

EĞİTİM
yayınevi

DİJİTAL OKURYAZARLIK



Editör

Abdülhakim Bahadır Darı

DİJİTAL OKURYAZARLIK

Editör

Abdülhakim Bahadır Darı

EĞİTİM
yayınevi

DİJİTAL OKURYAZARLIK

Editör: Abdülhakim Bahadır Darı

Genel Yayın Yönetmeni: Yusuf Ziya Aydođan (yza@egitimyayinevi.com)

Genel Yayın Koordinatörü: Yusuf Yavuz (yusufyavuz@egitimyayinevi.com)

Sayfa Tasarımı: Eğitim Yayinevi Grafik Birimi

Kapak Tasarımı: Eğitim Yayinevi Grafik Birimi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Yayıncı Sertifika No: 47830

E-ISBN: 978-625-8108-31-6

1. Baskı, Şubat 2022

Kütüphane Kimlik Kartı

DİJİTAL OKURYAZARLIK

Editör: Abdülhakim Bahadır Darı

109 s., 165x240 mm

Kaynakça var, dizin yok.

E-ISBN: 978-625-8108-31-6

Copyright © Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Eğitim Yayinevi'ne aittir. Bütün hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre kitabı yayımlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik/meکانik yolla, fotokopi yoluyla ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayımlanamaz.

EĞİTİM

yayinevi

Yayinevi Türkiye Ofis: İstanbul: Eğitim Yayinevi Tic. Ltd. Şti., Atakent mah. Yasemen sok. No: 4/B, Ümraniye, İstanbul, Türkiye

Konya: Eğitim Yayinevi Tic. Ltd. Şti., Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent,

Karatay, Konya, Türkiye

+90 332 351 92 85, +90 533 151 50 42, 0 332 502 50 42

bilgi@egitimyayinevi.com

Yayinevi Amerika Ofis: New York: Eğitim Publishing Group, Inc.

P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768, United States of America

americaoffice@egitimyayinevi.com

Lojistik ve Sevkiyat Merkezi: Kitapmatik Lojistik ve Sevkiyat Merkezi, Fevzi Çakmak Mah.

10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye

sevkiyat@egitimyayinevi.com

Kitabevi Şubesi: Eğitim Kitabevi, Şükran mah. Rampalı 121, Meram, Konya, Türkiye

+90 332 499 90 00

bilgi@egitimkitabevi.com

İnternet Satış: www.kitapmatik.com.tr

+90 537 512 43 00

bilgi@kitapmatik.com.tr



BİLİMSEL YAYIN KURULU

Prof. Dr. Metin IŞIK	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Kazım Özkan ERTÜRK	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa KARACA	Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet Sena KÖSEDAĞ	Erciyes Üniversitesi
Doç. Dr. Şebnem ÖZDEMİR	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL YAYIN KURULU	III
ÖNSÖZ	VII
DİJİTAL MEDYA ORTAMLARINDA BİR ETİK SORUN OLARAK YALAN-YANLIŞ BİLGİNİN YAYILIMI VE DİJİTAL MEDYA OKURYAZARLIĞININ ÖNEMİ	9
<i>İrem KOÇYİĞİT</i>	
1. Giriş	9
2. İnternette Gerçeğe Ulaşma Sorunsalı	9
3. Yalan-YanlıŞ İçeriklerin Hızla Üretilip Yayılması Sorunu	11
4. 21.Yy. Becerisi Olarak Dijital Medya Okuryazarlığı	15
5. Sonuç Yerine	18
Kaynakça	20
DİJİTAL DÖNEMİN PUSULASI OLARAK SOSYAL MEDYA OKURYAZARLIĞININ GEREKLİLİĞİ	23
<i>Yusuf ŞAHİN</i>	
1. Giriş	23
2. Okuryazarlık Kavramı ve Medya Okuryazarlığı	23
3. Sosyal Medya Kavramı ve Özellikleri	26
4. Dijital Okuryazarlığın Yeni Yüzü: Sosyal Medya Okuryazarlığı	27
5. Sonuç Yerine	30
Kaynakça	32
DİJİTAL OKURYAZARLIK KAVRAMINA YÖNELİK BİR ALANYAZIN DEĞERLENDİRMESİ	33
<i>Hakan AYZ</i>	
1. Giriş	33
2. Alanyazın	33
2.1. Dijital Okuryazarlık Kavramı	34
2.2. Dijital Okuryazarlığın Alt Disiplinleri	35
2.3. Dijital Okuryazarlıkla İlgili Temel Çalışmalar	35
3. Amaç ve Yöntem	37
4. Bulgular	37
4.1. Çalışmaların Yılı, Niteliği	37
4.2. Üniversite, Enstitü, Anabilim Dalı	38
4.3. Konu, Kuram ve Teknik	40
4.4. Öne Çıkan Kavramlar ve Sonuç İfadeleri	41
4.5. Sonuç İfadeleri	43
5. Sonuç	43
Kaynakça	45

DİJİTAL BANKACILIK KULLANIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER 51*Ahmet TAŞDEMİR & Erkan ALSU*

1. Giriş	51
2. Literatür Taraması	52
3. Araştırmanın Yöntemi	55
4. Bulgular	55
4.1. Demografik Özellikler	55
4.2. Normallik Testi	57
4.3. Keşfedici Faktör Analizi	57
4.4. Güvenirlilik Analizi	60
4.5. Regresyon Analizi	60
5. Sonuç	62
Kaynakça	65

DİJİTAL VATANDAŞLIK 67*Abdülhakim Bahadır DARI & Şakir GÜLER*

1. Giriş	67
2. Ağ Toplumu ve Dijital Vatandaşlık	69
3. Dijital Vatandaşlığın Boyutları	73
3.1. Dijital Erişim	74
3.2. Dijital Ticaret	78
3.3. Dijital İletişim ve İş birliği	79
3.4. Dijital Okuryazarlık	80
3.5. Dijital Etik	81
3.6. Dijital Hukuk	81
3.7. Dijital Hak ve Sorumluluklar	82
3.8. Dijital Sağlık ve Refah	83
3.9. Dijital Güvenlik ve Gizlilik	83
4. Teknoloji Çağında Dijital Vatandaşlığın Önemi	84
5. Dijital Vatandaşlık Uygulamaları	86
5.1. Çevrimiçi Alışveriş	86
5.2. Online Eğitim Platformlar	87
5.3. E-Hizmetler	88
6. Sonuç Yerine	89
Kaynakça	92

DİJİTALLEŞME ÇERÇEVESİNDE SAĞLIK OKURYAZARLIĞI KAZANIMLARI VE STRATEJİLERİ 97*Simge ÜNLÜ & Lütfiye YAŞAR*

1. Giriş	97
2. Sağlık Okuryazarlığıyla İlgili Terimler ve Sağlık Okuryazarlığı Düzeyleri	98
3. Sağlıkın Teşviki ve Geliştirilmesi İçin Sağlık Okuryazarlığı Kılavuzu Nasıl Olmalıdır?	100
4. Sağlık Okuryazarlığını Kazandırmada Sosyal Belirleyiciler	101
5. E-Sağlık Becerileri ve Sağlık Okuryazarlığını Geliştirme Yaklaşımları	102
6. Sonuç ve Değerlendirme	105
Kaynakça	106

YAZARLAR HAKKINDA 109

ÖNSÖZ

Tarihin birçok döneminde olduğu gibi içinde yaşadığımız 21. yüzyılda da başarılı olabilmek için birtakım becerilere sahip olunması gerekmektedir. Bilişim teknolojilerinin artan önemi ve sosyal yaşam alanlarının dijital dünyaya entegre olması dijital okuryazarlık becerilerini içinde yaşadığımız yüzyıl için vazgeçilmez bir gereklilik haline getirmiştir. İş adamları, politikacılar, eğitimciler ve daha birçok grup bu düşüncüyü desteklemekte ve dünyanın dört bir yanında bu yönde çeşitli adımlar atılmaktadır. Bu doğrultuda 21. yüzyılın gerekli kıldığı becerileri somut olarak ortaya koymak ve özellikle genç jenerasyonun bu becerilere adapte olması için eğitimciler, iş dünyası ve eğitimle ilgili diğer kurumlar bir araya gelerek P21 Koalisyonu'nu [Partnership for 21st Century Learning] kurmuşlardır.

Günümüzde değişimin sürekli olduğunu benimseyen ve bu doğrultuda sürekli öğrenmeyi teşvik eden bir anlayış söz konusudur. P21 Koalisyonu, 21. yüzyıl öğrenimi için model bir çerçeve sunmaktadır. İlgili çerçevede yer alan Bilgi, Medya & Teknoloji Becerileri dijital okuryazarlık kavramının ön plana çıkmasında etkin rol oynamaktadır. Yeni kuşakların 21. yüzyıla hazır olabilmeleri için dijital yeterliliklerin edinimi önem arz etmektedir. Bu kapsamda dünyanın herhangi bir bölgesindeki herhangi bir eğitim kurumu ya da devlet, bilgi ve beceri vizyonunu 21.yüzyıl çerçevesinde yer alan temeller üzerine inşa ettiğinde oradaki nesillerin günümüzün dijital ve küresel açıdan birbirine bağlı dünyasına karşı daha hazırlıklı mezun olacağı varsayılmaktadır. Bu amaç doğrultusunda sunulan kitap dijital okuryazarlık kavramına ve yirmi birinci yüzyılın gerekli kıldığı becerilere atıfta bulunarak; dijital vatandaşlık, sağlık okuryazarlığı, sosyal medya okuryazarlığı gibi temel alanlara eğilmektedir [1]. 21. yüzyıl becerileri kapsamında Bilgi, Medya & Teknoloji Becerileri kategorisinde yoğunlaşmaktadır.

1 Güler, (2021). E-iletişim: 21. Yüzyılda iletişimin dijital hatları. Ş. Güler (ed.), Dijital iletişim araştırmaları içinde (s.1-22). Nobel Bilimsel Eserler.

DİJİTAL MEDYA ORTAMLARINDA BİR ETİK SORUN OLARAK YALAN-YANLIŞ BİLGİNİN YAYILIMI VE DİJİTAL MEDYA OKURYAZARLIĞININ ÖNEMİ

İrem KOÇYİĞİT¹

1. Giriş

Dijital dönüşüm insan yaşamında pek çok değişikliğe, yeniliğe sebep olmaktadır. Bu durum gündelik yaşamda yapılabilen eylemlerin dijitalde de icra edilebilmesine olanak sağlamıştır. Eğlenme, bilgi edinme, sosyalleşme gibi pek çok gereksinim dijital platformlar aracılığıyla gerçekleştirilebilmektedir. Dijital ortamlarda gerçekleştirilebilen faaliyetler oldukça hızlı ve enformasyon akışı da bir o kadar yoğun olabilmektedir. Hızlı ve yoğun enformasyon akışının yaşandığı dijital platformlar olumlu ve olumsuz çıktıları da beraberinde getirmektedir. Bu çalışmada yalan-yanlış bilginin yayılımı hız faktöründen olumsuz etkilenen bir olgu olarak değerlendirilmektedir. Bilgi edinme amacı ile sosyal medya, bloglar vb. dijital platformların kullanıldığı düşünüldüğünde hızla üretilip yayılan ve herkes tarafından paylaşılabilen içeriklerin gerçekliği konusunda ciddi sorunlar ortaya çıkabilmektedir. Pek çok amaçla yalan-yanlış, sahte, eksik bilgilerin paylaşılması aynı zamanda dijital platformlarda etik bir ihlal/sorun olarak değerlendirilmektedir.

Çalışmada söz konusu literatürden hareketle yalan-yanlış bilgi kavramı ile ilgili betimleyici bir çerçeve sunmak amaçlanmaktadır. Öncelikle günümüz internet dünyasının yalan-yanlış bilginin yayılımında oynadığı rol kısaca ifade edilmeye çalışılmış, ardından etik bir problem olarak değerlendirilen yalan-yanlış bilginin hangi amaçlarla yapıldığı ve nelere yol açtığı/açabileceği açıklanmaya çalışılmıştır. Dijital medya okuryazarlığı ise ilgili sorunla başa çıkabilmek adına dijital medya kullanıcılarının sahip olması gereken önemli bir nitelik olarak değerlendirilmeye çalışılmıştır. Dolayısıyla çalışma Eken (2020, s. 42)'in deyimiyile "literatür taraması yöntemine dayalı betimleyici bir girişim" olarak düşünülebilir.

2. İnternette Gerçeğe Ulaşma Sorunsalı

İnternet dünyası değişim ve dönüşümlerin yaşandığı bir dünya olarak düşünülmektedir. Günümüzde istediğimiz tüm işlemleri tek tıkla yapabileme

¹ Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, iremkocyigit18@gmail.com, Orcid: 0000-0001-7049-1042

imkanına sahip olduğumuz söylenebilir. Ayrıca internet dünyasının, geldiğimiz noktada, bireyi bir şekilde içine çeken, zorunlu bir durum haline de geldiği ifade edilebilir. Manuel Castells yaşadığımız bu dönemi, internet dünyasını, şu sözlerle ifade etmektedir:

“Birisinin şöyle bir şey diyebileceğini hayal ediyorum: “Neden beni yalnız bırakmıyorsunuz?! İnternetinizi de, teknolojik medeniyetinizi de, ağ toplumunuzu da istemiyorum! Ben yalnızca hayatımı yaşamak istiyorum!” Eğer duruşunuz böyleyse size verecek kötü bir haberim var. Eğer ağlar sizin umurunuzda değilse bile siz ağların umurundasınız. Şimdi ve burada, bir toplum içinde yaşamak istediğiniz sürece ağ toplumu ile başa çıkmak zorundasınız. Çünkü biz internet galaksisinde yaşıyoruz (Castells, 2020, s. 366).”

Güngör (2020, s. 413) de bu dönemi internet ve sosyal medya ortamlarıyla sarmalanmış bir dünya olarak değerlendirmektedir. İnternet ve sosyal medya ortamları birey yaşantısını her yönüyle kuşatmış ve etkisi altına almıştır. Lorento (2020, s. 11) ise interneti uçsuz bucaksız bir denize benzetmektedir. Ona göre internetle ilgili gelişmelerin her ne kadar dibine inildiği düşünülse de sürekli daha derin olduğu anlaşılmaktadır. Bu uçsuz bucaksız ortamda herkes farklı ve kendine hizmet edecek bir amaçla interneti kullanabilmekte ve meselenin özüne bakıldığında neredeyse herkesin bilgiye ulaşım ya da bir iletişim için internet kullandığı düşünülmektedir.

Küresel ölçekte pek çok ağa bağlanabilme ve etkileşim hızının yüksek olması internet ortamlarının faydalı yönleri olarak değerlendirilebilir. Birçok kişiyle etkileşim içinde olabilme, anınlık gibi özelliklerin iletişim boyutlarını da değiştirdiği düşünülebilir. Öte yandan hızlı etkileşim ve erişim imkanının kolay bir hale gelmesi, birçok olumsuz durumu da beraberinde getirebilir. Olumsuz sonuçlar bireysel yaşamda yıkıcı sonuçlara yol açabileceğinden siber alandaki aktivitelere ve mesajlara oldukça dikkat edilmelidir. Demirkaya ve Akkoyunlu’ya (2021, s. 177) göre dijital ortamlarda bilgiye erişim hızındaki değişim; zaman, mekân ve emek kavramlarını da dönüştürmüştür. Bu durum olumlu ve olumsuz açıdan değerlendirilmektedir. Olumsuz yönlerinden biri olarak gerçeklik algısının yok olduğu düşünülmekte bununla beraber fazla enformasyon sorununun ortaya çıktığından bahsedilmektedir.

Dijital araçlar ve teknolojiler bireyleri bilgi bombardımanına maruz bırakarak bilgi kirliliğini oluşturmaktadır. İnternet dünyasının; kim tarafından, hangi amaçla paylaşıldığı bilinmeyen bilgi kırıntıları ile dolu olduğu söylenebilir. İnsanlar sıklıkla internet dünyasında bilinçsiz bir şekilde ne aradığını bilmeden saatlerce dolaşım sağlamaktadır. Artık bu durum yorucu bir hale gelip dijital ekranlardan uzaklaştıklarında akılda kalan işe yarar bilgi kırıntılarının olmadığını farkına varmaktadırlar. Ancak bu durum zamanla bir alışkanlık, rutin haline gelmektedir. Bunun sonucu olarak da insan beyni hantallaşmakta ve faydalı bilgilerin ya da gerekli, gerçek bilgilerin önemsizleştiği bir durum ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla

insanlar manipüle edilmeye, biçimlendirilmeye, yönlendirilmeye de o kadar açık hale gelmekte bir diğer deyişle kirliliğe dönüşmektedirler (Güngör, 2020, s. 413). Geçer ve Bağcı (2018, s. 414) ise dijital platformlar karşısında bağılılığımızın arttığını belirtmektedir. Ancak burada temel sorun olarak görülen şey geçirilen sürenin uzunluğundan ziyade insan algısının sınırlı olmasıdır. Yoğun içeriklerle karşılaşan zihin gerçekte sadece bazı içerikleri algılayabilmekte ve bazen bunlar arasında filtreleme yapamamaktadır. Bu durumda yalan-yanlış bilgilerin büyük bir hızla yayılması bir hayli kolaylaşabilmektedir. Pek çok içerik bilinçsizce, mahremiyet tanımadan üretilip, yönlendirilmeye açık bireyler tarafından doğru kabul edilebilir. Bu durum ise internet dünyasında etik problemlere yol açabilir.

Örneğin internet dünyası pek çok etik ihlalin gerçekleştiği bir alan haline dönüşmüştür. Dijital iletişim dünyasındaki etik ihaller genel olarak şu başlıklar altında toplanabilmektedir (akt. Ağca, 2018, s. 299):

- Sosyalleşme sitelerinin kaçak kullanılması,
- Mahremiyet ihlallerinin kolaylaştırılması,
- Nefret söylemlerinin ve ayrımcılığın yaygınlaşması,
- Görüntü içeriği ile oynanması (görüntü manipülasyonu),
- Haberde yanıltıcı başlık kullanılması,
- Reklam ve haber içeriğinin birbirine karıştırılması,
- Çalıntı içerik kullanılması,
- Olgunlaşmamış içeriğin kullanılması.

Yukarıda yer alan etik sorunlar birey yaşantısında oldukça önemli, olumsuz sonuçlara yol açabilir. Her biri detaylı bir çalışmayı gerektirmektedir. Bu araştırmanın amacına uygun olarak yalan-yanlış bilginin, kaynağı belirlenemeyen, olgunlaşmamış bilginin hızla yayılma sorununa odaklanılacaktır.

3. Yalan-Yanlış İçeriklerin Hızla Üretilip Yayılması Sorunu

Dijital iletişim araçlarının çeşitlenmesi bireylere farklı deneyimler sunmaktadır. Gelişen teknoloji ile beraber bireyler dijital ortamlarda enformasyonun üretilmesi, depolanması ve paylaşılmasında aktif bir rol oynamaktadır. Bir diğer deyişle enformasyon üretim sürecinin bir parçası haline gelmektedir (Taylan ve Ünal, 2017, s. 82). Günümüzde internet ve dijital medya ortamlarına erişimi olan neredeyse herkes, sosyal medya platformlarına ya da bireysel bloglara “günün haberi” olacak şeyler yükleyebilmektedir (Chayko, 2018, s. 117). Bireyin tüketici konumundan üretici konumuna geçtiği dijital iletişim çağında bazı sorunlar da beraberinde gelmektedir. Özellikle sosyal medya özelinde düşünüldüğünde kullanıcıların birer içerik üreticisi olabilmesi bu ortamlarda kontrolün zayıflamasına sebep olabilmekte ve büyük bir bilgi bombardımanına yol açmaktadır. Dolayısıyla bilginin doğruluğu ve güvenilirliği konusunda sorunlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Mezenformasyon,

dezenformasyon, manipülasyon bu ortamlarda önemli bir sorun haline gelmektedir (Meriç, 2020, s. 25; Güler, 2020).

Dijital ortamlardaki bu durum Akar ve Arslan (2021, s. 452) tarafından farklı bir bakış açısıyla değerlendirilmektedir. Araştırmacılar internet ve özellikle sosyal medya ortamlarının sosyalleşmeyi olumsuz etkilediğini ifade etmektedir. Çünkü bu ortamlardaki algoritmalar nasıl ki daha önce arama yapılan ya da ilgi duyulan ürün/hizmetlerin reklamlarını karşımıza çıkarıyorsa benzer düşüncelere sahip kullanıcıları da bir araya getirmekte ve kullanıcıların sadece kendi görüşlerine uygun olan kişilerle küçük bir dünya yaratmasına sebep olmaktadır. Dolayısıyla bu ortamların kullanıcıların kendi küçük dünyalarını yaratmasına sebep olması büyük bir tehlike olarak görülmektedir. Özellikle de sosyal medyada yoğun bir bilgi akışı/içerik üretimi olduğu düşünüldüğünde mezenformasyon ve dezenformasyona maruz kalındığı ve gerçeklikten uzaklaşıldığı düşünülmektedir.

Yalan haberin üretilmesi ve yayılması yeni bir durum olmamakla beraber çok eski zamanlara kadar dayanmaktadır. Bu durum iletişim kanallarının oluşumunun başladığı ilk günlerden bu zamana kadar pek çok farklı şekilde gerçekleşmiş ve gerçekleşmeye de devam etmektedir. 14.yy'da yaşamış bir düşünür olan İbn-i Haldun'un yalan haberin üretilmesi ve yayılması üzerine bir takım tespit ve önerilerinin olduğu bilinmektedir. Buna göre yalan haber üretilmesinin 6 sebebi bulunmaktadır. Özdemir (2021) bu hususları şu şekilde aktarmaktadır (s. 79-80):

- 1) **Taklit:** İbn-i Haldun üç farklı haberci grubundan bahsetmektedir. İlk küme şahit olduklarını kaydeden aktaranlardır. İkinci küme bu haberleri yalan-yanlış eklerle değiştirerek aktaran insanlardır. Üçüncü küme ise maruz kaldıkları duyuların aslını sorgulamadan ve irdelemeden yayan, taklitçilerdir.
- 2) **Tarafgirlik/Önyargı:** Bir fikre istinaden taraflığı yahut önyargısı olan haberciler mevcut görüşleriyle uygun haberleri anında doğru olarak nitelendirmektedirler. Uygun düşmeyen görüşleri ise göz ardı ederek reddederler.
- 3) **Haberin aktarıcısına olan aşırı güven:** Haber alıcısı, haberin kaynağına duyduğu aşırı güvenden dolayı haberi sorgulamadan doğru kabul eder ve üretir.
- 4) **Habere olan aşırı güven:** Alıcının haberin doğru olup olmadığını kontrol etmemesini ifade etmektedir.
- 5) **Haberdeki inceliği anlayamamak:** İbn-i Haldun'un üzerinde durduğu bir diğer konu; aktarıcı konumunda olan kişinin ulaştığı haberleri anlayıp yorumlayabilme ve haberdeki inceliği ortaya çıkarabilme yeteneğidir. Kişi, bilgi ve kapasitesi ile olayın ilk anda görüntüsü ve ilk algılanandan farklı boyutlarını görebilmelidir. Aynı zamanda da ona göre yorum yapabilmelidir.
- 6) **İnsani zaaf:** İbn-i Haldun haberlere yalan girme konusunda insanların bazı olumsuz özelliklerine dikkat çekmektedir. Mal, makam, para vb.

şeyleri elde etmek amacıyla ortaya konan tutum ve davranışlar bunlara örnek verilebilmektedir. Buna göre her toplumda dalkavuk insanlar bulunur. Bu tür insanlar yüksek rütbe sahipleriyle çeşitli yollarla dostluk kurmakta bunu yaparken de yüksek makam sahiplerinin kötü yönlerini dile getirmemektedirler. Onları överek sadece iyi yönlerini ön plana çıkarmakta bir nevi yalan haberci olmaktadır.

Genel itibariyle çevrimiçi ortamlarda çeşitli amaçlarla pek çok içerik üretilmekte, bilgi paylaşımı yapılmaktadır. İnsanlara yardım etmek, maddi bir kazanım elde etmek, siyasal çıkarlar ve belirli sosyal statüler elde etmek amacıyla insanların korku, endişelerinden beslenerek içerikler tasarlamak çevrimiçi ortamlarda oldukça yaygın bir hale gelmektedir (Büyükaşar, 2021, s. 74). Ancak çevrimiçi ortamlarda bir içeriğin doğru, gerçek ya da manipülasyon olup olmadığını anlamak oldukça zordur (Yazıcı, 2020, s. 120). Çeşitli amaçlarla yapılan içerik üretimleri farklı isimlendirmelerle anılmakta ve her bir kavram birbirinden farklılaşmaktadır. Paylaşımlarda genellikle niyetin önemli olduğunu belirten Büyükaşar (2021) dezenformasyon, mezenformasyon ve zarar verici bilgi (mal-information) kavramlarını paylaşım amacını/niyetini ele alarak açıklamaktadır.

Özellikle Covid-19 salgını ile adı sıklıkla anılan bir kavram olan mezenformasyon; kasıtlı olarak yanıltmak amacıyla oluşturulan içerikler değildir. Genellikle bir gruba ait olma isteği ya da başkalarına yardım etmek amacıyla oluşturulan (Büyükaşar, 2020, s. 76) bir diğer deyişle herhangi bir kışkırtma ya da kötü niyet gözetmeksizin oluşturulan içerikler (Berger, 2018, s. 7) olarak karşılık bulmaktadır. Dezenformasyon ise kasıtlı olarak yanlış bilgi üretimi olarak ifade edilmektedir. Bu durum bazen doğrudan yalan bilgi üretmek şeklinde olurken bazen de var olan bilgi üzerinde değişiklikler yaparak yani yalan ve gerçek arasında harmanlanmış bir içerik üreterek yapılmaktadır (Meriç, 2020, s. 26). Bir diğer önemli kavram ise zarar verici/kötü niyetli bilgidir (Mal-information). Zarar verici bilgi, isminden de anlaşılacağı üzere başkalarına zarar vermek amacıyla kötü niyetle yapılan içerik üretimleridir. Örnek olarak ise Rus ajanların Demokratik Ulusal Komite ve Hillary Clinton kampanyasından gelen e-postaları hacklemesi ve itibarı zedelemek için bazı ayrıntıları sızdırması gösterilmektedir (Wardle, 2020). Dolayısıyla dezenformasyon, mezenformasyon ve zarar verici bilgi, yalan-yanlış haber/içerik üretiminin üç ana kategorisini oluşturmaktadır (Büyükaşar, 2021, s. 77). Bahsedilen üç kategori ile ilişkili olarak 7 tür yalan-yanlış bilgi olduğundan bahsedilmektedir. Bunlar; hiciv veya parodi, yanlış bağlantı, yanıltıcı içerik, yanlış bağlam, içerik taklitçisi, manipüle edilmiş içerik, uydurulmuş içerik olarak belirtilmektedir (Wardle, 2020).

İlgili kavramların toplumsal ve bireysel boyutta birtakım sonuçları kaçınılmazdır. Bunların başında bireylerin fiziksel ve zihinsel sağlığına yönelik zararlar söz konusudur. Bununla birlikte hem bireysel hem de toplumsal olarak oldukça önemli bir tehdit unsuru olan kutuplaşma ve nefret söylemlerini güçlendirebilmektedir.

Aynı zamanda insan hakları ihlali riskini arttıran sonuçları da vardır (Dünya Sağlık Örgütü [WHO], 2020; Saç ve Ardıç Çobaner, 2021, s. 307).

Geçmişten günümüze gerek geleneksel medyada gerekse dijital ortamlarda çeşitli sebeplerle pek çok yalan-yanlış, sahte haberler yayınlanmıştır. Türkiye tarihinin en akılda kalıcı yalan haber örneklerinden biri olarak değerlendirilen sakallı bebek olayı bu haberler arasında yer almaktadır. Olay 1987 yılında Tan gazetesinin ilk sayfasında yer almıştır. İstanbul'da gerçekleşen olayda bebeğin doğar doğmaz sakallarının olduğu aynı zamanda konuşmaya başladığı iddia edilmiştir. Üstelik bebeğin çok yakında kıyametin kopacağını bilgisini söylediği, avucunda kıyamet tarihinin kanla yazılı olduğu belirtilmiştir. Haber hızla yayılmış ve 15-20 gün gündemde yer almıştır. Ardından bu haberi Tan gazetesi sahibinin ilgi çekmek amacıyla yaptırdığı ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla bu tarz yalan haberlerin satış arttırmak gibi finansal çıkarlar doğrultusunda ya da siyasi ve sosyolojik amaçlarla oluşturulabildiği ifade edilmektedir (Sarioğlu, 2020, s. 388).

Günümüzde ise dijital ortamlardaki gelişmeler sebebiyle yalan-yanlış, sahte haberler sosyal medya platformları üzerinden yayılabilmektedir. Özellikle kriz dönemlerinde, içinde bulunduğumuz sağlık krizini göz önüne aldığımızda, büyük bir bilgi bombardımanı gerçekleşmekte ve kullanıcılar da bu duruma katkı sağlayabilmektedir. Karakaş ve Doğru (2021) tarafından 4 Şubat 2021 ve 4 Mart 2021 tarihleri arasında dogrulukpayi.com ve teyit.org haber doğrulama siteleri üzerinden bir araştırma yapılmıştır. Doküman inceleme tekniğinin kullanıldığı çalışmada dijital medya ortamlarında Covid-19'a yönelik yer alan çoğu bilginin gerçeği yansıtmadığını ya da tamamen doğru olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu yanlış bilgilerin hızla yayılması, gündemi meşgul etmesi konusunda ise dijital medya ortamlarının beğenme ve yeniden paylaşma özelliklerinin etkili olduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte Covid-19 sürecine ilişkin pek çok çalışma bulunmakta (Aydın, 2020; Şirzad, 2020; Soğukdere ve Öztunç, 2020; Ünal ve Çiçeklioğlu, 2022; Narmanlı, 2022; Kuş, 2022) ve araştırma sonuçları incelendiğinde yoğun bir bilgi kirliliği olduğu, Covid-19'a dair gerek aşı konusunda gerekse korunma yollarına ilişkin yanlış, yalan, hatalı içeriklerin çok fazla üretildiği ve dolaşımda olduğu görülmektedir. Sağlık gibi insan hayatındaki önemli bir konuda yalan-yanlış, asılsız, hatalı bilgilerin yoğun olması endişe verici olabilmektedir.

Ülkemizde son dönemlerde gündemde yer alan, sosyal medya platformlarında karşılaşılan SMA hastalığı ile ilgili olarak da yalan-yanlış içeriklerin sıklıkla gündeme geldiği görülmektedir. Son olarak 08.02.2022 tarihinde yayınlanan ilana göre SGK'nın SMA hastalığı ile ilgili ilaçları karşılayacağına dair haberler gündeme gelmiştir. Ancak gündemde yer alan haberde ciddi yanlış anlaşılmanın olduğu tespit edilmiştir. Teyit.org tarafından da bilginin yanlış olduğu doğrulanmıştır. Resmî Gazete'ye göre yalnızca Spinraza ilaç tedavisinin kriterleri ortadan kalkmıştır (SMA Benimle Yürü Derneği, 2022). Ancak SMA hastalığında güçlü bir

tedavi olduğu ispatlanan gen tedavisiyle ilgili yeni bir gelişme yoktur (Teyit.org, 2022). Ailelerin sosyal medyada mücadelesini verdiklerini ve seslerini duyurmaya çalıştıkları gen tedavisi, Zolgensma, henüz Türkiye’de karşılanan bir tedavi değildir. Dolayısıyla bu durumla mücadele etmeye çalışan pek çok aile yalan-yanlış ya da eksik haberlerden olumsuz etkilenmektedir. Sosyal medyada yürütmeye çalıştıkları kampanyalar/yardımlar ilacın karşılanacağı haberiyle azalabilmektedir. İçeriğin sorunlu bir şekilde, detayları incelenmeden dijital medya ortamlarında paylaşımı etik bir problem olarak değerlendirilmekte ve içerik paylaşımlarının böyle bir durumu açığa çıkarmaması adına bazı etik ilkelere bahsedilmektedir.

Dijital iletişim çağında çevrimiçi ortamlardan edinilen bilgilerin bazı etik ilkelere sahip olması gerekmektedir. Bu ilkeler Mason (2017) tarafından; gizlilik, doğruluk, erişilebilirlik ve fikri mülkiyet olarak ifade edilmektedir. Gizlilik ilkesi bireyin mahremiyetini bir diğer deyişle özel bilgilerini içermektedir. Doğruluk ilkesi yanlış içerik üretimini önlemek, bilgi kirliliğinin önüne geçmek amacıyla yapılması gereken stratejileri kapsamaktadır. Erişilebilirlik ilkesi genel olarak çevrimiçi platformlara erişebilme hakkının tüm bireyler için eşit olmasını ifade etmektedir. Fikri mülkiyet ilkesi ise toplumda sıklıkla karşılaşılan en karmaşık sorunlardan biri olarak düşünülmektedir. Buna göre bilginin ortaya çıkmasını sağlayan ya da ortaya çıkmasına aracılık eden bireylerin haklarını korumak gerekmektedir (Mason, 2017, s. 41-48).

Çevrimiçi ortamlardan edinilen bilgilerin ilgili dört temel ilke dikkate alınarak üretilmesi ve değerlendirilmesi yalan-yanlış bilgi yayılımının önüne geçebilir. Bununla birlikte yalan-yanlış bilginin/içeriklerin önüne geçilebilmesi için etkin bir dijital medya okuryazarı olmak gerektiği de söylenebilir. Dijital iletişim çağında yaşadığımız ve yoğun bilgi akışının olduğu günümüzde doğru bilgiye ulaşmak eleştirel bir okumayla ve açık bir zihinle mümkün olabilir (Güler, 2021). Bu sebeple dijital medya okuryazarlığı bu dönemle başa çıkabilmek adına önemli bir kavram olarak değerlendirilebilir.

4. 21.Yy. Becerisi Olarak Dijital Medya Okuryazarlığı

Okuryazarlık kavramı bireyin çeşitli türlerde metinleri, eserleri, içerikleri okuyup anlamlandırmasını aynı zamanda bunları üretebilmesi için bilgi ve beceri kazanmasını içermektedir (Kellner ve Share, 2005, s. 369). Günümüzde ise okuryazarlık kavramının dijital iletişim araçlarıyla özdeşleşen bir kavram haline geldiği düşünülmektedir. Bir diğer deyişle iletişim araçlarındaki gelişmeler, çeşitlenmeler, yenilenmeler sonucunda okuryazarlık kavramının da güncellendiği söylenebilmektedir (Özcan, 2017, s. 57).

Geleneksel medya ortamlarında “medya okuryazarlığı” olarak ifade edilen kavram dijital ortamların ortaya çıkmasıyla beraber “dijital medya okuryazarlığı” olarak ifade edilmeye başlanmıştır. Bu kavram, pek çok araştırmacı tarafından eleştirel çözümlenme sürecine ve kişinin kendi basılı, görsel, işitsel vb. içeriklerini

oluşturmayı öğrenmesine yönelik kullanılmaktadır. (Hobbs, 2004, s. 122). Erişim, anlama, analiz, değerlendirme ve üretim ise dijital medya okuryazarlığının belli başlı becerileri arasında yer almaktadır (Karaduman, 2019, s. 686). Kullanıcılar dijital ortamlarda aktif bir içerik üreticisine de dönüşebildiği için bu ortamların belli başlı özelliklerini bilmesi (Özcan, 2017, s. 56) ve belli başlı becerileri edinmesi gerekmektedir.

Toparlamak gerekirse, geleneksel medya okuryazarlığının güncellenmiş bir formu olan dijital medya okuryazarlığı, dijital ortam kullanıcılarının karşısına çıkan görsel, işitsel, yazılı vb. içerikleri okuyup anlamlandırabilmesi, değerlendirebilmesi, analiz edebilmesi olarak düşünülebilir. Bir içeriği değerlendirebilmek için kullanıcıların belirli niteliklere sahip olması ve dijital ortamların özelliklerini, yapısını ya da bir diğer deyişle platformun doğasını iyi bilmesi gerektiği söylenebilir (Sağiroğlu vd., 2020).

Günümüzde dijital medya okuryazarlığı giderek daha önemli bir hale gelmeye başlamıştır. Çünkü gerçek ve sanal ortamlar iç içe geçmiş ve buna paralel olarak da pek çok soruna sebep olabilmektedir. Özellikle etik sorunlar ve bunların içerisinde yer alan sahte bilgi, yalan-yanlış içerik üretimi herkesin üretici olabildiği dijital platformlarda oldukça önemli bir durum olarak değerlendirilebilmektedir. Bu sebeple Geçer ve Bağcı (2018, s. 415) herkesin sınırsız bir şekilde içerik üretebildiği ortamlarda gerçekliğin kaybolduğundan, bireysel olanın toplumsal olanın yerine geçtiğinden, profesyonel üretimin kasten zarar verici olanla iç içe geçtiğini belirtmektedir. Dolayısıyla kullanıcılar içeriğin doğruluğu konusunda her zaman emin olamamaktadır. Bu hususta doğru ile yanlış arasındaki ayrımın iyi yapılabilmesi gerekmektedir. Ayrımın yapılabilmesi için ise şu durumlara dikkat edilmesi gerektiği belirtilmektedir (Özdemir, 2021, s. 80-81):

- 1) **Tahkik etmek (Soruşturmak/Araştırmak):** Medyadan gelen bütün haberler sorgulayıcı bir bakış açısıyla ele alınmalı ve belirli metotlar çerçevesinde eleştirilmelidir.
- 2) **Birden çok kaynaktan ve disiplinden sağlama yapmak:** Bir içerik/haber kullanıcı tarafından önemseniyorsa, konuya dair bir fikir geliştirmek için pek çok kaynak incelenmelidir. Safsata ve eksik/hatalı içeriklerden korunmak için bu pratik gereklidir.
- 3) **Belgelere önem vermek:** Bazı haberler/içerikler abartılı ve dedikodu mahsulü olabilmektedir. Bunun sebebi, çoğunlukla abartılı şeylere nefsin ve insanların düşkünlüğüdür. Bir haberi doğru kabul etmeden veya yayılmasına vesile olmadan önce, konuya dair gerçek belgelerin olup olmadığı araştırılmalıdır.
- 4) **Mukayese etmek:** İçeriğin/Haberin doğruluğunu anlamamanın yollarından biri de mukayese metodudur. Diğer metotların yanında bu usulle de haberleri/içerikleri irdelemek gerekmektedir.

- 5) **Derin görüşlü olmak:** İçerikleri/haberleri, idrak ve derin görüşlülüğün hakemliğiyle incelemek gerekmektedir. Bu da okuma yönü, kabiliyeti, gücü ile mümkün olabilmektedir.
- 6) **Tenkrit etmek (Eleştirmek):** Yalan haberleri/içerikleri ortaya çıkarmak için bir başka ölçü de tenkrit metodudur. İnsanın kendine ulaşan haberleri/içerikleri herhangi bir değerlendirmeye tabi tutmadan kabul etmesi ve aktarması, uydurma haberlerin yayılma sebeplerinden birisi olarak görülmektedir.

Gerçek ve yalan içerik/haber arasındaki ayrımın yapılabilmesi adına yukarıda önerilen uygulamalardan yola çıkarak; dijital ortamlarda gerçek/doğru bilgiye ulaşmak için kullanıcıların araştırmacı bir kimliğe bürünmesi gerektiği düşünülebilir.

Dijital medya okuryazarlığının önemine vurgu yapan bir diğer sorun ise bu ortamlarda yoğun bilgi bombardımanına maruz kalınmasıdır. Dijital ortamların sunduğu olanaklar içerik üretiminin yaygınlaşmasına sebep olmaktadır. Bunun bir sonucu olarak da dezenformasyon, enformasyon obezitesi gibi sorunlar ortaya çıkmaktadır (Özcan, 2017, s. 61). Bununla birlikte mezenformasyon kavramı da yoğun bilgi bombardımanı sonucu ortaya çıkan bir olgu olarak değerlendirilmektedir. Yanıltıcı, yalan-yanlış ya da eksik/hatalı bilgileri bireylere kasıtlı olarak ulaştırmak isteyen kişi veya kurumlar bulunmaktadır. Dolayısıyla bilgi kirliliği oluşturan bu davranışların bireyler üzerinde çeşitli etkileri olabilmektedir. Bu sebeple dijital ortamlarda sorgulayıcı, araştırmacı ve eleştirel düşünebilme davranışları bir kez daha dijital medya okuryazarlığının önemini ortaya koymaktadır (Mercimek vd., 2015, s. 70). Bununla birlikte kasıtlı olarak zarar verme amacı olmayan içerikler olarak karşılık bulan mezenformasyon içinde benzer durumların geçerli olduğu düşünülebilir. Neticede kasıtlı ya da kasıtsız, yalan-yanlış, olgunlaşmamış içeriğin dijital platformlarda paylaşımı bilgi kirliliği ve etik problem olarak değerlendirilmektedir.

