



## KİTAP İNCELEMESİ

### Dijital Yeterlilikler Bağlamında Dijital Çağda İletişim Adlı Eser Üzerine Bir İnceleme

Aslı MADEN\*

**Künye:** Suat Gezgin (Editör) (2018). **Dijital Çağda İletişim**. Konya: Eğitim  
Yayınevi. VIII+200 s. ISBN: 978-605-7557-25-4

#### Öz

Bu çalışma, *Dijital Çağda İletişim* adlı eseri dijital yeterlilikler bağlamında incelemeyi ve tanıtmayı amaçlamaktadır. Eserin incelemesinde, kitabın amacı ve dijital iletişim ortamlarına yaklaşımı dikkate alınmış ve içerdiği bölümlere göre hareket edilmiştir. *Dijital Çağda İletişim* adlı kitap, kolektif bir emeğin ürünüdür. Kitap farklı yazarlar tarafından kaleme alınmış 13 bölüm içermektedir. Kitapta yer alan bölümlerde, dijital yeterliliklere dayalı olarak farklı medya ortamlarının özellikleri ve buralarda gerçekleştirilecek iletişim durumları değerlendirilmektedir. Kitapta genel itibarıyla dijital medya ürünleri farklı bakış açılarıyla irdelenmiş, sosyal medya tüketim kültürünün bir aracı olarak tanımlanmış; Twitter, Instagram, internet haberciliği, interaktif belgeseller, emoji ve diğer medya unsurları üzerinden konumlandırılmaya çalışılmıştır.

**Anahtar Sözcükler:** Dijital, yeterlilik, iletişim, sosyal medya, kitap.

Teknoloji ile harmanlanmış olan günümüzde; bireyler haber almak, araştırmak, eğlenmek, bilgi edinmek, kendini geliştirmek böylece yaşam boyu öğrenmeyi sürdürmek için bilgisayar, tablet, cep telefonu ekranlarına ve internete yönelmektedir. Nitekim dijital araçların yoğun biçimde kullanıldığı günümüzde doğan nesil için dijital yerli, daha öncekiler için ise dijital göçmen tanımlaması söz konusu değişimi daha açık biçimde ortaya koymaktadır (Prensky, 2001). İnsanın bilgi edinme, üretme, paylaşma ve iletişim alışkanlıklarındaki teknoloji odaklı değişim dijital ortamlara başvurmayı gerekli kılmaktadır. Bu durum doğal olarak insanların dijital araç ve ortamlardan yararlanmaya yönelik yeterliliklere sahip olmasını zorunlu hâle getirmiştir.

Dijital yeterlik, bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak bilgi edinme, paylaşma, üretme, iş ve işlemleri gerçekleştirme, diğer insanlarla iş birliği içinde olma gibi süreçlerde gerekli olan bilgi, beceri, tutum ve yetenekleri kapsar. Dijital yeterlilik bu süreçlerde işe koşulduğunda bireyin sosyalleşmesine, öğrendiklerini etkili, verimli, yaratıcı ve yansıtıcı biçimde kullanmasına da imkân tanır (Ferrari, 2012).

\* Öğr.Gör.Dr. Giresun Üniversitesi Rektörlük Türk Dili Bölümü. asli.maden@giresun.edu.tr. Orcid: 0000-0002-3336-0198

Dijital yeterlilikler, sosyal medya, internet ve bilgisayar teknolojisindeki ilerlemelerden dolayı insan yaşamının vazgeçilemez bir parçası olmuştur. Bu yeterlilik, çağımızda bireyin toplumun bir parçası olabilmesinde ön koşul olarak kabul edilmektedir (Maderick ve diğ., 2016). Bahsedilen hususlar dijital yeterliliği eğitim sisteminin de dikkat ettiği bir konuya dönüştürmüştür. Milli Eğitim Bakanlığı'nın 2023 Eğitim Vizyon Belgesi'nde öğrenme sürecinde dijital araçlardan ne şekilde yararlanılması ve öğrencilere dijital yeterlilik kazandırma konusunda izlenecek yol işaret edilmiştir (MEB, 2018). Yapılan planlama ile, eğitim sistemi öğrencileri dijital araçlarla donatılmış olan bir yaşama hazırlamak için hedefler koymakta ve öğrenme-öğretme ortamlarını düzenlemektedir.

