



KAVRAMSAL MAKALE

Medya Okuryazarlığını Güçlendirmek: Dijital Dönemde Sivil Toplum Kuruluşlarının Stratejik Rolü

Dr. Öğr. Üyesi Tuba ÇEVİK ERGİN, Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Sakarya, e-posta: tubacevikergin@sakarya.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4632-7987>

Murat SARAÇ, Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, e-posta: murat.sarac3@ogr.sakarya.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2172-4564>

Öz

Bu makale, dijital dönüşüm süreci ve sosyal ağlardaki çeşitliliğin etkisiyle hızla artan bilgi kirliliği ve dezenformasyon bağlamında medya okuryazarlığının önemini ele almaktadır. Medya okuryazarlığı, bireylerin medya içeriklerini doğru anlamlandırma, sorgulama ve eleştirel bir perspektifle analiz etme yetkinliklerini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, sivil toplum kuruluşlarının (STK) medya okuryazarlığını yaygınlaştırma ve toplumsal farkındalık oluşturmadaki stratejik rolleri vurgulanmaktadır. Medya okuryazarlığının tanımı, temel bileşenleri ve eğitim yöntemleri açıklanırken dijital ve sosyal medya okuryazarlığının günümüzdeki önemi üzerinde durulmaktadır. Ayrıca sosyal medyanın manipülatif etkileri, etik sorunlar ve algoritmik yönlendirmeler karşısında STK'ların üstlendiği sorumluluklar değerlendirilmektedir. Ulusal ve uluslararası düzeyde yürütülen eğitim programları, farkındalık kampanyaları ve iş birlikleri örneklerle incelenmektedir. Çalışma, nitel araştırma deseni kapsamında doküman analizi ve Sakarya ilinde gerçekleştirilen gözlemlere dayanmaktadır. Sonuç olarak medya okuryazarlığının demokratik katılım, toplumsal bilinç ve etik değerlerin korunmasındaki kritik rolü ortaya konulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Medya Okuryazarlığı, STK, Dijital Dezenformasyon.

Makale Gönderme Tarihi: 14.11.2024

Makale Kabul Tarihi: 02.06.2026

Önerilen Atf:

Çevik Ergin, T. ve Saraç, M. (2026). Medya Okuryazarlığını Güçlendirmek: Dijital Dönemde Sivil Toplum Kuruluşlarının Stratejik Rolü, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(6): 313-326.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2026, 9(6): 313-326. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2026.1659>
ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

Enhancing Media Literacy: The Strategic Role of Civil Society Organizations in the Digital Era

Assistant Prof. Dr. Tuba ÇEVİK ERGİN, Sakarya University, Faculty of Communication, Sakarya,
e-mail: tubacevikergin@sakarya.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4632-7987>

Murat SARAÇ, Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya University, Institute of Social Sciences, Sakarya,
e-mail: murat.sarac3@ogr.sakarya.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2172-4564>

Abstract

This article examines the importance of media literacy in the context of rapidly increasing information pollution and disinformation driven by digital transformation and the diversity of social networks. Media literacy aims to develop individuals' abilities to accurately interpret, question, and critically analyze media content. The study emphasizes the strategic roles of civil society organizations (CSOs) in promoting media literacy and raising public awareness. The definition, core components, and educational approaches of media literacy are discussed, highlighting the growing significance of digital and social media literacy. Furthermore, the responsibilities of CSOs in addressing manipulative content, ethical challenges, and algorithmic influence are evaluated. Educational programs, awareness campaigns, and national and international collaborations are examined with relevant examples. The study is based on a qualitative research design, employing document analysis and observational findings conducted in Sakarya. Ultimately, the article highlights the critical role of media literacy in strengthening democratic participation, social awareness, and the protection of ethical values.

Keywords: Media Literacy, NGOs, Digital Transformation.

Received: 14.11.2024

Accepted: 02.06.2026

Suggested Citation:

Çevik Ergin, T. and Saraç, M. (2026). Enhancing Media Literacy: The Strategic Role of Civil Society Organizations in the Digital Era, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 9(6): 313-326.

GİRİŞ

Dijitalleşmenin ve sosyal medya platformlarının yaygın kullanımı sebebiyle son yıllarda medya okuryazarlığı kavramı sıkça tartışılmaktadır. Örneğin, Avrupa Konseyi tarafından hazırlanan bilgi bozukluğu raporunda (Wardle ve Derakhshan, 2017), bilgi kirliliğinin özellikle manipülasyon yoluyla yalan haber ekseninde sosyal medya kanalları üzerinden yayıldığı vurgulanmaktadır. Dijital dönüşümün hızlı bir ivme kazanmasıyla birlikte medya içeriklerinin niteliği, çeşitliliği ve sayısı önemli ölçüde artmıştır. İnternete erişimin kolaylaşması ve özellikle sosyal platformların yaygın kullanımı, kişilerin bilgiye ulaşmasını kolaylaştırırken, bir yandan da çarpıtılmış içeriklerin yayılmasına sebep olmuştur. Bu durum, kişilerin medya mesajlarını eleştirel perspektif üzerinden değerlendirme yeteneği kazanması gereksinimini oldukça önemli bir hale getirmiştir (Lazer vd., 2018). Medya okuryazarlığı, kişilerin oluşturulan içerikleri en doğru şekilde anlamalarını, analiz etmelerini ve değerlendirme becerilerini ifade ederken bu sadece geleneksel medya kanalları ile sınırlı kalmayıp, kapsamında sosyal platformları da barındırmaktadır (Aufderheide, 1993).

Medya okuryazarlığının toplumda yaygınlaştırılması ve farkındalık yaratılması hususunda özellikle sivil toplum kuruluşları kilit bir konumda bulunmaktadır. STK'lar, medya okuryazarlığı konusunda eğitim programları düzenleyerek, atölye çalışmaları ve seminerler aracılığıyla bireyleri bu konuda bilinçlendirmekte ve eğitmektedir (Hobbs, 2010). ABD'deki Medya Okuryazarlığı Şimdi (Media Literacy Now) gibi kuruluşlar, medya okuryazarlığı konusunun müfredata dâhil edilmesi konusunda bazı çalışmalar yürütmekte ve siyaseti/politikacıları bu konuda bilgilendirmektedir (Bulger ve Davison, 2018). Türkiye'de de STK'lar benzer şekilde, medya okuryazarlığı konusunda birçok faaliyette bulunmaktadır. Bu STK'lar, özellikle öğrenci ve gençleri medya okuryazarlığı konusunda eğitmeyi hedefleyen bir dizi projeleri ve uygulamaları hayata geçirmektedir. Türkiye'de Eğitim Reformu Girişimi (ERG), medya okuryazarlığı konusundaki birçok çalışmayı organize ederek öncülük etmektedir.

