

AVRUPA BİRLİĞİ'NDE DİJİTAL MEDYA OKURYAZARLIĞINA DAİR BİR DEĞERLENDİRME

Oğuz GÜNER¹

Öz

Medya okuryazarlığı geleneksel medyada iletilen mesajı değerlendirme, analiz etme ve mesaja erişme yeteneği olarak tanımlanırken, dijital medya okuryazarlığı, kullanıcının/alıcının dijital medya platformlarında medya ürün ve hizmetlerine doğrudan erişmesi ve etki etmesiyle alakalıdır. Dijital medya okuryazarlığı cihaza sahip olma, hizmete erişme, teknolojinin doğasını ve dönüşümünü anlama, dijital teknolojiyi kullanarak içerik arama, değerlendirme ve üretme, düşünsel fikir oluşturabilme ve eleştirel inceleme yapabilme gibi kabiliyet ve yetileri içermektedir. Bu çalışma, medya okuryazarlığı, internet kullanımı ve temel dijital becerilere yönelik muhtelif veri ve istatistiklerden istifade edilerek dijital medya okuryazarlığının Avrupa Birliği ülkelerindeki durumuna yönelik nitel ve betimsel bir içerik sunmayı amaçlamaktadır. Çalışmada öncelikle medya okuryazarlığı ve dijital medya okuryazarlığı tanımlanmış, daha sonra Avrupa Birliği'nde dijital medya okuryazarlığına yönelik yürütülen politikalar ve faaliyetler özetlenmiştir. Son kısımda ise muhtelif veri ve endeksler kullanılarak Avrupa Birliği ülkelerinde dijital medya okuryazarlığı tartışılmıştır. Çalışmada dijital medya okuryazarlığı bağlamında Avrupa Birliği ülkeleri arasında önemli düzey farklılıkları olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Avrupa Birliği, dijital medya okuryazarlığı, medya okuryazarlığı, dijital beceriler.

¹Dr. Öğr. Üyesi, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü
oguz.guner@ahievran.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1619-579X

AN ASSESSMENT ON DIGITAL MEDIA LITERACY IN THE EUROPEAN UNION

Abstract

While media literacy is defined as the ability to evaluate, analyze and access the message conveyed in traditional media, digital media literacy is related to the user/recipient's access and direct influence on media products and services on digital media platforms. Digital media literacy includes skills and abilities such as owning a device, accessing a service, understanding the nature and transformation of technology, searching, evaluating and producing content using digital technology, forming intellectual ideas and making critical analysis. This study aims to present a qualitative and descriptive content on the situation of digital media literacy in European Union countries by making use of various data and statistics on media literacy, internet use and basic digital skills. In the study, first of all, media literacy and digital media literacy were defined, then the policies and activities carried out for digital media literacy in the European Union were summarized. In the last part, digital media literacy in European Union countries is discussed by using the numerous data and indices. In the study, it was concluded that there are significant level differences between European Union countries in the context of digital media literacy.

Keywords: European Union, digital media literacy, media literacy, digital skills.

GİRİŞ

Enformasyon ve bilgi, insanların hayatta kalması ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması için her zaman önemli kaynaklar olmuşlardır. İnsan uygarlığının doğuşundan bu yana, insan faaliyetinin her alanında enformasyona erişim, yeni bilginin yaratılması, işlenmesi ve bu bilgilerin başkalarına iletilmesi, toplumların evrimine ve insanların ekonomik refahına katkıda bulunmuştur. Bu nedenle, gündelik işlerin nasıl yapılacağı, kişiler arasında nasıl iletişim kurulacağı ve diğer insanlarla nasıl çalışılacağı hakkındaki bilgi, antik zamanlardan beri, insanların sahip olduğu en değerli “zenginlik” olarak kabul edilmiştir. Medya ve enformasyon siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel gücü yöneterek, dünya genelindeki toplumlarda güçlü bir etki oluşturmaktadır. Bir zamanlar aile, toplum, din ve resmi eğitimin oynadığı rolleri giderek daha fazla ele geçiren medya platformları yalnızca enformasyon ve bilgiyi yaymakla kalmamakta, aynı zamanda değerleri ve normları şekillendirmekte, tutum ve davranışları kalıplandırmakta ve bireylerin yaşam sürecini etkilemektedir (Moeller, Joseph, Lau, & Carbo, 2011).

Son birkaç on yıllık süreçte bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımındaki hızlı değişimler, toplumun her kesiminde önemli bir yeniden yapılanma süreci yaratmaktadır. Bu nedenle, yaygın erişim, her yerden ulaşılabilirlik ve multimedya cihazlarına bağımlılık, aslında “yeni normal” olmuştur. Cihazların her yerden erişilebilir olmaları, özellikle genç nesil

kullanıcılarda karşılık bulmaktadır. Bu kullanıcılar, bilgi ve iletişim teknolojilerinin ve bunlarla ilişkili yeni medya uygulamalarının günlük yaşamda kullanılmasını temel bir yaşam becerisi olarak konumlandırmaktadır. Eğitim; genelde kişisel açıdan, akademik açıdan ve kariyer açısından bir bireyin hazırlanmasına giden yol olarak görülse de eğitim sektörü, bilgi ve iletişim teknolojilerine nispeten karşılık verme konusunda geride kalmaktadır. 21. yüzyılın başlarında giderek küreselleşen ve dijitalleşen toplumun temel özellikleri arasında çok kültürlülük, bilgiyi depolama ve geri çağırma kapasitesinin artması, geniş sosyal ağlara erişim ve zamanı ve mekânı aşacak şekilde bilgisayar ağlarını kullanma becerisi yer almaktadır (Martín & Tyner, 2012, s.31).

İçerisinde bulunduğumuz dijital dünya, çocuktan yetişkine her yaş grubu için daha önce benzeri görülmemiş becerilere sahip olma gerekliliği ortaya koymaktadır. Günümüzde dünyada her 10 kişiden 6'sının internet kullandığı, tablet ve telefon gibi mobil cihaz kullanıcısı sayısının ise 5.27 milyara ulaştığı ve insanların 3'te 2'sinden fazlasının mobil cihaza sahip olduğu (We are social, 2021) bilgisinden hareketle dijital medya okuryazarlığına ne ölçüde önem atfedildiği malumdur.

Dijital medya okuryazarlığı hem medya okuryazarlığını hem de dijital becerileri içeren bir mefhumdur. Bu okuryazarlık düzeyini ölçümlemek için uluslararası düzeyde geçerli bir ölçüm metodu veya endeksi de bulunmamaktadır. Bu bağlamda hem medya okuryazarlığı hem de dijital beceriler üzerine yayımlanan veri ve istatistikler, bize ülkelerin dijital medya okuryazarlık düzeyi hakkında ipuçları sunmaktadır.

Dijital medya okuryazarlığı dijital medyada her türlü iletişimin sağlanması, bilginin bulunması, işlenmesi, sınıflandırılması, depolanması ve kaydedilmesi gibi çeşitli yetenekleri içermektedir. Avrupa Birliği Komisyonu'na göre bilgi ve dijital yetenekler, vatandaşların bilgiye dayalı toplumda kendi kişiliklerini gerçekleştirmeleri için, aktif vatandaşlık misyonları için ve istihdam edilebilmeleri için ihtiyaç duyulan yeteneklerdir (Tyler & Gutierrez, 2012, s. 31-39). Bu bağlamda Avrupa Birliği (AB), Avrupa Beceriler Gündemi ve Dijital Eğitim Eylem Planı'nı açıklamış, Avrupa Sosyal Haklar Sütunu Eylem Planı'nda ise dijital becerilere sahip yetişkinlerin oranının 2030 yılına kadar %80'e ulaşmasını hedeflemiştir.

AB, geliştirdiği strateji ve gündem belgeleri ile Birlik vatandaşlarının dijital becerilerin ve dijital medya okuryazarlığı yeteneğinin güçlendirilmesini amaçlamıştır. Bu bağlamda eylem planları oluşturmak, görsel-işitsel medya direktifi yayımlamak, dijital medya gözlemevi

kurmak ve medya okuryazarlığı uzman grubu oluşturmak gibi bir dizi politika setini uygulamaya koymuştur.

Bu çalışmada AB'nin dijital medya okuryazarlık bağlamındaki çalışmaları ele alınmakta ve üye ülke vatandaşlarının dijital beceri düzeyleri, çeşitli göstere ve endekslerden yararlanılarak mukayese edilmektedir. Çalışmada bireylerin internet kullanım oranları, medya okuryazarlığı yetenekleri ve dijital becerileri kıyaslandığında AB ülkeleri arasında önemli farkların olduğu görülmektedir. Çalışma, AB vatandaşlarının hem dijital çağda daha adaptif olmaları hem de dezenformasyona karşı daha korunaklı olmaları amacıyla AB'nin dijital medya okuryazarlığı çerçevesinde daha düzenleyici bir role bürünmesini ve dijital becerilerin ediniminin artırılması amacıyla üye ülkelerde daha fazla yatırım yapması gerektiğini önermektedir.

