

Dijital Çağda Okuryazarlığın Paradigma Değişimi*

 Dudu YURT¹

¹ Doktora Öğrencisi,
dudu.yurt18@gmail.com
ORCID: 0000-0001-9983-3317

Gönderilme / Received

02.05.2025

Kabul Tarihi / Accepted

07.05.2025

Yayın Tarihi / Published

30.09.2025

Öz

Geçmişten günümüze okuryazarlık kavramı önemli dönüşümlere sahne olmuştur. Geleneksel okuryazarlıktan medya okuryazarlığına ve günümüzde de dijital medya okuryazarlığına evrilen bu süreçte okuryazarlık anlayışı büyük ölçüde değişmiştir. Dijital medya ortamları, bireyleri yalnızca içeriğin tüketicisi değil aynı zamanda hem içerik üreticisi hem de paylaşımcısı konumuna getirmiştir. Ancak bireylerin çeşitli dijital platformlara aktif katılımı, bilginin daha demokratik bir biçimde paylaşılmasını sağlarken bazı sorunlara da beraberinde getirmiştir. Dijital ortamlardan sosyal medya platformları ve çevrim içi ortamlarda dezenformasyon ve manipülasyon gibi risklerin artmasına yol açmıştır. Bireylerin dijital medyada yer alan içeriklerine karşı doğruluk süzgecinden geçirecek sorgulayıcı ve farkındalık geliştirmeleri önem kazanmıştır. Bu kapsamda çalışmanın amacı okuryazarlık olgusunun teknolojiyle birlikte geçirdiği dönüşüme odaklanmaktadır. Özellikle bilgisayar ve internet temelli teknolojilerinin iletişim süreçleri üzerindeki çok boyutlu yansımaları ele alınarak, dijitalleşmenin okuryazarlık anlayışını nasıl dönüştürdüğü vurgulanmaktadır. Bu çalışma, teorik çerçevede tarihsel ve kavramsal olarak ele alınmış; dijitalleşme süreciyle birlikte okuryazarlığın geçirdiği evreleri ortaya koyabilmek amacıyla veri toplama aracı olarak literatür taramasından yararlanılmıştır. Çalışmanın bulguları, geleneksel anlamda okuryazarlık, belirli bir alfabe sistemiyle oluşturulan metinleri okuma ve yazma becerisine dayandığını, ancak 20. yüzyılda medya araçlarının gelişimiyle birlikte okuryazarlık daha geniş bir kavram haline gelerek medya okuryazarlığına dönüştüğünü göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Medya Çalışmaları, Okuryazarlık, Medya Okuryazarlığı, Dijital Medya Okuryazarlığı, Dijitalleşme.

* Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

** Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

*** Çalışma tek yazar tarafından yürütülmüştür.

The study was conducted by a single author.

**** Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Yurt, D. (2025). Dijital Çağda Okuryazarlığın Paradigma Değişimi. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 5(2), 433-445. doi: 10.59534/jcss.1689652

The Paradigm Shift of Literacy in the Digital Age



Dudu YURT¹

¹ PhD student,
dudu.yurt18@gmail.com
ORCID: 0000-0001-9983-3317

Gönderilme / Received

02.05.2025

Kabul Tarihi / Accepted

07.05.2025

Yayın Tarihi / Published

30.09.2025

Abstract

The concept of literacy has undergone significant transformations from the past to the present. This process has evolved from traditional literacy to media literacy and, more recently, to digital media literacy, fundamentally changing our understanding of literacy. Digital media environments have positioned individuals not only as consumers of content but also as producers and sharers of it. While active participation in various digital platforms allows for a more democratic dissemination of information, it also brings about certain challenges. The rise of disinformation and manipulation on social media platforms and other online environments has become a growing concern. Therefore, it has become increasingly important for individuals to critically evaluate and develop awareness of the content they encounter in digital media. In this context, the aim of this study is to focus on the transformation of the literacy phenomenon alongside technological advancements. By examining the multifaceted impact of computer and internet-based technologies on communication processes, the study emphasizes how digitalization has reshaped the concept of literacy. The study is conducted within a theoretical framework, addressing the topic both historically and conceptually, and uses literature review as a data collection method to reveal the stages of literacy transformation through the digitalization process. The findings of the study indicate that traditional literacy was based on the ability to read and write texts formed through a specific alphabet system. However, with the development of media tools in the 20th century, literacy has evolved into a broader concept, transforming into media literacy.

Keywords: Media Studies, Literacy, Media Literacy, Digital Media Literacy, Digitalization.

Giriş

İnsanlığın varoluşuyla birlikte iletişim, dinamik bir süreç olarak daima gelişmiştir. Toplumsal yaşamın temel unsurlarından biri olan iletişim, yazının icadıyla somutlaşmıştır. Yazının kullanılmaya başlanmasıyla insanlık önemli bir dönüşüme sahne olmuştur. Bu dönüşüm okuryazarlığın ortaya çıkmasına olanak tanımıştır. Okuryazarlık, geçmişten bugüne süregelen bir devinim içinde olmuştur. Geleneksel okuryazarlık, alfabe aracılığıyla okuma ve yazmaya odaklanırken, teknolojiye yaşanan ilerlemelerle birlikte farklı bir boyuta evrilmiştir.