Bu makalede, STK'ların medya okuryazarlığındaki rolü ve önemi, uluslararası ve ülkemizdeki örnekleri ile ele alınacaktır. Medya okuryazarlığının toplum üzerindeki yansımaları incelenecek ve STK'ların bu konudaki katkıları detaylandırılacaktır. Ayrıca, medya okuryazarlığının gelişimi ve yaygınlaştırılması için önerilerde bulunulacaktır. Bu kapsamda araştırmanın temel sorusu, sivil toplum kuruluşlarının dijital çağda medya okuryazarlığının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması sürecinde üstlendikleri rollerin neler olduğu ve bu rollerin kamu politikaları, eğitim sistemi ve toplumsal eşitsizlikler bağlamında nasıl şekillendiğidir.

METODOLOJİ VE YÖNTEM

Bu çalışmada, medya okuryazarlığı alanında sivil toplum kuruluşlarının (STK) stratejik rollerini incelemek amacıyla nitel araştırma deseni benimsenmiştir. Araştırma, literatür taraması ve gözlem yöntemleri ile sınırlandırılmıştır.

Bu kapsamda gerçekleştirilen literatür taramasında, ulusal ve uluslararası STK'ların yayımladığı raporlar, eğitim materyalleri ve politika dokümanları incelenmiştir. Ayrıca Sakarya ilinde yerel yönetimler ve STK'lar tarafından gerçekleştirilen etkinlikler, yeni medya ve sosyal medya okuryazarlığı açısından gözlemlenmiştir. Bu etkinliklerde katılımcı profili, sunulan içeriklerin kapsamı ve öğretmenlerin yaklaşımları not edilmiş; medya okuryazarlığı kültürünün yerel düzeyde nasıl inşa edildiği anlaşılmaya çalışılmıştır.

MEDYA OKURYAZARLIĞI

Medya okuryazarlığı, insanın medya içeriklerini doğru bir şekilde anlayabilme ve yorumlama yeteneklerini ifade etmektedir. Bu tanım, insanların yeni ve geleneksel medya platformlarında rastlanan içerikleri eleştirel bir gözle çözümleyebilme, mesajların hangi amaçla üretildiğini, süreçleri ve toplumsal çıktılarını anlayabilme yeteneğinin tümünü kapsamaktadır. Esasen medya okuryazarlığı, insanların medyayla olan etkileşimlerinde bilinçli ve aktif şekilde katılımcı olmalarını sağlamaktır. Bireylerin medya okuryazarlığı becerilerini geliştirmeleri, bilgiye erişim, değerlendirme ve etik kullanım konularında daha donanımlı olmalarına katkıda bulunur (Aufderheide, 1993). Medya okuryazarlığı eğitiminin önemi, günümüzde artan bilgi kirliliği ve dezenformasyonla mücadelede kritik bir rol oynamasından kaynaklanmaktadır. Vraga ve Tully (2021), medya okuryazarlığı, kullanıcıların medya içeriklerini değerlendirme kapasitesini artırarak, yanlış bilgilendirme ve manipülasyonun etkilerini azaltmaya yardımcı olduğunu süreçlerdir. Bu yetenek, bireylerin medyada karşılaştıkları bilgilerin doğruluğunu sorgulamalarına ve daha bilinçli olmalarına yarar.

Medya okuryazarlığı, farklı bileşenlerden oluşur. Bunlar arasında, medya mesajlarının yapısını ve içeriğini analiz etme, medya mesajlarının arkasındaki ekonomik ve politik güçleri anlama, mesajların medya kullanımı için nasıl üretildiğini ve hangi yollarla dağıtıldığını anlayabilme ve içeriklerin birey ve toplumsal etkilerini değerlendirme yer alır (Hobbs, 2010). Bu bileşenler, kişilerin medya içeriklerini tahlil ederek eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmelerini ve medyanın yaşamlarındaki rolünü daha iyi anlamalarını sağlar. Medya okuryazarlığı eğitimi, bireylerin teknik ve eleştirel becerilerini geliştirerek; medya iletileri hakkında toplumsal bir bilinç oluşmasına ve medyanın kolektif yapı üzerindeki etkilerinin daha isabetli analiz edilmesine olanak sağlamaktadır. Modern toplumda bireylerin bilgiye erişim ve kullanım becerilerini geliştirerek, demokratik katılımı ve eleştirel düşünmeyi destekleyen önemli bir yetenektir. Bireylerin medya okuryazarlığı becerilerini kazanması kişisel gelişimleriyle eşzamanlı olarak toplumsal bilinçlenmeye katkıda bulunur. Bu nedenle, medya okuryazarlığının, eğitim sisteminin içerisine yer alması ve her kesimden bireye ulaşması büyük önem taşımaktadır.

SOSYAL MEDYA OKURYAZARLIĞI

Yirmi birinci yüzyıl, yeni medyanın toplumun neredeyse her alanına eşi benzeri görülmemiş bir biçimde etki ettiği ve bu etkiyle şekillenen bir dönem olarak yaşanmaktadır. Yeni medya okuryazarlığının ise, kişilerin bu yeni yüzyılın toplumsal ortamına katılımında hayati bir rolü vardır. (Livingstone, 2004). Bugün dijital platformlar, sosyal etki alanını genişletmesiyle birlikte medya okuryazarlığının vazgeçilmez bir sahnesi konumuna gelmiştir. Örneğin, İstanbul Bilgi Üniversitesi Çocuk Çalışmaları Birimi gençler için medya okuryazarlığı atölyeleri oluşturmakta ve bu atölyelerde dijital medya içeriklerinin eleştirel olarak analiz edilmesine yönelik beceriler kazandırılmaktadır (İstanbul Bilgi Üniversitesi, 2021). Dijital ve sosyal medya okuryazarlığı, bireylerin dijital mecralarda karşılaştıkları verileri değerlendirmelerini ve dijital medya araçlarını güvenli ve bilinçli bir şekilde kullanmalarını sağlamaktadır. Sosyal medya kullanıcılarının dijital ortamlarda bıraktıkları verilerin farkında olmalarının ve bu içerikleri bilinçli şekilde değerlendirmelerinin, dijital farkındalık ve medya okuryazarlığı düzeyinin önemli bir göstergesi olduğu ifade edilmektedir (Taş ve Bülbül, 2021). Bu yetenekler, bilgi kirliliği, sahte haberler, çevrimiçi yönlendirme ve dijital güvenlik risklerine karşı bireyleri muhafaza etmektedir. Medya okuryazarlığı becerisinin kazandırılmasında eğitim programları, çeşitli yöntemler ve araçlar karşımıza çıkmaktadır. Medya okuryazarlığı eğitiminde verimli araçlar olarak; medya okuryazarlığı kursları, çevrimiçi dersler, web seminerleri, etkileşimli modüller ve dijital araçlar sayılabilir. Bu yöntemler, medya içeriklerinin eleştirel analizini öğretmek için dinamik ve