Yankı fanusları olgusu ise dijital ortamlarda, özellikle sosyal medya ortamlarında, dijital medya okuryazarlığının önemi için önemli bir diğer konudur. Dijital ortamlardaki algoritma kullanıcıların internet ortamlarındaki eylemleri neticesinde eğilimleri, beğenileri, ilgi alanlarını analiz edebilmektedir. Bir diğer deyişle, sosyal medya örneği göz önüne alındığında, kullanıcıların beğenileri, retweetleri, takip ettiği kişiler, ürettiği içerikler, arama yaptığı kavram/durum ya da kişiler algoritmalar tarafından eğilimin öğrenilmesine sebep olmaktadır. Dolayısıyla kullanıcı ilgi alanı, eğilimi doğrultusunda içeriklerle karşılaşmakta ve kendi düşüncelerinin doğru olduğuna güçlü bir şekilde inanmaya başlamaktadır. Bunun bir sonucu olarak yanlış olan, toplumsal değerlerle çatışan, doğruluğu kesin olarak bilinmeyen pek çok içerik kullanıcı tarafından anlamlı ve doğru bir hale gelmeye başlamakta, karşıt görüşte olanlara karşı ötekileştirme, kutuplaşma ya da zarar verme durumları ortaya çıkabilmektedir (Geçer ve Bağcı, 2018, s. 415). Bu noktada kullanıcıların eleştirel bir düşünme yetisine sahip olması gerektiği söylenebilir. Aynı zamanda

iletişim teknolojilerindeki bu gelişimlerin bizleri yönlendirebildiğinin de bilincinde olunması gerektiği ve dijital medya ortamlarının doğasını, gelişmeleri bilmek gerektiği düşünülebilir. Dolayısıyla teknolojiyi kullanan (tercih eden) bireyler olarak gerektiğinde bu ortamların kullanımını sınırlandırabilecek bilinçte olmamız gerektiği (Özsevinç ve Yengin, 2021, s. 39), bununla birlikte bu ortamlardan gelen bilgiyi de filtrelemek ve akıl süzgecinden geçirerek eleştirel bir okuma yapılması gerektiği ifade edilebilir.

Eleştirel düşünme ve dijital medya okuryazarlığı kavramının sıklıkla bir arada kullanıldığı görülmektedir. Eleştirel düşünme ve buna paralel olarak dijital ortamlarda eleştirel bir okuma yapabilme etkin/nitelikli bir dijital medya okuryazarının sahip olması gereken en önemli becerilerden biri olarak düşünülebilir. Kellner ve Share (2005, s. 372)'e göre eleştirel medya okuryazarlığı, medyadan gelen mesajları analiz etme becerilerini geliştirme, toplumda baskın değerleri ve ideolojileri eleştirebilme, medya tarafından üretilen içerikleri yorumlayabilme yetkinliğini içermektedir. Eleştirel düşünme ve medya okuryazarlığı arasında öneme vurgu yapan ve eleştirel düşünen bireylerin özelliklerini ele alan çalışmalardan hareketle, Kurt ve Kürüm (2010, s. 28) eleştirel düşünen bireylerin doğrulara ulaşmak için bilgiye erişim sağladığı kaynakları mantıksal bir çerçevede inceleyen, değerlendiren ve bunların sonucunda bir yargıya ulaşmaya çalışan bireyler olduğunu belirtmektedir.

Genel olarak dijital okuryazarlığa sahip bir kullanıcı; eriştiği bilginin doğruluğundan şüphe duymakta ve doğru bilgiye ulaşmak için farklı kaynaklardan araştırma yapmaktadır. Sosyal medyadaki varlığına ve hesaplarında paylaştığı içeriklerde dikkatli davranmaktadır. İnternet ortamında karşılaştığı bir bilgiye, içeriğe dair farklı arama motorlarından ulaştığı bilginin kaynağını detaylı bir şekilde aramaktadır. Aynı zamanda bu ortamlarda karşılaştığı ücretsiz bilginin sorunlu bir kaynaktan gelebilecek olduğunun da bilincindedir. Özetle çevrimiçi ortamlarda karşılaştığı bilginin doğruluğundan şüphe duyan ve bunu araştıran bireyler dijital okuryazar olarak ifade edilebilmektedir (Lorento, 2020, s.11-15).

5. Sonuç Yerine

Medya araçlarının taşınabilirliği, akıllı telefonlar aracılığıyla zaman ve mekân fark etmeksizin ağa bağlanma durumu ve kolay erişilebilirlik, dijital medya araçlarını yaşamımızın merkezine taşımaktadır (Karaduman, 2019, s. 683). Bununla birlikte dijital platformlarda metinsel, görsel, işitsel içerikler oluşturabilmek için çeşitli uygulamalar geliştirilmiştir. Yönetim kademesinden eğitim kurumlarına varıncaya dek bu dijital yenilikler günlük yaşamın vazgeçilmez unsurları haline gelmiştir (Daban, Şatırcı ve Özkul, 2021). Bugün elimizin altında olan neredeyse herkesin kolaylıkla erişim sağlayabildiği ücretsiz uygulamalar ile bireyler çok kolay bir şekilde, görsel açıdan, manipülatif eylemler yapabilmektedirler. Kimi zaman güzelleşmek, kimi zaman komik olmasını sağlamak ya da nostalji yaratmak amacıyla gerçekliği çarpıtan içerikler paylaşabilmektedirler (Yazıcı, 2020, s. 119).

Aynı zamanda toplumda kargaşa yaratmak, ekonomik ve bireysel çıkarlar, haberi ilk paylaşan olabilmek, daha fazla tıklanma almak ve ön plana çıkabilmek vb. pek çok amaçlarla da yalan-yanlış, eksik, hatalı bilgiler paylaşılabilir. Bununla birlikte özellikle pandemi sürecinde ortaya çıkan görsel, işitsel, metinsel içerik oluşumları yoğun karmaşa ve bilgi kirliliği yaratabilmektedir. Herhangi bir kriz döneminde, sağlık, ekonomi, siyasi fark etmeksizin, içeriklerin belirli bir amaçla, yalan-yanlış, hatalı/eksik bir şekilde dijital ortamlarda sunumu büyük sorunlara yol açabilir.

Sorgulamadan alınan medya mesajları karşısında birey dönüşü olmayan bir sirkülasyona girebilmektedir (Özsevinç ve Yengin, 2021, s. 42). Dijital ortamlardaki varlığımızın artması ile birlikte bu ortamlarda üretilen bilgilerde de epey artış yaşandığı dolayısıyla mesajlar arasından doğru ve yanlış olanı bir diğer deyişle hakikati bilmenin zorlaştığı söylenebilir. Bu durumda medyadan gelen mesajlara bir karşı duruş olarak ortaya çıkan okuryazarlık kavramı kullanıcıları medyaya karşı proaktif bir konuma getirmektedir (Özcan, 2017, s. 63). Buna karşın dijital ortamlarda, özellikle sosyal medya özelinde düşünüldüğünde, gerçeklik önemini gittikçe yitirdiği ve kamuoyunun yanlış yönlendirildiğine dair endişeler de artmaktadır (Kavaklı, 2019, s. 398). Bu noktada internet doğrulama platformlarına yönelik çalışmalar ön plana çıkmaktadır. Teyit.org, doğrulukpayi.com gibi platformlar dikkat çekmektedir. Kavaklı (2019) tarafından doğruluk platformları üzerine yapılan araştırmada sosyal medyada yalan-yanlış içeriklerin üretildiği konusundaki farkındalığın yüksek olduğu ancak haber doğrulama platformları ile ilgili bilginin sınırlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte sosyal medya ortamlarında doğrulama platformlarının yayınladıkları içeriklerin de yalan, sahte haberlere göre daha az dolaşıma girdiği görülmüştür. Çalışmada kullanıcıların farkındalık bilinç düzeylerinin artırılması üzerine durulmuş, eğitim sürecinin en başından itibaren dijital medya okuryazarlığı eğitimin verilmesinin ilgili sorunun çözümüne yönelik bir katkı sağlayabileceği belirtilmiştir. Benzer şekilde Çömlekçi (2019) de doğrulama/teyit platformlarının günümüzdeki önemine dikkat çekmekte, haber doğrulama platformlarının sayılarının ve popülerliğinin artması gerektiğini belirtmektedir. Aynı zamanda kullanıcıların dijital platformları ve araçları etkin bir şekilde kullanabilmeleri için dijital medya okuryazarlığının önemine vurgu yapmaktadır.

Çalışmalarda da sıklıkla belirtildiği üzere yalan-yanlış, sahte haberler yaşadığımız çağın önemli bir sorunu olarak görülmektedir. Buna göre dijital platformlarda karşılaştığımız içerikleri anlayabilme, yorumlayabilme, analiz edebilme, eleştirel bir düşünmeyle değerlendirebilme olarak ifade edilebilecek dijital medya okuryazarlığı, bu çağın insanının sahip olması gereken bir nitelik olarak değerlendirilebilir (Battelleforkids, 2021).

Kaynakça

- Ağca, H. (2018) Dijital Kültür ve İletişim Etiği, (Editörler: Veysel Çakmak ve Selahattin Çavuş), *Dijital Kültür ve İletişim* içinde (ss.285-305), Konya: Literatürk Academia.
- Akar, G. A., & Arslan, N. (2021). Post-Truth Dönem Öncesinde Toplumsal Bir İletişim Aracı Olarak Hatıra. *Akademik Dil ve Edebiyat Dergisi*, 5(1), 450-467.
- Aydın, A. F. (2020). Post-truth Dönemde Sosyal Medyada Dezenformasyon: Covid-19 (yeni koronavirüs) Pandemi Süreci. *Asya Studies*, 4(12): 76-90.
- Berger, G. (2018), Foreword, (Editors), Cherilyn Ireton and Julie Posetti. Journalism, 'Fake News' & Disinformation, Paris: Unesco, p. 7-13,
- Büyükaşar, M. (2021). Sağlık Mezenformasyonu: Çevrimiçi Kanallardan Yayılan Yanlış Bilgi Salgını. *Öneri Dergisi*, 17(57): 73-101.
- Castells, M. (2020). İnternet Galaksisi: İnternet, İş Dünyası ve Toplum Üzerine Düşünceler, (Edt: Tuğba Asrak Hasdemir), Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Chayko, M. (2018). *Süper Bağ(lantı)lı: İnternet Dijital Medya & Tekno-sosyal Hayat*, (Edt: Deniz Yengin), İstanbul: DR Yayınları.
- Çömlekçi, M. F. (2019). Sosyal medyada dezenformasyon ve haber doğrulama platformlarının pratikleri. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(3), 1549-1563.
- Daban, O., Şatırcı, H. & Özkul A.S. (2021). "Yönetim ve Hizmetlerin Dijitalleşmesi: Yükseköğretim ve Üniversiteler". İçinde *YÖNETİM (Dijital Çağın Yeni Normal Pratikleri)*, editör Erdal Eke, 1. bs, 696. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Eken, M. (2020). Temel Boyutlarıyla Mahremiyet ve Güncel Dijital Mahremiyet Problemleri, (Editörler: Hakan Aydın & Fikret Yazıcı), *Yeni Medya Çağında Popüler Dijital Sorunlar* içinde (ss.41-64). İstanbul: Nobel.
- Geçer, E., & Bağcı, H. (2018). Medya Okuryazarlığı Eğitimi Ve İletişim Öğrencileri: Sakarya Üniversitesi Örneği. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(3), 407-434.
- Güngör, N. (2020). İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Güler, (2021). *E-iletişim: 21. Yüzyılda iletişimin dijital hatları*. İçinde Ş. Güler (ed.), *Dijital iletişim araştırmaları* (s.1-22). Nobel Bilimsel Eserler.
- Güler, Ş. (2020). Dezenformasyon ve tahribat: Dijital kuşakların kriz iletişiminde bilgiye erişimi ve bilgiyi yayma pratikleri. S. Kılıç (Ed.), İçinde *İletişim çalışmalarında dijital yerliler* (s. 51-104). Nobel Bilimsel Eserler.
- Hobbs, R., & (Çeviren) Bağlı, M. T. (2004). Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 37(1), 122-141.
- Karaduman, S. (2019). Yeni medya okuryazarlığı: Yeni yapı/olanaklar/riskler. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1): 683-700.
- Karakaş, O., & Doğru, Y. B. (2021). Covid-19 Aşılarına Yönelik Üretilen Yeni Medya İçeriklerinin Post-Gerçek Kavramı Bağlamında Analizi. *Asya Studies-Academic Social Studies / Akademik Sosyal Araştırmalar*, 5(16): 163-182.
- Kellner, D., & Share, J. (2005). Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: Studies in the kültürel politics of education*, 26(3): 369-386.
- Kurt, A., & Kürüm, D. (2010). Medya Okuryazarlığı Ve Eleştirel Düşünme Arasındaki İlişki: Kavramsal Bir Bakış. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(2): 20-34.
- Lorento, Z. & Lorent Research Lab. (2020). *Güvenli İnternet: Cihaz, İletişim ve Alışveriş Güvenliği Hakkında Bilmeniz Gerekenler*. (Editör: Burhan Yüksektaş). İstanbul: Epsilon.
- Mason, R. O. (2017). Four ethical issues of the information age. In *Computer ethics* (pp. 41-48). Routledge.

- Mercimek, B., Yaman, N. D., Kelek, A., & Odabaşı, H. F. (2016). Dijital Dünyanın Yeni Gerçeği: Troller. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1): 67-77.
- Meriç, E. (2020). Sosyal Medyada Gıda ve Beslenme Okuryazarlığı ve Yanlış Bilgi Sorunu (Yüksek Lisans Tezi). Kadir Has Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, İstanbul.
- Narmanlı, D. (2020). Aşı Kararsızlığı Bağlamında Aşı Tartışmaları: Twitter’da Kovid-19 Örneği. *TRT Akademi*, 7(14): 28-57.
- Özcan, A. (2017). Dijital Medya Okuryazarlığı: Sorunlar, Uygulamalar ve Beklentiler. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 8(28): 55-66.
- Özsevinç, N., & Yengin, D. Dijital Dünyada Medya Okuryazarlığı Olgusu: Gelişim Evi Spor Kulübü. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 5(1): 35-48.
- Sağiroğlu vd., (2020). Dijital Okuryazarlık ve Ötesi (Editörler: Şeref Sağiroğlu, H. İbrahim Bülbül, Ahmet Kılıç, Mustafa Küçükali) *Dijital Okuryazarlık: Araçlar, Metodolojiler, Uygulamalar ve Öneriler* içinde (ss. 2-45). Ankara: Nobel.
- Sarioğlu, E. B. (2020). Yalan Haber, “Post-Truth” Kavramı ve Medya Üçlemesi: Geçmişten Günümüze Gündem Belirleyen Örnekler. *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 9(1): 377-397.
- Soğukdere, Ş., & Öztunç, M. (2020). Sosyal medyada koronavirüs dezenformasyonu. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (5), 59-85.
- Şirzad, N. (2020). Kovid-19 Sürecinde Aşı Kararsızlığı: Aşı Karşıtı Tweetlere İlişkin Bir Analiz. *TRT Akademi*, 7(14): 58-81.
- Ünal, R., & Çiçeklioğlu, A. Ş. Fake News Pandemic: Fake News And False Information About Covid-19 and An Analysis on FactChecking from Turkey in Sample Teyit. org. *Erciyes İletişim Dergisi*, 9(1): 117-143.
- Ünal, R., & Taylan, A. (2017). Sağlık İletişiminde Yalan Haber-Yanlış Enformasyon Sorunu Ve Doğrulama Platformları. *Atatürk İletişim Dergisi*, (14): 81-100.
- Yazıcı, F. (2020). Dijital Çağda Bilginin doğruluğu ve Sahte Haber, (Editörler: Hakan Aydın ve Fikret Yazıcı, *Yeni Medya Çağında Popüler Dijital Sorunlar* içinde (ss.103-128). İstanbul: Nobel.
- İnternet kaynakları:
- Battelleforkids, 2021. Erişim Adresi: <https://www.battelleforkids.org/networks/p21> Erişim Tarihi: 15.02.2022.
- Claire Wardle, 2020, Understanding information disorder, Erişim Adresi: <https://firstdraftnews.org/long-form-article/understanding-information-disorder/> Erişim Tarihi: 08.02.2022
- Dünya Sağlık Örgütü (WHO), 2020. COVID-19 bilgi salgınına yönetmek: Sağlıklı davranışları teşvik etmek ve yanlış bilgi ve dezenformasyondan kaynaklanan zararı azaltmak, Erişim Adresi: <https://www.who.int/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>. Erişim Tarihi: 09.02.2022
- SMA Benimle Yürü Derneği, SMA ilacının kriterlerinde yapılan değişikliğe dair duyuru, Erişim Adresi: <https://smabenimleyuru.org.tr/flas-haber-sut-teblig-guncellendi-sma-ilacinin-kriterleri-kalkti/> Erişim Tarihi: 11.02.2022
- SMA hastalığında devlet tarafından karşılanan ilaçla ilgili olarak yapılan değişikliğe dair Resmî Gazete ’de yayınlanan bilgiler. Erişim Adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/02/20220208M1-1.pdf> Erişim Tarihi: 11.02.2022.
- Teyit.org, SGK’nın SMA hastalarının ilaç giderlerini karşılayacağına dair iddialar Erişim Adresi: <https://teyit.org/analiz-sgknin-sma-hastalarinin-tum-ilac-giderlerini-karsilamasina-karar-verildigi-iddiasi> Erişim Tarihi: 11.02.2022

DIJİTAL DÖNEMİN PUSULASI OLARAK SOSYAL MEDYA OKURYAZARLIĞININ GEREKLİLİĞİ

Yusuf ŞAHİN¹

1. Giriş

Günümüzde toplumlar ve bireyler yoğun bir şekilde medya mesajlarına maruz kalmakta ve bu mesajlar toplumda ve bireylerin hayatında büyük değişimlere sebep olmaktadır. Bundan dolayı medya tarafından verilen mesajın alıcılar tarafından doğru bir şekilde okunması ve yorumlanması önemlidir. Bunu yapabilmenin yolu içinde bulunulan mecrayı tanımaktan ve o mecra hakkında bilgi sahibi olmaktan geçmektedir. 21.yüzyılda yoğun bir şekilde kullanılan internet ve sosyal medya platformları da topluma ve bireyin hayatına yön vermektedir. İnternet ve sosyal medyanın yol açtığı dijital dünyanın iyi okunabilmesi, medya mesajlarının anlaşılması için de genelde medya okuryazarlığına özelde ise sosyal medya okuryazarlığına ihtiyaç duyulmaktadır. Medya okuryazarlığı bireye medyadan alınan mesajı doğru okuyabilme, zararlı mesajlardan korunabilme ve medyayı doğru kullanabilme kabiliyeti verir.

Yeni medya ya da sosyal medya olarak adlandırılan mecralar, kullanıcıların hem üretici hem de tüketici olarak yer aldığı mecralardır. Bundan dolayı aynı anda binlerce bilgi ve mesajın yer aldığı bu platformlarda doğru bilgiye erişmek, sosyal medyanın zararlarından korunmak, kontrolü kaybetmemek için sosyal medya okuryazarlığı elzemdir (Kınık & Tanrıverdi Yılmaz, 2018, s. 118-142). Bu amaçla okuduğunuz bölümde okuryazarlık ve medya okuryazarlığı konusundan yola çıkılarak sosyal medya okuryazarlığının önemi üzerinde durulacaktır. Buna ek olarak günümüzde toplum tarafından yoğun bir şekilde kullanılan sosyal platformlarda yetkin birer dijital okuryazar olabilmek için ihtiyaç duyulan temel beceriler üzerinde durulacaktır.

2. Okuryazarlık Kavramı ve Medya Okuryazarlığı

Okuryazarlık genel olarak; klasik yazılı alfabenin ortaya çıkışıyla başlayan matbaa, kitap gazete, telefon, film, radyo, televizyondan dijital medyaya uzanan

¹ Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 100/2000 İletişim Çalışmaları Doktora Programı, sahin Yusuf89@gmail.com, Orcid : 0000-0002-3903-3366

geniş bir alanı kapsamaktadır. Bir kitabın medya aracı olabileceği gibi radyo, televizyon ve sosyal mecralar da birer medya aracı olabilmektedir (Lee, Chen, Li, & Lin, 2015, s. 84-93). Okuryazarlık kavramı; herhangi bir dilde bulunan yazılı metinleri okuyabilme ve anlayabilme yeteneği olarak tanımlanır. Yani çeşitli simgeler aracılığıyla aktarılan mesajları anlamlandırabilme ve aktarabilme (okuryazar olma) durumudur. Bu tanım geleneksel okuryazarlığın tanımıdır ve okuryazarlık kavramı zaman içerisinde gelişen teknolojiler ile birlikte farklı bir şekilde tanımlanır hale gelmiştir. Yazıları okuyabilme becerisine görselleri okuyabilme, hareketli görüntüleri okuyabilme becerileri eklenerek okuryazarlık kavramı gelişen teknolojilerle paralel olarak değişmiş ve günümüze kadar değişim devam etmiştir. Gelişen teknolojiler ile beraber günümüzde çeşitli okuryazarlık türleri ortaya çıkmıştır. Medya okuryazarlığı, sosyal medya okuryazarlığı bunlardan bazılarını temsil etmektedir. Sosyal medya okuryazarlığına geçmeden önce medya okuryazarlığının ne olduğuna ve medya okuryazarlığının neleri kapsadığına değinmek konunun net olarak aktarılması için elzemdir.

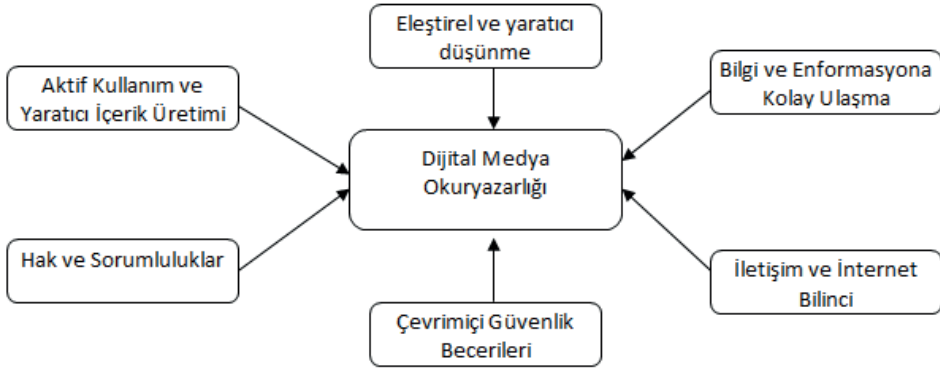
Toplumda yaşayan bütün bireylerin hayatını kuşatan kitle iletişim araçları günümüzde çeşitlenerek artmaya devam etmektedir. Geleneksel kitle iletişim araçlarından olan radyo, televizyon, gazete ve dergi gibi kitle iletişim araçlarına günümüzde sosyal medya ya da bir diğer ismi ile yeni medya eklenmiştir. Medya alanının bu kadar genişlemesi ve medyaya maruz kalan bireylerin artması sonucunda medya okuryazarlığı kavramı ortaya çıkmıştır. Medya okuryazarlığı kavramı genel bir tanım olarak “radyo, televizyon, sinema ve kitap gibi büyük çeşitlilik içeren formlardaki mesajlara ulaşma, bu mesajları çözümleme yeteneği ve iletme becerileri olarak tanımlanır (İnal, 2009, s. 39-41). Bir başka tanıma göre medya okuryazarlığı, medya tarafından yeniden kurgulanan içerikleri ayırt edebilmek, içerikler hakkında yorumlar yapabilmek, medyayı takip etme konusunda belirli bir altyapı ve bilgiye sahip olmak gibi becerileri tanımlayan bir kavramdır (Öncel Taşkıran, 2007, s. 6). Avrupa Bilgi Topluluğu’nun tanımına göre; medya okuryazarlığı, tüm medyaya kolaylıkla iletişim sağlama ve medya tarafından sunulan ses, görüntü ve yazı formlarını çözümleme ve değerlendirme yeteneğidir (Messaris, 1998, s. 70-80). Bir başka tanıma göre ise medya okuryazarlığı, kitle iletişim araçlarının özelliklerini tanıma, etkisi hakkında eleştirel bir anlayışa sahip olma yeteneğidir (Gilster, 1997). Medya okuryazarlığı ile ilgili bu tanımlamalar bir bütün olarak irdelendiğinde kavramın temel yapıtaşısı sorgulama ve eleştirel düşünce becerilerini geliştirme üzerine kuruludur.

Yapılan tanımlamalara dayanarak medya okuryazarlığının temel amacının, toplumda yaşayan bireylere medyayı anlayacak bilinci aşılama ve eleştirel bir bakış açısı kazandırma olduğu görülmektedir. Gündelik yaşantımızı kuşatan geleneksel ve yeni medya formlarını doğru şekilde anlamak için bireylerin bazı özellikler taşıması gerekmektedir. Medya okuryazarı olarak kabul edilen bir bireyin taşıması gereken özellikler şu şekilde açıklanabilir (akt. Algan, 2005; Bağlı, 2004):

- Medyayı bilinçli bir şekilde kendi yararları için kullanır.
- Tek bir kaynağa bağlı kalmadan alternatif bilgi kaynaklarını araştırır ve farklı bilgi kaynaklarından elde ettiği bilgilerin doğruluğunu/yanlışlığını araştırır.
- Medyanın toplumun değerleri ve inançları üzerinde etkisi olduğunu farkındadır.
- Medyanın fikirleri, bilgileri ve inançları bir başkasının ağzından aktardığını bilir ve bu şekilde değerlendirme yapar.
- Medya mesajlarının yaratım süreçlerinin farkında olur.
- Medya mesajları üretilirken ekonomik, siyasal, tarihi ve estetik kaygıların güdüldüğünün farkındadır.
- Medya ve medya mesajlarının belirli amaçları yerine getirmek için kendine has bir dili olduğunu bilir.
- Medyadan aldığı mesajlar karşısında eleştirel bir tutum sergileyebilir. Medya vasıtasıyla elde ettiği bilgileri başka kaynaklardan kontrol eder.
- Bilgiye ulaşırken ve medyayı takip ederken yasal ve etik kurallarına bağlı bir şekilde hareket eder.

Medya okuryazarlığının öncelikle iki temel noktası vardır. Bunlardan birincisi medyadaki temel bilgilere erişim sağlamak için *temel teknoloji bilgisine* sahip olmak iken ikincisi ise kitle iletişim araçları tarafından sunulan bilgiyi sadece anlamak değil aynı zamanda bu bilgiyi değerlendirmektir. Bu amaç doğrultusunda dünyanın birçok yerinde medya okuryazarlığı dersleri okutulmaktadır. Bu derslerde öncelikli olarak medya mesajlarını anlama ve yorumlama temel amaç olarak ele alınmaktadır. Medya okuryazarlığının diğer amaçları; “medya mesajlarının doğru bir şekilde algılanması, medyadan alınan mesajlara eleştirel bir bakış ile bakılması, medyadan alınan enformasyonun doğru bir şekilde değerlendirilmesi ve gerektiği şekilde kullanılması, medyanın sunmuş olduğu gerçeklik ve kurgusallık ayrımının yapılabilmesi, bireylerin medya mesajlarını işlemekten geçirme sürecinde gerekli bilgi ve beceriye sahip olması, medyanın sunduğu dünyanın gerçek olmadığını farkına varılması, medyanın yönlendirme ve etki altına alma fonksiyonlarının bilincinde bireylerin yetişmesi, mesajı gönderenin kendi düşüncelerini topluma ya da bireylere empoze edebilme gücünün farkına varılması, bireylerin hem formal hem de informal olarak medya okuryazarlığı eğitimini alması, medyanın yapısının ve temel olarak işleyişinin toplumdaki bireyler tarafından anlaşılması ve medya tarafından yayınlanan film, yazı, haber gibi içeriklerin vermiş olduğu mesajlara karşı duyarlı bireyler yetiştirilmesi” şeklinde sıralanabilir (medyaoy, 2022). Medya okuryazarlığı merkezine göre medya okuryazarlığın amacı; duygusal etkiler oluşturmak için özel efektlerin kullanıldığının bilincinde olmak, alternatif bilgi kaynaklarını aramak, medyayı kendi yararı için kullanmak, edilgenlikten aktif konuma geçmek ve yeni öğrenme şekli olan dijital okuryazarlığa hazırlamaktır (Pekman, 2011, s. 37-45).

Medya okuryazarlığının temel amaçlarına ek olarak kitle iletişim araçlarının çocuklar ve gençler üzerinde olumsuz etkilerini ortadan kaldırmayı kendisine amaç edinmektedir. Medya okuryazarlığının nihai amacı çocukları ve gençleri zararlı etkilerden korumak değildir fakat bu amaç ile beraber gittikçe belirgin bir şekilde medya tarafından kuşatılan toplumun yaşam alanlarını korumaktır (Alver, 2006, s. 10 - 27).



Şekil 1: Dijital Medya Okuryazarlığı Becerileri

3. Sosyal Medya Kavramı ve Özellikleri

Dünya çapında milyonlarca insanın tercih ederek kullandığı sosyal medya platformları, bireylerin yaşamlarında büyük yer edinmiş ve sosyal medya kullanımı bireylerin hayatlarında elzem bir konuma yerleşmiştir. Bir başka deyişle, sosyal medya kullanmak herkes tarafından kabul edilen bir davranış şekline dönüşmüş durumdadır (Kemp, 2017).

Sosyal medya en açık ve net tanımı ile Web 2.0 teknolojisi sayesinde ortaya çıkan, etkileşimli ve karşılıklı iletişim imkanı veren iletişim ortamlarıdır. Bu iletişim ortamında sosyal medya platformlarında yer alan bireyler tarafından içerikler üretilir ve aynı kişiler tarafından tüketilir (Gülsoy, 2009, s. 220-250). Bu ortamlar yapısı gereği bir sosyalleşme mekanlarıdır. Fakat sanal alemde gerçekleşen sosyalleşmeler fiziksel hayatta gerçekleşen sosyalleşmelerden farklı konumdadır. İnternet ve sosyal medya platformları üzerinden gerçekleşen sosyalleşmelere *sanal sosyalleşme* adı verilmektedir. Zaman-mekan kısıtlaması ortadan kalkmış durumdadır. Sosyal medya, sosyal ağ, sanal cemaatler olarak adlandırılan platformlara yönelik net bir tanımlama üzerinde uzlaşmak mümkün değildir, fakat literatürde en çok atıf yapılan tanımlama bize bu konuda yol gösterecektir. Boyd ve Ellison (2007, s. 210-230)'a göre sosyal medya, “kullanıcıların tamamen veya kısmen açık birer profil oluşturup, ilişkide oldukları insanlar listesi hazırladıkları, sergiledikleri, paylaştıkları ve diğer kullanıcıların profil ve ilişkilerini gözlemleyebildikleri sanal ortamlar” olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere sosyal medya

platformları kullanıcıların istekleri doğrultusunda, kullanım amaçları doğrultusunda şekillenmektedir. Bir anlamda sosyal medya, Web 2.0 teknolojisi üzerine kurulu, karşılıklı etkileşime ve paylaşımına izin veren bir yapıdadır ve irili ufaklı sosyal paylaşım sitelerini içerisinde barındıran şemsiye bir kavramdır.

Sosyal medya platformlarının geleneksel iletişim platformlarından ayrılan birçok yönü bulunmaktadır. Bunlar katılım, açıklık, topluluk kurma, karşılıklı konuşma, medyada içerik oluşturma ve topluluk gibi özelliklerdir.

- **Katılım:** Sosyal medya platformları kullanıcıları teşvike eder ve izleyici, dinleyici, medya arasındaki mesafeleri ortadan kaldırır.
- **Açıklık:** Sosyal medya platformları bütün kullanıcıların katılımına ve geri dönüşüm özelliğine sahiptir. Bu sayede kullanıcılar yorum yapabilir, oy verebilir ve bilgi paylaşımı yapabilirler.
- **Topluluk:** Sosyal medya platformları kullanıcıların topluluk oluşturmalarına izin verirler. Ortak hedefler çerçevesinde bir araya gelen gruplar bu ağlar üzerinden topluluklar oluşturabilir ve etkileşim halinde olabilirler.
- **Karşılıklı Konuşma:** Sosyal medya platformlarını diğer iletişim kanallarından ayıran en büyük özelliği karşılıklı iletişime imkân veriyor olmasıdır. Geleneksel kitle iletişim araçlarının tek yönlü iletişimi sosyal medya ile beraber çift yönlü iletişime evrilmiştir.
- **Medyaya İçerik Oluşturma:** Sosyal medya platformlarında bütün kullanıcılar içerik oluşturabilir ve bu içeriği paylaşabilir.

4. Dijital Okuryazarlığın Yeni Yüzü: Sosyal Medya Okuryazarlığı

Yaşamımızı dört bir yandan saran dijital teknolojiler ve yeni medya sistemleri sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasi olarak bütün yaşam alanlarını etkisi altına almış durumdadır. Bütün alanlarda büyük değişimi beraberinde getiren internet ve sosyal medya platformlarının toplum için hem olumlu hem de olumsuz yönleri bulunmaktadır (Güler, Şahin ve Balcı, 2022). Bazı araştırmacılar sosyal medyanın kullanım amacına göre faydalı ve yarar sağlayan mecralar olduğunu ileri sürerken, bazı araştırmacılar da sosyal medya mecralarının yoğun kullanımı sonucu bağımlılık, tembellik, yorgunluk, uykusuzluk ve yüz yüze iletişimin kısıtlanması gibi zararlar vereceğini düşünmektedir. Dünyada ve Türkiye’de kullanım oranları yüksek seviyelerde olan dijital teknolojiler ve sosyal medya kullanım oranlarına bakıldığında zaman genelde dijital okuryazarlığın özelde ise sosyal medya okuryazarlığının gerekli olduğu araştırmacılar tarafından dile getirilen önemli bir husus haline gelmiştir. Sosyal medyada günlük enformasyon akışının hızı, sosyal medyayı toplumun bütün yaş gruplarının kullanması, yalan haberin ve bilginin yayılım hızı, sosyal medya ortamlarının topluma ve bireye verdiği zararlar gibi gerçekler bize sosyal medya okuryazarlığının önemini bir kez daha göstermektedir.

Sosyal medya okuryazarlığı; eleştirel bir bakış açısıyla sosyal medyada yayınlanan içerikleri sorgulama, sosyal medyanın taşıdığı risklerin farkında olma, sosyal medyanın ortaya çıkardığı risklerden korunma yollarını bilme olarak tanımlanmaktadır. Buradan anlaşılacağı üzere sosyal medya mecralarını kullanmak, sosyal medya uygulamalarını kullanabiliyor olmak sosyal medya okuryazarlığı anlamına gelmemektedir. Bu noktada önemli olan kavram bilinçli davranmaktır. Sosyal medya mecralarında bilinçli bir şekilde bilgiyi tüketen ve aktif bir şekilde doğru, tarafsız bilgiyi, haberi ya da iletiyi sanal cemaatler ile paylaşan ve bunları yaparken eleştirel düşünme becerilerini kullanan kişilere sosyal medya okuryazarı denilebilmektedir (İnce, 2019, s. 125-145). Bu becerilere ek olarak sosyal medya okuryazarlığının temel bazı yeterlilikleri bulunmaktadır. Bu yeterlilikler şöyle sıralanabilir:

- **Erişim:** Uygun medya ve teknoloji araçlarını bulabilmek, kullanabilmek ve uygun becerileri edinmek
- **Analiz ve Değerlendirme:** Medya ve sosyal medyadan alınan mesajların kalitesini değerlendirirken mesajın kalitesini, doğruluğunu, güvenilirliğini ve bakış açısını analiz etme becerisine sahip olmak. Bu beceriye sahip olmanın ön koşulu ise eleştirel düşünebilmektir.
- **Üretim:** Sosyal medyada içerik üretirken içeriğin amacını, hedef kitlesini ve kompozisyon kurallarının farkında olarak kendini ifade etme becerisi kazanmak. Bir başka deyişle yaratıcı ve özgüvenli bir şekilde kendisini ifade etmek
- **Yansıtma:** Sosyal medyada yer alan etik değerleri dikkate alarak kendi kimliğine ve yaşam deneyimine bunları yansıtma
- **Eylem:** Var olan bilgiyi paylaşarak içinde yaşanılan toplumsal çevreye fayda sağlamak ve topluluklara üye olarak topluluğun ilerlemesine katkıda bulunmak (Hobbs, 2010)

Sosyal medya okuryazarlığının günümüzde önemli hale gelmesinin sebepleri vardır. Bunlardan bir tanesi sosyal medya mecralarında yalan haberlerin sıklıkla dolaşıma sokulmasıdır. Hedef kitleyi kasıtlı bir şekilde yanıltmayı amaç edinen yanlış bilgi dezenformasyon olarak adlandırılmaktadır. Dezenformasyon, yani yalan haber teriminde dikkat edilmesi gereken temel nokta haberin ve bilginin kasıtlı olarak çarpıtılmasıdır. Bu tür bilgilerde amaç istenilen duygu ve düşünceyi hedef kitleye vererek onu istenilen düşünceye yaklaştırmaktır (Şahin, 2014). Dezenformasyon özellikle savaş, doğal afet, seçim dönemleri ve halkı yakından ilgilendiren konularda artış göstermektedir. Dezenformasyona karşı devletler, sivil toplum örgütleri ve teknoloji kuruluşları önlemler almaktadır fakat bireysel olarak yalan haber ve bilgi ile mücadele etmek için eleştirel medya okuryazarlığı bilgisi gerekmektedir (Güler, 2020). Sosyal medyada meydana gelen dezenformasyonu önlemeye yönelik hareket eden kuruluşlardan bir tanesi de teyit.org adresidir.

Teyit.org internet üzerinde yayınlanan şüpheli bilgileri inceleyen bir doğrulama platformudur. Bu platformda incelenen bilgiler farklı kaynaklardan taranarak doğruluğu ve yanlışlığı test edilerek kamuoyu aydınlatılıyor. Türkiye’de teyit.org ve doğrulukpayı.com gibi daha çok sosyal medya mecralarında ortaya çıkan haberleri ve bilgileri doğrulamak için çalışan kurumlar dünyada da mevcuttur (teyit.org, 2022; Doğruluk Payı, 2022). Buradan anlaşılmalıdır ki sosyal medya üzerinde dolaşıma sokulan bilgilerin doğrulanmaya ihtiyacı bulunmaktadır. Kamu ve sivil toplum kuruluşlarının yanı sıra bireysel olarak sosyal medya okuryazarı olmak bu noktada büyük önem taşımaktadır.

Sosyal medya okuryazarlığının gerekli olmasının bir diğer sebebi ise sosyal medya mecralarında karşılaşılan etik problemlerdir. Sosyal medyada yaygın bir şekilde etik sorun olarak karşılaşılan sorunlar; özel yaşamın gizliliği, görsel-işitsel malzeme kullanımı, e-posta adreslerinin kullanıcının izni olmadan paylaşılması, sosyal medyanın etiketleme özelliğinin izin alınmadan kullanılmasıdır. Bu etik problemler hem profesyonel içerik üreticileri tarafından hem de tüketiciler tarafından yapılmaktadır (Binark & Bayraktutan, 2013, s. 50-60). Sosyal medyada sıklıkla yapılan diğer etik sorun ise içeriğin asıl kaynağının gösterilmemesidir. Sosyal medya mecralarında hızlı bir bilgi akışı meydana geldiği için saniyeler içerisinde binlerce enformasyon dolaşıma sokulmaktadır. Dolaşıma sokulan enformasyonun bir kaynağı bulunmaktadır. Hem internet haberciliği hem de sosyal medya mecralarında yayın yapan içerik üreticileri kopyala-yapıştır anlayışıyla ve maddi olarak kazanç elde etmek amacıyla bu yola başvurabilmektedirler. Bu sorunlara ek olarak bir diğer sorun ise kişisel verilerin saklanamamasıdır. Sosyal medya mecralarında genellikle ticari amaçlar sebebiyle kişisel veriler güvenli bir şekilde saklanamamaktadır. Sosyal medya üzerinde kullanıcıların paylaştığı isim-soy isim, yaşanan yer, yaş, cinsiyet gibi bilgiler sosyal medya platformlarınca depolanabilir. Ayrıca sosyal medyada gezinirken ziyaret ettiğimiz her sayfada bırakılan ayak izi de kişisel verilerimizin güvende olmadığını göstermektedir. Sosyal medya mecralarında yer alan etik sorunlar karşısında en büyük görev kullanıcılara düşmektedir. Sosyal medya kullanıcıları paylaşılan her bilginin saklı kaldığını bilerek bu mecralarda hareket etmeli ve paylaşım sayısını sınırlandırmalıdır. Ayrıca sosyal medya platformları üzerinden kişisel bilgileri paylaşmamak etik sorunların önüne geçmek için gereklidir. Her ne kadar devlet kurumu ve sivil toplum örgütleri tarafından etik sorunları önlemek için önlemler alınsa da en büyük çaba sosyal medya kullanıcılarına aittir (Öztürk, 2015, s. 287-311).

Sosyal medyada yer alan etik problemlerden ve sosyal medya okuryazarlığını gerektiren konulardan bir tanesi de sosyal medya mecralarında bulunan sanal/gerçek olmayan sahte kimliklerdir. Sosyal medya mecralarında profil oluştururken kullanıcıların isimlerini, yaşadıkları yeri, cinsiyetlerini ve yaşını söyleme zorunluluğu bulunmamaktadır. Bu mecralarda kullanıcılar istedikleri kimliklere

bürünebilmekte, gerçekte olduğundan farklı kimlikler ile kendisini sosyal medya mecralarında temsil edebilmektedir. Diğer insanlar tarafından beğenilmek ve gerçek hayatta kendisinde kusurlu gördüğü yönleri düzeltmek için bireyler sahte kimliklere başvurabilmektedirler. Fakat sahte kimlikler ile sosyal medyada bulunmak özellikle genç bireylerin kendilerini iyi hissetmelerine yardımcı olmamaktadır (Güler, Şahin, & Balcı, 2022, s. 361-380). Bir diğer deyişle, sosyal medya mecralarında sahte kimlikler ile bulunmak genç bireylerin iyi oluşlarını olumsuz yönde etkilemektedir.