1. MEDYA OKURYAZARLIĞINDAN DİJİTAL MEDYA OKURYAZARLIĞINA

Teknolojideki gelişmeler, verinin metalaştırılması ve bilgi tüketim türlerinde yaşanan değişiklikler sebebiyle temel eğilimler son zamanlarda bilgi piyasasını etkilemiştir. “Gerçek ötesi, hakikat ötesi, hakikat dışı” gibi karşılıkları ile Türkçe’de yer edinen post-truth teriminin 2016 yılında Oxford Sözlüğü'ne dahil edilmesi de bu durumu teyit etmiştir. Günümüzde "sahte haberlerin" (fake news) kullanımını fazlasıyla artmış, sosyal medya platformlarında yanlış bilgi/sahte haberin yayılması noktasındaki kontrol eksikliği, birçok yazarın gerçekler sonrası bir çağda yaşadığımızı iddia etmesine neden olmuştur. Merkezi olmayan iletişime izin veren ağ teknolojilerinin ortaya çıkışı, bilginin metalaşması, bilgi tüketim biçimlerinin değişmesi gibi etmenler yalnızca bireylerin iletişim kurma yeteneklerini etkilememekte, aynı zamanda sağlanan medya ürün ve hizmetlerinin tasarımını da dönüştürmektedir (Baldacci & Pelagalli, 2017, s. 5-6).

Medya, 20. yüzyılda mesajlarını insanlara enjekte ettiği inancında olduğu gibi, inançları veya davranışları empoze ederek işlememektedir. Medyadaki gündem, önyargılı ve dışlayıcı bakış açıları söz konusu olduğunda veya bizi kısmi bir gerçeklik algısı oluşturmaya veya önyargılı kararlar almaya iten yanlış bilgileri ifşa ettiğinde bunu uygulama eğilimindedir. Bu nedenle, medya endüstrisinin düzenlenmesinin yanı sıra, ilköğretimden başlayarak medyadan haberdar olmak, medyayı eleştirel bir şekilde analiz etmek ve daha iyi içerik talep etmek konusunda eğitmek önem arz etmektedir. Kültürün merkezi unsuru olmasından dolayı medya, dünya görüşü üzerinde fazlasıyla etkilidir. Bu nedenle insanların algısı medyadan bağımsız değildir

(Mateus, 2020). İletişim ve medya araçlarının çeşitlenmesi ve bu araçlara erişimin kolaylaşması ile medya tüketime de farklı bir boyuta evrilmiştir. Geleneksel medya araçlarında izleyici/dinleyici/okuyucu pozisyonunda olan bireyler dijital medya platformlarında aktif katılımcı ve kullanıcı pozisyonuna geçmiştir. Bu bağlamda geleneksel anlamda dijital medya okuryazarlığı, içerik üretim ve üretilen içeriğin toplumsallaşmasını da kapsamaktadır (Özcan, 2014, s. 56).

Son yıllarda evrimii medyada yanlış bilgi ve yalan haberin kasıtlı olarak yayılması oldukça yaygın bir hal almıştır. Bir araştırmaya göre, “ortalama bir Amerikalı yetişkinin, 2016 yılındaki ABD başkanlık seçimleri süresince düzenli olarak bir veya birden fazla yalan haberle karşılaştığı, bu haberleri gördüğünü hatırlayan yetişkinlerin yarısından fazlasının ise bunları inandırıcı bulduğu” tespit edilmiştir (Allcott & Gentzkow, 2017, s. 211). Çağdaş medya ortamında bu denli geniş çaplı bir (yanlış) bilgi bulunması, güvenilirlik hususunda büyük bir bilişsel probleme işaret etmektedir. Birbirleriyle tutarlı sonuçlar sunan sayısız araştırma göstermiştir ki, kullanıcılar evrimii bilginin güvenilirliğini kontrol etmek konusunda nadiren araştırma veya değerlendirme (örneğin, yazarı kontrol etmek ya da bilgiyi doğrulamak için başka kaynakları araştırmak gibi) yapmaktadır (Metzger, 2007). Bilişsel zaman ve emekten tasarruf etmek için kullanıcılar bilgiyi süreçten geçirmekte ve bilginin güvenilirliğine sosyal ve sezgisel ipuçlarına dayanarak karar vermektedir (Fogg, ve diğerleri, 2003; Metzger, Flanagin, & Medders, 2010). Bu bağlamda Facebook ve Twitter gibi sosyal ağ siteleri, güvenilirlik hükmü için bir dizi ölçütler (örneğin, takipçi sayısı) getirmiştir (Sundar, 2008; Westerman, Spence, & Heide, 2012). Benzer Şekilde, sosyal ağ ve haber sitelerinde “paylaşım butonlarının” yaygınlığıyla kolaylaşan bilgi paylaşma davranışı (Gerlitz & Helmond, 2013), güvenilirlik değerlendirmesi için ek bir bilişsel kısa yol/kestirme sunmaktadır. Örneğin, başlangıçta New York Times tarafından paylaşılmış olan, fakat Őimdi bir kişinin veya kurumun sayfasında yeniden paylaşılan “ikinci elden” bir Facebook paylaşımı ile karşılaşmak, kullanıcının güvenilirlik değerlendirmesini zorlaştırabilir. Ne yazık ki, özellikle ilk kaynağın güvenilirliğiyle aracının güvenilirliği tutarlı olmadığında, araçların güvenilirliğinin insanların güvenilirlik hükmünü nasıl etkilediğine yönelik az sayıda ampirik kanıt bulunmaktadır. Bu yüzden orijinal kaynakla ilgili özelliklerin yanı sıra güvenilirlik değerlendirmesiyle ilgili araştırmanın, başlangıçta bir başkası tarafından yayımlanan bilgiyi paylaşan veya onaylayan araçları veya “ikinci derecedeki” kaynakları da hesaba katması çok önemlidir (Shen, Kasra, Wenjing, & O'Brien, 2019, s. 441).

Medya okuryazarlığının en yaygın tanımı; medya içeriğine erişme, bu içeriği inceleme ve değerlendirme yetisidir (Livingstone, 2004, s. 5). Medya okuryazarlığını, bireyin kendisini kitle iletişim araçlarına maruz bıraktığı ve ayrıca mesajı anlamak için kullanılan bir perspektif olarak tanımlanmaktadır. Medya okuryazarlığı, yetkinlikler ve beceriler, bilgi yapıları ve kişisel konumdan oluşmaktadır. Medya okuryazarlığı becerileri analiz, değerlendirme, gruplandırma, tümevarım, çıkarım, sentez ve soyutlamayı kapsamaktadır (Potter, 2016). Bu çerçevede bilgi yapıları, insan belleğindeki bir dizi düzenli bilgiden oluşan medya okuryazarlığının temelini oluşturmaktadır (Potter, 2004).

Bilgi, medya etkileri, medya içeriği, medya endüstrileri, gerçek dünya ve benliğin doğru bir şekilde anlaşılmasını kapsamaktadır. Birey, güçlü bilgi yapılarına sahipse, hedefe ulaşmak için bilgi arama ve çalışma konusunda daha iyi bir karar verebilir (Potter, 2016). Bireyler bu vesileyle medyanın menfi etkilerinden, risklerinden ve tehditlerinden kaçabilmektedir. Bu minvalde, eleştirel düşünme, geleneksel medya okuryazarlığı veya dijital medya okuryazarlığı tarafından oldukça vurgulanan temel bir değerdir (Suzuki, 2009, s. 131-155).

Medya okuryazarlığı kavramı bir dizi veri ve göstergelerle ölçümlenmektedir. Açık Toplum Enstitüsü'nün özellikle post-truth kavramı sonrasında ölçmeye başladığı medya okuryazarlığı yeteneği; eğitim düzeyi, medyanın durumu, topluma güven ve katılımı içeren bir dizi parametreleri içermektedir. Endekste etki oranı en yüksek olan parametreler medya özgürlüğüne ve eğitime yönelik parametrelerdir. Endekse etki eden parametreler aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 1: Medya Okuryazarlığı Endeksi Metodolojisi

Göstergeler	Etki Oranı
Medya özgürlüğü göstergeleri	
Freedom House Basın Özgürlüğü Skoru	20%
Sınır Tanımayan Gazeteciler Örgütü Basın Özgürlüğü Endeksi	20%
Eğitim Göstergeleri	
PISA skorlarında okuma yetkinliği (OECD)	30%
PISA skorlarında bilimsel yetkinlik (OECD)	5%

PISA skorlarında matematik yetkinliği (OECD)	5%
Toplam nüfusta üniversite mezunlarının oranı (Eurostat)	5%
Güven	
Diğerlerine güven (Eurostat)	10%
Katılım	
Birleşmiş Milletler E-katılım endeksi	5%
Tablo, medya okuryazarlığı endeksinin metodolojisini gösterge grupları, kaynaklar ve bunların ağırlıkları (önemi) ile göstermektedir. Veriler 100'den 0'a, en yüksekte en düşüğe standartlaştırılmış puanlara dönüştürülür.	

