



ASOS JOURNAL

The Journal of Academic Social Science

Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 10, Sayı: 132, Eylül 2022, s. 165-184

ISSN: 2148-2489 Doi Number: <http://dx.doi.org/10.29228/ASOS.63856>

Yayın Geliř Tarihi / Article Arrival Date
2.08.2022

Yayımlanma Tarihi / The Publication Date
29.09.2022

Dr. Öğr. Üyesi Deniz AKÇAY BALCI

İstanbul Gedik Üniversitesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü
deniz.balci@gedik.edu.tr
Orcid: 0000-0003-1906-7988

Arş. Gör. Dr. Merve KARAMAN

İstanbul Gedik Üniversitesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü
merve.karaman@gedik.edu.tr
Orcid: 0000-0002-6010-6996

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GÖRSEL OKURYAZARLIK DÜZEYLERİNİN CAPSLER ÜZERİNDEN İNCELENMESİ

Öz

Teknolojide yaşanan gelişmelerle birlikte sosyal medyaya yönelik dijital görsel içerikler yaygınlaşmıştır. Bununla birlikte kullanıcıların üretimine dahil olduğu görsel içerikler de hayatımıza girmiştir. Kullanıcının hem üretiminde hem de tüketiminde olduğu özellikle gençler arasında yaygın olarak paylaşılan görsel içeriklerden en popüler olanları capslerdir. Capsler duygu, düşüncelerin ifade edilmesine olanak veren hem görsel hem de metinsel özelliklerin bir arada olduğu, alt anlamlar içeren sosyal medya içerikleridir. Bu özelliğiyle capsler görsel kültüre de katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte bu görsel içeriklerin alt mesajlarının algılanması, yorumlanması, ilişkisellik kurularak eleştirel olarak sorgulanabilmesi adına görsel okuryazarlık becerisi devreye girmektedir. Görsel okuryazarlık sosyal medyada sıklıkla karşılaşılan görsel içeriklerin farkındalıklı olarak algılanıp yorumlanabilmesi adına büyük önem taşımaktadır. Çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin görsel okuryazarlık düzeylerinin capsler üzerinden incelenmesidir. Çalışma betimsel analiz modeli kullanılmıştır. Araştırma örneklemini İstanbul Gedik Üniversitesi'nde okuyan 278 öğrenci kapsamaktadır. 2021-2022 bahar

döneminde yapılan araştırmanın verileri 26 soruluk anket formu ile elde edilmiştir. Çalışmanın sonucunda ise öğrencilerin capsler üzerinden görsel okuryazarlık düzeyleri incelenmiş ve anket sonucu çerçevesinde öğrencilerin görsel okuryazarlık becerilerinin yeterli seviyede olduğu, eleştirel düşünebildikleri, görsel mesajları okuyabildikleri, capslerdeki görsellerle kendi bilgileri arasında bağ kurabildikleri gözlemlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Görsel okuryazarlık, Eleştirel düşünme, Caps, Sosyal medya.

EXAMINATION OF VISUAL LITERACY LEVELS OF UNIVERSITY STUDENTS BY CAPS

Abstract

With the developments in technology, digital visual content for social media has become widespread. In addition, visual content that users are involved in the production has also entered our lives. Caps are the most popular visual content that is shared by the user both in production and consumption, especially among young people. Capsler are social media contents that contain sub-meanings, where both visual and textual features allow the expression of emotions and thoughts. With this feature, caps also contribute to visual culture. In addition, visual literacy skills come into play in order to perceive, interpret, and critically question the sub-messages of these visual contents by establishing relationality. Visual literacy is of great importance for the awareness and interpretation of visual content frequently encountered in social media. The aim of the study is to examine the visual literacy levels of university students through caps. A descriptive analysis model was used in the study. The sample of the research includes 278 students studying at Istanbul Gedik University. The data of the research conducted in the spring term of 2021-2022 were obtained with a 26-question questionnaire. As a result of the study, the visual literacy levels of the students were examined through the caps and it was observed that the visual literacy skills of the students were at a sufficient level, they could think critically, they could read the visual messages, and they could make a connection between the visuals in the caps and their own knowledge within the framework of the questionnaire.

Keywords: Visual literacy, Critical thinking, Memes, Social media.

GİRİŞ

Teknolojik gelişmelerle birlikte yeni bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak görüntüleri oluşturmak ve değiştirmek artık geçmişte olduğundan daha kolay bir hale gelmiştir. Bu gelişmeler çerçevesinde görsel okuryazarlıkla ilgili yapılan yeni tanımlamalara bakıldığında, sadece analiz veya yorumlama değil, aynı zamanda görsel içerik yaratma yeteneğini de kapsayacak şekilde genişletildiği anlaşılmaktadır. Sosyal medya uygulamaları sayesinde hızlı bir şekilde dolaşımda olan görsel içeriklere bakıldığında gençler arasında en popüler olanlarının capsler veya İngilizce adı ile memesler olduğu anlaşılmaktadır. Duygu ve düşünceleri mizahi yönden aktarabilme aracı olarak görülen capsler politik ve güncel konularda sıklıkla ortaya çıkmaktadır.

Kırık ve Saltık'a (2017, s. 99) göre teknolojideki gelişmeler birçok alanı etkilediği gibi mizah

anlayışını da etkilemiştir. Özellikle sosyal medya ortamlarında hem eğlence hem de muhalefet olarak kullanılan yeni bir mizah anlayışı ortaya çıkmıştır. Bu formlardan biri de sosyal medya ortamında görsel içeriklerden olan ve genellikle mizah unsuru olarak kullanılan capslerdir.

Capsler internet kullanıcıları tarafından Photoshop gibi çeşitli programlar aracılığıyla fotoğraf ve yazı ile kolaylıkla oluşturulabilen görsel içeriklerdir. Capslerin konusunu genellikle güncel olaylar, popüler kişiler, sıradan insanlar, politik veya günlük yaşamdan konular oluşturmaktadır. Aktaş'a (2016, s. 6) göre Türkiye'de caps olarak bilinen fotoğrafın alt kısmına kırmızı şerit çekilerek üzerine yazı yazılması ile oluşturulan görseller ingilizcede internet memesleri olarak bilinmektedir. İnternet memesleri olan alt metinler ve ince mesajlar içeren capsler ülkemizde oldukça popüler bir mizah anlayışına dönüşmüştür.

Keçe (2019, s. 55) capsleri dijitalleşen bir dünyada çağı yakalayan genç nesiller için yeni bir okuma kültürü olarak tanımlar. İnternet ortamlarında kullanıcılar tarafından üretilen capsler toplumun kültürünü yansıtmaktadır. Genellikle mizah formunda olan capsler popüler kültürden etkilenecek muhalif bir dil de geliştirmiştir. Keçe capslerin politik figürleri kullanmasının aynı zamanda otoriteye karşı eleştirel bir söylem ve direniş gösterdiğini vurgulamaktadır.

Keçe (2019, s. 3) göre dijital ortamlarda eleştiren muhalif görevini üstlenen genellikle eğlence amaçlı oluşturulan sert söylemlere yer veren siyasi capslerdir. Capsler aynı zamanda reklam, dizi, film gibi görselleri de kullanarak alt anlamların iletilmesini sağlayan ve görsel kültüre katkı sağlayan içeriklerdir. İnternet ortamlarında üretilen bu görsel içerikler sosyal medyada hızla aktarılmakta yapısı gereği çıktığı andan itibaren gündeme bağlı olarak dönüşüme uğrayarak yeniden üretilebilmektedirler.