Sosyal medya okuryazarlığı olabilmek için uyulması gereken bazı kurallar vardır. Bir tavsiye niteliğinde olan bu kurallara uyulması kullanıcıların sosyal medya okuryazar seviyelerini arttıracak olan tavsiyelerdir. Bu tavsiyeler şunlardır: (Tutgun Ünal, 2022).

Tablo 2: İyi Bir Sosyal Medya Okuryazarı Olmak İçin Yapılması Gerekenler

Gün içerisinde sosyal medya kullanım oranını azaltmak birincil ve en önemli adımdır.
Sosyal medyada sosyal mesafe kuralına uymak
Olumsuz içerikler yerine olumlu içerikleri tercih etmek
Sosyal ağlarda paylaşım yaparken seçici olmak
Sosyal medyayı bilinçli kullanmak
Sosyal medyadan edinilen haberleri teyit etmeden paylaşmamak
Sosyal medya platformlarında kendi kişisel becerilerimizi yansıtarak kamuoyu için faydalı içerikler üretmek
Sosyal medya kullanırken kişisel verilere ve etik değerlere dikkat etmek
Toplumun büyük çoğunluğu ilgilendiren doğal afet, savaş ve sağlık krizleri durumlarında doğrulduğundan emin olmadan paylaşım yapmamak

5. Sonuç Yerine

Günümüzde internet tabanlı sosyal medya mecraları yoğun bir şekilde kullanılmaktadır ve bu mecralar toplumda yaşayan bireylerin bilgi kaynağı haline gelmiştir. Bu nedenle medyadan alınan bilgilerin doğru değerlendirilmesi, eleştirel süzgeçten geçirilmesi ve zararlı içeriklerden korunabilmesi için okuryazarlık becerisi gerekmektedir. İnternet öncesi dönemde kitap okuryazarı olmanın önemli olduğu gibi günümüz dijital dünyasında da teknoloji okuryazarı olmak artık gerekli bir nitelik olarak karşımıza çıkmaktadır. Gelişen teknoloji ile birlikte ortaya çıkan internet beraberinde internet okuryazarlığını, sosyal medya ise sosyal medya okuryazarlığını getirmektedir. Bütün okuryazarlık becerilerinde olduğu gibi sosyal medya okuryazarlığında da önemli olan şey alınan bilginin test edilmesi, eleştirel süzgeçten geçirilmesi ve ona uygun tepkinin geliştirilmesidir.

Sosyal medya kullanım oranlarının hızlı bir şekilde yoğunlaştığı son 10 yıl ise sosyal medya okuryazarlığı becerilerini önemli hale getirmektedir. Sosyal medya mecralarında bulunan riskler ve zararlı içeriklerden korunmanın yolu sosyal medya okuryazarı olmaktan geçmektedir. Çünkü sosyal medya mecraları toplumda bütün kesimleri etkilemekte ve yaşamlarında büyük değişimlerin öncüsü olmaktadır

(Törenli, 2005, s. 100). Özellikle çocukların ve gençlerin yoğun bir şekilde kullandığı sosyal medya mecralarında ortaya çıkan riskleri azaltmak, bilinçli sosyal medya kullanan bireyler yetiştirmek için sosyal medya okuryazarlığı dersinin okullarda müfredata girmesi önemli bir gelişme olarak göze çarpmaktadır. Bunun yanı sıra toplumun bütün kesimlerini ilgilendiren bu konuda yeterli sayıda eğitimin bulunmadığı aşıkardır. Bilinçli toplumun bilinçli medya tüketicisinden geçtiği gerçeği göz önüne alınarak toplumun bütün kesimlerini kapsayan sosyal medya okuryazarlığı eğitim programları başlatmak bu konuda faydalı olacak ikinci öneridir.

Medyanın toplumda “**dördüncü kuvvet**” olarak anılması medyanın kitlelere ulaşma gücünden gelmektedir. Sosyal medyanın da büyük kitlelere ulaştığı gerçeği göz önüne alınınca sosyal medya okuryazarlığının önemi elzemdir. Sosyal medya içeriklerinin oluşum süreci, dağıtım süreci ve kitleleri harekete geçirme gücünün olması bu mecraları önemli kılmaktadır. Medya kuruluşları, sivil toplum örgütleri ya da yapısı belirli olmayan bazı topluluklar sosyal medya üzerinden kamu yararını gözeten yayın yaptıklarını iddia etmelerine rağmen bu kuruluşların yayınlarında ticari bir amaç olabilir. Medya mesajlarını tüketime endeksli hale getirdiği için topluma ve bireylere düşen birincil görev medya mesajlarının temel amaçlarını anlamak ve ona göre kendisini konumlandırmaktır (Durak & Seferoğlu, 2016, s. 526-535).

Bu anlatılardan hareketle sosyal medya okuryazarlığını dijital okuryazarlığın bir uzamı olarak görmek mümkündür. 21. yüzyılın doğasına uygun olarak bireyler bilgi, iletişim teknolojilerini belirli bir ehliyet ve yeterlilik doğrultusunda kullanmalıdır. Sosyal medya dijital iletişimin yoğun bir trafiğe sahip olduğu kilit bir kavşaktır. Dolayısıyla öncelikli olarak sosyal medya okuryazarlığı hakkında bir bilinç geliştirmek ve bunu toplumun geneline yaymak 21. yüzyılın önemli bir toplumsal misyonu haline gelmiştir.

Kaynakça

- Alver, F. (2006). Medya Yetkinliğinin Kuramsal Temelleri. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 10 - 27.
- Binark, M., & Bayraktutan, G. (2013). *Aydın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Boyd, d., & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 210-230.
- Doğruluk Payı. (2022, Şubat). <https://www.dogrulukpayi.com/> adresinden alındı
- Durak, H., & Seferoğlu, S. (2016). Türkiye’de Sosyal Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Ağ Kullanım Örtüntülerinin İncelenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 526-535.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. New York: Wiley Computer Pub.
- Güler, Ş., Şahin, Y., & Balcı, E. (2022). Sosyal Medyada Çevrimiçi Benlik Sunumunun Öznel İyi Oluş Üzerine Etkisi: Instagram Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 361-380.
- Güler, Ş. (2020). Dezenformasyon ve tahribat: Dijital kuşakların kriz iletişiminde bilgiye erişimi ve bilgiyi yayma pratikleri. S. Kılıç (Ed.), *İletişim çalışmalarında dijital yerliler içinde* (s. 51-104). Nobel Bilimsel Eserler.
- Gülsoy, T. (2009). Etkileşimli Medya ve Pazarlama Terimler Sözlüğü. L. Baruh, & M. Yüksel içinde, *Değişen İletişim Ortamında Etkileşimli Pazarlama* (s. 220-250). İstanbul: Doğan Kitap.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy : A Plan of Action*. Washington D.C 20036: The Aspen Institute.
- İnal, K. (2009). *Medya Okuryazarlığı El Kitabı*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- İnce, M. (2019). Yeni Medya Okuryazarlığının Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*(90), 125-145.
- Kemp, S. (2017). *Digital in 2017 : Global overview*. We Are Social. Şubat 23, 2022 tarihinde www.wearesocial.com adresinden alındı
- Kınık, A., & Tanrıverdi Yılmaz, B. (2018). Türkiye’de Sosyal Medya Okuryazarlığı’nın Gerekliliği Üzerine Bir Araştırma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 118-142.
- Lee, L., Chen, D.-T., Li, J.-Y., & Lin, T.-B. (2015). Understanding new media literacy: The development of a measuring instrument. *Computers & Education*, 84-93.
- Medyaoy. (2022). *medya okuryazarlığı*. <http://medyaoy.blogspot.com/>.
- Messaris, P. (1998). Visual Aspects of Media Literacy. *Journal of Communication*, 70-80.
- Öncel Taşkıran, N. (2007). *Medya Okuryazarlığına Giriş*. İstanbul: Beta Basım Yayınevi Dağıtım A.Ş.
- Öztürk, Ş. (2015). Sosyal Medyada Etik Sorunlar. *Selçuk İletişim Dergisi*, 287-311.
- Pekman, C. (2011). Avrupa Birliğinde Medya Okuryazarlığı. N. Türkoğlu, & M. Cinman Şimşek içinde, *Medya Okuryazarlığı* (s. 37-45). İstanbul: Perşömen Yayıncılık.
- Şahin, A. (2014). *Eleştirel Medya Okuryazarlığı*. Ankara: Anı Yayınları.
- Teyit.org. (2022, Şubat 24). <https://teyit.org/> adresinden alındı
- Törenli, N. (2005). *Bilişim Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimleniş: Yeni Teknoloji-leri Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Tutgun Ünal, A. (2022, Şubat 25). *Sosyal medya okuryazarlığı için 10 tavsiye*. <https://npistanbul.com/koronavirus/sosyal-medya-okuryazarligi-icin-10-tavsiye> adresinden alındı

DİJİTAL OKURYAZARLIK KAVRAMINA YÖNELİK BİR ALANYAZIN DEĞERLENDİRMESİ

Hakan AYZAZ¹

1. Giriş

Genel anlamda teknoloji ve teknoloji kullanımına yönelik öğretim ve öğrenme süreci olarak tanımlanan dijital okuryazarlık, dijital yurttaşlık boyutlarının da en önde gelenlerindedir. Bununla birlikte teknolojinin en önemli unsurlarından biri de onu en uygun şekilde kullanılabilme için işleyişini en iyi şekilde anlamaktır. Hemen hemen herkes bu durumun önemli olduğunu kabul etse de bu durum çoğu zaman göz ardı edilmektedir (Ribble, 2011, s. 26). Dijital okuryazarlıkla birlikte internetin uygun bir şekilde kullanılması, doğru bilgiye erişme çabası ve doğruluğundan şüphe duymadığımız bilgilerin internet üzerinden paylaşımı gibi konular gün geçtikçe önemli hale gelmektedir. Diğer taraftan bu konular göz ardı edildiğinde sağlıklı bir bilgi etkileşiminin yapılamamasından; internette içerik, temas ve ticari risklerin oluşumuna kadar varabilecek sorunların ortaya çıkma ihtimali oldukça fazlalaşmaktadır (Çubukçu ve Bayzan, 2013, s. 156).

Bu çalışmada 2000’li yıllardan sonra alanyazında daha çok tartışılır hale gelen “dijital okuryazarlık” kavramının hangi kavramlarla beraber çalışıldığı, hangi kuramlar ışığında değerlendirildiği, çalışmaların konuları, amaçlarının neler olduğu gibi sorular üzerinden bir alanyazın taraması gerçekleştirilmiştir. 2004-2021 yılları arasında yayınlanan 34’ü tez, 27’si uluslararası makale, 14’ü proje/rapor, 7’si kitap bölümü, 2’si bildiri, 1’i el kitabı olmak üzere toplam 100 çalışma nicel ve betimsel içerik analizi yöntemleriyle incelenmiştir. Bu alanyazın taraması yapılırken hem nicel hem de nitel tekniklerden yararlanılarak dijital okuryazarlık kavramının alanyazındaki konumunun daha da anlaşılır olması sağlanmış olacaktır.

2. Alanyazın

Bu başlık altında “dijital okuryazarlık kavramı”, “dijital okuryazarlığın bileşenleri” ve “dijital okuryazarlıkla ilgili temel çalışmalara değinilmiştir.

¹ Araş.Gör.Dr. Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, hayaz@gantep.edu.tr, Orcid: 0000-0001-5083-1150

2.1. Dijital Okuryazarlık Kavramı

“Dijital” kelimesi İngilizce 1 ve 10 arasındaki sayıların her biri anlamındaki “digital” kelimesinden türemiştir. Latince’den İngilizce’ye 15. yy. sonlarında geçen dijital kavramı, köken olarak “digit (us) = parmak (lar)” anlamına gelmektedir (Bayrakçı, 2020, s. 10). Türkçe’de bu kavram verilerin bir ekran üzerinde elektronik olarak gösterilmesini ifade etmektedir¹

Dijital okuryazarlık kavramı ilk olarak Gilster (1997) tarafından kullanılmıştır. Gilster (1997, s. 15) bu kavramı farklı elektronik kaynaklar aracılığıyla gelen iletileri anlama, kullanma becerisi şeklinde ifade etmiştir. Dijital okuryazarlık bireylerin bilişsel, duyuşsal, sosyal ve psikomotor becerileriyle ilişkilidir (Eshet-Alkalai (2004, s. 93). Dijital kaynaklara erişim, yönetim, birleştirme, değerlendirme, sentezleme ve analiz etme becerileri dijital okuryazarlığın temelini oluşturmaktadır (Martin, 2006). Dijital okuryazarlık (digital literacy) ve dijital yetkinlik (digital competence) kavramları alanyazında birbirinin yerine sıkça kullanılan kavramlardır (Bayrakçı, 2020, s. 10).

Corbel ve Gruba (2004), dijital okuryazarlığın iki temel bileşen içerdiğini gözlemlenmektedir: İlki temel bilgisayar işlemlerini kontrol etme, ikincisi ise bireyin bilgisayarları problem çözme ve eleştirel düşünme için kullanması şeklinde ifade edilebilir. Gürcan (2013), dijital okuryazarlığı; anlama, bilgisayarlar yoluyla sunulan geniş ölçekteki çoklu ortamdaki enformasyonu kullanabilme yetisi şeklinde tanımlamaktadır.

Eshet-Alkalai (2004, s. 93) beş farklı okuryazarlık türünü şu şekilde ifade etmektedir: Foto-görsel okuryazarlık (photo-visual literacy), sosyo-duygusal okuryazarlık (socio-emotional literacy), dallanma okuryazarlığı (branching literacy), bilgi okuryazarlığı (information literacy) ve üretim okuryazarlığı (reproduction literacy). Aynı zamanda Ng (2012) tarafından da dijital okuryazarlığa ilişkin bir model ortaya konmuştur. Bu modelde dijital okuryazarlık kavramı teknik, bilişsel ve sosyo-duygusal boyutların alt ve kesişim kümeleri olarak görülmektedir. Söz konusu dijital okuryazarlık modelinde bilişsel kavramının içinde “bilgi okuryazarlığı, eleştirel okuryazarlık, çoklu okuryazarlıklar (foto-görsel, işitsel, uzamsal ve sözel okuryazarlıklar) bulunmaktadır. Teknik kavramının içinde operasyonel okuryazarlık ve eleştirel okuryazarlık bulunmaktadır. Sosyo-duygusal kavramının içinde sosyo-duygusal okuryazarlık ve eleştirel okuryazarlık bulunmaktadır. Üretim okuryazarlığı ve dallanma okuryazarlığı bilişsel ve teknik okuryazarlığın kesişim noktasında yer almaktadır. Bilişsel ve sosyo-duygusal kavramlarının çevrim içi etik okuryazarlığı ve siber güvenlik okuryazarlığı vardır. Teknik ve sosyo-duygusal kavramlarının kesişiminde sosyal ağ işlevselliği okuryazarlığı bulunmaktadır (Ng, 2012, s. 1067). Dijital okuryazar bireyin teknik anlamda yeterli olması gerekmektedir (Arslan, 2019).

¹ <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim tarihi: 17.02.2020).

2.2. Dijital Okuryazarlığın Alt Disiplinleri

Dijital okuryazarlık kavramı pek çok farklı kavramla anılmaktadır: Bilgisayar okuryazarlığı, elektronik okuryazarlığı, internet okuryazarlığı, ağ okuryazarlığı, teknoloji okuryazarlığı, görsel okuryazarlık ve medya okuryazarlığı bu kavramlar arasındadır (Altun, 2019, s. 24).

Dijital okuryazarlık alt disiplinlerini Covello (akt. Bayrakçı, 2020, s.22) şu şekilde ele almaktadır (Tablo 1);

Tablo 1. Dijital okuryazarlık alt disiplinleri

Alt disiplinler	Tanımlar
Enformasyon okuryazarlığı	Kaynak elde etme ve doğru kullanma, belgeyi çözümüleme ve yorumlama, kaynağın güvenilirliğini araştırma, etik ve kanuni yollardan faydalanma ve kullanma, konulara odaklanma ve araştırma sorularını doğru, etkili ve verimli bir şekilde düzenleme becerisi
Bilgisayar Okuryazarlığı	Kullanışlı amaçlar adına bilgisayar ve uygulama yazılımlarını kullanma becerisi
Medya Okuryazarlığı	Farklı şekillerde bilgiye ulaşma, analiz etme, değerlendirme ve paylaşma becerisi
İletişim Okuryazarlığı	Kullanıcıların şahsi ya da ekip çalışmalarında yayıncılık teknolojileri, internet ve diğer kitle iletişim araçları aracılığıyla etkili iletişim kurabilme becerisi.
Görsel Okuryazarlık	Resim ya da grafiklerde yer alan bilgileri okuma ve anlama yetisi. Kişilerin karşılaştıkları doğal veya inşa edilmiş şekil ve sembollerini birbirinden ayırt etmelerini ve yorumlamalarını sağlayan bir dizi yetkinlik
Teknoloji Okuryazarlığı	Öğrenme, üretme, performans vb. gibi kavramları geliştirmek adına bilgisayarı ve diğer teknolojik araçları kullanabilme becerisi.

Enformasyon okuryazarlığı, bilgisayar okuryazarlığı, medya okuryazarlığı, iletişim okuryazarlığı, görsel okuryazarlık ve teknoloji okuryazarlığı kavramları alanyazında sıklıkla tekrarlanan kavramlardır. Bu kavramlara ek olarak bilgi okuryazarlığı, ağ okuryazarlığı, e-okuryazarlık, siber okuryazarlık, internet okuryazarlığı, enformasyon okuryazarlığı, elektronik okuryazarlık, sosyal medya okuryazarlığı, eleştirel okuryazarlık, araştırma okuryazarlığı, bilgi iletişim teknolojileri okuryazarlığı gibi kavramlar da sıklıkla dile getirilmektedir (Arslan, 2019; Bayrakçı, 2020; Buzkurt, 2021; Demirdağ, 2021).

2.3. Dijital Okuryazarlıkla İlgili Temel Çalışmalar

Dijital okuryazarlıkla ilgili çalışmalar ağırlıklı olarak eğitim alanında yapılmıştır. Bu çalışmalarda genel olarak öğrencilerin ve öğretmenlerin dijital okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesine yönelik araştırmalar yapılmıştır (Çelik, 2021; Aksoy, 2021; Alexander vd., 2017; Altun, 2019; Altun ve Bangir-Alpan, 2021; Arslan, 2019; Aydar, 2021; Bağçecik, 2021; Yaman, 2019; Boyacı, 2019; Bozyel, 2019; Buzkurt, 2021; Cebeci, 2020; Chan vd. 2017; Demirdağ, 2021; Doğan, 2020; Kozan, 2018; Laçın, 2021; Mantiri vd. 2019; Göldağ, 2021; Gürtekin, 2019; Kara, 2021; Kaeophanuek vd., 2018; Kim, 2020; McGuinness& Fulton, 2019; Nerse, 2021; Öksüz vd., 2016; Sertbarut, 2021; Yozon vd., 2019; Yaşar, 2019; Özer, 2021; Risal vd.,

2018; Özbay ve Özdemir, 2014; Rahmah, 2015) Özellikle “yaşam boyu öğrenme” eğitim konulu çalışmalardan bazılarının merkezinde yer almaktadır (Boyacı, 2019; Buzkurt, 2021; Özoğlu, 2019; Tuncay, 2021). Rahman, Ariawan, ve Pratiwi (2020) ve Tomczyk (2020) uzaktan eğitimde dijital okuryazarlık üzerine çalışmıştır. Tanca vd. (2021) ise eğitimde eleştirel dijital okuryazarlık konusuna eğilmişlerdir. Odu ve Omosigho (2017) ise dijital okuryazarlığı dijital kütüphanelerle ilişkilendirmiştir.

Yetişkinlerin okuryazarlığı da dikkat çeken konular arasındadır (Aruğaslan, 2017). Bazı çalışmalar özellikle akademik personelin ve öğretim elemanlarının dijital okuryazarlık seviyeleriyle ilişkilidir (Genç, 2021; Mentеше ve Genç, 2021). Yaşlıların okuryazarlığı da dikkat çeken konulardandır (Tekeli, 2018). Velilerin dijital okuryazarlığına da eğilen eğitim ve dijital okuryazarlık ilişkisi olan çalışmalarda bulunmaktadır (Öçal, 2017). Eğitim çalışmalarında çocukluk çağı okuryazarlığı da dikkati çekebilmektedir (Kardeş, 2020).

Yabancı dillerde dijital okuryazarlığın ne şekilde ele alınması gerektiği eğitim bilimleri alanında yapılan bazı çalışmalarda odak noktası olmuştur (Ollivier, 2018; Simoes-Perlant vd., 2018; Özerbaş ve Öcal, 2019; Tulay, 2019).

Özellikle 2004 yılından sonra hız kazanan araştırmaların bazıları dijital okuryazarlık ölçeği geliştirmeye odaklanmıştır (Bayrakçı ve Narmanlıoğlu, 2012; Üstündağ vd., 2017).

Dijital bölünme konusu da giderek daha fazla araştırılmaya başlanan konulardandır (Chetty vd. 2018; Liu, 2013).

Dijital vatandaşlık kavramının dijital okuryazarlıkla birlikte incelendiği çalışmalara alanyazında sıklıkla rastlanmaktadır (Çubukçu ve Bayzan, 2013; Kuş, 2021; Kaya, 2020; Milenkova ve Lendzhova, 2021; Nawaz ve Kundi, 2010).

Bazı çalışmalar dijital okuryazarlığı farklı okuryazarlık türleri ile karşılaştırmaktadır. Örneğin sağlık okuryazarlığı giderek daha fazla dijital okuryazarlık kavramıyla ilişkilendirilmektedir (Yeşildal, 2018; Dayanıklı, 2019). Okumuş ve Atılğan (2021) dijital okuryazarlığı mahremiyet algısıyla ilişkilendirmiştir.

Dijital okuryazarlığı bir kavram olarak tartışan çalışmalar, kavrama ilişkin detaylı bir çerçeve sunmaya çalışmıştır (Dobson, ve Willinsky, 2009; Eshet-Alkalai, 2004; Eshet, 2012; Fraillon, 2019, Martin, 2009; Huynh ve Do, 2017; Julien, 2015; Martin, 2009; Spires, vd. 2018; Spires vd., 2012; Sağıroğlu, vd. 2020; Reedy, K. ve Goodfellow, R., 2012; Radovanovic vd., 2020; Neilson, 2020). Dijital okuryazarlık aynı zamanda “dijital dönüşüm” kavramıyla birlikte de anılmaktadır (Daban vd., 2021; Karabacak ve Sezgin, 2019).

Dijital yerlilerin dijital okuryazarlık düzeylerine ilişkin çalışmalar da alanyazında giderek daha fazla işlenmektedir (Tran, T. vd., 2020; Özyayın ve Kumral, 2021).

Dijital okuryazarlık becerileri pek çok farklı çalışmada dile getirilmiştir (OECD, 2021; Eshet-Alkalai, Y., 2004; Cebeci, 2020, Kaeophanuek vd., 2018; Parlak, 2019).

3. Amaç ve Yöntem

Bu çalışmanın amacı alanyazında dijital okuryazarlığın hangi temalarla açıklandığının ortaya konmasıdır. Bu temel amaç doğrultusunda tam olarak kavramı açıklayan 100 bilimsel çalışma (tez, makale, kitap, kitap bölümü vb.) nicel ve betimsel içerik analiz yöntemleri kullanılarak incelenmiştir. Böylelikle kavramın alt unsurları ortaya konarak en çok öne çıkan yönlerini yordamak amaçlanmıştır. Bu amaçla “dijital okuryazarlık” anahtar kelimesiyle Google Scholar, Academia, Sobiad dizinlerinde aramalar yapılmış ve toplamda 100 metin nicel içerik analizi ile analiz edilmiştir. İçerik analizi toplam 10 ana 71 yan temada tamamlanmıştır. Çalışmada gerek görülen başlıklarda nicel verilerin yanında betimsel yorumlar da yer almıştır.

Araştırmanın alt amaç soruları şunlardır:

Dijital okuryazarlık konulu içeriklerin;

- Yılı ve niteliği nedir?
- Yayınlandığı üniversite, bölüm, enstitü ve ana bilim dalı nedir? (Tez ise)
- Temel konuları ve amaçları nedir?
- Başlıca kuram ve teknikleri nelerdir?
- En çok öne çıkan kavramlar nelerdir?
- Ağırlıklı sonuçları nelerdir?

4. Bulgular

Bu başlık altında dijital okuryazarlık konulu bilimsel çalışmalara ilişkin bulgular hem nicel hem nitel veriler ışığında değerlendirilmiştir.

4.1. Çalışmaların Yılı, Niteliği

Çalışmalar ağırlıklı olarak 2019 yılından sonra artmıştır. 2004’ten önceki herhangi bir çalışmaya rastlanmıştır. Dolayısıyla “dijital okuryazarlık” kavramının alanyazında oldukça yeni bir kavram olduğu ve bu nedenle de tartışmaya ve irdelenmeye ihtiyaç duyulan bir kavram olduğu ifade edilebilir.

Tablo 2. Çalışmaların Tarihi

Tarih	Frekans
2021	27
2019	22
2020	13
2018	9
2017	8
2004-2016	21
TOPLAM	100

Çalışmaların niteliği değerlendirildiğinde ağırlıklı olarak “tez” kategorisinde çalışmalar bulunmaktadır. Tezlerin 32’si (%94,11) 2017 yılından sonra yazılmaya başlanmıştır. Çalışmaların 57’si İngilizce, 43’ü ise Türkçe’dir. Tezlerin 30’u Türkçe, 4’ü İngilizce’dir. Proje/raporların (f=14) ve kitap bölümlerinin tamamı (f=5) İngilizce’dir.

Tablo 3. Çalışmaların Niteliği

Nitelik	Frekans
Tez	34 (31’i yüksek lisans 3’ü doktora)
Uluslararası makale	27
Ulusal makale	15
Proje/Rapor	14
Kitap bölümü	7
Diğer (2 bildiri ve 1 el kitabı 1)	3
TOPLAM	100

Tez çalışmalarının 2017 yılı itibarıyla başlamış olması, konuya atfedilen önemin özellikle son 5 yılda daha çok arttığı anlamına gelmektedir. Doktora tez sayısının sadece 3 adet olması, dijital okuryazarlık kavramının derinlemesine çalışma yapılacak kadar yeterince ciddiye alınmadığını gösterse de son zamanlarda çalışmaların artan ivmesi, daha detaylı çalışmaların artacağını da göstermektedir.

4.2. Üniversite, Enstitü, Anabilim Dalı

Tez çalışmaları çok çeşitli üniversiteler tarafından gerçekleştirilmektedir. Gazi ve Kocaeli üniversiteleri görece daha fazla sayıda tez yayınlasa da Türkiye’nin pek çok ilinden konuya ilgi olduğu söylenebilir. Doktora tezlerinden biri Bahçeşehir Üniversitesi, diğeri ise Marmara Üniversitesi’ne aittir. Biri İngiliz Edebiyatı İngilizce Dil Eğitimi Ana Bilim Dalı, diğeri ise Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik/Basın Yayın Ana Bilim Dalı kaynaklıdır. Konu oldukça farklı branşların ilgi alanına girmektedir (Altınar, 2019; Bayrakçı, 2020) Ayrıca yurt dışı kaynaklı (Durham Üniversitesi) eğitim çalışmaları üzerine bir doktora tezi de bulunmaktadır (Belshaw, 2011).

Tablo 4. Tezlerin yapıldığı üniversite

Üniversite	Frekans
Gazi Üniversitesi	4
Kocaeli Üniversitesi	4
Sakarya Üniversitesi	2
Bahçeşehir Üniversitesi	2
Fırat Üniversitesi	2
Atatürk Üniversitesi	2
Necmettin Erbakan Üniversitesi	2
Diğer	16
TOPLAM	34

Konunun ele alındığı diğer üniversiteler Marmara Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi, 19 Mayıs Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, Niğde Üniversitesi, Mersin Üniversitesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Dicle Üniversitesi, Gebze Teknik Üniversitesi, Düzce Üniversitesi, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Munzur Üniversitesi, Balıkesir Üniversitesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi ve Durham Üniversitesi'dir. Her bir üniversiteden sadece 1 tez yapılmıştır.

Tablo 5. Çalışmaların yapıldığı enstitü

Enstitü	Frekans
Eğitim Bilimleri	21
Sosyal Bilimler	6
Fen Bilimleri	3
İngiliz Dili ve Edebiyatı	2
Sağlık Bilimleri	2
TOPLAM	34

Tez çalışmaları ağırlıklı olarak Eğitim Bilimleri enstitüsü kaynaklıdır. Çalışmalarda öğretmenlerin ve öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeyleri üzerine analizler oldukça ağırlıklıdır. Dolayısıyla seçilen konuların genellikle eğitim üzerine olması bu sonuçla örtüşmektedir. Sosyal bilimler, fen bilimleri, İngiliz Dili ve Edebiyatı, sağlık bilimleri gibi alanların da dikkatinden kaçmayan bir alan olan “dijital okuryazarlık” disiplinler arası özelliği ile giderek alanyazında daha çok ele alınan kavramlardan biri haline gelmektedir.

Tablo 6. Anabilim Dalı

Ana bilim dalı	Frekans
Bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitimi/Bilgisayar eğitimi	8
Eğitim bilimleri	7
Matematik ve fen bilimleri	3
İngiliz Dili ve Edebiyatı	2
Sosyal bilgiler eğitimi	2
Sınıf eğitimi	2
Diğer	10
TOPLAM	34

Tez çalışmaları ağırlıklı olarak “bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitimi/Bilgisayar eğitimi” ve “eğitim bilimleri” ana bilim dalları kaynaklıdır. Ana bilim dalı çeşitliliği konunun disiplinler arası olduğu boyutunu doğrulayan başka bir veridir.

Diğer kategorisinde “gazetecilik/basın ve yayın”, “sağlık yönetimi/sağlık eğitimi”, “hemşirelik”, “beden eğitimi ve spor”, “Türkçe ve sosyal bilimler”, “siyaset bilimi ve kamu yönetimi”, “strateji bilimi”, “eğitim yönetimi”, “Batı dili ve edebiyatı” ana bilim dallarının her birinden bir tez bulunmaktadır.

4.3. Konu, Kuram ve Teknik

Çalışmaların konusu ağırlıklı olarak öğrencilerin dijital okuryazarlık algılarının başka faktörlerle ilişkilerini irdelemek odaklıdır (f=24). Onu “dijital yurttaşlık ve dijital okuryazarlık ilişkisi”, “dijital okuryazarlık niteliklerini geliştirmek”, “öğretmenlerin dijital okuryazarlık algıları” ve “dijital dönüşüm” konuları izlemektedir.

Tablo 7. Konu

Konu	Frekans
Öğrencilerin dijital okuryazarlık algıları	24
Dijital yurttaşlık ve dijital okuryazarlık ilişkisi	19
Dijital okuryazarlık niteliklerini geliştirmek	19
Öğretmenlerin dijital okuryazarlık algıları	8
Dijital dönüşüm	7
Çocuklarda dijital okuryazarlık	3
Dijital bölünme	2
Dijital okuryazarlık ölçeği geliştirme	2
Dil becerileri ve dijital okuryazarlık ilişkisi	2
Dijital okuryazarlık projelerinin bir üniversitede uygulanması	2
Yaşlıların dijital okuryazarlık seviyelerinin belirlenmesi	2
Diğer	10
TOPLAM	100

Diğer kategorisinde yer alan bir kez kodlanan konular şunlardır: “Dijital okuryazarlık ve dijital veri güvenliği farkındalık seviyesi ilişkisinin belirlenmesi”, “ders kitaplarının dijital okuryazarlık bağlamında incelenmesi”, “dijital okuryazarlık düzeyleri ile web ortamında bilgi arama stratejileri ilişkisi”, “üniversite idari personelinin yaşam boyu öğrenme davranışı ve dijital okuryazarlık düzeyi ilişkisinin belirlenmesi”, “dijital kütüphanelerin kullanımı için dijital okuryazarlığı geliştirmek”, “dijital okuryazarlık kavramını anlamak”, “dijital okuryazarlık ve sosyo-iletişimsel yaklaşım ilişkisini ortaya koymak”, “dijital yazma becerilerinin iletişimdeki sorunlarını ortaya koymak”, “dijital okuryazarlık modeli oluşturmak” ve “yetişkinlerin dijital okuryazarlığı”.

Tablo 8. Kuram

Kuram	Frekans
Yaşam Boyu Öğrenme	5
Dijital vatandaşlık	5
Sağlık okuryazarlığı	2
Dijital öykü anlatımı	2
Bilgisayar Aracılı İletişim	2
Diğer	7
TOPLAM	23

Çalışmalar temellendirilmiş kuramsal yapılarla desteklenmemektedir. Ağırlıklı olarak dile getirilen kuramlar “yaşam boyu öğrenme” ve “dijital vatandaşlık”, “sağlık okuryazarlığı”, dijital öykü anlatımı”, “bilgisayar aracılı iletişim” gibi kavramların kuramsal çerçeveleri eşliğinde yazılan çalışmalarda temellendirilmiş bir kuramdan faydalanmak, bu kuramları dijital okuryazarlık kavramı bağlamında değerlendirmek söz konusu değildir. Bu durum kavramın daha yeni olması ile ilişkili olarak açıklanabilir. Geleneksel kuramların dijital ortama uyarlanmasında yaşanabilecek araştırmacı güçlükleri de bu sonucun nedeni olabilir.

Diğer kategorisinde “Bilgisayar destekli dil öğrenimi” (f=1), “dijital okuryazarlık modelleri” (f=1), “siber zorbalık” (f=1), “öz yönetimli öğrenme” (f=1), “bilgi ötesi farkındalık” (f=1), “programa dayalı öğrenme yaklaşımı” (f=1), “Shulman’ın pedagojik içerik bilgisi formülasyonu” (f=1) yer almaktadır.

Tablo 9. Veri Toplama ve Analiz Teknikleri

Teknik	Frekans
Anket	53
Literatür taraması	23
Görüşme	15
Odak grup çalışması	3
Gözlem	2
Diğer	4
TOPLAM	100

Çalışmalar ağırlıklı olarak niceldir (f=52), 47’si nitel biri ise hem nitel hem de nicel yaklaşımla tasarlanmıştır. Veri toplama tekniği ağırlıklı olarak ankettir. Dijital yurttaşlık ölçeğinin ve çeşitli anketlerin kullanıldığı bu çalışmalar özellikle eğitim konusudur. Ancak bilgilendirme bazı çalışmalar alanyazın taramasından sıklıkla faydalanmış, konunun alanyazındaki temellerine değinmişlerdir (f=23).

Diğer veri toplama teknikleri içerik analizi (f=1), “örnek olay incelemesi” (f=1), “doküman incelemesi” (f=1) ve “şemalama” (f=1) şeklindedir.

4.4. Öne Çıkan Kavramlar ve Sonuç İfadeleri

Çalışmalarda ağırlıklı olarak “dijital okuryazarlık” kavramından sonra, “eğitim”, “bilgi okuryazarlığı”, “teknoloji”, “dijital yetkinlik”, “medya okuryazarlığı”, “dijital okuryazarlık becerileri”, “dijital vatandaşlık”, “dijital bölünme”, “dijital okuryazarlık ölçeği”, “teknoloji okuryazarlığı” kavramları kullanılmaktadır.

Tablo 10. Öne Çıkan Kavramlar

Kavram	Frekans
Dijital okuryazarlık	102
Eğitim	32
Bilgi okuryazarlığı	19
Teknoloji	19
Dijital yetkinlik	15
Medya okuryazarlığı	10
Dijital okuryazarlık becerileri	10
Dijital vatandaşlık	9
Dijital bölünme	8
Dijital okuryazarlık ölçeği	8
Teknoloji okuryazarlığı	8
Yaşam boyu öğrenme	5
Dijital okuryazarlığın bileşenleri	4
Sağlık okuryazarlığı	4
Bilgi iletişim teknolojileri okuryazarlığı	4
Ağ okuryazarlığı	4
Eleştirel okuryazarlık	3
Dijital hak ve sorumluluklar	3
e-okuryazarlık	3
İletişim	3
Dijital güvenlik	3
Diğer	75
TOPLAM	351

Dijital okuryazarlık kavramının çevresinde ele alınan kavramlar son derece fazladır. Bunun nedeni konunun çok farklı çalışma alanlarını kapsamasıdır. Bunlar arasında diğer kategorisinde yer alan “dijital veri güvenliği” (f=2), “web okuryazarlığı” (f=2), “uzaktan eğitim” (f=2), “dijital farkındalık” (f=2), “bilişim teknolojileri okuryazarlığı” (f=2), “görsel okuryazarlık” (f=2), “evrensel okuryazarlık” (f=2), “dijital erişim” (f=2), “dijital ticaret” (f=2), “dijital hukuk” (f=2), “dijital iletişim” (f=2), “dijital etik” (f=2), “siber zorbalık” (f=2), “harita okuryazarlığı” (f=2), “görsel okuryazarlık” (f=2), “dijital hikaye anlatımı” (f=2), “teknolojik, pedagojik içerik bilgisi (TPACK) (f=2), “yüksek öğretim” (f=1), “dijital okuryazarlık indeksi” (f=1), “bilgisayar odaklı dil öğrenimi” (f=1), “dil öğrenimi” (f=1), “dijital medya” (f=1), “öz yönetimli öğrenme” (f=1), “bilis ötesi farkındalık” (f=1), “Krumisik Dijital Yetkinlik Modeli” (f=1), “Calvaniz, Fini ve Ranieri Dijital Yetkinlik Modeli” (f=1), “Chetty ve diğerleri dijital okuryazarlık modeli” (f=1), “Hobbs Dijital ve Medya Okuryazarlığı Modeli” (f=1), “NG dijital okuryazarlık modeli” (f=1), “Hague ve Payton Dijital Okuryazarlık Modeli” (f=1), “Martin Dijital

Okuryazarlık Modeli” (f=1), „Dijital Yetkinlik Alanları Modeli” (f=1), “internet becerileri” (f=1), “çevrim içi teknolojilere yönelik öz yeterlilik” (f=1), “sosyal medya okuryazarlığı” (f=1), “araştırma okuryazarlığı” (f=1), “dijital sağlık ve zindelik” (f=1), “alfabeye dayalı okuryazarlık” (f=1), „işlevsel okuryazarlık” (f=1), “yeni okuryazarlıklar” (f=1), “web ortamında bilgi araştırma stratejileri” (f=1), “ekran okuryazarlığı” (f=1), “bilişim okuryazarlığı” (f=1), “finansal okuryazarlık” (f=1), “sosyal medya” (f=1), “öz yönetimli öğrenme” (f=1), “bilgi ötesi farkındalık” (f=1), „teknolojik entegrasyon” (f=1), “dijital okuryazarlığın boyutları” (f=1), “eleştirel dijital okuryazarlık” (f=1), “programa dayalı öğrenme” (f=1), “online eğitim” (f=1), “dijital öykü” (f=1), “dijital katılım” (f=1), “dijital duygusal zeka” (f=1), “dijital yaratıcılık ve yenilik” (f=1), “dijital zeka” (f=1), “bilgisayar odaklı iletişim” (f=1), “dijital transformasyon” (f=1) bulunmaktadır.

4.5. Sonuç İfadeleri

Çalışmalar sonuç ifadeleri bakımından değerlendirildiğinde “dijital okuryazarlık” kavramına oldukça pozitif bir bakış açısıyla bakıldığı ve çalışmaların neredeyse tamamında dijital okuryazarlık yetkinliğinin artırılması gerektiği vurgusunun yapıldığı söylenebilir.

Bunun dışında 14 çalışmada öğretmenlerin dijital okuryazarlık seviyelerinin yüksekliği açıkça ifade edilmiştir. Öğrencilerle ilgili çalışmalarda öğrencilerin veri güvenliği farkındalığı konusunda geliştirilmeleri gerektiğine işaret edilmiştir. Erkeklerin kadınlara göre dijital okuryazarlık seviyelerinin ve bilgi güvenliği farkındalıklarının daha yüksek olduğu da araştırmaların sonucunda yansımaktadır. Dijital okuryazarlık ve sağlık okuryazarlığı ilişkisinin yüksek olduğu 3 çalışmada bulgulanmıştır. Aynı zamanda dijital yurtaşlık düzeyinin artmasının siber zorbalık duyarlılığının artışı da pozitif yönde ilişkili bulunmuştur. Dijital okuryazarlık düzeyinin artması web’te bilgi arama stratejilerinin de olumlu yönde artmasını beraberinde getirmektedir.

Çalışmaların bir kısmı sonuçlarında dijital okuryazarlık modeli ya da dijital okuryazarlık ölçeği ortaya koymuştur. Çalışmalarda bilgi okuryazarlığı kavramı dijital okuryazarlığa en yakın algılanan kavram olarak ifade edilmiştir.

