

GAZETECİLİK VE MEDYA ÇALIŞMALARINDA İLERİ ARAŞTIRMALAR

Doç. Dr. Kenan ATEŞGÖZ

Gazetecilik ve Medya Çalışmalarında İleri Araştırmalar

Doç. Dr. Kenan ATEŞGÖZ

yaz
yayınları

2024

Gazetecilik ve Medya Çalışmalarında İleri Araştırmalar

Yazar: Doç. Dr. Kenan ATEŞGÖZ

© YAZ Yayınları

Bu kitabın her türlü yayın hakkı Yaz Yayınları'na aittir, tüm hakları saklıdır. Kitabın tamamı ya da bir kısmı 5846 sayılı Kanun'un hükümlerine göre, kitabı yayınlayan firmanın önceden izni alınmaksızın elektronik, mekanik, fotokopi ya da herhangi bir kayıt sistemiyle çoğaltılamaz, yayınlanamaz, depolanamaz.

E_ISBN 978-625-6171-83-1

Aralık 2024 – Afyonkarahisar

Dizgi/Mizanpaj: YAZ Yayınları

Kapak Tasarım: YAZ Yayınları

YAZ Yayınları. Yayıncı Sertifika No: 73086

M.İhtisas OSB Mah. 4A Cad. No:3/3
İscehisar/AFYONKARAHİSAR

www.yazyayinlari.com

yazyayinlari@gmail.com

info@yazyayinlari.com

İÇİNDEKİLER

Medya, Yaratıcılık ve Çocuk 1

Kenan ATEŞGÖZ

Haber Okuryazarlığına Genel Bir Bakış 17

Kenan ATEŞGÖZ

"Bu kitapta yer alan bölümlerde kullanılan kaynakların, görüşlerin, bulguların, sonuçların, tablo, şekil, resim ve her türlü içeriğin sorumluluğu yazar veya yazarlarına ait olup ulusal ve uluslararası telif haklarına konu olabilecek mali ve hukuki sorumluluk da yazarlara aittir."

MEDYA, YARATICILIK VE ÇOCUK

Kenan ATEŞGÖZ¹

1. GİRİŞ

Medya, bireylerin bilgiye erişim, iletişim, eğlence ve öğrenme süreçlerini derinden şekillendiren temel bir toplumsal araç olarak günümüz dünyasında merkezi bir konuma sahiptir. Dijitalleşme ile birlikte, medya araçlarının etkisi sadece yetişkinler için değil, aynı zamanda çocukların yaşamları üzerinde de belirleyici hale gelmiştir. Çocuklar, televizyon, akıllı telefonlar, sosyal medya platformları ve çevrimiçi oyunlar gibi medya araçlarıyla yoğun bir şekilde etkileşimde bulunarak büyümekte ve bu durum onların zihinsel, duygusal ve sosyal gelişim süreçlerini doğrudan etkilemektedir.

Medyanın çocuklar üzerindeki etkileri çift yönlü bir dinamığe sahiptir. Bir yandan, medya çocukların bilgiye erişimlerini kolaylaştırarak yaratıcı düşünce ve hayal gücünü destekleme potansiyeli taşır. Öte yandan, aşırı ve bilinçsiz medya kullanımı, dikkat eksikliği, sosyal izolasyon ve medya bağımlılığı gibi risklere yol açabilir. Bu etkilerin yönü, büyük ölçüde medya içeriklerinin niteliği, sunumu ve çocukların medya araçlarıyla kurduğu etkileşim biçimleri tarafından belirlenmektedir. Bu bağlamda, medya ile çocukların yaratıcılıkları arasındaki ilişki, medyanın yalnızca bir tüketim aracı değil, aynı zamanda yaratıcı süreçleri besleyen bir kaynak olarak ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Bu kitap bölümü, medyanın çocuklar üzerindeki etkilerini kapsamlı bir şekilde analiz ederek, özellikle medyanın çocukların yaratıcılıklarını nasıl desteklediği veya sınırlandırdığı sorusuna odaklanmaktadır. Bölüm çocukların bilinçli medya kullanımını teşvik etmek ve yaratıcılıklarını geliştirmek adına öneriler sunmayı amaçlamaktadır.

2. MEDYA VE DİJİTAL MEDYA

Medya kavramı, kökenini Latince “medium” kelimesinden almakta olup, iletişim araçları ve ortamlarını ifade etmektedir (Soydan ve Alpaslan, 2014). 1980’li yıllardan itibaren “kitle iletişim araçları” kavramının yerini alan medya, günümüzde toplumsal süreçlerde bilgilendirici, eğitici ve

¹ Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, katesgoz@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2771-4965

yönlendirici bir rol üstlenmiştir. Geleneksel medya, tarihsel olarak yazılı (gazete, dergi) ve görsel-işitsel (radyo, televizyon) olmak üzere iki ana kategoriye ayrılmaktadır (Soydan ve Alpaslan, 2014). Medya, bireylerin haber alma, bilgiye erişim ve eğlence gibi temel gereksinimlerini karşılamak için kullanılan önemli bir araçtır (Kocadaş, 2005).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler, medya kavramını dönüştürmüş ve dijital medya kavramını gündeme getirmiştir. Dijital medya, bireylerin yalnızca içerik tüketicisi olmaktan çıkıp aynı zamanda içerik üreticisi haline geldiği sosyal ve etkileşimli medya biçimlerini kapsamaktadır. Televizyon, radyo ve basılı yayın gibi geleneksel medya türleri, teknolojik ilerlemelerle dijital platformlara entegre edilmiş, bu da medya kullanımında köklü değişimlere yol açmıştır. Çok oyunculu çevrimiçi oyunlar, videolar ve vloglar dijital medyanın günümüzdeki en popüler örneklerinden bazılarıdır (Reid-Chassiakos vd., 2016).

Sanayi toplumlarından bilgi toplumlarına geçiş sürecinde, özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinde kaydedilen ilerlemeler, medya araçlarının işlevlerini ve yapısını derinden etkilemiştir. 1840'larda telgraf teknolojiyle başlayan bu süreç, 1920'lerde film ve radyo teknolojilerinin, 1950 ve 1960'larda ise televizyonun yaygınlaşmasıyla bilgi çağına temellerini atmıştır (Campbell vd., 2012). Kişisel bilgisayarlar, akıllı telefonlar, DVD, DVR ve internet gibi teknolojilerin ortaya çıkışıyla hızlanan bu dönüşüm, geleneksel medya araçlarının dijital teknolojilerle birleştirilmesini mümkün kılmıştır (Akhtar vd., 2000).

1970'li yıllardan itibaren bilgisayar ve elektronik iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, geleneksel medya ile yeni medya teknolojilerinin yondeşik altyapılar üzerinde birleşmesini sağlamıştır (Aktaş, 2007). Bu entegrasyon, medya içeriklerinin (ses, görüntü, veri) tek bir platformda sunulabilmesine olanak tanımış ve yeni medya ortamlarını ortaya çıkarmıştır. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte, televizyon, radyo ve gazete gibi geleneksel mecralar arasındaki sınırlar ortadan kalkmış, ortak bir teknolojik altyapı etrafında birleşmişlerdir (Aktaş, 2013).

Dijital medya araçları, akıllı telefonlar, tabletler, bilgisayarlar ve dijital televizyonlar gibi internet tabanlı cihazlardan oluşmaktadır (Karaboğa, 2019). Bu araçlar, iletişimden bilgi paylaşımına, eğlenceden eğitime kadar çok çeşitli işlevler sunmaktadır. Dijital medya, bireylerin günlük yaşamında vazgeçilmez bir rol üstlenmiş; bilgiye erişimi kolaylaştırmış, iletişim süreçlerini hızlandırmış ve bireyler arası etkileşimi artırmıştır. Akıllı telefonlar, televizyonlar ve oyun konsolları, dijital medyanın temel unsurlarını oluşturarak kullanıcıların hayatlarında önemli bir yer edinmiştir (Mazılı, 2019).

Sonuç olarak, medya ve dijital medya kavramları, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki dönüşümle birlikte, bireylerin yaşamını şekillendiren ve toplumsal süreçlerde kritik bir rol oynayan bir yapıya bürünmüştür. Geleneksel medya araçları, dijitalleşmenin etkisiyle, kullanıcıların yalnızca içerik tüketicisi değil, aynı zamanda içerik üreticisi olduğu interaktif platformlara dönüşmüştür. Bu değişim, medyayı yalnızca bir iletişim aracı olmaktan çıkarak, bireylerin sosyal, kültürel ve ekonomik bağlamlarda kendilerini ifade etmelerini sağlayan bir platform haline getirmiştir. Medya, bilgiye erişim ve paylaşım süreçlerinde hız, etkileşim ve yaratıcılık boyutlarını öne çıkarırken, aynı zamanda bireylerin toplumsal bağlarını güçlendiren bir ekosistem sunmaktadır. Dijital medya araçları, kullanıcıların aktif katılımını sağlayarak, bireylerin yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Günümüzde medya, bireylerin yalnızca pasif birer izleyici değil, aynı zamanda toplumsal süreçlerin aktif birer katılımcısı olmalarına olanak tanımaktadır.

3. MEDYANIN ÇOCUKLAR ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Medyanın çocuklar üzerindeki etkileri, çocuğun bireysel özelliklerine, medyanın türüne, kullanım şekline ve süresine bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Medya araçlarının bilinçli, amaca uygun ve doğru bir şekilde kullanımı, yaratıcılık, eleştirel düşünme, problem çözme becerileri, bilgi düzeyinin artışı ve toplumsal olaylara farklı açılardan bakabilme yetisi gibi olumlu etkiler yaratabilir (Anderson ve Pempek, 2005). Dijital medya araçları, uzaktan eğitim gibi imkanlar sunarak özellikle kendini ifade etmekte güçlük çeken çocukların derse katılımını artırabilir. Ancak, bu olumlu etkiler yalnızca medyanın doğru bir şekilde kullanılması halinde gerçekleşebilir.

Medya araçlarının olumsuz etkileri de göz ardı edilmemelidir. Dijital medya araçlarının aşırı kullanımı, çocukların bilişsel becerilerini zayıflatabilir, sosyal yaşamdan kopmalarına neden olabilir ve hayal kurma, sanatsal etkinlikler ve sosyal etkileşimleri destekleyen sağ beynin işlevlerini sınırlandırabilir. Çocuklar medya aracılığıyla dünyayı görme fırsatı bulsalar da genellikle sadece görme ve işitme duyularını kullanmaktadırlar. Bu durum, diğer duyuların uyarılmasını sınırlandırmaktadır. Örneğin, bir çocuk televizyonda bir yemeğin adını öğrenebilir ancak tadını deneyimleyemez. Bununla birlikte, sanal gerçeklik teknolojileri aracılığıyla üç boyutlu görüntü, koku ve titreşim gibi unsurların medya içeriklerine entegre edilmesi yönünde çalışmalar sürdürülmektedir (Barr, 2008).