Okuryazarlık anlayışındaki değişim, 20. yüzyılda başlamıştır. Bu dönemde medya araçlarının yaygınlaşması ve görsel, işitsel yazılı materyallerin çeşitlenmesi medya okuryazarlığı kavramının ortaya çıkmasında önemli bir rol oynamıştır. Gazete, radyo ve televizyon gibi konvansiyonel (geleneksel) medya araçlarıyla topluma iletilen içerikler medya okuryazarlığı kavramını gündeme getirmiştir. Özellikle televizyonun toplum tarafından kısa sürede benimsenmesi medya okuryazarlığına dair teorik ve uygulamalı yaklaşımların gelişmesine zemin hazırlamıştır. Medya okuryazarlığı, başlangıçta korumacı bir yaklaşım üzerine inşa edilmiştir. Bu yaklaşım, özellikle çocuklar ve gençler gibi savunmasız grupları medyanın olası zararlı etkilerinden koruma amacını taşımaktadır. Ancak zamanla, medya okuryazarlığının yalnızca belirli bir grup için değil, tüm bireyler için gerekli bir yeterlilik olduğu anlaşılmıştır.

Geleneksel medya ortamlarında bireyler, okuyucu, dinleyici ve izleyici olarak pasif bir konumdayken, 21. yüzyılda bilgisayar ve internet kullanımının yaygınlaşması dijitalleşme sürecini beraberinde getirmiştir. Dijitalleşme, analog materyallerin bilgisayarlar aracılığıyla sayısal forma dönüştürülmesi süreci olarak ifade edilmektedir. Dijital medya ortamında, tüm veriler sayısal kodlara dönüştürülür (Lister vd., 2009, s. 16). Laughey'e (2010, s. 157-158) göre dijitalleşme, 'bir' ve 'sıfır'dan oluşan ikili kodlama sistemiyle temsil edilmektedir. Daha karmaşık kodlama sistemleri de mümkündür; ancak pratik kullanımları sınırlıdır.

Geleneksel medyanın dijitalleşmesiyle birlikte okuryazarlık anlayışı değiştirmiş ve kapsamı genişlemiştir. Geleneksel medya ortamlarında yalnızca tüketici konumunda olan bireyler, dijital medya ortamlarında hem tüketici hem de üretici hâline gelmiştir. Bu dönüşüm, okuryazarlık anlayışında önemli bir paradigma değişimine yol açmıştır. Günümüzde özellikle yeni iletişim teknolojilerindeki olağanüstü gelişmeler, okuryazarlık kavramını köklü bir şekilde dönüştürmüştür. Dijital ortamlarda bilginin filtrelenmeden hızla iletilmesi ve doğrudan paylaşılması, dijital medya okuryazarlığına duyulan ihtiyacı daha görünür kılmıştır.

Dijital medya okuryazarlığı, içinde yaşadığımız çağın gereklerine uygun olarak ortaya çıkan kapsayıcı bir yaklaşımdır. Dijital iletişim teknolojileri yaşamın neredeyse her alanında nüfuz etmiş durumdadır. Bu nedenle bu araçların kullanımı ve sembolik içerikleri üzerine eleştirel bir bakış açısı geliştirmek ve bir sorgulayıcı farkındalık oluşturmak gerekmektedir. Dijital medya okuryazarlığı, yalnızca enformasyona erişim yeteneğiyle sınırlı değildir; buna ek

olarak, enformasyonun doğruluğunu değerlendirmeyi ve farklı perspektiflerden bakabilmeyi de gerekli kılar. Bireylerin bu yetileri geliştirmeleri dijital ortamlarda karşılaşma olasılığı yüksek olan dezenformasyon ve manipülasyon gibi sorunlar karşısında etkin olmalarını sağlar. Bu bağlamda çalışmanın amacı okuryazarlık anlayışının teknolojiyle birlikte geçirdiği dönüşüme odaklanmaktadır. Özellikle bilgisayar ve internet teknolojilerinin toplumsal iletişim süreçleri üzerindeki çok boyutlu yansımaları ele alınarak, dijitalleşmenin okuryazarlık anlayışını nasıl dönüştürdüğü ortaya konulmaktadır.

1. Değişen Okuryazarlık Anlayışı

Okuryazarlık olgusu, tarihsel perspektiften bakıldığında yazının icadı ile paralellik göstermektedir. Araştırmalar yazının ilk olarak Sümerler tarafından kullanıldığına işaret etse de bu konuda kesin bir yargıda bulunmak zordur. Yazı, insanların bir arada yaşamalarının yani toplumsallaşmanın bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla yazı toplumu meydana getiren önemli dinamiklerden biridir. Yazının kullanıma ilişkin dikkat çeken husus ilk olarak belirli bir elitin ve kilisenin hegemonyası altında uzunca bir süre varlığını sürdürmesidir. Bu durum belirli bir otoritenin yazıyı büyük ölçüde kendi çıkarları doğrultusunda kullanmasına zemin hazırlamıştır. Ancak 15. yüzyılın sonlarına doğru Gutenberg'in matbaayı icat etmesiyle bu egemenlik anlayışı kırılmıştır. Matbaanın toplumsal yaşama dâhil edilmesi, teknoloji bağlamında yeni bir dönemin kapılarını açmıştır. Diğer bir ifadeyle insanların basılı eserlere ulaşmalarına olanak sağlayan matbaa okuryazarlığın veçhesini değiştirmiştir.

Yazının icadıyla birlikte ortaya çıkan okuryazarlık kavramı, tarihsel süreç içerisinde farklı şekillerde tanımlanmış; fakat bu konuda araştırmacılar arasında ortak bir fikir birliği sağlanamamıştır. Dinamik bir olgu olarak okuryazarlık, bireysel ve bağlamsal yaklaşımlar doğrultusunda farklılık göstermektedir. En temel anlamıyla okuryazarlık (literacy), bireyin basılı veya yazılı bir metni okuma, yazma ve çözümleme becerisi olarak tanımlanabilir. Joseph Turow'a (2009, s.29) göre ise okuryazarlık, harf gibi yazılı ya da basılı sembollerle ifade edilen mesajları etkili bir şekilde anlama ve kullanma yetisidir. Bu tanımlarda ortak olarak vurgulanan temel nokta, belirli bir harf sistemiyle oluşturulmuş metinleri anlamlandırma pratiğidir.