İnternet ortamlarında yaşanan gelişmeler sonucunda dünyamız dijitalleşen bir dünyaya dönüşmüştür. Dijital internet ortamlarıyla bireyler çok farklı hizmetler yoluyla birbirleriyle daha fazla etkileşime girerek sosyalleşmektedir. Bireylerin dijitalleşen dünyaya hızla adapte olması teknolojinin gücünü ortaya koymaktadır. Bu noktada okuryazarlıkların önemi ortaya çıkmaktadır. Günümüzde artık okuryazarlık kavramı okuma-anlamanın ötesinde yorumlama, ilişkisellik kurma, eleştirel bakabilme, anlamlandırma gibi çok boyutlu yeterliliklerin bir arada olması gereken bir boyuta taşınmıştır. Örneğin medyadaki içeriklerin anlamlandırılabilmesinde bir gereklilik olan okuryazarlık türü dijital okuryazarlıktır. Bu okuryazarlığın temelinde dijital medyada yer alan içeriklere yönelik eleştirel bir yargıya varabilme yeterliliği yer almaktadır.

Karaman (2021, s. 28) eleştirel sorgulama, eleştirel bakış açısı gibi kavramları görsel kültürün bir bileşeni olarak görmektedir. Görselliğe dayalı iletilen her iletinin yorumu ve analizi için geliştirilen her türlü okuryazarlık yeterliliğinin kişilere eleştirel bakış açısı geliştirmede katkı sunacağı bilinmektedir.

Çakır'a (2014, s. 173) göre örneğin medyada gördüğümüz görsel imajlar farklı biçimlerde farklı anlamlar içerebilmektedir. Bu bağlamda eleştirel bakış açısı bu görsel imajlara tek bir yorumla değil çok farklı yorumlarla yaklaşmaktadır. Eleştirel bakış anlamsal, eleştirel ve çok yönlü perspektifte görsel imajları ele almaktadır. Dolayısıyla görselliğin eleştirel okuması görsel okuryazarlığa da katkı sağlamaktadır.

Sosyal medyayı gençlerin yoğun kullandığı düşünülürse sosyal medya bağımlılığı gibi olumsuz yönlerini de göz önünde bulundurmak gerekir. Bu konuda görsel okuryazarlık ve eleştirel düşünme becerisi geliştirilerek olaylar karşısında analiz ve değerlendirme sosyal medyanın olumsuz yönlerini azaltmaya yardımcı olacaktır. Sosyal medyada eğlenceli içerikler gençler

tarafından sıklıkla tercih edilmektedir. Eğlenceli içerikler olarak capsler ise gerek düşünme gerek içerik oluşturulma sürecinde gençleri olaylar ve gelişmeleri değerlendirme, analiz etme gibi zihinsel süreçlere yönlendirmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin görsel okuryazarlık ve eleştirel düşünce becerilerinin görsel içeriklerden olan capsler yoluyla incelenmesidir.

Görsel Okuryazarlık ve Eleştirel Düşünme

İlk olarak 1960'lı yıllarda bilinmeye başlanan görsel okuryazarlık terimi kısaca, görsel mesajları anlama, yorumlama ve görsel ileti oluşturabilme yeteneği olarak açıklanmaktadır.

Bleed (2005, s. 5) görsel okuryazarlığı; fikirleri ve kavramları iletmek için görüntülerin yanı sıra mesajları yorumlama yeteneği olarak tanımlamaktadır.

Debes (1969, s. 25) görsel okuryazarlığı görme duyusunun kullanılarak geliştirilen bir yeterlik olarak tanımlayarak bu yeterliliğin insanların öğrenmesinde önemli olduğunu vurgulamaktadır. Görsel okuryazar bir kişi etrafında olan görsel iletişim unsurlarını ve görsel her şeyi algılama ve yorumlama yeterliliği göstermektedir.

Görsellik giderek artmakta dolayısıyla görsel bilginin kullanımı da yaygınlaşmaktadır. Bu nedenle görsel okuryazarlık becerisinin yeterli olması görünen her bir şeyin ayrımının yapılabilmesinde önemli olmaktadır. Kiper, Kırksekiz ve Çam'a (2014, s. 57) göre görsel iletilerin hem anlaşılması hem de görsel ileti oluşturabilme yeteneği görsel okuryazarlık kapsamına girmektedir. Tanımlamalara göre görsel okuryazarlık kişilerin öğrenmesinde etkili olan bir beceri olarak görülmektedir (Alpan Bangir, 2008, s. 81).

Teknolojinin gelişmesine paralel olarak görsel kültürün yükselişte olduğu bugünlerde herkesin görsel okuryazarlık becerisi geliştirmesi bir zorunluluk olmuştur. Günlük yaşamda pek çok görsel imgeye maruz kalan bireyin bu imgeleri anlamlandırıp yorumlaması görsel okuryazarlık bilincine bağlı olmaktadır. Eğitimle de bağlantısı olan görsel okuryazarlık becerisi bireylerin görsel mesajları okuyabilmesi görsel okuryazarlık düzeylerini geliştirmelerine katkı sunmaktadır. Bu nedenle görsel okuryazarlık kavramı eğitim programlarına dahil edilmesi gereken bir okuryazarlık olarak kabul edilmektedir.

İnternet ortamlarında veya günlük yaşamda her yerde karşılaştığımız görseller hayatımızın bir parçası haline gelmiştir. İletişim alanlarının çoğalması ile birlikte imgelerin daha etkin kullanıldığı bilinmektedir. İletişimde sıkça kullanılan görsel öğeler eğitim sürecinde özellikle öğrencilerin kolay hatırlayabilmesi, akılda kalıcılık, dikkat çekme bakımından da önemli bir yere sahiptir.

Kellner'e (2001) göre çağa adapte olabilmek için sadece sözel değil görsel, dijital, medya, internet, kültürel, bilgisayar gibi farklı okuryazarlıklara da hakim olmak gereklilik olmuştur.

Yaşadığımız yüzyılda gelişen bilimsel gelişmelerle beraber ortaya çıkan teknolojik cihazlar bireylerin yaşamını büyük oranda etkilemektedir. Yaşanan bu değişim de bireylerin ve toplumların hem değerlerini hem de özelliklerini değişime uğratmaktadır. Örnek olarak önceden okuryazarlıklar okuma üzerine iken 21. yy da bu durum dönüşüme uğramış ve görsellik ön plana çıkmıştır (Tanrıverdi ve Apak, s. 268). Bununla birlikte görsel okuryazarlık becerisi eleştirel düşünmeyi de teşvik etmektedir.

Eleştirel düşünme bireyin ön yargılı ve sübjektif yaklaşımlardan uzak olarak tarafsız yani objektif olarak bir konuyu değerlendirebilmesi olarak ifade edilebilir. Eleştirel düşünme üzerine

araştırmalar yapan Facione temel eleştirel düşünme becerilerini, “yorumlama, çözümlenme, değerlendirme, çıkarsama, tanımlama ve kendini düzenleme” olmak üzere altı temel beceri ile ifade edilebilmektedir (Karaçam, 2020, s. 23).

Karaçam ortaokul öğrencilerinin görsel okuryazarlık ve eleştirel düşünme becerileri ilişkisini ölçmek için yaptığı bir araştırmada; “öğrencilerin sahip olduğu görsel okuryazarlık düzeyleri ile eleştirel düşünme düzeyleri arasında yüksek düzeyde, pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki olduğu” sonucuna ulaşmıştır (Karaçam, 2020, s. 100).

Efektif ve düşük maliyetli bilgisayar grafiklerinin profesyonel iş süreçlerine dahil olmasıyla, akademik ve kültürel söylemin görsel yönleri de önemli olmaya başladı. Bu gelişmelerle birlikte eğitim kurumları görsel okuryazarlığın önemini göz önünde bulundurmaya başladılar. The enGauge raporuna göre 21.yüzyılda görsel okuryazarlık becerisi gelecek için en önemli becerilerin başında gelmektedir (Bleed, 2005, s. 7). Rapora göre görsel okuryazar olan öğrenciler;

- elektronik medya aracılığıyla üretilen veya görüntülenen görseller hakkında çalışma bilgisine sahip olurlar;
- görsel tasarım, teknik ve medyanın temel öğelerini anlayabilirler;
- görsellerin algılanmasında duygusal, psikolojik ve bilişsel etkilerin farkındadırlar, temsili, açıklayıcı, soyut ve sembolik görüntüleri kavrar; görsel bilgisini elektronik ortamda uygular;
- bilgili izleyiciler, eleştirmenler ve görsel bilginin bilgili tüketicileridirler.
- bilgi tasarımcıları, besteciler ve görsel bilgi üreticileridir;
- etkili görsel iletişimcilerdir;
- etkileyici, yenilikçi görsel düşünürler ve başarılı problem çözümcülerdir.