Medyanın bilinçsiz kullanımı, çocuk haklarının ihlaline, toplumsal değerlerin zarar görmesine ve özel yaşama müdahalelere yol açabilir. Medyanın taraflı bilgi sunumu, abartılı haberler ve yalan içerikler, birey-

lerin ahlaki değerlerini değiştirebilir. Ayrıca, internetin uygunsuz kullanımı çocukları duygusal, cinsel ve fiziksel istismara maruz bırakma riski taşımaktadır (Garrison ve Christakis, 2012). Çevrimiçi ortamlar, çocukları madde bağımlılığı, kumar gibi zararlı alışkanlıklara sürükleyebilir (Przybylski vd., 2013).

Medyanın psikososyal etkileri arasında beden imgesiyle ilgili sorunlar ve sosyal medya bağımlılığı öne çıkmaktadır. Medya, özellikle genç bireylere zayıf olmanın güzellik ölçütü olduğu mesajını vererek benlik saygısını olumsuz etkileyebilir (Crone ve Konijn, 2018). Sosyal medyada beğenilme arzusu, depresyon ve anksiyete bozukluklarına neden olabilmektedir. Ayrıca, sosyal medya kullanımı, bireylerde sosyal gelişmeleri kaçırma korkusu (FOMO) gibi psikolojik sorunların ortaya çıkmasına yol açabilmektedir (Przybylski vd., 2013).

Dijital medya araçlarının aşırı kullanımı, çocuklarda davranışsal ve bilişsel problemlere yol açabilir. Çocuklar, sanal dünyaya yoğunlaşarak yüz yüze etkileşim, fiziksel aktivite ve somut nesnelerle ilişki kurma fırsatlarını sınırlamaktadır. Ekran izleme süresinin artması, bireylerin fiziksel dünyadan uzaklaşmasına neden olmaktadır (Subrahmanyam ve Greenfield, 2008). Erken yaşlarda medya maruziyeti, çocukların sosyal ve bilişsel gelişimi üzerinde uzun vadeli olumsuz etkiler bırakabilmektedir. Amerikan Pediatri Akademisi, bebeklerin ve küçük çocukların televizyon kullanımının sınırlandırılmasını önerirken, bu yaş grubu için üretilen medya içeriklerinin sayısındaki artış, ebeveynler için bir ikilem yaratmaktadır (Yılmaz ve Güney, 2021).

Dil gelişimi, medyanın etkilediği en kritik alanlardan biridir. Çocuklar, dünyayı dil aracılığıyla anlamlandırmaktadır. Ancak, teknoloji kullanımı bu süreci olumsuz yönde etkileyebilir. Sosyal etkileşim eksikliği ve ekran karşısında geçirilen pasif zaman, küçük yaşta çocukların dil gelişimini yavaşlatmaktadır (Barr, 2013). Araştırmalar, çocukların dil becerilerini bir yetişkinle doğrudan etkileşim yoluyla, televizyon ve videolara kıyasla daha etkili bir şekilde geliştirdiğini göstermektedir (Anderson ve Pempek, 2005). Bununla birlikte, televizyonun pasif izlenimi artıran arka plan etkileri, oyun ve dil öğrenimini olumsuz etkileyebilir. Öte yandan, belirli televizyon içeriklerine tekrar tekrar maruz kalmanın, dil gelişimi açısından olumlu etkiler sağlayabileceği de belirtilmektedir (Barr, 2008).

Fiziksel sağlık açısından, medyanın aşırı kullanımı obezite, kardiyovasküler sorunlar ve postür bozukluklarına yol açabilir. Fiziksel aktivitelerin azalması, çocukların motor becerilerinin gelişimini engelleyebilir (Vandewater ve Cummings, 2008). Ayrıca, ekran karşısında yemek yeme alışkanlıkları ve sağlıksız gıda reklamlarına maruz kalmak, çocuklarda obezite riskini artırmaktadır. Ekran süresinin artışı, uyku düzenini bozarak

hem fiziksel hem de psikolojik sağlığı olumsuz etkilemektedir. Özellikle ekranlardan yayılan mavi ışık, melatonin salgısını baskılayarak uykuya dalmayı zorlaştırmakta ve uyku kalitesini düşürmektedir (Dawson ve Encel, 1993). Medya mesajlarının çocuklar üzerindeki davranışsal etkileri de dikkate değerdir. Medya, tütün, alkol ve uyuşturucu gibi maddelerin kullanımını gençler arasında normalleştirebilecek bir algı oluşturabilir (Borzekowski ve Strasburger, 2008). Bu durum, çocukların bilgi, tutum ve davranışlarını şekillendirerek, bağımlılıklara zemin hazırlayabilir.

Sonuç olarak, medyanın çocuklar üzerindeki etkileri çok boyutlu bir yapıya sahiptir ve olumlu etkiler kadar olumsuz sonuçları da kapsamaktadır. Medya araçlarının bilinçli ve doğru bir şekilde kullanımı, çocukların yaratıcılık, eleştirel düşünme ve bilgiye erişim becerilerini geliştirmelerine olanak tanırken, bilinçsiz ve aşırı kullanım, fiziksel, bilişsel ve duygusal gelişim üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir. Bu nedenle, ebeveyn rehberliği ve medya okuryazarlığı eğitimleri, çocukların medyanın olumsuz etkilerinden korunmasında ve olumlu etkilerinden yararlanmasında kritik bir rol oynamaktadır.

4. MEDYANIN ÇOCUKLARIN YARATICILIKLARINA ETKİLERİ

Medya, çocukların zihinsel ve duygusal dünyası üzerinde derin etkiler yaratabilecek güçlü bir araçtır. Özellikle yaratıcılık gibi bireysel gelişimin temel unsurlarından birinin medyayla nasıl şekillendiği sorusu, araştırmacılar için önemli bir inceleme alanı olmuştur. Çocukların yaratıcılığı üzerindeki medya etkilerini açıklayan literatür *uyarıcı etkiler hipotezi* ve *azaltıcı etkiler hipotezi* olmak üzere iki temel varsayım üzerine şekillenmiştir. *Uyarıcı etkiler hipotezi*, medyanın çocukların hayal gücünü ve yaratıcı düşüncelerini destekleyebileceğini öne sürerken, *azaltıcı etkiler hipotezi*, yoğun medya kullanımının yaratıcılığı sınırlayabileceğini savunur. Bu hipotezler, özellikle televizyon ve filmler gibi geleneksel “yalın” görsel-işitsel medya türlerine odaklanmıştır. Günümüzde medya kullanımı, interaktif bilgisayar uygulamaları ve yeni teknolojilerin artışıyla önemli bir dönüşüm geçirmiştir. Bu bağlamda, geleneksel hipotezlerin, çocukların daha modern ve etkileşimli medya deneyimlerine nasıl uyum sağladığını araştırmak, yaratıcılık ve medya ilişkisini anlamak açısından oldukça ilgi çekici bir konu haline gelmiştir (Calvert ve Valkenburg, 2013).

4.1. Uyarıcı Etkiler Hipotezi

Uyarıcı etkiler hipotezi, medyanın çocuklara yaratıcı faaliyetlerinde kullanabilecekleri içerikler sunduğunu ve bu sayede yaratıcı ürünlerini geliştirebileceklerini öne sürmektedir (Valkenburg, 1999). Yaratıcı içeriklere

ve yaratıcı davranışlar sergileyen sosyal modellere maruz kalmak, çocukların yaratıcı düşünme becerilerini destekleyebilecek önemli bir faktör olarak görülmektedir. Bununla birlikte, medya içeriklerinin nasıl yapılandırıldığı da bu sürecin etkili bir şekilde işleminde kritik bir rol oynamaktadır. Örneğin, interaktif medya ve oyunlar aracılığıyla hazırlanan içeriklerin, çocukların yaratıcı düşünme kapasitelerini güçlendirdiği belirtilmiştir (Calvert ve Valkenburg, 2013).

Sosyal bilişsel teoriye göre, çocuklar yaratıcı faaliyetlerde bulunan modelleri gözlemleyerek bu davranışları öğrenir ve uygun durumlarda taklit edebilirler (Bandura, 1986). Ancak, burada bahsedilen taklit, bir davranışın birebir kopyalanması anlamına gelmemekte, aksine geniş bir davranış yelpazesini içermektedir. Televizyondaki modeller, çocuklara yaratıcı tepkiler geliştirme konusunda bir prototip sunabilir. İzlenen içerik türü ve çocukların medya karakterleriyle geliştirdikleri parasosyal ilişkiler, yaratıcı faaliyetlerin biçimlenmesinde belirleyici bir rol oynayabilir (Calvert ve Valkenburg, 2013).

Yaratıcı düşünmenin etkili bir şekilde gelişebilmesi, çocukların bu sürece zaman ayırabilmesine bağlıdır. Özellikle, yavaş tempolu televizyon programları, çocuklara düşünme ve yaratıcı faaliyetlerde bulunma fırsatı sağlayabilir. Daha modern interaktif medya deneyimlerinde ise çocuklar, ekrandaki karakterleri tasarlayabilir veya onların yerine geçerek hikâyeye aktif bir şekilde katılabilirler. Eğitici televizyon programlarının prodüksiyon teknikleri de bu süreci desteklemektedir. Örneğin, hikâyenin belirli noktalarına stratejik duraklamalar eklenmesi, çocukların karakterlere yanıt vermelerine ve medya içeriği üzerinde düşünmelerine olanak tanımaktadır. Bir karakterin çocuğa soru yöneltmesi ve ardından çocuğun yanıtını dikkate almış gibi davranması, parasosyal etkileşim aracılığıyla çocukların yaratıcı düşüncelerini teşvik eden bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca, kullanıcı tarafından oluşturulan içerikler de yaratıcılığın gelişimi için önemli bir yol sunmaktadır. Örneğin, YouTube gibi platformlarda gençlerin popüler kültürle ilgili videolar üretmesi ve bu içerikleri paylaşarak diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunması, yaratıcılığın ifade edilmesine ve kolektif paylaşım yoluyla gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Calvert ve Valkenburg, 2013).

Yapay zekâ destekli araçlar ve uygulamalar da çocukların yaratıcı düşünme becerilerini geliştirmeleri için yeni fırsatlar sunmaktadır. Yapay zekâ, çocukların hayal güçlerini kullanarak problem çözme ve yenilikçi fikirler üretme süreçlerini desteklemektedir. Ancak, yapay zekânın eğitim sistemine entegrasyonu, küresel ölçekte eğitimin karşı karşıya kaldığı önemli bir meydan okuma olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu süreci desteklemek amacıyla öğretmenlere yönelik müfredat materyalleri ve araçların eksikliği, çözülmesi gereken temel sorunlardan biridir. Buna rağmen, ya-

pay zekâ kullanılarak çocukların yaratıcılığını artırmayı hedefleyen projeler de geliştirilmektedir. Örneğin, Kahila vd.'nin (2024) Finlandiya'da gerçekleştirdiği bir çalışmada, 4. ve 7. sınıf öğrencilerinin kendi yapay zekâ tabanlı uygulamalarını tasarlamaları istenmiştir. Bu süreçte, öğrenciler yapay zekânın temel kavramlarını öğrenmiş ve yaratıcı düşüncelerini bu projelerine yansıtmışlardır. Araştırma, bu tür projelerin çocukların yaratıcılığını teşvik eden etkili bir yapı sunduğunu göstermiştir.

