

DİSİPLİNLERARASI YAKLAŞIM OLARAK MEDYA OKURYAZARLIĞI: TÜRKİYE'DE ÜRETİLEN TEZLER ÜZERİNE BİR İNCELEME

Media Literacy as an Interdisciplinary Approach: A Review of Theses Produced in Turkey

Songül OMUR

Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, songul.omur@ohu.edu.tr

Mehtap UYAR

Dr. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, mehtap.gunes@ohu.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Geliş: 16 Eylül 2020

Kabul: 21 Kasım 2020

Anahtar Kelimeler:

Medya okuryazarlığı, disiplinlerarası, yüksek lisans tezleri, doktora tezleri, tarama modeli, içerik analizi

© 2020 PESA Tüm hakları saklıdır

ÖZET

Günümüzde, özellikle de son dönemlerde, medya okuryazarlığı kavramına birçok disiplin ve araştırmacı tarafından yoğun ilgi gösterilmeye başlanmıştır. Bu bağlamda, medya okuryazarlığıyla ilgili çok sayıda ulusal ya da uluslararası düzeyde kitaplar, makaleler, tezler yayınlanmakta ve çeşitli konferanslar, toplantılar, kamu politikaları gerçekleştirilmektedir. Disiplinlerarası bir alan olan medya okuryazarlığının konu edildiği bu çalışma, Türkiye'de medya okuryazarlığı kavramını ele alan yüksek lisans ve doktora tezlerinin genel profilini ortaya koymayı ve bu araştırmaların yıllar içerisinde geçirdiği değişimi incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamına, Türkiye'de bulunan üniversitelerde hazırlanmış olan ve medya okuryazarlığı konusunda tamamlanmış tüm lisansüstü tezler dâhil edilerek, herhangi bir tarih sınırlaması yapılmamıştır. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi (2020)'nin İnternet sitesinden genel tarama modeli kullanılarak erişilen tezler, sayıları, türleri, yıllara göre dağılımları, dilleri, üniversiteleri, konuları, anabilim dalları ve amaçları doğrultusunda araştırılmıştır. Elde edilen veriler, içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda, medya okuryazarlığı konusunda çalışılan tezlerin sayısında büyük bir artış yaşandığı ve yüksek lisans türünde olan tezlerin doktora türünde olanlara göre sayıca çok fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, tezler en çok eğitim ve öğretim konusunda yazılırken; anabilim dalı olarak ise tezlerin, en çok Gazetecilik ve Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dallarında yazıldığı görülmektedir.

ARTICLE INFO

Article History:

Received: 16 September 2020

Accepted: 21 November 2020

Keywords:

Media literacy, interdisciplinary, master's theses, doctoral theses, survey model, content analysis

© 2020 PESA All rights reserved

ABSTRACT

Nowadays, especially recently, many disciplines and researchers have started to show great interest in the concept of media literacy. In this context, many national or international books, articles, theses are published and various conferences, meetings, public policies about media literacy are realized. This study focusing on media literacy as an interdisciplinary field, aims to reveal the general profile of master's and doctoral theses written about media literacy in Turkey and to analyze the changes of these researches have undergone over the years. The study includes all thesis which was prepared at universities in Turkey, and by including all graduate thesis that was completed on media literacy, no date restrictions were made. Theses, which are accessed from the website of the Council of Higher Education Thesis Center (2020) using the general screening model, have been researched according to their numbers, types, distribution by years, languages, universities, subjects, departments and purposes. The data obtained were analyzed by content analysis method. As a result of the analyses, it was revealed that the theses in the master's degree are much higher than those in the doctoral type and there has been a great increase in the number of theses on media literacy. In addition to this, it is seen that, while the theses are mostly written about education and training; as a department, is mostly written in Journalism and Radio, Television and Cinema.

GİRİŞ

Günümüz toplumunda medyanın daha fazla yayılmaya başlamasıyla birlikte bir yandan medya ile birey, diğer yandan da medya ve toplum arasındaki ilişkiye yönelik yeni tartışmalar ve terminolojiler ortaya çıkmıştır. Başlangıçta ifade özgürlüğüne yönelik popüler karşılama kısa süre sonra medyanın rolü hakkında şüpheliğe dönüşmüştür. Medyanın sanıldığı kadar özgür olmadığı ve bazı görünmeyen ellerin, onu belirli kazanılmış çıkarlar için manipüle ettiği fark edilmiştir. Bununla birlikte çok sayıda medya izleyicisinin bu tür mesajları deşifre etme yeteneğinden yoksun olduğu da ortaya konulmuştur (Malik, 2008: 1). Birey üzerinde etkisi yüksek olan medyanın daha eleştirel ve analitik değerlendirilmesi amacıyla medya okuryazarlığı adında yeni bir terim geliştirilmiştir. Bu kavram ile bireylerin farklı medya biçimleri arasında ayırım yapabilmeleri ve görsel görüntüleri okuma ve yorumlama becerisinin kazandırılması ve bunun yanı sıra izlediği, okuduğu ya da duyduğu her şey hakkında temel soruları nasıl soracağını ve eleştirel bakabilmelerinin öğretilmesi amaçlanmıştır.

Medya okuryazarlığı kavramının ortaya çıkması uzun yıllara dayansa da, bu alandaki çalışmalar özellikle son yıllarda önemli bir gelişme göstermiştir. Disiplinlerarası bir kavram olan medya okuryazarlığı edebiyat, tarih, psikoloji, dilbilim, kütüphanecilik ve bilgi yönetimi, tıp ve halk sağlığı, kültürel çalışmalar, retorik, iletişim ve medya çalışmaları alanlarında önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir. “Medya okuryazarlığı” anahtar kelimesiyle Google’da arama yapıldığında 765.000 isabet sağlamak ve aynı kelime daha dar bir arama kapsamında Google Scholar’a (Google Akademik) taratıldığında 18.700’den fazla makaleden oluşan önemli bir literatür sağlamaktadır. Bu çalışmalar, dünyanın her yerindeki akademisyenler ve araştırmacılar tarafından üretilmiş ve bilginin sayısallaştırılması ve kitlesel medyanın iletişim kanalları ile yakınsaması ile bu konuya daha çok ilgi duyulmaya başlanmıştır (Potter, 2010: 675).

Bu çalışma, hızla büyüyen medya okuryazarlığı literatürünün Türkiye’deki durumunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda çalışmada, Türkiye’de medya okuryazarlığı konusunu ele alan yüksek lisans ve doktora tezlerinde bu kavramın nasıl bir konu olarak ele alındığına yönelik genel bir bakış sunulmaktadır. Bu çalışma, medya okuryazarlığı alanındaki lisansüstü tezlerin genel profilinin saptanmasına ve araştırmaların yıllar içerisinde geçirdiği değişime yönelik bir inceleme ortaya koymaktadır.

Medya Okuryazarlığına Genel Bir Bakış

Modern kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte çeşitli tür ve içerikteki mesajlar geniş kitlelere iletilmekte ve bireylerin duygu, düşünce, tutum ve yaşam biçimleri üzerinde oldukça büyük bir etki meydana gelmektedir. Bu nedenle de, günümüzün bilgi ve iletişim teknolojilerini etkin ve güvenli bir şekilde kullanılması için bireylerin büyük ölçüde ihtiyaç duyduğu beceri ve yeteneklerin kazanılmasını sağlamak gittikçe önemli bir hale gelmiştir. Buna çözüm olarak da tüm dünyada medya okuryazarlığı kavramı üzerinde önemle durulmuş ve medya okuryazarlığı konusunda birçok çalışmalar gerçekleştirilmiştir.