5. Sonuç

Dijital teknolojilerin 2000’li yıllardan sonra kullanım ve yayılım anlamında giderek daha fazla yaygın hale gelmesi beraberinde çeşitli kavramlarla ilgili alanyazının genişlemesine neden olmuştur. Bu kavramlardan biri “dijital okuryazarlık” kavramıdır. Dijital okuryazarlıkla ilgili çalışmalar ağırlıklı olarak 2004 yılından sonra artmaya başlamış ve son zamanlarda en popüler haline ulaşmıştır. Özellikle dijital okuryazarlığın eğitim ile ilgili branşlarda daha fazla işlendiği söylenebilir. Eğitim ve bilgi teknolojileri alanındaki çalışmalardan beslenen kavram fen bilimleri, sosyal bilimler, dil, mühendislik gibi çok farklı branşların ilgisini çeken disiplinler arası bir özellik taşımaktadır.

Dijital yurttaşlık, yaşam boyu öğrenme, siber zorbalık gibi bazı kavramlarla anılır hale gelmiş, sağlık okuryazarlığı, webte bilgi arama stratejileri, mahremiyet gibi konularla da ilişkilendirilmiştir. Özellikle bilgi okuryazarlığı kavramıyla birlikte anılan dijital okuryazarlık bilgi okuryazarlığı, ağ okuryazarlığı, foto-görsel okuryazarlık, web okuryazarlığı, teknoloji okuryazarlığı gibi yeni okuryazarlık türleri ile de sıklıkla ele alınmıştır.

Dijital dünyada dijital teknolojilerin sosyal ilişkilerimizi de yakından etkilemesi söz konusudur. Dolayısıyla özellikle bilgi kirliliğinin önlenmesi, dijital güvenliğin sağlanması gibi konularda önem kazanan bu kavram alanyazında giderek daha fazla işlenecek ve tartışılacaktır. Bu çalışma kavramın çerçevesini sunması, önemini ortaya konması, disiplinler arası özelliğini vurgulaması, popüler hale geldiğinin ortaya konması bakımından son derece önemlidir.

Kaynakça

- Aksoy, N. C., Karabay, E. ve Aksoy, E. (2021). Sınıf Öğretmenlerinin Dijital Okuryazarlık Düzeylerinin İncelenmesi. *Selçuk İletişim*, 14 (2), 859-894.
- Alexander, B., Adams Becker, S., Cummins, M., and Hall Giesinger, C. (2017). *Digital Literacy in Higher Education, Part II: An NMC Horizon Project Strategic Brief*. Sayı 3.4, Austin, Texas: The New Media Consortium.
- Altın, S. (2019). Developing Digital Literacies of Pre-service EFL Teachers through Engagement with Research. *Doktora Tezi*. Bahçeşehir Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İngiliz Dili Eğitimi Programı, İstanbul.
- Altun, N. (2019). *Temel Eğitim Programları ve Ders Kitaplarının Dijital Okuryazarlık Bağlamında İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Altun, N. ve Bangir-Alpan, G. (2021). Temel Eğitim Programlarında Dijital Okuryazarlık. *JRES*, 8(2), 280-294.
- Arslan, S. (2019). *İlkokullarda ve Ortaokullarda Görev Yapan Öğretmenlerin Dijital Okuryazarlık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Aruğaslan, E. (2017). Yetişkinlerin Dijital Okuryazarlığı. *E-Platform for Adult Learning in Europe (Avrupa Yetişkin Öğrenimi Elektronik Platformu) Yetişkin Eğitiminde Yeni Beceriler Konferansı (2-3 Kasım 2017)*'nda sunulan bildiri. Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Aydar, G. (2021). Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Öz Yönetimli Öğrenme Becerilerinin Yordanmasında Bilişötesi Farkındalık ve Dijital Okuryazarlık Düzeylerini Rolü. *Yüksek Lisans Tezi*. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Bağçecik, M. Ç. (2021). Pandemi Sürecinde Lise Öğrencilerinin Çevrimiçi Teknolojilere Yönelik Öz Yeterlik Algıları ve Dijital Okuryazarlık Düzeylerinin Akademik Başarıya Etkisi. *Yüksek Lisans Tezi*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Bayrakçı, S. (2020). Dijital Yetkinlikler Bütünü Olarak Dijital Okuryazarlık: Ölçek Geliştirme Çalışması. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bayrakçı, S. ve Narmanlıoğlu, H. (2012). Digital Literacy As Whole of Digital Competences: Scale Development Study. *Düşünce ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 4, 1-30.
- Belshaw, D. A. J. (2011). What is digital literacy? A Pragmatic Investigation. *Doktora Tezi*. Durham Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İngiltere.
- Boyacı, Z. (2019). Öğretmen Adaylarının Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri ile Dijital Okuryazarlık Düzeyleri Arasındaki İlişki (Düzce Üniversitesi Örneği). *Yüksek Lisans Tezi*. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Bozuel, M. (2019). Öğretmen Adaylarının Dijital Okuryazarlık Dersi Deneyimlerinin Günlük Yaşama Yansımaları Açısından İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Buzkurt, L. (2021). Okul Öncesi Öğretmenlerinin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri ile Dijital Okuryazarlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Dicle Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Diyarbakır.
- Cebeci, Ü. (2020). An Investigation of Pre-Service EFL Teachers' Digital Literacy Skills and the Integration of These Skills into Teaching Contexts With a Special Focus to the Use of Digital Tools and Their Benefits. *Yüksek Lisans Tezi*. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Chan, B. S. K., Churchill, D. ve Chiu, T. K. F. (2017). Digital Literacy Learning In Higher Education Through Digital Storytelling Approach. *Journal of International Education Research*, 13(1), 1-16.
- Chetty, K., Qugui, L. Gcora, N., Josie J. Wenwei, L. ve Fang C. (2018). Bridging the Digital Divide: Measuring Digital Literacy, Economics. *The Open-Access, Open-Assessment E-Journal*, 12(23), 1-20. Kiel Institute for the World Economy (IfW), Kiel.

- Corbel, C. and Gruba, P. (2004). *Teaching Computer Literacy*. Sydney: National Centre for English Language Teaching and Research.
- Çelik, H. (2021). Ortaokul Öğrencilerinin Dijital Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çubukcu, A. ve Bayzan, Ş. (2013). Türkiye’de Dijital Vatandaşlık Algısı ve Bu Algıyı İnternetin Bilinçli, Güvenli ve Etkin Kullanımı ile Artırma Yöntemleri, *Middle Eastern and African Journal of Educational Research*, 5, 148-174.
- Daban, O., Şatırcı, H. & Özkul A.S. (2021). “Yönetim ve Hizmetlerin Dijitalleşmesi: Yükseköğretim ve Üniversiteler”. İçinde YÖNETİM (Dijital Çağın Yeni Normal Pratikleri), editör Erdal Eke, 1. bs, 696. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Dayanıklı, F. (2019). Hemşirelik Öğrencilerinde Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışları ile Sağlık Okuryazarlığı ve Dijital Okuryazarlık Arasındaki İlişki. Yüksek Lisans Tezi. Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Düzce.
- Demirdağ, M. (2021). Öğretmenlerin Dijital Okuryazarlık Düzeyleri ile Araştırma Okuryazarlık Becerileri Arasındaki İlişki. *Yüksek Lisans Tezi*. Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Denmez, Ş. (2021). Türkçe Öğretmeni Adaylarının Dijital Okuryazarlık Düzeyleri ile Dijital Vatandaşlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çanakkale.
- Dobson, T. and J. Willinsky (2009). Digital literacy. D. Olson and N. Torrance (Ed.), *Cambridge Handbook on Literacy* içinde. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Doğan, D. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Kendilerine İlişkin Dijital Okuryazarlık Algıları. *Eğitimde Teknoloji Uygulamaları Dergisi*, 1(1), 26-35.
- Eshet, Y. (2012). Thinking in the Digital Era: A Revised Model for Digital Literacy. *Issues in Informing Science and Information Technology*, 9, 267-276.
- Eshet-Alkalai, Y. (2004). Digital Literacy: A Conceptual Framework For Survival Skills in The Digital Era. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 13(1), 93-106.
- Fraillon, J. (2019). Digital literacy: Myths and Realities. K. Cockle (Ed.), Research Conference 2019: Preparing students for life in the 21st century: Identifying, developing and assessing what matters içinde (s. 68-72). Melbourne: Australian Council for Educational Research Conference (4–5 Ağustos 2019) Bildirisi. Melbourne Convention and Exhibition Centre. Avustralya. Erişim adresi: https://research.acer.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1357&context=research_conference (Erişim tarihi: 18.2.2022).
- Genç, O. (2021). Dijital Okuryazarlık Yeterlik Düzeyinin Akademik Personel Yönünden Araştırması (Munzur Üniversitesi Örneği). *Yüksek Lisans Tezi*. Munzur Üniversitesi Eğitim Enstitüsü, Tunceli.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. New York: Wiley.
- Göldağ, B. (2021). Investigation of the Relationship Between Digital Literacy Levels and Digital Data Security Awareness Levels of University Students, *E-International Journal of Educational Research*, 12(3), 82-100.
- Gürçan, H. İ. (2013). İnternette Medya Okuryazarlığı Yaklaşımı. Erişim adresi: <https://docplayer.biz.tr/17290489-Internette-medya-okuryazarligi-yaklasimi.html> (Erişim tarihi: 21.02.2022).
- Gürtekin, A. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Boş Zaman Tutumları ile Sosyalleşme Taktikleri ve Dijital Okuryazarlık Düzeylerinin İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ağrı. <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim tarihi: 17.02.2020).
- Huynh, A. ve Do, A. (2017). Digital Literacy in a Digital Age. *Brookfield Institute Raporu*. Toronto.

- Julien, H. (2015). Digital Literacy, (Ed. M. Khosrow-Pour). *Encyclopedia of Information Science and Technology, Third Edition* içinde (s. 2141- 2148). IGI Global, Amerika.
- Kaephanuek, S., Na-Songkhla, J. ve Nilsook, P. (2018). How to Enhance Digital Literacy Skills among Information Sciences Students. *International Journal of Information and Education Technology*, 8(4), 292-297.
- Kara, S. (2021). *Öğretmen Adaylarının Dijital Okuryazarlık Düzeyleri ile Web Ortamında Bilgi Arama ve Yorumlama Stratejileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Karabacak, Z. İ. ve Sezgin, A.A. (2019). Türkiye’de Dijital Dönüşüm ve Dijital Okuryazarlık. *Türk İdare Dergisi*, 91(488), 319-343.
- Kardeş, S. (2020). Digital Literacy in Early Childhood, *Inonu University Journal of the Faculty of Education*, 21(2), 827-839.
- Kaya, M. (2020). *Ortaöğretim Öğrencilerinin Dijital Vatandaşlık ve Dijital Okuryazarlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Mersin.
- Kim, K. T. (2020). The Mediating Role of Core Competencies in the Relationship between Digital Literacy and Perceived Employability among Korean College Students: Difference by Employment Support Program Participation, *Universal Journal of Educational Research*, 8(6), 2520 – 2535.
- Kozan, M. (2018). Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü Öğretmen Adaylarının Dijital Okuryazarlık Düzeyleri ve Siber Zorbalığa İlişkin Duyarlılıkların İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Fırat Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Elazığ.
- Kuş, Z. (2021) Dijital Okuryazarlık ve Vatandaşlık (Ed. Ebru Gençtürk ve Kadir Karatekin) Sosyal Bilgiler İçin Çoklu Okuryazarlık-2. Ankara: Pegem Yayıncılık
- Laçın, Ö. (2021). Fen Bilimleri Dersinde Classdojo ile Destekli E-Öğrenme Süreçlerinin 7. Sınıf Öğrencilerinin Akademik Başarılarına, Fene Yönelik Motivasyonlarına, Dijital Okuryazarlıklarına ve Teknolojiyle Kendi Kendine Öğrenmelerine Etkisinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kocaeli.
- Liu J. C. (2013). *Bridging the Digital Literacy Divide*. New York City Comptroller’s Office, New York.
- Mantiri, O., Hibbert, G. K. , Jacobs, J. (2019). Digital Literacy in ESL Classroom. *Universal Journal of Educational Research*, 7(5), 1301 – 1305.
- Martin, A. (2006). *Literacies for the Digital Age*, in A. Martin and D. Madigan (Ed.), Digital Literacies for Learning (s. 3–25). London: Facet Publishing.
- Martin, A. (2009). Digital Literacy for the Third Age: Sustaining Identity in an Uncertain World, *eLearning Papers*, 12, 1-15.
- McGuinness, C., & Fulton, C. (2019). Digital Literacy in Higher Education: A Case Study of Student Engagement with E-Tutorials Using Blended Learning. *Journal of Information Technology Education: Innovations in Practice*, 18, 1-28.
- Menteşe, S. ve Genç, O. (2021). Öğretim Elemanlarının Dijital Okuryazarlık Düzeylerinin İncelenmesi. *Turkish Studies - Education*, 16(5), 2341-2358
- Milenkova, V.; Lendzhova, V. (2021). Digital Citizenship and Digital Literacy in the Conditions of Social Crisis. *Computers*. 10(40), 1-14.
- Nawaz, A. ve Kundi, G. M. (2010). Digital Literacy: An Analysis of the Contemporary Paradigms. *Journal of Science and Technology Education Research*. 1(2), 19 – 29.
- Neilson, J. C. (2020). Unlocking the Code to Digital Literacy. Final Raporu. Deakin Üniversitesi, Avustralya.
- Nerse, B. N. (2021). Online Eğitim Sürecinde Web 2.0 Araçlarıyla Zenginleştirilmiş Probleme Dayalı Öğrenme Yaklaşımının Öğrencilerin Akademik Başarılarına, Üstbilişsel Farkındalıklarına,

- Teknolojiyle Kendi Kendine Öğrenmelerine ve Dijital Okuryazarlıklarına Etkisinin İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kocaeli.
- Ng, W. (2012). Can We Teach Digital Natives Digital Literacy?. *Computers & Education*, 59(3), 1065-1078.
- Odu, A. O. ve Omosigho, N. A. (2017). Digital Literacy and the Implication on Nigerian Digital Library. *International Journal of Library and Information Science Studies*. 3(2), 13-19.
- OECD (2021), *21st-Century Readers: Developing Literacy Skills in a Digital World*. PISA, Paris: OECD Publishing,
- Okumuş, M. ve Atılgan, S. S. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Dijital Okuryazarlık Becerileri ile Dijital Mahremiyet Kaygısı Arasındaki İlişki. *TRT Akademi*, 6(12), 343-363.
- Ollivier, C. (2018). Towards a Socio-Interactional Approach to Foster Autonomy in Language Learners and Users- E-Lang Project- "Digital Literacy for the Teaching And Learning of Language". European Centre for Modern Languages, Graz.
- Öçal, F. N. (2017). İlkokul Öğretmenleri ve Velilerin Kendileri ile Velilerin Çocuklarına İlişkin Dijital Okuryazarlık Yeterlilik Algıları. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Öksüz, Y., Güven Demir, E. ve İci, A. (2016). Öğretmenlerin Dijital Okuryazarlık Kavramına İlişkin Metaforlarının İncelenmesi. *International Journal of Social Science*, 50, 387-396.
- Özaydın, A. ve Kumral, O. (2021). Dijital Yerlilerin Gözünden Dijital Okuryazarlık. *JRES*, 8(2), 362-377.
- Özbay, M. ve Özdemir, O. (2014). Türkçe Öğretim Programı İçin Bir Öneri: Dijital Okuryazarlığa Yönelik Amaç ve Kazanımlar. *Okuma Yazma Eğitimi Araştırmaları*, 2(2), 31-40
- Özer, M. (2021). Sınıf Öğretmenlerinin 21. Yüzyıl Becerilerine Yönelik Yeterlik Algıları İle Dijital Okuryazarlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Fırat Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Elazığ.
- Özërbaş, M. A. ve Öçal, F. N. (2019). Digital Literacy Competence Perceptions of Classroom Teachers and Parents Regarding Themselves and Parents' Own Children, *Universal Journal of Educational Research*, 7(5), 1255 – 1264.
- Özoğlu, C. (2019). Öğretmen Adaylarının Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimlerinin Dijital Okuryazarlıkları İle İlişkisi (Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Örneği). *Yüksek Lisans Tezi*. Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Parlak, B. Z. (2019). Hedefe Dayalı Senaryolarla Dijital Okuryazarlık Becerilerinin Kazandırılması. Yüksek Lisans Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Samsun.
- Radovanovic, D., Holst, C., Belur, S. B., Srivastava, R., Hounbonon, G. V., Quentrec, E. L., Miliza, J., Winkler, A.S. ve Noll, J. (2020). Digital Literacy Key Performance Indicators for Sustainable Development, *Social Inclusion*, 8(2), 151-167.
- Rahmah, A. (2015). The Third Information Systems International Conference Digital Literacy Learning System for Indonesian Citizen. *Procedia Computer Science*, 72(2015), 94-101.
- Rahman, Ariawan, V. A.N. ve Pratiwi, I. M. (2020). Digital Literacy Abilities of Students in Distance Learning. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 509, 592-598.
- Reedy, K. ve Goodfellow, R. (2012). Digital and Information Literacy Framework. The Open University. Erişim adresi: <http://www.open.ac.uk/libraryservices/subsites/dilframework> (Erişim tarihi: 18.02.2022).
- Ribble, M. (2011). *Digital Citizenship in Schools* (2. Baskı). Eugene, OR: International Society for Technology in Education (ISTE).
- Risal, R., Setiawan, W. S. ve Rusdiana, D. (2018). Digital Literacy of Preservice Science Teacher. *International Conference on Mathematics and Science Education*, 1157, 1-6.

- Sağiroğlu, Ş., Bülbül, H. İ., Kılıç, A. ve Küçükali, M. (Ed.) (2020). *Dijital Okuryazarlık: Araçlar, Metodolojiler, Uygulamalar ve Öneriler*. Nobel, Ankara.
- Sertbarut, S. E. (2021). Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Oluşturdukları Dijital Öykülerin Değerlendirilmesi, Dijital Okuryazarlıkları ve Görüşlerinin İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Muğla.
- Simoes-Perlant, A., Lanchantin, T., Gunnarsson-Largy, C. ve Largy, P. (2018). Instant Messaging, Digital Writing and Spelling Production Quality in French. *Linguisticae Investigationes*, 41(2), 161-178.
- Spires, H. A., Paul, C. M. ve Kerkhoff, S. N. (2018). Digital Literacy for the 21.st Century. (Ed. M. Khosrow-Pour). *Encyclopedia of Information Science and Technology, Third Edition* içinde (s. 2235- 2242). IGI Global, Amerika.
- Spires, H.A. ve Garry, D. (2012). *Digital Literacies and Learning: Designing a Path Forward*. Friday Institute White Paper Series, No:5. The Willam&IDA Friday Institute for Educational Innovation.
- Tanca, K. E., Canbaz, I. A., Turan, G. ve Özgür, E. (2021). Eğitimde Eleştirel Dijital Okuryazarlık: Öğretmenden Öğretmene El Kitabı. Teyit & Öğretmen Ağı.
- Tekeli, P. (2018). Dijital Hikâye Anlatımı Atölyesinde Yaşlıların Dijital Okuryazarlık Deneyimlerinin İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Tomczyk, L. (2020). Digital Literacy and e-learning Experiences among the Pre-service Teachers Data. *Data in Brief*, 32(2020), 1-7.
- Tran, T. vd. (2020). How Digital Natives Learn and Thrive in the Digital Age: Evidence from an Emerging Economy. *Sustainability*, 12(3819), 1-24.
- Tulay, Z. (2019). Let Student Learning Drive The Class: An Investigation of the Impact of Flipped Learning on EFL Students' Language Skills, Digital Literacy and Attitudes Toward the Learning Environment. *Yüksek Lisans Tezi*. Bahçeşehir Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Tuncay, E. (2021). Yaşam Boyu Öğrenme, Bilgi Okuryazarlığı, Dijital Okuryazarlık ve Yenilikçilik İlişkisi: Üniversite İdari Personeli Üzerinde Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- Üstündağ, M. T., Güneş, E. ve Bahçıvan, E. (2017). Turkish Adaptation of Digital Literacy Scale and Investigating Pre-service Science Teachers' Digital Literacy. *Journal of Education and Future*, 12, 19-29.
- Yaman, C. (2019). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Dijital Okuryazarlık Düzeylerinin İncelenmesi (Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Örneği). *Yüksek Lisans Tezi*. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Niğde.
- Yaşar, Ç. (2019). BÖTE Öğretmen Adaylarının Kariyer Eğilimlerinin, Sosyal Medyaya İlişkin Görüşlerinin ve Dijital Okuryazarlık Beceri Düzeylerinin İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Balıkesir.
- Yeşildal, M. (2018). Yetişkin Bireylerde Dijital Okuryazarlık ve Sağlık Okuryazarlığı Arasındaki İlişki: Konya Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Yozon, A.D., Ang-Manaig, K., Buama, C. A. C. ve Tesoro, J.F.B. (2019). Digital Literacy, Digital Competence and Research Productivity of Educators. *Universal Journal of Educational Research*, 7(8), 1734-1743.

DİJİTAL BANKACILIK KULLANIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Ahmet TAŞDEMİR¹ & Erkan ALSU²

1. Giriş

Günümüzde oldukça hızlı bir şekilde yaşanan teknolojik değişimler hayatın birçok alanında etkisini göstermektedir. Gündelik hayatın bir parçası haline gelen teknolojinin bu denli hızlı değişmesi ile birlikte birçok sektörde olduğu gibi bankacılık sektöründe de önemli değişimler gözlemlenmiştir. Müşterilere daha hızlı ve kaliteli bir şekilde hizmet sunulabilmesi adına finans ve teknolojinin bir araya gelmesinden oluşan ve “FinTech” olarak tanımlanan yeni bir akım ortaya çıkmıştır (Fettahoğlu ve Kıldize, 2019). Bu kapsamda akıllı telefonların ve mobil hizmet kullanımlarının yoğunlaşması ile birlikte dijital bankacılık aracılığıyla hizmet sunumu büyük önem kazanmıştır.

Dijital bankacılık, bankaların ve müşterilerinin finansal hizmetlerden yararlanmasında kolaylık sağlarken, değişen müşteri davranışları nedeniyle dijital bankacılığa geçiş, özellikle hizmetlerin sunulma biçiminde bankalar için önemli güçlükler oluşturmaktadır. Değişen müşteri beklentileri ve artan rekabet koşullarında, müşterilere ulaşmak, onları elde tutmak ve karlılığı artırmak çok daha önemli hale gelmiştir

Günümüzde, özellikle pandemi sürecinin de etkisi ile dijital bankacılık kullanımı oldukça yaygınlaşmış ve birçok bankacılık işlemi, internet bankacılığı veya mobil bankacılık gibi dijital bankacılık kanalları ile gerçekleştirilir hale gelmiştir. Bireyler artık banka hesabı açtırmak, kredi kullanmak veya yatırım işlemleri gerçekleştirmek için bir banka şubesine gitmek zorunda kalmamaktadır. Ancak bu teknolojik gelişim bireyler için maliyetleri azaltma, daha fazla şeffaflık sağlama ve finansal bilgiye erişimi kolaylaştırma gibi fırsatlar sunarken (Zavolokina, Dolata ve Schwabe, 2016) şifrenin ele geçirilmesi ve banka hesabının kötü niyetli insanların eline geçmesi gibi bazı güvenlik kaygılarını da beraberinde getirmektedir. Bu durum bireylerin dijital bankacılık işlemlerine karşı tutumunu da etkilemektedir. Bu nedenle dijital

¹ Dr., varlik_004@hotmail.com, Orcid : 0000-0001-5280-5888

² Doç.Dr. Gaziantep Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, alsu@gantep.edu.tr, Orcid: 0000-0001-6102-1786

bankacılık kullanımına ilişkin bireylerin tutumları literatürde son zamanlarda birçok çalışmaya konu olmuştur. Bu çalışmaların bir kısmı bireylerin dijital bankacılık kullanımını etkileyen faktörleri ortaya koyarken (Özcan, vd., 2019; Bayrakdaroğlu, 2012; Fettahoğlu ve Kıldöze, 2019; Söylemez ve Taşkın, 2020; Özgüven, 2011) diğer bir kısmı da dijital bankacılık işlemlerine karşın bireylerin tutumlarının ne olduğunu ortaya koymaktadır (Armağan ve Çal, 2020; Pala ve Kartal, 2010; Doğan ve Burucuoğlu, 2018; Koçak ve Özbek, 2019).

Bireylerin dijital bankacılık kullanımına dair bilinç düzeyinin artması ile birlikte dijital bankacılık işlemlerinden kaynaklı ortaya çıkması muhtemel risklerin de azalması beklenmektedir. Bilinçli kullanım dijital bankacılık ile ilgili riskleri minimize ettiği gibi bireylerin bankacılık hizmetlerinden elde edeceği fayda düzeyini de artıracaktır. Gerçekleştirilen bu çalışma kapsamında bireylerin dijital bankacılık kullanımlarına ilişkin tutumları ele alınmış ve bireylerin tutumlarına etki eden faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda bireylerin dijital bankacılık kullanımına ilişkin tutumuna etki ettiği düşünülen üç faktör belirlenmiştir. Bunlar sırasıyla (1) Bireylerin kullanmış olduğu dijital bankacılık hizmetlerine ilişkin deneyimlerini ifade eden Memnuniyet faktörü, (2) Bireylerin dijital bankacılık hizmetlerine ilişkin sahip oldukları algıyı ifade eden Algı faktörü, (3) Bireylerin dijital bankacılık hizmetlerinin ne derecede güvenilir olduğuna ilişkin algısını ifade eden Risk faktörüdür. Belirlenen bu faktörlerin, bireylerin dijital bankacılık kullanımına ilişkin tutumları üzerindeki etkileri çoklu doğrusal regresyon analizi yardımıyla test edilmiştir. Gerçekleştirilen regresyon analizi neticesinde elde edilen bulgular; Memnuniyet, Algı ve Risk faktörlerinin, bireylerin dijital bankacılık kullanımına ilişkin tutumları üzerinde bir etkiye sahip olduklarına işaret etmektedir.

2. Literatür Taraması

Gelişen teknoloji ile birlikte hayatımıza giren dijital bankacılık hizmetleri ve bu hizmetlerin kullanımına ilişkin bireylerin tutumu son zamanlarda ulusal ve uluslararası literatürde birçok çalışmaya konu olmuştur. Bu çalışmaların bir kısmında bireylerin dijital bankacılık kullanımına ilişkin tutumları incelenirken bir kısmında ise bu tutumu etkileyen faktörlerin neler olabileceği belirlenmeye çalışılmıştır. Bu çalışmalardan bazılarında aşağıda yer verilmiştir.

Sampaio, Ladeira ve Santini (2017) mobil bankacılığın sunduğu avantajlar ile müşteri memnuniyeti arasında bir ilişkinin olup olmadığını Brezilya, Hindistan ve ABD ülkelerinde gerçekleştirdikleri ve toplam 383 katılımcının dâhil olduğu bir anket çalışması ile incelemişlerdir. Elde edilen bulgulara göre, mobil bankacılığın sunduğu faydaların, müşteri memnuniyeti ile olumlu bir ilişkili içerisinde olduğu tespit edilmiştir.

Doğan ve Burucuoğlu (2018) gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarında ise mobil bankacılık hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine ve müşteri memnuniyetinin de tekrar kullanma niyeti üzerindeki etkisini 321 kullanıcının görüşünü baz alarak

incelemişlerdir. İnceleme sonucunda elde edilen bulgular; müşteri memnuniyetinin, mobil bankacılığın tekrar kullanımı üzerinde olumlu yönde ve güçlü bir etkiye sahip olduğunu kanıtlamıştır.

Zhang, Weng ve Zhu (2018) çalışmalarında, mobil bankacılığı kullanma niyetlerini etkileyen faktörleri 27 ülkeyi baz alarak incelemişlerdir. İnceleme sonucuna göre, algılanan fayda-risk-güvenilirlik, kolaylaştırıcı koşullar, performans beklentisi, yapısal güvence ve banka itibarı, sosyal etki ve hedonik motivasyon gibi faktörlerin, mobil bankacılık kullanım niyeti için öncül faktörler olduğu savunulmuştur.

Baabdullah, Alalwan, Rana, Kizgin ve Patil (2019) çalışmalarında, Suudi Arabistan'da gerçekleştirdikleri anket çalışmasıyla, mobil bankacılığın kullanımı, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakatini öngörebilecek faktörleri incelemişlerdir. Bu inceleme sonucunda, mobil bankacılık kullanımının hem müşteri memnuniyeti hem de sadakati yönünden oldukça kuvvetli bir öneme sahip olduğu tespit edilmiştir.

Merhi, Hone ve Tarhini (2019) çalışmalarında, Lübnan ve Birleşik Krallık 'ta mobil bankacılık hizmetlerini kullanma niyetini etkileyen faktörleri incelemiş ve 901 katılımcının bulunduğu anket çalışması gerçekleştirmişlerdir. Bunun sonucunda, tüketicinin mobil bankacılığı benimseme niyetinin, her iki ülke için de alışkanlık, güvenlik, mahremiyet ve güvenden etkilendiği belirlenmiştir.

Malaquias ve Hwang (2019) çalışmalarında, Brezilya ve ABD' de gerçekleştirilen anket çalışması yardımı ile mobil bankacılık kullanımında etkili olan faktörleri araştırmışlardır. Araştırma sonucunda, Brezilya'lı katılımcılar için mobil bankacılık kullanımının belirlenmesinde sosyal etkinin, ABD'li katılımcılar için ise kullanım kolaylığının önemli bir rol oynadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Aydın ve Onaylı (2020) çalışmalarında, bankacılık alanında gerçekleşen dijital dönüşüm ile değişen müşteri deneyiminin, müşterilerin tutumları üzerindeki etkisini PLS-SEM yöntemi ile incelemişlerdir. İnceleme sonucunda, kullanılabilirlik ve kullanım kolaylığının müşteri tatmini ve müşteri sadakati üzerinde pozitif yönde etkisi olduğunu belirlemişlerdir. Buna karşın, hız, güvenlik, müşteri desteği ve bilgi içeriği alt boyutlarının ise bir etkisinin bulunmadığını tespit etmişlerdir.

Akhter, Hossain ve Karim (2020) çalışmalarında, Bangladeş'te 91 kullanıcının bulunduğu anket çalışmasıyla mobil bankacılık hizmetlerini kullanma niyetini etkileyen faktörleri incelemişlerdir. İnceleme sonucunda, algılanan kullanılabilirlik, güvenlik ve teknoloji yetkinliği olmak üzere üç değişkenin belirleyici olduğu tespit edilmiştir.

Kaplan ve Korkmaz (2020) çalışmalarında, banka müşterilerinin dijital bankacılık kullanım niyetine etki eden faktörleri, 225 katılımcının dâhil olduğu bir anket çalışması ile incelemişlerdir. Çalışma sonucunda, algılanan kullanılabilirlik-güven-fayda gibi değişkenlerin dijital bankacılık kullanım niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu sonucunu ortaya koymuşlardır.

Oanh Thi Nguyen (2020) çalışmasında, Vietnam'da dijital bankacılığı kullanma niyetini etkileyen faktörleri ele almış ve 201 katılımcının dahil olduğu bir anket

çalışması gerçekleştirmişlerdir. Bu kapsamda elde ettikleri verileri, çok değişkenli veri analiz teknikleri ile incelemişlerdir. İnceleme sonucunda, algılanan faydanın, dijital banka kullanma tutumu ve niyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Özkan ve Al-Futaih (2020) çalışmalarında, mobil bankacılık hizmetini kullanan banka müşterilerinin memnuniyetini ve bu memnuniyet ile ilişkili faktörleri ele almış ve 256 kişiye uygulanan anket çalışmasından elde edilen verileri korelasyon analizi ile test etmişlerdir. Çalışma sonucunda, mobil bankacılığa ilişkin müşteri memnuniyeti ile mobil bankacılık müşteri sadakati, mobil bankacılık kullanım avantajları, mobil bankacılık pozitif ağızdan ağıza pazarlama ve mobil bankacılık müşteri hizmetleri arasında pozitif yönde olumlu bir ilişkinin olduğunu tespit etmişlerdir.

Singh, Sinha ve Liébana-Cabanillas (2020) çalışmalarında, Hindistan’da mobil bankacılık kullanımını etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla 206 katılımcının dâhil olduğu bir anket çalışması gerçekleştirmişlerdir. Elde edilen sonuçlar, Kullanım kolaylığının, algılanan riskin, tutumun, kullanıcının niyeti üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu kanıtlamaktadır.

Noyan ve Gavcar (2020) çalışmalarında, dijital Bankacılık ürünlerinin kullanımında müşterilerin memnuniyetlerine etki eden faktörleri incelemek amacıyla Muğla ilinde ikamet eden 170 katılımcının dâhil olduğu bir anket çalışması gerçekleştirmişlerdir. Bu anket çalışması sonucunda, müşteri memnuniyetini etkileyen en önemli unsurun güven unsuru olduğunu tespit etmişlerdir.

Picoto ve Pinto (2020) çalışmalarında, Brezilya, Hindistan, Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri’nin verilerini kullanarak mobil bankacılık kullanım niyetlerini etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Araştırma sonucunda, güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, bireycilik-toplulukçuluk, erkeklik-kadınlık ve uzun/kısa dönem yönelimi faktörlerinin mobil bankacılık kullanımı üzerinde önemli bir rol oynadığı tespit edilmiştir.

Ulusoy ve Demirel (2021) 2006-2020 yılları arasındaki üçer aylık verilerin doğrusal regresyon yöntemi kullanılarak test edilmesi ile toplam dijital bankacılık uygulamaları kullanımının banka şube sayısı ve banka personel sayısı üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Bunun sonucunda, ilerleyen dönemlerde dijital bankacılık uygulamaları kullanan kişi sayısının artmasıyla bankaların şube sayısında ve çalışan personel sayısında bir azalmanın meydana geleceğini öngörmüşlerdir.

Demirez, Gür ve Özeltürkay (2021) çalışmalarında, “açık bankacılık” kavramı çerçevesinde, bankacılık sektöründeki dijital dönüşümü ve teknolojik inovasyonları araştırmışlardır. Bunun sonucunda açık bankacılığın, sektörün dijitalleşme serüveninde geçmişten bugüne en büyük yenilik olarak değerlendirilebileceği ve bankacılık sektörünü değiştirebileceği savunulmuştur.

Balkan (2021) çalışmasında, belirtilen gelişmeler ve düzenlemeler ile diğer ülkelerin dijital bankacılığa ilişkin lisanslama ve regülasyon yaklaşımlarını incelemiştir. Türkiye’de de dijital bankacılıkla çok yakından ilgili regülasyonların yapıldığını, özel olarak dijital bankacılık lisanslamasına yönelik hedeflerin belirlendiğini savunmaktadır.

3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışma kapsamında, bireylerin dijital bankacılık kullanımlarına ilişkin tutumları ele alınmış ve bireylerin dijital bankacılık kullanımına ilişkin tutumlarına etki eden faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda bireylerin dijital bankacılık kullanımına ilişkin tutumuna etki ettiği düşünülen üç faktör belirlenmiştir. Bunlar sırasıyla (1) Bireylerin kullanmış olduğu dijital bankacılık hizmetlerine ilişkin deneyimlerini ifade eden Memnuniyet faktörü, (2) Bireylerin dijital bankacılık hizmetlerine ilişkin sahip oldukları algıyı ifade eden Algı faktörü, (3) Bireylerin dijital bankacılık hizmetlerinin ne derecede güvenilir olduğuna ilişkin algısını ifade eden Risk faktörüdür. Belirlenen bu faktörlere ilişkin ölçeklerin oluşturulmasında; Okazaki ve Mendez (2013), Mbama (2018) ve Fettahoğlu ve Kıldize (2019) çalışmalarından faydalanılmıştır.

Çalışmada Gaziantep ilinde ikamet eden ve tesadüfî örnekleme yöntemine göre seçilmiş olan katılımcıların anket formlarını doldurmaları sağlanmış ve bunun sonucunda eksiksiz olarak doldurulan toplam 127 anket formu değerlendirilmeye alınmıştır. Bu sayede elde edilen veriler çoklu doğrusal regresyon analizi yardımı ile test edilmiş olup elde edilen bulgular yorumlanmıştır. Gerçekleştirilen analizlere ilişkin sonuçlar ve yorumlar söz konusu örneklem için geçerli olup çalışmanın kısıtını oluşturmaktadır.

4. Bulgular

Çalışmakapsamında bireylerin dijital bankacılık kullanımlarına ilişkin tutumlarına etki ettiği düşünülen Memnuniyet, Algı ve Risk faktörleri ile bireylerin dijital bankacılık kullanımına ilişkin tutumları arasındaki ilişki ele alınmış ve bu ilişkinin ortaya konulması amacıyla verilerin analizi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen analizler neticesinde elde edilen bulgulara bu bölümde yer verilmiştir.

4.1. Demografik Özellikler

Anket çalışmasına dâhil olan katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler aşağıda yer alan tablo 1’de verilmektedir.

Tablo 1: Demografik Özellikler

Demografik Özellikler		N	%
Cinsiyet	Erkek	54	42.52
	Kadın	73	57.48
	Toplam	127	100
Yaş Aralığı	18-25	14	11.02
	26-35	52	40.94
	36-45	24	18.90
	46-55	4	3.15
	56+	33	25.98
	Toplam	127	100
Eğitim Durumu	İlköğretim Mezunu	50	39.37
	Lise Mezunu	28	22.05
	Üniversite Öğrencisi	11	8.66
	Üniversite Mezunu	38	29.92
	Toplam	127	100
Gelir Durumu	2000 TL'den az	27	21.26
	2000-3999 TL	19	14.96
	4000-5999 TL	30	23.62
	6000-7999 TL	29	22.83
	8000 TL ve Üzeri	22	17.32
	Total	127	100
Kullanılan Dijital Bankacılık Türü	İnternet Bankacılığı	27	21.26
	Mobil Bankacılık	57	44.88
	İnternet ve Mobil Bankacılık	43	33.86
	Toplam	127	100
Kullanılan Dijital Bankacılık Hizmet Sayısı	En az 1 hizmet türü	13	10.24
	2 farklı hizmet türü	21	16.54
	3 farklı hizmet türü	7	5.51
	4 farklı hizmet türü	26	20.47
	5 farklı hizmet türü	25	19.69
	6 ve üzeri hizmet türü	35	27.56
	Toplam	127	100

Tablo 1'de verilen sonuçlara göre anketi cevaplayan katılımcıların %57,48'nin kadın, %42,52'sinin ise erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş grubu incelendiğinde ise anketi cevaplayanların yaklaşık %41'nin 26-35 yaş grubu içerisinde yer aldığı bunu ise yaklaşık %26'lık bir oranla 56 yaş üzeri grubun takip ettiği tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde %39,37 ile ilköğretim mezunlarının ilk sırada yer aldığı bunu ise yaklaşık %30 ile üniversite mezunlarının takip ettiği belirlenmiştir. Gelir gruplarına ilişkin dağılımda ise

%23,62 ile 4000-5999TL gelir grubunun ilk sırada yer aldığı bunu ise %22,83 oranı ile 6000-7999TL ve %21,26 oranı ile 2000TL'den daha az bir gelire sahip olan gelir gruplarının takip ettiği tespit edilmiştir. Katılımcıların hangi dijital bankacılık türünü kullandığına ilişkin veriler incelendiğinde ise %44,88 ile mobil bankacılığın ön plana çıktığı görülmektedir. Ayrıca, çalışma kapsamında katılımcıların dijital bankacılık hizmetlerinden ne derece faydalandığını belirlemek adına bir soru yöneltilmiş ve katılımcıların %27,56'sının 6 ve daha fazla dijital bankacılık hizmetinden yararlandığı belirlenmiştir.

4.2. Normallik Testi

İstatistiksel bir çalışmada, birçok testin yapılabilmesi için verilerin dağılımının normal veya normale yakın olması gerekmektedir. Bu nedenle, gerçekleştirilen çalışmalarda problemlerin açıklığa kavuşturulabilmesi ve doğru analiz yöntemlerinin belirlenmesi için normallik testleri uygulanmaktadır. Verilerin dağılımının normallik göstermesi halinde, oluşturulan hipotezlerin test edilmesinde T-Testi, Anova Testi ve Regresyon testleri gibi parametrik testlerden yararlanılırken, normal dağılımın belirlenemediği durumlarda ise Kruskal-Wallis Testi, Mann-Whitney Testi veya Wilcox Testi gibi parametrik olmayan testlerden yararlanılmaktadır.

Tablo 2: Normallik Testleri

Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk			
İstatistik	Sd	İstatistik	Sd	İstatistik	Sd
,178	127	,000	,896	127	,000

Bu çalışma kapsamında elde edilen verilerin dağılımının incelenmesinde ise literatürde oldukça yaygın bir şekilde kullanılan Kolmogorov-Smirnov (K-S) ve Shapiro-Wilk testlerinden faydalanılmıştır. Bu testlere ait sonuçlar yukarıda yer alan Tablo 2'de gösterilmektedir. Buna göre, gerçekleştirilen testler sonucunda, Kolmogorov -Smirnov testi için 0,011 ve Shapiro-Wilk testi için ise 0,000 anlamlılık düzeyleri tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuçlar her iki testinde anlamlı olduğunu ve verilerin normal dağılım göstermediğini belirtmektedir. Ancak verilerin dağılımının tespit edilmesinde yararlanılan diğer bir yöntem olan çarpıklık ve basıklık değerlerinin incelenmesi neticesinde, elde edilen bulgular çarpıklık değerinin -0,725 ve basıklık değerinin 0,703 olarak hesaplandığını göstermektedir. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin %5 güven aralığında ± 2.58 , %1 güven aralığında ise ± 1.96 istatistik değer aralığına sahip olması beklendiği (Liu, Marchewka, Lu ve Yu, 2005) ve hesaplanan çarpıklık ve basıklık değerlerinin bu beklentiyi karşıladığı düşünüldüğünde elde edilen bulgular ışığında verilerin normal dağıldığı kabul edilmektedir.