Sonuç olarak, uyarıcı etkiler hipotezi, medyanın uygun yapılandırıldığında çocukların yaratıcılığını geliştirme potansiyeline sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Medya ve yapay zekânın yaratıcı süreçlerdeki rolünün daha iyi anlaşılması ve geliştirilmesi, bu alandaki bütüncül yaklaşımlar için önemli bir temel oluşturacaktır.

4.2. Azaltıcı Etkiler Hipotezi

Azaltıcı etkiler hipotezi, uyarıcı etkiler hipotezine kıyasla daha geniş kabul görmüş bir yaklaşımdır ve literatürde beş farklı türü öne sürülmüştür. Bu hipotezlerin her biri, televizyonun yaratıcılık üzerindeki sınırlayıcı etkilerini belirli yapısal özelliklerine dayandırmaktadır. İlk dört hipotez, televizyonun görsel yapısı ve hızlı temposu gibi özelliklerinin yaratıcılığı engellediğini savunurken, beşinci hipotez belirli türdeki içeriklerin, özellikle şiddet ve aksiyon odaklı programların, izleyicinin yaratıcı düşünce kapasitelerini olumsuz etkilediğini ileri sürmektedir. Tüm bu hipotezler, televizyon ve filmler gibi geleneksel medyanın doğasında yaratıcılığı kısıtlayıcı unsurlar barındırdığına dikkat çekmektedir. Azaltıcı etkiler hipotezi, yaratıcılığın medyaya maruz kalma sonucu neden azaldığını açıklamak için bu beş mekanizmayı temel almaktadır (Calvert ve Valkenburg, 2013; Valkenburg, 1999). Hipotezler şu şekilde sıralanmaktadır:

1. **Yer Değiştirme Hipotezi:** Bu hipotez, televizyonun yaratıcılığı engelleyen etkisini, medyanın popülerliğine bağlamaktadır. Çocukların boş zamanlarının önemli bir kısmını televizyon izleyerek geçirdiği göz önüne alındığında, bu durum yaratıcı faaliyetleri teşvik eden okuma veya radyo dinleme gibi diğer boş zaman etkinliklerinin yerini almaktadır. Yer değiştirme hipotezi, medya ile geçirilen zamanın yaratıcı faaliyetlerden alınarak, özellikle televizyon izleme ve internet kullanımı gibi etkinliklere ayrıldığını ileri sürmektedir. Bu bağlamda, internet ve video oyunlarının da yaratıcı ifade ve boş zaman okumaları gibi faaliyetlerden zaman çaldığı belirtilmektedir (Calvert ve Valkenburg, 2013; Valkenburg, 1999).
2. **Görselleştirme Hipotezi:** Bu hipotez, televizyonun yaratıcılık üzerindeki engelleyici etkisini, medyanın görsel yapısına dayan-

dırmaktadır. Radyo ve basılı yayınların aksine televizyon, izleyicilere hazır görseller sunarak onların kendi imajlarını oluşturmalarına çok az olanak tanımaktadır. Bu durum, yaratıcı düşünce sürecine girildiğinde, izleyicilerin televizyonun sunduğu imgelelerden bağımsız yeni fikirler üretmekte zorlanmasına neden olur. Geleneksel olarak kitap ve müziğin yaratıcılığı teşvik ettiği kabul edilirken, televizyon ve video gibi görsel-işitsel medyanın yaratıcılığı sınırladığı düşünülmektedir (Valkenburg, 1999).

3. **Pasiflik Hipotezi:** Pasiflik hipotezi, televizyonun çok az zihinsel çaba gerektiren bir medya türü olduğu görüşüne dayanmaktadır. İzleyici, başkaları tarafından üretilen içerikleri pasif bir şekilde tükettiğinde, yaratıcı fikirler geliştirmek için gerekli zihinsel çabayı göstermemektedir. Bu durum, çocukların “bırak beni eğlendir” yaklaşımını benimseyerek zihinsel tembelliğe yönelmesine neden olabilir (Valkenburg, 1999). Salomon (1984), görsel-işitsel medyanın zihinsel olarak aktif olmayı gerektirmediğini ve bu nedenle yaratıcı düşünce süreçlerini olumsuz etkilediğini savunmaktadır. Yaratıcılığın aktif bir şekilde düşünme ve malzemeyi yeniden düzenleme gerekliliği göz önüne alındığında, pasif medya tüketimi yaratıcı faaliyetler üzerinde olumsuz bir etki bırakmaktadır (Calvert ve Valkenburg, 2013).
4. **Hızlı İlerleyiş Hipotezi:** Hızlı ilerleyiş hipotezi, televizyonun yaratıcı düşünceyi sınırlayıcı etkisinin, programların hızlı temposuna ve sık sahne değişimlerine bağlı olduğunu öne sürmektedir (Valkenburg ve Vroone, 2004). Televizyon izleyicileri, hızla ardı ardına gelen görüntüleri anlık olarak işlemek zorunda kaldıklarından, içerik üzerinde düşünme veya bilgiyi kendi hızlarında değerlendirme fırsatı bulamamaktadır. Bu durum, yaratıcı düşünce için gerekli olan derinlemesine değerlendirme ve yeniden yapılandırma süreçlerini engellemektedir (Calvert ve Valkenburg, 2013).
5. **Uyarılma Hipotezi:** Uyarılma hipotezi, şiddet ve aksiyon odaklı programların uyarıcı doğasının, izleyiciyi fiziksel olarak aktif ve dürtüsel davranışlara yönelttiğini savunmaktadır. Bu tür içerikler, yaratıcı düşünce için gerekli olan huzurlu ve odaklanmış bir ortamı bozabilmektedir (Singer ve Singer, 2008). Hızlı aksiyon ve şiddet sahnelerinin düşünmeye çok az zaman tanıdığı belirtilmekte hem içerik hem de biçim açısından bu tür içeriklerin yaratıcılığı baltaladığı öne sürülmektedir. Yüksek düzeyde uyarılma, yaratıcı süreçler için gerekli olan derinlemesine düşünme ve odaklanmayı olumsuz etkilemektedir (Calvert ve Valkenburg, 2013).

Sonuç olarak, azaltıcı etkiler hipotezi, medyanın yapısal ve içeriksel özelliklerinin çocukların yaratıcı düşünce süreçlerini sınırlandırabileceğine işaret etmektedir. Bu hipotez, medya araçlarının içerik, yapı ve kullanım biçimlerinin yaratıcılık üzerindeki etkilerini anlamak için teorik bir çerçeve sunmaktadır. Ancak, bu teorik yaklaşımların pratikteki yansımalarının ve geçerliliklerinin değerlendirilmesi için daha fazla deneysel araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Literatürdeki ampirik bulgular, medya araçlarının yaratıcı düşünce süreçlerine hem fırsatlar hem de sınırlamalar getirdiğini ortaya koymaktadır. Medyanın çocukların yaratıcılığı üzerindeki etkilerini kapsamlı bir şekilde değerlendirmek, bu hipotezlerin uygulamadaki geçerliliği ve medya araçlarının yaratıcı potansiyel üzerindeki rolünü daha iyi anlamak açısından kritik öneme sahiptir.

4.3. İlgili Araştırma Bulguları

Medyanın çocukların yaratıcılığı üzerindeki etkilerine ilişkin ampirik çalışmalar, ağırlıklı olarak televizyona odaklanmış, video oyunları ve çevrimiçi medya deneyimlerinin yaratıcı süreçler üzerindeki etkilerini inceleyen araştırmalar ise sınırlı kalmıştır (Calvert ve Valkenburg, 2013). Bu çalışmaların büyük bir kısmı, televizyonun yaratıcı düşünme üzerindeki olumsuz etkilerini vurgulamakla birlikte, bu etkinin medyanın içeriği, yapısal özellikleri ve kullanım şekline bağlı olarak değişebileceğine işaret etmektedir. Medyanın yapısal özelliklerinin çocukların yaratıcı süreçlerini nasıl etkilediği, bu bağlamda önemli bir araştırma alanı olarak dikkat çekmektedir.

Televizyonun yaratıcılık üzerindeki etkileri, özellikle yer değiştirme ve görselleştirme mekanizmalarıyla ilişkilendirilmiştir. Greenfield ve Beagles-Roos (1988) gibi araştırmacılar, televizyonun sunduğu hazır görsellerin, çocukların kendi imgelerini oluşturma kapasitelerini sınırladığı görüşünü desteklemektedir. Harrison ve Williams'ın (1986) çalışması, televizyonun henüz bulunmadığı bir kasabada yaşayan çocukların, yaratıcı düşünmeyi ölçen Alternatif Kullanımlar Testi'nde daha yüksek puanlar aldığını ortaya koymuştur. Ancak televizyonun yaygınlaşmasının ardından bu avantaj kaybolmuş, televizyonun yaratıcı düşünceyi olumsuz etkileyen bir yer değiştirme mekanizması olarak işlediği belirtilmiştir. Bununla birlikte, televizyonun figüratif testlerde görsel-uzamsal becerileri geliştirme potansiyeline de sahip olduğu ifade edilmiştir.

Medya araçlarının kullanım süresi ile yaratıcı süreçler arasındaki ilişkiyi ele alan bir diğer araştırma, Güzel-Durna'nın (2023) 60-72 aylık çocuklar üzerinde gerçekleştirdiği çalışmadır. Bu araştırma, çocukların medya araçlarını kullanım sürelerinin artışıyla birlikte problemli medya kullanım puanlarının da arttığını göstermiştir. Ayrıca, problemli medya

kullanımı ile çocukların yaratıcılık düzeyleri ve sosyal becerileri arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Bu bulgular, medyanın yalnızca kullanım süresinin değil, aynı zamanda niteliğinin de yaratıcı süreçler üzerindeki etkisini anlamada kritik bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır.

Şiddet içerikli televizyon programlarının yaratıcı düşünce üzerindeki etkisi de dikkate değerdir. Singer ve Singer (2005) tarafından yürütülen çalışmalar, bu tür içeriklerin çocuklarda kaygı ve uyarılmayı artırarak yaratıcı düşünceyi engelleyebileceğini göstermiştir. Buna karşılık, eğitici programların yaratıcılık üzerindeki olumlu etkileri yeterince araştırılmamıştır. Şiddet içerikli programlar, çocukların hayal gücü aktivitelerini sınırlandırırken, eğitim odaklı programların yaratıcı düşünce üzerindeki etkisinin daha detaylı incelenmesi gerekmektedir.