erişilebilir yollar sunarak, bireylerin medya içeriklerini bilinçli ve sorumlu bir şekilde yorumlamalarını sağlamaktadır. Örneğin, web 2.0 tabanlı çevrimiçi dersler, katılımcılarla etkileşim kurarak onların daha kolay öğrenmelerine imkân tanır ve geniş bir kitle ile etkileşim imkânı sunar. Bu yöntem ile katılımcılar dinamik bir şekilde sürecin içerisinde yer almakta ve öğrendiklerini uygulamalı olarak pekiştirmektedirler. Hiç kuşkusuz; bu yönde düzenlenen eğitim programlarının verimli olabilmesi için programların güncel ve güvenilir bilgiler barındırması önemlidir. Dijital ve sosyal medya hızla değişen ve gelişmekte olan bir evrendir; bu sebeple, eğitim içeriklerinin gelişmelere uygun olacak şekilde sürekli olarak güncellenmesi gerekmektedir. Ayrıca, eğitim programlarının katılımcıların ihtiyaçlarına ve seviyelerine uygun biçimde tasarlanması, programların verimliliğini artırmaktadır.

SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

Sosyal medya platformlarının manipüle edilmiş içeriklerin yayılımını kolaylaştırması, içerik üreticileri üzerinde motive edici bir etki oluşturmaktadır. Bu nedenle, dezenformasyon, mezenformasyon ve malenformasyon terimlerinin akademik literatürdeki anlamlarını net bir şekilde tanımlamak gerekmektedir. Dezenformasyon, kasıtlı olarak yanlış ve zarar verme amacıyla oluşturulan ve yayılan bilgi olarak tanımlanmaktadır (Wardle ve Derakhshan, 2017). Mezenformasyon, genel anlamda yanlış bilgiyi ve bilgi bozulmasını tanımlamak için kullanılan bir terimdir (Oxford English Dictionary, 2020). Mantzaris (2018)'e göre, mezenformasyon, art niyet gütmeyen oluşturulmuş veya paylaşılan yanıltıcı içerikleri tanımlamak için kullanılan bir terimdir. Malenformasyon ise bir kişiye, kuruma, organizasyona veya ülkeye zarar vermek amacıyla kullanılan, gerçeklik temeli olan bilgilerin paylaşılmasıdır (Wardle ve Derakhshan, 2017). Web 2.0 teknolojisi ile kullanıcıların kendilerini ifade etme imkânı buldukları sosyal medya platformları, kontrol edilmesi zor, doğrulama gerektiren ve denetim eksiklikleri barındıran bir ortam olarak öne çıkmaktadır. İnternet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, özellikle sosyal medya platformları küresel iletişimin en önemli unsurlarından biri haline gelmiştir. Sosyal medya platformlarının bireylerin bilgiye erişim süreçlerini dönüştürdüğü ve bu platformlarda karşılaşılan içeriklerin eleştirel değerlendirilmesinin medya okuryazarlığı becerileri açısından büyük önem taşıdığı belirtilmektedir (Utma, 2019). Sosyal, kültürel, siyasal ve sosyolojik motivasyonlarla tasarlanan bu platformlar, geleneksel medyanın popülaritesini yitirmesinde en büyük etken olmuştur. Sosyal medya platformları üzerinden dolaşıma sokulan bilgilerin yayılma biçimi, bu platformların kuruluş doğasıyla yakından ilişkilidir. Bu mecralar güçlü yazılım altyapıları ve algoritmaları ile küresel ve yerel gündemi belirlemede önemli aktörlerden biri haline gelerek, çoğu zaman ekonomik, sosyal ve siyasal kazanç elde etme amacı taşımaktadırlar. Bugünkü anlamıyla sosyal medya, yaklaşık 26 yıl kadar önce; Bruce ve Susan Abelson'un kurduğu ve çevrimiçi olarak günlük yazanları bir araya getiren ilk sosyal paylaşım sitesi olan "OD" Open Diary ile başlamıştır (Akta ve Ulutaş, 2010). Şimşek (2012)'in sosyal medyanın gelişim sırası olarak tanımladığı listede; 1991'de World Wide Web (tarayıcı), 2004'te Facebook, 2005'te Youtube ve 2006'da Twitter (X) oluşturularak sosyal medyanın temelleri oluşturulmuştur. Sivil toplum kuruluşları (STK'lar) açısından, sosyal mecraların hileli yönlendirme etkisi, medya profesyonellerinin ve izleyicilerin dijital okuryazarlık kapasitelerinin artırılması ve paylaşımların ilk kaynağına ulaşabilme yeteneklerinin geliştirilmesi ile sınırlandırılabilir. STK'lar, dijital okuryazarlık eğitimleri ve farkındalık kampanyaları düzenleyerek bu konuda önemli bir rol üstlenebilirler. Ayrıca, kamu otoritelerinin ve platform kurucularının hileli paylaşımları engellemek ve doğru bilgiye erişimi sağlamak için daha etkili politikalar üretmesi gerekmektedir. Yasal düzenlemeler ile hileyi tespit eden yazılım sistemlerinin gelişimi, bu bağlamda önemini her geçen gün artırmaktadır. STK'lar, dezenformasyonla mücadelede stratejik ortaklıklar kurarak ve doğru bilgi yayılımını teşvik ederek bu sürece katkıda bulunabilirler. Bu çabalar, toplumun

genelinde daha sağlıklı bir bilgi ortamı oluşturulmasına yardımcı olabilir ve sosyal medyanın manipülatif etkilerini azaltmada önemli bir rol de oynayabilir.