4.3. Keşfedici Faktör Analizi

Keşfedici faktör analizi, değişkenlerin tanımlanması, tanımlanan değişkenlerin özetlenmesi ve değişkenler üzerinde çalışılabilmesi için ele alınacak faktörlerin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen bir analiz türüdür (Gürbüz ve Şahin, 2014).

Çalışma kapsamında, bireylerin dijital bankacılık kullanımlarına ilişkin tutumları üzerine etki ettiği düşünülen faktörlerin belirlenmesine yönelik olarak 5'li likert ölçeği ile hazırlanmış olan ifadeler değerlendirilmektedir. Öncelikle keşfedici faktör analizinin uygulanması için çalışma kapsamında elde edilen verilerin uyumunun test edilmesi gerekmektedir. Bunun için Barlett testi ve Kaiser-Mayer-Olkin(KMO) testinden yararlanılmış ve elde edilen sonuçlar tabloda verilmiştir.

Tablo 3: Barlett Küresellik Testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Uygunluk Testi

KMO ve Bartlett Testi		Değer
Kaiser-Meyer-Olkin Measure Örneklem Uyum Testi.		,861
	Ki kare	2315,641
Bartlett Testi	Sd	120
	Anlamlılık	,000

Yukarıdaki Tablo 3’de verilen sonuçlara göre, verilerin birbiriyle ilişkili olup olmadığını gösteren Barlett testi değeri 2315,641 olarak hesaplanmış ve bu değer in istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. Örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygunluğunun incelendiği KMO testinin ise 0,861 olarak hesaplandığı tespit edilmiştir. Buna göre test istatistiklerinin uyumunun mükemmel olduğu ve verilerin faktör analizi için uygun olduğu ifade edilebilmektedir.

Tablo 4: Ölçeğin Faktörlerinin Açıklandığı Varyans Oranları

İfade	Başlangıç Özdeğer			Karesi Alınmış Toplamların Faktör Analizinden Sonra			Varimax Rotasyonundan Sonra		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	9,873	61,704	61,704	9,873	61,704	61,704	6,900	43,123	43,123
2	2,510	15,685	77,389	2,510	15,685	77,389	3,754	23,464	66,587
3	1,041	6,504	83,893	1,041	6,504	83,893	2,769	17,306	83,893
4	,349	2,181	86,074						
5	,330	2,063	88,138						
6	,303	1,893	90,031						
7	,260	1,626	91,657						
8	,250	1,565	93,222						
9	,203	1,266	94,488						
10	,189	1,183	95,671						
11	,172	1,076	96,747						
12	,148	,922	97,669						
13	,112	,700	98,369						
14	,107	,666	99,035						
15	,080	,502	99,537						
16	,074	,463	100,000						

Çalışma kapsamında kullanılan verilerin uygunluğunun incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen faktör analizi neticesinde faktörlerin döndürme öncesi ve döndürme

sonrası toplam açıklanan varyans miktarları Tablo 4’de verilmektedir. Buna göre özdeğerleri 1’den büyük olan toplam üç faktörün tespit edildiği ve bu üç faktör ile veri kümesinin içerisindeki toplam değişimin %83,893’nün açıklanabildiği belirlenmiştir.

Tablo 5: Faktörlere Ait İlişki Değerleri

	Faktörler		
	1	2	3
Dijital bankacılık ile bankacılık hizmetlerine erişim daha hızlıdır.		,840	
Dijital bankacılık, şubelerdeki bankacılıklara kıyasla bana zaman kazandırmaktadır.		,866	
Dijital bankacılık hizmetleri benim için uygundur.		,906	
Dijital bankacılık hizmetlerini kullanmaktan keyif alıyorum.		,857	
Bankamın dijital bankacılık hizmetleri aracılığıyla edindiğim genel müşteri deneyiminden memnunuz.	,863		
Bankamın dijital bankacılık hizmetleri aracılığıyla ürün satın almaya devam edeceğim	,827		
Bankam, gereksinimlerimi dijital bankacılık aracılığıyla anlıyor.	,840		
Bankamın dijital bankacılık hizmetleri kullanıcı dostudur.	,806		
Bankamın dijital bankacılık hizmetlerinde gezinmek kolaydır.	,808		
Bankam tarafından sağlanan çevrimiçi bilgiler açıktır.	,856		
Bankamın sunduğu dijital bankacılık hizmetlerinin genel kalitesinden memnunuz.	,871		
Bankam dijital bankacılık hizmet beklentilerimi karşılıyor.	,803		
Dijital bankacılık hizmetleri ihtiyaçlarım için yeterli	,895		
Bankamın dijital bankacılık hizmetleri tamamen güvenilirdir.			,817
Bankamın dijital bankacılık hizmetleri siber risk içermemektedir.			,819
Bankam beni dijital bankacılık dolandırıcılığından korumaktadır			,839

Yukarıda yer alan Tablo 5’de ise döndürülmüş bileşenler matrisi sonuçları verilmektedir. Döndürme işlemi sonrasında oluşturulan ifadelerin hangi faktörlere yüklendikleri ve bu ifadelerle ilişkin faktör yük değerleri bu tabloda yer almaktadır. Buna göre, başlangıçta 3 faktör ve 18 ifadeden oluşan ölçek, döndürme işlemleri sonrasında oluşan çapraz yüklenmeler ve faktör yüklerinin düşük olması nedeni ile çıkarılan bazı ifadeler sonrasında 3 faktör ve 16 ifade olarak düzenlenmiştir. Tabloya göre ilk faktörü Memnuniyet oluştururken, bu boyut altında toplam dokuz ifade yer almaktadır. Memnuniyet faktörü altında yer alan ifadelerin tamamının faktör yüklerinin 0,5’ten büyük olduğu görülmektedir. Bu faktörü sırasıyla; Algı ve Risk faktörleri takip etmekte olup, faktörler altındaki ifadelerinde yüklerinin oldukça iyi bir düzeyde olduğu görülmektedir.

4.4. Güvenirlilik Analizi

Ölçeğin yapısal geçerliliğinin KFA ile belirlenmesinin ardından oluşturulan ölçeklerin gerçekleştirdikleri ölçümlerinin tutarlı olup olmadığı test edilmektedir. Bu kapsamda kullanılan en yaygın analiz, güvenilirlik analizidir (Gürbüz ve Şahin, 2014).

Tablo 6: Faktörlere Ait Güvenirlilik Alfa Katsayıları

Değişkenler	Memnuniyet	Algı	Risk	Genel
Cronbach Alpha	0,847	0,829	0,850	0,866

Çalışma kapsamında belirlenen faktörlere ilişkin oluşturulan ölçeklerin her birisinin ayrı ayrı test edilmesi neticesinde, elde edilen Cronbach Alpha katsayılarının Memnuniyet faktörü için 0.847, Algı faktörü için 0.829 ve Risk faktörü için 0.850 olarak hesaplandığı tespit edilmiştir. Ölçeği oluşturan ve aynı küme içerisinde yer alan soruların birbirleriyle olan uyumunu ölçen bu testin sonucunda elde edilen Cronbach Alpha değerinin 0.80–1.00 arasında olması soruların birbiriyle uyumunun oldukça yüksek bir düzeyde olduğunun bir kanıtı olarak kabul edilmektedir (Hair, Anderson, Tatham ve Black, 1995). Buna göre elde edilen bulgular, çalışma kapsamında incelenen faktörlere ilişkin oluşturulan ölçeklerin tamamının uyumunun ve güvenilirliğinin yüksek olduğuna işaret etmektedir.

4.5. Regresyon Analizi

Bu çalışmada, Memnuniyet, Algı ve Risk değişkenlerinin, bireylerin dijital bankacılık kullanımlarına ilişkin tutumları ile olan ilişkisi etkisi test edilmektedir. Bu kapsamda, belirlenen bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin incelenmesinde çoklu doğrusal regresyon analizinden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda, gerçekleştirilen regresyon analizine ilişkin bulgular aşağıda verilmektedir.

Tablo 7: Korelasyon Tablosu

		Tutum	Memnuniyet	Algı	Risk
Pearson Korelasyon	Tutum	1,000	,654	,646	,873
	Memnuniyet	,654	1,000	,487	,611
	Risk	,873	,611	,647	1,000
	Algı	,646	,487	1,000	,647
Anlamlılık Düzeyi	Tutum	.	,000	,000	,000
	Memnuniyet	,000	.	,000	,000
	Risk	,000	,000	,000	.
	Algı	,000	,000	.	,000
N	Tutum	127	127	127	127
	Memnuniyet	127	127	127	127
	Risk	127	127	127	127
	Algı	127	127	127	127

Modele dahil edilen bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasındaki korelasyon düzeylerinin verildiği Tablo 7’de görüldüğü üzere; bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken ile olan korelasyon düzeyleri sırasıyla Memnuniyet değişkeni için 0,654, Algı değişkeni için 0,646 ve Risk değişkeni için ise 0,873 olarak hesaplanmıştır. Buna göre Memnuniyet ve Algı değişkenleri bağımlı değişkenle orta düzeyde bir korelasyona sahip iken Risk değişkeninin bağımlı değişkenle yüksek düzeyde bir korelasyona sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, bağımsız değişkenlerin birbirleriyle olan korelasyon düzeylerinin de orta düzeyde olduğu ve 0,80’nin altında olduğu belirlenmiştir. Zira bağımsız değişkenlerin kendi aralarındaki korelasyon düzeyinin 0,80’nin üzerinde olması çoklu bağımlı probleminin bir göstergesi olması nedeniyle arzu edilen bir durum değildir. Dolayısı ile elde edilen korelasyon düzeylerinin modelde çoklu bağımlı problemine işaret etmediği görülebilmektedir.

Tablo 8: Model Özeti

Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahminin Standart Hatası
1	,890 ^a	,792	,787	,48472

Gerçekleştirilen çoklu doğrusal regresyon analizine ilişkin model özeti yukarıda yer alan tablo 8’de verilmektedir. Buna göre, doğrusal regresyon modellerinde, modelin tahmin performansını temsil eden ölçüt olarak kabul edilen düzeltilmiş R² değerinin 0,787 olarak hesaplandığı görülmektedir. Elde edilen bu sonuç modele bağımsız değişken olarak dâhil edilmiş olan Memnuniyet, Algı ve Risk faktörlerinin bağımlı değişkendeki değişimin %78,7’sini açıkladığını göstermektedir.

Tablo 9: Anova Tablosu

Model	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p
Regresyon	110,151	3	36,717	156,276	,000 ^b
Hata	28,899	123	,235		
Toplam	139,050	126			

Oluşturulan regresyon modelinin bir bütün olarak anlamlı olup olmadığını gösteren Anova tablosu incelendiğinde ise hesaplanan F değerinin 156,276 olduğu ve bu sonucun istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 10: Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Standart Olamayan Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar			Çoklu Doğrusallık İstatistikleri	
	B	Standart Hata	Beta	t	P	Tolerans	VIF
Sabit	,002	,179		,009	,993		
Memnuniyet	,185	,055	,176	3,346	,001	,612	1,633
Risk	,681	,063	,692	11,510	,000	,467	2,142
Algı	,148	,072	,113	2,069	,041	,568	1,759

Gerçekleştirilen çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda, elde edilen parametre değerleri ve bunlara ilişkin t değerleri yukarıda yer alan tablo 10’da verilmektedir. Buna göre modele dâhil edilen her üç değişkenin de bağımlı değişken üzerinde pozitif yönde bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Ancak, Tablo 10’da da görüleceği üzere özellikle Risk değişkeninin hesaplanan 0,681 katsayı değeri ile diğer iki bağımsız değişkene göre etkisinin çok daha büyük olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre bireyin dijital bankacılık faaliyetlerinin güvenilirliğine ilişkin risk algısının 1 birim yükselmesi, bireyin dijital bankacılık kullanımına ilişkin tutumunun 0.681 birim artmasına neden olacaktır. Bunu sırasıyla 0,185 katsayı değeri ile Memnuniyet değişkeni ve 0,148 değeri ile Algı değişkeninin takip ettiği görülmektedir. Elde edilen bu sonuçlara ilişkin anlamlılık düzeyleri incelendiğinde ise her üç değişkene ilişkin hesaplanan katsayı değerlerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, modelde çoklu doğrusal bağlantı sorunu olup olmadığı incelenmiş ve elde edilen Tolerans ve VIF değerleri neticesinde modelde çoklu bağlantı sorununun olmadığı belirlenmiştir.

5. Sonuç

Hızla gelişen ve değişen teknoloji ile birlikte birçok sektörde dönüşüm içerisine girmekte ve bu teknolojik gelişmelere ayak uydurmaya çalışmaktadır. Bu doğrultuda, birçok sektörde teknolojik gelişmelere yönelik ciddi yatırımlar yapılmaktadır. Bankacılık sektörü de teknolojiye en çok yatırım yapan sektörlerin başında gelen bir sektör olarak dikkat çekmektedir. Bu kapsamda, verimliliği artırmak ve işlem maliyetlerini en aza indirmek isteyen bankacılık sektörü, müşterilerine, şubeye gitmeden birçok işlemi dijital ortamda gerçekleştirebileceği bir hizmet türü olarak dijital bankacılık hizmetini sunmaya başlamıştır. Son yıllarda, akıllı telefonların ve mobil uygulamaların hızla gelişmesi ve yoğun kullanılması ile birlikte bireylerin dijital bankacılık kullanımı da yaygınlaşmıştır. Özellikle pandemi sürecinde, sosyal mesafenin önemli olduğu ve farklı dönemlerde bireylerin eve kapanmak zorunda kaldığı koşullar altında dijital bankacılık işlemleri çok daha cazip hale gelmiştir.

Günümüzde artık bireyler bankada veya ödeme merkezlerinde sıra bekleyerek gerçekleştirmeye çalıştıkları birçok işlemi, gerek mobil bankacılık uygulamaları

ile, gerekse internet bankacılığı işlemleri ile çok daha hızlı ve konforlu bir şekilde gerçekleştirebilmektedir. Ancak dijital bankacılığın bireylere sunmuş olduğu bu avantajların yanı sıra bazı dezavantajlara da sahip olduğu düşünülmektedir. Bunların başında güvenlik sorunlarından kaynaklanan bazı riskler gelmektedir. Özellikle, son zamanlarda görsel veya yazılı basında yer alan, bireylerin banka hesaplarına bir şekilde ulaşıldığı ve bireylerin bilgisi dışında hesapların boşaltıldığına ilişkin haberler dikkat çekmektedir. Bu durum ise dijital bankacılık hizmetlerinin sağlamış olduğu tüm avantajlara rağmen bireylerin dijital bankacılık hizmetlerine şüphe ile yaklaşmalarına neden olmaktadır. Bunun yanı sıra farklı faktörlerinde bireylerin dijital bankacılık kullanımına ilişkin tutumu üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir.

Bu kapsamda, bireylerin dijital bankacılık kullanımlarına ilişkin tutumları ele alınmış ve bireylerin dijital bankacılık kullanımına ilişkin tutumlarına etki eden faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, Gaziantep ilinde gerçekleştirilen bir anket çalışması ile bu bölgede ikamet eden ve tesadüfî örnekleme yöntemine göre seçilmiş olan 127 katılımcının dahil olduğu çalışma neticesinde elde edilen veriler değerlendirmeye alınmıştır.

Çalışma kapsamında, bireylerin dijital bankacılık kullanımlarına ilişkin tutumlarına etki ettiği düşünülen Memnuniyet, Algı ve Risk faktörleri ile bireylerin dijital bankacılık kullanımına ilişkin tutumları arasındaki ilişki gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda elde edilen veriler yardımı ile incelenmiştir. Verilerin analizinde çoklu regresyon analizi yöntemi kullanılmış ve analiz neticesinde elde edilen bulgular yorumlanmıştır. Çalışmanın analiz aşaması üç aşamada değerlendirilmektedir. Buna göre ilk aşamada katılımcıların demografik özellikleri, ikinci aşamada ölçüğe ilişkin faktör analizleri ve geçerlilik testleri ve son aşamada ise çoklu regresyon analizi sonuçları incelenmektedir. Bu aşamalarda gerçekleştirilen değerlendirmeler aşağıda kısaca özetlenmektedir.

Çalışma kapsamına dâhil edilen katılımcılara ilişkin bazı demografik özellikler şu şekildedir; katılımcıların %57,48'nin kadın, %42,52'sinin ise erkek olduğu, katılımcıların yaş grubunda ise yaklaşık %41'lik bir oranla 26-35 yaş grubunun ön plana çıktığı görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde %39,37 ile ilköğretim mezunlarının ilk sırada yer aldığı bunu ise yaklaşık %30 ile üniversite mezunlarının takip ettiği belirlenmiştir. Gelir gruplarında ise daha dengeli bir dağılım olduğu görülmekle beraber %23,62 ile 4000-5999TL gelir grubunun ilk sırada yer aldığı belirlenmiştir. Ayrıca, katılımcıların hangi dijital bankacılık türünü daha çok kullandığına ilişkin veriler incelendiğinde %44,88 ile mobil bankacılığın ön plana çıktığı ve katılımcıların dijital bankacılık hizmetlerini değerlendirebilecek yeterli düzeyde deneyime sahip oldukları tespit edilmiştir.

Oluşturulan ölçekler üzerinde gerçekleştirilen faktör analizi sonrasında oluşturulan ifadelerin hangi faktörlere yüklendikleri ve bu ifadelerle ilişkin faktör yük değerleri belirlenmiştir. Buna göre, başlangıçta 3 faktör ve 18 ifadeden

oluşan ölçek, döndürme işlemleri sonrasında oluşan çapraz yüklenmeler ve faktör yüklerinin düşük olması nedeni ile çıkarılan bazı ifadeler sonrasında 3 faktör ve 16 ifade olarak düzenlenmiştir. Bunun sonucunda, ilk sırayı Memnuniyet faktörü alırken bunu sırasıyla; Algı ve Risk faktörlerinin takip ettiği tespit edilmiş olup, belirlenen faktörler altındaki ifade yüklerinin tamamının oldukça iyi bir düzeyde olduğu belirlenmiştir. Ayrıca gerçekleştirilen güvenilirlik analizi neticesinde elde edilen bulgular, faktör analizi ile belirlenmiş olan bu üç faktöre ilişkin ölçeklerin tamamının uyumunun ve güvenilirliğinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Gerçekleştirilen çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda, ise modele dâhil edilen her üç değişkenin de bağımlı değişken üzerinde pozitif yönde bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Ancak, özellikle Risk değişkeninin hesaplanan 0,681 katsayı değeri ile diğer iki bağımsız değişkene göre etkisinin çok daha büyük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre bireyin dijital bankacılık faaliyetlerinin güvenilirliğine ilişkin risk algısının 1 birim yükselmesi, bireyin dijital bankacılık kullanımına ilişkin tutumunun 0,681 birim artmasına neden olmaktadır. Bunu sırasıyla 0,185 katsayı değeri ile Memnuniyet değişkeni ve 0,148 değeri ile Algı değişkeninin takip ettiği görülmektedir. Elde edilen bu sonuçlara ilişkin anlamlılık düzeyleri incelendiğinde ise her üç değişkene ilişkin hesaplanan katsayı değerlerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte, modelde çoklu doğrusal bağlantı sorununun olmadığı elde edilen Tolerans ve VIF değerleri ile doğrulanmıştır.

Gerçekleştirilen bu çalışma ile birlikte bireylerin dijital bankacılık kullanımına ilişkin tutumu üzerinde memnuniyet, risk ve algı faktörlerinin etkili olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda bireylerin dijital bankacılık kullanımında güvenlik ihtiyacının diğer faktörlere oranla çok daha fazla ön plana çıktığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda dijital bankacılık hizmeti sunan bankacılık sektörünün, müşterilerinin güvenlik kaygılarını gidermeye yönelik çalışmalar yapması ve bu çalışmalarını onlara farklı platformlar aracılığı ile anlatma çabası üzerine yoğunlaşması önerilmektedir. Bu sayede bireylerin dijital bankacılık işlemlerine olan güveninin artması ve daha fazla müşterinin dijital bankacılık işlemlerine yönelmesi sağlanacak olup bankaların karlılığının artmasına imkân tanınabilecektir. Ayrıca dijital bankacılık hizmet çeşitlerinin neler olduğuna dair bilgilendirme faaliyetlerinin ve müşteri memnuniyetine yönelik faaliyetlerin geliştirilmesinin de dijital bankacılık kullanımına ilişkin önemli katkı sağlayacağı düşünülmekte olup sektör yöneticilerine bu alanlarda yürütmekte oldukları mevcut çalışmalarını iyileştirerek sürdürmeleri tavsiye edilmektedir.

Kaynakça

- Akhter, A., Hossain, M. U., & Karim, M. M. (2020). Exploring customer intentions to adopt mobile banking services: Evidence from a developing country. *Banks and Bank Systems*, 15(2), 105.
- Aksu, A. E., & Çal, Y. (2020). Mobil bankacılık uygulamalarının sadakat tutumuna etkisi: Nicel bir araştırma. *Bahkesir University Journal of Social Sciences Institute*, 23(44).
- Aydın, S., & Onaylı, E. (2020). Bankacılıkta dijital dönüşümle değişen müşteri deneyimi: Müşteri sadakati, memnuniyeti ve tavsiye eğilimine yansımaları. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(3), 645-663.
- Baabdullah, A. M., Alalwan, A. A., Rana, N. P., Kizgin, H., & Patil, P. (2019). Consumer use of mobile banking (M-Banking) in Saudi Arabia: Towards an integrated model. *International Journal of Information Management*, 44, 38-52.
- Balkan, H. (2021). Dijital (şubesiz) bankaların regülasyonu. *Bankacılar Dergisi*, 118, 124-142.
- Bayraktaroglu, A. (2012). Bireylerin internet bankacılığı kullanımını etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine bir alan araştırması, *Business and Economics Research Journal*, 3(4), 57.
- Demirez, D., Gür, D., & Özeltürkay, E. Y. (2021). Bankacılık Sektöründe Dijital Dönüşüm: Açık Bankacılık ve Uygulamalarına İlişkin Kavramsal Bir Araştırma. *Journal of The Faculty of Applied Sciences of*, 1(1), 10-28.
- Doğan, H., & Burucuoğlu, M. (2018). Tüketicilerin Mobil Bankacılık Hizmet Kalitesi Algıları ve Tekrar Kullanma Niyetleri: Ampirik Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(4), 1183-1198.
- Emre, P., & Kartal, B. (2010). Banka müşterilerinin internet bankacılığı ile ilgili tutumlarına yönelik bir pilot araştırma. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 43-61.
- Fettahoğlu, S., & KILDIZE, D. (2019). Dijital finansal okuryazarlık ve bireylerin finansal teknoloji kullanma konusundaki tutumları. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 12, 867-889.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2014). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. *Ankara: Seçkin Yayıncılık*, 271.
- Hair Jr, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995). *Multivariate Data Analysis with Readings*, "Fourth Edition, Prentice-Hall International, Inc.
- Kaplan, M., & Korkmaz, C. İ. (2020). Dijital Bankacılık Kullanım Niyetine Etki Eden Faktörler Üzerine Bir Araştırma. *Management and Political Sciences Review*, 2(2), 69-85.
- Koçak, S. B., & Özbek, C. Y. (2019). Banka müşterilerinin internet bankacılığı algısı ve hizmetlerine dönük görüşleri üzerine bir araştırma: Burdur İli Bucak İlçesi Örneği. *Journal of Banking and Financial Research*, 6(2), 87-99.
- Liu, C., Marchewka, J. T., Lu, J., & Yu, C. S. (2005). Beyond concern—a privacy-trust-behavioral intention model of electronic commerce. *Information & Management*, 42(2), 289-304.
- Malaquias, R. F., & Hwang, Y. (2019). Mobile banking use: A comparative study with Brazilian and US participants. *International Journal of Information Management*, 44, 132-140.
- Mbama, C. I. (2018). *Digital banking services, customer experience and financial performance in UK banks*. Sheffield Hallam University (United Kingdom).
- Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. (2019). A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust. *Technology in Society*, 59, 101151.
- Noyan, E., & Gavcar, E. (2020). Dijital Bankacılıkta Müşteri Memnuniyetinin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ile Değerlendirilmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(4), 2349-2363.
- Okazaki, S., & Mendez, F. (2013). Exploring convenience in mobile commerce: Moderating effects of gender. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1234-1242.

- Özcan, H. P., Çelik, Ş. S., & Alper, Ö. (2019). Bireysel müşterilerin mobil bankacılık kullanım niyetini etkileyen faktörler. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 475-506.
- Özğüven, N. (2011). Tüketicilerin online alışverişe karşı tutumları ile demografik özellikleri arasındaki ilişkinin analizi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2011(2), 47-54.
- Özkan, B., & Al-Futaih, A. A. (2020). Mobil Bankacılık Kullanımında Müşteri Memnuniyeti İle İlişkili Faktörlerin Değerlendirilmesi. *Turkish Journal of Marketing*, 5(3), 222-238.
- Picoto, W. N., & Pinto, I. (2021). Cultural impact on mobile banking use—A multi-method approach. *Journal of Business Research*, 124, 620-628.
- Sampaio, C. H., Ladeira, W. J., & Santini, F. D. O. (2017). Apps for mobile banking and customer satisfaction: a cross-cultural study. *International Journal of Bank Marketing*.
- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50, 191-205.
- Söylemez, C., & Taşkın, E. (2020). Tüketicilerin mobil bankacılık uygulamalarını kullanma niyetini etkileyen faktörler: Uluslararası bir karşılaştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15(2), 411-436.
- Ulusoy, A. ve Demirel S. (2021) Bankacılık Sektöründe Dijital Dönüşümün İstihdam Üzerine Etkisi. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 10(27), 256-267.
- Zavolokina, L., Dolata, M and Schwabe, G. (2016). FinTech-what's in a name?, *Proceedings in International Conference on Information Systems*, Dublin, 11-14 December, 1-19.
- Zhang, Y., Weng, Q., & Zhu, N. (2018). The relationships between electronic banking adoption and its antecedents: A meta-analytic study of the role of national culture. *International Journal of Information Management*, 40, 76-87.

DIJİTAL VATANDAŞLIK

Abdülhakim Bahadır DARI¹ & Şakir GÜLER²

1. Giriş

Günümüz toplumları için internet ve internet uzantılı ağların önemi hayatidir. Toplum yaşamında ağ uzantılı hizmetlerin içselleştirilmesi bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişimi de hızlandırmıştır. Böylece karşılıklı bir etkileşim meydana gelerek gerek teknolojik tabanda gerek insan yaşamında önemli evrilmeler yaşanmıştır. İletişim teknolojisinde yaşanan gelişmeler toplumların yaşantılarını dönüştürerek, bu ağlarda bireylerin kimlik/aidiyet/varoluş profillerini yeniden tanımlanmasına sebep olmuştur (Odabaşı, 2007: 504). Kendilerini birer dijital birey olarak ifade etme imkânına kavuşan insanlar, yüz yüze gerçekleştirebildikleri çoğu işlemi artık dijital ortamlarda da yapabileme imkanına erişmiştir (Mossberger vd., 2012; Choi, 2016; Gleason ve Von, 2018: 201-207).

Bu bağlamda iletişimin de dijitalleşmesiyle beraber bilişim çağı olarak ifade edilen yeni bir çağa girildiği vurgulanmaktadır. İçinde yaşadığımız bu çağda, bilgi ve iletişim teknolojileri yaşamın her alanında tercih olmaktan çıkarak zorunluluk/gereksinim halini almıştır. Bu nedenle toplumların bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelere uyum sağlamaları gerekmektedir (Ruben, 2017; Borkovich ve Noah, 2014: 15-17). Dolayısıyla yoğun bilgi-iletişim teknolojisi kullanımı yeni dijital kodların gelişimine ivme kazandırmıştır. Daha küresel çaplı etkileşimler ortaya çıkarak (Lindgren, 2017) ağ toplumu olarak adlandırılan yeni bir toplum yapısı gündeme gelmiştir (Van Dijck, 2020). Ağ toplumunun temelini oluşturan bireyler ise dijital vatandaş olarak ifade edilmektedir (Von Gillern, 2018: 200-205).

Prensky (2001) dijital vatandaşları, ağ toplumunun içine doğan “dijital yerliler” olarak da ele almaktadır. Dijital yerlilerin, diğer kuşaklara kıyasla daha sık çevrimiçi oldukları ve dijital ortamlarda daha rahat arkadaşlık ilişkileri kurdukları ifade edilmektedir. Dijital çağın içine doğan bu nesil, arkadaşlık kurma,

1 Dr. Öğretim Üyesi, Yalova Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü daribahadır@gmail.com- Orcid: 0000-0003-3525-5823

2 Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, sakirguler@yandex.com/sakirguler@sdu.edu.tr. Orcid: 0000-0002-7365-6639

enformasyon elde etme ve kişisel ifade gibi birçok temel davranış açısından kendi ebeveynlerinden farklı kalıplar geliştirmektedir. Çünkü enformasyonu kolay elde edip, şekillendirebileceklerini düşünmektedirler. Bu hususta web bağlantılı çevrimiçi kanallardan ihtiyaç duydukları bilgiye erişebileceklerini varsaymaktadırlar (s. 1-6). Başaran'ın (2005) da ifade ettiği üzere, dijital vatandaşların %83,3'ü bilgiye erişmek için öncelikli olarak dijital ortamlara yönelmektedir (s.172). Öte yandan We Are Social'in (2021) yayınladığı rapora göre dünyadaki insanların %59,5'i (4,66 milyar insan) aktif internet kullanıcısidir. Bu insanlar günlük ortalama 6 saat 54 dakika internette zaman geçirmektedir. Söz konusu zamanın yaklaşık 3 saat 24 dakikasını net bağlantılı tv'de, 2 saat 25 dakikasını dijital ortamlarda, 1 saatini dijital radyo, müzik, podcast dinleyerek veya video izleyerek geçirdikleri ifade edilmektedir. Türkiye'de ise bu kullanım süresi daha fazladır. Ülkemizde insanlar yaklaşık 7 saat 57 dakika internette zaman harcamaktadır.

Bu veriler ışığında dijital ağların günümüzde ciddi bir yere sahip olduğu ve insan yaşamının vazgeçilmez bir parçası haline geldiği söylenebilir. Bu nedenle dijital teknolojilerin kullanımı hususunda, dijital okuryazarlık bilincinin yurttaşlara aşılması gerektiği aşikardır. Dijital vatandaşlık için gerekli eğitim ortamlarının oluşturulması ve bu doğrultuda bir politika izlenmesi gerekmektedir (Ribble, 2015; Choi, 2016; Palvia vd., 2018; Telli ve Altun, 2020; Ribble, 2021). Böylece dijital vatandaşların bu yeni dünyada hata yapma ve tehlikeye girme olasılıkları azaltılabilir. Nitekim dijital vatandaşlık sadece teknolojik aygıtları ve ortamları iyi kullanma becerilerini değil aynı zamanda dijital dünyanın etik normlarına uygun eylemlerde bulunmayı ve bu konularda bilgilenmeyi de içermektedir (Ribble, 2021). Bu çerçevede dijital vatandaş deyimi ile; dijital ortamlarda yaptığı eylemlerin etik ve hukuki sonuçlarını bilen, eleştirel bir bakış açısına sahip, teknolojik aygıt ve ortamları ahlaken kötüye kullanmayan, diğer vatandaşlara zarar vermeyen ve iş birliğinde bulunduğu insanları da doğru davranışlara teşvik eden yeni nesil insan figürü tasvir edilmektedir (Ribble, 2015; Choi, 2016).

Dijital vatandaşlık, yurttaşların öncelikle internete bağlanmasını ve bu bağlantıyı sağlayan teknik araçları kullanabilmelerini gerektirmektedir (Mossberger, 2007). Dolayısıyla kendisini "dijital vatandaş" olarak tanımlayan bireylerin; bankacılık, uzaktan eğitim-öğretim, alışveriş, sağlık, kurumsal işlemler gibi birçok hususta interneti kullanma eğiliminde olması beklenmektedir. Ayrıca dijital vatandaşlık terimi sadece yoğun internet kullanımı gibi dar bir anlama gelmemekte, daha kapsayıcı bir alanı nitelemektedir (Mossberger,2007; Ribble, 2021). İnternet ile beraber meydana gelen ağ toplumu, internet ve uzantılarının getirdiği kolaylıklar ile çoğalmaya başlamıştır. Bu nedenle bugün küresel çapta birçok ülkede, kültür, sağlık, kamu hizmetleri, eğitim öğretim, yasama ve yargı gibi birçok alanda internet kullanımı artmış ve bu alanlardaki işlemlerin birçoğu dijital ortamlarda gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Fakat kültür, sağlık, eğitim-öğretim, yasama-yargı, kamu kurumları gibi alanlarda internette yapılan işlemler ve dijital ortama aktarılan

bilgiler çeşitli tehlike ve riskleri de beraberinde getirebilmektedir.

Dolayısıyla bu çalışmanın temel sorunsalı; ağ toplumunun gelişimiyle önemi giderek artan dijital okuryazarlık gibi becerilere istinaden ortaya çıkan dijital vatandaşlık kavramını genel hatlarıyla ortaya koymaktır.

2. Ağ Toplumunu ve Dijital Vatandaşlık

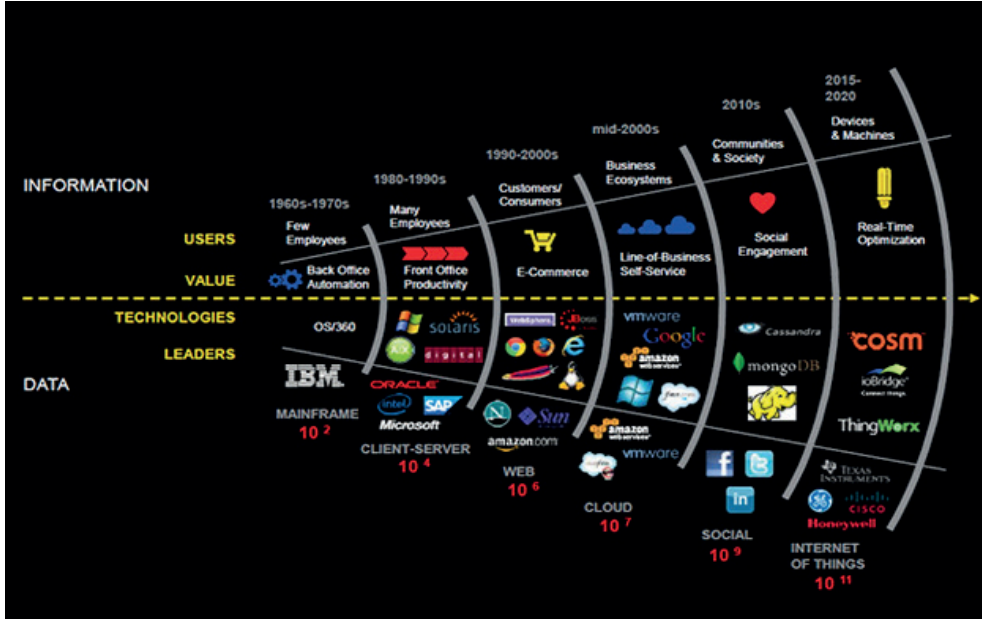
Bilgi-iletişim teknolojileriyle (BİT) daha rahat şartlar altında bilgiye erişen ve bilgi üretip yayma imkanına kavuşan yurttaşlar, vatandaşlık haklarını ve sorumluluklarını da dijital mecralarda icra eder hale gelmişlerdir (Graham ve Dutton, 2019; Tulaev, vd., 2020: 296). Teknoloji odaklı dijital araçları doğru kullanabilen, siber ortamlarda etik kaidelere ve insan haklarına saygı gösteren, dijital araçları sorumluluk ve güvenlik bilinciyle kullanan kişilere “*dijital vatandaş*” nitelemesi yapılmaktadır (Marinho ve Carneiro, 2018:473-474; Ribble, 2021). *Dijital vatandaşlık* içinde yaşadığımız ağ toplumunda dijital ortamları sorumluluk bilinciyle kullanma ve gerekli kurallara riayet etme ihtiyacından hasıl olmuştur (Mossberger vd., 2007). Ribble (2021) dijital vatandaşlık konusunda teknoloji kullanımıyla ilgili bazı normlara ihtiyaç duyulduğuna ithafta bulunmaktadır. Dolayısıyla dijital vatandaşlık, teknolojiyi kullanmadaki hak ve sorumlulukların belirli standarta tabi olması gerektiğiyle ilgili bir kavramdır (Fong, 2015: 64).

Dijital vatandaşlık, teknoloji kullanımına ilişkin davranış normları olarak da ifade edilebilir. Dijital vatandaşlar teknolojiyi kullanırken bazı ahlaki etik normlara uygun davranışlar sergilemelidir (Ribble, 2021, s. 79). Zira dijital vatandaşlık (e-vatandaşlık ya da siber vatandaşlık), enformasyon teknolojilerini düzenli bir şekilde etik, eleştirel ve güvenli bağlamlarda kullanma yeteneğini ifade eder (Tanchanco, 2016, s.55; Ribble, 2021, s.79; Isin ve Ruppert, 2020, s.174-176). Bu yüzden dijital vatandaş olan her bireyin, dijital okur yazarlık hakkında bilgi edinmesi gerekmektedir. Nitekim dijital ortamlarda sunulan enformasyon ve bu enformasyona bağlı olarak kurulan iletişim ağlarının sayısı oldukça fazladır. Öyle ki artık bilgiye ulaşmada fiziksel ortamların ötesine geçilmiş ve bulut adı verilen (elektronik) sistemler vasıtasıyla daha hızlı ve daha kolay bilgiye erişilebilir hale gelmiştir. Dijital dünyaya dahil olan yurttaşların da iyi ile kötüyü, doğru ile yanlış ayırt edebilmesi için belirli bir seviyede dijital okur yazar olması gerekmektedir.

Günümüzde her birey siber ortamlarda içerik paylaşma ve gezinme imkanına sahiptir (Cych vd., 2017: 98-99). Dolayısıyla hemen her alanda insan yaşamına entegre olan internet, yurttaşlık kavramını da dijital vatandaşlık adı altında yeniden yapılandırmıştır. Bu kapsamda ahlaki ve toplumsal kaidelere dijital ortamlarda da riayet eden, birbirinin hak ve özgürlüklerine saygı gösteren, evrensel kurallar dahilinde işlemde bulunan yurttaşların tamamı birer dijital vatandaş olarak değerlendirilmektedir (Isin ve Ruppert, 2020: 174-176; Ribble, 2021: 79). Zaman ve mekân sınırlarının ortadan kalktığı ağ toplumunda (Koçak ve Memiş, 2018: 6-7), enformasyon sermaye haline gelerek değer kazanmıştır (Castells, 2008: 624).

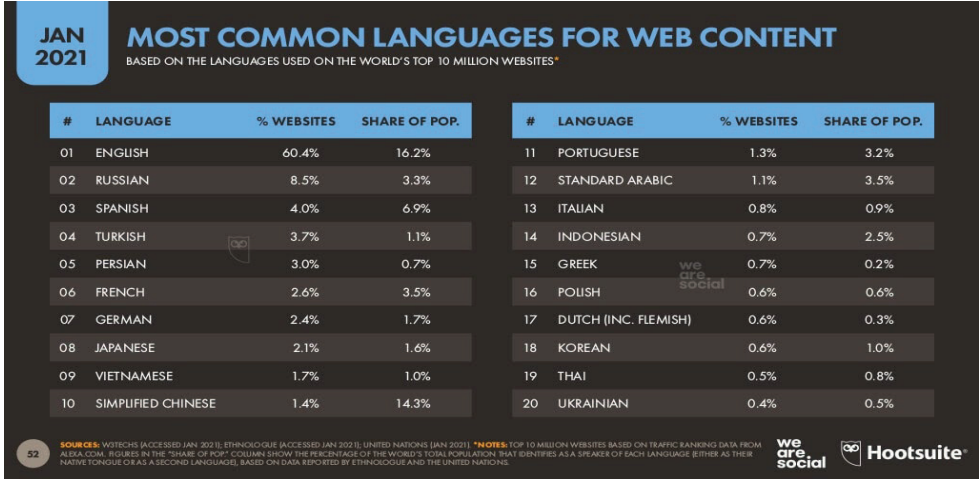
Dolayısıyla ağ toplumu, bilgiye dayalı iletişimi önceleyen, teknolojik yeniliklere adapte olmuş, dijital okuryazarlık becerilerine sahip üretken toplumları ifade etmektedir (Anderson vd.,2006: 156). Castells “*Ağ Toplumunun Yükselişi*” isimli çalışmasında vatandaşların birbirine web ağlarıyla bağlı olduğunu ve bilginin olabildiğince hızlı yayıldığını, böylece birbirinden daha efektif bir biçimde haberdar olan bireylerin ağ toplumunun birer üyesi olduklarını aktarmaktadır. Yeni medya açısından ağ toplumu irdelendiğinde, haber ekipleri, eğlence stüdyoları, televizyon sistemleri, sinyaller ve o sinyalleri alan seyyar aygıtları birer ağ bağlantı noktası olarak değerlendirilebilir (Castells, 2008: 622).