Video oyunları ve çevrimiçi medya araçları, yaratıcı süreçler açısından daha karmaşık ve çok boyutlu bir etki sunmaktadır. Şiddet içerikli oyunlar saldırgan düşünce ve davranışları teşvik ederken, strateji ve tasarım odaklı oyunların yaratıcı düşünmeyi desteklediği görülmektedir (Anderson ve Bushman, 2002). Myst veya SimCity gibi oyunlar, çocukların özgün hikâyeler oluşturmaya ve tasarımlar geliştirmesine olanak tanımaktadır (Fishman, 2004). Ancak, bu oyunların yaratıcılık üzerindeki etkileri, oyunun yapısı ve oyuncunun etkileşim düzeyine bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir.

Cassell'in (2005) geliştirdiği "Sam" adlı sanal oyun arkadaşı, çocukların yaratıcılığını kısa vadede artırma potansiyeli taşımaktadır. Bununla birlikte, bu tür araçların uzun vadeli etkileri ile diğer medya formlarına kıyasla taşıdığı riskler daha fazla araştırılmalıdır. Eğitici yazılımlar ve medya içerikleri, çocukların yaratıcı düşüncelerini destekleme açısından önemli fırsatlar sunmaktadır; ancak, içeriklerin yapısal özellikleri ve kullanım bağlamlarının bu etkinin yönünü belirlediği unutulmamalıdır.

Sonuç olarak, medyanın çocukların yaratıcı gelişimi üzerindeki etkileri, medya içeriğinin türü, kullanım süresi ve yapısal özelliklerine göre farklılık göstermektedir. Televizyon, genellikle yaratıcılığı sınırlayıcı bir araç olarak değerlendirilse de bazı içerik türleri ve medya formatlarının yaratıcı düşünceyi destekleyebileceği de görülmektedir. Video oyunları ve eğitici yazılımlar, çocuklara yaratıcı ifade ve problem çözme becerilerini geliştirme fırsatları sunarken, içerik seçiminde dikkatli olunması gerekmektedir. Bu bulgular, medyanın çocukların yaratıcılığı üzerinde hem bir fırsat hem de bir risk unsuru taşıdığını göstermektedir.

4.4. Çocukların Gerçeklik Algısını Geliştirmeye Yönelik Öneriler

Medyanın çocukların yaratıcılık gelişiminde bir fırsat haline gelebilmesi, onların medya okuryazarlık becerilerini geliştirmeye ve medyadaki her karakterin gerçek olmadığı bilincini kazandırmaya bağlıdır. Küçük yaş gruplarındaki çocuklar, görsel-işitsel içeriklerin karmaşıklığı nedeniyle gerçeklik ve fantezi ayırımını yapmakta zorlanabilmektedir (Singer ve Singer, 2005). Televizyon programlarında sunulan sahneler ve videolar, çocukların algılarında yanıltıcı bir gerçeklik yaratabilir. Örneğin, bir programda yer alan canlı oyuncular, küçük yaştaki izleyicilerde hayali içeriklerin gerçek olduğuna dair yanlış bir inanç oluşturabilir (Skeen vd., 1982). Bu bağlamda, hayali oyunlar, çocukların gerçeklik ve fantezi arasındaki sınırları anlamalarına yardımcı olan etkili bir araç olarak öne çıkmaktadır. Çocukların “Hadi rol yapalım” veya “Hayal edelim” gibi ifadelerle kendi oyunlarını kurgulamaları, onların hayal ile gerçek arasındaki farkı kavramalarına önemli bir katkı sağlamaktadır (Singer ve Singer, 2008).

Çocukların gerçeklik algısı, yaşla birlikte olgunlaşma eğilimi göstermektedir. Beş yaşındaki çocuklar, dört yaşındakilere kıyasla çizgi filmler ve insan fantezisi içeren televizyon bölümlerini daha olgun bir şekilde değerlendirebilmektedir. Bununla birlikte, televizyon programlarında sıklıkla yer alan fantastik unsurlar, bu gelişimi engelleyebilecek faktörler arasında sayılmaktadır.

Gerçeklik algısını geliştirmede ebeveyn rehberliği kritik bir rol oynamaktadır. Ebeveynlerin, çocukların izlediği içerikleri açıklaması ve bu içeriklerle ilgili tartışmalar yürütmesi, onların medya içeriklerini eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme becerilerini güçlendirebilir. Bickham vd.’nin (2001) araştırması, yetişkin rehberliğinin, çocukların medya içeriklerinde bulunan biçimsel özellikleri anlamalarına yardımcı olduğunu ve yanlış anlamaları azalttığını göstermektedir. Ancak, özellikle ekran başında uzun süre yalnız bırakılan çocuklar için bu tür rehberlik eksikliği, medyanın olumsuz etkilerinin artmasına yol açabilmektedir.

Okullarda uygulanan medya okuryazarlığı programları, çocukların medya mesajlarını daha iyi anlamalarını sağlayabilecek etkili bir yöntemdir. Bu programlar, çocuklara medya mesajlarının nasıl oluşturulduğunu, gerçeklikten nasıl farklılaştığını ve medya içeriklerini eleştirel bir şekilde nasıl analiz edebileceklerini öğretir. Örneğin, ilkökul düzeyinde uygulanan medya okuryazarlığı programları, çocukların programlardaki gerçeklik ve fantezi arasındaki ayrımı daha iyi kavramalarına yardımcı olmuştur (Singer ve Singer, 1998). Ancak, Brown’un (2001) da vurguladığı gibi, video oyunları, akıllı telefonlar ve diğer elektronik cihazlara yönelik benzer programların eksikliği, günümüz medya ortamında önemli bir boşluk olarak öne çıkmaktadır.

Eğitim ortamlarında kullanılan yaratıcı müfredatlar, çocukların gerçeklik algısını geliştirmede önemli bir destek sunmaktadır. Örneğin, Oregon'da birinci ve üçüncü sınıf öğrencileri için uygulanan bir program, televizyon içeriklerinde şiddet ve gerçeklik arasındaki farkların vurgulanmasını hedeflemiştir. Şarkılar, şiirler ve hayali karakter ziyaretçileri gibi yaratıcı araçlar kullanan bu program, çocukların medya içeriklerini eleştirel bir şekilde değerlendirme becerilerini güçlendirmiştir (Rosenkoetter ve Rosenkoetter, 2003). Bu tür yaklaşımlar, çocuklara medya içeriklerini derinlemesine anlama ve gerçeklik algılarını geliştirme konusunda etkili bir çerçeve sunmaktadır.

Sonuç olarak, çocukların gerçeklik ve fanteziyi ayırt edebilme becerileri, bireysel gelişim süreçleri ile medya içeriklerine maruz kalma sırasında sunulan rehberlik yaklaşımlarına doğrudan bağlıdır. Ebeveyn rehberliği ve medya okuryazarlığı programları, çocukların eleştirel düşünme becerilerini geliştirerek yanıltıcı medya içeriklerinin olumsuz etkilerinden korunmalarını sağlamaktadır. Gelecekte, video oyunları ve yeni medya teknolojilerine yönelik medya okuryazarlığı programlarının yaygınlaştırılması, bu alandaki sorunlara daha kapsamlı çözümler sunma potansiyeline sahiptir.

5. SONUÇ

Medya, modern toplumlarda çocukların bilişsel, duygusal ve sosyal gelişim süreçlerini etkileyen güçlü bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Çocukların medya ile kurdukları etkileşim, onların yaratıcılık becerilerini, gerçeklik algılarını ve genel gelişimlerini şekillendirebilme potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda, medyanın çocuklar üzerindeki etkileri, kullanım şekli, süresi, içeriği ve yapısal özellikleri gibi birçok faktörle doğrudan ilişkilidir.

Literatürde, medyanın çocukların yaratıcı düşünce süreçleri üzerindeki etkilerine yönelik iki temel hipotez öne çıkmaktadır. Uyarıcı etkiler hipotezi, medyanın yaratıcılığı destekleyen bir araç olarak işlev görebileceğini, hayal gücünü geliştirme ve yaratıcı düşünceyi teşvik etme potansiyeline sahip olduğunu savunmaktadır. Öte yandan, azaltıcı etkiler hipotezi, özellikle televizyon gibi geleneksel medya araçlarının, görselleştirme, pasiflik ve hızlı ilerleyiş gibi mekanizmalar yoluyla yaratıcılığı sınırlandırabileceğini öne sürmektedir. Çocukların medya ile geçirdiği zamanın yaratıcı oyunlar ve bağımsız düşünce için harcanabilecek zamanı yerinden edebileceği, ayrıca şiddet içerikli programların kaygı ve uyarılma yaratarak yaratıcı düşünceyi engelleyebileceği bulgulanmıştır.

Dijital medya ve yeni medya araçları, çocukların yaratıcı süreçleri üzerindeki etkileri açısından daha karmaşık bir yapıya sahiptir. Eğitici ve tasarım odaklı içerikler, çocukların yaratıcı düşünme becerilerini des-

tekleyebilirken; şiddet içerikli oyunların, saldırgan davranış ve düşünceleri artırdığı görülmüştür. Bu durum, medyanın etkilerinin içerik türüne ve bağlamına bağlı olarak değişiklik gösterebileceğini işaret etmektedir. Medyanın bu farklı etkileri, medya okuryazarlığının ve ebeveyn rehberliğinin önemini bir kez daha vurgulamaktadır. Medya okuryazarlığı becerileri, çocukların medya içeriklerini eleştirel bir şekilde değerlendirmesine ve yanıltıcı mesajlardan korunmasına olanak tanımaktadır.

Sonuç olarak, medyanın çocuklar üzerindeki etkileri hem riskler hem de fırsatlar barındırmaktadır. Medyanın yaratıcı süreçleri destekleyici bir araç olarak kullanılabilmesi için, ebeveynlerin ve eğitimcilerin rehberlik rolü kritik bir öneme sahiptir. Ayrıca, medya araçlarının bilinçli ve uygun şekilde kullanımı, çocukların yaratıcılık, problem çözme ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirebilme potansiyelini artıracaktır. Bu çerçevede, medya içeriklerinin yaş ve gelişim düzeyine uygun olarak seçilmesi, eğitici ve yaratıcı niteliklere sahip içeriklerin tercih edilmesi ve medya okuryazarlığı programlarının yaygınlaştırılması gerekmektedir. Böylelikle medya, çocukların sağlıklı bireyler olarak yetişmesine katkıda bulunan güçlü bir araç olarak değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

- Akhtar, S., Malla, M. K. ve Gregson, J. (2000). Transparency, accountability and good governance: Role of new information and communication technologies and the mass media. *International Journal on Media Management*, 2(3-4), 124-132.
- Aktaş, C. (2007). Yeni medyanın geleneksel medya ile karşılaştırılması. G. Erol (Ed.), *Medya üzerine çalışmalar* içinde (s. 107-120). İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Aktaş, C. (2013). Medya yakınsaması: Hızlı yanıt veren kod aracılığıyla geleneksel gazetenin, çevrimiçi gazete ile artan rekabet potansiyeli üzerine bir tartışma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7 (4), 118-128.
- Anderson, C. A. ve Bushman, B. J. (2002). Media violence and the American public revisited. *American Psychologist*, 57, 448-50.
- Anderson, D. R. ve Pempek, T. A. (2005). Television and very young children. *American Behavioral Scientist*, 48(5), 505-522.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliff s, NJ: Prentice Hall.
- Barr, R. (2008). Attention and learning from media during infancy and early childhood. S. L. Calvert ve B. J. Wilson (Editörler), *The handbook of children, media, and development* içinde (s. 143-165). United Kingdom: Blackwell Publishing.
- Barr, R. (2013). Memory constraints on infant learning from picture books, television, and touchscreens. *Child Development Perspectives*, 7(4), 205-210.
- Bickham, D. S., Wright, J. C. ve Huston, A. C. (2001). Attention, comprehension, and the educational influences of television. D. G. Singer ve J. L. Singer (Editörler), *Handbook of children and the media* içinde (s. 101-19). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Borzekowski, D. L. G. ve Strasburger, V. C. (2008). Adolescents and media messages about tobacco, alcohol, and drugs. S. L. Calvert ve B. J. Wilson (Editörler), *The handbook of children, media, and development* içinde (s. 432-452). United Kingdom: Blackwell Publishing.
- Brown, J. A. (2001). Media literacy and critical television viewing in education. D. G. Singer ve J. L. Singer (Editörler), *Handbook of children and the media* (s. 681-97). Thousand Oaks: Sage.
- Calvert, S. L. ve Valkenburg, P. M. (2013). The influence of television, video games, and the internet on children's creativity. M. Taylor (Ed.), *The Oxford handbook of the development of imagination* içinde (s. 438-452). USA: Oxford University Press.
- Campbell, R., Martin, C. R. ve Fabos, B. (2012). *Media and culture: An introduction to mass communication*. USA: Macmillan.