ETİK VE AHLAKİ SORUMLULUK

Etik ve ahlak kavramları, hayatın her alanında olduğu gibi sosyal mecralarda da büyük önem taşımaktadır. Medya profesyonelleri, sosyal platform yöneticileri ve kullanıcıların bu ilkeler doğrultusunda bir anlayış benimsemeleri ve bu doğrultuda hareket etmeleri, doğru davranış modelinin bir yansımasıdır. Yeni medya, etik ve ahlaki sorunlar bağlamında özel yaşamın gizliliği, telif hakları, kullanıcının aşırı reklama maruz kalması ve genel ahlaka aykırı paylaşımlar gibi pek çok sorunu beraberinde getirmektedir. Etik sorunların başlıca üç nedeni bulunmaktadır. Bunlar: siyasi, ekonomik ve kültürel nedenlerdir (Fuchs, 2014). Geleneksel medya ortaya çıktığı andan itibaren etik ve ahlaki tartışmalara neden olduğu gibi, yeni medya da farklı etik sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Sivil toplum kuruluşları (STK'lar), bu sahada da önemli bir görev üstlenmektedir. STK'lar, medya okuryazarlığını artırarak ve kullanıcıları bilinçlendirerek etik ve ahlaki değerlerin yaygınlaşmasına katkı sunabilirler. Medya içeriklerinin değerlendirilmesi ve denetlenmesi hususunda toplumu bilgilendirici kampanyalar düzenleyebilirler. Ayrıca, etik ihlallerini raporlayabilecekleri platformlar oluşturarak, kullanıcıların olumsuz deneyimlerini ifade edebilecekleri güvenli alanlar sağlayabilirler. STK'lar, medya profesyonelleri ve platform yöneticileri ile iş birliği yaparak, etik kuralların oluşturulmasına ve uygulanmasına katkı sunabilirler. Eğitim programları ve atölye çalışmaları düzenleyerek, bireylerin yeni medya ortamında etik ve ahlaki davranışlar sergilemelerini teşvik edebilirler. Böylelikle hem bireylerin hem de toplumların daha bilinçli ve sorumlu medya tüketicileri olmalarına yardımcı olabilirler. Bu konuda yapılan çalışmalar, STK'ların medya okuryazarlığı eğitimi, farkındalık çalışmaları ve kampanyalar aracılığıyla toplumun medya içeriklerini daha eleştirel ve bilinçli biçimde değerlendirmesine katkı sağlayabileceği söylenebilir (Altun, 2011). Ayrıca, medya okuryazarlığı, bireylerin medya mesajlarını doğru anlayabilmesini, içerikleri sorgulayabilmesini ve medya karşısında daha bilinçli bir konuma gelmesini amaçlamaktadır. Bu nedenle medya içeriklerinin değerlendirilmesi ve toplumun bu konuda bilinçlendirilmesine yönelik eğitim ve farkındalık çalışmalarının önemli olduğu vurgulanmaktadır (Avşar, 2013). Bu sebeple, medya etiği ve medya okuryazarlığı alanında yalnızca medya profesyonellerinin değil, kamu kurumlarının, yasal düzenleyicilerin ve sivil toplum aktörlerinin de sürece dâhil edilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda STK'ların medya profesyonelleri ve düzenleyici kurumlarla iş birliği içinde etik ilkelerin anlaşılması, tartışılması ve uygulanmasına katkı sağlaması, bireylerin medya içeriklerini daha bilinçli, eleştirel ve sorumlu biçimde değerlendirmelerine destek olmaktadır (Frau-Meigs, 2007).

ALGI YÖNETİMİ

Manipülasyonun artmasıyla birlikte dijital okuryazarlık becerileri, manipüle edilmiş paylaşımları tespit etmek için çok büyük önem taşımaktadır. Bu beceriler, kişilerin doğru bilgiye ulaşmasını sağlamakla birlikte toplumun da doğru bilgiye erişimi açısından vazgeçilmezdir. Bağlamından koparılmış görüntü ve videoların renk, ışık, açı ve ses gibi unsurların doğasına uygun olarak kullanılıp kullanılmadığını değerlendirme ve ilk kaynak tespiti gibi yetkinlikler, dijital okuryazarlığın önemli bileşenleridir. Guess vd., (2019) bu konuda, dijital okuryazarlığın manipülasyonla mücadelede kritik rol oynadığını ve medya okuryazarlığının toplumun doğru bilgiye ulaşmasındaki önemini vurgulamaktadır. STK'lar, dijital okuryazarlık eğitimleri düzenleyerek toplumun geniş kesimlerine ulaşmalı ve manipülasyon teknikleri ile

dezenformasyon yapılması konusunda farkındalık yaratacak çalışmalar yürütmelidir. Bağımsız ve güvenilir kaynak doğrulama platformları kurarak manipüle edilmiş içeriklerin tespit edilmesini sağlamak ve mevcut doğrulama platformlarıyla iş birliği yaparak bilgi doğrulama süreçlerini güçlendirmek de önemli adımlardır. Ayrıca, dijital manipülasyon tekniklerini tespit etmek için yeni yöntemler ve yeni teknolojiler geliştirmek, akademik kurumlarla iş birliği yaparak bu alandaki araştırmalara katkı sağlamak gerekmektedir. Vraga ve Tully (2021) de dijital dünyada medya okuryazarlığının, doğru bilgiye erişim ve dezenformasyonla mücadelede kilit rol oynadığını belirtmektedir. Hükümet ve bürokrasi başta olmak üzere tüm diğer paydaşların iş birliği ile dijital manipülasyonla mücadeleye yönelik politikaların geliştirilmesine katkıda bulunmak ve hukuki düzenlemelerin oluşturulmasında aktif rol almak da STK'ların sorumlulukları arasındadır. Dijital okuryazarlık ve doğru bilgiye erişim konularında topluluklar oluşturmak, gönüllü ağlar kurarak sahada aktif bilinçlendirme ve eğitim çalışmaları yapmak, medya kuruluşları ve sosyal medya platformlarıyla iş birliği yaparak doğru bilgilendirme ve dezenformasyonla mücadeleye yönelik içerikler üretmek de kritik öneme sahiptir. Bu adımlar, STK'ların dijital manipülasyonla mücadelede etkin bir rol üstlenmelerine ve toplumun doğru bilgiye erişimini sağlamada önemli bir katkı sunmalarına yardımcı olacaktır. Wardle ve Derakhshan (2017), Grizzle vd., (2014) ve Bennett ve Livingston (2018), dezenformasyonla mücadelede medya ve bilgi okuryazarlığının geliştirilmesinin kritik bir rol oynadığını vurgulamaktadır.

GÜVENİLİRLİK VE GERÇEKLİK

Manipülasyona karşı güvenilirlik ve gerçeklik kavramı oldukça önemlidir. Görüntülerin güvenilirliği ve gerçekliği, profesyonel medya çalışanları ve medya kullanıcıları tarafından doğrulanabilmektedir. Medya kullanıcılarının bu doğrultuda dijital okuryazarlık becerilerini geliştirmeleri büyük önem taşımaktadır. Susan Sontag (1993), manipülasyonun güvenilirlik ve gerçeklik üzerindeki etkisini şu şekilde açıklamaktadır: “Manipülasyon, bir görüntünün gerçekliğini sorgulamamıza neden olmalıdır.” Bu bağlamda, bireylerin karşılaştıkları görsel içerikleri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmeleri gerekmektedir. Yanlı ve yanlış bilginin dolaşıma sokulmasını önlemek ve güvenilirliği artırmak için doğrulama süreçlerinin uygulanması büyük önem taşımaktadır. Kurumsal bir perspektif ile yayın anlayışı, belirli etik değerlere göre yapılmalıdır. Bu, sadece bir sorumluluğun parçası olmanın ötesinde, insanların doğru bilgiyle buluşması misyonudur. Yeni medyanın etik ilkelere uzak bir şekilde kullanılması ve yanlış, yanıltıcı bilgilerle doldurulması, çoğu zaman suni bir algı yönetimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle toplumun güvenini kazanmak ve kurum itibarını sağlamak gibi hedefleri olan yeni medya aktörlerinin bu ilkelere uygun hareket etmesi, toplumsal şeffaflık açısından da oldukça önemlidir.