Ancak okuryazarlığı yalnızca okuma ve yazma yetisiyle sınırlı bir kavram olarak görmek sığ bir yaklaşım olacaktır. Zira okuryazarlık, toplumsal yaşamın temel bileşenlerinden biri olarak dinamik ve anlam odaklı bir gelişim sergilemektedir. Bu doğrultuda Keller ve Share (2005, s. 369), okuryazarlığı, bireyin topluma tam katılımını sağlamak için gerekli bilgi ve becerilerin kazanılması olarak tanımlar. Okuryazarlık; ekonomik kalkınma, bireysel tatmin ve toplumsal entegrasyonun temel bir bileşeni olarak görülmektedir (Tyner, 1998, s. 17). Dolayısıyla okuryazarlık, toplumun temel yapı taşı olarak öneme haizdir. 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmelerle birlikte okuryazarlık okuma yazmanın ötesine geçerek farklı bir boyut kazanmıştır.

Bu bağlamda UNESCO okuryazarlığı, farklı bağlamlarla ilişkili yazılı, basılı ve görsel materyalleri kullanarak tanımlama, anlama, değerlendirme, yaratma, iletişim kurma ve hesaplama becerisi olarak tanımlamıştır. Okuryazarlık,

bireyin amaçlarına ulaşmasını, bilgi ve potansiyelini geliştirmesini ve daha geniş bir topluma tam anlamıyla katılımını sağlayan bir öğrenme sürekliliğini kapsamaktadır (UNESCO, 2004, s. 13).

21. yüzyıla gelindiğinde yeni bilgi ve iletişim teknolojileriyle birlikte okuryazarlık keskin bir dönüşüm sürecine girmiştir ve bu sürecin ana dinamiğini internet oluşturmıştır. Dijitalleşmenin aktör olduğu ve iletişim alanda radikal değişimlerin yaşandığı bu dönemde, “ağ toplumu”na (network society) geçiş süreci başlamıştır. Dolayısıyla geçmişten günümüze okuryazarlığın doğasının teknolojiyle beraber sürekli bir değişim ve devinim içinde olduğu dikkat çekmektedir. Özetle metin okuma, yazma ve anlama üzerine inşa edilen geleneksel okuryazarlık anlayışı teknolojik gelişmeler doğrultusunda değişime sahne olmuştur. Kitle iletişim araçlarının (medya) yaygınlaşmasıyla birlikte okuryazarlık bu araçlar aracılığıyla iletilen görsel, işitsel ve yazılı içerikleri okumayı içerecek şekilde kapsamı genişlemiştir.

2. Medyaya Kavramsal Bakış

“Medya” terimi, Latince kökenli “medium” (orta ve araç) sözcüğünün çoğuludur. Briggs ve Burke’ye (2023, s. 35) göre medya, mesajın iletildiği teknolojik araçlar olarak tanımlanır. Maigret (2004, s. 41) ise medya kavramını, alıcı ve verici arasında sınırlı etkileşim olasılığına sahip olan, yani kişilerarası iletişimden farklı ve örgütsel iletişimden ayrı olarak uzaktan bir ilişki biçimi kuran bir yapı olarak tanımlar. Scheibe ve Rogow’a (2012, s. 33) göre ise medya, şu temel özelliklere sahiptir: (a) iletiler, görsel, dilsel ve/veya işitsel öğeler aracılığıyla sunulur; (b) bu iletiler geniş kitlelere ulaşmak üzere kitlesel olarak üretilir ve teknoloji aracılığıyla iletilir; (c) içerik üreticileri ile alıcılar aynı fiziksel ortamda bulunmazlar.

20. yüzyılda kitle iletişim araçlarının geniş halk kitleleri tarafından yaygın şekilde kullanılmaya başlanması ve özellikle radyo ile televizyonun kısa sürede toplumların gündelik yaşamına entegre olması, iletişim teorisyenlerini harekete geçirmiştir. Bu dönemi teorisyenler “iletişim çağı” olarak adlandırmaktadır. Özellikle 1960’lı yıllarda görsel ve işitsel bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun kullanım alanı giderek genişlemiştir. Böylece bireyler, bu araçlar aracılığıyla yaşadıkları toplum hakkında daha fazla bilgi edinmeye başlamışlardır. Zira medyanın bilgilendirme, eğitme, toplumsallaştırma ve eğlendirme gibi temel işlevleri bulunmaktadır. Medya, toplumsal yaşamın şekillenmesinde çok boyutlu bir role sahiptir. Bu nedenle belirli ideolojilerin ve değerlerin topluma aktarılmasında aracı olan merkezi bir yapı konumundadır. Dinamik bir mekanizma olarak medya, teknolojik gelişmeler doğrultusunda sürekli bir dönüşüm geçirmektedir.

21. yüzyıla gelindiğinde medya, teknolojik gelişmelere bağlı olarak radikal bir dönüşüm geçirmiştir. Bu dönüşüm, bilgisayar ve internet temelli dijitalleşmeyle birlikte bilgi ve iletişim teknolojilerinin çeşitlenmesine neden olmuştur. Sosyal ağlar, çevrim içi forumlar ve podcast gibi yenilikler, medya algısını ve ortamını köklü biçimde değiştirmiştir. Bu durumu, iletişim kuramcısı Marshall McLuhan’ın “global köy” kavramı özetlemektedir. McLuhan, bu metafor aracılığıyla internet ve ağ sistemlerinin dünyayı küçük bir köye dönüştüreceğini savunur. Günümüzde Facebook, Twitter ve Instagram gibi etkileşim temelli sosyal medya platformları,

onun bu öngörüsünü somutlaştırmaktadır. McLuhan'ın bu yaklaşımı, 1990'larda Manuel Castells'in "ağ toplumu" kuramıyla dijital/yeni medya ekosisteminin şekillenmesine zemin hazırlamıştır. Castells'e (2003, s. 40) göre, "ağ toplumu" (network society) olarak tanımlanan bu çağda bilginin üretimi, dağıtımı ve saklanması dijitalleşmeyle birlikte hız kazanmıştır. Benzer şekilde Thompson (2008, s. 25) da bilginin üretimi, depolanması ve yayılması süreçlerine dikkat çekmektedir.