İnternetin ortaya çıkışı, bilginin dijital bir boyuta taşınmasına aracılık etmiştir. Enformasyonun inşası, erişimi, saklanması ve yayılması gibi temel işlemlerin tamamı dijital uzama eklenmiştir. Web’in ilk dönemlerinde (web 1.0) bireyler tek yönde iletişim olanağına sahipken, web 2.0 ile birlikte geribildirime olanak sağlayan çift yönlü iletişim imkanına kavuşmuşlardır. Bu olanaklar bireylerin dijital ortamlarda daha çok zaman harcamalarına zemin oluşturmuştur. Dolayısıyla dijital bireyler daha hür ve bağımsız katılım olanağına sahip olmuşlardır. Bu durum dijital vatandaşların yoğun etkileşim halinde olabildikleri bir ortamı da beraberinde getirmiştir. Castells (2008) bu bağlamda ağ toplumunun bilgi teknolojisi olmadan var olamayacağını, küresel boyuttaki yeni iletişim, üretim ve yaşama tarzlarının bu iki bağlamın birlikte var olmasına bağlı olduğunu vurgulamaktadır (s.6). Ağ toplumlarında kişiselleştirilmiş araçlar ve interaktif iletişim tarzları, dijital vatandaşların özgür bir ortamda enformasyona ulaşımını mümkün kılmaktadır. McLoughlin ve Lee (2007), dijital bireylerin pasif roller yerine artık aktif roller üstlendiklerine dikkat çekmişlerdir. Buna bağlı olarak web 2.0 platformlarında kolektif enformasyon birikimi oluşmakta ve bu bilgi birçok amaçla işlenmektedir. Bu açıdan web 2.0 global bir zihin gibi çalışmaktadır (Wilson, 2007: 406-413). Toplumun her kademesinin erişimine açık global bir bilgi zemini, ağ toplumunun temel dinamizmini temsil etmektedir. Bu temelde yer alan bilgi havuzu insanlığın ortak sermayesi olarak hizmete sunulmaktadır. Ağ toplumu ve dijital enformasyon (bilgi) teknolojisi tarihsel yörüngede çeşitli ilerleme kaydederek gelişim göstermiştir (Şekil 1).



Şekil 1. Dönemlere göre enformasyon teknolojisinin gelişimi (WACC, 2017).

Dijital vatandaşlık dijital çağın ruhuyla uyumlu bir biçimde insanların gerçekleştirmeyi istediği işlemleri web tabanlı ağlarda gerçekleştirmesini ve web tabanlı bilgi edinme ve yayma aktivitelerini temsil etmektedir. Kara (2013) ağ terimini, birden fazla toplumsal ilişkinin birbirlerine bağlanması ve toplumsal bir bağ oluşturması şeklinde ifade etmektedir. Dijital vatandaşların bir iletişim aracı olarak ağ, dijital çağda toplum etkileşiminin temelini oluşturmaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle dijital ağlar toplumun dört yanını çevreleyerek ağ toplumunu ortaya çıkarmıştır (s.39). Van Dijk (2020) teknoloji çağı olarak tanımladığı 21.yüzyılda iletişim ağlarının dijital vatandaşlar için önemli bir yer kapladığını ifade etmektedir (s.13). Castells (2008) ise vatandaşların bilgi elde etme süresinin kısaldığına ve bilgi iletimini sağlayan ağların derinliğiyle toplumların nüfuz sahibi olacağına vurgu yapmaktadır. Dolayısıyla data ve dataya erişebilme globalleşen dünyada hayatta kalabilme ve rekabet edebilmenin anahtarı olmuştur. Bu konuda We Are Social'in (2021) yayınladığı raporda dünyanın en iyi (10 milyon) web sitelerinde kullanılan diller sıralaması yapılmıştır. Rapora göre İngilizce, Rusça ve İspanyolca'nın ardından Türkçe 4. sırada yer almaktadır. Bu durumda Türkiye'nin dünyadaki en iyi (10 milyon) sayfaların %3,7'sine sahip oluşunun etkili olduğu belirtilmektedir. Aktarılan değerler önemli birer göstergedir, nitekim günümüz dünyasında rekabet edebilirlik ve enformasyona hâkim olma gibi bağlamlarda Türkiye önemli bir potansiyele sahiptir (Şekil 2).



Şekil 2. Dünyada en çok içerik üretilen web sitesi dilleri (We are social, 2021).

We Are Social'ın 2021 yılında yayınladığı rapora göre dünyadaki insanların %59,5'i (4,66 milyar insan) internet kullanıcısıdır. Ayrıca dünya ortalamasına bakıldığında insanların günlük 6 saat 54 dakika internette zaman geçirdiği görülmektedir. Bahsedilen zamanın ortalama 3 saat 24 dakikası internete bağlı tvlerde, 2 saat 25 dakikası dijital ortamlarda, 1 saati ise dijital radyo, müzik, podcast ve video izlencelerinde/dinlencelerinde harcanmaktadır. Türkiye'de ise ortalama 7 saat 57 dakika internette zaman harcanmaktadır. Dünyanın en iyi (10 milyon) web sitesinin %3.7'si Türkçe dilinde kurulmuştur ve Türkçe yayın yapmaktadır. Söz konu veriler Türkiye'nin dijital dünyada söz sahibi olma potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. İspanya, Portekiz ve Brezilya gibi ülkeler kişisel verilerin kötüye kullanılmaması konusunda en duyarlı ülkeler olarak ilk sıralarda yer almaktadır, Türkiye ise bu konuda %29,3'lük oranla sondan yedinci sıradadır.

Raporda dünyadaki internet hızının ortalama 96.43 megabit olduğu aktarılmaktadır. Dünyanın en hızlı kablolu internetini 308.35 megabit hızla Tayland kullanmaktayken, 245.31 megabit hızla Singapur ikinci sırada yer almaktadır. Hong Kong ise 226.80 megabit hızla üçüncü sırada yer almaktadır. Türkiye ise dünya ortalamasının oldukça altındadır, ortalama 28.89 megabit bir hıza sahiptir. Bu durum Türkiye'nin dünyada en yavaş kablolu internet bağlantısı hızına sahip beş ülkeden birisi olduğunu göstermektedir. Zira dünya mobil internet hız ortalaması 42.70 megabit olarak tespit edilmiştir. En hızlı mobil internet hızına sahip ülke 177.52 megabit ile Birleşik Arap Emirlikleri'dir. Türkiye ise ortalama 34.79 megabit mobil internet hızıyla dünya ortalamasının altında yer almaktadır (We are social, 2021).

Öte yandan ağ toplumu ile beraber küreselleşen dünyada web tabanlı ağların hayatımıza birçok yenilik kattığı aşikardır. Yaşam boyu öğrenme daha anlamlı ve önemli bir konu haline gelmiştir. Dijital bireyler arasında enformasyon küreselleşmenin önemli dinamiklerinden ve araçlarından birisi olmuştur. Öğrenme

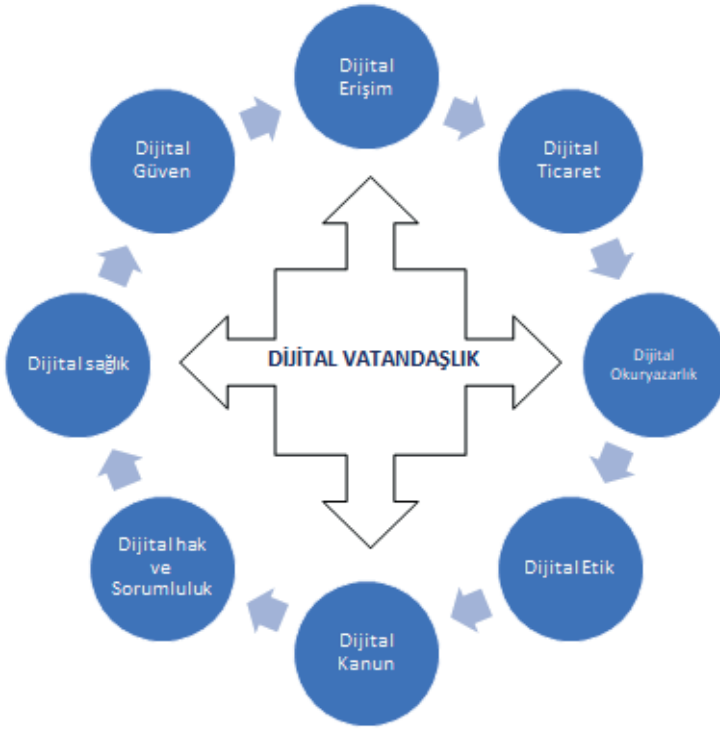
ve öğretim kurumları dört duvardan sıyrıp web ağları vasıtasıyla dağıtık ve çok yönlü bir yapıya dönüşmüştür (Mossberger, 2007). Dolayısıyla ağ toplumu bilgi iletişim teknolojileri vasıtasıyla yurttaşların dilediği bilgiye hemen her alanda hızlı erişimini mümkün kılmıştır. Bu dönüşüm yönetim ve toplum kademesini de kapsamaktadır.

Dijital bilgi çağında (DBÇ), enformasyonun doğruluğu, geçerliliği ve yaşam süresi kısaltılmayken (Clinton vd., 2011; Anderson, 2016:37; Goldie, 2016) enformasyon miktarında ise artış yaşanmaktadır (Qi ve Edgar-Nevill, 2011: 74-76). Bu kapsamda doğru ve güncel bilgiyi elde etmek, yanlış, gereksiz ve ikincil enformasyonu filtreleyebilmek (Goldie, 2016) önem arz etmektedir. Diğer bir ifadeyle önemli veya önemsiz bilgi ayırımı yapabilmek, dijital çağın edinilmesi gereken önemli becerilerinin başında gelmektedir. Ribble (2015), dijital vatandaşlığı dokuz boyutta işleyerek öğrencilere dijital teknolojileri sorumlu ve etkin biçime kullanmayı öğretmeyi amaçlamaktadır. Söz konusu boyutlar; dijital hak ve sorumluluklar, dijital ticaret, dijital erişim, dijital iletişim, dijital etik, dijital okuryazarlık, dijital sağlık, dijital kanun ve dijital güvenlik olarak sıralanmaktadır (s. 23-62).

3. Dijital Vatandaşlığın Boyutları

Mossberger vd. (2007), dijital vatandaşlığı, online iletişim kurmak, çevrimiçi düzlemde toplumsallaşmak şeklinde ifade etmektedir. Bu bağlamda Ribble (2015) kavramı dokuz boyutta ele alarak içinde yaşadığımız bireylerin çok erken yaşlarda dijital iletişim araçlarına aşına hale geldiklerinin altını çizmektedir. Diğer bir ifadeyle günümüzdeki nesiller aynı zamanda birer dijital vatandaş olarak dünyaya gelmektedir. Bu anlamda dijital vatandaşlık bilgisinin erken yaşlarda nesillere aktarılması elzemdir. Şayet gerekli eğitim erken yaşlarda verilmez ise bireyler bu teknolojileri gelişigüzel ebeveyn denetiminden uzak bir biçimde yalnız başına deneyimleyecektir.

Ribble (2015) dijital vatandaşlık kavramını; dijital erişim, dijital ticaret, dijital kanun, dijital iletişim, dijital sağlık, dijital etik & sorumluluklar, dijital okuryazarlık, dijital hak ve dijital güvenlik olmak üzere dokuz boyutta incelemektedir (s.23-62). Söz konusu alt bağlamlara dair genel hatlar aşağıda sunulmaktadır (Şekil 3).



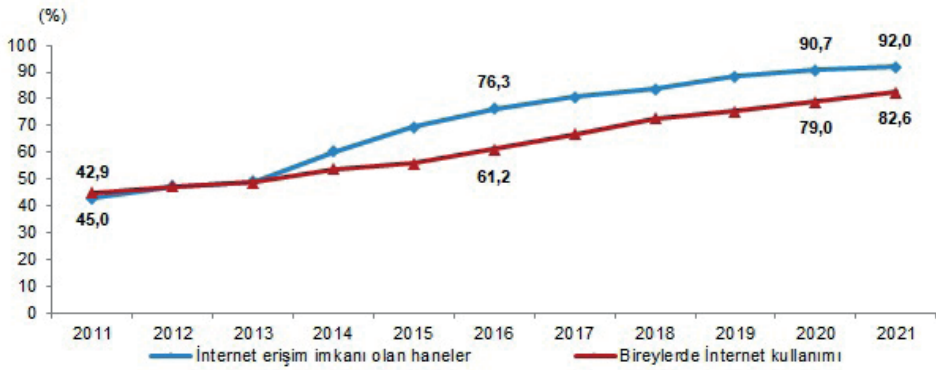
Şekil 3. Dijital Vatandaşlık ve Boyutları

Ribble'nin (2015) tanımladığı alt unsurlar, dijital vatandaşlığın karmaşık yönlerini sadeleştirerek teknolojinin kötüye kullanımı gibi temel tehditlere karşı açıklık getirmektedir. Bahsi geçen dokuz unsur eğitimcilerin ve toplumdaki her bireyin dijital çağı anlamlandırmasına yardımcı olmaktadır. Dijital vatandaşlığa özgü alt bağlamlar Ribble'nin tanımladığı günden sonra günümüze dek birçok evreden geçmiş ve farklı şekillerde tanımlamalar eklenerek zenginleştirilmiştir. Ayrıca bu alt unsurlar okullarda dijital vatandaşlık anlayışının aktarılmasında ve dünya çapında bilimsel araştırmalar yapılmasına aracılık etmiştir (WACC, 2017).

3.1. Dijital Erişim

Dijital erişim, teknolojinin ve çevrimiçi kaynakların adil dağılımı ile ilgilidir. Dijital erişim, dijital vatandaşların teknoloji okuryazarlığı çerçevesinde dijital kaynaklara erişim sağlaması ve buna aracılık eden teknolojik araçların kullanma becerisi olarak da ifade edilebilir. Vatandaşların erişim konusunda farklı işletim sistemlerinde farklı ürün ve cihazları aktif bir şekilde kullanabilmeleri ve teknolojinin ilerlemesi sonucu oluşan farklılıklara kolay bir şekilde adapte olabilmeleri önemlidir. Kullanıcıların, yalnızca evde değil aynı zamanda daha geniş alanlarda/topluluklarda da erişime sahip olup olamayacağını farkında olması gerekir. Adil ve eşit olması açısından liderlerin toplulukta ücretsiz ve açık erişim seçenekleri sunmaları veya ev için kaynaklar sağlamaları önemlidir (Ribble, 2015:

23-62; Ribble, 2021: 79). Öte yandan kullanıcıların, teknoloji söz konusu olduğunda her bireyin aynı fırsatlara sahip olmadığına da farkında olması gerekir. Eşit dijital haklar için dijital fırsat eşitliğini desteklemek ve katılımcı ruhu geliştirmek bütün dijital vatandaşların sorumluluğudur. Dijital fırsat eşitliği sağlanmadığı takdirde toplum kademesindeki bir kesimin dışlanması kaçınılmazdır. Böylece online platformlarda belirli zümrelerin temsiliyeti artarken bu eşitsizlik ortamı sağlıklı büyümeyi zorlaştırabilir. Teknolojiye erişimin sağlanması ve genişletilmesi gibi konularda destek olmak, tüm dijital vatandaşların hedefi olmalıdır. Üretken vatandaşlar olmak için, kimsenin dijital erişimin reddedilmediğinden emin olmak gerekmektedir. Aşağıda TUİK'in konuyla ilgili verileri aktarılmaktadır.



Şekil 4. İnternet Erişim imkânı tablosu (TUİK, 2021)

Türkiye’de hane halkı bilişim teknolojisi kullanım sonucuna göre son on yıldan 2021’e kadar hanelerin %92’sinin evde internete sahip olduğu görülmektedir. Bu oranlar geçen yıl %90,7’iken, bu yıl %1,3 artış gözlemlenmiştir. Birey bazında internet kullanım oranı ise 2021 yılına gelindiğinde %82,6’iken 2020’de bu oran %79’dur. Dolayısıyla Şekil 4’te görüldüğü üzere hem hane halkı bazında hem de bireysel olarak internete erişim oranında 2011’den günümüze düzenli olarak her yıl artış yaşandığı görülmektedir (TUİK, 2021). Söz konusu değerler aşağıda TUİK verileri vasıtasıyla aktarılmaktadır.

Tablo 1. 2020-2021 Hanelerde İnternet Erişimi Bölge Birimleri Sınıflaması

İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) 1. Düzey	2020	2021
Türkiye	90,7	92,0
İstanbul	96,4	97,1
Batı Marmara (Tekirdağ, Edirne, Kırklareli, Balıkesir, Çanakkale)	86,0	86,3
Ege (İzmir, Aydın, Denizli, Muğla, Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak)	90,7	89,9
Doğu Marmara (Bursa, Eskişehir, Bilecik, Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)	92,5	93,7
Batı Anadolu (Ankara, Konya, Karaman)	92,8	94,2
Akdeniz (Antalya, Isparta, Burdur, Adana, Mersin, Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye)	90,7	91,3
Orta Anadolu (Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir, Kayseri, Sivas, Yozgat)	87,5	89,6
Batı Karadeniz (Zonguldak, Karabük, Bartın, Kastamonu, Çankırı, Sinop, Samsun, Tokat, Çorum, Amasya)	81,3	84,5
Doğu Karadeniz (Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane)	86,9	88,3
Kuzeydoğu Anadolu (Erzurum, Erzincan, Bayburt, Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan)	87,2	86,6
Ortadoğu Anadolu (Malatya, Elâzığ, Bingöl, Tunceli, Van, Muş, Bitlis, Hakkâri)	89,8	90,4
Güneydoğu Anadolu (Gaziantep, Adıyaman, Kilis, Şanlıurfa, Diyarbakır, Mardin, Batman, Şırnak, Siirt)	87,5	93,8

Kaynak: Hane halkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması (TÜİK, 2021).

Türkiye’de bölgelere göre internet erişim oranına bakıldığında, en yüksek erişimin %97,1 ile İstanbul’da olduğu, ardından Batı Anadolu’nun (Ankara, Konya, Karaman) geldiği gözlemlenmektedir. Yine hane bazında internet erişim oranının tüm bölgelerde bir önceki yıla göre 2021 yılında artış yaşadığı ifade edilebilir (TÜİK, 2021).

Tablo 2. 2020-2021 Bireylerin ortalama internet kullanımı

	Toplam		Erkek		Kadın	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Hemen her gün	70,8	76,5	76,4	81,6	65,3	71,4
Haftada en az bir defa	5,6	4,0	5,7	4,0	5,6	4,0
Haftada bir defadan az	1,2	0,9	1,2	0,8	1,2	0,9

Kaynak: Hane halkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması (TÜİK, 2021).

Türkiye’de yapılan araştırmaya göre 16-74 yaş grubundaki dijital bireylerin %80,5’i, 2021 yılının ilk üç ayı boyunca (hemen her gün veya haftada en az bir defa) interneti düzenli bir şekilde kullanmışlardır. Birey bazında düzenli internet kullanımı 2020 yılında %70,8 iken, 2021 yılında birey bazında ortalama internet kullanım oranı %76,5’e yükselmiştir. Bu oranlara kadın erkek bazından bakılacak olursa, 2020 yılında erkeklerin %76,5’inin hemen her gün internet kullandığı, 2021 yılında ise bu oranın %81,6’ya yükseldiği görülmektedir. Kadınların internet kullanım oranı 2020 yılında %65,3 iken, 2021 yılında bu oran %71,4’e yükselmiştir. Kadın-erkek internet

kullanım oranı incelendiğinde ise erkeklerin 2020 ve 2021 yılında internet kullanım oranının kadınlara nazaran daha yüksek olduğu saptanmıştır (TUİK, 2021).

Tablo 3. 2020-2021 Hanelerde İnternet erişim imkânı ve kullanılan İnternet bağlantı türleri

İnternet erişimi ve bağlantı türleri	2020	2021
İnternet erişimi	90,7	92,0
Geniş bant bağlantı	89,9	92,0
Dar bant bağlantı	4,0	0,0
Geniş bant bağlantı türleri		
Sabit geniş bant (ADSL, kablolu İnternet (uydu net), fiber bağlantı vb.)	50,8	61,9
Mobil geniş bant (3G, 4,5G cep telefonu/akıllı telefon ya da modem üzerinden)	86,9	88,5

Kaynak: Hane halkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması (TÜİK, 2021).

Türkiye genelinde hanelerin internet erişim imkânı ile kullanılan internet bağlantı türleri oranlarına bakıldığında ise 2021 yılında geniş bant ile erişim sağlayanların oranı %92'dir. Dar bant bağlantı ile internet erişimi sağlayanların oranı 2020 de % 4'iken 2021'de bu oran 0'dır. Dolayısıyla hanelerin %61,9'u sabit geniş bant bağlantı (uydu net, ADSL, fiber bağlantı, kablolu İnternet vb.) ile internete erişim sağlarken %88,5'i mobil geniş bant bağlantı ile internete erişmektedir. 2021'de ise geniş bant ile internete erişim sağlayanların oranı %92 olarak aktarılmaktadır (TUİK, 2021). Konuyla ilgili TUİK'in verileri Tablo 4'te ayrıntılı olarak gösterilmektedir.

Tablo 4. 2020-2021 En Son Kullanım Zamanına ve Cinsiyete Göre İnternet Kullanım Oranı

	İnternet					
	Toplam		Erkek		Kadın	
En son kullanım zamanı	2020	2021	2020	2021	2020	2021
İnternet kullananlar	79,0	82,6	84,7	87,7	73,3	77,5
Son üç ay içinde	77,7	81,4	83,3	86,5	72,1	76,4
Üç ay ile bir yıl arasında	0,6	0,5	0,6	0,5	0,5	0,6
Bir yıldan önce	0,7	0,7	0,8	0,8	0,7	0,6
Hiç kullanmadı	21,0	17,4	15,3	12,3	26,7	22,5

Hane halkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması (TÜİK, ,2021).

Türkiye'de internet kullanım zamanı ve cinsiyete göre dağılımı tablosuna (Tablo 3) bakıldığında, 2020 yılında erkeklerin %84,7 si, kadınların ise %73,3'ünün internet kullandığı görülmektedir. 2021 yılındaki değerler ise erkeklerin %87,7, kadınların %77,5 oranda internet kullandığını göstermektedir. 2020-2021 yılı toplam internet kullanım oranlarına bakıldığında 2020 yılında erkeklerin %84,7'sinin 2021 yılında ise %87,7'sinin internet kullandığı görülmektedir. Kadınlarda ise bu oran 2020 yılında %73,3 iken 2021 yılında ise %77,5 olarak artış göstermiştir. Sonuçlar yıllara göre erkeklerin internet kullanım oranının kadınlardan daha yüksek olduğunu göstermektedir (TUİK, 2021).

Dijital erişimi güçlendirmek için ilk olarak alt yapının iyileştirilmesi ve alt yapı olmayan yerlere alt yapının temin edilmesi gerekmektedir. Günümüzde bilinçli ve

efektif dijital bireylerin yetiştirilmesi için toplum kademesinde yer alan öğrenci, öğretmen ve ailelere nitelikli eğitimler tahsis edilmelidir. Ayrıca eğitimin sağlıklı bir zeminde gerçekleşmesi için de dijital teknolojilere erişim bir ön koşuldur. Bu konuda Fatih projesi Türkiye’de yapılan kapsamlı projelere örnek gösterilebilir. Fatih projesi, fırsatları artırmaya yönelik teknolojiyi iyileştirme eylemi olarak nitelenmektedir. Proje Milli Eğitim Bakanlığı ve Ulaştırma Bakanlığı’nın ortaklaşa gerçekleştirdiği teknolojik fırsat eşitliğini destekleyen bir çalışmadır (MEB, 2021).

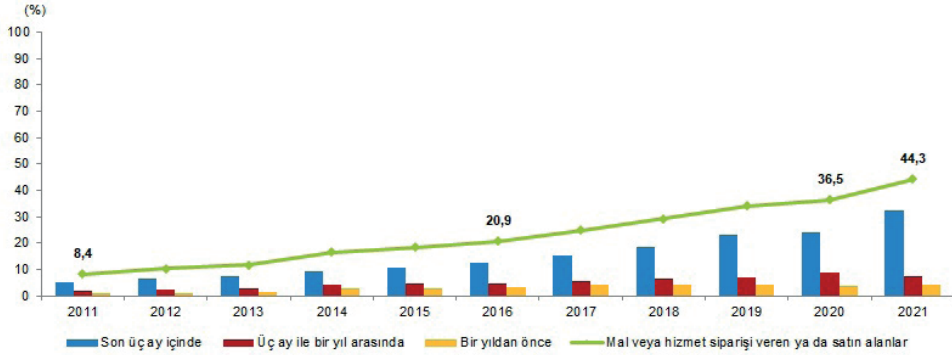
3.2. Dijital Ticaret

Dijital ticaret, malların elektronik olarak alınıp satılmasıdır. Dijital alanda alım - satım işlerinin gerçekleştirilmesini, bankacılığın siber alana taşınmasını ve kullanıcılara yardımcı olmayı içeren her türlü dijital aktiviteyi kapsamaktadır (Ribble, 2015: 23-62; Ribble, 2021: 79). Günümüzde kullanıcılar, piyasa ekonomisinin büyük bir bölümünün elektronik ortamda yapıldığının farkındadır. Meşru ve yasal yollarla gerçekleştirilen alım-satımlarda, tüketicilerin olası sorunların farkına varması ve dijital becerileri edinmeleri gerekmektedir. Zira internet üzerinden her tür meta satın alınabilir ve satılabilir hale gelmiştir. Oyuncak, giysi, araba, yiyecek vb. birçok ürün birincil olarak günümüzde dijital kanallar üzerinden pazarlanmaktadır. Bu bağlamda çeşitli ülkelerin kültürel ve toplumsal kaidelerinin de göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Nitekim çeşitli mal yada hizmetler (yasadışı indirme, pornografi ve kumar gibi faaliyetler) ülkelerin yasaları yada ahlaki kaideleri ile çelişebilmektedir. Bu kapsamda dijital ticaret alanlarının hassas alanlar olduğu ve ülkelerin yasa kaidelerine göre belirli normlara da tabi kılınması gerektiği aşıkardır. Dolayısıyla dijital ekonomide tüketiciler de erken yaşlarda nasıl etkili tüketici olabileceklerini öğrenmelidirler (WACC, 2017). Dijital ticaret işlemlerinde insanlar, alım satım, alışveriş harcamaları gibi aktivitelerini güvenilir ve gerçek olan kaynaklardan temin etmelidirler. Para transferi yapmak, sipariş vermek, banka işlemi yapmak ve elektronik alışveriş yapmak gibi işlemleri doğru ve bilinçli bir şekilde yapmalıdırlar. Bu durum dijital vatandaşlığın temel ilkelerinden olan dijital ticareti temsil etmektedir. Ayrıca dijital vatandaşlar fideden, dolandırıcılıktan, kötü niyetli tuzaklardan ve uygunsuz içeriklerden maddi kaynaklarını koruyabilmelidirler.

Zira her geçen gün internet üzerinden gerçekleştirilen alış-veriş oranlarında artış yaşanmaktadır ve dijital ticaret geleneksel ticaretin neredeyse önüne geçmiş vaziyettedir. Rakamlar internet aracılığıyla mal ve hizmet sipariş veren veya satın alan, 16-74 yaş aralığındaki vatandaşların 2021 senesinde %44,3 oranında olduğunu, bir önceki sene ise bu oranın %36,5 civarında seyrettiğini göstermektedir. Dolayısıyla 2021 yılında mal veya hizmet alan bireylerin sayısı bir önceki yıla oranla artış göstermiştir. Öte yandan cinsiyete göre mal ve hizmet siparişi veren veya satın alan 16-74 yaş aralığındaki vatandaşların oranı erkeklerde %48,3, kadınlarda %40,3 olarak saptanmıştır. Bu oranlar 2020 yılında erkeklerde %40,2, kadınlarda ise %32,7 olarak tespit edilmiştir. Sonuçlar erkeklerin kadınlara kıyasla daha çok çevrimiçi

alışveriş yaptığını göstermektedir. Aynı zamanda hem kadınların hem de erkeklerin online alışveriş oranlarında 2020'ye kıyasla 2021 yılında artış olduğu görülmektedir (TUİK, 2021).

İnternet aracılığıyla vatandaşların mal yada hizmet satın almada veya sipariş etmede zamana göre değerlendirmesine bakıldığında, vatandaşların % 32,4'ünün 2021 yılının son üç ayında alış-veriş yaptığı gözlemlenmektedir. Bu oran 2020'de ise %23,9 olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla 2020'ye kıyasla son üç aylık alışveriş oranının 2021 yılında arttığı ifade edilebilir (TUİK, 2021).



Şekil 5. İnternet üzerinden alışveriş oranlarına göre sipariş verme ve satın alma oranları (TUİK, 2021).

3.3. Dijital İletişim ve İş Birliği

Sanal platformlarda ortaya çıkan devrimin en görünür yüzü insanların birbirleriyle kurduğu iletişimin hızlı ve çok çeşitli hale gelmesidir. On dokuzuncu yüzyılda iletişim kurma tarzları oldukça kısıtlıydı. Yirmi birinci yüzyılda ise birden fazla seçenek ortaya çıkmıştır. E-posta, cep telefonları, anlık mesajlaşma ve diğer birçok iletişim seçeneği günlük yaşam rutininde insanların dilediğinde iletişim kurmak için tercih ettiği revançta olan seçeneklerdir. Günümüzde hemen her birey her an ve mekânda dilediği kişiyle iletişime geçme ve iş birliğinde bulunma fırsatına sahip olmuştur. Fakat kullanıcıların çoğu birden fazla seçeneğe sahip oluşu sebebiyle hangi dijital iletişim seçeneğini kullanacağına doğru karar verememektedir. Bu yüzden bireylere dijital iletişim ve dijital ortamlarda iş birliği eğitiminin verilmesi elzem bir konudur (WACC, 2017).

Öte yandan insan yaşamına yön tayin eden yeni nesil iletişim teknolojileri vatandaşların duygularını ve fikirlerini paylaşmak için yeni fırsatlar sunmaktadır. Paylaşmayı ve eleştirerek geliştirmeyi ilke edinen bir alan ortaya çıkmıştır (Vural ve Bat, 2010: 3349). Dijital iletişim bir anlamda iş birliği ve elektronik bilgi alışverişidir. Tüm kullanıcılar diğer insanlar tarafından mesajlarının doğru anlaması için düşüncelerini nasıl paylaşacaklarını bilmeleri gerekmektedir. Teknoloji, bireylerin seslerini bulmalarına ve kendilerini ifade etmelerine yardımcı olma potansiyeline sahiptir (Ribble, 2015: 23-62; Ribble, 2021: 79).

Web 2.0'ın online platformlarda oluşturduğu en büyük yenilik etkileşimdir. Bu etkileşim özelliği sayesinde, blogların, sosyal medya mecralarının ve çift yönlü ağ uzantılarının sayısında artış yaşanmıştır. Web 2.0 ile birlikte dijital vatandaşlar, online ortamlarda yorum, paylaşım ve diğer bireyler ile sohbet etme olanağına kavuşmuştur. Dijital iletişim platformlarında gerçekleştirilen iletişimde de vatandaşlar karşılıklı olarak birbirlerine saygı göstermesi ve günlük yaşam nezaketlerini siber platformlara da yansıtması elzemdir.

3.4. Dijital Okuryazarlık

Dijital okur yazarlık, teknolojiyi ve kullanımını anlama sürecidir. Daha geniş bir anlamda medya okuryazarlığını ve gerçek haberlerden sahte haberleri ayırt edebilme yetisini, yalan bilgiden doğru bilgileri ayırt etme becerisini içerir (Ribble, 2015: 23-62; Ribble, 2021: 79). Eğitim kurumlarında verilen dijital okuryazarlığa yönelik dersler çağın beklentileriyle uyumlu olarak her daim güncellenmelidir. Zira 21. yüzyılda teknolojik gelişmelerde yaşanan yenilikler ivme kazanmış ve her geçen gün günlük yaşama yeni bir araç entegre olmaya başlamıştır. Okullarda erken dönemlerde deneyimlenmeyen yeni teknolojiler (video konferans, wikiler gibi çevrimiçi paylaşım alanları), bireylerin ilerleyen iş yaşamlarında problemlerle karşılaşmalarına sebep olabilir. Buna ek olarak, birbirinden farklı mesleklerde çalışan bireyler, ilgi alanları doğrultusunda teknik ve acil bilgiye (tam zamanında bilgi) ihtiyaç duyabilmektedir. Böylesi anlarda karmaşık arama ve işleme becerilerine (yani bilgi okuryazarlığı) sahip olma durumu hayatidir. Dolayısıyla erken yaşlardan itibaren vatandaşlara dijital bir toplumda nasıl doğru ve güvenli bilgiye ulaşacakları öğretilmesi gerekmektedir. Başka bir deyişle, vatandaşlara güvenli bilgiye erişme ve doğru bilgiyi paylaşma konularında okuryazarlık eğitimi verilmelidir. İş dünyası, askeriye ve tıp gibi alanlar teknolojinin 21. yüzyılda nasıl farklı bağlamlarda kullanılabileceğine yerinde örneklerdir. Dolayısıyla dijital vatandaşların her şeyden önce dijital okuryazarlık becerilerine vakıf olması beklenmektedir. Teknoloji ilerledikçe ve yeni ürünler üretildikçe, vatandaşların teknolojiyi içselleştirmesi ve nasıl uygun şekilde faydalanacaklarını kavramaları siber çağda bir tür zorunluluktur. Bu bağlamda dijital vatandaşlık yeni iletişim teknolojilerine yönelik doğru bir eğitim almayı ön koşmaktadır. Dijital araç ve ortamlara uyum sağlamada yurttaşlara destek sağlanması dijital vatandaşlığın temel felsefesini oluşturmaktadır (WACC, 2017).

Siber ortamın olumsuz mesajlarına karşı dijital vatandaşlar güçlü savunma mekanizmaları geliştirmelidirler. Çocukların bilinçlendirilmesi, eleştirel düşünme yetisinin aşılması, farkındalık yönetimi ve diğer ihtiyaçların karşılanmasında medya okur yazarlığı becerileri önem arz etmektedir.

21. yüzyılın ağ toplumu, vatandaşlık kavramını dijital boyuta eklemeyerek dijital vatandaşlık kavramını gün yüzüne çıkarmıştır. Bu süreçte okuryazarlık terimi de değişime uğrayarak dijital okuryazarlık kavramı gündeme gelmiştir. Nitekim

yurttaşların siber ortamlarda geçirdiği sürenin artması ve insan yaşamının bu mecralarda yoğun olarak geçirilmesi dijital kodların taşıdığı anlamları çözümlene becerisini gerekli kılmıştır. Söz konusu çözümlene becerisi sanal mecralarda bilgiye hakim olma ve bilgiyi yönetme açısından önemlidir. Kullanıcılar edindikleri bilgiyi doğru değerlendirebilmeli ve güvenilir bir kaynak süzgecinden geçirmelidir. Bilgi yoğunluğunun ve kirliliğinin farkında olarak kitle iletişim ortamlarından gelen enformasyonu iyi tahlil edebilmelidirler. Asparagas ve dezenformasyon içerikli mesajlar 21.yüzyılın en tehlikeli stratejileri olduğundan, bir yurttaşlık görevi olarak siber alanlarda da doğru bilginin savunucusu olmak hayatidir.

3.5. Dijital Etik

Dijital görgü kuralları, elektronik davranış standartlarına veya prosedürlere atıfta bulunur ve dijital cihazları kullanırken başkalarını düşünme süreciyle ilgilidir. Başkalarına nasıl davrandığımız, kim olduğumuzun bir yansımasıdır. İster evlerimizde ister topluluk içinde başkalarını tanımamız hem çevirim içi hem de gerçek dünyada önem arz etmektedir (Ribble, 2015: 23-62; Ribble, 2021: 79). Teknoloji kullanıcıları, dijital vatandaşlık ile uğraşırken genellikle bu alanı en acil sorunlardan biri olarak görmektedir. Uygunsuz davranışı gördüğümüzde tanırız, ancak insanlar teknolojiyi kullanmadan önce dijital görgü kurallarını (yani uygun davranışı) çoğu zaman ihmal ederler. Birçok insan, dijital görgü kuralları hakkında başkalarıyla konuşmaktan rahatsız olur. Genellikle kurallar ve düzenlemeler oluşturulur veya teknoloji uygunsuz kullanımı durdurmak için basitçe yasaklanır. Kurallar ve politikalar oluşturmak tek başına yeterli olmamakta, insanların sorumluluk sahibi birer dijital vatandaş olmaları konusunda eğitim alması gerekmektedir (WACC, 2017).

3.6. Dijital Hukuk

Dijital hukuk, siber eylemler için elektronik sorumluluğu ifade eder ve çevrimiçi dünyayla ilgili sorunları ele alan kuralların ve politikaların oluşturulmasıyla ilgilidir. Gerçek dünyada olduğu gibi, çevrimiçi dünya da dijital cihazları kullananları zarardan korumak için bir yapı oluşturmak gerekmektedir. Siber zorbalık, siber taciz vb. diğer sorunlar için okullardan ve diğer topluluk kaynaklarından destek alınabilir (Ribble, 2015: 23-62; Ribble, 2021: 79). Dijital hukuk, dijital dünyada internet kullanımıyla beraber ortaya çıkan hukuksal düzenlemeleri ve suç unsuru taşıyabilecek internet ihlallerinin önlenmesini, düzenlemelere uyulmasını ifade etmektedir. Siber suç olabilecek suçların yanı sıra dijital ortamlarda, itibar zedeleme, ifade özgürlüğü ihlali, zorbalık, şantaj gibi suçların da hukuk çerçevesinde cezai yaptırımlarının olduğunun bilinmesi ve bu hususta diğer vatandaşların da bilinçlenmesi temel bir ödevdir.

Geniş anlamda dijital hukuk, bir toplumdaki teknolojinin etik yönüyle ilgilenmektedir. Ahlaki olmayan kullanımlarda suç durumu ortaya çıkmakta ve çoğu zaman hırsızlık faaliyetleri bu durumu doğurmaktadır. Ahlaki açıdan toplumsal

yasalar çerçevesinde bir kullanım gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Çevrimiçi kullanıcıların başkalarının eserlerine, kişisel bilgilerine veya özel mülklerine zarar vermesi durumunda bu eylemin bir suç unsuru olacağını bilmesi gerekmektedir. Etik kurallara riayet edilen bir toplumda vatandaşların uyması ve farkında olması gereken bir takım toplumsal kaideler söz konusudur. Bu kaideler, online faaliyet gösteren herkes için geçerlidir. Başkalarının bilgilerini ele geçirmek, yasadışı müzik dinlemek veya indirmek, intihal yapmak, zararlı yazılımlar yazmak, virüsler oluşturmak veya truva atları (zararlı programlar) oluşturmak, spam göndermek veya herhangi birinin kimliğini -mülkünü çalmak etik ihlale girmektedir. Bahsi geçen eylemler kanun önünde cezai yaptırıma yol açabilir (WACC, 2017).

Dijital teknolojiler ile beraber gelen sorumluluklar vardır. Dijital hukuk sorunları kısaca şu şekilde ifade edilebilir (Ribble, 2015);

- Sahte ve/veya yasak, kötü içerikli dosya paylaşım ağlarını kullanmak,
- Korsan yazılım, programlar indirmek, kullanılmasına aracılık etmek,
- Teknolojileri ortadan kaldırmak, saldırmak,
- Bilişim ağlarındaki sitelere saldırı düzenlemek,
- Dijital ortamlarda birinin kimliğini kötü amaçla kullanmak veya çalmak,
- Özel/gizli dataları açığa çıkarmak,
- Kişisel görüntü ve içerikleri izinsiz paylaşmak,
- Cinsel içerikli mesajlaşmak ve/veya paylaşmak.

Kısaca ifade edilen bu ihlallere kanun önünde cezai yaptırım uygulanabilir. Dolayısıyla bu konuda aile, yönetici ve öğretmenlerin vatandaşlara, aile bireylerine ve öğrencilere örnek olması gerekmektedir. Dijital ortamlarda ahlaki olmayan, tahrik edici ve küçük düşürücü paylaşımlarda bulunmak etik dışı eylemler olarak değerlendirilmektedir (Elçi ve Sarı, 2016: 88-89). İlk ve en önemli şey bir toplumda çekirdekten çocuklara ahlaki kuralların öğretilmesi ne kadar hayati bir görevse, çocuklara aynı hassasiyetle dijital ortamlarda doğru davranması ve etik değerlerin öğretilmesi de hayati önem arz etmektedir.

3.7. Dijital Hak ve Sorumluluklar

Dijital hak ve sorumluluk, dijital bir dünyada yurttaşlara tanınan gereksinimler ve özgürlüklerdir. Öğrencilere internet erişimi ve çevrimiçi ürünlerin kullanımı gibi fırsatlar sağlandığında, yetişkinler potansiyel sorunlar hakkında bilgilendirildiğinde ve başkalarına da yardım etme konusunda teşvik edildiklerinde bir anlamda dijital hak ve sorumluluklar pozitif yönde icra edilmiş olmaktadır (Ribble, 2015: 23-62; Ribble, 2021: 79).