Kaynak: (Open Society Institute, 2021)

Yukarıdaki tabloda belirtildiği üzere medya okuryazarlığının ölçümlenmesi sürecinde bir ülkede en fazla önem atfedilen hususlar PISA skorlarındaki okuma yetkinliği ve basın özgürlüğüdür. PISA skorlarındaki bilimsel ve matematiksel yetkinlik, yüksek öğretim mezunları oranı, e-katılım ve toplumsal güven gibi parametreler de endeksi etkileyen diğer unsurlardır. Endeks 35 Avrupa ülkesini 0-100 arasında puanlamakta, sıralamakta ve kümelemektedir. Medya Okuryazarlığı Endeksi'ne göre Avrupa ülkelerinin sıralaması aşığıdaki şekildedir.

Tablo 2: Medya Okuryazarlığı Endeksi: Avrupa Ülkeleri (2021)

1.KÜME	1.	Finlandiya	78
	2.	Danimarka	73
	3.	Estonya	72
	4.	İsveç	72
	5.	İrlanda	70
	6.	Hollanda	68
2.KÜME	7.	Belçika	64
	8.	Almanya	62
	9.	İzlanda	62
	10.	Birleşik Krallık	62
	11.	Portekiz	61
	12.	Avusturya	60

	13.	Lüksemburg	59
	14.	Slovenya	58
	15.	Fransa	57
	16.	İspanya	56
	17.	Polonya	56
3.KÜME	18.	Litvanya	53
	19.	Çek Cumhuriyeti	53
	20.	Letonya	52
	21.	İtalya	49
	22.	Slovakya	45
	23.	Malta	43
	24.	Hırvatistan	43
	25.	Macaristan	42
	26.	Güney Kıbrıs	42
4.KÜME	27.	Yunanistan	38
	28.	Romanya	34
	29.	Sırbistan	32
	30.	Bulgaristan	29
	31.	Türkiye	28
	32.	Karadağ	26
5.KÜME	33.	Arnavutluk	22
	34.	Bosna Hersek	19
	35.	Kuzey Makedonya	15

Kaynak: (Open Society Institute, 2021)

Tabloda belirtildiği üzere medya okuryazarlık sıralamasında en başarılı Avrupa ülkesi Finlandiya'dır. Finlandiya'yı Danimarka, Estonya, İsveç ve İrlanda takip etmektedir. 6. sırada bulunan Hollanda da yine en yetkin ülkelerin olduğu 1. kümede yer alabilmiştir. Tablo Avrupa ülkelerindeki medya okuryazarlığının heterojen bir durumda olduğunu da göstermektedir. Finlandiya gibi bir AB ülkesinde medya okuryazarlığı puanı 78 iken Bulgaristan'ın puanı 29, Romanya'nın puanı 34, Yunanistan'ın puanı ise 38'dir. Bu bağlamda Finlandiya'nın skoru Bulgaristan'ın yaklaşık 2,5 katından fazladır. Türkiye'de medya okuryazarlığı düzeyi de Avrupa ortalamasının oldukça altındadır.

2. DİJİTAL MEDYA OKURYAZARLIĞI

Medya okuryazarlığı, çeşitli biçimlerde mesaj yaratma, değerlendirme, analiz etme ve erişme yeteneği olarak tanımlanabilir (Aufderheide & Firestone, 1992, s. 7). Kişinin elde edebileceği yaratım ve medya tüketimi ile ilgili bir dizi yeteneği açıklamaktadır. Dijital medya okuryazarlığı, geleneksel medya okuryazarlığı anlayışını bugünün yeni medya ortamına ulaşmak için gereken yeni yetenekleri de kapsayacak şekilde genişletmekte ve bilginin nasıl eleştirel bir şekilde değerlendirilip kullanılacağına dair yaratıcı üretim sürecini kapsamaktadır (Buckingham, 2003; Jenkins, 2006).

Geleneksel kitlesel medyada medya okuryazarlığı, medya iletilerini okuma ve kavrama yetisi olarak tanımlanabilir. Bunun yapılabilmesi için iletilerin nasıl oluşturulduğunun ve medya alıcılarına iletilildiğinin temel bilgisine sahip olmak gerekmektedir. Dijital ortamda, aracılı iletileri okuma ve anlamının yanında birçok beceriye de sahip olmak gerekir. İletiler devamlı aynı şekilde gönderilmediği için, dijital medya kullanıcılarının iletileri araması gerekmektedir. Medya kullanıcılarının, bilgisayar gibi belirli cihazlara erişiminin olması ve bu cihazı işletmeyi bilmeleri gerekmektedir. Çoğu dijital medya, geleneksel kitlesel medya gibi tek tipte ileti göndermediğinden bir sonraki adım, iletinin içinden araştırarak ve filtreleyerek yararlı içeriği bulmaktır (Clinton, Purushotma, Robison, & Wigel, 2006).

Sivil ve siyasi bağlamda değerlendirildiğinde dijital medya okuryazarlığının önemi katlanarak artmaktadır. Dijital medya teknolojileri günümüzde özellikle gençler için sivil ve siyasi hayatın merkezi bir bileşenidir. Sayısız internet sitesi siyasi ve sosyal konularda bilgi sunmaktadır. Benzer şekilde, bloglar da çeşitli bakış açılarıyla karşılaşmamızı sağlamakta ve büyüyen video oyunları sektörü de sivil eylem ve siyasi hayatın simülasyonlarını yaratmaktadır (Kahne, Nam-Jin, & Feezell, 2012, s. 3). Bu bağlamda medya okuryazarlığı, yetkinlikler ve beceriler, bilgi yapıları ve kişisel konumdan oluşmaktadır. Medya okuryazarlığı becerileri analiz, değerlendirme, gruplandırma, tümevarım, çıkarım, sentez ve soyutlamayı kapsamaktadır. Bilgi, medya etkileri, medya içeriği, medya endüstrileri, gerçek dünya ve benliğin doğru bir şekilde anlaşılmasını kapsamaktadır. Birey, güçlü bilgi yapılarına sahipse, hedefe ulaşmak için bilgi arama ve çalışma konusunda daha iyi kararlar verebilmektedir. Sonuç olarak, birey riskten ve özellikle medyanın olumsuz etkisinden kaçınabilmektedir. Hedefler ve dürtüler, kişisel konumun birleşiminden oluşmaktadır. Hedef, ihtiyaç duyulan bilgileri şekillendirmekte ve belirlemektedir. Medya etkisinin bir kişiye nüfuz etmesi, kişisel konum bilinçsizken faaliyet gösterdiğinde tesir etmektedir. Bu bağlamda dijital

medya okuryazarlığında eleştirel düşünce de büyük önem arz etmektedir (Li, Zahiri, & Jumaat, 2020, s. 1013).

Dijital medya kullanımı, geleneksel kitlesel medya kullanıma nazaran daha geniş kapsamlı yetkinlikleri içermektedir. Kitlesel medyanın okuryazarlık becerileri kişilerin aracılı iletileri eleştirel şekilde nasıl anlayacağına odaklanırken, dijital medya okuryazarlığı becerileri, içerik yorumlamanın ötesine geçerek içeriği çeşitli dijital medya kanallarıyla kontrol etme, süzgeçten geçirme ve uyarılma dünyasına kadar uzanmaktadır (Livingstone, Couvering, & Thumim, 2005). Bu bağlamda dijital medya okuryazarlığı, yeni medya kullanımının etkililiğini amaçlayan medya okuryazarlığı ile dijital okuryazarlığın birleşimi olarak tanımlanmakta, özellikle demokratik toplumlarda büyük önem arz eden iletişim hakkı ve ifade özgürlüğü mefhumlarını savunmaktadır (Li, Zahiri, & Jumaat, 2020, s. 1011). Dijital medya okuryazarlığı; (i) erişim, (ii) analiz ve değerlendirme, (iii) oluşturma, (iv) yansıtma ve (v) harekete geçme yetkinliği dahil olmak üzere beş temel yetkinlikten oluşmaktadır. Bu beş yetkinlik, bireyin bilgi elde etme sürecinde kabiliyetini güçlendirmekle kalmamakta, aynı zamanda dijital medyada ortaya çıkan riskleri azaltabilmektedir. Söz konusu riskler, şiddet içeren, cinsel, cinsiyetçi, ırkçı veya nefret içerikleri gibi içerik risklerini kapsamaktadır; temas riskleri ise siber zorbalık, siber taciz veya özel hayatın ihlali, davranış riskleri, kasıtlı olarak sahte kişisel bilgiler sağlama, yasa dışı içerik indirme ve bilgisayar korsanlığıdır (Hoobs, 2011).