- Cassell, J. (2005, Haziran). The power of peers: Virtual peers for children's imaginative play and storytelling. The Jean Piaget Society 35th Annual Meeting'de sunulan bildiri, Vancouver, BC, Canada.
- Crone, E. A. ve Konijn, E. A. (2018). Media use and brain development during adolescence. *Nature Communications*, 9(1), 1-10.
- Dawson, D. ve Encel, N. (1993). Melatonin and sleep in humans. *Journal of Pineal Research*, 15(1), 1-12.
- Fishman, B. (2004). Creating a framework for research on systematic technology innovations. *Journal of the Learning Sciences*, 13(1), 43-76.
- Garrison, M. M. ve Christakis, D. A. (2012). The impact of a healthy media use intervention on sleep in preschool children. *Pediatrics*, 130(3), 492-499.
- Greenfield, P. M. ve Beagles-Roos, J. (1988). Radio versus television: Their cognitive impact on children of different socioeconomic and ethnic groups. *Journal of Communication*, 38(2), 71-92.
- Güzel-Durna, B. (2023). 60-72 aylık çocukların medya araçları kullanımı ile yaratıcılık düzeyleri ve sosyal becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Harrison, L. ve Williams, T. (1986). Television and cognitive development. T. M. Williams (Ed.), *The impact of television: A natural experiment in three communities* içinde (s. 87-142). San Diego, CA: Academic Press.
- Kahila, J., Vartiainen, H., Tedre, M., Arkko, E., Lin, A., Pope, N., Jormanainen, I. ve Valtonen, T. (2024). Pedagogical framework for cultivating children's data agency and creative abilities in the age of AI. *Informatics in Education*, 23(2), 323-360.
- Karaboğa, M. T. (2019). Dijital medya okuryazarlığında anne ve baba eğitimi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 14(20), 2040-2073.
- Kocadaş, B. (2005). Kültür ve medya. *Bilig*, 34, 1-13.
- Mazılı, S. (2019). *Ergenlerde akıllı telefon bağımlılığının özdenetim açısından incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R. ve Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848.
- Reid-Chassiakos, Y. L., Radesky, J., Christakis, D., Moreno, M. A., Cross, C., Hill, D., Ameenuddin, N., Hutchinson, J., Levine, A., Boyd, R., Mendelson, R. ve Swanson, W. S. (2016). Children and adolescents and digital media. *Pediatrics*, 138(5), 1-18.
- Rosenkoetter, S. F. ve Rosenkoetter, L. I. (2003). *The review project curriculum. Reducing early violence: Education works!* Oregon State University, Corvallis, Oregon.

- Salomon, G. (1984). Television is “easy” and print is “tough”: The differential investment of mental effort as a function of perceptions and attributions. *Journal of Educational Psychology*, 76, 647–658.
- Singer, D. G. ve Singer, J. L. (1998). Developing critical viewing skills and media literacy in children. K. H. Jamison and A. B. Jordan (Editörler), *The annals* içinde (s. 164–79). Philadelphia, PA: The American Academy of Political and Social Science.
- Singer, D. G. ve Singer, J. L. (2005). *Imagination and play in the electronic age*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Singer, D. G. ve Singer, J. L. (2008). Make-believe play, imagination, and creativity: Links to children’s media exposure. S. L. Calvert ve B. J. Wilson (Editörler), *The handbook of children, media, and development* içinde (s. 290-380). United Kingdom: Blackwell Publishing.
- Skeen, P., Brown, M. H. ve Osborn, D. K. (1982). Young children’s perception of “real” and “pretend” on television. *Perceptual and Motor Skills*, 54(3), 883–897.
- Soydan, E. ve Alpaslan, N. (2014). Medyanın doğal afetlerdeki işlevi. *İstanbul Journal of Social Sciences Summer*, 7, 53-64.
- Subrahmanyam, K. ve Greenfield, P. (2008). Media symbol systems and cognitive processes. S. L. Calvert ve B. J. Wilson (Editörler), *The handbook of children, media, and development* içinde (s. 166-187). United Kingdom: Blackwell Publishing.
- Valkenburg, P. M. (1999). Television and creativity. M. Runco ve S. Pritzker (Editörler), *Encyclopedia of creativity* içinde (Cilt II, s. 651–658). San Diego: Academic Press.
- Valkenburg, P. M. ve Vroone, M. (2004). Developmental changes in infants’ and toddlers’ attention to television entertainment. *Communication Research*, 31, 288–311.
- Vandewater, E. A. ve Cummings, H. M. (2008). Media use and childhood obesity. S. L. Calvert ve B. J. Wilson (Editörler), *The handbook of children, media, and development* içinde (s. 355-380). United Kingdom: Blackwell Publishing.
- Yılmaz, D. ve Güney, R. (2021). Medyanın çocuklar üzerindeki etkileri ve kullanımına ilişkin öneriler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 14(4), 486- 494.

HABER OKURYAZARLIĞINA GENEL BİR BAKIŞ

Kenan ATEŞGÖZ¹

GİRİŞ

1990'ların ortalarından itibaren World Wide Web'in hızlı gelişimi, insanların iletişim kurma biçimlerinde köklü değişimlere yol açmıştır. Özellikle X (eski adıyla Twitter) ve Facebook gibi çevrimiçi sosyal medya platformları, dünyanın her yerinden kullanıcılar arasında gerçek zamanlı bilgi paylaşımını olanaklı hale getirmiştir. Sosyal medyanın kullanım kolaylığı, düşük maliyet ve yüksek hız gibi avantajları, bu platformları çevrimiçi sosyal etkileşim ve bilgi aktarımı için vazgeçilmez bir araç haline getirmiştir (Shu vd., 2017). Bununla birlikte, sosyal medyanın artan popüleritesi, interneti yanıltıcı bilgiler, sahte yorumlar, asılsız reklamlar, söylentiler, yanlış siyasi ifadeler ve hiciv gibi yalan haberlerin yayılması için elverişli bir ortam haline getirmiştir. Öyle ki, sahte haberler günümüzde sosyal medya aracılığıyla ana akım medyadan daha hızlı ve geniş bir şekilde yayılmaktadır (Balmas, 2014). Bu durum hem endüstri hem de akademi açısından ciddi bir endişe kaynağı olmuştur; çünkü sahte haberler, çevrimiçi kullanıcıların algılarını manipüle etmek ve onları önyargılı ya da yanlış bilgilere ikna etmek için etkili bir araç olarak kullanılmaktadır. Dahası, internet üzerinden üretilen ve yayılan büyük miktarda güvenilmez ve yanıltıcı bilgi, çevrimiçi sosyal topluluklar için ciddi tehditler oluşturmaktadır. Bu durum, özellikle çevrimiçi alışveriş, sosyal ağlar ve diğer dijital faaliyetler üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır (Horne ve Adali, 2017). Örneğin, Görsel 1'de, bir Facebook kullanıcısının paylaştığı sahte bir haberin nasıl geniş kitlelere ulaştığını görmek mümkündür. Bu tür içerikler, dijital medya ortamının güvenilirliğini zedelemekle kalmayıp, sosyal medya kullanıcılarının doğru bilgiye erişimini de zorlaştırmaktadır.

¹ Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, e-posta: ka-tesgoz@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2771-4965



Görsel 1. Bir Facebook kullanıcısı tarafından paylaşılan sahte haber örneği (Zhang ve Ghorbani, 2020, s. 5)

Görsel 1, yalan haber içeriklerinin sosyal medyada nasıl yayıldığını somut bir şekilde gözler önüne sermektedir. Bu görselde, yalan haberin yayılımında etkili olan temel unsurlar olan A (yaratıcı/yayıcı), B (haber içeriği), C (sosyal bağlam) ve D (hedef kitle) detaylandırılmaktadır. Yalan haberin üretim ve paylaşımını temsil eden A, haber kaynağı olan bir web sitesi ve bu içeriği yayan sosyal medya kullanıcılarını kapsamaktadır. B, haberin başlığı, içeriği, görselleri ve paylaşan kullanıcının yorumlarından oluşurken; C, diğer kullanıcıların yorumları, beğenileri ve zaman damgalarını içeren sosyal etkileşimleri ifade etmektedir. Son olarak, D, bu haberle etkileşimde bulunan potansiyel hedef kitlenin tümünü temsil etmektedir (Zhang ve Ghorbani, 2020). Bu unsurlar, sosyal medyanın etkileşim dinamikleri aracılığıyla yalan haberlerin nasıl hızla yayılabildiğini ve algıyı nasıl manipüle edebildiğini açıkça ortaya koymaktadır.

Bu çerçevede, haber okuryazarlığı kavramı, yalan haberlerin etkisini azaltmada kilit bir beceri olarak öne çıkmaktadır. Haber okuryazarlığı, bireylerin medya içeriklerini analiz etme, doğruluk ve güvenilirlik açısından değerlendirme, medya üretim süreçlerini anlama ve eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşma yetilerini kapsayan çok boyutlu bir yaşam becerisidir. Bu kavram, yalnızca yalan haberleri ayırt etme becerisi olarak değil, aynı zamanda bireylerin medya içeriklerini daha geniş bir perspektiften analiz edebilmesine imkân tanıyan bir araç olarak değerlendirilmektedir.