Yaşadığımız çağda görseller bireylerin kendilerini hızlı ifade etme yöntemleri arasında yer almaktadır. Günümüzde gençler de kendilerini sözel olarak anlatmak yerine görsel olarak anlatmayı tercih etmektedirler. Capsler günümüzde her yaşta insanın özellikle de gençlerin sosyal medyada sıkça paylaştığı görsel iletlerden biridir.

Capsler veya diğer adıyla memesler günümüzde her yaşta insanın özellikle de gençlerin sosyal medyada sıkça paylaştığı görsel iletlerden biridir. “YPulse.com (2019)’un 05 Mart 2019 tarihli web sitesinde yer alan son yapılan sosyal medya davranışı anketine göre, 13-36 yaşındakilerin %75’i (ve 13-17 yaşındakilerin %79’u) memes paylaşmaktadır” (Akçay Balcı ve Karaman, 2022, s. 34). Gençler gündem de olan konular hakkındaki duygularını düşüncelerini ifade etmek için capsleri yoğun olarak kullanmaktadır. Örneğin sticker maker isimli uygulama caps oluşturma için tercih edilen bir uygulamadır.

Çalışmada capslerin özellikle üniversite öğrencilerinin görsel okuryazarlık ve eleştirel düşünce becerilerinin incelenmesi noktasında görsel algılama ve görsel düşünme kapsamında hazırlanan anket sorularıyla incelenmiştir.

Amaç ve Önem

Çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin görsel okuryazarlık düzeylerinin capsler üzerinden incelenmesidir

Bu genel amaçtan hareketle aşağıdaki araştırma sorusuna yanıt aranmaktadır:

- Üniversite öğrencilerinin capsler üzerinden sosyal medyada karşılaştıkları görsel içerikleri anlama, algılama, yorumlayabilme, eleştirel düşünebilme aşamalarında görsel okuryazarlık düzeyleri nasıldır?

Çalışma üniversite öğrencilerinin görsel okuryazarlık becerileri hakkında bilgi edinme çerçevesinde önemli görülebilir.

Dijital çağda sosyal medya içeriklerinin bilinçli kullanılması görsellerin hem görsel farkındalık çerçevesinde hem de eleştirel olarak değerlendirilebilmesi noktasında görsel okuryazarlık becerisi önemli olmaktadır. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinin görsel okuryazarlık becerilerinin gelişmiş olması içinde bulunulan dijital çağda onların karşılaştıkları tüm içeriklere bilinçli olarak bakmasını sağlamaktadır.

YÖNTEM

Çalışmada anket uygulaması yapılmış ve bu çerçevede nicel yöntem kullanılmıştır.

Araştırma Modeli

Bu çalışmada betimsel analiz kullanılmıştır. Çalışma kapsamındaki kişiler kendi koşulları içinde olduğu gibi tanımlanarak aktarılmaktadır.

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu 2021-2022 eğitim öğretim yılı bahar döneminde İstanbul'da bulunan ve T.C. İstanbul Gedik Üniversitesi Kartal kampüsünde yer alan Mimarlık ve Tasarım Fakültesi öğrencilerinden oluşmaktadır. Çalışmada yaş kriteri 22 yaş altı, 23-29 yaş, 30-39 yaş, 40-49 yaş olmak üzere 4 gruptur. Araştırmada cinsiyet kriterine yer almaktadır. Araştırmada belirlenen üniversite ve kampüs ulaşılabilirliği bakımından tercih edilmiştir. Üniversitede toplamda 278 öğrenciye ulaşılmıştır. Anket katılımcı öğrencilerin gönüllülük esasına bağlı bir şekilde uygulanmıştır. Çalışma kapsamında üniversiteden etik kurul onayı ve gerekli izinler alınmıştır.

Verilerin analizi

Tüm veriler bilgisayarda SPSS (statistical package for social sciences) for Windows 22 programına kaydedilerek analiz edilmiştir. Kategorik değişkenler frekans analizi ile test edilerek yüzde frekans olarak gösterilmiştir. Bağımsız iki kategorik grup arası karşılaştırmada Ki kare testi kullanılmıştır. Elde edilen değerlerin anlamlı olup olmadığının yorumlanmasında 0.05 anlamlılık düzeyi ölçüt olarak kullanılmıştır.

BULGULAR VE YORUM

Çalışma kapsamında anket soruları yoluyla elde edilen veriler analiz edilerek bulgu ve yorumları aşağıdaki gibidir.

Tablo.1 Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Değişken	Grup	n	%
Yaş	22<	168	60,4
	23-29	101	36,3
	30-39	6	2,2
	40-49	3	1,1
	Toplam	278	100,0
Cinsiyet	Kadın	158	56,8
	Erkek	120	43,2
	Toplam	278	100,0

Kişilerin %60,4 (n:168)'ü 22 yaş altı %36,3 (n:101)'ü 23-29 yaş aralığında, %2,2 (n:6)'si 30-39 yaş aralığında, %1,1 (n:3)'i 40-49 yaş aralığındadır. Cinsiyet dağılımı incelendiğinde %56,8 (n:158) oranında kadın, %43,2 (n:120) oranında erkek çalışma kapsamında yer almıştır.

Tablo.2 Anket İfadelerinin Dağılımına İlişkin Bulgular

	Katılmıyorum % (n)	Kararsızım % (n)	Katılıyorum % (n)
Başkalarıyla iletişim kurarken caps gibi görseller kullanırım.	28,8 (80)	15,1 (42)	56,1 (156)
Sözlü ifadelerin anlaşılması için caps kullanırım.	33,1 (92)	19,1 (53)	47,8 (133)
Capsler görsel ve metinsel mesaj verme amacıyla kullanılır.	11,9 (33)	14,0 (39)	74,1 (206)
Capsleri bilgi almak için kullanırım.	70,9 (197)	20,9 (58)	8,3 (23)
Capsleri yalnızca mizah unsuru olarak kullanırım.	15,5 (43)	17,3 (48)	67,3 (187)
Capsleri kullanmam.	69,4 (193)	17,6 (49)	12,9 (36)
Capsleri kullanarak etkili iletişim kurabilirim.	25,9 (72)	34,5 (96)	39,6 (110)
Teknolojik araçları kullanarak capsler üretebilirim.	25,9 (72)	16,5 (46)	57,6 (160)
Bir konu hakkındaki duygularımı, düşüncelerimi ifade etmede görsel ileti olarak capsleri kullanırım.	21,6 (60)	22,3 (62)	56,1 (156)