Tanımlar

Medya okuryazarlığı, genel olarak eleştirel düşünceye dayalı bir süreç ve beceri olarak değerlendirilmektedir. Korumacı ve katılımcı diyalektiğe göre hizalanmış uzun bir gelişim sürecine sahip bir kavramdır (Bulger and Davison, 2018: 1). Nispeten yeni bir konu olan medya okuryazarlığı sadece medya akademisyenleri arasında değil, eğitimcilerin büyük bir bölümünde, tüketici aktivistleri ve çocuklarının medyaya maruz kalma riskinden endişe duyan ebeveynler arasında da popülerlik gösteren ve akademisyenler, eğitimciler, aktivistler ve halk açısından farklı anlamlar ifade eden bir kavramdır (Potter, 2010: 675).

Buckingham’a (2015) göre medya okuryazarlığı, bir beceri ve yetkinlik biçimidir; ancak aynı zamanda kültürel eğilimler ve zevklere yönelik eleştirel düşünme biçimidir ve geleneksel medya ve yeni medyayı kapsamaktadır. Medya okuryazarlığının amacı, medya hakkındaki gerçekleri ezberlemek, hatta bir video yapmak ya da PowerPoint sunumu tasarlamak değildir. Daha ziyade, amaç, aracılı bir

mesajla (basılı veya elektronik) eleştirel bir biçimde etkileşime girildiğinde ortaya çıkan soruları araştırmaktır. Medya okuryazarlığının odak noktası içerikten ziyade süreçtir. Ayrıca medya okuryazarlığı eğitimi, yalnızca yazılı metinleri değil sözlü, görsel, işitsel her türdeki mesaj formunu içermektedir. Ve medya okuryazarlığı sorgulama ilkesiyle karakterize edilir. Yani birey gördüğü, izlediği veya okuduğu her şey hakkında önemli sorular sormayı öğrenir (Thoman and Jolls, 2004: 23-24).

Hobbs'a göre medya okuryazarlığı çeşitli formdaki mesajlara erişme, analiz etme, değerlendirme ve iletme yeteneğidir (2001:7) ve bu dört bileşenli model yazılı basın, yayıncılık ve internet açısından eşit düzeyde uygulanması avantajına sahiptir (Livingstone, 2004: 18). Silverblatt vd. göre ise (1995) medya okuryazarlığı her şeyden önce eleştirel düşünme becerisidir ve bireylerin kitle iletişim kanalları aracılığıyla aldıkları bilgileri deşifre etmelerini sağlayan stratejiler sağlar. Livingstone'e göre de medya okuryazarlığı, metinsellik, yeterlilik ve yetkinlik arasındaki ilişki ile ilgilidir (2004: 20). Ciurel ise medyaya doygun bir dünyada yaşamak için izleyicilerin medya mesajlarıyla başa çıkmaları ve bu mesajları işleyebilmeleri ya da yeni ve geleneksel medya kanalları aracılığıyla üretilen ve dağıtılan mesajlara eleştirel bir şekilde bakabilmelerini sağlayan bir takım yeteneklere sahip olmaları gerektiğini vurgular (Ciurel, 2016). Toplumdaki bilginin değişen doğasına duyarlı, genişletilmiş bir bilgi ve iletişim becerisi olarak değerlendiren Malik (2008) medya okuryazarlığını, öğrencilere okulda ve üniversitede öğretilmesi gereken beceriler, vatandaşların evlerinde ve oturma odalarında bilgi tüketirken sahip olması gereken yetkinlikler ve çalışanların 21. yüzyılın küresel ekonominin zorluklarını anlamak için sahip olmaları gereken yetenekler olarak ele alır. Medya okuryazarlığı geleneksel okuryazarlık gibi hem okuma (anlama) hem de yazma (yaratma, tasarlama, üretme) yeteneğini içerir. Buna ek olarak, bilgiyi basit bir şekilde tanımaktan ve anlamaktan, bu bilgiyi sorgulamak, analiz etmek ve değerlendirmek için yüksek mertebe olan eleştirel düşünme becerilerine geçer (Malik, 2008: 2). Bir diğer tanıma göre ise medya okuryazarlığı, her yaşta bireyin birer aktif vatandaş, etkin iletişimci ve eleştirel düşünürler olmaları için ihtiyaç duydukları sorgulama alışkanlıklarını ve ifade becerilerini geliştirmelerine yardımcı olur (Domina, 2011: 8). Medya okuryazarlığı medya mesajlarına yönelik eleştirel düşünme becerilerini geliştiren ve kolaylaştıran bir alan ve hareket olarak karşımıza çıkmaktadır. Koltay'a göre (2011: 321) medya okuryazarlığının önemi sadece medyaya maruz kalma oranıyla ilintili değildir. Medya okuryazarlığı demokrasinin, kültürel katılımın ve aktif vatandaşlığın gelişmesinde önemli bir rol oynar. Medya okuryazarlığı eğitimi, demokratik toplumlarda artan aktif vatandaşlığın bir göstergesidir.

Medya Okuryazarlığına İlişkin Ortak Temalar

Medya okuryazarlığı ile ilgili çalışmalar incelendiğinde genel bir mutabakat söz konusudur. Potter (2010: 681) bu ortak temayı dört kategoride aşağıdaki şekilde ele almaktadır;

1. Kitle iletişim araçları, bireyler üzerinde çok çeşitli yönde olumsuz etkiler meydana getirme potansiyeline sahiptir. Bu görüşün bir sonucu olarak medya aynı zamanda bir dizi olumlu etki oluşturma potansiyeline de sahiptir.
2. Medya okuryazarlığının amacı, bireylerin kendilerini medyanın olası olumsuz etkilerinden korumalarına yardımcı olmaktır. Daha fazla medya okuru olmanın amacı, bireyin üzerindeki etkiler, özellikle de kitle iletişim araçlarının süreklilik arz eden etkisi üzerinde daha fazla kontrol sahibi olmaktır. Bu, tüm medya okuryazarlığı alanındaki araştırmacıların medyanın bireyler üzerinde güçlü bir etki yarattığına inandıkları anlamına gelmemektedir. Ancak medyanın etkisi kültürel açıdan göz önüne alındığında güçlü ve zayıf medya etkilerinin dikkate alınmasına yönelik bir fikir birliği olduğu ve tüm bireylerin yaşamları boyunca çeşitli alışkanlıklarla medya içeriklerine maruz kalma oranlarının yüksek olduğu görülmektedir. Bununla birlikte insanın daha fazla medya okuyarısı olmalarına nasıl yardımcı olunacağına dair araştırmacılar arasında bir takım anlaşmazlıklar söz konusudur. Bir grup araştırmacı, medya mesajlarının tanımlanmasına ve müdahalesine yönelik hedefli bir eğitim türü yaklaşımını tercih etmektedir. Bu yaklaşımda, bireylerin (özellikle çocukların) kusurlu ve

yanıltıcı mesajları tanımlaması açısından kullanılmasını ve ardından bilimsel yöntemlerle bu müdahalenin etkinliğinin ölçülmesi gerekliliğine vurgu yapılmaktadır. Daha hümanist bir yaklaşımı tercih eden diğer araştırmacılara göre ise, medya okuryazarlığı eğitiminin, hümanizm açısından çok çeşitli fikirlerin ortaya çıkmasını sağlayan ve medyanın etkisini geniş kültürel süreçler içerisinde bağlamsallaştıran liberal sanatlar çerçevesinde birleşmesini önermektedirler ve medya okuryazarlığının etkilerini incelemek için nitel araştırma yöntemlerinin kullanılmasını ifade etmektedirler.

