



Araştırma Makalesi

# Gençlik ve Dijital Okuryazarlık: İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

Şafak Etike\*

ORCID: 0000-0002-3055-7876

## Öz

Medya endüstrisi, hem yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu imkanlarla hem de bilgi, sembol, fikir, düşünce üretimi ve dolaşımının artması ile dönüşmektedir. Medya, iş ve istihdam yaratan önemli bir alan olarak şekillenmektedir. İletişim fakültesi mezunlarının bu dönüşüme uygun eğitimi alarak istihdam olanağı yakalayabilmesi için dijital okuryazarlık kavramı önem kazanmaktadır. Bu makale, medya ve iletişim alanında dijitalleşmeye dayalı bu köklü değişim ve dönüşümler ışığında Türkiye’de iletişim fakülteleri öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeylerini incelemektedir. Araştırma, iletişim fakülteleri öğrencilerinin dijital okuryazarlığını sosyal, kültürel ve ekonomik olmak üzere üç deneyim alanının bütünlüğü içinde ele almaktadır. Çalışma, öğrencilerin dijital okuryazarlığı düzeylerini arttırmaya yönelik öneriler de geliştirmektedir. Türkiye’de iletişim fakültelerinde öğrenim görmekte olan ve geleceğin medya profesyonelleri sayılan öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerini ölçen bu çalışmada ayrıca dijital okuryazarlık kavramı eleştirel biçimde ele alınmakta ve eleştirel dijital okuryazarlığın kavramsal çerçevesi çizilmeye çalışılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** eleştirel dijital okuryazarlık, dijital yetkinlik, iletişim fakültesi öğrencileri, ders içeriği

---

Makale Geliş Tarihi: 05.10.2021 Makale Kabul Tarihi: 03.12.2021

\* Dr. Öğr. Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi İletişim Fakültesi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Fakültesi Yapay Zeka Teknolojileri Doktora Öğrencisi, safaketike@gmail.com



## Youth and Digital Literacy: A Study on Communication Faculty Students

### Abstract

The media industry is transforming both with the opportunities offered by new communication technologies and with the increase in the production and circulation of information, symbols, ideas, thoughts. Media is shaped as an important field that creates jobs and employment. The concept of digital literacy gains importance in order for the graduates of the faculty of communication to get employment opportunities by getting the education suitable for this transformation. This article examines the digital literacy levels of communication faculties students in Turkey in the light of these radical changes and transformations based on digitalization in the field of media and communication. The research deals with the digital literacy of communication faculties students in the integrity of three experience areas: social, cultural and economic. The study also develops suggestions to increase students' digital literacy levels. In this study, which measures the digital literacy levels of students studying at communication faculties in Turkey and who are considered the media professionals of the future, the concept of digital literacy is also critically discussed and the conceptual framework of critical digital literacy is tried to be drawn.

**Keywords:** critical digital literacy, digital competence, communication faculty students, syllabus

### Giriş

Tüm dünyada, dijital teknolojilerin dönüştürdüğü iletişim biçimleri toplumsal yaşamın her alanında yeni teknolojilere ilişkin bilgi ve becerilerin edinilmesini gerekli kılmaktadır (Binark ve Kılıçbay, 2005; Kellner, 2002). Bilgi ve iletişim teknolojileri hızla gelişerek çalışma başta olmak üzere yaşamın her alanına entegre hale gelmiştir. Dijital teknolojiyle giderek daha fazla aracılanan yeni toplumsal ilişkiler, bireylerin bu yeni teknolojilerin potansiyellerinden yararlanarak ekonomik ve toplumsal hayata daha fazla katılmasını gerektirmektedir. Tüm sektörler bu teknolojilerle hızla dönüşürken iş biçimleri de değişmekte, üniversite öğrencisi gençleri meslek yaşamlarına hazırlayan eğitim içeriklerinin temel amaçlarından biri de onların dijital okuryazarlığını arttırmak haline gelmektedir (Tara, 2008; Alvermann, 2004).

Ülkemizde de mesleki eğitim almakta olan öğrencilerin dijitalleşme ile dönüşen mesleki pratiklere uygun donanımı edinmesinin önemi her gün artmaktadır. Ancak öğrencilerin aldıkları eğitim bu yeni dijital dönemin taleplerine cevap verememektedir. Eğitim aldıkları alanda çalışmak üzere mezun veren fakültele-



rin değişen ihtiyaçlara uyum sağlayamayan müfredatları, dijital dünyada meslek etiği ve gerekli teknoloji bilgisinin kazandırılmasında önemli sınırlılıklara neden olmaktadır. Mevcut çalışma pratiklerine uygun eğitimi almamış, donanımları eksik mezunlar sorunlara çare bulmak bir yana, sorunlarla boğuşamaz bir hale gelmektedir (Kandemir, 2007: 98). Hali hazırda işsiz üniversite mezunlarının sayılarına ilişkin önemli tartışmalar devam ederken sektörlerin dijital teknoloji odaklı yeni mesleki beceri beklentileri artmakta ve çeşitlenmekte, bu beklentilere cevap veremeyen eğitimli işsiz ordusu her geçen gün büyümektedir.

Bu gelişmeler çerçevesinde, yukarıda bahsedilen yapısal sorunlarla baş edebilecek, alandaki dijital dönüşüme ve sektörlerin taleplerine cevap verebilecek donanımda öğrenciler mezun etmek, üniversiteler açısından önemi giderek artan bir hedef haline gelmektedir. Bu noktada tartışmalar, dijital becerilerin kazanılmasına yönelik olarak ortaya çıkan dijital okuryazarlık kavramı etrafında yoğunlaşmaktadır. Bazı yazarlar tarafından “dijital çağda hayatta kalma becerisi” olarak tanımlanan bu kavram, öğrenme faaliyetinin kalitesinin ölçülmesinde temel bir paradigma haline gelmektedir (Eshet-Alkalai, 2004: 93). Dolayısıyla, üniversite mezunlarının dijital teknolojileri bütüncül olarak kavrayan ve bu teknolojileri kullanabilmek için temel dijital becerileri haiz dijital okuryazarlar olması üniversite eğitiminin temel hedeflerinden biri haline gelmekte, hatta bu hedefin diğer hedefler arasındaki önem sırası giderek yukarı tırmanmaktadır.

## Dijital Okuryazarlık

Okuryazarlık kavramı, zaman içerisinde, toplumsal ihtiyaçlar değiştikçe, bir kitabı okuyabilmekten çıkararak okuma ve yazma becerilerini de kapsayacak şekilde genişlemiştir (Hobbs ve Moore, 2013). Yani yazı sembolleri kullanılarak oluşturulan anlamları çözebilen ve yine anlamları bu sembollerle ifade edebilen, basit cümleleri okuyup yazabilen kişinin okuma yazması vardır ama okuryazar sayılamaz. Çünkü okuryazarlık kavramının ilk kullanıldığı haliyle sadece okuma ve yazma becerisi olmaktan çıkmış, toplumun ve ekonomik sistemin ihtiyaçları doğrultusunda «eğitilmiş» bireye ve işgücüne yönelik ihtiyaç kavramı değiştirmiştir. Toplumun işleyişi için temel bir okuma yazma becerisinin yeterli olduğu dönemlerde sadece adını soyadını yazıp imza atabilenlerin okuryazar sayıldığı dönemden bu yana, okumaya yazmaya duyulan ihtiyaçların çeşitlenmesi ile kavram çeşitli aşamalardan geçerek karmaşıklaşmıştır (Güneş, 2019: 226). 1950’lerde başlayan kavramı tanımlama çabası 1965’te Tahran’da toplanan Dünya Eğitim Bakanları Toplantısında okuryazarlığın bireyin ekonomiye ve toplumsal süreçlere katılmasını sağlayan işlevselliğine odaklanmıştır.

“Okuma yazma öğretimi, kalkınmanın temel unsuru olarak ekonomik ve sosyal önceliklere, aynı zamanda bugünün veya yarının insan gücü ihtiyaçlarına sıkı sıkıya bağlı olmalıdır. Bu nedenle bütün çabalar fonksiyonel okuma yazma öğretimine odaklanmalıdır. Okuma yazma öğretimi, sadece bir amaç olarak ele



alınmamalı, bireyin sosyal, ekonomik, yurttaşlık görevlerine ve rollerine hazırlanmasının bir yolu olarak görülmelidir. Okuma yazma, temel ve genel bilgilerle değil, aynı zamanda işe hazırlamaya, üretimi artırmaya, günlük yaşama daha geniş ölçüde katılmaya, kişinin kendisini çevreleyen dünyayı daha iyi anlamasına ve insan kültürüne yönelmelidir” (Akt. Güneş: 228).

Bu işlevsel okuryazarlık kavramına eleştirel yaklaşanların önde gelen isimlerinden Paulo Freire'nin (2018) okuryazarlığı bireyin kendini geliştirmesi ve kendi yaşamına yön verebilmesinin araçlarından biri olarak kavramsallaştırması, bireyin sosyal katılımına ve bilgi bankasına erişimi çerçevesinde değerlendirmesi okuryazarlık etrafındaki tartışmalara yön vermiş ve okuryazarlık bireyin özgürleşmesi, başkalarına bağımlı olmaktan çıkması ile ilişkilendirilmiştir (Güneş, 229).

Toplumsal ilişkiler teknoloji ile aracılanarak karmaşıklaştıkça ve yine toplumsal ihtiyaçlar değiştiğçe, farklı akademik çevrelerce genel kabul gören yeni okuryazarlıklar gündeme gelmiştir. Toplumsal ilişkilerde belirleyiciliği, etkisi giderek artan teknolojileri kullanabilmek, bireyin bağımsızlaşması, kendini geliştirebilmesi, toplumsal süreçlere etkin ve işlevsel bir şekilde katılabilmesi ve tüm bunları gerçekleştirebilmek için kendisine sunulan olanakları etkin bir biçimde değerlendirebilmesi için okuryazarlığın önemli bir boyutu olarak kabul edilmeye başlanmıştır.

Handbook of Research on New Literacies (Coiro, J., Knobel, M., Lankshear, C., ve Leu, D. J., 2014) yeni okuryazarlıklar şemsiyesi altına medya okuryazarlığı, vido oyunları okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, internet okuryazarlığı gibi teknolojik alanlardaki okuryazarlıkları almaktadır. Bu el kitabının yazarlarından olan Lankshear ve Knobel'in (2008: 4) editörlüğünde yayınlanan “Dijital Okuryazarlıklar” adlı kitapta dijital okuryazarlıklar enformasyon ve iletişim teknolojisi alanındaki yeni okuryazarlıkların şemsiye kavramı olarak kullanmakta, BİT/Bilgisayar okuryazarlığı, iletişim okuryazarlığı, ağ okuryazarlığı gibi yeni pek çok okuryazarlık bu şemsiye altında toplanmaktadır. Dijital okuryazarlıklar gündelik hayatta kullandığımız ve giderek yaygınlaşan bilgisayar veya mobil uygulamalarda ve çevrimiçi ortamlardaki okuryazarlık deneyimlerini tanımlamak için kullanılmaktadırlar. Lankshear ve Knobel'in (2008) dijital okuryazarlıklar için teknik kullanıcı uzmanlığını en önemli birleşen olarak ortaya koyduğu tanımına göre yeni okuryazarlıkların temel öğeleri dijital şekilde kodlanmış metinler ve bu metinlerle iletişim imkânı sağlayan dijital araçlardır.