Derslerde capslerin kullanımı, öğretilen konuyu tam olarak yansıtır.	39,6 (110)	36,0 (100)	24,5 (68)
Derste capslerin kullanımı öğrenmeyi kolaylaştırır.	29,9 (83)	30,9 (86)	39,2 (109)
Derste capslerin kullanımı akılda kalıcılık sağlar.	18,0 (50)	23,0 (64)	59,0 (164)
Sosyal medyada gördüğüm capslere farklı bakış açıları ile bakabilirim.	13,7 (38)	28,1 (78)	58,3 (162)
Capslere bakarak yanlış olan bilgilerin farkına varabilirim.	33,1 (92)	33,1 (92)	33,8 (94)
Capslerdeki politik, güncel, eleştirel tüm mesajları anlayabilirim.	11,5 (32)	17,3 (48)	71,2 (198)
Capsler ilgimi çekmiyor.	66,9 (186)	17,3 (48)	15,8 (44)
Sosyal medyada capslere yalnızca bakıp geçerim.	42,1 (117)	24,1 (67)	33,8 (94)
Paylaşılan capslere bakarak öğrendiğim bilgiler arasında kolaylıkla bağ kurabilirim.	18,7 (52)	24,5 (68)	56,8 (158)
Capsteki görseli ve metni hafızamda uzun süre tutabilirim.	15,8 (44)	21,2 (59)	62,9 (175)
Sosyal medyada karşıma çıkan capslerin bize anlatmak istediği mesajı okuyabilirim ve yorumlayabilirim.	10,1 (28)	8,6 (24)	81,3 (226)
Günlük hayatımda karşılaştığım problemleri capsler aracılığıyla görsel bilgiye dönüştürüp aktarabilirim.	22,3 (62)	29,5 (82)	48,2 (134)
Capslere aşinayım.	9,4 (26)	18,3 (51)	72,3 (201)
Capsler ilgimi çekiyor.	59,4 (165)	16,9 (47)	23,7 (66)
Capsleri sosyal medyada sıklıkla görüyorum.	9,4 (26)	9,0 (25)	81,7 (227)
Capsleri eleştiri unsuru olarak düşünürüm.	20,9 (58)	37,4 (104)	41,7 (116)
Capsler düşünceleri ifade etmenin bir yoludur.	11,5 (32)	14,0 (39)	74,5 (207)
Günlük hayatımda karşılaştığım problemleri capslerde mizah unsuru olarak eğlenceli şekilde gördüğümde rahatlarım.	14,4 (40)	23,0 (64)	62,6 (174)

Katılımcılara yöneltilen “Başkalarıyla iletişim kurarken caps gibi görseller kullanırım” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %28,8 (n:80), kararsızım diyenlerin oranı %15,1 (n:42), katılıyorum diyenlerin oranı ise %56,1 (n:156)’dir.

Katılımcılara yöneltilen “Sözlü ifadelerin anlaşılması için caps kullanırım” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %33,1 (n:92), kararsızım diyenlerin oranı %19,1 (n:53),

katılıyorum diyenlerin oranı ise %47,8 (n:133)'dir.

Katılımcılara yöneltilen “Capsler görsel ve metinsel mesaj verme amacıyla kullanılır” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %11,9 (n:33), kararsızım diyenlerin oranı %14 (n:39), katılıyorum diyenlerin oranı ise %74,1 (n:206)'dir.

Katılımcılara yöneltilen “Capsleri bilgi almak için kullanırım” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %70,9 (n:197), kararsızım diyenlerin oranı %20,9 (n:58), katılıyorum diyenlerin oranı ise %8,3 (n:23)'dir.

Katılımcılara yöneltilen “Capsleri yalnızca mizah unsuru olarak kullanırım” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %15,5 (n:43), kararsızım diyenlerin oranı %17,3 (n:48), katılıyorum diyenlerin oranı ise %67,3 (n:187)'tür.

Katılımcılara yöneltilen “Capsleri kullanmam” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %69,4 (n:193), kararsızım diyenlerin oranı %17,6 (n:49), katılıyorum diyenlerin oranı ise %12,9 (n:36)'dur.

Katılımcılara yöneltilen “Capsleri kullanarak etkili iletişim kurabilirim” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %25,9 (n:72), kararsızım diyenlerin oranı %34,5 (n:96), katılıyorum diyenlerin oranı ise %36,9 (n:110)'dur.

Katılımcılara yöneltilen “Teknolojik araçları kullanarak capsler üretebilirim” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %25,9 (n:72), kararsızım diyenlerin oranı %16,5 (n:46), katılıyorum diyenlerin oranı ise %57,6 (n:160)'dur.

Katılımcılara yöneltilen “Bir konu hakkındaki duygularımı, düşüncelerimi ifade etmede görsel ileti olarak capsleri kullanırım” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %21,6 (n:60), kararsızım diyenlerin oranı %22,3 (n:62), katılıyorum diyenlerin oranı ise %56,1(n:156)'dir.

Katılımcılara yöneltilen “Derslerde capslerin kullanımı, öğretilen konuyu tam olarak yansıtır” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %39,6 (n:110), kararsızım diyenlerin oranı %36 (n:100), katılıyorum diyenlerin oranı ise %24,5 (n:68)'dir.

Katılımcılara yöneltilen “Derste capslerin kullanımı öğrenmeyi kolaylaştırır” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %29,9 (n:83), kararsızım diyenlerin oranı %30,9 (n:86), katılıyorum diyenlerin oranı ise %39,2 (n:109)'dir.

Katılımcılara yöneltilen “Derste capslerin kullanımı akılda kalıcılık sağlar” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %18 (n:50), kararsızım diyenlerin oranı %23 (n:64), katılıyorum diyenlerin oranı ise %59 (n:164)'dur.

Katılımcılara yöneltilen “Sosyal medyada gördüğüm capslere farklı bakış açıları ile bakabilirim” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %13,7 (n:38), kararsızım diyenlerin oranı %28,1 (n:78), katılıyorum diyenlerin oranı ise %58,3 (n:162)'tür.

Katılımcılara yöneltilen “Capslere bakarak yanlış olan bilgilerin farkına varabilirim” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %33,1 (n:92), kararsızım diyenlerin oranı %33,1 (n:92), katılıyorum diyenlerin oranı ise %33,8 (n:94)'dir.

Katılımcılara yöneltilen “Capslerdeki politik, güncel, eleştirel tüm mesajları anlayabilirim” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %11,5 (n:32), kararsızım diyenlerin oranı %17,3 (n:48), katılıyorum diyenlerin oranı ise %71,2 (n:198)'dir.

Katılımcılara yöneltilen “Capsler ilgimi çekmiyor” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %66,9 (n:186), kararsızım diyenlerin oranı %17,3 (n:48), katılıyorum diyenlerin oranı ise %15,8 (n:44)’dir.

Katılımcılara yöneltilen “Sosyal medyada capslere yalnızca bakıp geçerim” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %42,1 (n:117), kararsızım diyenlerin oranı %24,1 (n:67), katılıyorum diyenlerin oranı ise %33,8 (n:94)’dir.

Katılımcılara yöneltilen “Paylaşılan capslere bakarak öğrendiğim bilgiler arasında kolaylıkla bağ kurabilirim” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %18,7 (n:52), kararsızım diyenlerin oranı %24,5 (n:68), katılıyorum diyenlerin oranı ise %56,8 (n:158)’dir.

Katılımcılara yöneltilen “Capsteki görseli ve metni hafızamda uzun süre tutabilirim” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %15,8 (n:44), kararsızım diyenlerin oranı %21,2 (n:59), katılıyorum diyenlerin oranı ise %62,9 (n:175)’dur.

Katılımcılara yöneltilen “Sosyal medyada karşıma çıkan capslerin bize anlatmak istediği mesajı okuyabilirim ve yorumlayabilirim” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %10,1 (n:28), kararsızım diyenlerin oranı %8,6 (n:24), katılıyorum diyenlerin oranı ise %81,3 (n:226)’tür.

Katılımcılara yöneltilen “Günlük hayatımda karşılaştığım problemleri capsler aracılığıyla görsel bilgiye dönüştürüp aktarabilirim” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %22,3 (n:62), kararsızım diyenlerin oranı %29,5 (n:82), katılıyorum diyenlerin oranı ise %48,2 (n:134)’dir.

Katılımcılara yöneltilen “Capslere aşınayım” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %9,4 (n:26), kararsızım diyenlerin oranı %18,3 (n:51), katılıyorum diyenlerin oranı ise %72,3 (n:201)’tür.

Katılımcılara yöneltilen “Capsler ilgimi çekiyor” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %59,4 (n:165), kararsızım diyenlerin oranı %16,9 (n:47), katılıyorum diyenlerin oranı ise %23,7 (n:66)’dir.

Katılımcılara yöneltilen “Capsleri sosyal medyada sıklıkla görüyorum” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %9,4 (n:26), kararsızım diyenlerin oranı %9 (n:25), katılıyorum diyenlerin oranı ise %81,7 (n:227)’dir.

Katılımcılara yöneltilen “Capsleri eleştiri unsuru olarak düşünürüm” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %20,9 (n:58), kararsızım diyenlerin oranı %37,4 (n:104), katılıyorum diyenlerin oranı ise %41,7 (n:116)’dir.