3. Medya okuryazarlığı geliştirilmelidir. Hiç kimse medya okuryazarı olarak doğmamaktadır. Bu nedenle medya okuryazarlığı geliştirilmelidir ve bu gelişme bireylerin çabasını ve uzmanların rehberliğini gerektirmektedir. Bu gelişme aynı zamanda hiç bitmeyen uzun vadeli bir süreçtir. Kısacası, hiç kimse tam ve eksiksiz bir medya okuryazarlığı noktasına ulaşamaz. Beceriler her zaman daha fazla geliştirilebilir; sürekli olarak iyileştirilmezlerse körelirler. Ayrıca, bilgi edinme süreci asla bitmez, çünkü medya ve mesajlarının şekli sürekli değişmektedir.
4. Medya okuryazarlığı çok boyutludur. Medya bireyleri bilişsel, tutumsal, duygusal, fizyolojik ve davranışsal olarak dolaylı ya da doğrudan sürekli olarak birçok yönden etkilemektedir. Bu nedenle bireyin medya okuryazarlığı birkaç farklı boyutla gelişmelidir. Genellikle bilim adamları bu dört boyuttan birine odaklanmaktadır: bilişsel, duygusal, estetik ve ahlaki. Bu boyutlardan her biri birbirinden bağımsız olarak düşünülmekte ve bir birey mutlaka bir boyutta gelişebilmelidir. Ancak bu boyutların hepsi önemlidir.

Medya Eğitimi, Medya Çalışması ya da Medya Okuryazarlığı Kavramı

Chris Worsnop "Screening Images: Ideas for Media Education" isimli kitabında bugün medya alanındaki eğitimcilerin, medya eğitimi, medya çalışması ve medya okuryazarlığı kavramlarını birbiri yerine kullandıklarını ifade etmektedir. Worsnop, "medya eğitimi" terimini konu ister İngilizce, ister tarih, coğrafya veya bilim ile ilgili olsun, medya odaklı bir sınıfta geçen her şeyin geniş bir açıklaması olarak ifade etmektedir. Medya çalışması kavramının ise okulların ya da öğretmenlerin medyayı incelemek için belli eğitimler düzenlediklerinde ortaya çıktığını ifade etmektedir. Worsnop, medya okuryazarlığı kavramını, medya eğitimi ve çalışmasının beklenen sonucu olarak ifade etmektedir. Ona göre medya hakkında ya da medya aracılığıyla ne kadar çok şey öğrenilirse o kadar fazla medya okuryazarı olunur (akt. Malik, 2008: 8). Günümüz medya eğitimi terimi, medya ile etkileşim kültürünün şekillendirilmesi, yaratıcılığın geliştirilmesi, iletişim becerilerin geliştirilmesi, eleştirel düşünmeyi, algılamayı, yorumlamayı, medya metinlerinin analizini ve değerlendirilmesini, medya teknolojilerini kullanarak kendini farklı biçimlerde ifade etmesini öğretmeyi amaçlayan bir süreçtir. Bu sürecin bir sonucu olarak da medya okuryazarlığı, bir kişinin televizyon, radyo, video, film, gazete ve internetin sağladığı bilgi alanındaki imkânları aktif olarak kullanmasına yardım eder. Birçok araştırmacı medya okuryazarlığının medya eğitiminin bir sonucu olduğu konusunda hemfikirdir. Ancak yine de, "medya eğitimi", "medya okuryazarlığı" ve "medya çalışmaları" gibi terimler arasında belirli tutarsızlıklar ve kafa karışıklıkları söz konusudur (Federov, 2015: 6). Örneğin Birleşik Krallık'ta yaygın olarak Medya eğitimi terimi, ABD'de ise "medya okuryazarlığı" terimi daha yaygın olarak kullanılmaktadır. Ve "medyayı kullanmak ve yorumlamak için bilgi, beceri ve yetkinlikleri şeklinde ifade edilmektedir (Kamerer, 2013: 5). Medya okuryazarlığı çalışmaları disiplinlerarası özellik göstermektedir. Sosyoloji, psikoloji, siyaset teorisi, ırkçı ve cinsiyetçi çalışmaların yanı sıra kültürel çalışmalar, sanat ve estetik (Koltay, 2011: 212)'e dayalı yöntem ve araçların kullanıldığı birçok çalışmaya rastlamak mümkündür. Dolayısıyla da medya okuryazarlığı kavramına benzer anlamlarda ancak farklı başlıklarda rastlamak mümkündür.

Uluslararası ve Türkiye Ekseninde Medya Okuryazarlığının Gelişme Süreci

Medya okuryazarlığı alanında gerçekleştirilen çalışmalar son yıllarda hız kazanmış olsa da medya okuryazarlığı çabalarının 1920'li yıllardan itibaren başladığını ifade etmek mümkündür. Medya

okuryazarlığı çalışmaları ilk olarak İngiltere’de, 1932’li yıllarda ise ABD’de başlamış ve 1970’li yıllardan itibaren de Avrupa ülkelerinde yaygınlaşmaya başlamıştır. Medya okuryazarlığı konusunda özellikle UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) oldukça önemli bir yere sahiptir. Medya okuryazarlığı çabalarının önemini dikkate alan UNESCO, bu kapsamda iki çalışma yayınlamıştır. Bu çalışmalardan ilki “Eğitimde Medya Çalışmaları” adıyla 1977 yılında yayınlanmış ve Batı Avrupa, İskandinavya, Sovyetler Birliği, Birleşik Devletler ile çeşitli uluslararası organizasyonların medya okuryazarlığı eğitimine ilişkin durumu ortaya konulmaya çalışılmıştır. İkinci çalışma ise 1978 yılında yayınlanan “Kitle İletişim Eğitimine Yönelik Genel Bir Program Modeli”dir (Altun, 2011: 87).

Uluslararası düzeyde, medya okuryazarlığı alanında yaşanan en önemli dönüm noktası 1982 yılında Grunwald Medya Eğitim Bildirisi’nin UNESCO’nun 19 ülke temsilcisi tarafından oybirliğiyle yayınlanmasıdır. Grunwald Deklarasyonu, 2007 yılında Paris’te bir araya gelen dünyanın tüm bölgelerinden uzmanlar (bilgi, iletişim ve medya), eğitim politika yapımcıları, öğretmenler ve araştırmacılar, STK temsilcileri ve medya profesyonelleri tarafından uluslararası düzeyde yeniden teyit edilmiştir (Ciurel, 2016: 14). AB komisyonu ise, medya okuryazarlığı çalışmalarına 1990’lı yıllardan itibaren destek vermeye başlamış ve 2000 yılı sonrasında başlatılan e-Avrupa programlarında medya okuryazarlığı çalışmaları yer almıştır (Önal, 2007: 339). Avrupa Birliği’nin medya okuryazarlığı alanındaki girişimleri oldukça gecikmiş bir adım olarak değerlendirilse de (Akt. Akkor Gül, 2013: 17) Lizbon’da yapılan Avrupa stratejisi çerçevesinde, geleceğin Avrupası’nın, yeni iletişim teknolojilerine dayanacağı ve bu duruma bağlı olarak enformasyon teknolojilerini kullanma becerilerinin artırılmasının yanı sıra, medya okuryazarlığı eğitimi ile ilgili bütçenin de genişletilmesi gerektiği belirtilmiştir (Hasdemir, 2012: 28). Çocuk ve gençleri sosyalleşme aracı olarak sunulan eğlence ve popüler kültür mesajlarıyla çok sayıda medya mesajına maruz kalmaları ve televizyon, internet, film ve oyun gibi eğlence ortamlarının gençler tarafından çok fazla tüketilmesi nedeniyle AB Komisyonu medyanın dijital dünyada nasıl işlediğine ve bireylerin medyanın ekonomik ve kültürel boyutlarını daha iyi anlamalarına ihtiyaç olduğu gerçeğine dayanarak medya okuryazarlığı görüşünü benimsemiştir (Koltay, 2011: 212).