ULUSLARARASI STK'LAR VE FAALİYETLERİ

Dünyada medya okuryazarlığı alanında farkındalık yaratmaya yönelik çalışmalar yürüten birçok sivil toplum kuruluşu bulunmaktadır. Bu makalede, küresel ölçekte faaliyet gösteren, akademik çevreler tarafından referans gösterilen ve medya okuryazarlığı alanında politika, eğitim ve araştırma geliştiren MediaSmarts (Kanada), Common Sense Media (ABD) ve National Association for Media Literacy Education (ABD) gibi kuruluşlar doküman yöntemi ile incelenmiştir.

MediaSmarts, araştırma temelli medya okuryazarlığı stratejileri geliştirmekte, eğitimciler, politika yapımcılar ve hükümetlerle iş birliği yaparak dijital okuryazarlığın geliştirilmesine yönelik

politikaların oluşturulmasına katkı sağlamaktadır (<https://mediasmarts.ca>). Benzer şekilde, Common Sense Media çocuklar, gençler, ebeveynler ve eğitimciler için medya değerlendirme sistemleri, eğitim materyalleri ve araştırmalar sunarak güvenli ve bilinçli medya kullanımını teşvik etmektedir (<https://www.common sense media.org>). NAMLE ise medya okuryazarlığı eğitiminin temel ilkelerini belirleyerek eğitimciler, araştırmacılar ve uygulayıcılar için rehberlik sağlamakta ve medya okuryazarlığını demokratik katılımın temel bileşenlerinden biri olarak tanımlamaktadır (National Association for Media Literacy Education, 2007). Common Sense Media, medya içeriklerini yaş gruplarına göre değerlendirerek, dijital çağda güvenli ve etik medya tüketimi için rehberlik sunar. NAMLE ise medya okuryazarlığını akademik ve profesyonel düzeyde ele alarak eğitim müfredatlarına entegre edilmesini desteklemektedir. MediaSmarts, Kanada'da medya okuryazarlığı bilincini artırmak ve eğitim programları düzenlemek amacıyla faaliyet göstermektedir. Bu kuruluş, çocuklara ve gençlere yönelik medya okuryazarlığı eğitim materyalleri geliştirmekte, öğretmenler için rehberler hazırlamakta ve çeşitli politikalar üretmektedir. MediaSmarts tarafından bu alanda yürütülen en kapsamlı ve uzun soluklu araştırma serisi, Kanada'daki çocukların ve gençlerin dijital medya kullanımlarını inceleyen Young Canadians in a Wireless World (YCWW) çalışmasıdır. 2000 yılından itibaren düzenli olarak gerçekleştirilen bu araştırmalar, çocukların ve gençlerin internet, sosyal medya ve mobil teknolojilerle olan etkileşimlerini analiz etmektedir. Bu çalışmalar kapsamında dijital medya tüketim alışkanlıkları, gizlilik, güvenlik ve etik kullanım, sosyal medya platformlarındaki davranışlar ve dijital okuryazarlık seviyelerini ölçmek gibi amaçlar doğrultusunda bir yol haritası belirlenmektedir. Elde edilen veriler, eğitimciler, ebeveynler ve politika yapıcılar için önemli bir rehber niteliği taşımakta olup YCWW, dijital çağda gençlerin medya okuryazarlığını anlamak ve geliştirmek için önemli bir bilimsel kaynak olarak kabul edilmektedir.

Common Sense Media ise ABD'de medya okuryazarlığını yaygınlaştırmak ve ebeveynler, öğretmenler ve çocuklar için medya değerlendirme araçları sunmak amacıyla çalışmaktadır. Medya okuryazarlığı konusundaki farkındalık kampanyaları, farklı etkinlikler ve projeler yoluyla da gerçekleştirilebilir. Mesela, Media Literacy Week Haftası gibi etkinlikler, medya okuryazarlığı hususunda dikkat çekmek amacıyla düzenlenmektedir. Bu tür aktiviteler, atölye çalışmaları, seminerler, panel tartışmaları ve film gösterimleri gibi çeşitli etkinlikler içermektedir. Literacy Week Haftası, Kanada'da MediaSmarts ve Teachers Federation tarafından organize edilmektedir ve her yıl geniş katılımlı etkinliklerle medya okuryazarlığı bilincini artırmayı hedeflemektedir.

Medya okuryazarlığı farkındalığını artırmak için kullanılan başka bir yöntem, medya okuryazarlığı konusundaki bilgilendirici materyallerin geliştirilmesi ve dağıtılmasıdır. Broşürler, kılavuzlar, infografikler ve çevrimiçi kaynaklar gibi materyaller, medya okuryazarlığı konusundaki bilgileri geniş kitlelere ulaştırmada etkili araçlardır. Bu materyaller, medya okuryazarlığının temel ilkelerini, medya içeriklerinin nasıl eleştirel bir şekilde değerlendirileceğini ve medya araçlarının bilinçli bir şekilde nasıl kullanılacağını açıklayan bilgiler içermektedir.

Dünyada medya okuryazarlığı eğitim programları düzenleyen STK'lar arasında Media Education Foundation, Media Literacy for Citizenship EAVI, Media Literacy Now gibi kuruluşlar da yer almaktadır. Medya Eğitimi Vakfı, medya okuryazarlığı hususunda farkındalık yaratmak ve eğitim materyalleri hazırlamak amacıyla çalışmaktadır. Kuruluş, medya içeriklerinin eleştirel analizi hususunda belgeseller ve eğitim materyalleri üretmektedir. EAVI, Avrupa'da medya okuryazarlığı hususunda eğitim programları düzenlemekte ve vatandaşların medya içeriklerini eleştirel bir şekilde incelemelerini sağlamayı hedeflemektedir.