Katılımcılara yöneltilen “Capsler düşünceleri ifade etmenin bir yoludur” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %11,5 (n:32), kararsızım diyenlerin oranı %14 (n:39), katılıyorum diyenlerin oranı ise %74,5 (n:207)’tir.

Katılımcılara yöneltilen “Günlük hayatımda karşılaştığım problemleri capslerde mizah unsuru olarak eğlenceli şekilde gördüğümde rahatlarım” seçeneğine katılmıyorum diyenlerin oranı %14,4 (n:40), kararsızım diyenlerin oranı %23 (n:64), katılıyorum diyenlerin oranı ise %62,6 (n:174)’dir.

Tablo.3 Anket İfadelerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

		Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	İstatistik test
		%(n)	%(n)	%(n)	
Başkalarıyla iletişim kurarken caps gibi görseller kullanırım.	Kadın	42,5 (34)	50 (21)	66,0(103)	X ² :12,87 p:0,01
	Erkek	57,5 (46)	50 (21)	34,0(53)	
Sözlü ifadelerin anlaşılması için caps kullanırım.	Kadın	48,9 (45)	50,9 (27)	64,7(86)	X ² :6,42 p:0,04
	Erkek	51,1 (47)	49,1 (26)	35,3(47)	
Capsler görsel ve metinsel mesaj verme amacıyla kullanılır.	Kadın	57,6 (19)	48,7 (19)	58,3(120)	X ² :1,22 p:0,54
	Erkek	42,4 (14)	51,3 (20)	41,7(86)	
Capsleri bilgi almak için kullanırım.	Kadın	57,4 (113)	60,3 (35)	43,5(10)	X ² :1,99 p:0,37
	Erkek	42,6 (84)	39,7 (23)	56,5(13)	
Capsleri yalnızca mizah unsuru olarak kullanırım.	Kadın	55,8 (24)	52,1 (25)	58,3(109)	X ² :0,62 p:0,73
	Erkek	44,2 (19)	47,9 (23)	41,7(78)	
Capsleri kullanmam.	Kadın	58,5 (113)	61,2 (30)	41,7(15)	X ² :3,99 p:0,14
	Erkek	41,5 (80)	38,8 (19)	58,3(21)	
Capsleri kullanarak etkili iletişim kurabilirim.	Kadın	50,0 (36)	54,2 (52)	63,6(70)	X ² :3,72 p:0,16
	Erkek	50,0 (36)	45,8 (44)	36,4(40)	

X²: Ki kare test

“Başkalarıyla iletişim kurarken caps gibi görseller kullanırım” ifadesine katılıyorum diyenlerin %66 (n:103)’sı kadinken %34 (n:53)’ü erkektir. İfadeye katılmayanların %57,5’i (n:46) erkek iken %42,5 (n:34)’i kadındır. Dağılım incelendiğinde iletişim kurarken caps görselini daha çok kadınların kullandığı ve bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir (X²(2):12,87 p<0,05).

“Sözlü ifadelerin anlaşılması için caps kullanırım” ifadesine katılıyorum diyenlerin %64,7 (n:56)’si kadinken, %35,3 (n:47)’ü erkektir. İfadeye katılmayanların %51,1 (n:47)’i erkek iken %48,9 (n:45)’u kadındır. Dağılım incelendiğinde sözlü ifadelerin anlaşılması için capsleri daha çok kadınların kullandığı ve farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir X²(2):6,42 p<0,05).

“Capsler görsel ve metinsel mesaj verme amacıyla kullanılır” ifadesine katılıyorum diyenlerin %58,3 (n:120)’ü kadinken %41,7 (n:86)’si erkektir. İfadeye katılmayanların %57,6 (n:19)’sı kadın iken %42,4’ü (n:14) erkektir. Dağılım incelendiğinde “Capsler görsel ve metinsel mesaj verme amacıyla kullanılır” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir (p>0,05).

“Capsleri bilgi almak için kullanırım” ifadesine katılıyorum diyenlerin %56,5 (n:13)’i erkek iken %43,5 (n:10)’i kadındır. İfadeye katılmayanların %57,4 (n:113)’ü kadın iken %42,6 (n:84)’sı erkektir. Dağılım incelendiğinde “Capsleri bilgi almak için kullanırım” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

“Capsleri yalnızca mizah unsuru olarak kullanırım” ifadesine katılıyorum diyenlerin %58,3 (n:109)’ü kadinken %41,7 (n:78)’si erkektir. İfadeye katılmayanların %55,8 (n:24)’i kadın iken %44,2 (n:19)’si erkektir. Dağılım incelendiğinde “Capsleri yalnızca mizah unsuru olarak kullanırım” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

“Capsleri kullanmam” ifadesine katılıyorum diyenlerin %58,3 (n:21)’ü erkek iken %41,7 (n:15)’si kadındır. İfadeye katılmayanların %58,5 (n:113)’i kadın iken %41,5 (n:80)’i erkektir. Dağılım incelendiğinde “Capsleri kullanmam” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

“Capsleri kullanarak etkili iletişim kurabilirim” ifadesine katılıyorum diyenlerin %63,6 (n:70)’sı kadinken %36,4 (n:40)’ü erkektir. İfadeye katılmayanların %50 (n:36)’si kadın iken %50 (n:36)’si erkektir. Dağılım incelendiğinde “Capsleri kullanarak etkili iletişim kurabilirim” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

Tablo.3 Anket İfadelerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular (Devam)

		Katılmıyorum %(n)	Kararsızım %(n)	Katılıyorum %(n)	İstatistik test
Teknolojik araçları kullanarak capsler üretebilirim.	Kadın	50,0 (36)	65,2 (30)	57,5(92)	$X^2:2,72$ $p:0,26$
	Erkek	50,0 (36)	34,8 (16)	42,5(68)	
Bir konu hakkındaki duygularımı, düşüncelerimi ifade etmede görsel ileti olarak capsleri kullanırım.	Kadın	45,0 (27)	54,8 (34)	62,2(97)	$X^2:5,34$ $p:0,07$
	Erkek	55,0 (33)	45,2 (28)	37,8(59)	
Derslerde capslerin kullanımı, öğretilen konuyu tam olarak yansıtır.	Kadın	48,2 (53)	66,0 (66)	57,4(39)	$X^2:6,79$ $p:0,03$
	Erkek	51,8 (57)	34,0 (34)	42,6(29)	
Derste capslerin kullanımı öğrenmeyi kolaylaştırır.	Kadın	47,0 (39)	62,8 (54)	59,6(65)	$X^2:4,87$ $p:0,09$
	Erkek	53,0 (44)	37,2 (32)	40,4(44)	
Derste capslerin kullanımı akılda kalıcılık sağlar.	Kadın	38,0 (19)	59,4 (38)	61,6(101)	$X^2:8,91$ $p:0,01$
	Erkek	62,0 (31)	40,6 (26)	38,4(63)	

Sosyal medyada gördüğüm capslere farklı bakış açıları ile bakabilirim.	Kadın	60,5 (23)	59,0 (46)	54,9(89)	X ² :0,59 p:0,74
	Erkek	39,5 (15)	41,0 (32)	45,1(73)	
Capslere bakarak yanlış olan bilgilerin farkına varabilirim.	Kadın	56,5 (52)	57,6 (53)	56,4(53)	X ² :0,03 p:0,98
	Erkek	43,5 (40)	42,4 (39)	43,6(41)	

X²: Ki kare test

“Teknolojik araçları kullanarak capsler üretebilirim” ifadesine katılıyorum diyenlerin %57,5 (n:92)’i kadınsa %42,5 (n:68)’i erkektir. İfadeye katılmayanların %50 (n:36)’si kadın iken %50 (n:36)’si erkektir. Dağılım incelendiğinde “Teknolojik araçları kullanarak capsler üretebilirim” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir (p>0,05).