Teknik uzmanlık odaklı yeni okuryazarlık tanımlamaları, hem interneti hem de sürekli gelişen teknolojik araçları ve dijital olarak biçimlendirilmiş metinleri kullanmak için gerekli olan bilgileri, becerileri ve stratejileri kapsamaktadır (Aytaş ve Kaplan, 2017: 292). Ama klasik bir okuryazarlık kavramsallaştırmasında olduğu gibi yeni okuryazarlık kullanımlarında da sadece okuma, yazma ve düşünme eylemleri değil; iletişim kurma, bilgiyi inşa etme ve bilgiyi paylaşma gibi

toplumsal eylemler de ifade edilir (Destebaşı, 2016: 903). Yani toplumsal süreçlere aktif ve eleştirel bir biçimde katılmaya atıfta bulunur (Aytaş ve Kaplan, 2017: 293).

Örneğin medyanın gücü arttıkça bu kavramdan medya okuryazarlığı gibi başka kavramlar türetilmiştir. Medya okuryazarlığı kavramı kitle iletişim araçlarını kullanma becerileri ile ilişkilendirilmiştir (Potter, 2005). Buna göre, iyi medya okuryazarları sahip olduğumuz bilgileri ve bunları kullanma becerileri sayesinde kitle iletişim araçlarından elde ettikleri içeriği daha sağlıklı bir şekilde anlamlandırabilirler.

Dijital teknolojinin iletişim süreçlerini köklü biçimde dönüştürdüğü günümüzde yeni medyanın artık geleneksel kitle iletişim süreçlerine eklenmesi hatırlanarak bunların yerini alması ve gündelik hayatın önemli bir parçası haline gelmesiyle, yeni medya okuryazarlığı kavramı gelişmiştir. Çünkü okuryazarlık, yazılı-basılı materyallere bağlı kalmaktan uzaklaşarak dijitalleşmiştir. Yeni medya okuryazarlığı yeni medya kullanımına ilişkin bilgi ve becerileri ifade eder (Bulunmaz, 2017).

Medya ve yeni medya okuryazarlıklarının, bu iletişim araçlarının toplumsal hayattaki merkezi konumunun artması ve toplumsal pratiklerin bu araçlarla dolayımın hale gelmesiyle ortaya çıkışına benzer olarak bilgi ve iletişim teknolojilerinin de toplumsal pratiklerdeki belirleyiciliğinin artmasıyla Bilgi ve İletişim Teknolojileri Okuryazarlığı (BİT Okuryazarlığı) kavramı da yeni okuryazarlık türleri arasındadır. BİT okuryazarlığı sadece bilgisayar kullanma becerisini ifade etmez. Bunun ötesinde, ötesinde, arama, seçme, işleme ve bilgiye ulaşmak için hangi kaynaklara başvuracağını bilme yeteneği olarak ele alınmaktadır (Bayrakçı, 2020). "Bilgi toplumu"nun hem bir kuram hem de bir siyasal ve ekonomik strateji olarak toplumların önüne konmasıyla, toplumsal kalkınma ve demokratikleşme iddiaları ve vaatleri çerçevesinde ortaya çıkan ve giderek önem kazanan BİT okuryazarlığı da, bilişim alanında eşitsizlikleri aşmanın aracı olarak görülmüştür.

Türkiye'ye dijital uçurum<sup>1</sup> ya da sayısal uçurum olarak geçen ve dijital teknolojilere erişimde ve bunların kullanılmasındaki eşitsizliği ifade eden kavram bilişim teknolojilerine ya da internete sadece erişimi değil, bunların etkin bir biçimde kullanılmasını da sorunsallaştırmaktadır. OECD (2001: 5) kavramı farklı sosyo-ekonomik düzeylerdeki bireylerin, hanelerin, işletmelerin ve ülkelerin

1. İngilizcede internete, bilişim teknolojilerine erişim, kullanma becerileri ve bunların etkisinin her birey ve toplum için eşit olmadığını, bireyler, bölgeler, ülkeler arasındaki eşitsizliği anlatmak için kullanılan "*digital divide*" ya da "*digital gap*" kavramları Türkçe'ye farklı şekillerde çevrilmiştir. Kavramın Türkçede dijital uçurum, sayısal uçurum, dijital ya da sayısal bölünme, dijital ya da sayısal eşitsizlik, sayısal ayırım, sayısal kopma şeklinde kullanımları mevcuttur. Mevcut eşitsizlikleri daha da derinleştirme potansiyeliyle dijital uçurum kavramının, gelişmiş ülkeler (sanayileşmiş ülkeler) ve gelişmekte olan ülkeler arasında BİT'e erişim ve kullanma kapasitesindeki eşitsizliği ifade etmek için Global Uçurum şeklinde de kullanılmaktadır. Aynı ülkedeki dijital teknoloji kullanımındaki eşitsizlikleri ifade etmek için "bilgi zenginleri ile bilgi yoksulları arasındaki açık" anlamında Sosyal Uçurum ve siyasal yaşama katılımda bu teknolojilerin kullanılmasındaki farklılıkları ifade etmek için de Demokratik Uçurum kavramları kullanılmaktadır (Norris, 2001: 3-4).



bilgi ve iletişim teknolojilerine, özellikle de internete ulaşımı ve bunları kullanmaları arasındaki farkı ve eşitsizliği tanımlamak için kullanılmaktadır. Buna göre bu farklılıklar internetten ve diğer bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanma yeteneğinde farklılıkları da ifade etmektedir. DiMaggio ve arkadaşları (2001: 314) da sosyologların sadece internete erişimindeki eşitsizliklere değil, erişenler arasındaki eşitsizliklere de odaklanması gerektiğini vurgulayarak bilgi ve iletişim teknolojileri okuryazarlığının önemine dikkati çekmektedir.

Eğitimsel Test Servisi (*Educational Testing Service*) ETS'nin eğitimdeki eşitsizliklerin giderilmesi için "dijital dönüşüm çağında" bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılmasının önündeki engellerin nasıl kaldırılacağına yönelik politika önerici niteliğindeki raporunda BİT okuryazarlığının çerçevesi çizilmeye çalışılmaktadır. ETS'nin çalışmaları bir yıl süren Uluslararası BİT Okuryazarlığı Paneli tarafından hazırlanan rapor, dijital uçurumun artık yalnızca donanım, yazılıma ve ağlara sınırlı erişim açısından değil, aynı zamanda sınırlı okuryazarlık düzeyleri ve bunu yapmak için gereken bilişsel becerilerin eksikliğinden kaynaklanan bir durum olarak tanımlanması gerektiğini vurgular.

Dolayısıyla toplumsal eşitsizliklerin giderilebilmesi için bireylerin sadece internete ve bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimi değil, BİT okuryazarı olarak bu teknolojileri verimli biçimde kullanılmasının gerekli olduğu yaygın kabul gören bir görüş haline geldi.

Dijital alan genişledikçe medya okuryazarlığı, yeni medya okuryazarlığı, BİT okuryazarlığı, enformasyon okuryazarlığı, internet okuryazarlığı ve diğer tüm yeni okuryazarlıkları içine alan bir şemsiye kavram olarak dijital okuryazarlık kavramı öne çıkmaya başladı. Kavram, Avrupa Birliğinin Eğitim ve Kültür Komisyonunun 2003 yılında dijital okuryazarlık çalışma raporlarında (Martin, 2005) geliştirilen tanıma uygun olarak, dijital enformasyona ve teknolojilere ilişkin farkındalık, tutum ve bu teknolojileri kullanma becerilerine işaret eden bir şemsiye okuryazarlık kavramı olarak ortaya çıktı (Goodfellow, 2011: 133; Martin ve Grudziecki, 2006).

## Eleştirel Dijital Okuryazarlık

Kavramı literatüre kazandıran ve yukarıdaki yetkinlik çerçevelemesi gibi pek çok açılıma temel sağlayan Gilster (1997:1) geleneksel okuryazarlığı dijital ortamlara uyarlamış, ancak tanımında dijital ortamda akan bilginin okuma yazma ve anlamlandırmanın ötesinde bu teknolojik aygıtların nasıl çalıştığına yönelik farkındalığı eksik bırakmıştır (Bawden, 2001: 23). Ancak, kavram giderek teknolojiye ilişkin farkındalık ve eleştirel bir bakış açısıyla özdeşleşmiştir. Kinzer (2010: 52) dijital okuryazarlığın teknolojik aygıtları kullanarak iletişim kurma ve ihtiyaç duyulan enformasyonu bulmanın yanı sıra bunu eleştirel bir biçimde değerlendirmeyi de gerektirdiğini belirterek tanımı genişletti.

Chu, Lau, Chu, Lee ve Chan (2014) dijital okuryazarlığın temel yetkinliklerini şöyle çerçeveledi: 1. Erişim: Medya ve teknoloji araçlarını ustalıkla bulma ve kul-



lanma, daha sonra da uygun ve alakalı bilgileri başkalarıyla paylaşma anlamına gelir. 2. Analiz etme ve değerlendirme: Bir kullanıcının mesaj kalitesini, doğruluğunu, güvenilirliğini ve bakış açısını eleştirel olarak analiz ettiği mesajları anlama sürecini ifade eder. Kullanıcı, mesajların potansiyel etkilerini veya sonuçları değerlendirme kapasitesine sahiptir. 3. Yaratıcı olma: Amaç, hedef kitle ve içerik tekniklerini göz önünde bulundurarak, kendini ifade etme konusunda yaratıcılık ve güvenle içerik oluşturma veya yaratma anlamına gelir. 4. Yansıtma: Toplumsal sorumluluk ve etik ilkelerin kişinin kendi kimliğine uygulanması ve yaşam deneyimleri, iletişimsel davranışlar ve tavırlar anlamına gelir. 5. Harekete geçme: Kişinin; bilgiyi paylaşarak, sorunları çözerek ve topluluğa katılarak bireysel ve ortak çalışması anlamına gelir (Manzoor'dan aktaran Bulunmaz, 2017: 41).

Enformasyonu ve riskleri değerlendirebilme becerisinin eklenmesiyle genişleyen tanıma göre “dijital okuryazarlık; dijital teknolojileri sosyal, kültürel ve ekonomik alanlarda etkin kullanabilme, enformasyonu ve enformasyon kaynaklarını değerlendirebilme, dijital dönüşümün getirdiği risklerin farkında olabilme ve en genel ifadeyle de dijital çağa uyum sağlayabilmek için gerek duyulan yetkinliklerin bütünü” haline geldi (Bayrakçı, 2020: 16). Buna göre, dijital okuryazar “herhangi bir sorunun çözümünde gereksinim duyduğu dijital bilgiye aktif olarak ulaşabilen ve bunu sürdürebilen, ulaştığı bilgiyi kendi kullanımını doğrultusunda çözen, değerlendiren, buna yenilerini katabilen” kişi oldu (Onursoy, 2018: 1007).