Bireyin günümüzde yaşamını etkili ve verimli biçimde sürdürebilmesinde dijital okuryazarlık ve dijital araçlarla iletişim kurabilme yetenekleri belirleyici olmaktadır. Dijital iletişim becerilerinin örgün eğitim sürecinde öğrencilere ayrıca yaygın eğitim ile yetişkinlere kazandırılması toplumsal kalkınmanın önemli bir parçasıdır. Dijital çağ, iletişim araç ve alışkanlıklarını da değiştirmiştir. Değişen iletişim teknolojileri artık yaşamın her alanında yer almakta ve kullanılmaktadır: Kişilerarası iletişim, ticaret, siyaset, sağlık, kariyer ve oyun bu alanlara örnek verilebilir (Binark, 2007, s. 5). Diğer taraftan bugün dijital iletişim kişilerarası iletişimin temelini teşkil etmektedir. Özellikle dijital yerli olarak adlandırılan kuşak için bu kavram çok değerlidir. Ancak tüm bireyler için dijital iletişim hız, kısa sürme, kitlesel kullanım ve pratik olma (Yeşil ve Fidan, 2017) sebeplerinden ötürü iletişim eyleminin merkezindedir.

Dijital iletişim kavramı ve bu süreçte gerekli olacak yeterlilikler farklı yönleri ile irdelenmelidir. Zira eğitim sürecinde dijital yeterliliklerin kazandırılması ve toplumsal iletişime rehber olunabilmesi için bu önemlidir. Bu bağlamda, Suat Gezgin'in editörü olduğu *Dijital Çağda İletişim* adlı eser bu ihtiyacı yanıtlamak için oluşturulmuş bir nitelik taşımaktadır. Kitap 2018 yılında ilk baskısı yapılarak okuyucularıyla buluşmuştur. Kitap farklı yazarlar tarafından kaleme alınmış 13 bölümden oluşmaktadır. Kitap yazarlarının akademik kimlikleri dijital iletişim ve medya kavramlarına bilimsel bir bakış açısıyla yaklaşımlarını da beraberinde getirmiştir.

Editörün TRT'de yayınlanan Seksenler dizisi üzerinden dijital değişimin getirilerini ve yeni medya anlayışını açıkladığı Ön Söz ile kitap başlamaktadır. Ön Söz'de Editör yeni medya ve dijital iletişim alanında araştırma ve inceleme yapmanın yeni ve dinamik yapısından dolayı cesaret gerektirdiğini belirtmesi eserin değerine dair ipuçları vermektedir.

*Sosyal Medyanın Tüketim Kültürüne Etkisi* adını taşıyan ilk bölümde; internet ve web 2.0 teknolojisine bağlı olarak sosyal paylaşım ağları tanıtılmıştır. Sosyal medya kavramı yerli ve yabancı literatürden yararlanarak tanımlanmıştır. Bu bölümde Mayfield'in (2008) tarif ettiği sosyal medyanın 5 ana özelliğine değinilmiştir: Katılımcılık, açıklık, konuşma, topluluk, bağlantılı olma. Tüketim kültürü üzerinde durulmuş, sosyal medyanın bir tüketim kültürü aracı olduğu vurgulanmıştır. Sosyal medya ile birlikte tüketim kültürünün özellikle gelişmekte olan ülkelerde had safhaya ulaştığından bahsedilmiştir. *Kapitalizmin Merkezinde Vahşi Kapitalizme Karşı Direniş: Occupy Wall Street ve Sosyal Medya* adını taşıyan ikinci bölümde; Amerika'daki Occupy Wall Street hareketi özelinde toplumsal olaylarda Facebook, Twitter, Tumblr ve YouTube gibi sosyal medya araçlarının işlevleri üzerinde durulmuştur. Ayrıca, kitle iletişim araçları, dijital toplumsal hareketler, özellikleri ve sosyal medya kullanımının etkisi incelenmiştir. *Twitter'da Kullanıcı Etkileşimi: Almanya, Fransa ve Türkiye'de Haber Medyası* adını taşıyan üçüncü bölümde; Twitter üzerinden yapılan gönderimlerden hareketle haber kuruluşlarının kullanıcı etkileşimine dair tespitler paylaşılmaktadır. Ayrıca bu bölümde yeni medya kavramı "geleneksel medyanın aksine dijital tabanlı iletişim gerçekleştiren, kullanıcılarına birbirleri ile karşılıklı etkileşim sağlayan, çoklu ortam özelliklerine sahip iletişim araç ve kanalları" (s.49) olarak