Medya, kullanıcılara belirli bir iletim yoluyla içerik ulaştıran bir sistemdir. Dijital medya ortamında ara yüz, genellikle cep telefonu ya da bilgisayar monitörü gibi bir ekran cihazıdır. Analog medyanın aksine dijital cihazlar daha karmaşıktır ve daha fazla işlevsel beceri istemektedir. Bir içeriğe ulaşmak için kişi bilgisayarı nasıl açacağını, doğru yazılım ya da uygulamayı nasıl seçeceğini ve sistemi nasıl yönlendireceğini bilmek zorundadır. Televizyonu açmak ya da bir gazete baskısı almak minimal oranda işlevsel beceri gerektirmektedir. Dijital cihazlarda işletim becerileri, sunulan hizmetlerin çeşitlerine erişmek isteyen kullanıcılar için ön koşuldur. Ancak bu beceriler, eleştirel anlama ve içerik üretmeye dahil olan okuryazarlık becerileriyle bağlantılı olmak zorunda değildir. Dijital medya okuryazarlığının karmaşık boyutlarını anlamak için farklılıkları ayırt eden kavramsal bir modele ihtiyaç duyulmaktadır. (Park, 2012, s. 5). Aşağıdaki tabloda dijital medya okuryazarlığının boyutları ele alınmaktadır.

Tablo 3: Dijital medya okuryazarlığının boyutları

	CİHAZ OKURYAZARLIğI	İÇERİK OKURYAZARLIğI
ERİŞİM	Cihaz sahipliği, hizmete erişim	İlgili içeriği arama, bulma ve süzgeçten geçirme kabiliyeti,
ANLAMA	Teknolojinin temel doğasını anlama ve işlevsel boyutta çalıştırabilme	İçeriği anlama ve eleştirel olarak inceleme kabiliyeti
YARATMA	Dijital teknolojiyi kullanarak üretme, yeniden üretme ve yaratma kabiliyeti	Düşünce, fikir oluşturma ve dijital içeriğe aktarabilme kabiliyeti. Sosyal etki, siber normlar ve etik bilgisi

Kaynak: (Park, 2011)

Medya erişilebilirliği, özellikle internet tabanlı ve mobil cihazlarda kullanıcılar üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Dijital medyanın anındalığı zaman ve mekan algısını değiştirmiştir. Dijital medya, sosyal hayatın her alanına nüfuz etmektedir. Dijital medyaya erişim, coğrafî sınırları ve hatta izleyicilerin yaş sınırını dahi aşmıştır. Dijital medyanın, özellikle akıllı telefonlar ve mobil araçlar formunda yeni medyanın etkileri, sosyal davranış kalıplarını da değiştirmektedir. Dijital medya içerikleri, medya kullanıcılarının düşünce yapısını, yönelimlerini, tutumlarını ve davranışlarını da etkilemektedir. Bu nedenle, medya tüketiminin kalitesinin artırılması için medya okuryazarlığı ve dijital okuryazarlığın sosyal bir hale getirilmesi gerekmektedir (Rahardjo, Hapsari, & Taufik, 2018, s. 2). Nitekim belirli bir medya mesajının içeriği artık çok fazla anlam ifade etmemektedir. Her gün yüzlerce mesaj ve ileti alınmaktadır. Önemli olan, yeni bilgiler alınırken analiz etme, bunları kişinin önceki bilgilerine göre değerlendirme, bir yanıt oluşturma ve nihayetinde kararı veya bakış açısını başkalarına iletme yeteneğidir. Nitekim dijital dünyada mesajın kendisi, mesajı ve çevremizdeki medya dünyasını nasıl anlamlandırdığımız kadar önemli değildir. Bu dünya anlık bilgi, küresel etkileşim ve çoklu medya platformlarında oluşturulan mesajların gerçek dünyasına dayanan yeni bir okuryazarlık türü talep etmektedir (Thoman & Jolls, 2004, s. 19). Dijital ve medya okuryazarlığına dair yaşam becerileri, bilgi zengini topluma tam katılım için gereklidir. Bu okuryazarlık türü aşağıdakileri yetenekleri kapsamaktadır:

- Bilgi ve fikirlerin bilincine vararak ve materyalleri yerleştirep paylaşarak sorumlu seçimler yapma ve bilgiye erişme yeteneği.

- Yazarı, amacı ve bakış açısını belirleyerek ve içeriğin kalitesi ve güvenilirliğini değerlendirerek çeşitli biçimlerdeki mesajları analiz etme yeteneği.
- Dil, imgeler, ses ve yeni dijital araçlar ve teknikleri kullanarak çeşitli biçimlerde içerik yaratma yeteneği.
- Kişilerin kendi tutum ve iletişim davranışlarına sosyal sorumluluk ve etik prensipleri uygulayarak yansıtma yeteneği,
- Bilgiyi aile, işyeri ve topluluklarda paylaşmak ve sorunları çözmek üzere bireysel ve kolektif olarak çalışarak ve bir topluluğun üyesi olarak sosyal eylem yapma yeteneği (Hobbs, 2010, s. 1-10).

Tablo 4: Dijital ve Medya Okuryazarlığıyla İlgili Ana Yetenekler

1. ERİŞİM Medya ve teknoloji araç ve gereçlerini bulma ve beceriyle kullanma ve uygun ve ilgili bilgiyi başkalarıyla paylaşma
2. ANALİZ VE DEĞERLENDİRME Mesajları kavramak ve mesajın kalitesi, doğruluğu, güvenilirliği ve bakış açısını analiz etmek için eleştirel düşünmeyi kullanmak ve mesajın sonuçlarını veya potansiyel etkilerini düşünmek
3. YARATMAK Yaratıcılık ve kendini ifade etme becerisine duyulan bir güvenle ve amaç, izleyici kitlesi ve yazma tekniklerinin farkında olarak bir içerik yazmak veya oluşturmak
4. YANSITMAK Kişinin kendi kimliğine, yaşam tecrübesine, iletişim tutum ve davranışlarına sosyal sorumluluk ve etik prensipleri uygulamak
5. EYLEM YAPMAK Aile, işyeri ve toplulukta bilgiyi bireysel veya kolektif olarak paylaşmak ve sorunları çözmek ve yerel, bölgesel ve uluslararası düzeylerde bir topluluk mensubu olarak katılımcı olmak.

Kaynak: (Hobbs, 2010, s. 19)

3. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE DİJİTAL MEDYA OKURYAZARLIĞI

Bilgiyi işleme ve dijital beceriler, medya iletişiminin her türlü biçimi için (metinsel, numerik, ikonik, görsel, grafik ve ses gibi) iletişimin kaynağını ve anlatımını doğrulamak amacıyla çeşitli stratejileri kullanarak araştırma, bilgiyi bulup çıkartma, tasnif etme, depolama, kaydetme ile alakalı hususlardır. Bu süreç farklı durumlara ve içeriklere uygulanabilen

iletişim kalıplarını tanımayı ve deşifre etmeyi kapsamaktadır. Ayrıca bu süreç farklı türde enformasyon, bunların kaynakları ve konumlandırılmaları ve her medya ve dağıtım ağı için kullanılan özel dil için olanaklılık bilgisini de kapsamaktadır. Avrupa Komisyonu'na göre bilgi ve dijital yetenekler “vatandaşların bilgiye dayalı toplumda kendi kişiliklerini gerçekleştirmeleri, sosyal içerme, aktif vatandaşlık ve istihdam edilebilirlik için ihtiyaç duyduğu yeteneklerdir” (Tyler & Gutierrez, 2012, s. 31-39).

Hem bilgi ve iletişim teknolojilerine yönelik altyapıya sahip olma, hem de vatandaşların dijital becerilere sahip olması bakımından AB ülkelerinin farklı düzeylerde olduğu görülmektedir (Güner, 2020, s. 141). Bu bağlamda tüm vatandaşlar için temel dijital beceriler ve işgücü için yeni uzmanlaşmış dijital beceriler edinme fırsatı, Avrupa Beceriler Gündemi ve Dijital Eğitim Eylem Planı'nda açıklandığı üzere Dijital On Yıl'a aktif olarak katılmanın ön koşuludur. Avrupa Sosyal Haklar Sütunu Eylem Planı'nda, en azından temel dijital becerilere sahip yetişkinlerin oranının 2030'da %80'e ulaşması hedeflenmektedir.² Yarının dünyasında, kendi kaderinin efendisi olmak; imkânlar, değerler ve seçimler konusunda özgüven sahibi olmak isteyen AB, dijital alanda yetkin ve becerikli vatandaşlara, bu alanda yetenekli bir işgücüne ve günümüze kıyasla çok daha fazla sayıda dijital uzmana ihtiyaç duymaktadır. Bu, yüksek performanslı dijital bir eğitim ekosistemi geliştirmenin yanı sıra, dünyanın her yeriyle bağlantıları teşvik edecek ve yine tüm dünyadan yetenekleri çekecek etkili bir politika ile desteklenmelidir. Nitekim bir toplum olarak kolektif direncin güçlendirilmesi açısından dijital beceriler oldukça önemli kabul edilmektedir (EUR-Lex, 2021a).