3. Medya Okuryazarlığı

Okuryazarlık, dinamik bir kavram olarak sürekli gelişim halindedir ve bu gelişimin temelinde teknoloji yer almaktadır. Teknolojik ilerlemelere bağlı olarak okuryazarlık anlamsal bir dönüşüme sahne olmuştur. Geleneksel okuryazarlık anlayışı farklılaşmış ve kavram, medya okuryazarlığına evrilmiştir. Medya okuryazarlığına ilişkin ilk çalışmalar 1920'lerde Batı Avrupa'da ortaya çıkmıştır. Bu dönemde yapılan medya okuryazarlığı tartışmaları, İngiltere'de öğrencilere yüksek kültür ile popüler kültürü eğitim yoluyla ayırt etmeyi öğretme amacı üzerine temellenmiştir. Erken dönemdeki korumacı yaklaşım, savunucuların basılı medya çağında giderek büyüyen popüler kültüre karşı yüksek kültürü teşvik etmeyi hedeflediğini göstermektedir (akt. Lin vd., 2013, s.161). 1950'li yıllarda radyo ve televizyonun toplumsal yaşamda yaygınlaşması medya okuryazarlığı gerekliliğini gündeme taşımıştır.

Medya okuryazarlığına ilişkin ilk sistematik tanım 1978 yılında Minkinen tarafından yapılmıştır (İnceoğlu, 2016, s. 19). Tanımlanması her ne kadar zor olsa da medya okuryazarlığı en yaygın şekliyle, geleneksel medya ortamlarındaki yazılı, görsel ve işitsel içeriklerin eleştirel perspektifle analiz edilmesi olarak ifade edilmektedir. Benzer şekilde Bulger ve Davison (2018, s. 3) medya okuryazarlığını, bireylerin medyanın ürettiği mesajlarla eleştirel bir perspektiften etkileşime girmesini teşvik eden bir beceri seti olarak değerlendirmektedir. Bu tanımlamalardan hareketle medya okuryazarlığının en temel unsuru, medya mesajlarının eleştirel bir bakış açısıyla çözümlenmesi gerektiğine yönelik yaklaşımdır. Medya okuryazarlığı yaklaşımının temel argümanı geleneksel medya araçlarının özellikle televizyonun toplumsal yaşama dâhil olmasıdır. Medya teorisyenlerine göre medya güçlü etkileri sahiptir. Bu doğrultuda medya okuryazarlığı çocukları ve gençleri medyanın olumsuz etkilerine karşı korumayı amaçlamaktadır. Ancak bu korumacı yaklaşımın aksini savunan yaklaşımlara göre, medya artık ahlâki bir tehdit değil, eğitsel bir araçtır (Laughey, 2010, s. 64).

1992 yılında Medya Okuryazarlığı Ulusal Liderlik Konferansı'na (The National Leadership Conference on Media Literacy) katılan akademisyenler tarafından yapılan işlevsel tanıma göre medya okuryazarlığı, "çeşitli şekillerdeki iletilere erişme (access), bunları analiz etme (analysis), değerlendirme (evaluation) ve oluşturma (creating) becerisidir (Aufderheide, 1993). Bu dört bileşen erişim, analiz, değerlendirme ve içerik oluşturma unsurları medya okuryazarlığını beceri temelli bir yaklaşım olarak ön plana çıkarır. Her bir öge, doğrusal olmayan ve dinamik bir öğrenme sürecinin parçası olarak diğerlerini destekler: İçerik oluşturmaya öğrenmek, başkaları tarafından profesyonel olarak üretilen içeriği analiz etmeye

yardımcı olur; analiz ve değerlendirme becerileri internetin yeni kullanımlarına kapı açar, erişimi genişletir (Livingstone, 2004, s. 5).

Medya okuryazarlığı, medyayı sadece eleştirel bakış açısıyla izleme, okuma ve tüketme ile sınırlı değildir. Aynı zamanda oluşturma, üretme, yönetme, yazma ve düzeltme gibi becerileri de kapsayan kapsamlı bir kavramdır. Örneğin, bir internet sayfası dizayn etmek veya bir sinema filmi çekmek için gerekli yetenekler, esasen bireyin hayat okulundaki değerinin ortaya konması açısından önemlidir. Dolayısıyla medya okuryazarlığı, analiz etmek kadar üretimle de yakından ilişkilidir (Laughey, 2010, s. 65). Leaning'e (2017, s. 31) göre medya okuryazarlığı, beceri timeline ek olarak öğrencilerde eleştirel düşünme yetisini geliştirmeyi amaçlayan güçlü bir araştırma alanıdır. Nitekim medya okuryazarlığının temel amaçlarından biri medyaya yönelik eleştirel perspektif ve yaklaşımlar geliştirilmesini sağlamaktır.