İlk olarak İngiltere, Avusturalya, Güney Afrika, Kanada ve Amerika’da gelişmeye başlayan medya okuryazarlığı; Hollanda, İtalya, Yunanistan, Avusturya ve İsviçre gibi ülkeler tarafından da artan bir ilgiyle izlenmiştir. Birleşik Krallıkta ve Avustralya’da medya okuryazarlığı hem dil sanatları müfredatında, hem de tek başına alınan bir ders konumundayken Avrupa’nın diğer bölgelerinde medya eğitimi farklı biçimlerde görülmektedir. Medya eğitimi Fin ilköğretim müfredatına 1970, lise müfredatına ise 1977 yılında girmiştir. Ancak bugünkü anlamda medya eğitimi Finlandiya’da 1990 yılına kadar gelişemedi. 1970’ten itibaren Danimarka’da, 1980’den itibaren ise İsveç’te medya eğitimi zorunlu ders olarak okutulmaktadır. Ancak 1980 ve 1990’lı yıllarda her iki ülkede de ahlakçı bir tutuma sahip medya eğitiminden daha araştıran ve öğrenci merkezli bir medya eğitimine doğru bir geçiş söz konusu olunca medya eğitimi de gelişmeye başlamıştır. Almanya’da ise 1970 ve 1980’lerde medya okuryazarlığı ile ilgili çeşitli kuramsal çalışmalar çıkmaya başlamıştır. O yıllardan itibaren ise eğitim sistemleri kapsamında ve haricinde medya eğitimi büyük ilgi çekmiştir. Kuzey Amerika’da medya okuryazarlığı 1978’de Ontario Medya Okuryazarlığı Derneği’nin bir eğitim konusu dâhilinde oluşturulmasıyla ortaya çıkmıştır (Taşkıran, 2007: 91-93).

Türkiye’de medya okuryazarlığının gelişim süreci ise 2000’li yıllara rastlamaktadır. Bu tarihten itibaren Radyo Televizyon Üst Kurulu öncülüğünde medya okuryazarlığı alanında çeşitli çalışmalar yürütülmüş ve böylece Türkiye’de medya okuryazarlığı kavramına kuramsal anlamda ilk vurgu yapılmıştır. İlk kez Şubat 2003’de düzenlenen İletişim Şurası’nda gündeme getirilen medya okuryazarlık ile ilgili yapılan en kapsamlı çalışmalardan biri de 2005 yılında Marmara Üniversitesi iletişim fakültesi tarafından düzenlenen I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı ve bu konferansta sunulan bildirilerin kitaplaştırılmasıdır. Sonuç bildirgesinde medya okuryazarlığı ile ilgili ders açılması önerisi ve medya okuryazarlığı konusunda akademik ilgi oluşturması açısından konferansın önemli katkıları olmuştur (Altun, 2008: 33). Medya okuryazarlığı alanında yapılan bir diğer önemli çalışma ise RTÜK ve Milli

Eğitim Bakanlığı arasındaki işbirliğidir. 2004 yılında Devlet Bakanlığı bünyesinde kurulan, ülkemizin önde gelen kamu kurumlarının, sivil toplum örgütlerinin ve üniversitelerinin temsil edildiği Şiddet Önleme Platformu'nda, RTÜK ilk kez ilköğretim okullarında medya okuryazarlığı derslerinin okutulmasını önermiştir (RTÜK, 2016: 6). Önerinin eyleme dönüşmesi ise ilk olarak Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu ile imzalanan "Öğretim Kurumlarına Medya Okuryazarlığı Dersi Konulmasına Dair İşbirliği Protokolü" ile gerçekleşmiştir. Böylece medya okuryazarlığı dersi 2006-2007 eğitim-öğretim yılında İstanbul, İzmir, Ankara, Erzurum ve Adana olmak üzere beş pilot ilde uygulanmaya başlanmış ve 2007-2008 eğitim-öğretim yılından itibaren ise Türkiye genelindeki tüm okullarda seçmeli ders olarak müfredata dâhil edilmiştir. İnşacı bir yaklaşımla oluşturulan medya okuryazarlık dersi programı ile öğrencilere uzak ya da yakın geçmişte, çevresinde gözlediği ve bilgiye dönüştürdüğü veriler ya da eğitim kurumunda edindiği bilgi ve verileri birbiri ile ilişkilendirmesi ve böylelikle öğretmenin rehberliğinde yepyeni bazı beceri ve değerlere ulaşmasını sağlayacak genel amaç ve kazanımlar elde etmesinin yanı sıra bazı temel beceri ve değerlerin verilmesi, öğrencilerin kazanımlar yoluyla bu beceri ve değerleri elde etmesi amaçlanmıştır (RTÜK ve MEB Talim ve Terbiye Kurulu, 2006: 7). Bir diğer ifade ile medya okuryazarlığı eğitimi ile eleştirel düşünme becerileri ve medyada yer alan bazı durumlara göre davranış değişikliğinin kazandırılması amaçlanmaktadır.

Tüm bu çalışmaların yanı sıra RTÜK'ün, gençlerin ve çocukların medyanın olası etkilerinden korunmasını sağlamak amacıyla medya okuryazarlığı kapsamında yaptığı önemli uygulamalardan biri de "Akıllı İşaretler" sınıflandırma sistemidir. Bu bağlamda RTÜK'ün bünyesinde topladığı Komisyonun 2000 yılından itibaren sürdürdüğü çalışmalardan değerlendirmeye aldığı ve Avrupa'daki benzer uygulamalar arasından seçilen Hollanda'nın görsel-ışitsel medya sınıflandırmasından sorumlu Enstitünün (NICAM) uygulamaları ülkemize daha yakın bulunmuş ve uygulanabilir olarak değerlendirilmiştir (Avşar ve Demir, 2005: 187). Oluşturulan sınıflandırma sistemi ile yaş kategorisinde korunması amaçlanan hedef kitlelerin özellikleri dikkate alınarak "Tüm İzleyici Kitle", "7 Yaş ve Üzeri", "13 Yaş ve Üzeri", "18 Yaş ve Üzeri" izleyici kitleleri olmak üzere toplamda dört kategoride uygulanmıştır. Zararlı içerik kategorisine yönelik sınıflandırmada uygulamanın karışıklıklara yol açmaması amacıyla da "Olumsuz Örnek Oluşturabilecek Davranışlar", "Şiddet/Korku" ve "Cinsellik" olmak üzere üç kategoride toplanarak 2006 yılından itibaren televizyon yayınlarında kullanılmaya başlanmıştır. Türkiye'de öngörülen bu sistem "karma" bir yapı taşımaktadır. Bunun nedenleri arasında Türkiye'deki kanal sayısının fazlalığı ve izleyici profiline eğitim düzeyinin çeşitlilik göstermesi yer almaktadır (Avşar ve Kaya, 2013: 141).

1920'li yıllarda İngiltere'de başlatılan "Medya okuryazarlığı Eğitimi Seferberliği" şu anda birçok Avrupa Ülkesinde ve Amerika'da uygulama dâhilindedir (Taşkıran, 2007: 7). Medya okuryazarlığı özellikle son zamanlarda önem kazanarak Avrupa düzenleyici ve politika belirleyici çevrelerde yükselişe geçmiştir. Nitekim Medya okuryazarlığı her ülkeye göre farklı noktalardan ele alınsa da medya okuryazarlığı alanında yapılan yasal düzenlemeler uluslararası düzeyde ön plana çıkmaktadır. Medya okuryazarlığın gelişmesi yönünde birçok ülke önemli katkılar sunmuş ve son dönemlerde medya okuryazarlığı hareketi büyük bir hız kazanmıştır. Mevcut siyasi ve medya ortamı (ABD ve yurtdışında) medya okuryazarlığı çabalarına büyük bir önem vermekte ve yeni medya okuryazarlığı açısından da bir atak söz konusudur (Bulger and Davison, 2018: 18).