Eleştirel dijital okuryazarlık eleştiriyi daha da genişleterek kullanıcı yetkinlikleri ve emek piyasasının talep ettiği niteliklerin ötesinde daha geniş toplumsal bağlamları göz önünde bulundurularak ele alınması gerektiği yaklaşımı giderek dijital okuryazarlığa eleştirel bir içerik katmıştır (Pötzsch, 2019). Dijital okuryazarlığı sadece teknik bazı becerileri haiz olmaktan yani dijital yetkinlikten öteye taşıyan bu adım yine Frerian bir yaklaşım ile yurttaşın kendini üretebilmesi, geliştirebilmesi için gerekli eleştirel kapasitenin okuryazarlığa dahil edilmesiyle atıldı. Eleştirel dijital okuryazarlık, öğrencilerin yalnızca işgücünün gelecekteki bir parçası ya da geleceğin online toplumunun tüketicileri olarak teknolojiyi kullanmayı öğrenmelerine yönelik yaklaşımı reddederek öğrencilerin dijital okuryazarlığın bir parçası olarak bu teknolojilerin hayatlarına etkisini de kavramalarını talep etti. Çünkü Buckingham'ın (2006: 263) vurguladığı gibi dijital okuryazarlığı “dijital medyayı öğretmek için kullanmak istiyorsak, öğrencileri bu medyaları anlamaları ve eleştirmeleri için donatmamız gerekir. Onları basitçe bilgi aktarmanın tarafsız araçları olarak göremeyiz.” Dolayısıyla eleştirel bir dijital okuryazarlık kavramsallaştırmasında yalnızca dijital teknolojileri sorumlu ve verimli bir şekilde kullanmak için gerekli olan yeni yetkinlikler ve beceriler değil, aynı zamanda bu kullanımın ekonomik ve sosyal dinamiklerini ve sonuçlarını da kavramaya vurgu yapılmaktadır. Bu bağlamda, teknolojinin birey ve toplum üzerindeki etkisini anlamak dijital okuryazarlığın önemli bir parçası haline gelmiştir.

Bu eleştirel yaklaşım İngiliz Kraliyet Mühendislik Akademisi (2012) raporuna



da yansımış, raporda, “Dijital okuryazarlığın bireyin gizlilik, güvenlik, yasal ve etik kullanım dahil olmak üzere teknolojinin toplum ve birey üzerindeki etkisini eleştirel bir şekilde anlamlandırmasına olanak sağlayacağı” belirtilmiştir. Raporda ayrıca, internette bir şey aramanın ve bulmanın önemli olduğunun ancak bu teknolojik yetkinlikten daha önemli olanın Google gibi bir arama motorunun nasıl çalıştığı, bulduğu sonuçları nasıl sıraladığını, ve arka plandaki hikayenin ne olduğunu anlamak olduğu vurgulanmaktadır (aktaran Bayrakçı, 2020).

Kraliyet raporlarına kadar yansıyan bu “eleştirel” tutum aslında dijital teknolojilerin ticari amaçlı kullanımlarından doğan bazı önemli sonuçların tüm toplum için yarattığı risklerin artık gözden kaçırılmaz hale gelmesiyle yani ticari platformların büyük miktarda veriyi kontrol etmesi ve bunlar üzerinde sahiplik talep etmesi ile ilgiliydi. Örneğin, Google, Instagram ve Facebook gibi ticari uygulamalar kullanıcıların bilinçsizce ve isteksizce ürettikleri kişisel verileri kar elde etmek için toplayarak büyük dijital arşivlerde veri setleri oluşturmakta ve burada biriken büyük veriyi yine kar amacıyla işlemektedir. Pöttsch (2018: 3311) kullanıcıların kontrolünde olan açık yüzey arşivler ve şirketlerin kontrolünde olan gizli derin arşivler ayrımı yaparak bu derin arşivlerin kullanılmasının özgürlük-kontrol mekanizmaları bağlamında değerlendirilmesi gerektiği uyarısında bulunmaktadır. Bounegru, Gerlitz ve Gray (2018: 8) tüm bu süreçler içerisinde verilerin nasıl ve neden oluşturulduğu ve nasıl analiz edildiğine ilişkin bilgi sahibi olmanın ve bunlara yaratıcı bir biçimde müdahale edebilme kapasitesinin önemine işaret ederek “veri alt yapısı okuryazarlığı” kavramını ortaya atmıştır. Pöttsch (2019: 226) veri alt yapısı okuryazarlığının eleştirel dijital okuryazarlığın önemli bir birleşeni haline geldiğini ve böyle bir anlayış içerisinde dijital okuryazarlığın sadece dijital ortamlardaki farklı metin türlerini üretme, bunların kodunu çözme bunları kullanma, kimlik ve gizlilik yönetimi yeteneğini haiz olma gibi teknik kullanıcı uzmanlığından fazlasını talep ettiğini söylemektedir. Örneğin, Simanowski (aktaran Pöttsch, 2019) bu teknolojilere direnme ve bunlardan kaçınma yeteneğini eleştirel dijital okuryazarlığa kazandırmıştır.

Dijital okuryazarlığın sadece işlevsel becerilere vurgu yapan tanımlarını eleştiren Buckingham (2006) ve Pangrazio'nun (2016) talep ettiği gibi dijital teknolojiyi küresel ve yerel bağlamlarıyla içine gömülü olduğu ekonomik ve siyasal güç/iktidar ilişkileri içerisinde eleştirel olarak değerlendirebilme becerisi, “dijital toplumun nasıl işlediğine ve kimin çıkarlarının onu yönlendirdiğine dair anlayış” (Saariketo, 2014: 32) ise eleştirel dijital okuryazarlık çerçevesinin en önemli bileşeni haline gelmiştir.

Buna göre, dijital teknolojilerle ilgili tartışmalarda ciddiye alınması gereken en temel mesele ekonomik eşitsizlikler ile yeni yönetim ve kontrol biçimlerinin yeniden üretilmesinde dijital teknolojilerin rolüdür (Fuchs, 2012; Pöttsch, 2019). Toplumsal ilişkilerin nicelleştirilerek metalaştırılması ve dijital ekonomi içerisindeki yeni iş modellerinin toplumsal ve ekonomik sömürünün aracı ha-





line gelmesi dijital teknolojilerin yaygın olarak kullanıldığı birikim rejimlerinin işleyişinin temel mantığını oluşturmaktadır (Fuchs, 2017). İşte bu işleyişe ilişkin farkındalık ve bilgi eleştirel dijital okuryazarlığın en önemli yönüdür ve gençlere teknik beceri sağlayan donanımı kazandırmanın yanı sıra bu sosyal ve ekonomik bağlamları değerlendirmelerini ve bunlara eleştirel yaklaşımlarını sağlayacak kuramsal eğitimin verilmesi dijital okuryazarlık eğitiminin en temel hedeflerinden biri olmalıdır (Pöttsch, 2019).

Sonuç olarak, bu çalışmada dijital okuryazarlık kavramı Bayrakçı'nın (2020) yetkinlik kategorilerini de takip ederek, bütünsel olarak değerlendirilmektedir:

- “ Öğrenmeden problem çözmeye, eğlenceden iletişime, vatandaşlık pratiklerinden özel alana kadar pek çok alanda dijital teknolojileri amaca uygun, güvenli ve etkin şekilde kullanabilme,
- Dijital teknolojilerle üretim ve iş birliği yapabilme,
  - Dijital teknolojileri ve süreci değerlendirebilme,
  - Dijital teknolojilere karşı farkındalığa ve eleştirel bakış açısına sahip olabilme,
  - Dijital teknolojilerle ilgili bilişsel, sosyal ve teknik yetkinliklerin bütününe içermektedir (Bayrakçı, 2020: 21).”

## **Dijital Okuryazarlık, Medya Endüstrisi ve İletişim Fakültesi Öğrencileri**

Medya, her ne kadar içine gömülü olduğu toplumsal güç ve iktidar ilişkilerinden bağımsız hareket edemese de belirli sınırlar içerisinde hem demokratik işleyişin sağlanmasında hem de toplumsal gelişmede kamuoyunu bilgilendirme ve kamu yararına yayın yapmak sorumluluğunu üstlenmektedir. Medya endüstrisinde çalışanların entelektüel gelişiminin yanı sıra mesleki donanımları da medyanın işleyişi için önem taşımaktadır.

Geleneksel medya ile telekomünikasyon ve yeni iletişim/internet teknolojilerinin aynı altyapıyı ve platformları kullanarak bir araya gelerek aralarındaki sınırların aşınması iki sonuç doğurmuştur: Teknolojik yöndeşme ve sektörel yöndeşme. Sektörel yöndeşmenin, farklı iletişimsel etkinlikleri gerçekleştiren farklı sektörlerin tek ve tümleşik bir pazar yapılanmasına geçişini ifade etmektedir. Buna göre telekomünikasyon ve yayıncılık endüstrileri çapraz mülkiyet bağlamında birleşmektedir (Yıldırım, 2010: 231). Teknolojik yöndeşme ise iletişim endüstrisindeki temel dağıtım modelleri arasındaki farkları ortadan kaldırmakta, her türlü içerik aynı yayıncılık şebekeleriyle iletilebilir hale gelmektedir (Taş, 2004:45). Bu gelişmeler doğrultusunda geleneksel ve yeni sektörler bir arada üretim yapmaya başlamıştır. Bu da yeni bir habercilik anlayışının ortaya çıkmasına ve tüm alanı hızla hakimiyeti altına almaya başlamasına neden olmuştur. Dijitalleşme ve bilgisayar teknolojilerindeki gelişmenin bir olanağı olarak orta-



ya çıkan yöndeşme, özellikle gazetecilik alanında önemli değışimleri beraberinde getirmiştir. Bu süreçte yeni iş yapma pratikleri ile birlikte yeni istihdam yapıları da ortaya çıkmaktadır. Özellikle internetin haber üretimi, sunumu ve edinimi için kullanılmaya başlamasıyla birlikte gazetecilik alanında da internet gazeteciliği, online gazetecilik (Deuze, 2004), ağ gazeteciliği (*Network Journalism*) (Bardoel ve Deuze, 2001; Beckett ve Mansell, 2008) gibi adlarla tanımlanan yeni gazetecilik biçimleri ortaya çıkmıştır. Bardoel ve Deuze (2001) bu gazetecilik türünü gazete, radyo ve televizyondan sonra dördüncü tür gazetecilik olarak tanımlamaktadır. Yapay zekanın gazetecilik alanında kullanılmasıyla birlikte ise algoritma gazeteciliği, robot gazetecilik, bulut gazeteciliği, büyük veri gazeteciliği gibi “yeni nesil gazetecilik” türleri ortaya çıkmıştır (Pınarbaşı ve Astam, 2020).

Bu kapsamda yeni gazetecilik pratiklerinin ürün (haber), üretici (gazeteci-medya profesyonelleri) ve işin organizasyonu alanlarında önemli değışikliklere sahip olduğu görülmektedir. Bu üç alanda etkisini gösteren kapsamlı bir unsur ise, kullanıcının üretime bir şekilde katılmaya ve üretim sürecinde etkileşim sahibi olmaya başlamasıdır. Kullanıcının aynı zamanda üretici haline de geldiği bu süreç, prosumer kavramıyla tanımlanmaktadır. Prosumer, üretici (*productor*) ve tüketici (*consumer*) kavramlarının birleşmesinden oluşturulmuş ve tüketicinin aynı zamanda üretici olduğunu ifade eden bir anlama kavuşmuştur. Yeni iletişim ortamının sunduğu etkileşim, eşzamansızlık ve kitlesizleştirme gibi özelliklerin yanına, içerik üretimini belirleyen iki temel özellik daha eklenmiştir. Bunlar çoklu ortam ve hipermetinsellik özellikleridir. Yeni teknolojilerin sunduğu imkanlar sayesinde medya içerikleri artık yalnızca tek bir forma (metin, ses, görüntü) sahip olmamaktadır, tüm farklı formların bir arada olduğu yeni bir içerik üretme biçimi ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda yalnızca internet için değil, çok farklı mecralar (cep telefonları, tabletler vb.) için de üretim gerçekleştirilmektedir. Bu süreçte kullanıcının talepleri ve içeriğe müdahalesi de gerçekleşmektedir.