Hobbs'a göre medya okuryazarlığının tarihi, oldukça karmaşık ve bağlama özgüdür. Her ülke ve bölge, bu düşünce ve uygulamaların zaman içinde nasıl geliştiğine dair kendine özgü tarihsel bir anlatıya sahiptir. Bu anlatılar hem kişisel hem de kolektif hafızada yer edinmiştir (akt. Hobbs, 2019, s. 4). Medya ise kişisel deneyimlerden sosyal ilişkilere, kimlikten halk sağlığına, siyasetten kültüre kadar pek çok alanda etkili olan mesajları, metinleri, teknolojileri ve kurumları kapsar (RobbGrieco, 2014, s. 3).

Türkiye'de medya okuryazarlığı çalışmalarının tarihi Batı'nın aksine oldukça yenidir. Türkiye'de medya okuryazarlığına ilişkin ilk çalışmalar, 2000'li yılların başlangıcına rastlamaktadır. Kamusal zeminde tartışmalar, Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) ile Milli Eğitim Bakanlığı'nın (MEB) ortak projeleri ve akademik çalışmalarla birlikte sürecin ilk basamağını oluşturmaktadır. Medya okuryazarlığına yönelik resmî politika yürütücüsü olan RTÜK, "2004 yılında Devlet Bakanlığı bünyesinde kurulan ve Türkiye'nin önde gelen kamu kurumları, sivil toplum örgütleri ile üniversitelerinin temsil edildiği Şiddeti Önleme Platformu'nda, ilk kez ilköğretim okullarında medya okuryazarlığı derslerinin okutulmasını önermiştir. Üst Kurul'un bu önerisi, geniş bir kabul görerek hem Medya Alt Komisyonu raporunda hem de eylem planında yer almıştır" (<https://www.medyakuryazarligi.gov.tr/>). Medya okuryazarlığı ile ilgili çalışmaları yürütmek amacıyla, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu uzmanları Ankara Üniversitesi, Gazi Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi'nden akademisyenlerin katılımıyla bir komisyon kurulmuştur. Komisyon, çalışmalarında bilhassa ABD ve Avrupa'daki örnekleri incelemiş; bunun yanı sıra içi ve yurt dışı kaynaklı makaleler ve diğer çalışmaları detaylı bir biçimde değerlendirmiştir (<https://www.medyakuryazarligi.gov.tr/>).

4. Dijital Medya Okuryazarlığı

İletişim alanı, teknolojik ilerlemeler sayesinde hem nicelik hem de nitelik açısından önemli bir gelişim göstermiştir. İletişim uzmanları bu dönemi genellikle "iletişim çağı" olarak tanımlar. Bu ifadenin temelinde, kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışı ve yaygınlaşması yer almaktadır. Zamanla teknolojik gelişmelere bağlı olarak yeni bir toplumsal form ortaya çıkmıştır. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş, artan küresel etkileşimle birlikte küreselleşme olgusunu da beraberinde getirmiştir (Ölçekçi, 2020, s. 147). Bir başka deyişle, küreselleşme,

bilgi ve iletişim alanlarındaki hızlı gelişmelere paralel olarak ortaya çıkmıştır.

İletişim teorisyeni McLuhan, 1960'larda ortaya koyduğu "global köy" kavramı ile dijital medyanın toplumsal yaşama etkilerini somutlaştırmaya çalışmıştır. McLuhan'a göre internetin aktör olarak yer aldığı teknolojik ağlar sayesinde dünya küçük bir köy gibi birbirine bağlı hale gelecektir. 1990'lara gelindiğinde Castells'in "ağ toplumu" (network society) kavramı, dijital medyanın toplumsal yapının inşasındaki etkisini net bir şekilde açıklamaktadır. Bu bağlamda dijital medya, teknik bir iletişim aracı olmanın ötesinde, toplumsal yapının oluşumunda etkili olan temel dinamiklerden biri haline gelmiştir. Nitekim Kellner'e (2014, s. 429) göre dijital medya okuryazarlığı kişiler arası iletişimden siyasi tartışmalara, sanatsal ifade biçimlerinden bilgiye erişim ve bilgisayar teknolojilerinin kullanımına kadar uzanan geniş bir beceri setini içerir. Bu, temel yazma becerilerinin yanı sıra bilgisayar programlarını yönetme ve bilgiye erişme gibi teknik yetkinlikleri de kapsamaktadır. Gee (2010, s. 36), dijital medya okuryazarlığını yalnızca bireylerin medya mesajlarına nasıl tepki verdiğiyle değil, aynı zamanda üretim, katılım, sosyal grup oluşumu ve profesyonel olmayan uzmanlığın yaygın olduğu bir medya dünyasına nasıl proaktif bir şekilde katıldıklarıyla ilişkilendirmektedir.

Lin ve arkadaşları (2013, s. 162), dijital medya teknolojilerinin hem teknik hem de sosyo-kültürel boyutlarını dikkate alarak dijital medya okuryazarlığına ilişkin bir teorik çerçeve sunmaktadır. Web 1.0 ortamlarında bireyler çoğunlukla "consumer" (tüketici) olarak konumlanırken, Web 2.0 ile birlikte gelişen sosyal medya platformları bireylere hem tüketici hem de üretici rolleri kazandırmıştır. Böylece bireyler, içerik üretimi ve tüketimini aynı anda gerçekleştirdikleri için üreten tüketici "prosumer" olarak adlandırılmaktadır. Bu yaklaşıma dayanarak dijital medya okuryazarlığı, bireylerin hem içerik tüketimi hem de üretimi bağlamında sahip olmaları gereken çeşitli beceriler üzerinden değerlendirilmektedir. Lin ve arkadaşları (2013, s. 164–166), dijital medya okuryazarlığını on temel göstergeyle açıklamaktadır: Tüketim (1) ve anlama (2), bireyin medya içeriğini kullanırken sahip olduğu teknik yeterlilikleri ve kavrama becerilerini içerir. Analiz (3) ve sentez (4), içeriklerin çeşitli bakış açılarıyla değerlendirilerek yapı sökümüne uğratılması, yeniden yapılandırılması ve yeniden düzenlenmesi süreçlerini kapsar. Değerlendirme (5), medya içeriklerinin güvenilirliğini sorgulama, eleştirel analiz yapma ve yargılama yetkinliğini ifade eder. Üretim (6), dağıtım (7) ve çoğaltma (8), medya içeriğini üretme, paylaşma ve yeniden üretme süreçlerinde kullanılan teknik becerilere işaret eder. Katılım (9), bireylerin dijital medya ortamlarına proaktif ve eleştirel bir biçimde katkı sağlamalarını ifade ederken; yaratma (10), sosyo-kültürel değerler ve ideolojiler üzerine eleştirel bir değerlendirme yaparak özgün medya içerikleri üretme becerisini kapsamaktadır (Lin vd., 2013, s.164-166).