Günümüzde medya okuryazarlığının öneminin ve bu alanda yapılan çalışmaların ya da kamu politikaların artmasının en önemli nedenleri arasında medyanın hayatımızın önemli bir bölümünü işgal etmesi ve medyanın hayatımızdaki varlığının gittikçe artacak olması olarak ifade edilebilir. Günümüzde medya çağında yaşadığımızı ifade etmek artık basmakalıp bir durumdur ve uzun yıllardan itibaren daha çok bireylerin kitle iletişim araçlarıyla geçirdikleri saatlerin istatistikleri üzerinde yoğunlaşmaya başlandı. Öyle ki uzun yıllardan beri insanların çoğu televizyon, internet, cep telefonu gibi medya araçlarından biri ya da birkaçıyla gündelik hayatlarının önemli bir bölümünü geçirmektedir. Bu nedenle medya okuryazarlığı becerisinin kazanılması çocuklar ve gençler için bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu bakımdan çocuk ve gençlerin sadece yeni medyayı nasıl

kullanacaklarını bilmeye değil aynı zamanda medyanın etkilerini eleştirel değerlendirmeye de ihtiyaçları (Grace, 2005: 5) söz konusudur.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu araştırmanın amacı, Türkiye’de medya okuryazarlığı konusunu ele alan yüksek lisans ve doktora tezlerinin genel profilini ortaya koymak ve bu çalışmaların yıllar içerisinde geçirdiği değişimi incelemektir. Bu amaç doğrultusunda, araştırmada şu sorulara yanıt aranmıştır:

- Medya okuryazarlığı konusunda toplam kaç adet lisansüstü tez yapılmıştır?
- Medya okuryazarlığı konusunda yapılan tezlerden, yüksek lisans ve doktora düzeyinde olanlarının sayısı nedir?
- Bu tezlerin yıllara göre dağılımları ne şekildedir?
- Bu tezlerden, Türkçe ve İngilizce dilinde yazılanların sayısı nedir?
- Bu tezlerin üniversitelere göre dağılımları nasıldır?
- Bu tezlerin konulara göre dağılımları nasıldır?
- Bu tezlerin anabilim dallarına göre dağılımları ne şekildedir?
- Bu tezlerin amaçlarına göre dağılımları nasıldır?

Araştırmada tarama modeli kapsamında bulunan genel tarama modeli kullanılmıştır. Bu model ile elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Betimsel analizde ulaşılan veriler, içerik analizi ile daha ayrıntılı bir işlemde geçirilir ve betimsel yaklaşım ile görülemeyen ve yorumlanamayan kavramlar içerik analizi sonucu fark edilebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 242).

Araştırma kapsamında elde edilen verilere, Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi (2020)’nin İnternet sitesinden “medya okuryazarlığı”, “medya okuryazarlık” ve “media literacy” tarama terimleri kullanılarak, konu kapsamında bulunan tüm lisansüstü tezlerine erişilmiştir. Erişilen bu tezler Microsoft Excel 2010 programında, yazar adı, yıl, tezin adı, tezin türü, konu, üniversite ve veri toplama yöntemleri kategorileri altında düzenlenmiştir. Daha sonra veriler, frekans ve yüzde değerleri verilerek, çeşitli kategoriler altında değerlendirilmiştir.

Araştırmanın evrenini, Türkiye’de bulunan üniversitelerde hazırlanmış olan ve medya okuryazarlığı konusunda tamamlanmış olan tüm lisansüstü tezler oluşturmaktadır. Araştırma yapılırken herhangi bir tarih sınırlamasına gidilmeksizin, tüm tezler çalışma kapsamına dahil edilmiştir. Bu bağlamda, medya okuryazarlığı konusunda bugüne kadar yapılmış tüm tezler araştırma kapsamında yer aldığından, araştırmanın evreni ile örnekleme aynıdır.

BULGULAR

Türkiye’de medya okuryazarlığı konusunun incelenmeye başlanması gelişmiş ülkelere göre oldukça yenidir. Konu ile ilgili yapılan lisansüstü çalışmalar da bu durumu desteklemektedir. Türkiye’de medya okuryazarlığı ile ilgili ortaya konmuş ilk tez çalışması 2007’de yapılmış olan bir yüksek lisans tezidir. Bu çalışma, Osman Yılmaz Kartal tarafından yapılmış olup, “Ortaöğretim 10. sınıf öğrencilerinin televizyon dizilerindeki mesajları algılamalarında medya okuryazarlığının etkisi” başlığını taşımakta ve eğitim ve öğretim konusu üzerine yoğunlaşmaktadır. Türkiye’de yapılan ilk lisansüstü tezi olan bu çalışma, konuyu gündeme getirdiği için önemlidir. Araştırmanın amacı, medya okuryazarlığı eğitimi alan 10. sınıf öğrencilerinin televizyon dizilerindeki mesajları algılamalarında, bu eğitimin etkisini belirlemektir. Araştırma sonucunda, medya okuryazarlığı eğitimi alan öğrencilerin medya mesajlarına karşı farkındalık kazandıkları ve dizilerde verilen mesajları doğru analiz edebildikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 1: Tezlerin Türlerine Göre Dağılımı

TEZLERİN TÜRÜ	Frekans	Yüzde
Yüksek Lisans	82	77,36%

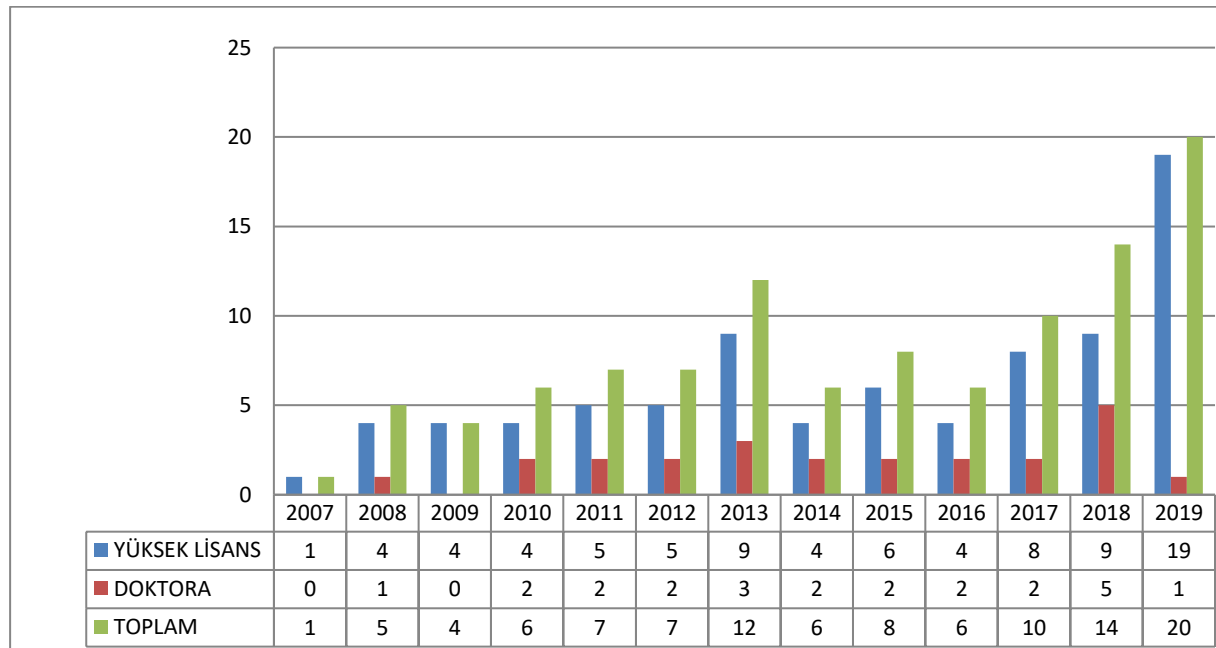
Doktora	24	22,64%
TOPLAM	106	100,00%

2007 yılı yani Türkiye'de medya okuryazarlığı dersine yönelik pilot projenin başlatılmasından itibaren, medya okuryazarlığını konu edinen lisansüstü tezlerinin sayısı her geçen yıl daha da artmaktadır. Ülkemizde medya okuryazarlığı eğitimine yönelik toplam 106 adet lisansüstü tezi yazılmıştır. Bu lisansüstü tezlerin 82'si yüksek lisans, 24'ü ise doktora tezidir (bkz. Tablo 1). Dolayısıyla, konu ile ilgili çalışılan tezlerin büyük çoğunluğu yüksek lisans tezi kapsamındadır.