Dijital vatandaşlar dijital hak ve sorumlulukları toplumun geneliyle paylaşmak ve bu kurallara uymayı teşvik etmekle mükelleftir. Vatandaşların, şahit oldukları ihlalleri devletin şikâyet birimleri olan Emniyet Genel Müdürlüğü, CİMER ve

BİMER gibi resmi kuruluşlara kanıtlı ve belgeli bir biçimde bildirmesi ve sorumluluk bilincini yerine getirmesi de bir dijital vatandaşlık görevidir. Sahip olunan hak ve özgürlüklerin farkında olarak hareket etmek gerekir. Bu hak ve sorumlulukların bilincinde vatandaşların yetiştirilmesi, dijital bir toplum oluşturma hususunda büyük önem taşımaktadır. Özellikle çocukların dijital ortamlarda bu hak ve sorumluluklara göre davranışlar sergilemesi için eğitilmesi gerekmektedir (Elçi ve Sarı, 2016: 88-89). Tüm bunlarla beraber internet vatandaşların sorumluluklarının bilincinde olmalarını ve bireysel haklarını kullanmalarını mümkün kılmaktadır. Web aracılı teknolojilerle bir yandan bireylerin yaşam kalitesi artarken diğer yandan insanların yaşam tarzlarında değişimler meydana gelmektedir (Şendağ ve Uysal, 2010).

3.8. Dijital Sağlık ve Refah

Teknoloji kullanımı dolaylı veya doğrudan insan sağlığına etki etmektedir. Bu kapsamda dijital teknolojileri kullanırken vatandaşların bu araçlara bağlı olarak yaşayabileceği olası sağlık sorunları hakkında da ön bilgi sahibi olması gerekmektedir. Bu durum sağlıklı ve iyi bir toplum için oldukça önemlidir (Elçi ve Sarı, 2016). Dijital sağlık ve refah, dijital bir dünyada fiziksel ve psikolojik iyilik halini ifade eder. Teknoloji birçok fırsat ve keyif sağlar, ancak kullanımını bilmek, sağlıklı ve dengeli bir yaşamın anahtarıdır. Bireyleri dijital dünyaya entegre eden her cihaz ekran kullanım süresini giderek artırmaktadır (Ribble, 2015: 23-62; Ribble, 2021: 79).

Akıllı telefon, bilgisayar, tablet, akıllı saat gibi internet erişimi sağlayan cihazların kullanılmasına yönelik ortaya çıkabilecek ruhsal ve fiziksel sağlık problemlerinin farkında olacak şekilde yurttaşlar önlemlerini alma bilincine sahip olmalıdırlar. Uzun süre akıllı telefon, bilgisayar, tablet, akıllı saat gibi ürünleri kullanmak fiziksel anlamda göz ve hareket kabiliyetini tehdit etmektedir. Mental anlamda ise bilinçsiz bir şekilde dijital ortamlarda gezinme insanların psikolojik problemlerle karşı karşıya kalmasına aracılık edebilmektedir. Bu tür önlemsiz aktiviteler bireylerin ruhsal sorunlar yaşayıp manevi çöküntü yaşamalarına sebep olabilir. Dolayısıyla iyi bir dijital vatandaş olarak olası sorunların önüne geçilebilir ve bireyler dijital ortamlarda gezinirken refahlarını koruyacak tedbirleri alabilirler (Choi, 2016; WACC, 2017).

3.9. Dijital Güvenlik ve Gizlilik

Teknoloji ile hayatımıza giren dijital araç ve ürünlerin doğru kullanmasını bilen, etik ihlallerde bulunmayan, etik sorumluluk bilincine sahip ve dijital ortamlarda vatandaşların haklarına saygı duyan, dijital araçları da sorumluluk ve güvenlik bilinciyle kullanmasını bilen bireyler için günümüzde “dijital vatandaşlık” terimi kullanılmaktadır (Mossberger vd., 2012; Çubukçu ve Bayzan, 2013; Wineburg ve Reisman, 2015; Ribble, 2015: 23-62; Choi, 2016; Gleason ve Von, 2018: 201-207; Ribble, 2021: 80). Dijital güvenlik ve gizlilik, olası risklere karşı önlem olarak güven ortamını sağlamayı ve garanti altına almayı ifade etmektedir. Virüsler, solucanlar

ve diğer robotlar, tıpkı bir hastalık gibi bir sistemden diğerine geçebilir. Cihazları okulda veya evde kullanırken, saldırıları ve bunların nasıl önleneceğini anlamak ve farkında olmak bugün ve gelecek için önemli becerilerdir (Ribble, 2015: 23-62; Ribble, 2021: 80).

Herhangi bir toplumda, diğer insanları rahatsız eden, tahrif eden veya bozan bireyler mevcuttur. Aynı durum dijital topluluklar için de geçerlidir. Kullanıcılar kendi güvenlikleri için topluluktaki diğer üyelere güvenme arayışı içerisindeyler. Virüs korumasına, verilerin yedeklenmesine ve ekipmanımızın aşırı gerilim kontrolüne sahip olması önemlidir. Sorumlu vatandaşlar olarak, kişisel bilgilerin kesintiye veya zarara uğramaması için dış tehditlere karşı önlem alınmalıdır (WACC, 2017).

İnsanlar dijital ortamları kullanırken, bir dataya erişmeye çalışırken, bir programı indirmeye çalışırken veya bir paylaşımda bulunurken güvenilir ve doğru kaynakları tercih etme arayışındadır. Bu arayışın doğru yöntemler ile yapılması dijital vatandaşlığın bir gereğidir. Aksi bir durumda kötü amaçlı yazılımlar bilgisayar, tablet veya akıllı telefonlara inerek virüslerin bulaşmasına sebebiyet verebilir. Böylesi durumlarda kişisel verilerin çalınması veya kötüye kullanılması kaçınılmazdır. Bu ve benzeri riskleri azaltmak adına vatandaşların dijital okur yazarlık becerilerine vakıf olması elzemdir (Wineburg ve Reisman, 2015; Ribble, 2021).

Sonuç olarak dijital vatandaşlık öğeleri, uygun teknoloji kullanımının temeli olarak hizmet eder ve dijital toplumun dayandığı temeli oluşturur, tüm teknoloji kullanıcılarının teknoloji ihtiyaçlarının temellerini anlamalarına yardımcı olmak için bir başlangıç noktası sağlar. Dijital çağda bireylerin eğitilmesi sadece bir ülkenin sorunu değil, küresel bir sorundur. Toplumdaki bireyler teknolojiyle ilgili konuların daha fazla farkına vararak daha iyi dijital vatandaşlar sisteme dahil olabilir (Ribble, 2021: 80).

4. Teknoloji Çağında Dijital Vatandaşlığın Önemi

Dijital vatandaşlık, teknolojiyi anlamada ve kullanmada belirli eğitim almayı öngören, bu bağlamda nesilleri çağın gerekliliklerine uygun bir biçimde eğitmeyi misyon edinmiş sistemleri hayata geçiren bir 21.yüzyıl fenomenidir (Ribble, 2015-2021). Dijital vatandaşlar, dijital ortamlarda alışveriş yapabilen, e-devlet uygulamalarını kullanabilen çevrim içi eğitimler alabilen ve bu eylemlerde bulunurken etik kurallara uyan, hak ve sorumluluk bilincinde hareket eden bireylerdir. Dijital dönüşüm danışmanı Erdör (2021) teknolojinin yanlış ve etik olmayan biçimde kullanılmasından kaynaklı birtakım problemler meydana geldiğini aktarmaktadır. Bu bağlamda Erdör iyi bir dijital vatandaş olmanın kurallarını şöyle sıralamıştır(Erdör, 2021);

- Çevrimiçi ortamlarda iletişim kurarken doğru, etik ve ahlaka uygun eylemlerde bulunmak ve teknolojiyi kötüye kullanmamak,

- Dijital ortamlarda ne paylaşılması gerektiği konusunda dikkatli olmak; dil, ırk, din vb. terimler özelinde küçük düşürücü ve rencide edici eylemlerden sakınmak,
- Sosyal medya platformlarını diğer vatandaşları rahatsız edecek şekilde kullanmaktan kaçınmak,
- Çevrimiçi eylemlerin etik sonuçlarının farkında olmak.
- Dijital parmak izlerinin (dijital ortamda paylaşılan unsurlar) hiçbir suretle kaybolmayacağını farkında olmak,
- Dijital ortamlarda kaynağı güvenilir olan enformasyonu tercih etmek, edinilen bilgilerin kaynağını ifade etmek,
- Dijital ortamlarda fikir belirtirken ya da yorumda bulunurken en az gerçek hayattaki kadar saygılı davranış sergilemek,
- Diğer vatandaşların kişisel faaliyetlerine, özel bilgilerine zarar verici aktivitelerin bir suç unsuru olabileceğini bilmek.

Dijital vatandaşlık, dijital platformların potansiyel zararlarına karşı dayanıklılık göstermeyi (Öz, 2021) temsil etmekle birlikte etik kaidelere riayet eden dijital bireyler yetiştirmeyi de kapsamaktadır. Özellikle Z kuşağı günümüzde sosyal medya platformları yoluyla bağlantı kurarak ve çok büyük seviyede enformasyona erişerek dijital dünyanın merkezinde yaşamaktadır (Bayhan, 2020:127-129). Dolayısıyla zengin veri kümelerini anlamlandırmak ve sorunsuz bir şekilde kullanmak için (Efe vd., 2021: 466-467), dijital vatandaşların eğitimi zaruridir. Bu hususta faydalı zararlı-faydalı dijital verileri ayırt etme becerisi olarak da nitelendirilebilen dijital okuryazarlık eğitimi önemlidir. Bilhassa çocukların dijital vatandaşlık eğitimi olarak geleceğe hazırlanması, dijital topluma uyum sağlamaları için asgari yeterliliklere sahip olması elzemdir (Öz, 2021). Çünkü dijital vatandaşlık, bireylere dijital dünyada olumlu bir düzen için de çalışmayı, yaşamayı ve paylaşmayı öğretme ilkesini taşımaktadır.

Dijital vatandaşlık bilinci ebeveyn ve çocukların internette cihazlarına, kişisel bilgilerine veya aile yapısına zarar verebilecek unsurlara, materyallere veya risklere maruz kalmasını önlemeye yardımcı olabilir. Çocukların internetteki yaygın tehlikelere maruz kalmaması adına dijital vatandaşlık eğitimi hayatidir (Norton, 2021; Çubukcu ve Bayzan, 2013). Zira gerek politik gerek sosyal konularda oluşturulan mesajlar her meslek ve yaş grubunda farklı izlenimler bırakabilme olasılığına sahiptir (Güllüpunar, 2013). Özellikle çocukların sahip olduğu karakteristik özellikler küçük yaşlardan itibaren güvence altında tutulmalıdır. Böylece erişkinlik dönemlerinde daha sağlıklı bir toplum inşa edilebilir (Güllüpunar, 2015). Küçük yaş grubundaki bireylerin dijital ortamlarda nasıl güvende olabileceklerine dair stratejiler geliştirilmelidir, böylece alt ya grubundaki vatandaşlar daha rasyonel kararlar alabilme yetisine kavuşurlar (Norton, 2021; Çubukcu ve Bayzan, 2013).

Öte yandan gün geçtikçe dijital vatandaşlık sayesinde sahte hesapların azaltılmasıyla ilgili savunma mekanizmaları geliştirilmekte ve sanal platformlarda bu stratejiler hayata geçirilmektedir. Bu konuda 2,895 milyar kullanıcısıyla Facebook (We Are Social, 2021), dijital vatandaşların hesaplarını sıkı bir şekilde denetlemekte ve sahte olduğunu tespit ettiği hesapları kapatmaktadır (Facebook, 2021). Dolayısıyla günümüzde gerçek bir kişiliğe sahip olmayan hesapların artık eskiye kıyasla daha az olduğu ifade edilebilir. Mevcut eski sahte/anonim hesaplar da silinmektedir. Bu hususta bilinir ve dijital yeterliliklere sahip güvenilir bir vatandaş olma durumu devletler üstü siber alanda da elzemdir. Örneğin artık ABD'ye vize başvurusunda bulunan bireylere sosyal medya hesaplarını bildirmeleri istenmektedir (Öz, 2021). Dolayısıyla yetkin ve güvenilir bir dijital vatandaşlık örneği sergilemeyen bireyler birçok ülkede vize problemi ile karşı karşıya kalabilmektedir. Bu bağlamda çeşitli ülkeler, okullarda öğrencilere dijital yeterliliklerini, katılımlarını ve yaratıcı yönlerini geliştirmek amacıyla ve dijital davranışların hukuksal sonuçları konusunda “dijital vatandaşlık eğitimi” vermektedir (Öz, 2021). Dolayısıyla dijital ortamlarda nasıl hareket etmesi gerektiğinin farkında olan bilinçli dijital bireyler ile demokratik hak ve sorumluluklar içselleştirilebilir, insan hakları demokrasi ve siber hukukun üstünlüğü desteklenebilir ve gerekli bilgi, beceri ve anlayışa sahip bir dijital toplum inşa edilebilir (Wineburg ve Reisman, 2015; Elçi ve Sarı, 2016: 88-89; Ribble, 2021).

Bahsi geçen anlatılardan hareketle takip eden bölümlerde ağ toplumu çerçevesinde dijital vatandaşlık uygulamalarına ve çalışmalarına yönelik gerçekleştirilen faaliyetler ortaya koyulmaya çalışılacaktır.

5. Dijital Vatandaşlık Uygulamaları

5.1. Çevrimiçi Alışveriş

E-ticaret olarak ifade edilen çevrimiçi alışveriş sayfaları artık mağazalara gitmeden kolay bir şekilde sanal ortamlardan alışveriş olanağı sunmaktadır. Türkiye’de en bilinen e-ticaret sayfalarından birisi olan hepsiburada.com, kullanıcılarına alışveriş yaparken birçok konuda gizlilik ve güvenlik güvencesi vermektedir (hepsiburada, 2021). Konuya başka bir örnek de dünyaca ünlü e-ticaret sitelerinden biri olan amazon.com’dur. Amazon küresel bir çevrim içi alışveriş sitesidir (Amazon, 2021). Dijital düzlemde dünyanın neresinde olunursa olunsun istenilen her yerden insanlar ürün ve hizmet temin edebilmektedir. Bu kapsamda hizmet veren dijital alışveriş siteleri, kullanıcılara gizlilik ve güvenlik güvencesi vermektedir.



Şekil 6. İnternette alışveriş siteleri (KMK, 2021).

We Are Social (2021) raporuna göre Türkiye’deki dijital alışveriş platformlarından 37,2 milyon kişi alışveriş yapmakta ve toplamda 11,30 milyar dolar bu kategorideki platformlarda harcanmaktadır. 2021 yılı içerisinde seyahat ve konaklamaya toplam 4,79 milyar dolar, giyime 4,72 milyar dolar, çevrimiçi yemek siparişine 850 milyon dolar harcama yapılmıştır. TÜİK (2021) verilerine göre dijital alışveriş sitelerinden özel kullanım amacıyla 2021 senesinde sipariş verenler %44,3 olarak saptanırken bu oran 2020 yılında %36,5 olarak belirlenmiştir. Bu verilere göre Türkiye’de her geçen yıl dijital ortamlarda alışveriş alışkanlığı artmaktadır.

5.2. Online Eğitim Platformlar

Dijital eğitim, fiziksel bir mekân ya da zaman sınırlaması olmayan, eğitici ve öğrencinin aynı ortamda bulunma zorunluluğunu ortadan kaldıran, internet bağlantısıyla gerçekleştirilebilen sistemlerdir. Vatandaşların kendi seçtiği uygulamalarda tablet, akıllı telefon, akıllı tv, veya diğer bilgisayar araçları vasıtasıyla icra edilebilmektedir. Çevrimiçi eğitimde eğitici canlı yayın şeklinde eğitim verebileceği gibi aynı zamanda önceden hazırladığı ders içeriğini paylaşarak da online eğitim hizmetini icra edebilir (Palvia vd., 2018: 234-235; Telli ve Altun, 2020: 25-28). Temel nokta internet uzantılı bir altyapı sisteminin var olmasıdır. Dolayısıyla online eğitim bütün internet uzantılı eğitimsel eylemleri kapsayan geniş bir alandır. Özellikle pandemi döneminde tüm eğitim kademelerinde online eğitimin önemi giderek artmıştır (Bao, 2020; Chakraborty, 2021: 358). Örgün eğitimin yükünü hafifleten uzaktan eğitim modülleri eğitimde yeniliklerin müfredata dahil edilmesi hususunda da etkili olmuştur. Eğitim daha erişilebilir hale gelmiştir. Öte yandan teknik internet ve teçhizat alt yapısının yurttaşlara sağlanması da sosyal devlet anlayışının bir gereği olarak yönetim kademesinin sorumluluğuna düşmektedir (Adnan ve Anwer: 2020: 45-46).



Şekil 7. Dijital eğitim platformları (Karataş, 2020).

Öğrencilerin daha kaliteli eğitim alması, eğitim farklılıkların ortadan kaldırılması ve eğitim eşitliğinin sağlanması için Türkiye'nin başlattığı EBA projesi, Fatih projesi gibi dijital eğitim alanında öncü uygulamalardandır. MEB tarafından 2012 senesinden günümüze dijital ortamlarda zengin içerik sunan proje aynı zamanda sosyal platformlarda da enformasyon alışverişi olanağı sağlamaktadır. Bilginin yeniden yapılanmasına olanak tanıyan EBA, enformasyonun sürekli güncel tutulmasına ve üretilmesine katkı sağlıyor. Ayrıca EBA sistemi, birçok farklı eğitim metoduyla çok sayıda bireye hitap etmektedir. Dolayısıyla internet bağlantısı ile vatandaşların dilediği konu hakkında, dilediği dersten anlık faydalanabilmesine olanak tanımaktadır. Bu sayede öğrencilerin derslerindeki başarısının artmasına yardımcı olmaktadır (Aktay ve Keskin, 2016: 28; Demir vd., 2018: 409-410; Doğan ve Koçak, 2020: 111-112; EBA, 2021). Pandemi ile beraber dijital teknolojinin tüm alanlar üzerinde kurmuş olduğu hakimiyet, eğitim sistemlerini de kuşatmış ve geliştirmiş durumdadır.

5.3. E-Hizmetler

Enformasyon teknolojilerinde yaşanan gelişimle beraber dijital vatandaşların sayısında artış yaşanmış ve ağ toplumuna geçiş sağlanmıştır. İnsanlar örgün biçimde halledebilecekleri birçok hizmeti elektronik ortamda (Tsao ve Tseng, 2011: 1007) halledebilme fırsatına kavuşmuştur. Bu nedenle bilgi toplumunun etkileşim içerisinde olduğu başat terim enformasyon teknolojisidir. İletişim alanlarında yaşanan hızlı gelişmeler ve dijital araçların hızlı kullanılmaya başlanması bireylerin siber sisteme entegre olmasını teşvik etmiştir. Buna bağlı olarak enformasyon vatandaşların sadece yakın çevresiyle değil, çok daha geniş çevrelere aktarabildikleri bir araç haline gelmiştir. Dolayısıyla teknolojik gelişmeler sanat, kültür, sağlık, ekonomi, eğitim, e-belediyeçilik, eğlence, iletişim, kamu hizmetleri gibi birçok alanda “e” dönüşüm yaşanmıştır. Bugün e-devlet, e-ticaret, e-hizmet, e-sağlık, e-sanat, e-okul,

e-sendika, e-fatura e-eğlence gibi sıklıkla kullandığımız terimler bahsi geçen dijital dönüşümün bir yansımasıdır (Sukaseme, 2005; Ufuk, 2016; Akçakaya, 2017; Öztürk, 2019; Soni, 2020; Wind vd., 2020).



Şekil 8. E-hizmetler, (Capital, 2014).

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sunulan mal ve hizmetlerin görünürlüğünü artırarak her türlü bilgi toplumun geniş kademelerine ulaşım sağlamıştır. Bu durum tüketiciler ve tedarikçilerin birbirlerinden daha efektif bir bağlamda haberdar olmalarını sağlamıştır (Sukaseme, 2005: 2). Dolayısıyla bugün dijital vatandaşlar e-belediyeçilik sayesinde dijital ortamlarda kolaylıkla belediyeçilik hizmetlerini karşılayabilmektedir. Ayrıca e-devlet hizmeti sayesinde vatandaşların günlük idari işlerinin kolaylaşması sağlanmıştır. İletişim ve bilgi teknolojileri günlük yaşamın vazgeçilmez bileşenleri haline gelerek yönetim ve kamuoyu kademesinde hayati bir rol almaktadır (Ufuk, 2016; Akçakaya, 2017). En genel kapsamda teknolojiyi kullanmaya yönelik davranış normları olarak tanımlanan dijital vatandaşlık, bireylere sunduğu hizmetler sayesinde birçok işlemin kolayca hayata geçirilmesini mümkün kılmaktadır.

6. Sonuç Yerine

Web uzantılı dijital araçlar çok boyutlu ortamlardır. Öğrenme, öğretme ve eğlenme gibi birçok fırsatı barındırmaktadır (Ökmen ve Çokluk, 2021). Bilinçli bir şekilde kullanılmadığında ve yeterince önlem alınmadığında çeşitli riskleri de beraberinde getirebilmektedir (Başaran, 2010: 256-258; Kaynak ve Karaca, 2012: 50-51). Yalnız güvenlik boyutuyla değil aynı zamanda sosyal mecraların getirdiği teknolojik fırsatlar da bilinçli kullanılmadığında farklı tehlikelerin meydana çıkmasına sebebiyet verebilmektedir (Akbaba ve Eroğlu, 2013: 106-107; Ribbe 2021). Özellikle genç ve çocukların yoğun şekilde kullandığı sosyal platformlar, siber zorbalıktan kişisel mahremiyete kadar, kötü içeriklerin paylaşılmasından siber dolandırıcılığa kadar birçok riski barındırır (Yaman ve Peker, 2012: 20-

21). Dolayısıyla bu durum birtakım hak ve hukuk ihlallerinin oluşmasına neden olmakla kalmayıp aynı zamanda vatandaşların günlük yaşamlarında derin yaraların açılmasına da yol açabilir (Bilgin, 2018: 238). Etkili bir dijital vatandaşlık eğitimi bu bağlamda önem arz etmektedir.

Dijital dünyanın günümüzde gerçek yaşamın önemli bir etkileyicisi olduğu kabul edilmektedir. Zira dijital ortamlarda yapılan işlemler, paylaşımlar, takip edilen vatandaşlar, yorumlar ve benzeri aktiviteler doğrudan reel yaşamı ilgilendirmektedir. Üstelik bu mecralarda gerçekleştirilen eylemler kayıt altına alınarak ikincil veri işleyen işletmeler tarafından kâr amacıyla birçok pazara sunulmaktadır. Reklam verenler ve siyaset kademesi hedef kitlelerini daha yakından tanımak isteyen her organizasyon kişisel verilerin birincil müşterileridir. Bu veriler sayesinde hedef kitlelerini yakından tanıyan organizasyonlar stratejik politikalar geliştirerek mevcudiyetlerini devam ettirmektedirler. Bu hususta vatandaşların izleyeceği rotayı tayin edebilmeleri için dijital okuryazarlık becerilerine sahip olmaları önemlidir. İyi bir dijital vatandaşlığın en öncül koşulu iyi birer dijital okuryazar olmaktan geçmektedir. Zira bu sayede dijital vatandaşların hata yapma ve tehlikeye girme oranları azaltılabilir (Ribble, 2015; Choi, 2016; Palvia vd., 2018; Telli ve Altun, 2020; Ribble, 2021). Nitekim dijital vatandaşlık teknolojik aygıt ve ortamları kullanırken aynı zamanda etik kaidelere uygun eylemlerde bulunma ve bu konularda bilgilenmeyi kapsamaktadır (Ribble, 2021). Bu çerçevede dijital vatandaşlar siber ortamlarda yapılan eylemlerin etik ve hukuki sonuçlarını kavrayan, eleştirel bakabilen, teknolojik aygıtları ve ortamları ahlaken kötüye kullanmayan, diğer vatandaşlara zarar vermeyen, iletişim kurarken ve iş birliğinde doğru davranışları teşvik eden kişilerdir (Ribble, 2015; Choi, 2016).

We Are Social'ın 2021 yayınladığı rapora göre Türkiye'nin %70,8'i dijital platformları aktif bir biçimde kullanmaktadır. Dolayısıyla dijital okuryazarlık ve dijital vatandaşlık konuları ülkemiz için üzerinde durulması gereken öncül konulardır. 21. yüzyılın ruhuyla uyumlu olarak daha duyarlı ve eğitilmiş vatandaşların topluma entegrasyonu elzemdir.

Ülkemizin yoğun olarak genç nüfusa sahip olması da konunun önemini gözler önüne sermektedir. Toplumun dijital ortamlarda kendini ifade etme oranı her geçen gün giderek artmaktadır. Bu kapsamda enformasyonun verimli yönetimi, eğitim öğretim materyallerine sahip olunması ve bu gereklilikler için kablolulu internet olanağının kırsal kesimlerde daha da genişletilmesi gerekmektedir. Ayrıca internet hızının dünya ortalamasına yaklaştırılması için de çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu durum Türkiye'deki vatandaşların ve öğrencilerin daha hızlı materyallere ulaşması açısından hayati bir ödevdir.

TÜİK'in (2021) Türkiye genelinde yaptığı araştırmaya göre 16-74 yaş grubundaki dijital bireylerin %80,5'inin, 2021'in ilk üç ayı boyunca interneti düzenli bir şekilde kullandığı görülmektedir. Birey bazında düzenli internet kullanımı 2020 yılında

%70,8 iken, 2021 yılında birey bazında ortalama internet kullanım oranı 76,5'e yükselmiştir. 2021'de geniş bant ile internete erişim sağlayanların oranı %92 olarak tespit edilmiştir. Türkiye'de hane halkı bilişim teknolojisi kullanım sonucuna göre geçtiğimiz son on yıldan 2021'e kadar hanelerin %92'sinin evde internet erişimine sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu oranlar 2020'de %90,7'iken 2021'de %1,3 artmıştır. Dolayısıyla Şekil 4'te aktarıldığı üzere hem hane halkı bazında internete erişim oranında hem de bireysel olarak internete erişim oranında 2011'den bu yana artış yaşanmaktadır. Akıllı cihaz kullanımı ve internet bağlantılı aygıtların kullanım oranlarının artışı bu rakamların yükselmesinde etkilidir.

Bu oranlar global olarak dünyanın her yerinde artış göstermektedir. Bu doğrultuda literatürde dijital okur-yazarlığı merkeze alan artan bir ilgi söz konusudur. Özellikle bilişim teknolojilerine dair eğitim ve öğretim süreçlerine önem verilmesi gerektiğinin üzerinde durulmaktadır. Araştırmacılar; eğitim öğretim sürecinde bilişim araçlarının ne zaman, nerede ve nasıl kullanılması gerektiği, teknolojik eğitim sürecini etkileyen faktörlerin neler olduğu, bilişim teknolojilerin ne gibi süreçlerden geçtiği gibi konulara bilhassa eğilmektedir.

Öte yandan dijital platformların kişiler arası ilişkilerde (İnankul, 2018) bireylerin psikolojik sağlığını (Güler vd., 2022; Belli, 2018; Duysal ve Yılmazel, 2020) ve özel yaşamlarını (Zhang vd., 2010; Kaplan, 2017; Bilgina ve Doğrusever, 2018) olumsuz etkileyebildiği de ifade edilmektedir.

Sonuç olarak içinde bulunduğumuz dijital teknoloji çağında vatandaşların temelden dijital okuryazarlık ve dijital vatandaşlık konularında bilinçlendirilmesi ağ toplumunun ve e-demokrasinin bir gereğidir.

Kaynakça

- Adnan, M., & Anwar, K. (2020). Online Learning amid the COVID-19 Pandemic: Students' Perspectives. *Online Submission*, 2(1), 45-51.
- Akbaba, S., & Eroğlu, Y. (2013). İlköğretim öğrencilerinde siber zorbalık ve mağduriyetin yordayıcıları. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 26(1), 105-122.
- Akçakaya, M. (2017). E-Devlet Anlayışı ve Türk Kamu Yönetiminde Edevlet Uygulamaları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (3), 8-31.
- Aktay, S., & Keskin, T. (2016). Eğitim bilişim ağı (EBA) incelemesi. *Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 27-44.
- Amazon, (2021). Dünyanın en büyük dijital (e-ticaret) sitesi amazon.com. <https://www.amazon.com/> Erişim Tarihi 13.12.2021.
- Anderson, T. (2016). Theories for learning with emerging technologies. *Emergence and innovation in digital learning: Foundations and applications*, 1, 35-50.
- Aydemir, M. (2019). Yenilenen sosyal bilgiler dersi öğretim programının dijital vatandaşlık ve alt boyutları açısından incelenmesi. *Uluslararası Güncel Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 15-38.
- Bao, W. (2020). COVID-19 and online teaching in higher education: A case study of Peking University. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(2), 113-115.
- Başaran, F. (2010). Yeni İletişim Teknolojileri, Alternatif İletişim Olanakları/New Communication Technologies, Possibilities of Alternative Communication. *Mülkiye Dergisi*, 34(269), 255-270.
- Bayhan, V. (2020). Z Kuşağı Lise Gençlerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Siber Zorbalık ve Siber Mağduriyet Deneyimleri. *İlahiyat Akademi*, (12), 117-144.
- Belli, M. (2018). *Ergenlerde algılanan ebeveyn tutumu, akıllı telefon kullanımı ve sosyal kaygı arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Master's thesis, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Bilgin, M. (2018). Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik bozukluklar arasındaki ilişki. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(3), 237-247.
- Bilgina, M., & Doğruseverb, C. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı ve Bilişsel Hatalar İlişkisi. *ERPA 2018*, 645.
- Borkovich, J., D. & Noah, D., P. (2014). Big data in the information age: exploring the intellectual foundation of communication theory. *Information Systems Education Journal*, 12(1), 15-26.
- Capital, (2014). E-hizmet neden önemli? <https://www.capital.com.tr/yonetim/yeni-trendler/e-hizmet-neden-onemli>. Erişim Tarihi: 10.12.2021.
- Castells, M. (2008). Enformasyon çağı: ekonomi, toplum ve kültür ağ toplumunun yükselişi. Çev. (Çelik E.), cilt:2 *İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları*.
- Chakraborty, P., Mittal, P., Gupta, M. S., Yadav, S., & Arora, A. (2021). Opinion of students on online education during the COVID-19 pandemic. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 3(3), 357-365.
- Choi, M. (2016). A concept analysis of digital citizenship for democratic citizenship education in the internet age. *Theory & research in social education*, 44(4), 565-607
- Clements, D. H. (2000). From exercises and tasks to problems and projects: Unique contributions of computers to innovative mathematics education. *The Journal of Mathematical Behavior*, 19(1), 9-47.
- Clinton, G., Lee, E., & Logan, R. (2011). Connectivism as a framework for creative productivity in instructional technology. In *2011 IEEE 11th International Conference on Advanced Learning Technologies* (pp. 166-170). IEEE.
- Cych, L., Williams, L., & Younie, S. (2017). Using Web 2.0 technologies to enhance learning and teaching. In *Debates in computing and ICT education* (pp. 97-113). Routledge.

- Çubukcu, A., & Bayzan, Ş. (2013). Türkiye’de dijital vatandaşlık algısı ve bu algıyı internetin bilinçli, güvenli ve etkin kullanımı ile artırma yöntemleri. *Middle Eastern & African Journal of Educational Research*, 5(148).
- Dağhan, G., Kibar, P. N., Çetin, N. M., Telli, E., & Akkoyunlu, B. (2017). Bilişim Teknolojileri Öğretmen Adaylarının Bakış Açısından 21. Yüzyıl Öğrenen Ve Öğretmen Özellikleri. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 7(2), 215-235.
- Daysal, B., & Yılmazel, G. (2020). Halk sağlığı gözüyle akıllı telefon bağımlılığı ve ergenlik. *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 14(2), 316-322.
- Demir, D., Özdiç, F., & Erhan, Ü. N. A. L. (2018). Eğitim bilişim ağı (EBA) portalına katılımın incelenmesi. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20(2), 407-422.
- Doğan, S., & Koçak, E. (2020). EBA sistemi bağlamında uzaktan eğitim faaliyetleri üzerine bir inceleme. *Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(14), 110-124.
- EBA, (2021) TRT Eba Yayın Akışı. <https://www.eba.gov.tr/> Erişim Tarihi: 12.12.2021.
- Efe, Y. S., Erdem, E., & Vural, B. (2021). Lise Öğrencilerinde Siber Zorbalık ve İnternet Bağımlılığı. *Bağımlılık Dergisi*, 22(4), 465-473.
- Elçi, A. C. ve Sarı, M. (2016). Bilişim Teknolojileri ve Yazılım Dersi Öğretim Programına Yönelik Öğrenci Görüşlerinin Dijital Vatandaşlık Bağlamında İncelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(3), 87-102
- Erdör, M. (2021). Dijital Vatandaş Olmanın Kuralları. Bilişim Sektöründen Haberler. TUBİSAT: Bilişim Sanayicileri Derneği. <https://www.tubisad.org.tr/tr/guncel/detay/Dijital-Vatandas-Olmanin-Kurallari/34/1395/0> Erişim tarihi: 12.12. 2021.
- Fong, J. (2015). New citizenship for a digital age: 21st century digital citizenship education. Master Thesis, Victoria, BC: University of Victoria.
- Gleason, B., & Von Gillern, S. (2018). Digital citizenship with social media: Participatory practices of teaching and learning in secondary education. *Journal of Educational Technology & Society*, 21(1), 200-212.
- Goldie, J. G. S. (2016). Connectivism: A knowledge learning theory for the digital age?. *Medical teacher*, 38(10), 1064-1069.
- Graham, M., & Dutton, W. H. (Eds.). (2019). *Society and the internet: How networks of information and communication are changing our lives*. Oxford University Press.
- Güler, Ş. , Şahin, Y. & Balcı, E. V. (2022). Sosyal Medyada Çevrimiçi Benlik Sunumunun Öznel İyi Oluş Üzerine Etkisi: Instagram Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma . *Erciyes İletişim Dergisi*, 9(1), 361-380.
- Güllüpunar, H. (2013). Siyasal kampanya mesaj stratejileri ve seçmen algısı: gümüşhane araştırması. *Electronic Turkish Studies*, 8(8).
- Güllüpunar, H. (2015). Çocukların oyunlarda gösterdikleri karakteristik özellikleri bağlamında erişkinlik dönemi siyasal kişilikleri üzerine bir araştırma. *Electronic Turkish Studies*, 10(10), 477-492.
- Hepsiburada (2021). Türkiye’nin en büyük dijital Ticaret (E-ticaret) sitesi. [hepsiburada.com](https://www.hepsiburada.com). <https://www.hepsiburada.com/cozummerkezi/sikca-sorulan-sorular-detay/117> Erişim Tarihi 13.12.2021.
- Isin, E., & Ruppert, E. (2020). *Being digital citizens*. Rowman & Littlefield Publishers.
- İnankul, F. (2018). Sosyal Medyanın Kişilerarası İletişimdeki Rolü. *International Journal of Social Science*, 1(1), 89-101.
- Kaplan, İ. (2017). *Üniversite öğrencisi sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet algısı* (Doctoral dissertation, Anadolu University (Turkey)).
- Kara T. (2013). *Sosyal Medya Endüstrisi İnsan, Toplum, Ekonomi*, İstanbul: Beta Yayıncılık.

- Karataş, Z., (2020). Pandemi ve dijital eğitim platformları. <https://www.indyturk.com/node/286856/t%C3%BCrki%C3%87yeden-sesler/pandemi-ve-dijital-e%C4%9Fitim-platformlar%C4%B1>. Erişim tarihi: 11.12.2021.
- KMK, (2021). E-ticaret- İnternette Satış Siteleri. <https://www.kmk.net.tr/internette-satis-siteleri> Erişim Tarihi 13.12.2021.
- Koçak, H., & Memiş, K. (2018). Bilgi toplumunda korku: Bilgi güvenliği ve risk toplumu. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(3), 1-10.
- Lindgren, S. (2017). *Digital media and society*. London: Sage.
- Marinho, S. P. P., & Carneiro, F. C. (2018). Digital citizenship in schools: nine elements all students should know, in Mike Ribble. *EccoS-Revista Científica*, (47), 472-476.
- McLoughlin, C., & Lee, M. (2007). Social software and participatory learning: Pedagogical choices with technology affordances in the Web 2.0 era. In *ICT: Providing choices for learners and learning. Proceedings ascilite Singapore 2007* (pp. 664-675). Centre for Educational Development, Nanyang Techn.
- MEB, (2021). Millî Eğitim Bakanlığı, FATİH Projesi. <http://fatihprojesi.meb.gov.tr/> . Erişim Tarihi: 11.12. 2021.
- Mossberger, K., Tolbert, C. J., & Hamilton, A. (2012). Broadband adoption| measuring digital citizenship: Mobile access and broadband. *International Journal of Communication*, 6, 37.
- Mossberger, K., Tolbert, C. J., & McNeal, R. S. (2007). *Digital citizenship: The Internet, society, and participation*. MIT Press.
- Odabaşı, F. H., Birinci, G., Adaloğlu, İ., Şahin, M. C., Akbulut, Y., & Şendağ, S. (2007). Bilgi iletişim teknolojileri ve internet’le kolaylaşan akademik usulsüzlük.
- Ökmen, Y. E. & Çokluk, N. (2021). Ben de Artık Bir Hikâye Anlatıcısıyım: Hikâye Anlatımında Dijital Olanaklar Açısından YouTuber “Fly With Haifa” Üzerine Bir İnceleme . *Etkileşim*, (7), 190-215
- Öz, E. (2021). Nasıl dijital vatandaş olduğunuz neden önem kazanıyor? CNNTÜRK Haberportalı <https://www.cnnturk.com/yazarlar/guncel/esra-oz/nasil-dijital-vatandas-oldugunuz-neden-onem-kazaniyor>. Erişim tarihi: 12.12. 2021.
- Öztürk, G. (2019). Türkiye’de e-Devlet Sürecinde Elektronik Tebligat ve Kayıtlı Elektronik Posta (KEP) Uygulaması.
- Palvia, S., Aeron, P., Gupta, P., Mahapatra, D., Parida, R., Rosner, R., & Sindhi, S. (2018). Online education: Worldwide status, challenges, trends, and implications.
- Prensky, M. (2001). Nativos digitais, imigrantes digitais. *On the horizon*, 9(5), 1-6.
- Qi M. ve Edgar-Nevill D. (2011). “Social Networking Searching and Privacy Issues”, Information Security Technical Report, 1, 74-78.
- Ribble M. (2015). Digital Citizenship in Schools: Nine Elements All Students Should Know. *International Society for Technology in Education: Arlington-Virginia*
- Ribble, M. (2021). Digital Citizenship in the Frame of Global Change. *International Journal of Studies in Education and Science*, 2(2), 74-86.
- Ruben, B. D. (2017). Integrating concepts for the information age: Communication, information, mediation, and institutions. In *Between communication and information* (pp. 219-236). Routledge.
- Soni, V. D. (2020). Emerging Roles of Artificial Intelligence in ecommerce. *International Journal of trend in scientific research and development*, 4(5), 223-225.
- Sukaseme, N. (2005). E-Service Quality: A Paradigm for Competitive Success of E-Commerce Entrepreneurs. The Ninth Psific Asia Conference on Information Systems. (PACIS-2005).
- Şendağ, S., ve Uysal, Ö. (2010). Vatandaşlıkta dönüşümler. *Bilgi ve İletişim Teknolojileri Işığında Dönüşümler*, 14, 257-279.

- Tanchanco, M. (2016). *InstaYouth: Digital Citizenship Counseling Support Group for Middle School*. Saint Mary's College of California.
- Telli, S. G., & Altun, D. (2020). Coronavirüs ve çevrimiçi (online) eğitimin önlenemeyen yükselişi. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 25-34.
- Tsao, W. C. and Tseng, Y. L. (2011). The Impact of Electronic Service Quality on Online Shopping Behaviour. *Total Quality Management& Business Excellence*, 22(9), 1007-1024.
- TUİK (2021). Survey-on-Information-and-Communication-Technology-(ICT)-Usage-in-Households-and-by-Individuals-2021. Haber Portalı, Türkiye İstatistik Kurumu. Yayın Tarihi: 26.08.2021. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Survey-on-Information-and-Communication-Technology-\(ICT\)-Usage-in-Households-and-by-Individuals-202137437#:~:text=%C4%B0nternet%20kullanan%20bireylerin%20oran%C4%B1%20%82,%77%2C5%20oldu%C4%9Fu%20g%C3%B6r%C3%BCld%C3%BC](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Survey-on-Information-and-Communication-Technology-(ICT)-Usage-in-Households-and-by-Individuals-202137437#:~:text=%C4%B0nternet%20kullanan%20bireylerin%20oran%C4%B1%20%82,%77%2C5%20oldu%C4%9Fu%20g%C3%B6r%C3%BCld%C3%BC). Erişim tarihi: 07.12.2021
- Tulaev, B., Daminov, O., Khakimov, J., & Turdiev, J. (2020). Developing competencies in the development of information and communication technologies. *Journal of critical reviews. ISSN-2394-5125*, 7(2), 296-298.
- Ufuk, Ü. (2016). Sosyal belediyecilik anlayışının e-belediyecilik uygulamalarına entegre edilmesi. *Sayıştay Dergisi*, (102), 63-89.
- Van Dijk, J. (2020). *The network society*. London: Sage.
- Vural, Z., & Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 5(20), 3348-3382.
- WACC (2017). Nine elements of digital citizenship. Cominicationfor all. Nine elements of digital citizenship. Cominicationfor all. <https://waccglobal.org/nine-elements-of-digital-citizenship/> Erişim Tarihi: 08.12.202.
- We are Social, (2021). Hootsuite ve We Are Social 2021 Dijital Türkiye Raporu <https://wearesocial.com/blog/2021/07/digital-2021-i-dati-di-luglio/> Erişim tarihi: 9.12.2021.
- Wilson, K. (2007). OPAC 2.0: Next generation online library catalogues ride the Web 2.0 wave. *Online Currents*, 21(10), 406-413.
- Wind, T. R., Rijkeboer, M., Andersson, G., & Riper, H. (2020). The COVID-19 pandemic: The 'black swan' for mental health care and a turning point for e-health. *Internet interventions*, 20.
- Wineburg, S., & Reisman, A. (2015). Disciplinary literacy in history: A toolkit for digital citizenship. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 58(8), 636-639.
- Yaman, E., & Peker, A. (2012). Ergenlerin siber zorbalık ve siber mağduriyete ilişkin algıları. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 11(3).
- Zhang, C., Sun, J., Zhu, X., & Fang, Y. (2010). Privacy and security for online social networks. Challenges and Opportunities. *IEEE Network*, 24 (4), 13-18.