“Bir konu hakkındaki duygularımı, düşüncelerimi ifade etmede görsel ileti olarak capsleri kullanırım” ifadesine katılıyorum diyenlerin %62,2 (n:97)’si kadınsa %37,8 (n:59)’u erkektir. İfadeye katılmayanların %55 (n:33)’i erkek iken %45 (n:27)’i kadındır. Dağılım incelendiğinde “Bir konu hakkındaki duygularımı, düşüncelerimi ifade etmede görsel ileti olarak capsleri kullanırım” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir (p>0,05).

“Derslerde capslerin kullanımı, öğretilen konuyu tam olarak yansıtır” ifadesine katılıyorum diyenlerin %57,4 (n:39)’ü kadınsa %42,6 (n:29)’sı erkektir. İfadeye katılmayanların %51,8 (n:57) erkek iken %48,2 (n:23)’si kadındır. Dağılım incelendiğinde derslerde capslerin kullanımının öğretilen konuyu tam olarak yansıttığını düşünenlerin daha çok kadınlar olduğu ve bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir (X²(2):6,79 p<0,05).

“Derste capslerin kullanımı öğrenmeyi kolaylaştırır” ifadesine katılıyorum diyenlerin %59,6 (n:65)’sı kadınsa %40,4 (n:44)’ü erkektir. İfadeye katılmayanların %53 (n:44)’ü erkek iken %47 (n:39)’si kadındır. Dağılım incelendiğinde “Derste capslerin kullanımı öğrenmeyi kolaylaştırır” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir (p>0,05).

“Derste capslerin kullanımı akılda kalıcılık sağlar” ifadesine katılıyorum diyenlerin %61,6 (n:101)’sı kadınsa %38,4 (n:63)’ü erkektir. İfadeye katılmayanların %62 (n:31)’si erkek iken %38 (n:19)’si kadındır. Dağılım incelendiğinde derslerde capslerin kullanımının akılda kalıcılık sağladığını düşünenlerin daha çok kadınlar olduğu ve bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir (X²(2):8,91 p<0,05).

“Sosyal medyada gördüğüm capslere farklı bakış açıları ile bakabilirim” ifadesine katılıyorum diyenlerin %54,9 (n:89)’u kadınsa %45,1 (n:73)’ü erkektir. İfadeye katılmayanların %60,5 (n:23)’i kadın iken %39,5 (n:15)’i erkektir. Dağılım incelendiğinde “Sosyal medyada gördüğüm capslere farklı bakış açıları ile bakabilirim” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir (p>0,05).

“Capslere bakarak yanlış olan bilgilerin farkına varabilirim” ifadesine katılıyorum diyenlerin %56,4 (n:53)’ü kadıken %43,6 (n:41)’sı erkektir. İfadeye katılmayanların %56,5 (n:52)’i kadın iken %43,5 (n:40)’i erkektir. Dağılım incelendiğinde “Capslere bakarak yanlış olan bilgilerin farkına varabilirim” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir (p>0,05).

Tablo.3 Anket İfadelerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular (Devam)

		Katılmıyorum %(n)	Kararsızım %(n)	Katılıyorum %(n)	İstatistik test
Capslerdeki politik, güncel, eleştirel tüm mesajları anlayabilirim.	Kadın	46,9 (15)	60,4 (29)	57,6(114)	X ² :1,59 p:0,45
	Erkek	53,1 (17)	39,6 (19)	42,4(84)	
Capsler ilgimi çekmiyor.	Kadın	59,7 (111)	62,5 (30)	38,6(17)	X ² :7,18 p:0,03
	Erkek	40,3 (75)	37,5 (18)	61,4(27)	
Sosyal medyada capslere yalnızca bakıp geçerim.	Kadın	60,7 (71)	52,2 (35)	55,3(52)	X ² :1,37 p:0,50
	Erkek	39,3 (46)	47,8 (32)	44,7(42)	
Paylaşılan capslere bakarak öğrendiğim bilgiler arasında kolaylıkla bağ kurabilirim.	Kadın	46,2 (24)	55,9 (38)	60,8(96)	X ² :3,44 p:0,18
	Erkek	53,8 (28)	44,1 (30)	39,2(62)	
Capsteki görseli ve metni hafızamda uzun süre tutabilirim.	Kadın	54,5 (24)	47,5 (28)	60,6(106)	X ² :3,21 p:0,20
	Erkek	45,5 (20)	52,5 (31)	39,4(69)	
Sosyal medyada karşıma çıkan capslerin bize anlatmak istediği mesajı okuyabilirim ve yorumlayabilirim.	Kadın	42,9 (12)	79,2 (19)	56,2(127)	X ² :7,15 p:0,03
	Erkek	57,1 (16)	20,8 (5)	43,8(99)	
Günlük hayatımda karşılaştığım problemleri capsler aracılığıyla görsel bilgiye dönüştürüp aktarabilirim.	Kadın	53,2 (33)	63,4 (52)	54,5(73)	X ² :2,08 p:0,35
	Erkek	46,8 (29)	36,6 (30)	45,5(61)	

X²: Ki kare test

“Capslerdeki politik, güncel, eleştirel tüm mesajları anlayabilirim” ifadesine katılıyorum

diyenlerin %57,6 (n:114)'sı kadinken %42,4 (n:84)'ü erkektir. İfadeye katılmayanların %53,1 (n:17)'i erkek iken %46,9 (n:15)'u kadındır. Dağılım incelendiğinde “Capslerdeki politik, güncel, eleştirel tüm mesajları anlayabilirim” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

“Capsler ilgimi çekmiyor” ifadesine katılıyorum diyenlerin %61,4 (n:27)'ü erkek iken %38,6 (n:17)'sı kadındır. İfadeye katılmayanların %59,7 (n:111)'si kadın iken %40,3 (n:75)'i erkektir. Dağılım incelendiğinde capslerin daha çok erkeklerin ilgisini çekmediği ve bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($X^2_{(2)}:7,18 p<0,05$).

“Sosyal medyada capslere yalnızca bakıp geçerim” ifadesine katılıyorum diyenlerin %55,3 (n:52)'ü kadinken %44,7 (n:42)'si erkektir. İfadeye katılmayanların %60,7 (n:71)'si kadın iken %39,3 (n:46)'ü erkektir. Dağılım incelendiğinde “Sosyal medyada capslere yalnızca bakıp geçerim” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

“Paylaşılan capslere bakarak öğrendiğim bilgiler arasında kolaylıkla bağ kurabilirim” ifadesine katılıyorum diyenlerin %60,8 (n:96)'i kadın iken %39,2 (n:62)'si erkektir. İfadeye katılmayanların %53,8 (n:28)'i erkek iken %46,2 (n:24)'si kadındır. Dağılım incelendiğinde “Paylaşılan capslere bakarak öğrendiğim bilgiler arasında kolaylıkla bağ kurabilirim” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

“Capsteki görseli ve metni hafızamda uzun süre tutabilirim” ifadesine katılıyorum diyenlerin %60,6 (n:106)'sı kadın iken %39,4 (n:69)'ü erkektir. İfadeye katılmayanların %54,5 (n:24)'i kadın iken %45,5 (n:20)'i erkektir. Dağılım incelendiğinde “Capsteki görseli ve metni hafızamda uzun süre tutabilirim” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

“Sosyal medyada karşıma çıkan capslerin bize anlatmak istediği mesajı okuyabilirim ve yorumlayabilirim” ifadesine katılıyorum diyenlerin %56,2 (n:127)'si kadın iken %43,8 (n:99)'i erkektir. İfadeye katılmayanların %57,1 (n:16)'si erkek iken %42,9 (n:12)'u kadındır. Dağılım incelendiğinde sosyal medyadaki capslerin verdiği mesajı okuyabilenlerin daha çok kadınlar olduğu ve bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($X^2_{(2)}:7,15 p<0,05$).