Tablo 2: Lisansüstü Tezlerin Yıllara Göre Dağılımları

YIL	Frekans (f)	Yüzde (%)
2007	1	0,94%
2008	5	4,72%
2009	4	3,77%
2010	6	5,66%
2011	7	6,60%
2012	7	6,60%
2013	12	11,32%
2014	6	5,66%
2015	8	7,55%
2016	6	5,66%
2017	10	9,43%
2018	14	13,21%
2019	20	18,87%
TOPLAM	106	100,00%

Bu tezlerin yıllara göre dağılımları, Tablo 2'de görülmektedir. Buna göre, medya okuryazarlığı ile ilgili yazılan lisansüstü tezlerden sayısı 10 ve 10'un üzerinde olan yıllar sırasıyla, 2013 (12 adet), 2017 (10 adet), 2018 (14 adet) ve 2019 (20 adet)' dur. Bu bağlamda, 2013, 2017, 2018 ve 2019 yıllarında konu ile ilgili yazılan tezlerin sayısı diğer yıllara oranla daha yüksektir.



Şekil 1: Yüksek Lisans ve Doktora Tezlerinin Yıllara göre Dağılımları

Doktora kapsamında, 2008 yılında 1, 2010 yılında 2, 2011 yılında 2, 2012 yılında 2, 2013 yılında 3, 2014 yılında 2, 2015 yılında 2, 2016 yılında 2, 2017 yılında 2, 2018 yılında 5, 2019 yılında ise 1 adet tez yazılmıştır. Dolayısıyla, doktora kapsamında medya okuryazarlığı konusunda, en çok 2018 yılında tez yazılmıştır (bkz. Şekil 1).

Tablo 3: Tezlerin Dillerine Göre Dağılımları

TEZLERİN DİLİ	Frekans	Yüzde
Türkçe	100	94,34%
İngilizce	6	5,66%
TOPLAM	106	100,00%

Medya okuryazarlığı konusu ile ilgili yazılan 106 adet tezin 100'ü Türkçe, 6'sı ise İngilizce dilinde yazılmıştır. Bu durumda, toplam tezlerin %5,66'sı İngilizce dilinde yazılmıştır (bkz. Tablo 3). Bu tezlerden yalnızca bir tanesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nde Okul Öncesi Eğitimi Anabilim Dalı'nda 2018 yılında tamamlanmış olan, doktora tezidir. Diğer tezler ise yüksek lisans tezleridir ve sırasıyla Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Kadir Has Üniversitesi, Yeditepe Üniversitesi (2 adet) ve Hacettepe Üniversitesi'nde hazırlanmıştır. Hazırlanan bu yüksek lisans tezleri 2012, 2016, 2018 ve 2019 (2 adet) yıllarında, İngilizce Öğretmenliği, Yeni Medya, Bilgi Teknolojileri ve Sosyal Medya Eğitimi (2 adet) ve İletişim Bilimleri Anabilim Dallarında yapılmıştır.

Tablo 4: Tezlerin Konularına Göre Dağılımı

KONU	Frekans	Yüzde
Bilgi ve Belge Yönetimi; İletişim Bilimleri	1	0,94%
Coğrafya; Eğitim ve Öğretim	1	0,94%
Eğitim ve Öğretim	46	43,40%
Eğitim ve Öğretim; Gazetecilik	1	0,94%
Eğitim ve Öğretim ; Gazetecilik; İletişim Bilimleri	2	1,89%
Eğitim ve Öğretim ; Güzel Sanatlar	1	0,94%
Eğitim ve Öğretim; Halkla İlişkiler; İletişim Bilimleri	1	0,94%
Eğitim ve Öğretim ; İletişim Bilimleri	6	5,66%
Eğitim ve Öğretim; Psikoloji	1	0,94%
Eğitim ve Öğretim, Radyo Televizyon, İletişim Bilimleri	1	0,94%
Gazetecilik	9	8,49%
Gazetecilik; İletişim Bilimleri	4	3,77%
Gazetecilik , Radyo-Televizyon, İletişim Bilimleri	4	3,77%
Halkla İlişkiler	2	1,89%
İletişim Bilimleri	14	13,21%
Kamu Yönetimi; Siyasal Bilimler; İletişim Bilimleri	1	0,94%
Radyo-Televizyon	4	3,77%
Radyo-Televizyon ; İletişim Bilimleri	6	5,66%
Türk Dili ve Edebiyatı	1	0,94%
TOPLAM	106	100,00%

Medya okuryazarlığı ile ilgili yazılan tezlerin konularına göre dağılımları Tablo 4'te yer almaktadır. Buna göre, 15'i doktora tezi olmak üzere, toplam 46 adet eğitim ve öğretim; 2'si doktora tezi olmak üzere, toplam 14 adet iletişim bilimleri ve toplam 9 adet gazetecilik konusunda tezin yazıldığı görülmektedir. Birden fazla konuyu çalışmalarına taşıyan tezlerin de olduğu tabloda görülmektedir. Ancak çalışmalarda, en çok eğitim ve öğretim konusunun ele alındığı dikkat çekmektedir.

Tablo 5: Tezlerin Üniversitelerine Göre Dağılımı

ÜNİVERSİTE	YÜKSEK LİSANS	DOKTORA	TOPLAM	YÜZDE
Abant İzzet Baysal Üniversitesi	2	1	3	2,83%
Adıyaman Üniversitesi	1	-	1	0,94%
Adnan Menderes Üniversitesi	1	-	1	0,94%
Afyon Kocatepe Üniversitesi	1	-	1	0,94%
Akdeniz Üniversitesi	2	1	3	2,83%
Anadolu Üniversitesi	3	2	5	4,72%
Ankara Üniversitesi	2	-	2	1,89%
Atatürk Üniversitesi	8	1	9	8,49%
Balıkesir Üniversitesi	1	-	1	0,94%
Bartın Üniversitesi	2	-	2	1,89%
Bursa Uludağ Üniversitesi	1	-	1	0,94%
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	3	5	8	7,55%
Dumlupınar Üniversitesi	1	1	2	1,89%
Ege Üniversitesi	3	-	3	2,83%
Erciyes Üniversitesi	4	2	6	5,66%
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi	1	-	1	0,94%
Fırat Üniversitesi	2	-	2	1,89%
Galatasaray Üniversitesi	1	-	1	0,94%
Gazi Üniversitesi	6	6	12	11,32%
Giresun Üniversitesi	2	-	2	1,89%
Hacettepe Üniversitesi	2	-	2	1,89%
İstanbul Kültür Üniversitesi	1	-	1	0,94%
İstanbul Ticaret Üniversitesi	1	-	1	0,94%
İstanbul Üniversitesi	2	1	3	2,83%
Kadir Has Üniversitesi	1	-	1	0,94%
Kocaeli Üniversitesi	4	-	4	3,77%
Maltepe Üniversitesi	-	1	1	0,94%
Marmara Üniversitesi	7	2	9	8,49%
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	1	-	1	0,94%
Niğde Üniversitesi	1	-	1	0,94%
Ondokuz Mayıs Üniversitesi	4	-	4	3,77%
Orta Doğu Teknik Üniversitesi	-	1	1	0,94%
Pamukkale Üniversitesi	1	-	1	0,94%
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi	1	-	1	0,94%
Selçuk Üniversitesi	3	-	3	2,83%
Trabzon Üniversitesi	1	-	1	0,94%
Üsküdar Üniversitesi	1	-	1	0,94%
Yaşar Üniversitesi	1	-	1	0,94%
Yeditepe Üniversitesi	2	-	2	1,89%
Yüzüncü Yıl Üniversitesi	1	-	1	0,94%
TOPLAM	82	24	106	100,00%