Öte yandan, iletişim alanında teknolojiyle birlikte gerçekleşen dönüşüm habercilikle sınırlı değildir ve görmezden gelinemeyecek kadar büyüktür. Sadece gazete muhabirliği değil, televizyon muhabirliği, internet gazeteciliği, halkla ilişkiler pratikleri (sosyal medya ve web üzerinden PR) gibi çalışma alanları da göz önünde bulundurulduğunda medya endüstrisinde çalışma ilişkileri “medya ya da iletişim profesyonelliği” kökten bir değışime uğramaktadır. Özetle, yöndeşmeyle birlikte ürün, üretici ve organizasyonda yaşanan değışim birbirini etkileyen ve bütünleyen bir süreç olarak ortaya çıkmaktadır. Yani medya endüstrisinde değışim üç boyutlu olarak yaşanmaktadır. Hem ortaya çıkan içerik farklılaşmakta, hem içeriği üreten medya profesyoneli farklılaşmakta hem de işin örgütlenmesi değışmektedir (Etike, 2020).

Bu nedenle iletişim fakültelerinde eğitim almakta olan veya almış medya çalışanlarının dijitalleşme ile birlikte dönüşen mesleki pratiklere uygun donanımı edinmesi artık yaşamsal bir öneme sahip hale gelmiştir. Ancak medya endüstri-



sinde çalışmak üzere mezun veren fakültelerin müfredatlarının değişen ihtiyaçlara uyum sağlayıp sağlamadığı önemli bir tartışma konusudur. İletişim alanında eğitime ilişkin tartışmalar teknolojinin gelişmesinin de etkisiyle artmakta ve çeşitlenmektedir. İletişim fakültelerinin açılma hızı, iletişim fakültelerinden daha fazla mezun verilmesi gibi gelişmeler alandaki “işsiz iletişimci” topluluğunun çığ gibi büyümesine neden olmaktadır (Laçiner, 2014: 89). Gül Karagöz Kızılca ve Kemal Kızılca'nın (2018: 20) TÜİK tarafından toplanan HİA verilerini yorumladıkları araştırması, iletişim fakültesi mezunlarının bölümleriyle doğrudan ilgili mesleklerle uğraşanlarının oranının yüzde 20 altında olduğunu, yüzde 80'inin ise iletişim sektörü dışında istihdam edildiğini ortaya koymaktadır. Aynı çalışmada, iletişim fakültesi mezunları arasındaki işsizlik oranının diğer üniversite mezunlarının işsizlik oranından neredeyse iki kat fazla olduğu da ortaya çıkmaktadır.

İletişim fakültelerinin sayıca fazla olması ve bu fakültele her yıl daha fazla kontenjan açılması hem öğrenci açısından hem de öğretim elemanı açısından sorunlar yaratmaktadır (Gezgin, 2005: 3).

Bu gelişmeler çerçevesinde, yukarıda bahsedilen yapısal sorunlarla baş edebilecek, alandaki dijital dönüşüme uygun donanımda öğrenciler mezun etmek, iletişim fakülteleri açısından da önemi giderek artan bir hedef haline gelmektedir.

Dijital okuryazarlık, işlevsel ve teknik bir kavrayışla, iletişim alanında eğitim gören ve geleceğin “gazetecileri” ya da “iletişimcileri” olacak gençlerin bu çığ gibi büyüyen “işsiz ordusuna” katılmaktan kurtulmasının etkili bir aracı olarak kabul edilmektedir. Dijital teknolojinin köklü biçimde değiştirdiği medya endüstrisine medya profesyonelleri yetiştiren iletişim fakülteleri öğrencilerine bu temel yetkinlikleri kazandırarak öğrencilerinin dijital okuryazarlıklarını artırmayı hedeflemesi gerektiği genel olarak kabul gören anlayış haline gelmiştir. Bu anlayışa göre, dijital çağın gerektirdiği iletişim eğitiminin görevleri arasındadır. Dolayısıyla yeni ders içeriklerinin geliştirilmesi ve yeni derslerin müfredata girmesi gerekmektedir. Öğrencilerin dijital becerilerini arttırmak üzere tartışılan dersler arasında şunlar bulunmaktadır (Hobbs, 2010): Dijital Medya Tasarımı, Gazeteciler için Google Araçları, Gazeteciler için Blog Teknikleri, Gazeteciler için Sosyal Medya, Gazeteciler için Dijital İçerik Üretimi, Yeni Medya Reklamcılığı, Yeni Medyada PR, Pazarlama ve Reklam, Dijital Pazarlama, Haber Sitelerinde İş, Viral Video, Multimedya Haberciliği, Mobil Uygulamalar, Dijital Medya Uygulamaları, Yeni Medyanın İş Modelleri, Online Reyting ve Ölçümleme, Yeni Medya Araştırmaları, Dijital Teknolojiler Üzerine Eleştirel ve Kuramsal Dersler, Yeni Medya Araştırmalarının Yöntemi.

Bu ders içerikleriyle ilgili vurgulanması gereken en önemli nokta kuramsal derslerin önemidir. Yukarıda çizilmeye çalışılan eleştirel dijital okuryazarlık çerçevesine uygun olarak beşeri bilimlerin eleştirel birikiminden faydalanan kuramsal dersler dijital okuryazarlığın en önemli bileşeni olarak ele alınmalıdır. Bunun en somut nedeni iletişim fakültesi mezunlarının koşullarında görülebilir. “Hayat-



ta kalmaya çalışan” gençler Keloğlu İşler’in (2020: 381) vurguladığı gibi, eğitimi aldıkları işlerde çalışamamaları nedeniyle yöneldikleri esnek çalışma biçimleri ve işini elinde tutmayı başarıp başaramayacağına yönelik güvencesizlikle hareket edenlerin teknolojik araç ve donanım yapıları yapılan yatırımlar ile dijital kölelik biçimlerini deneyimlemeye başladılar. Bu bağlamda, içerisinde buldukları toplumsal koşullara yönelik eleştirel bilgi, gençlerin kendi koşullarını değiştirmeye yönelik iradesinin ortaya çıkmasının zorunlu koşuludur. Eğer olması gerektiği gibi, dijital okuryazarlık sadece işlevsel biçimde teknik kullanım becerileri olarak ele alınmayacaksa, gençlere dijital teknolojilerin kendi koşulları üzerindeki etkisini eleştirel biçimde değerlendirebilme kapasitesi kazandırılmalı, bu kapasiteyi kazandırmaya yönelik dersler ciddiyetle ele alınmalıdır.

Son dönemde derslerin yanı sıra dijital yetkinlikleri arttırmaya yönelik atölye çalışmaları da öne çıkmaktadır. Bu atölyelerde konunun uzmanı öğreticiler, az sayıda öğrencinin katıldığı uygulamalı çalışmalarla öğrencilerin ilgilendikleri konuyu pratiğini yaparak öğrenmesini sağlayacaklardır. Başarılı öğrencilere atölye sonunda atölye çalışmasına katılım sertifikası verilerek işe giriş süreçlerinde dijital becerilerini gösterme imkanı verilmektedir: Web Tasarım Atölyesi, Grafik Tasarım Atölyesi, Dijital İçerik Oluşturma Atölyesi, Blog Atölyesi.

İletişim süreçlerinin teknolojinin etkisiyle dönüşümü ve medya endüstrinin yeni kuralları üzerine dizi seminerler düzenlenmektedir. Öğrencilerin mesleki hayatlarında onları ayrıcalıklı kılacak ve medya endüstrisinin onlara açılmasını sağlayacak ileri eğitimlerle sunulacak sertifika programları hazırlanmaktadır (Buckingham, 2007). Bu sertifika programlarının örnekleri şunlardır: Kurumsal İletişim ve Yeni Medya Sertifika Programı, Dijital Pazarlama Uzmanlığı Sertifika Programı, Dijital Medya ve Sosyal Medya Uzmanlığı Sertifika Programı, Sosyal Medya Uzmanlığı Sertifika Programı, Yeni Medya Pazarlama ve Reklamcılığı Sertifikası, Siber Güvenlik Sertifika Programı.

Dijital gelişmelerin medya endüstrisindeki ve iletişim süreçlerinde yarattığı dönüşüm iletişim fakültelerinin akademik iç bölünmelerini de etkilemektedir. Çoğu özel üniversite olmak üzere bazı üniversitelerde yeni medya, dijital gazetecilik ve dijital yayıncılık gibi alanlarda bölümler açılmaya başlanmıştır (Değirmencioglu, 2016). Yeni medya araştırmalarının kurumsallaşması için öncü çalışmalar da yapılmaktadır (Binark, 2018).

## **İletişim Fakültesinden Geleceğin Medya Çalışanlarına: Bir Araştırma**

Ülkemizde iletişim fakülteleri öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeyleri ve fakültelerin eğitim-öğretim içeriklerinin alanın bu yeni dijital ihtiyaçlarına cevap verip veremediği önemli bir tartışma konusu haline gelmiştir. Buna rağmen iletişim fakülteleri öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeyleri ve fakültelerin



eğitim-öğretim içerikleri üzerine detaylı ve sistematik akademik ve bilimsel çalışmaların yeterince yapılmadığını söylemek yanlış olmayacaktır.

Türkiye’de iletişim fakültesi öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeyi nedir? Öğrenciler mezuniyetlerinden sonra çalışacakları gazetecilik, halkla ilişkiler, radyo ve televizyon, sinema, yeni medya alanlarında teknolojik dönemin gerektirdiği dijital becerilere sahip midir? Değilse bu yetersizliğin nedenleri nelerdir? İletişim fakültelerinin öğrencileri dijital teknolojileri daha geniş sosyo-ekonomik bağlamlar içerisinde eleştirel bir biçimde değerlendirebilmekte midir? Türkiye’de iletişim alanında öğretimin öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerini ve dijital becerilerini artıracak şekilde geliştirilmesi için neler yapılmalıdır? soruları cevaplandırılmayı bekleyen önemli sorulardır. Çalışmanın sonraki bölümünde, bu soruların yanıtlanmasına yönelik akademik araştırmalara veri ve katkı sağlamayı hedefleyen araştırmanın sonuçları paylaşılmaktadır.

## Araştırmanın Yöntemi

Nicel araştırma tekniğine dayanan bu çalışmada, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi (İLEF) Bilişim ve Yeni Medya Merkezi BİYEM bünyesinde geliştirilen dijital okuryazarlık anketinin İLEF öğrencilerine uygulandığı bir çalışma gerçekleştirildi. İletişim Fakültesinin farklı bölüm ve sınıflarından 247 öğrenciye uygulanan anket, öğrencilerin dijital okuryazarlıklarını 77 değişken üzerinden incelemektedir.<sup>2</sup>

Anket soruları beş ana kategori altında hazırlandı: a) Demografik özellikler ile ilgili sorular, b) Bilgisayar ve internet deneyimi ile ilgili sorular, c) Dijital becerilerin edinimi ve geliştirilmesi ile ilgili sorular ve d) Dijital platformların kullanımı ile ilgili sorular e) Dijital becerilerin düzeyini ölçmeye yönelik sorular. Anket formu, iletişim fakültesi mezunlarının medyada yeni çalışma biçimleri için sahip olması beklenen temel beceriler dikkate alınarak hazırlandı.