Dijital beceriler, dijital ürünlere ve çevrimiçi hizmetlere güvenebilen, dezenformasyon ve dolandırıcılık girişimlerini tespit edebilen, kendisini siber saldırılardan, çevrimiçi sahtekârlık ve dolandırıcılıktan koruyabilen ve çocukların çevrimiçi düzeyde maruz kaldıkları bilgiyi anlamayı öğrendikleri bir toplum inşa etmelidir. İleri düzey dijital beceriler, kodlamada uzmanlaşmaktan veya bilgisayar bilimlerine dair temel bilgiye sahip olmaktan fazlasını gerektirmektedir. Dijital eğitim ve öğretim, insanların nitelikli işler ve tatmin edici kariyerler elde etmek üzere uzmanlaşmış dijital beceriler edinebilecekleri bir iş gücünü desteklemelidir. AB'de 2019 itibarıyla, bir önceki yılın %4,2'lik artış oranıyla beraber 7,8 milyon bilgi ve iletişim teknolojileri uzmanı bulunmaktadır. Bu eğilim devam ettiği takdirde, AB, siber güvenlik veya veri analizi gibi kilit alanlar için öngörülen 20 milyon uzman ihtiyacının çok gerisinde kalacaktır. İşletmelerin %70'inden fazlası, yeterli dijital becerilere sahip personel eksikliğini, yatırımın önündeki bir engel olarak görmektedir. Ayrıca AB ülkelerinde altı

² The European Pillar of Social Rights Action Plan COM (2021) 102. Adopted on 3 March 2021.

uzmandan yalnızca birinin ve üç STEM (Fen, Teknoloji, Matematik, Mühendislik) bölümü mezunundan birinin kadın olmasından ötürü ciddi bir cinsiyet dengesizliği bulunmaktadır³. Yapay zekâ, kuantum ve siber güvenlik gibi alanlarda uzmanlaşmış eğitim ve öğretim programları açısından kapasite eksikliği ve başka disiplinlerdeki dijital konuların ve eğitici multimedya araçlarının düşük entegrasyonu, bu durumu yoğunlaştırmaktadır. Bu zorluğun üzerine eğilmek, gelecek nesil işçilerin eğitilmesi ve işgücüne yeniden beceri ve vasıf kazandırılması bağlamında büyük yatırımlar gerektirmektedir (EUR-Lex, 2021b).

Avrupa Komisyonu, 2007 yılının sonunda, medya okuryazarlığı hakkında bir tebliği kabul etmiştir (dijital ortamda medya okuryazarlığına yönelik Avrupa yaklaşımı). Komisyonun medya okuryazarlığına dair bu girişimi, Avrupa Parlamentosu'nun sektörle birlikte bazı Üye Devletlerin taleplerine cevap vermektedir. Çalışmalar, Avrupa Komisyonu'nun danışmanlık rolünü üstlendiği bir "Medya Okuryazarlığı Uzman Grubunun" oluşturulmasıyla beraber 2006 yılında başlamıştır. Ayrıca bir kamuoyu yoklamasında, Avrupa'daki medya okuryazarlığı uygulamalarında ve düzeylerinde yer alan farklılıklar ortaya çıkmıştır. Bu yoklamada, medyanın günümüzde hızla gelişen bilgi toplumundaki ve vatandaşların günlük yaşamındaki önemi vurgulanmakta ve Avrupa'nın görsel-ışitsel politikasına yeni bir yapı taşı eklenmektedir. Tebliğ, Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi hükümleriyle (Madde 26 ile Komisyona Üye Devletlerin tümündeki medya okuryazarlığı seviyeleri hakkında bir raporlama yükümlülüğü getirilmiştir) medya okuryazarlığıyla görüntü eğitim girişimlerini vurgulayan MEDIA 2007 programı ile ilişkilendirmektedir. Tebliğde, Avrupa'nın medya okuryazarlığı tanımı⁴ verilmekte ve bu tanım medyanın tümüne işaret etmekte ve üç ana alana odaklanmaktadır: ticari iletişim için medya okuryazarlığı, görsel-ışitsel işler için medya okuryazarlığı ve internet için medya okuryazarlığıdır. Komisyon, bu politika belgesi aracılığıyla, dijital ortamda medya okuryazarlığına dair iyi uygulamalar geliştirmenin ve alışverişin mevcut programlar ve girişimler yoluyla teşvik edilmesini ve medya okuryazarlığını değerlendirme kriterlerine yönelik araştırmaların teşvik edilmesini amaçlamaktadır. Komisyon, üye devletlere, görsel-ışitsel ve elektronik iletişimin düzenlenmesinden sorumlu makamları daha çok katılımcı olmaya ve medya okuryazarlığının

³ Cinsiyet dengesizliğine dair detaylı bilgi için bakınız: the Women in Digital Scoreboard 2020: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/women-digital-scoreboard-2020>

⁴ Avrupa Birliği'ne göre medya okuryazarlığı; genellikle medyaya erişim, medyanın ve medya içeriklerinin farklı yönlerini anlama ve eleştirel olarak değerlendirme ve çeşitli bağlamlarda iletişim oluşturma yeteneği olarak tanımlanmaktadır

çeşitli düzeylerinin iyileştirilmesi konusunda iş birliği yapmaya ve ayrıca ulusal düzeyde tüm ilgili taraflarla birlikte davranış kurallarını ve ortak düzenleyici çerçeveleri geliştirmeye ve uygulamaya teşvik etmeleri için de çağrıda bulunmaktadır (Zacchetti, 2008, s. 22).

3.1. Avrupa Dijital Medya Gözlemevi

Avrupa Dijital Medya Gözlemevi (European Digital Media Observatory (EDMO)) dezenformasyonla mücadele için bağımsız topluluk çalışmalarını destekleyen bir projedir ve içeriklerin ve metnin doğruluğunu denetleyenler (olgu denetçileri), akademisyenler ve diğer ilgili paydaşların birbirleriyle eşgüdüm halinde çalışmaları için bir merkez olarak hizmet etmektedir. EDMO, paydaşları medya kuruluşları, medya okuryazarlığı uzmanları ile aktif olarak bağlantı kurmaya teşvik etmekte, politika yapıcılarına destek sağlamaktadır. Bu da dezenformasyonla mücadelede eylemlerin koordinasyonuna yardımcı olmaktadır.

EDMO'nun faaliyetleri 5 kola dayanmaktadır:

1. Avrupa'da olgu denetim kuruluşlarını haritalama ve ortak ve sınırları aşan faaliyetleri ve bu amaca özgülünmüş eğitim modüllerini teşvik ederek onları desteklemek.
2. Dezenformasyonla ilgili bilimsel değerlendirmesi yapılmış makalelerin küresel düzeyde bir havuzunu oluşturma ve bu makale havuzunu düzenli olarak güncelleme de dâhil olmak üzere Avrupa düzeyinde dezenformasyonla ilgili araştırma faaliyetlerini koordine etmek, desteklemek ve haritalandırmak.
3. Medya uygulayıcıları, öğretmenler ve vatandaşlara farkındalığı arttırmayı hedefleyen bilgi ve malzemeleri sağlayan ve çevrimiçi dezenformasyona karşı esneklik oluşturan ve medya okuryazarlığı kampanyalarını destekleyen bir kamu portalı oluşturmak.
4. Dezenformasyonu daha iyi anlamak amacıyla akademisyen ve araştırmacıların yapacakları çalışmalar için platformlardaki verilere güvenli ve gizliliği sağlanmış-korumalı erişim sağlamak üzere bir çerçeve tasarlamak.
5. Dezenformasyonun etkisini ve yayılımını sınırlandırmak için çevrimiçi platformlar tarafından uygulamaya konulan politikaların gözetlenmesinde kamu otoritelerini desteklemek (European Commission, 2021).