Medya okuryazarlığı eğitim programları, çeşitli hedef kitlelere yönelik olarak tasarlanabilir. Çocuklar, gençler, yetişkinler ve medya profesyonelleri gibi farklı gruplar için özel olarak

hazırlanmış dersler, bu toplulukların ihtiyaçlarına ve seviyelerine uygun içerik ve yöntemlerle sunulmalıdır. Çocuklar ve gençlere yönelik hazırlanan eğitimler; onların, medya içeriklerini sorgulayıcı bir bakışla değerlendirme yeteneklerini geliştirmeyi amaçlarken, yetişkinler ve medya profesyonelleri için düzenlenen eğitimler, medya içeriklerinin bilinçli ve etik kurallara uygun bir şekilde üretilmesini ve tüketilmesini sağlamayı hedeflemektedir. Bu eğitim uygulamaları, farklı yöntemler ve araçlar kullanılarak gerçekleştirilebilir. Atölye çalışmaları, seminerler, çevrimiçi kurslar, oyun tabanlı öğrenme ve medya üretim projeleri gibi farklı yöntemler, medya okuryazarlığı eğitiminde etkili araçlardır. Örneğin, oyun tabanlı öğrenme teknikleri, medya okuryazarlığı konusundaki bilgileri daha eğlenceli ve interaktif bir şekilde sunarak, katılımcıların bilgi edinme sürecinde etkin bir rol almalarını sağlar. Medya üretim projeleri ise, katılımcıların medya içeriklerini üretme sürecine dâhil olarak, medya araçlarını bilinçli ve kreatif bir şekilde kullanmalarını mümkün kılar. Bu programların etkili olabilmesi için, derslerin içeriği ve yöntemleri dikkatlice planlanmalı ve hedef kitlenin ihtiyaçları dikkate alınarak tasarlanmalıdır. Ayrıca, eğitim programlarının etkinliğinin ölçülmesi ve güncel tutulması önemlidir. Bu amaçla, katılımcıların geri bildirimleri alınarak programlar gözden geçirilmeli ve iyileştirilmelidir. Medya okuryazarlığının yaygınlaşmasında dersler büyük önem taşır. STK'lar, medya okuryazarlığı konusunda farkındalık yaratmanın yanı sıra, çeşitli hedef kitlelere yönelik dersler düzenleyerek, bireylerin medya içeriklerine eleştirel bir gözle yaklaşma becerilerini geliştirmelerini sağlamalıdır. Bu eğitim uygulamaları, çeşitli yöntem ve araçlar kullanılarak gerçekleştirilip hedef kitleye uygun şekilde tasarlanmalıdır. Medya okuryazarlığı eğitim programlarının etkinliğinin yüksek olması için, dersler düzenli olarak değerlendirilmeli ve iyileştirilmelidir. Tüm bunlara ilave olarak çeşitli iş birlikleri ve ortaklıklar da oluşturulmalıdır. Eğitim kurumları; medya kuruluşları ve hükümetlerle iş birliği yaparak medya okuryazarlığı konusunda ortak projeler geliştirilmelidir. Bu tür iş birlikleri, medya okuryazarlığı farkındalığını artırmada ve medya okuryazarlığı eğitim programlarının yaygınlaştırılmasında büyük önem taşır. Ayrıca, uluslararası iş birlikleri ve ağlar, medya okuryazarlığı konusunda küresel düzeyde farkındalık yaratmada ve bilgi paylaşımında etkili olabilir. Örneğin, Küresel Medya ve Bilgi Okuryazarlığı İttifakı (GAPMIL), medya okuryazarlığı ve bilgi okuryazarlığı konularında küresel iş birliklerini teşvik etmek amacıyla UNESCO tarafından kurulmuş bir platformdur.

TÜRKİYE'DE MEDYA OKURYAZARLIĞI EĞİTİMİNİN KURUMSALLAŞMA SÜRECİ

İletişimin toplumsal hayattaki öneminin giderek arttığı bir dönemde, kamu paydaşlarının görüş ve önerilerini paylaşabilmeleri amacıyla Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun organizasyonu, Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü ve TRT iş birliğiyle 2003 yılında İletişim Şûrası düzenlenmiştir. Bu şûranın en önemli sonuçlarından biri, ilk ve orta dereceli okulların eğitim müfredatına medya okuryazarlığı dersinin eklenmesi önerisi olmuştur. Bu tarihten iki yıl sonra, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından düzenlenen Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı'nda, medya okuryazarlığının neden gerekli olduğuna ilişkin resmi bir bildiri sunulmuştur. Nihayetinde, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) ile Millî Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı arasında "Orta Öğretim Kurumlarına Medya Okuryazarlığı Dersi Konulmasına Dair İşbirliği Protokolü" imzalanmış ve beş pilot ilde uygulamaya geçilmiştir. Sonraki yıllarda yapılan komisyon ve çalıştay raporlarına göre müfredat düzenli olarak güncellenmektedir.

ULUSAL STK'LAR VE FAALİYETLERİ

Türkiye'de medya okuryazarlığı konusunda çalışan birçok STK mevcuttur. Bu STK'lar, medya okuryazarlığının yaygınlaşması ve toplumda farkındalık yaratılması hedefiyle bir dizi etkinlik, farkındalık projeleri ve eğitici sunumlar düzenlemektedir. Bu STK'lar, özellikle gençler arasında medya okuryazarlığını artırmayı hedefleyen projeler geliştirmekte ve uygulamaktadır. Örneğin, Eğitim Reformu Girişimi (ERG), medya okuryazarlığı konusundaki farkındalık çalışmalarına öncülük etmektedir. ERG, medya okuryazarlığının eğitim sistemine dâhil edilmesi için politika önerileri geliştirmekte ve bu konuda kamuoyu bilinci yaratmaktadır. Türkiye'de de dijital ve sosyal medya okuryazarlığı konusunda faaliyet gösteren STK'lar arasında, Habitat Derneği ve Bilgi Üniversitesi bünyesindeki Gençlik Çalışmaları Birimi gibi organizasyonlar bulunmaktadır. Bu organizasyonlar, dijital ve sosyal medya okuryazarlığı eğitim programları düzenleyerek, bireylerin dijital platformlardaki içerikleri eleştirel bir gözle değerlendirmelerini ve güvenli bir şekilde dijital medya araçlarını kullanmalarını sağlamayı hedeflemektedir.

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (TGC): TGC, yeni medya okuryazarlığı hakkında farkındalık oluşturma ve yeni medya etiği ile ilgili eğitimler düzenlemek amacıyla projeler yürütmektedir. TGC, medya okuryazarlığı eğitim programları ve seminerler düzenleyerek, gazetecilerin ve medya profesyonellerinin medya içeriklerini bilinçli ve etik kurallara uygun bir şekilde üretmelerini ve tüketmelerini sağlamayı hedeflemektedir.

Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV): TEGV, çocuklara ve gençlere yönelik medya okuryazarlığı eğitim programları düzenlemekte ve çocukların, gençlerin bu içerikleri eleştirel bir gözle değerlendirme ve bilinçli medya tüketicileri olma becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır. TEGV, medya okuryazarlığı konusunda çeşitli atölye çalışmaları, seminerler ve projeler düzenlemektedir.