HABER OKURYAZARLIĞININ KAVRAMSAL TEMELLERİ

Haber okuryazarlığı, bireylerin medya tarafından sunulan haber içeriklerini eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme yetkinliğini geliştiren bilgi ve beceriler bütünüdür. Medya okuryazarlığının bir alt dalı olarak konumlanan bu kavram, özellikle haber içeriklerinin anlaşılması, analiz edilmesi ve değerlendirilmesine odaklanmaktadır (Ashley vd., 2013; Maksıl vd., 2015). Haber okuryazarlığı, bireylerin haber kaynaklarına erişim sağlama, haberlerin doğruluğunu değerlendirme, yanıltıcı ya da taraf- lı içerikleri ayırt etme ve gerektiğinde kendi haber içeriklerini oluşturma becerilerini kapsamaktadır (Craft vd., 2017). Bu bağlamda, haber okuryazarlığı, eleştirel düşünme becerisiyle doğrudan ilişkili olup, bilinçli ve sorgulayıcı haber tüketicileri yetiştirmeyi hedeflemektedir (Tully vd., 2020). Haber okuryazarlığının temelinde, medya mesajlarının genellikle gerçeği eksik ya da yanlış yansıttığı gerçeği yatmaktadır. Bu nedenle, bireylerin medya içeriklerini eleştirel bir perspektifle değerlendirme becerisi kazanmaları gerekmektedir. Ancak haber okuryazarlığı, haberlerin demokrasiyi destekleme ve vatandaşları bilgilendirme gibi benzersiz rollerinden dolayı medya okuryazarlığının diğer türlerinden ayrılmaktadır (Shoemaker ve Vos, 2009; Christians vd., 2009). Dijitalleşme çağında, geleneksel haber kaynaklarının etkisinin azalması ve sosyal medya platformlarının ön plana çıkması, bu becerilerin önemini daha da artırmıştır (Ateşgöz, 2021, 2023).

Bu beceriler, bireyleri yalnızca medyanın olası manipülasyonlarından korumakla kalmaz; aynı zamanda medya mesajlarının arkasındaki niyetleri anlamalarına olanak tanıyan eleştirel bir yaklaşım geliştirmele- rini sağlar. Örneğin, 2020 yılında COVID-19 pandemisi sırasında yayılan yanlış bilgiler, haber okuryazarlığının toplumsal önemini bir kez daha ortaya koymuştur. Pandemi sürecinde sosyal medyada yayılan sahte haberler, bireylerin doğru bilgiye erişim ve dezenformasyonu ayırt etme becerilerindeki eksiklikleri gözler önüne sermiştir. Bu durum, yalnızca bireyler üzerinde değil, halk sağlığı politikaları ve sosyal dayanışma üzerinde de olumsuz etkilere yol açmıştır.

Sonuç olarak, haber okuryazarlığı, bireylerin medya mesajlarının doğ- ruluğunu sorgulama, dezenformasyonu ayırt etme ve medyanın potansiyel etkilerini analiz etme becerilerini geliştiren çok boyutlu bir yaşam beceri- sidir. Eleştirel düşünme yeteneği, bu becerilerin temel yapı taşı oluşturu- rken; dijitalleşen medya ortamında, bireylerin bilinçli bilgi tüketicileri olmasını sağlamak, haber okuryazarlığı eğitimlerinin en önemli hedefle- rinden biri haline gelmiştir (Craft vd., 2016; Mihailidis, 2014).

HABER OKURYAZARLIĞININ TANIMLARI

Haber okuryazarlığı, farklı perspektiflerden ele alınan ve çok boyutlu bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Genel bir tanım olarak, haber okuryazarlığı, bireylerin haber üretim süreçlerini anlama, haber içeriklerini eleştirel bir şekilde değerlendirme ve manipülasyonlara karşı direnç geliştirme becerileri olarak ifade edilebilir. Bu kavram, medya okuryazarlığının bir alt dalı olarak, özellikle haberlerin toplumdaki rolünü anlamaya, haber arama ve değerlendirme yeteneklerini geliştirmeye, hatta haber yaratma becerileri kazanmaya odaklanmaktadır (Malik vd., 2013; Ashley vd., 2013). Holladay ve Coombs (2013), haber okuryazarlığını halkla ilişkiler mesajlarının eleştirel bir şekilde değerlendirilmesi ve bireylerin bu tür mesajlara karşı savunma geliştirme yetkinlikleri olarak tanımlamaktadır. Bu yaklaşım, medya içeriklerini yalnızca bilgi kaynağı olarak görmek yerine, aynı zamanda bireyin medya mesajlarıyla nasıl etkileşime geçtiğini de kapsamaktadır.

Haber okuryazarlığı, yalnızca demokratik rejimlere özgü bir kavram değildir. Toepfl (2014), bu becerinin otoriter rejimlerde de eğitimciler ve araştırmacılar için kritik bir konu olduğunu vurgulamaktadır. Örneğin, Çin’deki medya okuryazarlığı programları, bireylerin devlet kontrolündeki medya içeriklerini sorgulama becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda, haber okuryazarlığı hem bireysel hem de toplumsal düzeyde anlamlandırma ve değerlendirme süreçlerini güçlendiren bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Haberlerin üretildiği, dağıtıldığı ve tüketildiği süreçler üzerinde kontrol sahibi olmayı sağlayan bu beceri, bireylerin medya içeriklerini daha geniş bir bağlamda analiz etmesine olanak tanır (Tully vd., 2020).

Haber okuryazarlığı tanımları, genellikle beceri ve bilgi boyutlarını bir arada ele alır. Callecod-Weinrich (2020), bu kavramın dört temel unsurdan oluştuğunu belirtmektedir: becerilere odaklanma, bilgiye odaklanma, beceri ve bilgi kombinasyonu ve sivil unsurlar. Bu sınıflandırma, haber okuryazarlığının yalnızca bireysel bilgi ve becerilerle sınırlı olmadığını, aynı zamanda vatandaşların medya içeriklerini değerlendirme süreçlerinde aktif bir rol üstlenmesini teşvik ettiğini göstermektedir. Örneğin, sivil unsurlar, bireylerin demokratik katılım süreçlerindeki rollerini güçlendirmekte ve medya mesajlarını eleştirel bir şekilde değerlendirme yetkinliğini geliştirmektedir (Callecod-Weinrich, 2020).

ABD’de Stony Brook Üniversitesi’nde haber okuryazarlığı eğitiminin hazırlayıcılarından Howard Schneider, haber okuryazarlığını medya okuryazarlığı çatısı altında ele almakla birlikte, bu kavramın özgün bir bağlama sahip olduğunu belirtmiştir (Fleming, 2014). Schneider, geleneksel medya okuryazarlığı çerçevelerini kullanmayı reddederek, haber okuryazarlığını

basının azalan etkisi ve dijital medya ortamının yükselişi bağlamında değerlendirilmiştir. Bu eğitim programı, haber okuryazarı bireylerin eleştirel düşünme becerilerini geliştirerek gazetecilerle benzer nitelikler kazanmalarını hedeflemektedir (Vraga vd., 2021). Ancak, Hobbes (2010), haber okuryazarlığı derslerinin gazetecilik eğitimi ile karıştırılmaması gerektiğini vurgulamış ve bu derslerde öğrencilere yalnızca kuramsal bilgi yüklemenin sakıncalarına dikkat çekmiştir.

Vraga vd. (2021), haber okuryazarlığını “bağlam, yaratım, içerik, dolaşım ve tüketim” olmak üzere beş temel başlık altında incelemektedir. Bu başlıklar, haberin üretildiği toplumsal ve ekonomik yapıyı, habercilik süreçlerini, haberin çerçevesini ve dolaşım sürecini, sosyal medya platformlarının özelliklerini ve bireylerin habere erişim tercihlerini kapsamaktadır. Bu boyutlar, haber okuryazarlığını yalnızca bilgiye erişim becerisi olarak değil, aynı zamanda medya mesajlarının ardındaki niyetleri ve bağlamı anlamayı sağlayan bir yaşam becerisi olarak tanımlamaktadır (Malik vd., 2013; Tully vd., 2020).

Amerika Birleşik Devletleri’nde çıkan haber okuryazarlığı projeleri de bu kavramın uygulamalı yönünü güçlendirmektedir. Stony Brook Üniversitesi’nde 2006 yılında kurulan Center for News Literacy, geleneksel ve dijital medya içeriklerini eleştirel bir şekilde değerlendirme becerilerini geliştirmeyi hedefleyen programlar sunmaktadır. Benzer şekilde, News Literacy Project, eğitimcilere ve bireylere haber okuryazarlığı eğitimi vermeyi amaçlamakta, Checkology ve News Literacy Lab gibi platformlarla çevrimiçi öğrenme araçları sağlamaktadır. Bu tür programlar, bireylerin yalan haberleri, yanlış bilgileri ve komplo teorilerini sorgulama becerilerini geliştirmelerine katkıda bulunmaktadır (Ünal, 2024).

Sonuç olarak, haber okuryazarlığı tanımları, medya içeriklerinin eleştirel bir şekilde değerlendirilmesinden, bireylerin demokratik katılım süreçlerine etkin bir şekilde dahil olmasına kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Bu kavram, bireylerin medya mesajlarını analiz etme ve manipülasyonlara karşı direnç geliştirme becerilerini güçlendirerek, modern toplumlarda bilgiye erişim ve bilgi yönetimi süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır.

HABER OKURYAZARLIĞINA İLİŞKİN ARAŞTIRMA BULGULARI

Haber okuryazarlığı, bireylerin medya içeriklerini eleştirel bir perspektifle değerlendirme, doğru bilgiye ulaşma ve manipülatif içeriklere karşı direnç geliştirme becerilerini kazandırmayı amaçlayan çok boyutlu bir eğitim alanıdır. Bu kavramın toplumsal etkisini ve bireysel farkındalık düzeylerini artırmak için yapılan çalışmalar, haber okuryazarlığının önemini

ve uygulanabilirliğini farklı bağlamlarda ele almıştır. Bu çalışmaların bulguları, haber okuryazarlığı eğitiminin bireyler üzerinde uzun vadeli etkiler yaratabileceğini ve toplumların medya ekosisteminde daha bilinçli aktörler haline gelmesine katkıda bulunabileceğini göstermektedir.

Haber okuryazarlığı eğitimi üzerine yapılan araştırmalar, bu becerinin geliştirilmesinde eleştirel düşüncenin temel bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Eleştirel düşünce temelli eğitim programlarının, bireylerin yalan haber farkındalığını artırdığı ve medyadaki manipülatif içeriklere karşı daha dirençli olmalarını sağladığı belirlenmiştir (Şencan, 2020). Bununla birlikte, bu tür programların kısa süreli olması, bireylerin eleştirel okuryazarlık becerilerini sürdürülebilir şekilde geliştirmeleri açısından yetersiz bulunmuştur (Şencan ve Soydal, 2023). Bu durum, eğitim süreçlerinin sürekliliğinin ve geniş kapsamlı bir yaklaşımın gerekliliğine işaret etmektedir.