Avrupa Dijital Medya Gözlemevi, olgu denetçileri, medya okuryazarlığı uzmanları ve akademisyen araştırmacılarını, dezenformasyonu anlamak ve analiz etmek için medya kuruluşları, çevrimiçi platformları ve medya okuryazarlığı uygulayıcılarıyla iş birliği halinde bir araya getirmektedir. EDMO, dezenformasyonun ilgili aktörleri, vektörleri, araçları,

yöntemleri, yayılma dinamikleri, hedefleri ve topluma etkisinin daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunmayı hedeflemektedir (EDMO, 2021a). Diğer faaliyetlerin yanı sıra EDMO, atölyeler ve konferanslar düzenlemeyi, eğitim girişimleri sunmayı, politika analizleri yürütmeyi ve bilimsel makaleler, olgu denetimi yapılmış haberler, medya okuryazarlık girişimleri gibi ilgili malzemelerin bir havuzunu yaratmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda olgu denetçileri ve araştırmacılar için iş birliği araçları sunmaktadır. EDMO araştırma amaçları için çevrimiçi platformların verilerine erişmek amacıyla bir çerçevenin yaratılmasını kolaylaştırmaktadır. EDMO, faaliyetleri kendi platformlarını besleyen yerel merkezleriyle birlikte çalışmaktadır. Özellikle merkezler: (i) ulusal, çok uluslu ve AB düzeylerinde dezenformasyon kampanyalarını saptamakta, analiz etmekte ve açıklamakta; (ii) dezenformasyon kampanyalarının toplum ve demokrasiye etkisini değerlendirmekte; (iv) ulusal yetkililerle birlikte çevrimiçi platformların politikalarını ve dijital medya ekosistemini gözetlemektedir. EDMO küçük çaplı çevrimiçi medya projeleri gibi AB'nin fon sağladığı diğer projelerle de işbirliği yapmaktadır. Son olarak, EDMO, çevrimiçi dezenformasyonla mücadeleyi amaçlayan faaliyetleri kolaylaştırmak ve bir araya getirmek gibi daha geniş kapsamlı roller çerçevesinde dışarıdan fonlanan araştırma, medya okuryazarlığı ve olgu denetim projelerinin seçilmesine de dâhil olmaktadır (EDMO, 2021b).

Avrupa Dijital Medya Gözlemevinin oluşturulması, Avrupa Komisyonu'nun Aralık 2018'de yayınlanan dezenformasyona karşı eylem planı içinde yer alan unsurlardan birisidir. Bu plan, dört kilit alandaki yeterlilikleri pekiştirmeyi ve üye devletler ile AB arasındaki iş birliğini güçlendirmeyi amaçlamaktadır:

1. tespiti geliştirmek,
2. yanıtları koordine etmek,
3. çevrimiçi platformlar ve sektör ile birlikte çalışmak,
4. vatandaşları çevrimiçi dezenformasyona müdahale konusunda bilinçlendirmek ve güçlendirmek (European Commission, 2021b).

3.2. Avrupa Birliği Medya Okuryazarlığı Uzman Grubu

AB Medya Okuryazarlığı Uzman Grubu (EU Media Literacy Expert Group - MLEG) medya okuryazarlığını “bir kişinin medyaya erişimine, medyaya dair eleştirel bir kavrayışa sahip olmasına ve medyayla etkileşime girmesine izin veren bütün teknik, bilişsel, sosyal, sivil ve

yaratıcı kapasiteyi” kapsayıcı bir şekilde tanımlamaktadır (European Audiovisual Observatory, 2016).

Avrupa Görsel-İşitsel Gözlemevi medya okuryazarlığı becerilerinin beş ana kategorisini tanımlamaktadır (European Audiovisual Observatory, 2016, s. 41):

- **Yaratıcılık:** Medya içeriğinin yaratılması, inşa edilmesi ve oluşturulması.
- **Eleştirel Düşünme:** Medya endüstrisinin nasıl çalıştığı ve medya mesajlarının nasıl inşa edildiğini anlamak; içerik seçimi ve kullanımında bilinçli tercihler yapabilmek için içerik üreticilerinin motivasyonlarını sorgulamak; medya içeriklerinin farklı türlerini tanıyabilmek ve içeriği doğruluk, güvenilirlik ve parasal değer bakımından değerlendirmek; çevrimiçi güvenlik risklerini tanımak ve yönetmek;
- **Kültürlerarası diyalog:** Radikalleşmeye ve nefret söylemlerine karşı çıkmak.
- **Medya Kullanımı:** Medya içeriğini ve servisleri araştırma, bulma, taşıma ve kullanma yeteneği.
- **Katılma ve Etkileşim:** Toplumun ekonomik, sosyal, yaratıcı ve kültürel boyutlarına medya yoluyla katılmak, bu boyutlarla iletişim ve etkileşim içine girmek ve demokratik katılım ve temel hakları desteklemek.

Muhtelif medya içeriğine erişme, içeriği analiz etme, değerlendirme ve içerik yaratma yeteneklerini kapsayan medya okuryazarlığı vizyonu, bütün bireyleri kendi öğrenmelerinden sorumlu tutmayı hedeflemektedir. Çevrimiçi katılma kapasitesine sahip kişiler, eleştirel düşünen, yaratan, iletişim kuran ve sosyal değişikliklerin ajanları haline dönüşme konusunda daha fazla şansa sahiptirler. Bu durum da uzun vadede dijital çağda sürdürülebilir, hoşgörülü ve katılımcı bir demokrasinin geleceği için yeni seslerin güçlenmesine katkıda bulunacaktır. Aynı zamanda çevrimiçi katılımcılık, yeni bilgi ve beceri kazanmada aktif rol üstlenme konusunda insanları güçlendirmenin en iyi yolunu bulma hedefinin başarıya ulaşmasının da anahtarıdır. Bu da kişilerin, kapsayıcı ve katılımcı hayat tarzlarını benimsemeye teşvik edilmesine işaret etmekte, onlara sivil hayata katılım, iş birliği ve (kendini) ifade etmek amacıyla dijital ortamı kullanabilmeleri için rehberlik sunmaktadır (Hoorens & Lupianez-Villanueva, 2019).

3.3. Avrupa Birliği'nde Dijital Becerilerin Durumu

We are social 2021 yılı (Nisan) raporuna göre dünyada her 10 kişiden 6'sı internet erişimine sahiptir. 2021 yılı verilerine göre, internet kullanıcılarının sayısı bir önceki yıla göre 330

milyon artarak 4.7 milyara ulaşmıştır. Tablet ve telefon gibi mobil cihaz kullanıcısı sayısının ise 5.27 milyara ulaştığı görülmektedir. Dünya nüfusunun 7.85 milyar olduğu göz önünde bulundurulduğunda dünyadaki insanların 3'te 2'sinden fazlasının mobil cihaza sahip olduğu bilinmektedir. Mezkur rapora göre aktif sosyal medya kullanıcı sayısı ise 3.81 milyara ulaşmıştır. Bu bağlamda sosyal medya kullanıcısı sayısı dünya nüfusunun yaklaşık yarısına tekabül etmektedir. Rapor, 16-64 yaş arası internet kullanıcılarının en fazla hangi amaçlar için internet platformlarından yararlandığına dair de bilgiler sunmaktadır. Rapora göre kullanıcılar, günde 6 saat 54 dakikayı internette geçirmektedir. Sosyal medya kullanımı için ise günde ortalama 2 saat 25 dakika, çevrimiçi ve basılı medya tüketimi için 2 saat 2 dakika harcadığı görülmektedir. 16-64 yaş arası internet kullanıcıları ise en fazla bilgiye erişme/ulaşma amacıyla internet kullanmaktadır. İnternet kullanma nedenleri %63'lük oran ile bilgiye ulaşma, %56'lık oran ile arkadaş ve aile üyeleri ile iletişim kurma ve %55'lik oran ile haber ve etkinlikleri takip etmektedir (We are social, 2021).

Bireylerin internette sunulan ürün ve hizmetlerden yararlanma amaçları medya okuryazarlığı bağlamında büyük önem arz etmektedir. Ancak dijital medya okuryazarlığına dair en temel ipuçlarından birini veren veri, bireylerin internet kullanım oranlarıdır. Aşağıdaki tablo AB ülkelerindeki vatandaşların son 12 ay içerisindeki internet kullanım oranlarını göstermektedir.

Tablo 5: AB ülkelerinde bireylerin internet kullanım oranları (2020)

Ülkeler	İnternet kullanım oranı (2020)
Danimarka	99
Lüksemburg	98
Finlandiya	97
İsveç	97
Almanya	94
Hollanda	94
İspanya	93
Belçika	92
İrlanda	91
Güney Kıbrıs Rum Yönetimi	91

Slovakya	90
Estonya	89
Fransa	89
Letonya	89
Avrupa Birliği-27 ortalaması	88
Çek Cumhuriyeti	88
Avusturya	88
Malta	87
Slovenya	87
Macaristan	85
Litvanya	83
Polonya	83
Yunanistan	78
Hırvatistan	78
İtalya	78
Portekiz	78
Romanya	78
Türkiye	78
Bulgaristan	70

Kaynak: (Eurostat, 2020)

Tabloda belirtildiği üzere internet kullanım oranları Avrupa bölgesinde oldukça yüksektir. AB vatandaşlarının ortalama %88'inin internet kullanıcı olduğu görülürken, internet kullanımının en yüksek olduğu AB ülkesinin %99'luk oranla Danimarka olduğu görölmektedir. Danimarka'yı Lüksemburg, Finlandiya ve İsveç takip etmektedir. İnternet kullanım oranının en düşük olduğu ülke ise Bulgaristan'dır. Bulgaristan'ı bir AB aday ülkesi olan Türkiye takip etmektedir. AB içerisinde ise Romanya, Portekiz ve İtalya gelmektedir.