Habitat Derneği, Türkiye'de medya ve dijital okuryazarlık alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarından biri olarak, özellikle genç nüfusun dijital yetkinliklerinin geliştirilmesine yönelik kapsamlı eğitim programları yürütmektedir. Dernek tarafından tasarlanan bu programlar; dijital medya kullanımı, sosyal medya güvenliği ve çevrimiçi içeriklerin eleştirel analizi gibi temel başlıklar çerçevesinde yapılandırılmakta ve katılımcıların dijital ortamlarda bilinçli, güvenli ve sorumlu bireyler olarak hareket edebilme kapasitelerini artırmayı amaçlamaktadır. Habitat Derneği, gençlerin dijital ekosistem içerisindeki konumlarını güçlendirmeyi ve onları yalnızca içerik tüketicisi olmaktan çıkararak eleştirel düşünebilen, üretken ve etik sorumluluk bilincine sahip dijital yurttaşlar hâline getirmeyi hedeflemektedir. Bu kapsamda, ulusal ve uluslararası paydaşlarla iş birliği içinde yürütülen projelerden biri olan ve UNICEF ortaklığıyla gerçekleştirilen Geleceği Eşitle Projesi çerçevesinde, Türkiye'de 15-24 yaş aralığındaki gençlerin sosyal girişimcilik becerilerini ve dijital yetkinliklerini geliştirmeye yönelik Dijital Medya Okuryazarlığı Eğitimleri düzenlenmektedir. Söz konusu eğitimlerin içeriği; dijital medyanın tanımı ve önemi, dijital medya türleri ve özellikleri, içerik ve kaynak değerlendirme süreçleri, dijital güvenlik, dijital reklamcılık ve pazarlama, dijital medya bağımlılığı ve bilinçli kullanım ile dijital içerik üretimi gibi çok boyutlu temaları kapsamakta olup, bireylerin dijital ortamda eleştirel değerlendirme yapabilen ve güvenli kullanım pratikleri geliştirebilen aktörler olarak güçlendirilmesine katkı sunmaktadır.

Bilgi Üniversitesi Gençlik Çalışmaları Birimi: Gençler için medya okuryazarlığı atölyeleri ve eğitici programları hayata geçirmektedir. Bu programlar, gençlerin dijital içerikleri daha iyi analiz etme, kavrayabilme, değerlendirebilme becerilerini geliştirmeyi hedeflemektedir. Ayrıca, Bilgi Üniversitesi, medya okuryazarlığı konusunda araştırmalar ve projeler yürüterek, akademik katkılar da sunmaktadır.

Aydın Doğan Ticaret Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi (Aydın Doğan Lisesi): Aydın Doğan Lisesi, medya okuryazarlığı konusunda eğitimler, seminerler ve farkındalık oluşturan bir dizi etkinlik düzenlemektedir. Bu etkinlikler; medya profesyonelleri, öğrencilere ve öğretmenlere yönelik tasarlanmış olup, medya içeriklerinin eleştirel analizi ve etik medya üretimi konularında eğitimleri içermektedir. Aydın Doğan Lisesi, medya okuryazarlığı bilincinin artırılmasına ve medya profesyonellerinin bilinçli medya üretimi yapmalarına katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Türkiye'deki STK'lar, medya okuryazarlığı konusunda önemli çalışmalar yürütmekte ve toplumda medya okuryazarlığı bilincinin yaygınlaşmasına katkıda bulunmaktadır. Bu STK'lar, farkındalık yaratma, eğitim programları düzenleme, dijital ve sosyal medya okuryazarlığı konusunda faaliyetler yürütme ve medya profesyonelleri için etik medya üretimi eğitimleri sunma gibi çeşitli alanlarda çalışmalar yapmaktadır. Türkiye'deki medya okuryazarlığı çalışmalarının etkinliği, bu STK'ların çabalarıyla artmakta ve toplum genelinde medya okuryazarlığı bilincinin yaygınlaşmasını sağlamaktadır.

STK'LARIN KARŞILAŞTIĞI SORUNLAR

Medya okuma yazma sahasında sivil toplum kuruluşları (STK'lar), çeşitli finansal, politik ve toplumsal sıkıntılarla yüzleşmektedir. Finansal sıkıntılar, genellikle fon kaynaklarının kısıtlılığı ve sürdürülebilir gelir elde etme hususundaki zorluklardan ileri gelmektedir. Mesela, Salamon ve arkadaşları (2017) araştırmalarında, STK'ların medya okuma yazma projelerine yeterli parasal destek bulmakta zorlandıklarını ve bu durumun projelerin sürdürülebilirliğini tehlikeye soktuğunu ifade etmektedirler. Politik sıkıntılar ise, medya okuma yazma çalışmalarının hükümetler ve siyasi otoriteler tarafından manipüle edilmesi veya bu çalışmaların engellenmesi şeklinde meydana gelebilir. Özellikle otoriter rejimlerde, medya okuma yazma eğitimi, mevcut güç yapısına tehdit olarak algılanabilmektedir (Guriev ve Treisman, 2019). Toplumsal sıkıntılar arasında ise toplumun çeşitli kesimleri arasında medya okuma yazma farkındalığının ve bu konudaki eğitim fırsatlarının yetersizliği yer alabilir. Van Dijk (2006) medya okuma yazma eğitimlerinin genellikle kentsel alanlarda yoğunlaştığını, kırsal kesimlerde ise bu tür eğitimlerin yeterince yaygın olmadığını belirtmektedirler. Bu durum, toplumdaki dijital uçurumu derinleştirerek medya okuma yazma konusunda eşitsizliklere sebep olmaktadır.

BULGULAR VE SONUÇ

Sakarya ilinde gerçekleştirilen etkinliklerde yapılan gözlemler, yerel düzeyde medya okuryazarlığı farkındalığının artırılmasına yönelik önemli bulgular ortaya koymaktadır. Gözlemlenen etkinliklerin katılımcı profili ağırlıklı olarak lise ve üniversite öğrencilerinden oluşmakta olup, bu durum medya okuryazarlığı çalışmalarının özellikle genç kuşaklara odaklandığını göstermektedir. Etkinliklerde sunulan içeriklerin “dijital güvenlik”, “sosyal medya bağımlılığı”, “kişisel verilerin korunması” ve “sahte haber tespiti” gibi başlıklarda yoğunlaştığı ve bu içeriklerin bireylerin dijital ortamlarda karşılaşılabilecekleri risklere karşı bilinçlenmelerini ve eleştirel değerlendirme becerilerini geliştirmeyi amaçladığı gözlemlenmiştir. Ayrıca Sakarya Büyükşehir Belediyesi tarafından düzenlenen etkinliklerde üniversiteler, kamu kurum ve kuruluşları ve bağımsız uzmanlar ile iş birliği yapıldığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda düzenlenen seminer, panel ve bilgilendirme toplantılarının bireylerin dijital medya kullanımı, doğru bilgiye erişim ve medya içeriklerini eleştirel değerlendirme becerilerinin geliştirilmesine katkı sağladığı ve yerel yönetimlerin medya okuryazarlığının yaygınlaştırılmasında tamamlayıcı ve destekleyici bir rol üstlendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Yeni medya okuryazarlığı, dijitalleşmenin etkisiyle daha dinamik bir yapıya evrilmiş ve bireylerin medya içeriklerini eleştirel bir farkındalıkla değerlendirmelerini sağlayan temel bir yetkinlik haline gelmiştir. Sivil toplum kuruluşları, medya okuryazarlığının yaygınlaştırılması ve toplumsal farkındalığın artırılması sürecinde önemli bir rol üstlenmektedir. Ulusal ve uluslararası düzeyde faaliyet gösteren STK'lar; eğitim programları, farkındalık kampanyaları ve iş birlikleri yoluyla bireylerin medya içeriklerini eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme becerilerinin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Dijital platformların geniş kitlelere ulaşabilme kapasitesi, bu platformların yalnızca bilgi paylaşımı aracı değil, aynı zamanda algı yönetimi ve yönlendirme aracı olarak da kullanılabilmesini göstermektedir. Manipülatif içeriklerin algoritmik sistemler aracılığıyla yayılması, medya okuryazarlığının demokratik katılım, toplumsal bilinç ve etik değerlerin korunması açısından kritik önemini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, yerel yönetimler ve STK'lar tarafından yürütülen eğitim ve bilgilendirme faaliyetlerinin, toplumun doğru bilgiye erişim kapasitesini artırdığı ve bilinçli medya kullanımının yaygınlaşmasına önemli katkı sunduğu değerlendirilmektedir.