Haber okuryazarlığı eğitiminin genç bireyler üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar, üniversite öğrencilerinin bu alandaki eksikliklerini vurgulamaktadır. Araştırmalar, medya okuryazarlığı eğitimi alan öğrencilerin haber içeriklerini daha bilinçli bir şekilde değerlendirdiğini ve manipülasyonlara karşı daha dirençli olduğunu göstermiştir (Ünal, 2018). Ancak, bu çalışmalar aynı zamanda iletişim eğitimi alan öğrencilerde bile haber okuryazarlığı düzeyinin beklenenden düşük olabileceğini ortaya koymaktadır. Bu sonuçlar, haber okuryazarlığı eğitiminin sadece medya ile ilgilenen bireyler için değil, tüm bireyler için önemli olduğunu göstermektedir.

Uluslararası bağlamda yapılan araştırmalar, haber okuryazarlığı eğitiminin bireylerin medya içeriklerine yönelik güven algısını ve siyasi katılım düzeylerini artırabileceğini göstermektedir. Çevrimiçi deneysel tasarımlar kullanılarak gerçekleştirilen çalışmalarda, bireylerin haber içeriklerine yönelik algılarının eğitimin bir sonucu olarak değiştiği ve siyasi tartışmalara katılım oranlarının arttığı tespit edilmiştir (Vraga ve Tully, 2015; 2016). Ancak, bu etkilerin bireylerin medya içeriklerine olan eğilimleri ve siyasi ideolojileri gibi faktörlere bağlı olarak farklılık gösterdiği de belirtilmiştir (Vraga ve Tully, 2015). Bu durum, haber okuryazarlığı eğitiminin bireysel farklılıkları dikkate alan bir şekilde tasarlanması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Dijital medya ekosisteminin bireylerin haber tüketim alışkanlıkları üzerindeki etkisi de araştırma bulgularının önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Çeşitli araştırmalar, bireylerin haber tüketim davranışlarının internet ve sosyal medya platformları tarafından şekillendiğini ve bu platformların haberin güvenilirliği üzerindeki algıyı önemli ölçüde etkilediğini ortaya koymuştur (Ünal vd., 2022). Sosyal medyanın, diğer haber kaynaklarına kıyasla daha az güvenilir bir platform olarak algılanması, bireylerin

habere erişimde farklı kaynakları sorgulama ve doğrulama becerilerini geliştirmesinin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, çevrimiçi haber doğrulama yöntemlerinin haber okuryazarlığı eğitimine entegrasyonu, bireylerin medya manipülasyonlarına karşı direncini artırmada önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir.

Haber okuryazarlığının ölçümüne yönelik yapılan çalışmalar, bireylerin bu alandaki bilgi ve beceri düzeylerini belirlemek için geçerli ve güvenilir araçların geliştirilmesine odaklanmıştır (Güdekli vd., 2022). Bu araçlar, bireylerin haber üretim ve tüketim süreçlerindeki eleştirel düşünme ve anlamlandırma pratiklerini değerlendirme imkânı sunmaktadır. Özellikle medya okuryazarlığı ve haber okuryazarlığı arasındaki bağlantının bu ölçüm araçlarıyla daha net bir şekilde analiz edilmesi, alandaki teorik ve pratik ilerlemelere katkı sağlamaktadır.

Haber okuryazarlığı düzeylerini etkileyen bireysel faktörler arasında eğitim alanı, yaş ve medya tüketim alışkanlıkları gibi değişkenler öne çıkmaktadır. Örneğin, sosyal bilimler alanında eğitim alan bireylerin haber okuryazarlığı düzeylerinin, sayısal bilimler temelli eğitim alan bireylerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Ateşgöz, 2023). Ayrıca, habere erişimde kullanılan platformların da bireylerin haber okuryazarlığı becerilerini etkilediği, çevrimiçi haber siteleri ve sosyal medya platformlarının bu bağlamda belirleyici bir rol oynadığı ifade edilmiştir. Bu bulgular, haber okuryazarlığı eğitiminin bireysel farklılıklara göre tasarlanması gerektiğini vurgulamaktadır.

Son olarak, bibliyometrik analiz yöntemleriyle yapılan çalışmalar, haber okuryazarlığı alanyazınındaki eğilimleri ve mevcut durumu ortaya koymaktadır. Bu analizler, haber okuryazarlığı çalışmalarının sosyal bilimler farklı disiplinlerinden beslendiğini ve kriz dönemlerinde bu çalışmaların arttığını göstermektedir (Ünal, 2024). Özellikle pandemi döneminde yalan haberlerin yayılımı ve dezenformasyonun toplumsal etkileri üzerine yapılan araştırmalar, haber okuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesinin ne kadar önemli olduğunu bir kez daha gözler önüne sermiştir.

Sonuç olarak, ampirik bulgular, haber okuryazarlığı eğitiminin bireylerin medya içeriklerini eleştirel bir perspektiften değerlendirme becerilerini geliştirmede etkili olduğunu göstermektedir. Eğitim süreçlerinin uzun vadeli ve sürdürülebilir bir şekilde tasarlanması, bireylerin medya karşısındaki savunmasızlığını azaltmakta ve demokratik katılım süreçlerini güçlendirmektedir. Haber okuryazarlığı eğitimlerinin bu şekilde geniş bir kapsamda ele alınması, bireylerin bilgiye erişim ve değerlendirme kapasitelerini artırmada hayati bir rol oynamaktadır.

HABER OKURYAZARLIĞININ ÖNEMİ

Haber okuryazarlığının önemini kavrayabilmek için öncelikle medya okuryazarlığının değerini anlamak gereklidir. Bu nedenle, bu bölümde öncelikli olarak medya okuryazarlığının önemi ele alınmıştır. Medya okuryazarlığı, bireylerin medya içeriklerini eleştirel bir gözle analiz etme ve değerlendirme becerilerini geliştiren, modern toplumların bilgi ekosisteminde temel bir yere sahip olan bir kavramdır. Günümüzde bilgi teknolojilerinin, 19. yüzyıldaki matbaanın etkisi kadar önemli olduğu bir dönemde yaşıyoruz. Yeni iletişim teknolojileri, bireylerin bilgiye erişimini kolaylaştırırken, bilgi üretim ve paylaşım süreçlerini de köklü bir şekilde dönüştürmektedir. Geçmişteki günlük defterlerin yerini, bugün internet günlükleri olarak adlandırılan bloglar ve mikro bloglar almıştır. Web 2.0 kavramı, kullanıcıların daha fazla katılım ve paylaşım sağlayabildiği, etkileşimli bir dönemin başladığını ifade etmektedir (Aydoğan-Başaran, 2012).

Yeni medya ortamları, bireylere sağlıktan sanata, ekonomiden politikaya kadar geniş bir bilgi havuzuna erişim imkânı sunmaktadır. Sosyal medya platformları, bireylere hem bilgi üretimi hem de paylaşımı konusunda özgürlük sağlarken, aynı zamanda önemli riskleri de beraberinde getirmektedir. Yüksek erişim ve katılım olanakları, yanlış bilgi ve manipülatif içeriklerin hızla yayılmasına neden olmaktadır. Bu durum, bireylerin medya içeriklerini eleştirel bir perspektifle değerlendirme ihtiyacını artırmaktadır. Medya okuryazarlığı eğitimi, bireylerin bu tür risklere karşı daha bilinçli ve dirençli olmalarını sağlarken, aynı zamanda yaşam boyu sürecek bir kültürel ve politik duruş kazanmalarına olanak tanımaktadır (Bayer ve Bulut Özek, 2021; Jols ve Thoman, 2008).

Medya okuryazarlığı, bireylere medya mesajlarını analiz etme, değerlendirme ve yaratma becerileri kazandıran bir çerçeve sunar. Demokratik bir toplumun aktif yurttaşları için gerekli olan araştırma, kendini ifade etme ve eleştirel düşünme yeteneklerinin temelini oluşturur. Bu bağlamda medya okuryazarlığı, bireylerin yalnızca medya araçlarının sunduğu içerikleri tüketen pasif izleyiciler olmaktan çıkıp, bilgi üretim ve değerlendirme süreçlerine aktif bir şekilde katılmalarını sağlamaktadır. Örneğin, Nijerya ve Singapur gibi ülkelerde medya okuryazarlığı politikaları benimsenmiş, eğitim müfredatlarına entegre edilmiştir (Chen vd., 2018; Udoudo ve Ojo, 2016). Bu girişimler, yeni medya eğitiminin sadece bilgiye erişimi kolaylaştırmakla kalmayıp, bireylerin toplumsal ve ekonomik kalkınma süreçlerine de katkıda bulunduğunu göstermektedir. Ancak birçok ülke, özellikle dijital medyanın eğitim sistemine entegrasyonu konusunda henüz yeterli düzeyde değildir. Covid-19 pandemisi, bu eksiklikleri daha da belirgin hale getirmiştir. Pandemi döneminde sosyal medyada yayılan yanlış bilgilerin, bireylerin sağlık kararlarını ve toplumsal güveni olumsuz etkilediği görülmüştür. Bu durum, medya ve haber okuryazarlığının

bireyler için hayati bir beceri olduğunu bir kez daha ortaya koymuştur (Karaduman, 2018). Örneğin, Finlandiya gibi ülkelerde uygulanan kapsamlı medya okuryazarlığı eğitim programları, yanlış bilginin yayılımını önlemede etkili olmuş ve diğer ülkelere örnek teşkil etmiştir.

Haber okuryazarlığı, medya okuryazarlığının bir alt dalı olarak, bireylerin haber içeriklerini analiz etme, doğrulama ve manipülasyondan arındırılmış bir şekilde değerlendirme becerilerini kazanmalarını sağlamaktadır. Bu beceri, özellikle 12-15 yaş arasındaki erken ergenler için kritik bir öneme sahiptir. Erken ergenlik dönemindeki bireyler, genellikle haberleri sosyal medya aracılığıyla tüketmekte ve çoğu zaman haberlerin onları “kendiliğinden bulacağını” düşünmektedir (Craft vd., 2016; Tamboer vd., 2020). Haberlerin etkileri ve içeriği hakkında bilgi sahibi olmalarına rağmen, bu bilgi çoğu zaman eleştirel değerlendirme becerilerine dönüşmemektedir (Ku vd., 2019; Tamboer vd., 2020).

Bu gelişimsel dönemde bireyler, kalıcı haber tüketim alışkanlıkları geliştirmekte ve siyasi ve toplumsal olaylara karşı duyarlılık kazanmaktadır (Marchi, 2012; Russo ve Stattin, 2017). Ancak erken ergenler, haber okuryazarlığı araştırmalarında yeterince temsil edilmemektedir. Araştırmalar, bu grubun özellikle güvenilir haber ile yanlış bilgi arasındaki farkı ayırt etme ve kaynak güvenilirliğini değerlendirme becerilerinde eksiklikler yaşadığını göstermektedir (Wineburg vd., 2016).

Haber okuryazarlığı eğitimlerinin erken ergenlerde eleştirel düşünce becerilerini artırabileceğini ortaya koyan çalışmalar, bu becerilerin uzun vadeli etkiler yaratabileceğini göstermektedir. Örneğin, çevrimiçi deneysel çalışmalar, haber okuryazarlığı eğitiminin bireylerin medya mesajlarına duyduğu güveni artırdığını ve yanlış bilgilere karşı daha dirençli hale gelmelerini sağladığını ortaya koymuştur (Vraga ve Tully, 2015).