Dijital beceriler, küresel rekabet gücünü, istihdamı ve büyümeyi artırmanın temelidir. Medya yetkinliği gibi konularda eğitim de dahil olmak üzere eğitimin tüm seviyelerinde sürdürülebilir kalkınma için yüksek kaliteli eğitime ulaşma hedefine ulaşmada internetin hayati bir rolü vardır.

10 Haziran 2016 tarihinde Avrupa Komisyonu, AB'deki insanlara doğru eğitimin, doğru becerilerin ve doğru desteğin sağlanması için bir dizi eylemi teşvik etmeyi amaçlayan yeni bir

Beceri Gündemini (*Skills Agenda for Europe*) kabul etmiştir. Bu gündem dijital becerilerin teşviki de dahil olmak üzere modern bir çalışma ortamında ihtiyaç duyulan becerilerin bütünüdür. Gösterge, genel dijital okuryazarlığı ve zaman içinde interneti kullanma becerilerini tanımlamak için kullanılmaktadır. Dijital beceri göstergeleri, 16-74 yaş arası bireyler tarafından dört özel alanda (bilgi, iletişim, problem çözme, yazılım becerileri) gerçekleştirilen internet veya yazılım kullanımı ile ilgili seçilmiş aktivitelere dayanan bileşik göstergeler bütünüdür. Belirli aktiviteleri gerçekleştiren bireylerin buna karşılık gelen becerilere sahip olduğu varsayılmaktadır. Bu nedenle göstergeler, bireylerin dijital yetkinlikleri ve becerilerini temsil etmektedir. Gerçekleştirilen faaliyetlerin çeşitliliğine veya karmaşıklığına göre, dört boyutun her biri için iki beceri seviyesi ("temel" ve "temel üstü") hesaplanmaktadır. Bileşen göstergelerine dayalı olarak, bireylerin dijital yeterlilikleri ve becerileri "beceri yok", "düşük", "temel" veya "temel üstü" olarak hesaplanmaktadır. Dijital beceriler; "bilgi becerileri, iletişim becerileri, problem çözme becerileri ve yazılım becerileri" olmak üzere 4 başlık altında ölçülmektedir (Eurostat, 2019).

Bilgi becerilerinin dijital yeterlik çerçevesi:

- Kopyalanan veya taşınan dosyalar veya klasörler;
- İnternet depolama alanına kaydedilen dosyalar;
- Kamu otoritelerinin/hizmetlerinin web sitelerinden elde edilen bilgiler;
- Mal veya hizmetler hakkında bilgi bulma;
- Sağlıkla ilgili bilgi aramak.

İletişim becerileri dijital yeterlik çerçevesi:

- E-posta gönderme/alma;
- Sosyal ağlara katılma;
- İnternet üzerinden telefon/görüntülü aramalar yapabilme;
- Paylaşılacak herhangi bir web sitesine kendi yarattığınız içeriği yükleme.

Problem çözme becerileri dijital yeterlik çerçevesi:

- Bilgisayarlar veya diğer cihazlar arasında dosya aktarımı;
- Yazılım ve uygulamaların yüklenmesi;

- İşletim sistemi veya güvenlik programları dahil olmak üzere herhangi bir yazılımın ayarlarının değiştirilmesi.
- Çevrimiçi satın almalar (son 12 ayda);
- Online satış;
- Kullanılan çevrimiçi öğrenme kaynakları;
- İnternet bankacılığı.

Yazılım becerileri dijital yeterlik çerçevesi:

- Kullanılan kelime işlem yazılımı;
- Kullanılan elektronik tablo yazılımı;
- Fotoğraf, video veya ses dosyalarını düzenlemek için kullanılan yazılım.
- Metin, resim, tablo veya çizelgeleri bütünleştiren bir sunum veya belge;
- Verileri düzenlemek ve analiz etmek için kullanılan elektronik tablonun gelişmiş işlevleri (sıralama, filtreleme, formülleri kullanma, çizelge oluşturma);
- Bir programlama dilinde kod yazabilmek.

Tablo 6: AB'de temel ve temel üstü düzeyde dijital becerilere sahip olan bireylerin oranı

Ülke (2019)	Temel düzeyde dijital becerilere sahip olan bireylerin oranı (2019)	Temel düzey üstünde dijital becerilere sahip olan bireylerin oranı (2019)
Hollanda	30	50
Finlandiya	26	50
Danimarka	24	49
İsveç	31	46
Almanya	31	39
Avusturya	31	39
Malta	18	38
Estonya	25	37
İspanya	21	36
Lüksemburg	29	36
Hırvatistan	18	35

Belçika	27	34
İrlanda	19	34
Litvanya	24	32
Portekiz	20	32
AB-27	25	31
Fransa	26	31
Slovenya	24	31
Slovakya	27	27
Çek Cumhuriyeti	36	26
Güney Kıbrıs Rum Yönetimi	20	25
Macaristan	23	25
Letonya	19	24
Türkiye	12	24
Yunanistan	27	23
İtalya	19	22
Polonya	23	21
Bulgaristan	18	11
Romanya	21	10

Kaynak: (Eurostat, 2019)

Bilgi becerileri, iletişim becerileri, problem çözme becerileri ve yazılım becerileri başlıkları altında bireylerin dijital platformlarda veriye ulaşabilmesi, bilgi edinebilmesi, iletişim kurabilmesi, sosyal ağlara katılabilmesi, çevrimiçi alışveriş yapabilmesi ve muhtelif yazılımları kullanabilmesi gibi çeşitli yeteneklerle dijital becerilerini gösteren tablo, AB ülkelerinde dijital medya okuryazarlığına dair de önemli ipuçları sunmaktadır. Tabloda belirtildiği üzere dijital beceriler noktasında AB ülkeleri arasında önemli oranda farklılıklar bulunmaktadır. Nitekim temel düzeyde dijital becerilere sahip olan vatandaşların oranı Çek Cumhuriyeti'nde %36 iken, aynı oran Hırvatistan'da, Bulgaristan'da ve Malta'da %18'dir.

Temel düzey üzerinde dijital becerilere sahip olan vatandaşların oranının en yüksek olduğu ülkeler ise %50'lik oran ile Hollanda ve Finlandiya'dır. Bu iki ülkeyi %49'luk oranla Danimarka, %46'lık oranla İsveç ve %39'luk oranla Almanya takip etmektedir. Temel düzey

üzerinde dijital becerilere sahip vatandaşların oranının en düşük olduğu Avrupa ülkeleri ise %10'luk oranla Romanya, %11'lik oranla Bulgaristan, %21'lik oran ile Polonya ve %22'lik oranla İtalya'dır. AB ülkeleri arasında dijital beceriler bağlamında da önemli farklılıklar bulunmaktadır. Nitekim temel düzey üzerinde dijital becerilere sahip olan bireylerin Hollanda'daki oranı, Romanya'daki oranının 5 katıdır. Bu veri AB ülkeleri arasında önemli uçurumlar olduğuna işaret etmektedir.

SONUÇ

Dijital medya okuryazarlığı hem bireylerin cihazlara erişebilmesi ve dijital platformları kullanabilmesi, hem de dijital medya platformlarında medya içeriklerine erişebilmesi, bilgiyi kullanabilmesi, işleyebilmesi, sorgulayabilmesi ve teyit edebilmesi gibi kabiliyetlerle doğrudan alakalıdır. Dijital beceriler hem bireyleri dijital platformlardaki yozlaşma, tehdit ve dezenformasyona karşı korumakta hem de içerisinde bulunduğumuz bilgi çağında bireylerin istihdam edilebilirlik oranını artırmaktadır.

Son yıllarda dijital platformlarda yalan ve yanlış bilginin yayılma süreci kolaylaşmış, dijital medyadan edinilen bilginin doğruluğu ve güvenilirliği tartışmalı hale gelmiştir. Bu konuda yürütölen birçok akademik çalışma göstermiştir ki çevrimiçi ortamlarda edinilen bilginin kontrol edilmesi, değerlendirilmesi ve teyitlenmesi için dijital medya okuryazarlığına ihtiyaç duyulmaktadır.

Dijital medya okuryazarlığı hem medya okuryazarlığını hem de dijital becerileri içeren bir mefhumdur. Bu okuryazarlık düzeyini ölçümlemek için uluslararası düzeyde geçerli bir ölçüm metodu veya endeksi de bulunmamaktadır. Bu bağlamda hem medya okuryazarlığı hem de dijital beceriler üzerine yayımlanan veri ve istatistikler, bize ülkelerin dijital medya okuryazarlık düzeyi hakkında ipuçları sunmaktadır.