DIJİTALLEŞME ÇERÇEVESİNDE SAĞLIK OKURYAZARLIĞI KAZANIMLARI VE STRATEJİLERİ

Simge ÜNLÜ¹ & Lütfiye YAŞAR²

1. Giriş

İnsanlık tarihi boyunca hastalıkların tanı ve tedavisinde çok fazla gelişme yaşandı. Tüberküloz (verem), çiçek hastalığı, mal'aria (sıtma) vb., salgınlar aşı ile ortadan kalktı. Alzheimer (unutkanlık), ALS (Amyotrofik Lateral Skleroz) ve kanser gibi hastalıkların ilerlemesi de farklı tedaviler aracılığıyla yavaşlatılmıştır. Dolayısıyla bu tıbbi gelişme süreci göz önüne alındığında, sağlık personellerinin verdiği tıbbi direktifleri doğru anlayıp yorumlamak için gerekli bilgi düzeyinin oluşması gerekmektedir. Bu gereklilik ise sağlık okuryazarlığı kavramını ortaya çıkarmıştır.

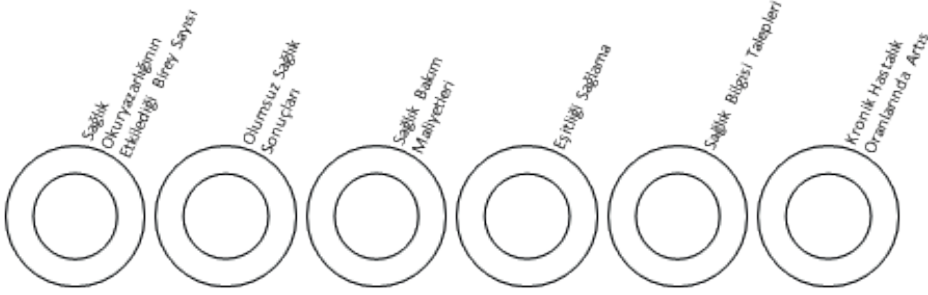
Sağlık okuryazarlığı kavramı ilk defa 1974 yılında kitle iletişimi, eğitim ve sağlık sistemini etkileyen bir problem olarak kullanılmıştır. Ratzan'a (2001) göre, bu kavram, tüm eğitim seviyelerini kapsayacak şekilde verilen asgari sağlık eğitimi tanımlamak için kullanılmaktadır. Gandhi döneminde başlatılan 1988 Ulusal Okuryazarlık Misyonu, kadınların evlenme yaşını yükseltme, aile planlaması, nüfus kontrolü vb. konularda sağlık okuryazarlığının temelini atmıştır (Stringfixer, 2022). Ulusal Okuryazarlık Misyonu aktivitelerine ek olarak, Afrika'ya yapılan sağlık ve eğitim yardımları da sağlık okuryazarlığının oluşması için atılan ilk adımlar arasında sayılabilir (Hernandez, 2013:1). Bu gelişmeler sağlık okuryazarlığına olan ilgiyi artırarak sağlık okuryazarlığı çalıştaylarının düzenlenmesinin önünü açarak toplumda farkındalık oluşmasını sağlamıştır..

Sağlık okuryazarlığı çalıştaylarında; sağlık okuryazarlığı yatırımları, sağlık okuryazarlığını destekleyecek kurum/kuruluşlar, eğitimsel ve piyasa özelliklerine değinilmektedir. Bu konu başlıklarına ek olarak ulusal ve yerel ölçekte sağlık okuryazarlığını destekleyici politikalar da yer almaktadır (Kickbusch vd., 2013).

1 Doç.Dr. Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü,simgeunlu@sakarya.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-0137-4210>

2 Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, lutfiye.yasar2@ogr.sakarya.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-9008-6415>

Yapılan çalıştaylarda, politik öneriler sunulduğu gibi sağlık okuryazarlığının eylem alanlarının çerçevesi de çizilmektedir. Bu bağlamda sağlık okuryazarlığının toplumsal açıdan önemi şu şekildedir:



Şekil 1. Sağlık Okuryazarlığının Toplumsal Açısından Önemi

Kaynak: Kanj ve Mitic, 2009.

Sağlık okuryazarlığının etkilediği bireylerin sayısının gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde oldukça fazla olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda karşılaşılan olumsuz sağlık sonuçlarıyla ilişkili olarak hastaneye yatış, ilaç ve tedavi masrafları gibi sağlık hizmetlerinden faydalanma oranı daha azalmaktadır. Sağlık okuryazarlığının düşük olduğu bölgelerde sağlık bakım maliyetlerinde artış yaşanmaktadır. Sağlık okuryazarlığı politikaları toplumda sağlıktaki eşitsizliğin önüne geçmek için etkili araç sayılmaktadır. Dolayısıyla bu eşitsizliğin önüne geçmek için okuma becerisinin gelişimi ve sağlık bilgisi talebinin varlığı oldukça önemlidir. Sağlık okuryazarlığı politikalarının oluşumu kronik hastalıklar, olumsuz sağlık davranışları ve öz yönetimde sorun yaşayan bireyler açısından önemlilik arz eden bir alandır. Sonuç olarak sağlık okuryazarlığı çeşitli boyutlarda önem arz eden sosyal bir konudur.

2. Sağlık Okuryazarlığıyla İlgili Terimler ve Sağlık Okuryazarlığı Düzeyleri

Sağlık okuryazarlığı politikaları bireylerin sağlık programlarını anlama, ilaç kullanma talimatlarını kavrama ya da pandemi koşullarında halk sağlığı uyarılarını dikkate alma ve bunları göz önüne alarak bilinçli davranış kalıpları oluşturmayı amaçlanmaktadır. Amaçlanan bu davranış kalıpları göz önüne alındığında sağlık okuryazarlığı politikalarıyla bireylerin sahip olması gereken davranışsal yeterlilikler; sağlığa dair veriye erişim sağlama, analiz etme ve eyleme geçme şeklinde sıralanabilir (Nielsen-Bohlman vd., 2004). Bu bağlamda sağlık okuryazarlığının politikaları sonucunda oluşan sağlık okuryazarlığı programlarının temel terimleri aşağıdaki gibidir:



Şekil 2. Sağlık Okuryazarlığının Temel Terimleri

Türk Dil Kurumu, sağlık kavramını sosyal, psikolojik ve fiziksel olarak iyi olmak şeklinde tanımlamaktadır. Sağlık kavramıyla ilişkili olarak hasta kavramı ise sağlığı bozulmuş, hastalanmış şeklinde ifade edilmektedir (TDK, 2022).

Sağlık bilgisi, bireysel ya da toplumsal perspektifle sağlığın önemini ortaya koymayı hedefleyen aynı zamanda tedavi yöntemleri ve koruyucu bakım hizmetlerine dair bilgi sunan teknik alandır (Kilit ve Eke, 2019). Bu bağlamda sağlık bilgisini topluma aktarmakta kullanılan sağlık iletişimi ise, sağlıkla ilgili kişi/grupların ilgili hasta/hekim veya hasta/sağlık personeli şeklinde bilgi alışverişi şeklinde tanımlanmaktadır (Okay, 2014:11).

Aydın'a göre (2019), sağlığın teşviki ve geliştirilmesi birey veya toplum sağlığını koruma/iyileştirmeye yönelik kamu ve STK'ların ortak çabaları sonucunda meydana gelen farkındalık sürecidir. Bu sürecin önemli bir adımını içeren önleyici (koruyucu) sağlık hizmetleri ise tedavi edici sağlık hizmetlerinin ilk basamağını oluşturmaktadır. Tedavi edici sürecin en önemli basamağı olmakla birlikte hastalığın ortaya çıkmasına yönelik tüm riskleri ortadan kaldırma ve hastalık riskine karşı planlama adımlarını içermektedir. İkinci basamakta orta ölçekli sağlık tesislerinde gerçekleşen tanı/tedavi hizmetleri yer alırken üçüncü basamakta en üst düzeydeki tanı/tedavi hizmetleri bulunmaktadır (Gençer vd., 2021: 1129).

Sağlık okuryazarlığı kavramı, sağlık hizmeti sağlayan uzmanlar ile hastalar arasındaki sorumluluğun/yükümlülüğün paylaşılması noktasında ortak bir zeminde buluşmaya yönelik iletişim politikası şeklinde tanımlanabilir (Balçık vd., 2014: 322). Bu bağlamda sağlık hizmeti sağlayan sağlık otoriteleriyle hastalar arasındaki yükümlülük paylaşımı olarak görünen sağlık okuryazarlığı düzeyinin sınıflandırması şu şekildedir:



Şekil 3. Sağlık Okuryazarlığı Düzeyleri

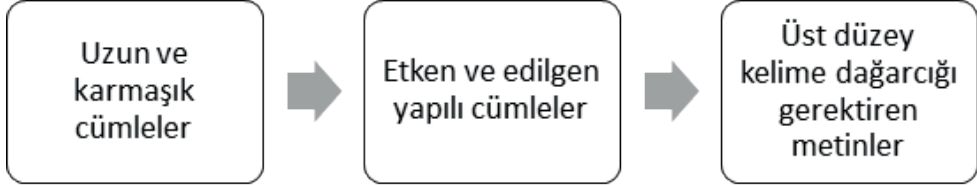
Kaynak: Nutbeam, 2000.

Sağlık okuryazarlığının birinci düzeyi fonksiyonel sağlık okuryazarlığıdır. Bu düzeyde temel okuma-yazma becerisi aranmaktadır. Bir başka deyişle, bu evre yazılı/sözlü biçimde sağlıkla ilgili veri setlerini anlama kabiliyetini içermektedir. İkinci düzey iletişimsel sağlık okuryazarlığıdır ve değişen iletişim kanallarındaki sağlık ile ilgili bilgilere erişimi kapsamaktadır. Eleştirel sağlık okuryazarlığı ise üçüncü düzey sağlık okuryazarlığıdır. Bu düzeydeki bireyler üst düzey sağlık bilgisini analiz edebilme, sağlığın sosyo-politik ya da ekonomik boyutunu değerlendirebilme becerisine sahiptir.

Sağlık okuryazarlığı düzeyi düşük bireylerde şu davranış kalıpları görülmektedir: Hastane randevularına zamanında gidememe, bilinçsiz ilaç kullanımı, karar vermede zorluk yaşama, gereksiz şeyler için hastane personelinden destek bekleme... (Yılmazel ve Çetinkaya, 2016:71-72). Bu davranışlara ek olarak düşük sağlık okuryazarlığına sahip bireyler muayene işlemleri ve ilaç kullanımı yönergelerini takip etmekte zorlanmaktadır.

3. Sağlık Teşviki ve Geliştirilmesi İçin Sağlık Okuryazarlığı Kılavuzu Nasıl Olmalıdır?

Sağlık okuryazarlığını artırmak, sağlığın teşviki ve geliştirilmesinde kilit rol oynamaktadır. Bu bakımdan sağlık okuryazarlığı, kamuoyuna ulaşmada ve sağlık konusunda bilgilendirmede oldukça önemlidir. Işık'a (2010) göre, sağlık okuryazarlığı için kullanılan tanıtım materyallerinde hedef kitle tarafından rahatça anlaşılması için basit bir dil kullanılmalıdır. Bu bağlamda sağlık okuryazarlığı kılavuzları hazırlanırken şu üç etken anlaşılabilirliği zorlaştırmaktadır:



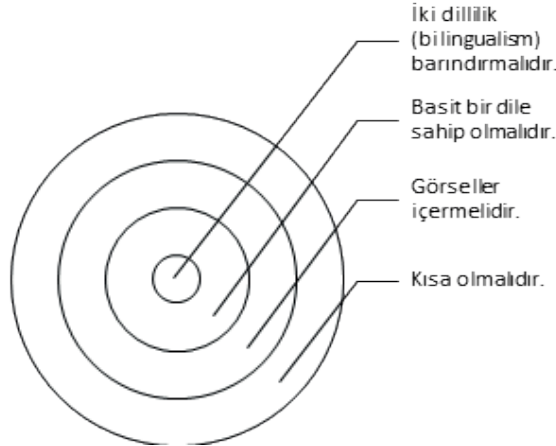
Şekil 4. Sağlık Okuryazarlığını Zorlaştıran Etkenler

Kaynak: Zarcadoolas vd., 2006:7

Sağlık okuryazarlığı tanıtım materyalleri hazırlanırken uzun ve karmaşık bir cümle yapısı tercih edilmesi sağlık okuryazarlığını zorlaştıran ilk etmendir. Sağlık okuryazarlığını güçleştiren bir diğer etkense etken ve edilgen yapıları cümle kullanımınıdır. Son olarak üst düzey metin kullanımı ya da kelime hazinesi gerektiren içeriklerdir. Dolayısıyla karmaşık, uzun ve üst düzey sözcük dağarcığı gerektiren içerikler sağlık okuryazarlığı düzeyini düşürmektedir. Buna bağlı olarak tanıtım materyallerinin kolayca anlaşılıp yorumlanması için gündelik, sade bir dil kullanımının bir zorunluk olduğunu söylenebilir.

Sağlık okuryazarlığı materyalleri hazırlanırken anlaşılması zor, karmaşık iletiler sağlık okuryazarlığı düşük bireyler için birtakım riskler içermektedir. Sansasyonel bir sağlık haberi, duyurusu veya söylemi uzun ve karmaşık cümlelerle sunulduğu zaman üç çeşit tehlike ortaya çıkmaktadır. Bu risklerden ilki, düşük sağlık okuryazarlığına sahip bireyler gönderilen mesajları anlayamazlar. İkinci olarak karmaşık iletilerin doğruluğunu, güvenilirliğini sorgulayamazlar. Son olarak bu karmaşık iletileri anlayıp sorgulayamadıkları için güvenmek durumunda kalırlar (Zarcadoolas vd., 2006:8). Sonuç olarak, sağlık iletişimi uzmanları bu materyalleri hazırlarken uzun, bilimsel terimlerle donatılmış bir içerik hazırlamamalıdır.

Sağlık okuryazarlığını üzerine çalışan iletişim uzmanları tanıtım kitapçıkları ve CD'ler, broşürler, web siteleri gibi materyaller hazırlamaktadır (Işık, 2010; Özseri vd., 2016; Ünlü, 2018; Işık vd., 2021). Bu bağlamda sağlık okuryazarlığı kılavuzu/materyali hazırlanırken dikkat edilmesi gereken özellikler aşağıdaki gibi şematize edilebilir:

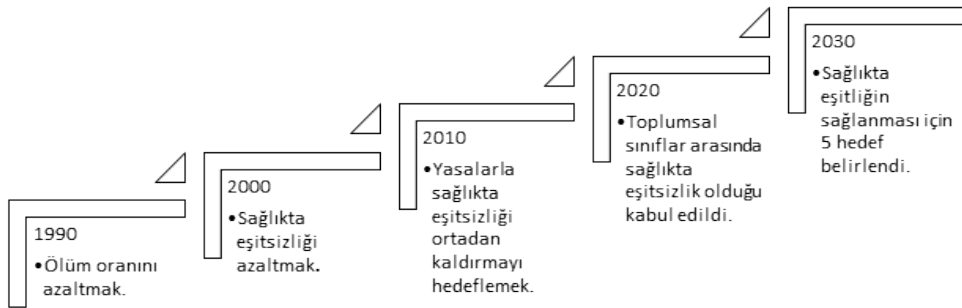


Şekil 5. Sağlık Okuryazarlığı Kılavuzu/Materyalinin İçermesi Gereken Özellikler

Sağlık okuryazarlığı kılavuzları hazırlanırken içerik oldukça kısa tutularak basit bir dille anlatılmalıdır. Bu içerik görsellerle desteklenmelidir. Ayrıca en az bir yabancı dil içerecek şekilde hazırlanmalıdır.

4. Sağlık Okuryazarlığını Kazandırmada Sosyal Belirleyiciler

Sağlık okuryazarlığı düzeyinin artırılması sağlıkta eşitliğin sağlanmasıyla mümkündür. Bu nedenle sağlık okuryazarlığı düşük olan bireylerle, sağlık okuryazarlığı düzeyi yüksek olan bireylerin sağlığa erişim olanaklarında eşitlik bulunmamaktadır. Dolayısıyla sağlık okuryazarlığı reformlarının yapılması sağlığa erişimdeki eşitsizliği yok etme üzerinde oldukça önemlidir (Landi ve Hernandez, 2011:27). Bu bağlamda yapılan reformlarla sağlıkta eşitsizliğin ortadan kaldırılmasına yönelik atılan adımlar:



Şekil 6. Sağlıkta Eşitsizliğin Ortadan Kaldırılmasına Yönelik Atılan Adımlar

Kaynak: Gómez vd., 2021

1990-2000’li yıllar arasında sağlıkta eşitsizliği ortadan kaldırmaya yönelik çeşitli adımlar atılmıştır. Özellikle 2030 hedefleri sağlıkta eşitsizliği ortadan kaldırma ve sosyal belirleyicileri analiz etmek açısından oldukça önemlidir. Bu hedefler; sağlıklı gelişen yaşam kurmak, sağlık okuryazarlığını geliştirmek, hayatın tüm evresinde sağlıklı davranışları teşvik etmek, sağlık için ekonomik, fiziksel ve sosyal ortamlar yaratmak ve sağlığı iyileştiren politikalar geliştirmektir.

Dünya Sağlık Örgütüne göre, yoksul bölgelerde meydana gelen sağlık sorunları ve ölümlerin temelindeki problemleri ortadan kaldıracak güç bulunmaktadır. Çünkü bu bölgeler arasındaki sağlık eşitsizliğinin temelinde toplumsal/sosyal nedenler yani sağlığın sosyal belirleyicileri yatmaktadır (WHO, 2008). Tarlov’a göre (1996); sağlığın sosyal belirleyicileri dört başlık altında ele alınabilir: Genetik ve biyolojik faktörler, bireysel davranışlar, tıbbi bakım hizmetlerine ek olarak yaşam alanı koşullarıdır.

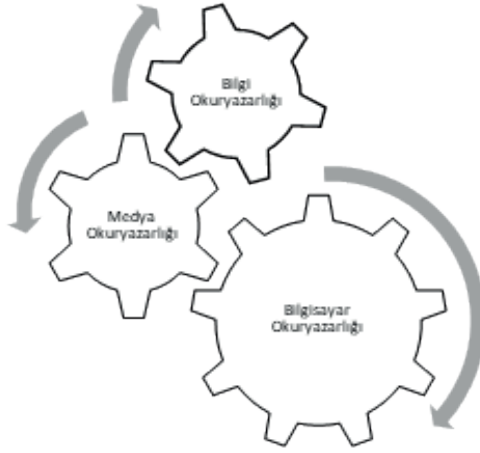
2030 sağlık hedeflerine göre maksimum düzeyde sağlığa erişmek için, sağlık hizmetlerinde eşitlik ve fırsatlara adil erişim ilkesinin benimsenmesi hedeflenmektedir (Jackson vd., 2021). Gómez ve arkadaşlarına göre (2021), sağlıktaki eşitsizlikler eğitim, ekonomik, ırkçılık ve su, barınma, sağlık hizmetleri gibi hizmetlere sınırlı erişimle meydana gelmektedir. Bu bağlamda dezavantajlı koşullarda yaşayanlar için sağlıkta eşitliği sağlamak amacıyla sosyo-politik, ekonomik ve fiziksel şartlarda iyileştirme yapılması ve bu yönde politikalar üretilmesi gerekmektedir.

5. E-Sağlık Becerileri ve Sağlık Okuryazarlığını Geliştirme Yaklaşımları

Sağlık okuryazarlığı, temel sağlık bilgisi ya da hizmetlerine ulaşabilme, bu hizmet veya bilgileri anlayıp bir karara varabilme olarak tanımlanmaktadır (Magnani vd., 2018). 2020 ve 2030 sağlıklı insanlar politikalarında dijital sağlık hizmetlerinin kullanımı ve becerileri ile ilgili hedeflerin yer almasıyla sağlık hizmetlerinde dijitalleşme ve sağlıkla ilgili mobil uygulama kullanımı yaygınlaşmaya başladı. Bu bağlamda mobil sağlık hizmetlerini arama, hizmetlerden birini tercih etme ve uygulama becerileri edinmeye dijital sağlık okuryazarlığı ya da e-sağlık okuryazarlığı denilmektedir (Van Der Vaart ve Drossaert, 2017).

Dijital sağlık okuryazarlığı, sağlıkla ilgili bilgiyi web tabanlı ortamlarda elde etme yeteneği olarak tanımlanabilir (Norman ve Skinner, 2006). Robbins ve Dunn’a göre (2019:154) sağlık okuryazarlığının dijital dönüşüm geçirmesiyle hastalık ve sağlık hizmetlerinin kişiselleşerek 7/24 erişim sağlanabilen ve sorunsuz kullanılabilen bir sağlık hizmetinin önemli bir bileşeni haline gelmiştir. Bu bağlamda dijital sağlık hizmetleri ve e-sağlık okuryazarlığının dijitalleşmeyle birlikte geliştiği söylenebilir.

E-sağlık okuryazarlığı, sağlık okuryazarlığının ana yönlerini içermekle birlikte, dijital sağlık okuryazarlığı teknolojik beceriler de gerektirmektedir. Bu beceriler:



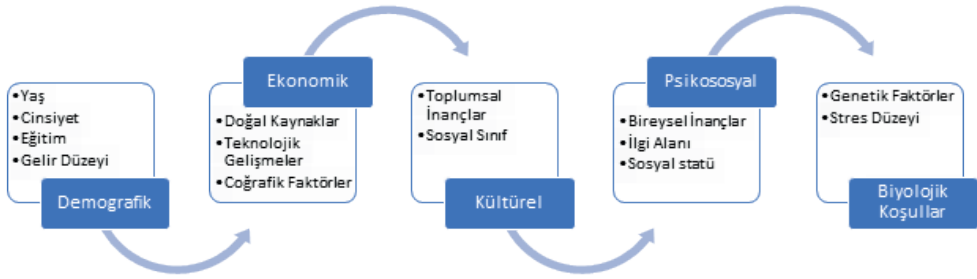
Şekil 7. Dijital Sağlık Okuryazarlığını Kapsayan Beceriler

Kaynak: Norman ve Skinner, 2006

Dijital sağlık okuryazarlığını kapsayan beceriler analiz edildiğinde bilgisayar okuryazarlığı bilgisayarla ilgili işlemleri yerine getirebilmek için önemlidir. Medya okuryazarlığı Google, Yandex ve Yahoo gibi arama motorlarını kullanabilmektir. Bilgi okuryazarlığı becerisi ise bilgiyi aramak, kullanmak/sentezlemektir.

E-sağlık okuryazarlığına erişimde bazı sınırlılıklar yaşanmaktadır. Dijital sağlık okuryazarlığı sınırlılıkları demografik özelliklere bağlı olarak yaş, eğitim ve azınlık gruplar mensup olmayla ilişkilendiren araştırmalar bulunmaktadır. Smith ve Magnani'ye göre (2019), dijital okuryazarlığı en düşük bireyler, yaşlı ve kronik sağlık sorunları olan kişilerdir. Benzer şekilde eğitim seviyesi düşük bireylerinde online sağlık aktivitelerine katılım eğilimi oldukça düşük olduğu saptanmıştır. Gordon ve Hornbrook'a göre (2016), demografik kıstaslar benzer olsa bile azınlık gruplar arasında e-sağlık portallarının kullanım oranlarında farklılıklar bulunmaktadır.

Dijital sağlık okuryazarlığı sınırlılıklarını ekonomik ve kültürel bağlamda değerlendiren araştırmalarda bulunmaktadır. Dover ve Belon'a göre (2019), dijital sağlık okuryazarlığını doğuran ekonomik ve kültürel bağlamlar arasında eşitsizlikler bulunmaktadır. Bunlar; demografik kıstasların yanında coğrafya, bireysel yetenekler ve meslekte bu eşitsizlik üzerinde etkilidir. Bu sınırlılıklara ek olarak psikososyal faktörler, inançlar ve biyolojik koşullar da mevcut sağlık koşullarını etkilediğinden dijital sağlık okuryazarlığının belirleyicileri arasında yer almalıdır (Crawford ve Serhal, 2020). Bu bağlamda dijital sağlık okuryazarlığını sınırlandıran etmenler aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir:



Şekil 8. Dijital Sağlık Okuryazarlığının Sosyal Belirleyicileri

Dijital sağlık okuryazarlığının sosyal belirleyicileri demografik olarak yaş, cinsiyet, eğitim ve gelir düzeyi olarak gruplandırılır. Ekonomik açıdan doğal kaynaklar, teknolojik gelişmeler ve coğrafi faktörler şeklinde sınıflandırılır. Kültürel açıdan sosyal belirleyiciler toplumsal inançlar ve sosyal sınıflar bakımından ele alınabilir. Psikososyal belirleyiciler arasında bireysel inançlar, ilgi alanı ve sosyal statü bulunmaktadır. Biyolojik koşullarsa genetik faktörler ve stres düzeyi olarak kategorize edilmektedir. Bu başlıklar göz önüne alındığında e-sağlık okuryazarlığının sosyal belirleyicileri demografik, ekonomik, kültürel, psiko-sosyal ve biyolojik koşullar olmak üzere beş başlıkta sınıflandırılır. Dolayısıyla e-sağlık okuryazarlığının sınırlılıkları ve sosyal belirleyicileri oldukça kapsamlı biçimde değerlendirilmeli ve bu eşitsizliği minimize edecek politikalar yürütülmelidir.

E-sağlık okuryazarlığını düşüren faktörlerden biri de sağlık portallarının, web site tasarımındaki karmaşık düzendir (Smith ve Magnani, 2019). Sağlık portallarının tasarımına ek olarak içerdiği bilgi düzeyi ve dil kullanımındaki sadelik de bu uygulamaların kullanımını etkilemektedir (Dunn ve Hazzard, 2019). Bu bağlamda sağlık hizmetlerine yönelik uygulamaların tasarımı ve dili sade olmakla birlikte içerdiği bilgi düzeyi de kullanıcıların anlayacağı düzeyde olmalıdır.

Dijital sağlık okuryazarlığını geliştirmek için online sağlık bilgisine erişmek, bu bilgileri değerlendirmek, diğer hastalar ve doktorlarla iletişime geçebilmek için uygulamaları kullanmak ve dijital kayıt tutmak gibi sağlık becerilerini kazanmak gerekmektedir (Van Der Vaart ve Drossaert, 2017). E-sağlık okuryazarlığı için gerekli olan bu becerileri tüm mobil ortamlarda geliştirebilmek oldukça önemlidir. Bu bağlamda dijital sağlık okuryazarlığından maksimum düzeyde verim almayı sağlayan sağlık okuryazarlığı öğretimini geliştirmek gerekmektedir. Conard'a göre (2019) dijital sağlık okuryazarlığı öğretiminde beş adım bulunmaktadır ve bu adımlar sırasıyla aşağıda gösterilmektedir:



Şekil 9. Dijital Sağlık Okuryazarlığı Öğretiminde Kullanılan Adımlar

Sağlık okuryazarlığında bilgi güçtür. Öncelikle sağlık durumunun bilincinde olup bu durumu davranışsal bir yaklaşım sergileyerek sayısal olarak ölçümlemek gerekmektedir. Ardından izlenecek yolu belirlemek için online veya telefon aracılığıyla sağlık uzmanlarından danışmanlık hizmeti alma adımı gelmektedir. Son olarak sağlık uzmanlarıyla ortak bir karara varma aşamasına geçilmektedir.

6. Sonuç ve Değerlendirme

Dijital sağlık hizmetleri, teknolojinin gelişimiyle birlikte bireylerin sağlık okuryazarlığını artırarak daha bilinçli karar alma ve sağlıkla ilgili kararlara katılımını da artırmaktadır. E-sağlık hizmetlerinin kullanımı sağlık okuryazarlığı yüksek birey ve toplumlarda hasta bakımı maliyetlerini azaltma açısından kolaylık sağlamaktadır. Diğer taraftan bu hizmetlerin kullanılmadığı sağlık okuryazarlığı düşük birey ve toplumlarda, zaman, sağlık kalitesi ve bakım maliyetleri açısından oldukça maliyetli bir tablo ortaya çıkmaktadır.

Düşük veya sağlık okuryazarlığına sahip olmayan bireylerin sağlık hizmeti alırken karşılaştığı engeller, online ortamlarda sağlık arayışındayken de karşılarına çıkmaktadır. Bu bağlamda sağlık okuryazarlığı düzeyini düşürecek her türlü etmeni ortadan kaldırmak amacıyla iletişim uzmanlardan yardım alınması ve multidisipliner çalışmaların yürütülmesi gerekmektedir. Sonuç olarak dijital çağda da devam eden sağlık eşitsizliğine son vermek için atılacak her adım oldukça büyük önem arz etmektedir.

Kaynakça

- Aydın, N. (2019). Sağlıkın Teşviki ve Geliştirilmesi. *Black Sea Journal of Health Science*, 2(1), 21-29.
- Balçık, P. Y., Taşkaya, S., & Şahin, B. (2014). Sağlık okur-yazarlığı. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 13(4), 321-326.
- Conard, S. (2019). Best practices in digital health literacy. *International journal of cardiology*, 292(2019), 277-279.
- Crawford, A., & Serhal, E. (2020). Digital health equity and COVID-19: the innovation curve cannot reinforce the social gradient of health. *Journal of medical Internet research*, 22(6), e19361.
- Dover, D. C., & Belon, A. P. (2019). The health equity measurement framework: a comprehensive model to measure social inequities in health. *International journal for equity in health*, 18(1), 1-12.
- Dunn, P., & Hazzard, E. (2019). Technology approaches to digital health literacy. *International journal of cardiology*, 293(2019), 294-296.
- Gençer, Ç., Er, F., Barut, B., & Kara, Y. (2021). Koruyucu Sağlık Hizmetlerinin Sunumunda Sosyal Hizmet Mesleğinin Önemi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 32(3), 1125-1142.
- Gómez, C. A., Kleinman, D. V., Pronk, N., Gordon, G. L. W., Ochiai, E., Blakey, C., ... & Brewer, K. H. (2021). Practice Full Report: Addressing Health Equity and Social Determinants of Health Through Healthy People 2030. *Journal of Public Health Management and Practice*, 27(6), S249.
- Gordon, N. P., & Hornbrook, M. C. (2016). Differences in access to and preferences for using patient portals and other eHealth technologies based on race, ethnicity, and age: a database and survey study of seniors in a large health plan. *Journal of medical Internet research*, 18(3), e5105.
- Hernandez, L. M. (2013). *Health literacy: Improving health, health systems and health policy around the world*. Washington, DC: National Academies Press.
- Işık, M. (2010). *Hastanelerde Halkla İlişkiler*. Eğitim Yayınevi: Konya
- Işık, M., Bilici, E. & Darı, A. B. (2021). *Dijital Dönüşüm Bağlamında Halkla İlişkiler*, Şakir Güler (Ed.), Dijital İletişim Araştırmaları, Nobel Yayınevi: Ankara
- Jackson, D. N., Trivedi, N., & Baur, C. (2021). Re-prioritizing digital health and health literacy in healthy people 2030 to affect health equity. *Health communication*, 36(10), 1155-1162.
- Kanj, M., Mitic, W., (2009). Health Literacy and Health Behaviour. Eastern Mediterranean Region, World Health Organization. https://www.who.int/healthpromotion/conferences/7gchp/Track1_Inner.pdf Erişim tarihi 26.01. 2022
- Kickbusch, I., Pelikan, J. M., Apfel, F. & Tsouros, A. D. (2013). Health literacy: the solid facts. World Health Organization. Regional Office for Europe. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/326432> Erişim Tarihi 26.01.2022
- Kilit, D. Ö., & Eke, E. (2019). Bireylerin Sağlık Bilgisi Arama Davranışlarının Değerlendirilmesi: Isparta İli Örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 22(2), 401-436.
- Landi, S., & Hernandez, L. (Eds.). (2011). *Promoting health literacy to encourage prevention and wellness: Workshop summary*. National Academies Press.
- Magnani, J. W., Mujahid, M. S., Aronow, H. D., Cené, C. W., Dickson, V. V., Havranek, E., ... & Willey, J. Z. (2018). Health literacy and cardiovascular disease: fundamental relevance to primary and secondary prevention: a scientific statement from the American Heart Association. *Circulation*, 138(2), e48-e74.
- Nielsen-Bohman, L., Panzer, A. M., & Kindig, D. A. (Eds.). (2004). *Health literacy: A prescription to end confusion*. Washington, DC: Institute of Medicine of the National Academies
- Norman, C. D., & Skinner, H. A. (2006). eHealth literacy: essential skills for consumer health in a networked world. *Journal of medical Internet research*, 8(2), e506.

- Nutbeam, D. (2000). Health literacy as a public health goal: a challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st century. *Health promotion international*, 15(3), 259-267.
- Okay, A. (2014). *Sağlık İletişimi*. Derin Yayınları: İstanbul.
- Özsarı, S. H., Hoşgör, H., & Hoşgör, D. G. (2016). Hastane web site performanslarının halkla ilişkiler ve tanıtım açısından incelenmesi: Türkiye, Hindistan ve İrlanda örnekleri. *Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, (4), 209-217.
- Ratzan, S. C. 2001. Health literacy: Communication for the public good. *Health Promotion International* 16(2):207-214.
- Robbins, D., & Dunn, P. (2019). Digital health literacy in a person-centric world. *International journal of cardiology*, 290, 154-155.
- Smith, B., & Magnani, J. W. (2019). New technologies, new disparities: the intersection of electronic health and digital health literacy. *International journal of cardiology*, 292(2019). 280-282.
- Stringfixer, (2022). Literacy in India. https://stringfixer.com/tr/Literacy_in_India. Erişim tarihi 24.01.2022.
- Tarlov A. 1996. *Social determinants of health: the sociobiological translation*. In Blane D, Brunner E, Wilkinson R (eds). Health and social organization. London: Routledge: 71-93.
- TDK, (2022). Sözlük <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi 26.01.2022
- Ünlü, S. (2018). A Public Relations Supported Approach to Emotion Management Process in Hospitals. *Uluslararası Ekonomi İşletme ve Politika Dergisi*, 2(2), 169-182.
- Van Der Vaart, R., & Drossaert, C. (2017). Development of the digital health literacy instrument: measuring a broad spectrum of health 1.0 and health 2.0 skills. *Journal of medical Internet research*, 19(1), e27.
- Who, (2008). Commission on Social Determinants of Health, 2005-2008. <https://www.who.int/teams/social-determinants-of-health/equity-and-health/commission-on-social-determinants-of-health> Erişim Tarihi 30.01.2022
- Yılmazel G, Çetinkaya F. (2016). Sağlık okuryazarlığının toplum sağlığı açısından önemi. *TAF Prev Med Bull*, 15(1), 69-74.
- Zarcadoolas, C., Pleasant, A.F. and Greer, D.S. (2006), *Advancing Health Literacy: A Framework for Understanding and Action*. Jossey-Bass Publishing, New York, NY.

YAZARLAR HAKKINDA

Doç. Dr. Simge Ünlü

2019 yılından beri Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünde doçent olarak çalışmaktadır. “Halkla İlişkiler Perspektifinden Sosyal Strateji ve Sosyal İnovasyon”, “Halkla İlişkiler Perspektifinden Sosyal Girişimcilik”, “Yeşil Etkinlik Yönetimi Planlama ve Yaklaşımlar” ve “Kişisel Halkla İlişkiler” alanında kitapları bulunmaktadır. Ünlü’nün, başlıca çalışma alanları arasında; halkla ilişkiler, halkla ilişkiler kampanya ve uygulamaları, etkinlik yönetimi gibi konular yer almaktadır.

Doç. Dr. Erkan ALSU

Lisans eğitimini Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat bölümünde, yüksek lisans eğitimini Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalında tamamlayan Alsu, 2016 yılında Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında doktora derecesini aldı. Başlıca çalışma alanları arasında; Finansal Kurumlar, Finansal Risk Yönetimi, Portföy Yönetimi ve Bankacılık gibi alanlar yer almaktadır. Çalışmalarına Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü’nde devam etmektedir.

Dr. Abdülhakim Bahadır Darı

Dr. Abdülhakim Bahadır Darı, 1985 yılında İstanbul’un Kadıköy ilçesinde doğdu. 2017 Yılında Marmara Üniversitesi Halkla İlişkiler Anabilim Dalında Doktora derecesini almaya hak kazanmıştır. Bir süre kamu kurumunda basın yayın ve halkla ilişkiler müdürlüğünde görev yapan Darı, 2019 Yılında Yalova Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi İletişim Sanatları bölümünde Dr. Öğretim Üyesi olarak göreve başlamıştır. Lisans ve lisansüstü seviyelerde dersler veren Darı, aynı zamanda çeşitli kurumlarda etkili iletişim alanında eğitimler vermektedir. Başlıca çalışma alanları arasında; sosyal medya, halkla ilişkiler, iletişim sosyolojisi, kurumsal iletişim alanları yer almaktadır. Halen Yalova Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümünde bölüm başkan yardımcısı olarak çalışmaya devam etmektedir.

Dr. Şakir Güler

Lisans eğitimini Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünde, yüksek lisans eğitimini Sakarya Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalında tamamlayan Güler, 2020 yılında Uşak Üniversitesi İletişim Bilimleri Anabilim Dalında doktora derecesini aldı. Başlıca çalışma alanları arasında; dijital iletişim, halkla ilişkiler, iletişim psikolojisi ve e-katılım gibi disiplinlerarası alanlar yer almaktadır. Çalışmalarına Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesinde devam etmektedir.

Dr. Ahmet Taşdemir

Lisans eğitimini Bülent Ecevit Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Üniversitesi bölümünde, yüksek lisans eğitimini Hasan Kalyoncu Üniversitesi İşletme Anabilim Dalında tamamladı. Taşdemir, 2019 yılında finans alanında yazmış olduğu tezle Gaziantep Üniversitesi İşletme Anabilim Dalında doktora derecesini aldı. Başlıca çalışma alanları arasında; finans, bankacılık, finansal piyasalar ve uluslararası finans gibi alanlar yer almaktadır. Kurucusu olduğu dış ticaret alanında faaliyet gösteren şirkette uluslararası piyasa tedarikçileri ve ürün araştırmaları üzerine çalışmaktadır.

Dr. Hakan Ayaz

Lisans eğitimini Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi İletişim Bölümü'nde, yüksek lisans eğitimini ise Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Basın ve Yayın Bölümü'nde tamamladı. "Haber Yayılımı Ekseninde Dijital Melezlerin Dijital Yurttaşlık Düzeylerinin İncelenmesi" başlıklı teziyle 2021 yılında Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Basın ve Yayın Bölümü'nden doktora derecesini aldı. Halen Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nde araştırma görevlisi doktor olarak akademik çalışmalarına devam etmektedir. Yeni medya çalışmaları, dijital yurttaşlık ve toplum, iletişim kuramları ilgi alanları arasındadır.

Dr. Öğr. Yusuf Şahin

Lisans eğitimini Mersin Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema bölümünde, yüksek lisans eğitimini Uşak Üniversitesi İletişim Bilimleri Anabilim Dalında tamamlayan Şahin, doktora eğitimine Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Çalışmaları 100/2000 programında devam etmiştir. Başlıca çalışma alanları arasında; dijital iletişim, sosyal medya ve medya okuryazarlığı bulunmaktadır.

Dr. Öğr. Lütfiye Yaşar

2021 yılında Sakarya Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalında yüksek lisansını tamamladı. Sakarya Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalında doktora eğitimine devam eden Yaşar, online halkla ilişkiler, etkinlik yönetimi, online etkinlik yönetimi gibi konularda çalışmalar yapmaktadır.

İrem Koçyiğit

İlkokul ve lise eğitimini Afyonkarahisar'da tamamladı. Lisans eğitimini 2018 yılında Süleyman Demirel Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım lisans bölümünde tamamladı. Yüksek lisans eğitimini de aynı üniversitenin İletişim Bilimleri yüksek lisans programında tamamlamıştır. Çalışmalarına Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde devam etmektedir.