Medya okuryazarlığı konusunda ülkemizde bugüne kadar yazılmış tezlerden büyük çoğunluğunun Gazi Üniversitesi'nde tamamlanmış olduğu Tablo 5'te görülmektedir. Gazi Üniversitesi'nde konu ile ilgili, 6'sı doktora tezi olmak üzere, toplam 12 adet tez; Marmara Üniversitesi'nde 2'si doktora tezi olmak üzere, toplam 9 adet tez; Atatürk Üniversitesi'nde 1'i doktora tezi olmak üzere, toplam 9 adet tez, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nde 5'i doktora tezi olmak üzere, toplam 8 adet tez; Erciyes Üniversitesi'nde 2'si doktora olmak üzere, toplam 6 adet tez yazılmıştır. Gazi Üniversitesi'nde 2010 yılında 2, 2012 yılında 1, 2013 yılında 2, 2014 yılında 1, 2015 yılında 1, 2017 yılında 3, 2019 yılında 2 tez yayınlanmıştır. Marmara Üniversitesi'nde 2008 yılında 1, 2012 yılında 1, 2013 yılında 1, 2018 yılında 2 ve 2019 yılında ise 4 adet tez yayınlanmıştır. Atatürk Üniversitesi'nde 2010 yılında 1, 2011 yılında 2, 2013 yılında 1, 2014 yılında 2, 2015 yılında 1, 2017 yılında 1 ve 2019 yılında 1 adet tez yayınlanmıştır. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nde 2007 yılında 1, 2011 yılında 1, 2012 yılında 2, 2013 yılında 3 ve 2014 yılında 1 adet tez yayınlanmıştır. Erciyes Üniversitesi'nde 2011 yılında 1, 2015 yılında 1, 2018 yılında 3 ve 2019 yılında 1 adet tez yayınlanmıştır. Bu veriler ışığında, Gazi Üniversitesi ile birlikte, Marmara Üniversitesi, Atatürk Üniversitesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi ve Erciyes Üniversitesi diğer üniversitelere göre medya okuryazarlığı konusunda daha ilgili görünmektedir.

Tablo 6: Tezlerin Anabilim Dallarına Göre Dağılımı

ABD	YÜKSEK LİSANS	DOKTORA	TOPLAM	YÜZDE
Basın ve Yayın	1	1	2	1,89%
Beden Eğitimi ve Spor Öğretimi	1	-	1	0,94%
Bilgi Teknolojileri ve Sosyal Medya Eğitimi	2	-	2	1,89%
Bilgi ve Belge Yönetimi	1	-	1	0,94%
Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi	1	-	1	0,94%
Eğitim Bilimleri	5	7	12	11,32%
Eğitim Programları ve Öğretimi	2	-	2	1,89%
Gazetecilik	13	3	16	15,09%
Güzel Sanatlar Eğitimi	1	-	1	0,94%
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	3	-	3	2,83%
İletişim	1	1	2	1,89%
İletişim Bilimleri	3	2	5	4,72%
İletişim Sanatları	1	-	1	0,94%
İletişim Tasarımı	1	-	1	0,94%
İlköğretim	13	1	14	13,21%
İngilizce Öğretmenliği	1	-	1	0,94%
Kamu Yönetimi	1	-	1	0,94%
Medya ve İletişim Sistemleri	1	-	1	0,94%
Medya ve Kültürel Çalışmalar	1	-	1	0,94%
Okul Öncesi Eğitimi	-	1	1	0,94%
Radio Televizyon ve Sinema	15	1	16	15,09%
Sınıf Öğretmenliği	2	-	2	1,89%
Sinema Televizyon	1	-	1	0,94%
Sosyal Bilgiler Eğitimi	-	1	1	0,94%
Sosyal Bilgiler ve Türkçe Eğitimi	1	1	2	1,89%
Sosyal Bilimler ve Türkçe Eğitimi	1	1	2	1,89%
Temel Eğitim	1	1	2	1,89%
Türkçe Eğitimi	2	2	4	3,77%
Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi	4	1	5	4,72%

Yaşam Boyu Öğrenme	1	-	1	0,94%
Yeni Medya	1	-	1	0,94%
TOPLAM	82	24	106	100,00%

Tablo 6'da görüldüğü gibi, medya okuryazarlığı konusunda yazılan tezlerin anabilim dalları oldukça çeşitlidir. Buna göre, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı'ndan 12 (5'i yüksek lisans, 7'si doktora), Gazetecilik Anabilim Dalı'ndan 16 (13'ü yüksek lisans, 3'ü doktora), İlköğretim Anabilim Dalı'ndan 14 (13'ü yüksek lisans, 1'i doktora) ve Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı'ndan 16 (15'i yüksek lisans, 1'i doktora) adet tez yazılmıştır. Bu tablo doğrultusunda, medya okuryazarlığı konusunda en çok, Gazetecilik ve Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı'nda; en az ise, Beden Eğitimi ve Spor Öğretimi, Bilgi ve Belge Yönetimi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi, Güzel Sanatlar Eğitimi, İletişim Sanatları, İletişim Tasarımı, İngilizce Öğretmenliği, Kamu Yönetimi, Medya ve İletişim Sistemleri, Medya ve Kültürel Çalışmalar, Okul Öncesi Eğitimi, Sinema Televizyon, Sosyal Bilgiler Eğitimi, Yaşam Boyu Öğrenme ve Yeni Medya Anabilim Dalı'nda çalışma yapıldığı görülmektedir.

Tablo 7: Tezlerin Amaçlarına Göre Dağılımı

GENEL AMAÇLAR	YÜKSEK LİSANS	DOKTORA	TOPLAM	YÜZDE
Öğrencilerin durumları	38	4	42	39,62%
Öğretmenlerin durumları	16	10	26	24,53%
Hem öğrenci hem öğretmen durumları	2	-	2	1,89%
Öğrenci, öğretmen ve ebeveyn durumları	-	1	1	0,94%
Ders materyalinin incelenmesi	4	1	5	4,72%
Ebeveynlerin yeterliği ve farkındalığı	2	-	2	1,89%
Ülke karşılaştırmaları	12	6	18	16,98%
Diğer	8	2	10	9,43%
TOPLAM	82	24	106	100,00%

Lisansüstü tezlerin her biri kuşkusuz farklı bir amaca ulaşmayı hedeflemektedir ve her biri özel ve ayrı bir konuyu ele almaktadır. Ancak tezlerin özel amaçlarının dışında genelleme yapılabilecek belirli amaçları da bulunmaktadır. İncelenen tezler farklı bölgelerde uygulanmış olmalarına karşın, genel olarak şu amaçlar altında başlıklandırılabilir: öğrencilerin durumları (medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan öğrencilerin karşılaştırmaları, dersi alan öğrencilere medya okuryazarlığı dersinin etkisi, öğrenci görüşleri vb.), öğretmenlerin durumları (öğretmen adaylarının durumu, öğretmen yeterlikleri, öğretmen görüşleri vb.), hem öğrenci hem öğretmen durumları, öğrenci, öğretmen ve ebeveyn durumları, ders materyalinin incelenmesi (güncel materyalin incelenmesi, eski materyal ile yeni materyalin karşılaştırılması vb.), ebeveynlerin yeterliği ve farkındalığı, ülke karşılaştırmaları ve diğer. Tablo 7'ye göre genel olarak, öğrencilerin durumlarını 42 (38'i yüksek lisans, 4'ü doktora) tez, öğretmenlerin durumlarını 26 (16'sı yüksek lisans, 10'u doktora) tez, ülke karşılaştırmalarını (gelişmiş ülkeler ve Türkiye'nin karşılaştırılması) 18 (12'si yüksek lisans, 6'sı doktora) tez ortaya koymayı amaçlamaktadır. Tabloya göre, medya okuryazarlığı konusunu ele alan doktora tezlerinin çoğunluğu öğretmenlerin ve öğretmen adaylarının durumları, yeterlikleri ve görüşleri gibi amaçlar üzerine odaklanmaktadır. Medya okuryazarlığı konusunu ele alan yüksek lisans tezlerinin çoğunluğu ise, medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan öğrencilerin yeterliklerinin karşılaştırmaları, dersi alan öğrencilere medya okuryazarlığı dersinin etkisi, öğrencilerin ders ile ilgili görüşleri gibi amaçlar üzerine odaklanmaktadır. Burada belirtilen genel amaçlar dışında diğer amaçlara değinen 8 yüksek lisans ve 2 doktora tezi bulunmaktadır. Bu durumda, medya okuryazarlığı konusunda yazılan tezler genel olarak, en çok öğrencilerin durumlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