Araştırmanın evreni Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileridir. İLEF’te kayıtlı 1033 öğrenciden örneklem seçimi yüzde 95 güven düzeyi  $\pm 5.47$  hata marjı olarak belirlenmiş, 247 kişiye güven düzeyini ve hata marjını bozmayacak şekilde anket uygulanmıştır. Anketler 6-8 Haziran 2018 tarihlerinde Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde BİYEM Atölyesi yürütücüleri tarafından uygulanmıştır.

Anket sorularına verilen cevapların dağılımlarını tablolar olarak metnin içinde sunuldu. Ayrıca, anket sorularını bazı değişkenler ile ilişkilendirerek çapraz tablolar oluşturuldu: a) cinsiyet, b) gelir düzeyi, c) bölüm, d) akademik yıl.

Araştırmanın bulguları üç alt başlıkta tartışılmaktadır. *Dijital Okuryazarlığın Altyapısı: Sosyo-Ekonomik Koşullar* adlı ilk altbölümde, iletişim fakültesi öğrencilerinin demografik özellikleri incelenmektedir. Öğrencilerin sosyo-ekonomik

2. Araştırmanın verileri 2020 yılından önce 2018 yılında toplandığı için Etik Kurul onayına gerek duyulmamaktadır.



koşullarının ve akademik düzeylerinin dijital becerileriyle ilgisi sorgulanmaktadır. Bu bölümde, öğrencilerin dijital becerilerini şekillendiren gündelik ve yapısal koşulları bir arada açıklamak amaçlanmaktadır. İkinci altbölüm *Öğrencilerin Dijital Okuryazarlığı: Nasıl Okuryazar Oldular? Ne Okuyup Ne Yazıyorlar?* adını taşımaktadır. Bu bölüm, öğrencilerin dijital becerilerini nasıl edindiklerine ve dijital teknolojileri kullanım amaçlarına odaklanmaktadır. Bu bölümde öğrencilerin sosyal medya deneyimleri ve sosyal medyada geçirdikleri zaman da mercek altına alınmaktadır. *Dijital Okuryazarlığın Düzeyi: Bilgi ve Beceriler* adını taşıyan üçüncü bölümde öğrencilerin dijital becerilerinin mezuniyetten sonraki mesleki ihtiyaçlarını ne kadar karşılayabileceği sorgulanmaktadır. Hangi programları/hangi tasarım araçlarını ne kadar kullanabildikleri ortaya konmaktadır.

### Dijital Okuryazarlığın Altyapısı: Sosyo-Ekonomik Koşullar

Ankete cevap veren 247 öğrenciden 127'si kadın (yüzde 51,4), 120'si erkektir (yüzde 49,6). Bu, Türkiye'de erkek öğrencilerin daha çok mühendislik gibi programlara, kadın öğrencilerin ise daha sözel alanlara yöneldiği ve medya sektörüne kadın ilgisinin daha yüksek olduğu şeklindeki genel kanıların tartışmaya açık olduğunu göstermektedir.

Kadın öğrencilerin teknolojiyle kurduğu ilişki erkek öğrencilere göre daha zayıftır. İnternet becerilerinin çok zayıf olduğunu ifade eden öğrencilerin yüzde 71'i, bilgisayar becerilerinin çok zayıf olduğunu ifade edenlerin de yüzde 80'i kadın öğrencilerdir (Tablo 1). Yine aynı tabloya göre, kadınların sadece yüzde 8'i bilgisayar becerilerini "çok iyi" olarak nitelendirirken bu oran erkeklerde yüzde 22'lere çıkmaktadır.

**Tablo 1. Cinsiyete Göre Bilgisayar Becerileri (%)**

	Çok zayıf	Zayıf	Orta	İyi	Çok iyi
Kadın	5,5	11,0	42,5	33,1	7,9
Erkek	4,1	4,2	34,2	35,8	21,7

Kadın öğrenciler bilgisayar kullanım sürelerinde de erkek öğrencilere oranla daha dezavantajlı konumdadırlar. Bilgisayarı iki yıldan daha az zamandır kullandığını belirten öğrencilerin yaklaşık yüzde 86'sı kadın, on beş yıldan fazla süredir bilgisayar kullanan öğrencilerin yüzde 85'i ise erkektir (Tablo 2).

**Tablo 2. Cinsiyete Göre Bilgisayar Kullanım Süreleri (%)**

	-2 Yıl	3-5 Yıl	5-8 Yıl	8-10 Yıl	10+ Yıl
<b>Kadın</b>	4,8	8,1	21,0	30,6	35,4
<b>Erkek</b>	0,8	5,9	12,7	23,7	56,8

Kadın öğrencilerin bilgisayar sahipliği de erkek öğrencilere oranla zayıftır. Kendine ait bilgisayarı olan erkek öğrenci sayısının kadın öğrenci sayısından neredeyse 10 puan daha fazla olması ve evdeki bilgisayarını ailesi, kardeşi ya da ev arkadaşıyla kullanan öğrencilerin yüzde 64'ünün kadın olması da kadının dijital cihazlara ulaşmada erkeklerden daha dezavantajlı olan konumlarını vurgulamaktadır (Tablo 3).

**Tablo 3. Cinsiyete Göre Bilgisayar Sahipliği (%)**

	Evet	Hayır	Kardeşim
<b>Kadın</b>	74,8	7,9	17,3
<b>Erkek</b>	84,2	5,0	10,8

Öğrencilerin ailesinin gelir düzeyi iletişim fakültesi öğrencilerinin dijital becerilerinin nasıl ve ne kadar edinildiğinin sosyal ve ekonomik belirlenimlerini anlamak, olguya tüm boyutlarıyla bütünsel bir yaklaşım geliştirmek için önemli bir değişkendir.

Bu tablo bize, iletişim fakültesi öğrencilerinin ailelerinin neredeyse yarısının aylık gelirinin 4 bin TL'nin altında olduğunu göstermektedir. Türkiye'de dört kişilik bir ailenin açlık sınırının bin 800 TL olduğu göz önünde bulundurulduğunda öğrencilerin önemli bir kısmının açlık sınırında ya da altında yaşadığı ortaya çıkmıştır. İLEF'in her beş öğrencisinden biri açlık sınırında ya da sınırın altında yaşamaktadır.<sup>3</sup> Öğrencilerin yüzde 90'ının da yoksulluk sınırının altında yaşadığı görülmektedir (Tablo 4).

**Tablo 4. Öğrenci Ailelerinin Gelir Düzeyi(%)**

-2000 TL	2000-3999 TL	4000-5999 TL	6000-8999 TL	9000+ TL
18,5	47,3	24,3	6,6	3,3

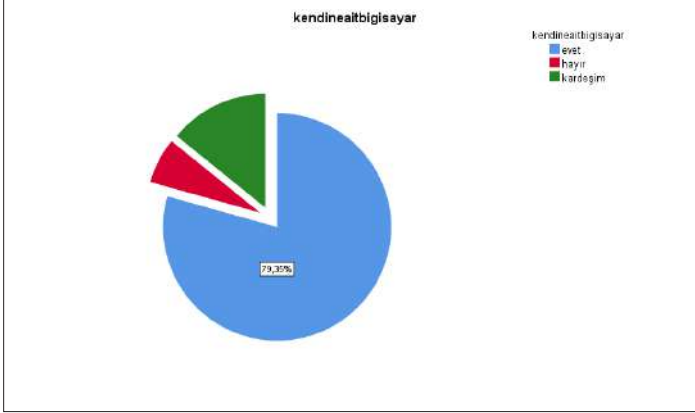
Dijital cihazlara erişim de şüphesiz gelir düzeyi tarafından belirlenen ve di-

3. Araştırmanın yapıldığı dönemde, Türk-İş'in Açlık ve Yoksulluk Sınırı Araştırmasının raporuna göre, Ağustos 2018'de dört kişilik bir ailenin sağlıklı, dengeli ve yeterli beslenebilmesi için yapması gereken aylık gıda harcaması tutarı (**açlık sınırı**) 1.812,47 TL'dir. Gıda harcaması ile birlikte giyim, konut (kira, elektrik, su, yakıt), ulaşım, eğitim, sağlık ve benzeri ihtiyaçlar için yapılması zorunlu diğer aylık harcamalarının toplam tutarı ise (**yoksulluk sınırı**) 5.903,80 TL'dir. Erişim (14.09.2018): <http://www.turkis.org.tr/dosya/hLZFj6bV7E4n.pdf>

jital okuryazarlık düzeylerini belirleyen önemli bir değişkendir. Kendine ait bir masaüstü ya da dizüstü bilgisayarı olan öğrencilerin oranı yüzde 80'e yakındır (Tablo 5). Öğrencilerin yüzde 14'ü evinde ailesi, kardeşi ya da ev arkadaşıyla ortak bir bilgisayarı kullanırken, öğrencilerin yaklaşık yüzde 7'sinin ne masaüstü ne de dizüstü bilgisayarı bulunmaktadır.

**Tablo 5. Bilgisayar Sahipliği**

Öğrencilerin yaklaşık yüzde 14'ünün bir masaüstü bilgisayarı olduğu görül-



mektedir. Masaüstü bilgisayara sahip öğrencilerin bir kısmının dizüstü bilgisayarı da vardır ve öğrencilerin tamamının yüzde 78'i dizüstü bilgisayar kullanmaktadır. Tablete sahip olan öğrencilerin oranı da yüzde 31 olarak gerçekleşmektedir. Akıllı saat kullanımı sadece yüzde 3,2 olarak gerçekleşmiştir (Tablo 6).

Öğrencilerin en çok kullandığı dijital cihaz ise akıllı telefondur. Araştırmanın verileri öğrencilerin neredeyse tamamının akıllı telefonu olduğu ortaya koymaktadır ve tüm gelir düzeylerinden öğrenciler için sonuç değişmemektedir. Bu veri, akıllı telefonların artık bir bilgisayar donanımına sahip, telefon iletişiminin çok ötesindeki iletişim ihtiyaçlarını karşılamak üzere dizayn edilmesi ve donanımlarının giderek gelişmesinin bir sonucu olarak yorumlanabilir.

**Tablo 6. Dijital Cihaz Sahipliği (%)**

Cihaz	Evet (%)
Masaüstü bilgisayar	13,9
Dizüstü bilgisayar	78
Tablet	31
Akıllı telefon	
Akıllı saat	3,2





Dijital cihaz sahipliğine ilişkin veriler bize masaüstü bilgisayar kullanımının dizüstü ve tablet bilgisayar kullanımı karşısında önemli ölçüde zayıfladığını göstermektedir. Aşağıdaki tablo da masaüstü bilgisayarın daha çok aile gelir düzeyi 6 bin TL altında olan öğrenciler tarafından tercih edildiğini göstermektedir. Masaüstü bilgisayara sahip öğrencilerin yaklaşık yüzde 44'ünün gelir düzeyi 2-4 bin aralığında, yüzde 32'sinin gelir düzeyi 4-6 bin ve yüzde 14'ünün de 2 bin TL ve altı aralığındadır (Tablo 7). Ayrıca, masaüstü bilgisayar ediniminde parça toplanarak daha uygun koşullarda bir bilgisayar yaptırmanın mümkün olduğu da göz önünde bulundurulduğunda aile gelir düzeyi düşük olan öğrencilerin masaüstü bilgisayara yöneldiği düşünülmektedir.