AB, birçok alanda düzenleyici, denetleyici ve dönüştürücü politikalar tasarlamakta ve uygulamaktadır. AB, vatandaşlarının dijital beceri düzeylerinin de geliştirilmesi ve güçlendirilmesi için muhtelif politikalar geliştirmektedir. Ancak hem medya okuryazarlığı hem de dijital beceriler bağlamında AB ülkeleri arasında önemli farklılıklar bulunduğu görölmektedir. Örneğin medya okuryazarlığı endeksine göre Finlandiya vatandaşlarının skoru 78 iken Bulgaristan vatandaşlarının skoru 29, Romanya vatandaşlarının skoru 34, Yunanistan vatandaşlarının skoru ise 38'dir. Öte yandan AB vatandaşlarının internet kullanım oranları dikkate alındığında yine Danimarka, Lüksemburg, Finlandiya ve İsveç gibi gelişmiş refah ülkeleri ile Bulgaristan ve Romanya gibi son genişleme dalgasında AB'ye üye olan ülkeler

arasında da önemli farklar bulunmaktadır. Gelişmiş Kuzey ülkelerinde vatandaşların internet kullanım oranları %95'lerin üzerindeyken Bulgaristan'da internet kullanım oranı %70'tir.

Dijital medya okuryazarlığının ölçülmesinde en önemli parametrelerden biri dijital beceriler verisidir. Eurostat'ın sağladığı veriler doğrultusunda AB ülkelerinde temel ve temel üstü düzeyde dijital becerilere sahip vatandaşların oranına ulaşabilmek mümkündür. Çalışmada yansıtılan veriler dikkate alındığında yine AB ülkelerindeki dijital beceri düzeyleri arasında önemli farklılıklar göze çarpmaktadır. Nitekim Hollanda ve Finlandiya gibi ülkelerde temel üstü düzeyde dijital becerilere sahip olan bireylerin oranı %50'iken, bu oran Letonya, Yunanistan, İtalya, Polonya, Bulgaristan ve Romanya'da %25'in altındadır. Özellikle Bulgaristan'da bu oranın %11, Romanya'da ise %10 olması dikkat çekicidir.

Netice itibarıyla AB içerisinde hem medya okuryazarlığı hem de dijital beceriler bağlamında önemli farklılıklar bulunmaktadır. AB'nin bilgi çağında bu farklılıkları göz önünde bulundurarak üye ülkeler arasında yakınsama politikaları geliştirmesinin, AB vatandaşları arasında dijital medya okuryazarlık düzeyinin homojenleştirilmesi amacıyla daha kapsayıcı ve etkin politikalar tasarlamasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 31, No.2, s. 211-236.
- Aufderheide, P., & Firestone, C. (1992). *Media Literacy*. Washington: The Aspen Institute.
- Baldacci, E., & Pelagalli, F. (2017). *Communication of statistics in post-truth society: the good, the bad and the ugly*. Luxembourg: European Commission.
- Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A., & Wigal, M. (2006). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago: MacArthur.
- EDMO. (2021a). *EDMO At A Glance*. <https://edmo.eu/edmo-at-a-glance/> (Erişim Tarihi: 10.05.2021)
- EDMO. (2021b). *EDMO's Scientific Focus*. <https://edmo.eu/scientific-focus/> (Erişim Tarihi: 10.05.2021)
- EUR-Lex. (2021a). *Communication From The Commission To The European Parliament, The Council, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions The European Pillar of Social Rights Action Plan*. EUR-Lex: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2021:102:FIN> (Erişim Tarihi: 17.05.2021)

- EUR-Lex. (2021b). *Communication From The Commission To The European Parliament, The Council, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions 2030 Digital Compass: the European way for the Digital Decade COM/2021/118 final*. EUR-Lex: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A52021DC0118#footnote12> (Erişim Tarihi: 10.06.2021)
- European Audiovisual Observatory. (2016). *Mapping of media literacy practices and actions in EU-28*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- European Commission. (2021). *European Digital Media Observatory*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/european-digital-media-observatory> (Erişim Tarihi: 20.05.2021)
- European Commission. (2021b). *European Digital Media Observatory (EDMO)*. European Commission: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/european-digital-media-observatory> (Erişim Tarihi: 10.05.2021)
- Eurostat. (2019). *Individuals' level of digital skills*. Eurostat: https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc_sk_dskl_i&lang=en (Erişim Tarihi: 10.05.2021)
- Eurostat. (2019). *Individuals who have basic or above basic overall digital skills by sex*. Eurostat: https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/en/tepsr_sp410_esmsip2.htm (Erişim Tarihi: 17.05.2021)
- Eurostat. (2020). *Individuals - internet use*. Eurostat: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ci_ifp_iu/default/table?lang=en (Erişim Tarihi: 19.05.2021)
- Güner, O. (2020). Bilgi Toplumu Göstergeleri Bağlamında Avrupa Birliği Ülkeleri ve Türkiye'ye Dair Bir Değerlendirme. *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, s. 121-143.
- Gerlitz, C., & Helmond, A. (2013). The like economy: Social buttons and the data-intensive web. *New Media & Society*, s. 1348-1365.
- Hoobs, R. (2011). *Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom*. USA: Corwin.
- Hoorens, S., & Lupianez-Villanueva, F. (2019). *Study on Media Literacy and Online Empowerment Issues raised by algorithm-driven media services (2017/0081)*. Luxembourg: European Union.
- Kahne, J., Nam-Jin, L., & Feezell, J. T. (2012). Digital Media Literacy Education and Online Civic and Political Participation. *International Journal of Communication*, 6, s. 1-24.
- Li, K. Y., Zahiri, M. A., & Jumaat, N. F. (2020). Understanding Digital Media Literacy in a Digital Age: A Review of Current Frameworks. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 1011, Vol.24, Issue 05, s. 1010-1015.

- Livingstone , S., Couvering, E. V., & Thumim, N. (2005). *Adult Media Literacy*. London: MediaLSE.
- Livingstone, S. (2004). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies', *The Communication Review*, s. 3-14.
- Martín, G., & Tyner, M. (2012). Media Education, Media Literacy and Dgital Competence. *Comunicar. Media Education Research Journal*, s. 31-39.
- Mateus, J. C. (2020). *The Need for Media Literacy*. Universidad De Lima: <https://www.ulima.edu.pe/en/idic/blog/the-need-for-media-literacy> (Erişim Tarihi: 20.07.2021)
- Metzger, M. (2007). Making sense of credibility on the Web: Models for evaluating online information and recommendations for future research. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, s. 2078-2091.
- Moeller, S., Joseph, A., Lau, J., & Carbo, T. (2011). *Towards Media and Information Literacy Indicators*. Paris: UNESCO.
- Open Society Institute. (2021). *Media Literacy Index*. Sofia: Open Society Institute - European Policies Initiative.
- Özcan, A. (2014). Dijital Medya Okuryazarlığı: Sorunlar, Uygulamalar ve Beklentiler. *Online Journal of Information Technology* Vol.8, s. 55-66.
- Park, S. (2011). Access to digital devices and its relationship to digital media literacy. *News & Media Research Centre*, s. 241-250.
- Park, S. (2012). Dimensions of Digital Media Literacy and The Relationship to Social Exclusion. *Media International Australia* 142(1), s. 87-100.
- Potter, W. J. (2004). *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach*. California: SAGE.
- Potter, W. J. (2016). *Media Literacy*. USA: SAGE.
- Rahardjo, T., Hapsari, S., & Taufik, S. (2018). Digital Media Literacy in Samin Indigeneous People. *E3S Web of Conferences* 73. ICENIS 2018.
- Shen, C., Kasra, M., Wenjing, P., & O'Brien, J. (2019). Fake images: The effects of source, intermediary, and digital media literacy on contextual assessment of image credibility online. *New Media & Society*, s. 438-463.
- Suzuki, K. (2009). Media education in Japan: concepts, policies, and practices, *Media Education in Asia* (Editör:) C.-K. Cheung, Hong Kong: Springer, s. 131-155.
- Thoman, E., & Jolls, T. (2004). Media Literacy - A National Priority for a Changing World. *American Behavioral Scientist*, s. 18-29.
- Tyler, K., & Gutierrez, A. (2012). Media Education, Media Literacy and Digital Competence. *Comunicar*, s. 31-39.

We are social. (2021). *Digital 2021 April Global Statshot Report*.
<https://wearesocial.com/blog/2021/04/60-percent-of-the-worlds-population-is-now-online> (Erişim Tarihi: 10.07.2021)

Zacchetti, M. (2008). A European Approach to Media Literacy, *Ubiquitous Ict For Sustainable Education And Cultural Literacy* (Editör: S. Al-Agtash), Helsinki: UNESCO , s.20-22.