Haber ve medya okuryazarlığı, bireylerin medya içeriklerini analiz etme ve değerlendirme becerilerini güçlendirerek, demokratik toplumların daha bilinçli ve aktif yurttaşlara sahip olmasını sağlamaktadır. Bu doğrultuda, eleştirel düşünceyi merkeze alan eğitim programlarının geliştirilmesi, bireylerin yanıltıcı içeriklere karşı direnç geliştirmesi ve demokratik süreçlere daha etkin katılım sağlaması açısından hayati bir öneme sahiptir. Özellikle erken yaşlarda başlatılan haber okuryazarlığı programları, bireylerin uzun vadede daha bilinçli bilgi tüketicileri haline gelmesine katkıda bulunacaktır. Bu nedenle, haber okuryazarlığına yönelik araştırmaların ve uygulamaların genişletilmesi, toplumların bilgi ekosistemini daha dirençli ve sürdürülebilir kılmak için kritik bir adım olarak değerlendirilmektedir.

SONUÇ

Haber okuryazarlığı, dijital çağın hızla değişen medya ortamında bireylerin doğru bilgiye ulaşma, yanıltıcı içerikleri değerlendirme ve eleştirel düşünme becerilerini geliştiren vazgeçilmez bir yetkinlik haline gelmiştir. Bu çalışma boyunca, haber okuryazarlığının kavramsal temelleri, tanımları ve ampirik bulgular ışığında bu becerinin bireyler ve toplumlar üzerindeki önemi detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

Sosyal medya ve dijital platformların yaygınlaşması, bilgi paylaşımında kolaylık ve hız sağlarken, aynı zamanda yanlış bilginin hızla yayılmasına olanak tanımaktadır. Sahte haberler, bireylerin algılarını manipüle ederek hem bireysel hem de toplumsal düzeyde ciddi sorunlara yol açmaktadır. Haber okuryazarlığı ise bireylerin bu tür risklere karşı bilinçli bir şekilde hareket etmelerine olanak tanıyan bir kalkan görevi görmektedir. Eleştirel düşünme becerisini temel alan bu kavram, yalnızca yalan haberleri ayırt etmeyi değil, aynı zamanda medya içeriklerini daha geniş bir bağlamda anlamlandırmayı da mümkün kılmaktadır.

Araştırmalar, haber okuryazarlığının bireylerin medya mesajlarına yönelik güvenlerini artırdığını, yanıltıcı içeriklere karşı direnç geliştirmelerini sağladığını ve demokratik süreçlere daha etkin bir şekilde katılmalarına olanak tanıdığını göstermektedir. Ancak, bu becerinin geliştirilmesi için sürdürülebilir ve kapsamlı eğitim programlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle genç bireyler, kalıcı haber tüketim alışkanlıkları edinmeye başladıkları ergenlik döneminde, bu eğitimlerin temel hedef gruplarından biri olmalıdır.

Sonuç olarak, haber okuryazarlığı yalnızca bireysel bir beceri değil, aynı zamanda demokratik toplumların sağlıklı bir şekilde işlemesi için kritik bir öneme sahiptir. Bu bağlamda, haber okuryazarlığına yönelik eğitimlerin yaygınlaştırılması, bireylerin medya karşısındaki savunmasızlığını azaltarak, daha bilinçli ve katılımcı bireyler yetiştirilmesine katkı sağlayacaktır. Gelecekte yapılacak araştırmalar ve geliştirilecek uygulamalar, bu alandaki eksiklikleri gidermek ve haber okuryazarlığını daha geniş kitlelere ulaştırmak için önemli bir zemin oluşturacaktır.

KAYNAKÇA

- Ashley, S., Maksı, A. ve Craft, S. (2013). Developing a news media literacy scale. *Journalism & Mass Communication Educator*, 68(1), 7–21.
- Ateşgöz, K. (2021). Medya okuryazarlığı olgusunun dijital ve internet teknolojileri dolayimli dönüşümü: Sosyal medya okuryazarlığı. G. D. Öztürk (Ed.), *Sosyal medya okuryazarlığı içinde* (s. 1-18). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Ateşgöz, K. (2023). Haber medyası okuryazarlığı düzeylerinin incelenmesi: Çukurova Üniversitesi örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(3), 1059-1095.
- Aydoğan A. ve Başaran F. (2012), Yeni medyayı alternatif medya bağlamında anlamak Ö. Özer (Ed.), *Alternatif medya alternatif gazetecilik içinde* (s. 213-247). Konya: Literatürk.
- Balmas, M. (2014). When fake news becomes real: Combined exposure to multiple news sources and political attitudes of inefficacy, alienation, and cynicism. *Communication Research*, 41(3), 430–454.
- Bayer, H. ve Bulut Özek, M. (2021). Yeni medya eğitimi ve önemi. *Journal of Communication Science Research*, 1(2), 127-138.
- Callecod-Weinrich, K. (2020). Conceptualizing news literacy. *Journal of Education and Humanities (JEH)*, 3(2), 48-63.
- Chen, D. T., Lin, T. B., Li, J. Y. ve Lee, L. (2018). Establishing the norm of new media literacy of Singaporean students: Implications to policy and pedagogy. *Computers & Education*, 124, 1-13.
- Christians, C. G., Glasser, T., McQuail, D., Nordenstreng, K. ve White, R. A. (2009). *Normative theories of the media: Journalism in democratic societies*. Urbana: University of Illinois Press.
- Craft, S., Ashley, S. ve Maksı, A. (2016). Elements of news literacy: A focus group study of how teenagers define news and why they consume it. *Electronic News*, 10(3), 143-160.
- Fleming, J. (2014). Media Literacy, news literacy, or news appreciation? A Case study of the news literacy program at Stony Brook University. *Journalism & Mass Communication Educator*, 69(2), 146-165.
- Güdekli, A., Deren-Van Het Hof, S., Eser, M. ve Oruç, M. S. (2022). Haber medyası okuryazarlığı ölçeği: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Journal of Economy Culture and Society*, 65, 61-80.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action. a white paper on the digital and media literacy recommendations of the knight commission on the information needs of communities in a democracy*. Washington, USA: The Aspen Institute.
- Holladay, S. J. ve Coombs, W. T. (2013). Public relations literacy: Developing critical consumers of public relations. *Public Relations Inquiry*, 2(2), 125-146.

- Horne, B. ve Adali, S. (2017, Mayıs). This just in: Fake news packs a lot in title, uses simpler, repetitive content in text body, more similar to satire than real news. *Proceedings of The International AAAI Conference on Web and Social Media*, 11(1), 759-766
- Jols T. ve Thoman E. (2008). *21. yüzyıl okuryazarlığı medya okuryazarlığına genel bir bakış ve sınıf içi etkinlikler*. (Çev.) C. Elma-A. Kesten, Ankara: Ekinoks Yayınevi.
- Karaduman, S. (2019). Yeni medya okuryazarlığı: Yeni beceriler/olanaklar/riskler. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 683-700.
- Maksl, A., Ashley, S. ve Craft, S. (2015). Measuring news media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 6(3), 29-45.
- Malik, M. M., Cortesi, S. ve Gasser, U. (2013). *The challenges of defining 'news literacy'*. Cambridge: Berkman Center Research Publication.
- Marchi, R. (2012). With Facebook, blogs, and fake news, teens reject journalistic objectivity. *Journal of Communication Inquiry*, 36(3), 246-262.
- Mihailidis, P. (2014). The civic-social media disconnect: Exploring perceptions of social media for engagement in the daily life of college students. *Information, Communication & Society*, 17(9), 1059-1071.
- Russo, S. ve Stattin, H. (2017). Stability and change in youths' political interest. *Social Indicators Research*, 132(2), 643-658.
- Shoemaker, P. J. ve Vos, T. (2009). *Gatekeeping theory*. New York: Routledge.
- Shu, K., Wang, S. ve Liu, H. (2017). Exploiting tri-relationship for fake news detection. *ArXiv e-prints*, 1-11.
- Şencan, İ. (2020). *Haber okuryazarlığı programı: İçerik tasarımı ve etkililiğinin değerlendirilmesi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Şencan, İ. ve Soydal, İ. (2023). Haber okuryazarlığı eğitimi alan öğrencilerin haber algısı. *Bilgi Dünyası*, 24(2), 109-139.
- Tamboer, S. L., Kleemans, M. ve Daalmans, S. (2020). 'We are a neeeew generation': Early adolescents' views on news and news literacy. *Journalism*, 23(4), 806-822.
- Toepfl, F. (2014). Four facets of critical news literacy in a non-democratic regime: How young Russians navigate their news. *European Journal of Communication*, 29(1), 68-82.
- Tully, M., Vraga, E. K. ve Bode, L. (2020). Designing and testing news literacy messages for social media. *Mass Communication & Society*, 23(1), 22-46.
- Udoudo, A. J. ve Ojo, G. O. (2016). New media and the development of education sector: Appraisal of selected schools. *Sage Open*, 6(4), 1-11.
- Ünal, S. (2018). Yeni medya çağında haber okuryazarlığı. *Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu*, 351-362.

- Ünal, S. (2024). Haber okuryazarlığı: Alanyazına yönelik bibliyometrik analiz. *Eurasian Journal of Media Communication and Culture Studies*, 2(2), 133-156.
- Ünal, Y., Şencan, İ. ve Kurbanoglu, S. (2022). Gerçek ötesi dönemde Türkiye'deki lisans öğrencilerinin haber tüketim ve paylaşım davranışları. *Türk Kütüphaneciliği*, 36(3), 334-359.
- Vraga, E. K. ve Tully, M. (2015). Media literacy messages and hostile media perceptions: Processing of nonpartisan versus partisan political information. *Mass Communication and Society*, 18(4), 422-448.
- Vraga, E. K. ve Tully, M. (2016). Effective messaging to communicate news media literacy concepts to diverse publics. *Communication and the Public*, 1(3), 305-322.
- Vraga, E. K., Tully, M., Maksl, A., Craft, S. ve Ashley, S. (2021). Theorizing news literacy behaviors. *Communication Theory*, 31(1), 1-21.
- Wineburg, S., Breakstone, J., McGrew, S. ve Ortega, T. (2016). Evaluating information: The cornerstone of civic online reasoning. Erişim Adresi: <https://stacks.stanford.edu/file/druid:fv751yt5934/SHEG>
- Zhang, X. ve Ghorbani, A. A. (2020). An overview of online fake news: Characterization, detection, and discussion. *Information Processing & Management*, 57(2), 1-26.

GAZETECİLİK VE MEDYA ÇALIŞMALARINDA İLERİ ARAŞTIRMALAR

yaz
yayınları

YAZ Yayınları
M.İhtisas OSB Mah. 4A Cad. No:3/3
İscehisar / AFYONKARAHİSAR
Tel : (0 531) 880 92 99
yazyayinlari@gmail.com • www.yazyayinlari.com