Amerikalı medya teorisyeni Prof. Dr. Henry Jenkins, 2006 yılında kaleme aldığı *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century* (Katılımcı Kültürün Zorluklarıyla Yüzleşmek: 21'inci Yüzyıl için Medya Eğitimi) isimli eserinde medya ortamına tam katılım için gerekli olan on iki yeni medya okuryazarlığı yeteneğinden bahsetmiştir:

- Oyun: Bireyin, çevresini sınayarak sorun çözme yeteneği

- Performans: Doğaçlama ve keşfetme amacıyla alternatif kimlikleri benimseme yeteneği
- Simülasyon: Gerçek dünya süreçlerinin dinamik modellerini oluşturma ve değerlendirme yeteneği
- Benimseme: Medya içeriğini anlamlı bir şekilde örnekleyip ve yeniden yapılandırma yeteneği
- Çoklu Görev: ortamı denetleme ve gerektiğinde odağı net ayrıntılara yönlendirme yeteneği
- Dağıtılmış Biliş: Zihinsel kapasiteleri geliştiren araçlarla anlamlı bir şekilde etkileşim kurma yeteneği
- Kolektif Akıl: Bilgiyi bir araya getirip notları ortak bir amaç doğrultusunda başkalarıyla kıyaslama yeteneği
- Yargı: Farklı bilgi kaynaklarının güvenilirliğini ve doğruluğunu değerlendirme yeteneği
- Transmedya Navigasyonu: Bilgilerin akışını farklı koşullarda takip etme yeteneği
- Ağ Oluşturma: Bilgiye erişim, sentezleme ve yayma yeteneği
- Müzakere: Farklı topluluklar arasında gezinme, çeşitli perspektifleri ayırt etme ve bunlara saygı duyma, farklı kriterleri anlama ve takip etme yeteneği (Jenkins, 2006, s. 4).

Özetle dijitalleşmenin hâkim olduğu günümüzde birçok alanda değişim ve dönüşümler yaşanmaktadır. Bu dönüşümden en çok etkilenen alanlardan biri ise okuryazarlık anlayışıdır. Yeni iletişim teknolojilerinin hızlı ve yaygın biçimde gelişmesi, geleneksel okuryazarlık algısının köklü bir şekilde dönüşmesine zemin hazırlamıştır. Geleneksel medya ortamlarında genellikle pasif “tüketici” konumunda olan birey, dijital platformların etkileşimli ve katılımcı özelliğiyle birlikte aktif bir özneye dönüşmüştür.

5. Dijital Çağda Okuryazarlığın Paradigma Değişimi

Geçmişten günümüze toplumsal yaşamın inşasında ve şekillenmesinde teknolojik gelişmeler önemli rol oynamıştır. Bugün toplumsal dönüşümün temel dinamiklerinden biri teknoloji olmuştur. Teknolojik gelişmelerin etkisiyle değişim ve dönüşüm birçok alanda kendini göstermekte ve bunlardan biri de okuryazarlıktır. Okuryazarlık olgusunun kökeni, insanlığın varoluşu ile paralellik göstermektedir. İlk dönemlerde okuryazarlık, belirli bir harf sistemi aracılığıyla metni okuyup yazabilme becerisi olarak tanımlanmıştır. Ne var ki beceri temelli okuryazarlık anlayışı zaman içinde evrilmiştir. Bu dönüşümdeki en önemli etkenlerden biri, 20. yüzyılda radyo ve televizyon gibi kitle iletim araçlarının ortaya çıkmasıdır.

Bu araçların toplumsal yaşama hızla entegre olması geleneksel okuryazarlık anlayışını köklü bir şekilde değiştirmiş ve okuryazarlığın tanımını genişletmiştir.

Bu gelişmeler doğrultusunda okuryazarlık kavramı, medya okuryazarlığına evrilmiş ve yazılı, görsel ve işitsel materyalleri okuma, anlama ve eleştirel bakış açısıyla analiz etme yetilerini de kapsayacak şekilde genişlemiştir. Medya okuryazarlığı anlayışı, bireylerin medyada yer alan içeriklere karşı eleştirel farkındalık geliştirmesi gerekliliğini vurgulamaktadır. 1960'lı yıllarda Batı Avrupa ve ABD'de medya okuryazarlığının topluma kazandırılmasına yönelik çeşitli akademik ve kurumsal çalışmalar yürütülmüştür. Bu çalışmaların odak noktasında çocuklar ve gençler yer almıştır, zira medyanın güçlü etkilerine karşı en savunmasız grubu çocuklar oluşturmaktadır. Ancak süreç içinde medya salt zararlı etkileriyle değil gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası olarak da ele alınmaya başlanmıştır. 1990'lara gelindiğinde ise dijitalleşmenin etkisiyle internet ve bilgisayarın başat teknolojiler haline gelmesiyle birlikte yeni bir toplumsal formun doğuşuna tanıklık edilmiştir. Basılı, işitsel ve görsel medyanın geleneksel medya (konvansiyonel) olarak adlandırıldığı buna karşılık dijital ortamlarda üretilen içeriklerin 'yeni medya' veya 'dijital medya' kavramlarıyla tanımlandığı bu dönüşüm süreci, 20. yüzyılın son çeyreğinde başlamıştır (Güz, 2024, s. 8).