Dizüstü bilgisayara sahip öğrencilerin ise sadece yüzde 17,5'i 2 bin TL ve altı gelir düzeyindedir. Dizüstü bilgisayar kullananların yaklaşık yüzde 47'sinin de 2-4 bin TL gelir düzeyinde yoğunlaştığı görülmektedir. Aile gelir düzeyi 4-6 bin TL düzeyinde olan öğrencilerin ise neredeyse tamamının diğer cihazların yanı sıra dizüstü bilgisayara da sahip olduğu görülmektedir (yüzde 95). Daha üst gelir düzeyleri için bu oran yüzde yüz olarak gerçekleşmiştir (Tablo 7).

**Tablo 7. Gelire Göre Dijital Cihaz Sahipliği (%)**

	2000'in altı	2000-4000	4000-6000	7000-8000	9000'in üstü
Masaüstü bilgisayar	13,8	43,8	32,5	7,5	2,5
Dizüstü bilgisayar	17,5	46,6	23,8	7,9	4,2
Tablet	13,0	42,9	31,2	10,4	2,6
Akıllı telefon	15,1	47,2	26,6	7,3	3,7

Ancak bu ekonomik koşullara rağmen evinde kendine ait bir bilgisayarı bulunan öğrenci sayısı oldukça yüksektir. Aile geliri 2 bin TL altında olan öğrencilerin yüzde 77'sinin kendine ait bir bilgisayarı olduğu görülmektedir. Bu gelir grubundan öğrencilerin sadece 4'ünün kendine ait bir bilgisayarı bulunmazken, yaklaşık yüzde 18'i de kardeşiyle ya da ev arkadaşıyla ortak bir bilgisayar kullanmaktadır. Bilgisayarla çalışmanın, ödev yapmanın ortaöğrenime ve ilkökula kadar girmiş olması ve okul için online çalışmaların giderek yaygınlaşması Kendine ait bir bilgisayarı olanların oranı, gelir düzeyi ile birlikte artmaktadır. Buna göre örneğin 7-9 bin TL gelir düzeyinde bu oran, yüzde 98'dir.

## **Öğrencilerin Dijital Okuryazarlığı: Nasıl Okuryazar Oldular? Ne Okuyup Ne Yazıyorlar?**

Anket sonuçları öğrencilerin büyük çoğunluğunun bilgisayar kullanmayı kendisinin öğrendiğini göstermektedir. Çoklu yanıtlar göstermektedir ki, öğrencilerin neredeyse yüzde 40'ı bilgisayar kullanmayı kendisi öğrenmiştir. Bilgisayar



kullanmayı bir öğretmen ya da eğitmenen öğrenen öğrencilerin oranı sadece yüzde 13'tür.

Bilgisayar kullanımının öğrenilmesi ve dijital becerilerin edinilmesinde önemli diğer kaynaklar da aile ve arkadaşlardır. Bilgisayar öğreniminde öğrencilerin yaklaşık yüzde 20'si ailelerini ve yüzde 10'u da arkadaşlarını adres göstermişlerdir. Bu, toplamda yüzde 30 oranında dijital okuryazarlığın aile ve arkadaşlar aracılığıyla öğrenildiğini göstermektedir. Dijital okuryazarlığın ediniminde web siteleri, bloglar ve video paylaşım platformlarını kaynak gösterenlerin toplam oranı yüzde 12'yi aşmaktadır. Televizyon, video ve kitapların bilgisayar öğreniminde başvurulma oranları ise çarpıcı şekilde düşüktür. Kitaplara sadece yüzde 1,2, televizyona binde 7 ve videolara da binde 7 oranında başvurulmuştur. Bilgisayar öğreniminde kullanılan kaynaklar arasında dergiler de kitaplarla aynı oranı paylaşmakta ve yüzde 1,2 düzeyinde kalmaktadır (Tablo 8).

Dijital becerilerin geliştirilmesinde arkadaşların rolünün güçlü şekilde devam ettiğini (yüzde 9,7) ancak ailenin rolünün yüzde 20'den yüzde 2,3'e dramatik olarak azalarak azaldığı görülmektedir. Dijital becerilerin edinilmesi ve geliştirilmesinin kaynakları karşılaştırıldığında oynadığı rolün oranı azalan bir diğer kaynak da ne yazık ki yine eğitmen/öğretmandir. Bu da üniversite öğretim ve eğitimlerinde öğrencilere dijital becerilerini geliştirecek olanaklar/eğitimler verilmediği şeklinde yorumlanabilir. Bu sonuçlara göre, öğrenciler dijital teknolojideki gelişmeleri de öğretmenlerden ya da eğitmenlerden edinmemekte, gelişmeleri sosyal ağlar üzerinden takip etmekte ve yeni bilgisayar teknolojilerine ilişkin becerilerini kendi imkânlarıyla ve el yordamıyla geliştirmektedirler. Bu sonucu destekleyen bir diğer bulgu da dördüncü sınıf öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeyinin ve temel becerilerinin birinci sınıf öğrencilerinden daha yüksek olmamasıdır.

**Tablo 8. Bilgisayar Öğrenme Süreçleri (%)**

	Evet
Öğretmen	13,2
Arkadaş	10,2
Aile	20,6
Kitap	1,2
Video	0,7
TV	0,7
Dergi	1,2
Web siteleri	6,0
Bloglar	3,7
Kendim öğrendim	39,8
Video paylaşım	2,7



Sonuçlar buraya kadar, dijital okuryazarlığın çoğunlukla öğrencilerin kendi çabasıyla başladığını ortaya koymaktadır. Becerilerin geliştirilmesi için teknolojik gelişmelerin hangi kaynaklardan takip edildiği ve becerilerin nasıl geliştirildiğini sorguladığımızda da internet kaynakları öne çıkmaktadır. Dijital becerilerin geliştirilmesinde teknolojik gelişmelerin takip edildiği temel kaynaklar web siteleri, sosyal ağlar, video paylaşım platformları ve bloglardır.

## Sosyal Ağlar

İletişim Fakültesi öğrencilerinin facebook, twitter ve instagram gibi sosyal ağlarda ne kadar zaman geçirdiğini sorguladığımızda ise en çok instagramda vakit geçirdiği görülmektedir. Öğrencilerin yarıya yakını instagram'da 2-4 saat arası zaman geçirmektedir (yüzde 40,1). Dörtte biri de facebook'da 2 saate kadar zaman geçirirken, dörtte birlik bir oranda öğrenci de 2 saatini twitter'da geçirmektedir. Yaklaşık yüzde 8'lik bir öğrenci dilimi de diğer sosyal platformlarda ortalama 2 saat vakit geçirmektedir. Her üç sosyal medya platformunda bulunan bir öğrencinin günde ortalama 8 saatini bu platformlarda geçirdiği söylenebilir.

Sosyal ağlarda bu kadar çok vakit geçiren öğrencilerin en çok paylaşımı da instagramda yaptıkları görülmektedir. Öğrencilerin yaklaşık yarısı (yüzde 45,93) ayda bir ya da daha az facebook paylaşımı yapmaktadır. Ayda 2-3 kez paylaşım yapanların oranı yüzde 9'dur ve öğrencilerin yaklaşık yüzde 4'ü haftada bir facebook paylaşımı yaparken yaklaşık yüzde 5'i ise iki ya da 3 paylaşım yapmaktadır. Her gün ortalama bir paylaşım yapanların oranı ise yüzde 4'e yaklaşmaktadır. Günde iki-üç paylaşım yapanlar da yüzde 2,4 oranındadır.

Öğrenciler twitter'da facebook'tan daha az sayıda paylaşımında bulunmaktadır. Ayda bir twitter paylaşımı yapanların oranı yüzde 28'dir. Her gün twitterda bir paylaşımında bulunan öğrencilerin oranı yüzde 3,69 olarak kaydedilirken, günde birden fazla twitter paylaşımı yapan öğrencilerin oranı yüzde 6'dan fazladır.

Instagram ise iletişim fakültesi öğrencilerinin en sevdiği sosyal paylaşım platformudur. Ayda bir kez paylaşımında bulunan öğrencilerin oranı yüzde 35'e yaklaşırken öğrencilerin yüzde 18'inden fazlası ayda 2-3 instagram paylaşımı yapmaktadır. Her gün ortalama bir paylaşım yapanların oranı yüzde 4 iken günde birden fazla paylaşım yapanların toplam oranı da yüzde 4'ü aşmaktadır. Bu durumda instagramda her gün en az bir paylaşım yapanların oranı yüzde 8'den fazladır.

Ayrıca öğrencilerin cinsiyetleri ile sosyal medya paylaşımları arasında da belirgin bir ilişki görülmüş ve kadın öğrencilerin erkek öğrencilere göre belirgin biçimde daha fazla paylaşım yaptıkları tespit edilmiştir.

## Dijital Okuryazarlığın Düzeyi: Bilgi ve Beceriler

Bu bölümde öğrencilere bilgisayarın temel donanım parçalarının, temel tasarım ve grafik programlarının bilgisine ve temel becerilere ne kadar sahip oldukları sorgulanmış, öğrencilerden "yapabiliyor musunuz?"/ "yapıyor musunuz?"



sorularına, evet, hayır bazen/biraz cevaplarını vermeleri istenmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin yüzde 30'unun bilgisayarın temel donanım parçalarını hiç tanımamaktadır. Bilgisayarın temel donanımına hakim olanların oranı yaklaşık yüzde 35'dir. Temel donanım parçalarından biraz anladığını ifade eden öğrencilerin oranı da yüzde 34 civarındadır (Tablo 9).

**Tablo 9: Temel Bilgi Düzeyleri (%)**

	Evet	Hayır	Biraz/ Bazen
Bilgisayarın temel donanım parçalarından anlıyor musunuz?	35,6	30,1	34,3
Kişisel bir web siteniz var mı?	18,8	81,2	0
Blogunuz var mı?	46,0	54,0	0
Web sayfası tasarlayabiliyor musunuz?	20,0	66,0	14,0
Web sayfası güncelleyebiliyor musunuz?	26,5	58,3	15,2
Grafik tasarımı programlarını kullanabiliyor musunuz?	28,0	51,0	21,0
Kurgu programlarını kullanabiliyor musunuz?	30,0	54,6	16,0
Dijital fotoğrafları photoshop vs. gibi programlarla düzenleyebiliyor musunuz?	43,0	32,0	25,0
Dijital ses dosyaları kaydedip çeşitli programlarla düzenleyebiliyor musunuz?	34,0	44,0	22,0
Dijital videolar kaydedip çeşitli programlarla düzenleyebiliyor musunuz?	37,0	40,0	23,0
Herhangi bir programlama dili biliyor musunuz? (Java, Java Script vs.)	12,0	76,0	11,0
Bilgisayarımızın (masaüstü ya da diz üstü), işletim sistemini yeniden yükleyebiliyor musunuz/başka bir işletim sistemiyle değiştirebiliyor musunuz?	44,0	42,0	13,9
Herhangi bir metni kitap, dergi gibi basılı yayınlar yerine bilgisayardan/internette okumayı tercih eder misiniz?	36,1	38,6	25,3
TV yerine internette film/dizi vs. izlemeyi tercih eder misiniz?	85,1	6,2	8,7
İnternette uygulama satın alıyor musunuz?	41,5	41,1	17,4

Öğrencilerin yüzde 80'inin kendi kişisel web sitesi bulunmazken yaklaşık yüzde 20'sinin kendi web sitesinin bulunduğu ortaya çıkmıştır. Web sitesi tasarlayamayan öğrencilerin oranı, yüzde 66'yı aşmaktadır.

