. *Marmara İletişim Dergisi*, 6(1), 683-700. doi.org/10.17680/erciyesiletisim.484193
- Kıncal, R. Y., & Korkmaz, Z. S. (2015). Türkiye'de medya okuryazarlığı üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası Eğitim Programları ve Öğretim Çalışmaları Dergisi*, 5(10), 75-90.
- Kıran, Ö. (2020,). Temel yaklaşımlar açısından medya okuryazarlığı eğitimi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39(3), 233-248. DOI: 10.7822/omuefd.742814



- Livingstone, S. (2010). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3-14. doi.org/10.1080/10714420490280152.
- Özonur, D., & Özalpman, D. (2009). Türkiye’de medya okuryazarlığı projesi üzerine bir değerlendirme. *Marmara İletişim Dergisi*. 14(15), 196-212.
- Porter, W. J. (2022). *Media literacy*. California: Sage.
- Potter, W. J. (2010). The state of media literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(4), 675–696. doi.org/10.1080/08838151.2011.521462
- Potter, W. J. (2021). *Media literacy*. California: Sage Publishing.
- Reinoehl, R., & Hanna, T. (1990 ). Defining computer literacy in human services. *Computers in Human Services*, 6(1-3), 3-20. doi.org/10.1300/J407v06n01\_02
- Richardson, J. (2006). *The internet literacy*. Strasbourg: Council of Europe.
- RTÜK. (2013, Eylül). Türkiye’de çocukların medya kullanma alışkanlıkları araştırması. *RTÜK Medya Okuryazarlığı* <https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/userfiles/files/kullanimaliskanlik2013.pdf> adresinden alındı
- RTÜK. (2016, 11 Ekim). Türkiye’de medya okuryazarlığı. *RTÜK*. [https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu\\_goster.php?Guid=E56CE034-6CEB-41AE-A12C-B618EBEA461B&MenuId=2](https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=E56CE034-6CEB-41AE-A12C-B618EBEA461B&MenuId=2) adresinden alındı
- Saldana, J. (2023). *Nitel araştırmacılar için kodlama el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Sayar, B. (2022). Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimi üzerine bir inceleme. *Medya Okuryazarlığı Araştırmaları Dergisi*, 1(1),7-14. doi.org/10.5281/zenodo.7300423
- Türkoglu, N. (2005, 23 Mayıs). Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı. [www.medyaokuryazarligi.gov.tr](http://www.medyaokuryazarligi.gov.tr): <https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/userfiles/files/konferans1.pdf> adresinden alındı
- Uyar, M., & Hasdemir, T. H. (2023). Dijitalleşme ve medya okuryazarlığı üzerine incelemeler: Türkiye’deki akademik çalışmalar. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. (62), 66-81. doi.org/10.47998/ikad.1240616
- Yeşiltaş, E., & Yılmaz, A. (2021). Eğitimde medya okuryazarlığı ile ilgili araştırmalara yönelik bibliyometrik bir analiz. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 18 (Eğitim Bilimleri Özel Sayısı), 4905-4929. DOI: 10.26466/opus.935547
- YÖK. (2023, 15 Ekim). YÖK Tez Merkezi. YÖK <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden alındı