2000'li yılların başında dijitalleşme bilgi ve iletişim araçlarını önemli ölçüde dönüştürmüştür. Laughey (2010, s. 158), yeni medya ile dijital bilgisayar teknolojileri arasında ayrılmaz bir bağ bulunduğunu ve bu bağlamda, yirminci yüzyılın son on yılında bir dijital devrimin yaşandığını vurgular. Ancak bazı araştırmacılar çağdaş medya değişiminin devrimsel değil, evrimsel olduğunu öne sürmektedir. İnternet temelli dijital iletişim araçları ve ortamlarının devrim niteliğinde olup olmadığı tartışmaları devam ederken, şu bir gerçektir ki dijitalleşme ile birlikte okuryazarlığın boyutu değişmiştir. Bu bağlamda teknolojik gelişmelerle birlikte geleneksel okuryazarlık önce medya okuryazarlığına dijitalleşmenin etkisiyle dijital medya okuryazarlığına evrilmiştir.

Dijital medya okuryazarlığı; film, televizyon, basılı medya, radyo, çevrim içi ve mobil medya gibi medya iletişim teknolojilerinin sağladığı yazılı olmayan modlara ve bunlar arasındaki artan yakınsamaya özel odaklanması sebebiyle geleneksel okuryazarlıktan farklıdır (akt. Dezuanni, 2015, s. 4). Nitekim dijital medya okuryazarlığı pek çok okuryazarlıktan beslense de kendine özgü bir ekosistem geliştirmiştir. Gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi geleneksel medya ortamlarında bilgi geniş kitlelere tek yönlü (monological) bilgi aktarımı sağlanmaktadır. Bu doğrultuda geleneksel medya ortamlarında bireyler okuyucu, dinleyici ya da izleyici olarak edilgen (pasif) birer alıcı ve tüketici konumundadırlar. Dolayısıyla bu tür medya ortamlarında bireylerin içerik üretim sürecine doğrudan bir etkisi bulunmamaktadır.

Öte yandan dijital medya, doğası gereği geleneksel medyadan kimi yönleriyle farklılaşmaktadır. Bu farklılığın temelinde internet ve bilgisayar teknolojilerinin dönüştürücü etkisi yadsınamaz. Dijitalleşme ile birlikte bilginin üretim, tüketim ve paylaşım biçimleri önemli ölçüde dönüşüme uğramıştır. Bu bağlamda dijital medya, etkileşimli yapısıyla başta üretim, tüketim ve paylaşım olmak üzere çok boyutlu bir yapı sergilemektedir. Dolayısıyla bu ortamda kullanıcılar sadece

içerik tüketicisi değil, aynı zamanda içerik üreticisi olarak da aktif biçimde katılabilmektedir. Kullanıcıların ürettiği bu içerikler “kullanıcı türevli içerik” veya “kullanıcı tarafından yaratılan içerik” olarak ifade edilir. Bu içerikler; video paylaşım ağlarına yüklenen görsel-işitsel öğelerden, bir dijital oyun arayüzüne yapılan yamalara, çevrim içi haber sitelerine eklenen okur yorumlarından, web günlüğü niteliğindeki blog üretimine kadar uzanan çeşitli yeni metinlerden oluşmaktadır (Binark ve Löker, 2011, s. 10). Bu kapsamda 21. yüzyılda ortaya çıkan Web 2.0 ortamları, kullanıcıları çift yönlü (feedback) iletişim olanağı sunmaktadır. Web 2.0 teknolojileri sıradan kullanıcıların herhangi bir özel yazılım bilgisine ihtiyaç duymaksızın içerik yazmasına, göndermesine ve yayımlamasına olanak sağlamıştır (Laughey, 2010, s. 63).

Sonuç

Okuryazarlık olgusu tarihsel süreç içinde önemli bir dönüşüme sahne olmuştur. Özellikle teknolojiye yaşanan olağanüstü gelişmeler, birçok alanda etkisini önemli ölçüde hissettirmektedir. Bu etkilerin yoğun bir şekilde hissedildiği alanlardan biri de okuryazarlık anlayışında yaşanmıştır. Başlangıçta yalnızca basılı ya da yazılı bir metni okuma ve yazma becerisi olarak tanımlanan okuryazarlık, zamanla kapsamını genişletmiş ve farklı boyutlar kazanmıştır. Bu dönüşümünün en belirleyici dinamiği teknolojidir. İletişim teknolojilerindeki ilerlemeler geleneksel okuryazarlık anlayışının medya okuryazarlığına bugün ise dijitalleşmenin etkisiyle dijital medya okuryazarlığına evrilmesine yol açmıştır. 20. yüzyılın ilk çeyreğinde kitle iletişim araçlarından radyonun, ikinci yarısında ise televizyonun yaygınlaşmasıyla birlikte medya okuryazarlığı kavramı tartışılmaya başlanmıştır. Bu bağlamda çeşitli kurumlar, akademisyenler ve eğitimciler medyanın özellikle çocuklar ve gençler üzerindeki olumsuz etkilerini ele almış, onları zararlı içeriklerden koruma gerekliliği üzerinde durmuşlardır. Ancak zamanla bu yaklaşımın eksik olduğu anlaşılmıştır. İletişim teorisyenleri başta olmak üzere birçok araştırmacı, medyanın gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası olduğunu ve toplumsal yaklaşımın şekillenmesine önemli bir aktör olduğunu vurgulamıştır. 1990’lı yıllardan itibaren bilgisayar ve internetin kullanımının yaygınlaşmasıyla dijitalleşme süreci başlamış ve bu gelişmeler okuryazarlık anlayışını radikal bir şekilde dönüştürmüştür. 21. yüzyıl iletişim alanda büyük bir kırılma yaşanmıştır. Geleneksel medyada bireyler genellikle edilgen konumdayken, dijital medyanın etkileşimsel yapısı iletişimin süreçlerini dönüştürmüş bireyleri yalnızca içerik tüketicisi değil aynı zamanda üretici ve paylaşımcı konumuna evrilmiştir.