Web sayfası tasarlayabiliyor musunuz sorusuna evet cevabı veren öğrencilerin oranı da sadece yüzde 20'dir. Ancak, "web sitesi tasarlamak" geniş bir kavramdır ve kendi web sitesi olan/web sitesi tasarlayan öğrenciler hazır şablonlar



kullanmaktadır. Ancak, öğrencilerin yüzde 66'sı bu şablonları bile kullanamamakta, yüzde 14'ü de "biraz" kullanabilmektedir.

Öğrencilerin yaklaşık yüzde 60'ı web sayfası güncelleyemediğini ifade etmiş, yüzde 15'i de biraz güncelleyebildiğini söylemiştir. Web sayfası güncelleyebilen öğrenci oranı yüzde 26'dır ve bu en temel güncelleme bilgilerini de içerir. Güncelleme pratiğinin temel bazı komutlara uygun olarak basitçe yapılıyor oluşu göz önünde bulundurulduğunda iletişim fakültesi öğrencilerinin büyük oranda bu en temel beceriden bile yoksun olduğu ortaya çıkmaktadır.

Yukarıdaki tablonun gösterdiği gibi, iletişim fakültesi öğrencilerinin önemli kısmı, mezuniyetlerinin ardından çalışmaları beklenen medya endüstrisinin ihtiyaçlarını karşılayacak/bilgi ve becerisine sahip olması beklenen temel programların en temel bilgi ve becerilerinden yoksundur ya da bu bilgi ve becerileri ortalama düzeyde haizdir.

Örneğin grafik programlarını kullanabilen öğrencilerin oranı yüzde 28'de kalmakta, öğrencilerin yüzde 20'si bu programları iyi kullanamamakta, yüzde 51'i ise hiç kullanamamaktadır. Kurgu programlarını kullanan öğrencilerin sayısı yaklaşık yüzde 30 dur. Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi bünyesinde Öğrencilerin yüzde 54'ü ise hiç kurgu yapamamakta, yüzde 16'sı biraz yapabilmektedir. Photoshop kullanabilen öğrenci oranı da yaklaşık yüzde 43'tür. Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi bünyesinde Reklam Atölyesinin varlığının bu oranın diğer programlara göre yüksek olmasında etkisi olduğu düşünülmelidir. Yine de öğrencilerin yüzde 26'sı bu programı iyi kullanamamakta, yüzde 32'si de hiç kullanamamaktadır. Bu da Photoshop gibi temel bir programı tam anlamıyla kullanmayanların oranının yaklaşık yüzde 58 olduğunu ortaya koymaktadır.

Dijital okuryazarlık düzeyi daha temel beceriler için bile sorgulandığında çarpıcı sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Dijital ses kaydederek çeşitli programlarla düzenleyebilenlerin oranı sadece yüzde 34'tür. Dijital sesleri az düzenleyebilenler (yüzde 22) ile hiç düzenleyemeyenler (yüzde 44) toplandığında iletişim fakültesi öğrencilerinin bu temel beceriden yoksun olduğu görülmektedir. Dijital görüntü/video kaydederek çeşitli programlarla düzenleyebilenlerin oranına baktığımızda da öğrencilerin yüzde 37'sinin görüntü kaydedebildiği ve düzenleyebildiği ortaya çıkmaktadır. Ancak öğrencilerin yüzde 40'ı bu beceriden tamamen mahrumdur ve geri kalan yaklaşık yüzde 24'lük dilim de görüntü kaydedip düzenlemeyi "biraz" yapabilmektedir. Özetle görüntü düzenleme becerisine tam anlamıyla sahip olmayan öğrencilerin oranı yaklaşık yüzde 64'tür.

Daha ileri düzeyler olan programla dili ve işletim sistemine ilişkin becerileri sorguladığımızda tablo dramatikleşmektedir. Bilgisayarının işletim sistemini yeniden yükleyebilen ya da değiştirebilen öğrencilerin oranı ise yüzde 44'tür. Ancak öğrencilerin yüzde 42'si işletim sistemini yeniden yükleyememekte/değiştirememekte ve yüzde 13'ü de bunu biraz yapabilmektedir.

Öğrencilerin yüzde 76'sı programlama dili bilmemektedir. Yüzde 11'i biraz bil-



diğini ifade ederken yüzde 12'si de hiç bilmemektedir. Hazır şablonlarla ya da oluşturulmuş web sayfalarıyla çalışmaktan farklı ve ileri bir aşama olan web tasarımının ileri boyutu HTML veya diğer bilgisayar dilleriyle çalışmanın ise iletişim eğitimi içerisinde nasıl ele alınması gerektiği üzerinde düşünülmelidir. Uluslararası alanda da bu yoğun olarak tartışılan bir konudur ve iletişim eğitimi veren önemli okullar kodlama ve programlamanın farklı bir alan olduğu üzerinde durmakta ve HTML düzeyinin mühendislik bilgisi gerektirdiğine dikkati çekmektedir. Günümüz koşullarında kodlama ve programla öğrenimi geleneksel medyada çalışmak üzere yetiştirilen bir öğrencinin matbaacılık teknolojisini öğrenmesine benzetilebilir. Programlama ve habercilik tamamen farklı beceri setleri olduğundan bu alanın daha kenarında kalmaktadır. Bu nedenle iletişim fakültesi öğrencilerinin programlama becerilerine sahip olması beklenmemekte, ancak ilgili iletişim fakültesi öğrencilerinin programlama dillerinin öğretildiği bilgisayar mühendisliklerinde ders takip edebilmeleri, ortak atölyelerin gerçekleştirilmesi için işbirlikleri de iletişim fakülteleri tarafından kurulmalıdır.

Bu altbölümü kapatmadan son olarak değinmemiz gereken olgu, bilgisayar becerilerinin öğrencilerin kitap okuma, televizyon izleme gibi gündelik pratiklerini nasıl dönüştürdüğüdür

Tablonun açıkça ortaya koyduğu gibi herhangi bir metni kitap, dergi gibi basılı yayınlar yerine bilgisayardan/internette okuma alışkanlığı giderek güçlenmektedir. “herhangi bir metni kitap, dergi gibi basılı yayınlar yerine bilgisayardan/internette okumayı tercih eder misiniz?” sorusuna verilen evet cevaplarının oranı (yüzde 36,10) neredeyse hayır oranlarına (yüzde 38,59) ulaşmaktadır. Bu sonuç aynı soruya bazen cevabı veren yüzde 25'lik kesim ile evet cevabı verenlerin toplamı göz önünde bulundurularak değerlendirildiğine öğrencilerin yüzde 65'inin basılı kaynaklar yerine dijital (soft) kopyalara yöneldiği görülmektedir. Bazen cevabı verenlerin zaman içerisinde daha çok içeriğin dijitalleşmesiyle daha çok bilgisayardan okuyacağı düşünüldüğünde de yazılı kaynakların giderek terk edilme olasılığının söz konusu olduğu sonucuna varmak mümkündür.

Televizyon açısından durum kitap ve basılı yayınlardan daha dramatiktir. Tablo, öğrencilerin yüzde 85'inin film ve dizileri televizyondan izlemek yerine internette izlemeyi tercih ettiğini ortaya koymuştur. “TV yerine internette film/dizi izlemeyi tercih eder misiniz?” sorusuna evet cevabı veren bu yüzde 85'lik kesime, bazen cevabı veren yüzde 6'lık kesimi de eklediğimizde interneti televizyona tercih edenlerin oranı yüzde 90'ı aşmaktadır. İletişim fakültelerindeki televizyonculuk eğitimi açısından da dikkate alınması gereken bu çarpıcı veriye göre, televizyon ölmektedir.

Dijitalleşmenin getirdiği yeni bir davranış biçimi de internette uygulama indirme ve satın alma pratiğidir. İnternette uygulama satın alınıp alınmadığı incelendiğinde öğrencilerin yüzde 40'ından fazlasının internette uygulama satın aldığı ortaya çıkmaktadır. Buna “bazen” uygulama alanlar da eklendiğinde



bu oran yüzde 60'a yaklaşmaktadır. Bu her 10 öğrenciden 6'sının internetten uygulama satın aldığı, ücretsiz uygulamaların günlük iletişim pratiklerini sürdürmede yetersiz kaldığı anlamına gelmektedir.

Programları kullanma becerisinin dışında uygulamaların kullanılması ve içerik üretim becerilerini sorgulamak da iletişim fakültesi öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeyleri hakkında önemli veriler sunmaktadır.

Yukarıdaki uygulama ve içerik oluşturma becerilerini gösteren grafik, uygulamalar ve içerik üretme programlarını hiç kullanamayanların ya da bu alanlardaki becerilerini zayıf ya da çok zayıf olarak nitelendirenlerin oranlarının iyi/çok iyi ya da orta olanlara göre, önemli ölçüde yüksek olduğunu çarpıcı biçimde ortaya koymaktadır.

1'den 6'ya kadar sorgulanan düzeylerde 1- çok iyi; 2-iyi, 3-orta, 4-zayıf, 5-çok zayıf ve 6-Hiç Kullanamıyorum'u karşılayacak şekilde kodlama yapılmıştır. Düzey ifade etmeyerek soruyu boş bırakanlara sıfır değeri kodlanmıştır (Tablo 10).

**Tablo 10. Temel Beceri Düzeyleri (%)**

	Çok iyi	İyi	Orta	Zayıf	Çok zayıf	Hiç kullanamıyorum
Metin yazma programları (Word vb.)	25,2	33,7	20,3	4,8	3,6	10,1
Elektronik çizelge programları (Excel vs.)	18,2	28,2	30	3,2	1,8	6,0
Sunum uygulamaları (Powerpoint vb.)	26,0	33,3	19,5	5,7	3,2	10,1
Web haberciliği için içerik oluşturma	10,1	10,9	18,7	16,7	6,9	26,4

Buna göre, web içeriği oluşturma grafiği incelendiğinde içerik üretme becerilerini çok zayıf bulan öğrenciler çoğunluktadır (yüzde 26,42) (Tablo 10). Öğrencilerin yaklaşık yüzde 7'sinin de içerik üretme becerisini zayıf bulduğu göz önünde bulundurulursa, iletişim fakültesinin her üç öğrencisinden birinin web için içerik üretme becerisinin zayıf olduğu söylenebilmektedir.

Bu, öğrencilerin gelecekte medya endüstrisinde kaçınılmaz biçimde sahip olmaları beklenen web için içerik üretme becerisinin üniversite eğitimi sırasında edinilemediğine dair çarpıcı bir sonuçtur.

Diğer yandan, dijital okuryazarlığın temel becerileri arasındaki Office programlarını kullanım oranlarına baktığımızda bazı öğrencilerin bu en temel beceriye sahip olmadığı ortaya çıkmaktadır. Excel gibi elektronik çizelge programlarını hiç kullanmadığını belirten öğrencilerin oranı neredeyse yüzde 6'dır. Öğrencilerin büyük çoğunluğu yaklaşık yüzde 30 ile bu programı orta düzeyde kullan-



dıklarını söylemektedir.

Word gibi temel metin yazma programlarını kullanamayan öğrencilerin oranı da azımsanamaz. Öğrencilerin yüzde 4'e yakını bu programı hiç kullanamadıklarını belirtirken bu programların kullanılmasında çok zayıf ve zayıf olduklarını belirtenlerin toplam oranı yüzde 7'yi aşmaktadır. Demek ki her 10 öğrenciden biri dijital ortamda en temel yazı yazma becerisine sahip değildir.