“Günlük hayatımda karşılaştığım problemleri capsler aracılığıyla görsel bilgiye dönüştürüp aktarabilirim” ifadesine katılıyorum diyenlerin %54,5 (n:73)'i kadın iken %45,5 (n:61)'i erkektir. İfadeye katılmayanların %53,2 (n:33)'si kadın iken %46,8 (n:29)'si erkektir. Dağılım incelendiğinde “Günlük hayatımda karşılaştığım problemleri capsler aracılığıyla görsel bilgiye dönüştürüp aktarabilirim” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

Tablo.3 Anket İfadelerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular (Devam)

		Katılmıyorum %(n)	Kararsızım %(n)	Katılıyorum %(n)	İstatistik test
Capslere aşınayım.	Kadın	50,0 (13)	54,9 (28)	58,2(117)	X ² :0,73 p:0,70
	Erkek	50,0 (13)	45,1 (23)	41,8(84)	
Capsler ilgimi çekiyor.	Kadın	57,0 (94)	61,7 (29)	53,0(35)	X ² :0,84 p:0,66
	Erkek	43,0 (71)	38,3 (18)	47,0(31)	
Capsleri sosyal medyada sıklıkla görüyorum.	Kadın	46,2 (12)	52,0 (13)	58,6(133)	X ² :1,73 p:0,42
	Erkek	53,8 (14)	48,0 (12)	41,4(94)	
Capsleri eleştiri unsuru olarak düşünürüm.	Kadın	62,1 (36)	55,8 (58)	55,2(64)	X ² :0,83 p:0,66
	Erkek	37,9 (22)	44,2 (46)	44,8(52)	
Capsler düşünceleri ifade etmenin bir yoludur.	Kadın	50,0 (16)	46,2 (18)	59,9(124)	X ² :3,22 p:0,20
	Erkek	50,0 (16)	53,8 (21)	40,1(83)	
Günlük hayatımda karşılaştığım problemleri capslerde mizah unsuru olarak eğlenceli şekilde gördüğümde rahatlarım.	Kadın	50,0 (20)	57,8 (37)	58,0(101)	X ² :0,89 p:0,64
	Erkek	50,0 (20)	42,2 (27)	42,0(73)	

X²: Ki kare test

“Capslere aşınayım” ifadesine katılıyorum diyenlerin %58,2 (n:117)’sı kadın iken %41,8 (n:84)’i erkektir. İfadeye katılmayanların %50 (n:13)’ü kadın iken %50 (n:13)’ü erkektir. Dağılım incelendiğinde “Capslere aşınayım” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir (p>0,05).

“Capsler ilgimi çekiyor” ifadesine katılıyorum diyenlerin %53 (n:35)’ü kadın iken %47 (n:31)’si erkektir. İfadeye katılmayanların %57 (n:94)’si kadın iken %43 (n:71)’ü erkektir. Dağılım incelendiğinde “Capsler ilgimi çekiyor” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir (p>0,05).

“Capsleri sosyal medyada sıklıkla görüyorum” ifadesine katılıyorum diyenlerin %58,6 (n:133)’sı kadın iken %41,4 (n:94)’ü erkektir. İfadeye katılmayanların %53,8 (n:14)’i erkek iken %46,2 (n:12)’si kadındır. Dağılım incelendiğinde “Capsleri sosyal medyada sıklıkla

görüyorum” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

“Capsleri eleştiri unsuru olarak düşünürüm” ifadesine katılıyorum diyenlerin %55,2 (n:64)’si kadın iken %44,8 (n:52)’si erkektir. İfadeye katılmayanların %62,1 (n:36)’i kadın iken %37,9 (n:22)’u erkektir. Dağılım incelendiğinde “Capsleri eleştiri unsuru olarak düşünürüm” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

“Capsler düşünceleri ifade etmenin bir yoludur” ifadesine katılıyorum diyenlerin %59,9 (n:124)’u kadın iken %40,1 (n:83)’i erkektir. İfadeye katılmayanların %50 (n:16)’si kadın iken %50 (n:16)’si erkektir. Dağılım incelendiğinde “Capsler düşünceleri ifade etmenin bir yoludur” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

“Günlük hayatımda karşılaştığım problemleri capslerde mizah unsuru olarak eğlenceli şekilde gördüğümde rahatlarım” ifadesine katılıyorum diyenlerin %58 (n:101)’i kadın iken %42 (n:73)’si erkektir. İfadeye katılmayanların %50 (n:20)’si kadın iken %50 (n:20)’si erkektir. Dağılım incelendiğinde “Günlük hayatımda karşılaştığım problemleri capslerde mizah unsuru olarak eğlenceli şekilde gördüğümde rahatlarım” görüşünün cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

SONUÇ

Araştırmada anket verileri doğrultusunda ortaya çıkan sonuçlar şu şekilde olmuştur; “Capsleri bilgi almak için kullanırım” ifadesinden öğrencilerin capsleri bilgi almak için kullanmadıkları aynı zamanda duygu ve düşüncelerini ifade etme aracı olarak gördükleri ortaya çıkmıştır. “Başkalarıyla iletişim kurarken caps gibi görseller kullanırım” ve “Sözlü ifadelerin anlaşılması için caps kullanırım” ifadelerine verilen cevaplardan anlaşıldığı gibi öğrenciler capsleri bilgi alma aracı olarak değil hem iletişim hem de kendilerini ifade etme aracı olarak kullanmaktadırlar. “Capsler görsel ve metinsel mesaj verme amacıyla kullanılır” ifadesinden görsel ve metinsel mesaj vermede capslerin sosyal medyada yer alan capslerin görsel içeriklerin etkin olduğu anlaşılmaktadır. “Capsleri yalnızca mizah unsuru olarak kullanırım” ifadesinden öğrencilerin capsleri daha çok mizah unsuru olarak gördükleri anlaşılmaktadır. “Capsleri kullanmam” ifadesine verilen cevaplar doğrultusunda öğrencilerin capsleri kullandıkları ancak “capsler dikkatimi çekmiyor” ifadesine verilen cevaplardan ise teknolojilerin hızla dönüşmesinden ve capslere alternatif olan sticker maker gibi yeni görsel içeriklerin çıkmasından dolayı öğrencilerin capslere ilgisinin azaldığı ortaya çıkmaktadır.

“Bir konu hakkındaki duygularımı, düşüncelerimi ifade etmede görsel ileti olarak capsleri kullanırım” ifadesine istinaden duyguları ifade etmede capslerin yani görsel kullanımının yaygın olduğu ortaya çıkmıştır. “Capsleri kullanarak etkili iletişim kurabilirim” ifadesine verilen cevaplarda öğrencilerin capsleri kısmen bir iletişim aracı olarak düşündükleri söylenebilir. “Teknolojik araçları kullanarak capsler üretebilirim” ifadesine verilen cevaplardan öğrencilerin de kendi başına görsel içerik üretebildiği, teknolojik ve dijital cihazları kullanabilme becerilerinin olduğu, günceli takip ettikleri, aynı zamanda duygu ve düşüncelerini ifade etmede teknolojik araçlardan yararlandıkları anlaşılmaktadır. “Bir konu hakkındaki duygularımı, düşüncelerimi ifade etmede görsel ileti olarak capsleri kullanırım” ifadesine göre öğrenciler capslerle ilgili olarak belirli konularda veya güncel konularda düşüncelerini ifade