STK'ların medya okuryazarlığı alanındaki etkisini artırabilmesi için geleneksel farkındalık çalışmalarının ötesine geçerek yenilikçi ve kullanıcı odaklı modeller geliştirmesi gerekmektedir. Bu kapsamda önerilen ilk model, tematik bilgi ve farkındalık alanları oluşturulmasına dayanmaktadır. Bu model ile sahte içeriklerin üretim süreçleri, yapay zekâ ve algoritmaların yönlendirme mekanizmaları ve yanlış bilginin dolaşıma girme aşamaları somut örneklerle açıklanarak bireylerin farkındalık ve analiz becerilerinin güçlendirilmesi amaçlanmaktadır. Önerilen ikinci model ise oyunlaştırma merkezli dijital medya okuryazarlığı modelidir. Bu model kapsamında, kullanıcıların karşılaştıkları içerikleri analiz edebilme, kaynak doğrulama yapabilme, içerik tutarlılığını değerlendirebilme ve manipülasyon tekniklerini ayırt edebilme becerilerine dayalı olarak bireysel medya okuryazarlığı düzeylerini ölçen ve geliştiren dijital uygulamaların geliştirilmesi öngörülmektedir. Bu modellerin uygulanması, medya okuryazarlığını pasif bir bilgi alanı olmaktan çıkararak aktif, katılımcı ve sürdürülebilir bir öğrenme sürecine dönüştürebilecek ve STK'ların bilgi ekosisteminde daha etkin ve öncü aktörler olarak konumlanmasına katkı sağlayacaktır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

Aktaş, H. ve Ulutaş, S. (2010). Tekno nevrotik kaçış: Web 2.0. *Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 12: 126-147.

Altun, A. (2011). UNESCO'nun medya okuryazarlığı eğitimi faaliyetlerine toplu bir bakış. *Millî Eğitim*, 191, 86-107.

Aufderheide, P., and Firestone, C. M. (1993). *Media literacy: A report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Washington, DC: Aspen Institute. Retrieved from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED365294.pdf>

- Avşar, Z. (2013). Medya okuryazarlığı. *İletişim ve Diplomasi*, 2, 5–17.
- Bennett, W. L., and Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139.
- Bulger, M., and Davison, P. (2018). The promises, challenges, and futures of media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 10(1), 1-21.
- Frau-Meigs, D. (Ed.). (2006). Media education: A kit for teachers, students, parents and professionals. UNESCO, Paris. Fransa.
- Fuchs, C. (2014). Social media: A critical introduction. SAGE Publications Ltd. London, United Kingdom. <https://doi.org/10.4135/9781446270066>
- Grizzle, A., Moore, P., Dezuanni, M., Asthana, S., Wilson, C., Banda, F., and Onumah, C. (2014). *Media and information literacy: Policy and strategy guidelines*. Unesco. Paris. Fransa
- Guess, A., Nagler, J., and Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5(1), eaau4586.
- Guriev, S., and Treisman, D. (2019). Informational autocrats. *Journal of Economic Perspectives*, 33(4), 100-127.
- Hobbs, R. (2010). Digital and media literacy: A plan of action. The Aspen Institute, Communications and Society Program. The Aspen Institute, Washington, ABD.
- <https://mediasmarts.ca/sites/default/files/publication-report/full/youth-summit-may-2015.pdf>
Retrieved June 7, 2025.
- <https://www.common sense media.org/about-us/our-mission> Retrieved June 12, 2025.
- İstanbul Bilgi Üniversitesi (2021). Çalışmalar. Retrieved from <https://cocuk.bilgi.edu.tr/tr/calismalar/> Erişim Tarihi: 30 Haziran 2025
- Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... and Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3-14.
- Mantzaris, A. (2018). Fact-checking 101. En Ireton, C. and Posetti, J. (Eds.), *Journalism, fake news & disinformation: Handbook for journalism education and training* (85-100). UNESCO. Paris, Fransa.
- National Association for Media Literacy Education. (2007). Core principles of media literacy education in the United States. NAMLE. Retrieved June 21, 2025 from <https://namle.net/publications/core-principles/>
- Oxford English Dictionary, (2020). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Salamon, L. M., Sokolowski, S. W., and Haddock, M. A. (2017). *Explaining civil society development: A social origins approach*. JHU Press. Baltimore, Maryland, ABD.
- Sontag, S. (1993). Fotoğraf Üzerine (Çev. R. Akçakaya). İstanbul: Altıkırkbeş Yayınları.
- Şimşek, A. (2012). *İletişim araştırmalarının tarihi*. İletişim Araştırmaları. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Taş, A., ve Bülbül, H. İ. (2021). Sosyal medya kullanıcılarının dijital ayak izi farkındalığı. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(3), 205-216.

UNESCO. (2013). Global media and information literacy assessment framework: Country readiness and competencies. Paris: UNESCO. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655> Erişim Tarihi: 24 Haziran 2025

Utma, S. (2018). Sosyal medya bağımlılığı üzerine kuramsal bir değerlendirme. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 1(2), 118-130.

Van Dijk, J. A. (2006). Digital divide research, achievements and shortcomings. *Poetics*, 34(4-5), 221-235.

Vraga, E. K., and Tully, M. (2021). News literacy, social media behaviors, and skepticism toward information on social media. *Information, Communication & Society*, 24(2), 150-166.

Wardle, C., and Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe, Strasbourg Cedex, France. Retrieved 24 June, 2025 from <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>.