PowerPoint benzeri sunum uygulamalarının becerileri açısından durum daha parlak değildir. Bu programları hiç kullanamayan (yüzde 3,25), çok zayıf kullanan (yüzde 2) ve zayıf kullanan (yüzde 5,7) öğrencilerin toplam oranı da yüzde 10'dan fazladır.

Tüm bu veriler birlikte yorumlandığında, dijitalleşen medya endüstrisinin beklentilerini karşılamak üzere yetiştirilmesi gereken öğrencilerin en temel becerilerden yoksun oldukları görülmektedir. Burada üzerinde düşünülmesi gereken diğer sonuç, öğrencilerin dijital becerilerini üniversitede edinmedikleri ve geliştirmedikleridir.

## Sonuç

Araştırma iletişim fakültesi öğrencilerinin önemli kısmının, mezuniyetlerinin ardından çalışmalarını beklenen medya endüstrisinin ihtiyaçlarını karşılayacak/bilgi ve becerisine sahip olması beklenen temel programların en temel bilgi ve becerilerinden yoksun olduğunu ya da bu bilgi ve becerileri ortalama düzeyde haiz olduğunu ortaya koymuştur. Araştırmanın bir başka çarpıcı sonucu ise öğrencilerin bu becerileri üniversitede aldıkları eğitimin dışında kendi çabalarıyla edindikleri, ders müfredatının öğrencilerin kendi çabalarıyla edindikleri temel becerileri geliştirmeye yönelik olmadığıdır.

Bu sonuç, üniversite eğitimini iletişim fakültesi öğrencilerinin dijital becerilerinin geliştirilmesinde ne derece etkili olduğu ya da olmadığını ortaya çıkarmaya yönelik daha ileri araştırmalara gerek olduğunun uyarısı olarak kabul edilebilir. Sosyal medyada bu kadar yoğun zaman geçiren ve aile gelir düzeylerinin düşüklüğüne rağmen -daha çok akıllı telefonlar sayesinde- dijital cihazlara erişimi büyük ölçüde artmış öğrencilerin temel becerileri haiz olmaması da iletişim eğitimi açısından çarpıcı bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırmanın sonuçları, dijital becerileri edindirmeye yönelik bir eğitim programı için atılması gereken adımların acilliğini ve önemini de gözler önüne sermektedir. Tüm dünyanın yöneldiği, teknolojiyi, teknoloji ve toplum ilişkisini eleştirel biçimde kavramaya yönelik kuramsal derslerin, yukarıda aktarılan dijital beceri edindirmeye yönelik uygulama dersleri, atölyeler ve dizi seminerlerin önemi de bu sonuçlarla ortaya çıkmaktadır.





## Kaynakça

- Arık, B. (2007) "Türkiye'de Gazetecilik Eğitimi: Tespitler ve Açmazlar," *Bir Sorun Olarak Gazetecilik*, (Ed) Bilal Arık ve Mustafa Şeker, Tablet Yayınları, Konya, 11-35.
- Aytaş, G., Kaplan, K. (2017) "Medya Okuryazarlığı Bağlamında Yeni Okuryazarlıklar", *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18, 2, 291-310.
- Bardoel, J. ve M. Deuze (2001) "Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism", *Australian Journalism Review* 23, 3, 91-103.
- Bawden, D. (2008) "Origins and concepts of digital literacy. *Digital literacies: Concepts, policies and practices*", 30, 17-32.
- Bayrakçı, S. (2020) *Dijital Yetkinlikler Bütünü Olarak Dijital Okuryazarlık: Ölçek Geliştirme Çalışması*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Beckett, C. ve Mansell, R. (2008) "Crossing Boundaries: New Media and Networked Journalism", *Communication Culture & Critique* 1, 1, 92-104.
- Bounegru, L., Gerlitz, C., & Gray, J. (2018). Data infrastructure literacy. *Big Data and Society*, 5(2), 1-13.
- Buckingham, D. (2006) "Media Education in the age of digital technology" Paper for the 10th Anniversary MED Congress "La sapienza di comunicare", Rome, 3-4 March, 2006. Erişim: [http://www.signis.org.br/user-files/redacao/signisnet/pdf/Buckingham\\_gb.pdf](http://www.signis.org.br/user-files/redacao/signisnet/pdf/Buckingham_gb.pdf)
- Bulunmaz, B. (2017) "Yeni Medya Okuryazarlığı ve Haberlerde Doğruluk Algısı", *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 6, 3, 38-50.
- Coiro, J., Knobel, M., Lankshear, C. Ve Leu, D. J. (2014) *Handbook of Research on New Literacies*, Routledge.
- Dağtaş, E. (2003) "Gazetecilik Eğitiminde Kuram ve Uygulama İkilemi: Türkiye'deki İletişim Fakülteleri Üzerine Bir Araştırma", *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Dergisi*, 17, 143-200.
- Deuze, M. (1998) "The WebCommunicators Issues: Research into Online Journalism and Journalists", *First Monday* 3(12), URL: [http://www.firstmonday.dk/issues/issue3\\_12/deuze/index.html](http://www.firstmonday.dk/issues/issue3_12/deuze/index.html)
- Deuze, M. (1999) "Journalism and the Web: An Analysis of Skills and Standards in an Online Environment", *Gazette* 61, 5, 373-90.
- Di Maggio, P., Hargittai, E., Neuman, W. R., ve Robinson, J. P. (2001) "The Internet's effects on society", *Annual Reviews of Sociology*, 27, 307-336.
- Etike, S. (2021). "Digital Transformation in Public Relations: Horizons and Frontiers", In *Handbook of Research on New Media Applications in Public Relations and Advertising*, IGI Globa, 234-247.
- Ezber, B. ve Sayar T. E. (2016) "Türkiye'de Akademi Dışı Medya ve İletişim Eğitimi", *Marmara İletişim Dergisi*, 26, 71-83.
- Freire, P. (2016) *Ezilenlerin Pedagojisi* (çev. D. Hattatoğlu ve E. Özbek), İstanbul: Ayrıntı.
- Fuchs, C. (2017) "From digital positivism and administrative big data analytics towards critical digital and social media research!", *European Journal of Communication*, 32, 1, 37-49.
- Fuchs, C. (2012) "Google capitalism", *tripleC: Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 10, 1, 42-48.
- Geray, H. (2008) "2008'de Haber Merkezleri", *BirGün*, <https://www.birgun.net/haber-detay/2008-de-haber-merkezleri-3-11704.html>
- Geray, H. (2003) *İletişim ve Teknoloji*, Ankara: Ütopya.
- Gezgin, S. (2005). "Türkiye'de Gazetecilik Eğitimi", 19. *Alman-Türk Gazeteciler Semineri: Rekabet ve Medya*, Konrad Adenauer Vakfı, 12-14 Mayıs.
- Gilster, P. (1997) *Digital Literacy*, John Wiley & Sons, Inc.
- Goodfellow, R. (2011) "Literacy, literacies and the digital in higher education", *Teaching in Higher Education*, 16, 1, 131-144.
- Güneş, F. (2019) "Okuryazarlık Yaklaşımları", *Sınırsız Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 4, 3, 224-246.
- Hamutoğlu, N. B., Güngören, Ö. C., Uyanık, G. K., ve Erdoğan, D. G. (2017) "Dijital okuryazarlık ölçeği: Türkçe'ye uyarlama çalışması", *Ege Eğitim Dergisi*, 18, 1, 408-429.
- Kandemir, C. (2007). "Türkiye ve Almanya'da Gazetecilik Eğitimi Alan Öğrencilerin Eğitim Kalitesi ve Beklentilerine Yönelik Alan Araştırması", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 30, 7-112.
- Karaduman, M. Ve Akbulutgiller, B. (2017) "Journalism Education In Turkey: Comparison of Undergraduate Curriculum Programmes", *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16, 4, 1161-1181.



- Keloğlu İşler, Esra İ. (2020) "Dijital Çağda Halkla İlişkiler Eğitimi ve Pratiği: Geçmiş, Şimdi, Gelecek", *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi 7. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Çağda İletişim Eğitimi Sempozyumu Bildiri Kitabı*.
- Kızılca, F. K., ve Kızılca, G. K. (2018) "Türkiye'de İletişimciler ve "Preker" Emek: Gözden Kaçmış bir Veri Tabanından Bulgular", *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 29, 9-30.
- Kinzer, C. K. (2010) "Considering literacy and policy in the context of digital environments". *Language Arts*, 88, 1, 51.
- Korkmaz, A. (2012) "Gazetecilik Eğitimi Alan Öğrencilerin Gazetecilik Eğitimi ve Gazetecilik Mesleğine Bakışı", *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 16, 9-27.
- Laçiner, M. S. (2014) "Türkiye'de Gazetecilik Eğitimi: Güncel Durum, Sorun Alanları ve Çözüm Önerileri", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 17, 8, 87-104.
- Lankshear, C. ve Knobel, M. (der.). (2008) *Digital Literacies: Concepts, Policies and Practices* (Vol. 30), Peter Lang.
- Martin, A. (2005) "DigEuLit—a European framework for digital literacy: a progress report". *Journal of eLiteracy*, 2, 2, 130-136.
- Martin, A. ve Grudziecki, J. (2006) "DigEuLit: Concepts and tools for digital literacy development", *Innovation in teaching and learning in information and computer sciences*, 5, 4, 249-267.
- Norris, P. (2001) *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*, Cambridge University Press.
- OECD, (2001) "Understanding the Digital Divide", France: OECD Publications. <https://www.oecd.org/digital/economy/1888451.pdf> erişim: 16 Kasım 2021.
- Onursoy, S. (2018) "Üniversite Gençliğinin Dijital Okuryazarlık Düzeyleri: Anadolu Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6, 2, 989-1013.
- Panel, I. L. (2002) "Digital transformation: A framework for ICT literacy. Educational Testing Service", 1-53. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.453.7843&rep=rep1&type=pdf> erişim: 16 Kasım 2021.
- Pangrazio, L. (2016) "Reconceptualising critical digital literacy", *Discourse: Studies in the cultural politics of education*, 37, 2, 163-174.
- Pınarbaşı, T. E., ve Astam, F. K. (2020). "Fırsat mı Tehdit mi?: Özgürleşim ve Sınırlayıcı Alanları ile Yeni Nesil Gazetecilik" *Turkish Studies*, 15, 5, 2675 – 2692.
- Pöttsch, H. (2019) "Critical digital literacy: Technology in education beyond issues of user competence and labour-market qualifications". *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 17, 2, 221-240.
- Pöttsch, H. (2018) "Archives and identity in the context of social media and algorithmic analytics: Towards an understanding of iArchive and predictive retention", *New Media & Society*, 20, 9, 3304-3322.
- Saariketo, M. (2014) "Imagining alternative agency in techno-society: outlining the basis of critical technology education", *Media Practice and Everyday Agency in Europe*, 129-138.
- Shopova, T. (2014) "Digital literacy of students and its improvement at the university". *Journal on Efficiency and Responsibility in Education and Science*, 7, 2, 26-32.
- Taş, O. (2004). *Yöndeşme ve Medya Endüstrisi: İletişim Alanında Yöndeşme Eğilimleri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi SBE.
- Yıldırım, B. (2010). "Gazeteciliğin Dönüşümü: Yöndeşen Ortam Ve Yöndeşen Gazetecilik", *Selçuk İletişim*, 6, 2, 230-253.