etmenin bir yolu olarak düşünmektedirler. “Derste capslerin kullanımı akılda kalıcılık sağlar” ifadesine verilen cevaplarda caps gibi görsel içeriklerin akılda kalıcılığı sağlamasına yönelik cevaplar oluşmuştur. “Derste capslerin kullanımı öğrenmeyi kolaylaştırır” ifadesine verilen cevaplar doğrultusunda derslerde capslerin kullanılmasının öğrenmeyi kısmen kolaylaştırdığı görüşü hakim olmuştur. “Sosyal medyada gördüğüm capslere farklı bakış açıları ile bakabilirim” ifadesine verilen cevaplara göre öğrenciler sosyal medyada karşılaştıkları capslere, görsel içeriklere farklı bakış açıları ile bakabilme becerisine sahip oldukları anlaşılmaktadır. “Capslere bakarak yanlış olan bilgilerin farkına varabilirim” ifadesine öğrencilerin verdikleri cevaplar öğrencilerin capsler veya görsel içeriklerdeki yanlış bilgileri ayırt edebilme konusunda kararsız oldukları anlaşılmaktadır. “Capslerdeki politik, güncel, eleştirel tüm mesajları anlayabilirim” ifadesine verilen cevaplara göre öğrencilerin sosyal medyada karşılaştıkları capslerdeki veya görsel içeriklerdeki güncel, politik, eleştirel tüm mesajları anlayabildikleri görsel farkındalık sahibi oldukları, görselleri okuyabildikleri bu bağlamda görsel okuryazarlık becerisine sahip oldukları anlaşılmaktadır. “Paylaşılan capslere bakarak öğrendiğim bilgiler arasında kolaylıkla bağ kurabilirim” ifadesine verilen cevaplar doğrultusunda öğrencilerin sosyal medyada paylaşılan capslerle kendi edindiği bilgiler arasında ve olayların ilişkiselliği ile ilgili bağ kurabildiği anlaşılmaktadır. “Capsteki görseli ve metni hafızamda uzun süre tutabilirim” ifadesine verilen cevaplar doğrultusunda öğrencilerin görselleri kolaylıkla akılda tutabildikleri ortaya çıkmaktadır. Caps gibi görsel içeriklerin akılda kalıcılık bağlamında etkili olduğu söylenebilir. “Sosyal medyada karşıma çıkan capslerin bize anlatmak istediği mesajı okuyabilirim ve yorumlayabilirim” ifadesine göre öğrencilerin sosyal medyada gördükleri caps gibi görsel içeriklerin asıl anlatmak istediği alt mesajları okuyabildikleri ve yorumlayabildikleri dolayısıyla görsel okuryazarlık bağlamında becerilerinin olduğu anlaşılmaktadır. “Günlük hayatımda karşılaştığım problemleri capsler aracılığıyla görsel bilgiye dönüştürüp aktarabilirim” ifadesine öğrencilerin verdikleri cevaplar doğrultusunda öğrenciler günlük hayatlarında karşılaştıkları problemleri görsel bilgiye dönüştürerek aktarabilmektedirler.

“Capsleri sosyal medyada sıklıkla görüyorum” ifadesine verilen cevaplar neticesinde öğrenciler capslerle sosyal medyada sıklıkla karşılaşmaktadır. “Capsleri eleştiri unsuru olarak düşünürüm” ifadesine öğrencilerin verdikleri cevaplara göre capsler eleştiri unsuru olarak düşünülmektedir. “Capsler düşünceleri ifade etmenin bir yoludur” ifadesine verilen cevaplara göre öğrencilerin capsleri düşünceleri ifade etmenin bir yolu olarak gördükleri ortaya çıkmıştır. “Günlük hayatımda karşılaştığım problemleri capslerde mizah unsuru olarak eğlenceli şekilde gördüğümde rahatlarım” ifadesine verilen cevap doğrultusunda Capslerin güncel konulara ya da toplumsal sorunları mizah olarak ele almasından dolayı bireylerin duyarsızlaştığı ortaya çıkmıştır. “Capsler düşünceleri ifade etmenin bir yoludur” ifadesinden ortaya çıkan sonuç ise capsleri düşünceyi ifade etme yolu olarak görüldüğü ortaya çıkmaktadır.

Derslerde capslerin kullanımı, öğretilen konuyu tam olarak yansıtır” ifadesine verilen cevaplardan öğrencilerin derslerde capsleri kullanmasının tüm dersler bağlamında konuları tam olarak yansıtamayacağı görüşündedir. Ancak “Derste capslerin kullanımı akılda kalıcılık sağlar” ifadesine verilen cevapların yüksek olduğu çıkmıştır. İleride derslerde capslerin veya caps gibi görsellerin kullanmasının etkili olabileceği önerilmektedir. “Sosyal medyada gördüğüm capslere farklı bakış açıları ile bakabilirim” ifadesinden öğrencilerin sosyal medyada gördükleri capsleri ve capslerde verilen mesajları algılayabildikleri ortaya çıkmaktadır.

Çalışma sonucuna göre; üniversite öğrencilerinin genel çerçevede görsel okuryazarlık yeterli düzeyinin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Bu sonucun çıkmasında anketin Mimarlık ve

Tasarım Fakültesi'nde okuyan öğrencilerine uygulanması ve bu öğrencilerinin alanları gereği genellikle görsel algılarının güçlü olmasının payı büyüktür. Aynı zamanda araştırmada gençlerin capsleri nasıl kullandığına dair fikir sahibi olunmuştur. Öğrencilerin ankete verdikleri cevaplar sonucunda capslerin veya görsel içeriklerin mesaj vermede etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Benzer şekilde capsler üzerinden görsellerin/görsel içeriklerin mesaj iletmede, mesaj oluşturmada, eleştirel düşünmede etkili olduğu gözlemlenmiştir.

Özellikle derslerde öğrencilerin dikkatini çekmek bakımından capsler gibi eğlenceli, ilgi çekici görsel içeriklerin kullanılmasının etkili olabileceği de ortaya çıkmıştır. Bu bakımdan teknolojinin hayatımızda oldukça etkin olduğu günümüz dünyasında sosyal medyada herkesin aşına olduğu caps gibi görsel içeriklerin öğrencilerin dikkatini çekmek bakımından önemli bir etken olduğu düşünülmektedir. Bu çerçevede güncel temalı, eğlenceli içeriklerin derslerde kullanılmasının akılda kalıcılığı sağlayacağından dolayı derslerde kullanılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Akçay Balcı, D. & Karaman, M (2022). Görsel okuryazarlık kapsamında dijital medya içeriklerinin değerlendirilmesi: capsler üzerine bir inceleme. Şükrü Balcı, Hasan Çiftçi (Ed.). A'dan Z'ye İletişim Çalışmaları -6 içinde 27-46. İksad Yayınevi.
- Aktaş, Ö. (2016). Caps/memes as a communication method, *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 6(14). 1-4.
- Alpan Bangir, G. (2008). Görsel okuryazarlık ve öğretim teknolojisi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi*, V(II), 74-102.
- Bleed, R. (2005). *Visual literacy in higher education*, Educause Learning Initiative. Web site: <http://www.educause.edu/LibraryDetailPage/666?ID=ELI4001> Erişim Tarihi: 31 Temmuz 2022.
- Çakır, M. (2014). *Görsel kültür ve küresel kitle kültürü*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Debes, J. L. (1969). The loom of visual literacy. *Audiovisual Instruction*, 14(8), 25-27.
- Karaçam E., (2020). *Ortaöğretim Kurumlarındaki Öğrencilerin Görsel Okuryazarlık Düzeyi ile Eleştirel Düşünme Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Şanlıurfa İli Siverek İlçesi Örneği*, Yüksek lisans tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karaman, M. (2021). *Görsel Pedagojik Farkındalığa Dayalı Görsel Sanatlar Eğitimine Yönelik Bir Eylem Araştırması*. Doktora tezi. Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Keçe, C. (2019). *Medyada Siyasi Mizahın Dönüşümü: Sosyal Medyada Yer Alan Capsler Üzerine Bir Analiz*. Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kellner, D. (2001). New Technologies/New Literacies: Reconstructing education for the millennium. *International Journal of Technology and Design Education Kluwer Academic Publisher. Printed in the Netherlands.*, 11, 67- 81.
- Kırık, A. M. & Saltık, R. (2017). Sosyal medyanın dijital mizahi: İnternet Meme/Caps, *Atatürk İletişim Dergisi*, 12, 99-118.
- Kiper, A., Kırksekiz, A. & Çam, E. (2014). Üniversite öğrencileri görsel okuryazarlık yeterlilikleri. *17. Uluslararası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi*, 57-61.

Tanrıverdi, B. & Apak, Ö. (2013). Görsel okuryazarlık üzerine bir içerik analizi. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 26(1), 267-294.