Kaynakça

- Aufderheide, P. (1993) General principles of media literacy, <http://www.newsreel.org/articles/aufderhe.htm#top> (Erişim tarihi: 15. 10. 2024).
- Binark, M. ve Löker, K. (2011). Sivil toplum örgütleri için bilişim rehberi. Ankara, STGM.
- Buckingham, D. (2003). Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture, Institute of Education, University of London. (<https://www.researchgate.net/publication/242298855>, Erişim, 11.10. 2024).
- Briggs, A. & Burke, P. (2023). Medyanın toplumsal tarihi. (Y. Karalı, Çev.). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Bulger, M. & Davison, P. (2018). The promises, challenges and futures of media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 10(1), 1 – 21.
- Castells, M. (2003). Enformasyon çağı: ekonomi, toplum ve kültür, Ağ toplumunun yükselişi. (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Chen, D.-T., Wu, J., & Wang, Y.-M. (2011). Unpacking new media literacy. *Journal on Systemics, Cybernetics and Informatics*, 9(2), 84-88.
- Dezuanni, M. (2015). The building blocks of digital media literacy: socio-material participation and the production of media knowledge. *Journal of Curriculum Studies*, 47(3), 416-439. <http://dx.doi.org/10.1080/00220272.2014.966152>
- Gee, J.P. (2010). New digital media and learning as an emerging area and “Worked examples” as one way forward. the United States of America: MIT Press.
- Güz, N. (2024). Medya okuryazarlığından medya yazarokurluğuna geçiş. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 13, 1-15.
- Hobbs, R. (2019). Media literacy foundations (<https://mediaeducationlab.com/>, Erişim tarihi:15.11. 2024). <http://dx.doi.org/10.1002/9781118978238.ieml0063>
- İnceoğlu, Y. (2016). “Medyayı doğru okumak”, Cinman. Şimşek, M. ve Türkoğlu, N. (Ed.), (s.19-24), İstanbul: Pales Yayınları.
- Jenkins, H. (2006). Convergence culture: where old and new media collide. NY: New York University Press.
- Kellner, D. & Share, J. (2005). Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: Studies in the cultural politics of education*, 26(3), 369-386. <http://dx.doi.org/10.1080/01596300500200169>
- Kellner, D. (2014). Yeni medya ve yeni okuryazarlık: yeni binyılda eğitimin yeniden yapılandırılması, (M. A. Barış, Çev.). M. Çakır (Der), Yeni medyaya eleştirel yaklaşımlar (413-444) içinde. İstanbul: Doğu Kitabevi.
- Laughey, D. (2010). Medya çalışmaları: Teoriler ve yaklaşımlar. (A.Toprak, Çev.). Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- Leaning, M. (2019). An approach to digital literacy through the integration of media and information literacy. *Media and Communication*, 7(2), 4-13. <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v7i2.1931>
- Lin, T.-B., Li, J.-Y., Deng, F., & Lee, L. (2013). Understanding new media literacy: An explorative theoretical framework. *Journal of Educational Technology &*

Society, 16 (4), 160–170.

Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. & Kelly, K. (2009). New media: A critical introduction. New York: Routledge.

Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. The Communication Review, (7), 3-14.<http://dx.doi.org/10.1080/10714420490280152>

Maigret, E. (2004). Medya ve İletişim Sosyolojisi. (H.Yücel, Çev.). İletişim Yayınları: İstanbul.

Masterman, L. (1985). Teaching the media. London: Comedia Publishing Group.

Ölçekçi, H. (2020). Dijital iletişim ve küresel kültürel etkileşimin homojenleşme, kutuplaşma ve melezleşme süreçleri. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 50, 146-163.

RobbGrieco, M. (2014). Why history matters for media literacy education. Journal of Media Literacy Education, 6(2), 3-22.

RobbGrieco, M., & Hobbs, R. (2013). A field guide to media literacy education in United States, 1-30 (www.mediaeducationlab.com, Erişim tarihi: 23.10.2024).

RTÜK, (2006). Türkiye’de Medya Okuryazarlığı, (<https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/>, Erişim tarihi: 23.10.2024).

Scheibe C. ve Rogow F. (2012). The teacher’s guide to media literacy: Critical thinking in a multimedia world. the United States of America.

Silverblatt, A. (2001). Media literacy: Keys to interpreting media messages. Fourth edition, the United States of America: Praeger.

Thompson, J. B. (2008). Medya ve Modernite. (S. Öztürk, Çev.). İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Tudaw, J. (2009). Media Today An Introduction To Mass Communication. Routledge, Taylo& Francis Group.

Tyner, K. (1998). Literacy in a digital world. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Unesco (2004). The Plurality of literacy and its implications for policies and programmes: position paper. UNESCO: Paris. www.unesdoc.unesco.org/images/0013/001362/136246e.pdf