BULGULARIN YORUMLANMASI VE SONUÇ

Bu araştırmada, Türkiye'de medya okuryazarlığı konusunu ele alan lisansüstü tez çalışmalarının genel profilleri ortaya konulmaya ve bu çalışmaların yıllar içerisinde geçirdiği değişim incelenmeye çalışılmıştır. Yapılan analizler doğrultusunda, medya okuryazarlığı konusunda Türkiye'de ilk tez çalışmasının 2000'li yılların sonunda yapıldığı ve Türkiye'de medya okuryazarlığı dersine yönelik pilot projenin başlatılmasından itibaren de konu ile ilgili tamamlanan lisansüstü tez çalışmalarının sayısının arttığı gözlemlenmiştir.

Medya okuryazarlığı konusunda yapılan 106 tezdən, yüksek lisans türünde olanların doktora türünde olanlara oranla sayıca çok daha fazla olduğu görülmüştür. Enstitülerin doktora programına kayıtlı öğrenci sayılarının, yüksek lisans programına kayıtlı öğrenci sayılarından daha yüksek olması, tezlerin türlere göre dağılımındaki yüzde farklılıklarının bir göstergesidir. Ayrıca, medya okuryazarlığı konusunu ele alan lisansüstü tezlerinin her geçen yıl, sabit bir şekilde olmasa da, arttığı dikkat çekmektedir. Özellikle, 2013, 2017, 2018 ve 2019 yıllarında yazılan tezlerin sayısının, diğer yıllarda yazılan tezlere oranla çok daha yüksek olduğu görülmektedir. Tamamlanmış olan tez sayılarının 2014 yılından sonra daha da artmasının, "Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı"nın 2014 yılında güncellenmesi ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşılabilir.

İncelenen tezlerden büyük çoğunluğunun dilinin Türkçe, yalnızca %5,66'sının dilinin İngilizce olduğu ve İngilizce dilinde yazılan 6 tezdən de sadece bir tanesinin doktora tezi olduğu dikkat çekmektedir. Bu demek oluyor ki, medya okuryazarlığı konusuna dikkat çekme amacıyla yazılan lisansüstü tezlerin çoğunluğu, Türkçe eğitim veren üniversitelerde tamamlanmıştır. Bununla birlikte, yazarlar en çok eğitim ve öğretim (%43,40) konusuna odaklanırken; yazılan tezlerin en çok Gazetecilik ve Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dallarında yazıldığı görülmektedir. Kırk farklı üniversitede tamamlanan tezlerin çoğunluğu, Gazi Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Atatürk Üniversitesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi ve Erciyes Üniversitesi'nde yazılmıştır.

Medya okuryazarlığının, şimdiye kadar otuz bir farklı anabilim dalında çalışıldığı için, disiplinlerarası bir konu olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, medya okuryazarlığı konusu ile ilgili çalışma yapacak araştırmacılara, diğer anabilim dallarından da beslenerek konuyu irdelemeleri önerilebilir. Ayrıca tezlerin büyük çoğunluğu, medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerle dersi almayan öğrencilerin karşılaştırılması, dersi alan öğrencilerin ders ile ilgili görüşleri ve dersi alan öğrencilerin medya mesajlarını algılama durumları; öğretmen adaylarının ve öğretmenlerin medya okuryazarlık düzeyleri ve ders ile ilgili görüşleri; gelişmiş ülkelerde verilen medya okuryazarlığı eğitimi ile ülkemizde verilen eğitimin karşılaştırılması gibi genel amaçlara ulaşmayı hedeflemektedir. Medya okuryazarlığı konusunda inceleme yapacak araştırmacılar, burada belirtilen amaçlar dışında farklı ve çalışılmamış amaçlara odaklanarak alana katkıda bulunabilirler.

KAYNAKÇA

- Akkor Gül, A. (2013). Avrupa Birliği'nde Medya Okuryazarlığı: Düzenleme ve Çalışmalarda Gözlemlenen Eğilimler, Online Academic Journal of Information Technology, Cilt 4, Sayı 11, ss. 15-33.
- Altun, A. (2008). Türkiye'de Medya Okuryazarlığı, İlköğretmen Eğitimci Dergisi, Sayı 16
- Avşar, Z., ve Demir, V. (2005). Düzenleme ve Uygulamalarla Medyada Denetim, Piramit Yayınları, Ankara.
- Avşar, Z., Kaya E.E. (2013). *Medyanın iffeti*, Ankara: Altınpost Yayınları.
- Buckingham, D. (2009). The Future of Media Literacy in the Digital Age: Some Challenges for Policy and Practice, Medienimpulse, Ausgabe, 2. (E. Tarihi, 10 Eylül 2020) <http://medienimpulse.at/articles/view/143>
- Bulger, M. and Davison, P. (2018). The Promises, Challenges and Futures of Media Literacy, Journal of Media Literacy Education, 10(1), 1-21.

- Ciurel, D. (2016). Media Literacy: Concepts, Approaches and Competencies, Professional Communication and Translation Studies, 9, pp. 13-20.
- Fedorov, A. (2015). Media Literacy Education, Moscow: Information For All.
- Grace, J.D. (2005). Media Literacy: What, Why, and How? Educational Perspectives, 38(2), pp. 5-8.
- Hasdemir Asrak, T. (2012). Gelenekselden Yeni Medya Okuryazarlığına: Türkiye Örneğinde Bir Değerlendirme, Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 2, Aralık, ss. 23-40.
- Hobbs, R. (1998). The Seven Great Debates in the media Literacy Movement, Journal of Communication; Winter 48, 1; pp. 16-32.
- Kamerer, D. (2013). Media Literacy, Communication Research Trends, Volume 32 No. 1
- Koltay, T. (2011). The Media and the Literacies: Media Literacy, Information Literacy, Digital Literacy, Media, Culture&Society, 33(2). pp. 211-222.
- Livingstone, S. (2004). What is Media Literacy? InterMedia 32(3): pp.18–20.
- Malik, S. (2008). Media Literacy and its Importance, Manzil Printers Posh Arcade, Islamabad.
- Önal, H. İ. (2007). Medya Okuryazarlığı: Kütüphanede Yeni Çalışma Alanı, Türk Kütüphaneciliği Dergisi, 21(3), ss. 335-359.
- Potter, J. (2010). The State of Media Literacy, Journal of Broadcasting&Electronic Media, 54:4, pp.675-696.
- RTÜK ve MEB Talim ve Terbiye Kurulu (2006). İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim programı ve Kılavuzu, (E. Tarihi: 11 Eylül 2020), www.medyaokuryazarligi.gov.tr
- RTÜK, (2016). Medya Okuryazarlığı Araştırması, (E. Tarihi: 11 Eylül 2020)www.rtuk.gov.tr
- Silverblatt, A. vd. (1995). Media Literacy, Keys to Interpreting Media Messages, Digital International media Literacy eBook Project, (E.Tarihi, 11 Eylül 2020), www.dimle.org
- Taşkıran Öncel, N. (2007). Medya Okuryazarlığına Giriş, 2. Baskı, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Thoman, E. and Jolls, T. (2004). Media Literacy-A National Priority for a Changing World, American Behavioral Scientist, Vol.48 No.1, September, pp. 18-29.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, 11. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- YÖK Ulusal Tez Merkezi (2020), <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>(E. Tarihi: 20.Mayıs 2020).