tanımlanmaktadır. Bu bölüm, betimsel araştırma yöntemi ile elde edilen verilerin analizi ve yorumlanmasını içermektedir. Üç ülkeden örnekleme alınan haber kuruluşlarının Twitter gönderileri toplanmış ve kullanım, beğeni, retweet gibi yönleri ile değerlendirilmiştir. *Sosyal Medya Ekseninde Üretilen ve Tüketilen İmaj: Yaşam Koçları Örneği* adını taşıyan dördüncü bölümde; Instagram üzerinden yaşam koçlarını takip eden kişilerin bu iletişim sürecindeki amaç, imaj ve yaşam koçuna yüklenen anlam, yaşam koçlarının üzerlerindeki etkisi hakkında yapılan görüşmelerin sonuçlarını sunulmuştur. Kitabın bu bölümünde, medyanın insanları zayıflama ve iyi görünme gibi idealler etrafında toplayarak yaşam koçu gibi popüler kültürün meşrulaştırdığı profesyonellere yönlendirdiği vurgulanmaktadır. *Sohr, Curveball ve Bellingcat Örnekleri Üzerinden Batı Medyasında Bireylerin Savaş Haberlerine Etkisi* adını taşıyan beşinci bölümde; çeşitli dijital iletişim platformları aracılığıyla savaş muhabiri olmayan kişilerin bir muhabir gibi habere kaynaklık etmesi, bilginin kaynağının sorgulanmaksızın sadece hızlı paylaşımın önemsenmesi ve etkileri üzerinde durulmaktadır. Bu konu Jürgen Habermas'ın medya demokrasisi kuramı üzerinden eleştirilerek dijital medyanın özgür bilgi paylaşımı yönü ile ne tür toplumsal yıkımlara sebep olabileceği örneklendirilmiştir. *İnternet Gazeteciliği ve Güven* adını taşıyan altıncı bölümde; iletişim teknolojilerinin gazetecilik alanında ortaya çıkardığı yeniliklerden bahsedilmiştir. İnternet gazeteciliği kavramı ve tarihçesi açıklanmış, bu tür gazetecilikte yaşanan güven soruna değinilmiştir. Bu bölüm dünya çapında (60 ülkede) yapılan bir araştırmanın Türkiye halkasında elde edilen görüşme sonuçlarını içermektedir. Gazetecilerin toplumun en az güven duyulan kesimlerinden olmasına dikkat çekilmiş ve bu durum tartışılmıştır. *Tek Ebeveynli Ailelerin Çocuklarında Sosyal Medya Kullanımı ve Yalnızlık Duygusu* adını taşıyan yedinci bölümde; tek ebeveynli ailelerde yetişen çocukların yalnızlık duygusu ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiye dair araştırma sonuçları paylaşılmıştır. Öyküsel analiz yöntemi ile gerçekleşen görüşmeler ile araştırma verileri toplanmıştır. Konuyla ilgili literatür özetlenmiş, sosyal medyanın bu tip ailelerdeki çocuklar üzerindeki etkilerinden olan yalnızlık duygusu yapılan görüşme verileri ile desteklenmiştir. *Eşik Bekçilerinin Sosyal Medya Üzerinden Turistlerin Destinasyon Seçimine Etkisi: Outgoing Örneği* adını taşıyan sekizinci bölümde; dijital iletişim platformlarında ve sosyal medyada bilgi akışını kontrol eden seçkin (ünlü, fenomen, gezgin, haberci vb.) kişilerin insanların tercihlerine nasıl etki ettiği yurt dışı turlarla örneklendirilmektedir. 400 yerli turiste anket uygulanmıştır. Sosyal medyanın insanların satın alma kararlarını nasıl etkilediğine dair somut ve çarpıcı tespitler sunulmuştur. *Dijital Bir İletişim Kanalı Olarak Sosyal Medya* adını taşıyan dokuzuncu bölümde; internetin ortaya çıkışıyla insan yaşamında nelerin değiştiği üzerinde durulmuştur. Bu değişikliğin en çok yaşandığı alanlardan birinin de iletişim olduğuna dikkat çekilmiştir. İnsanların sanal bir dünyada arkadaşlık, grup ve ticari bağ kurmalarının sosyal medyayı oluşturduğu savunulmaktadır. Sosyal medya dijital bir iletişim kanalı olarak görülmektedir. Bunu da elektronik bir iletişim ortamı oluşturarak sağladığı ifade edilmektedir. Yine bu bölümde sosyal medya kullanıcılarının belirli düzeyde dijital okuryazarlık yeterliliklerine sahip olmasına değinilmiştir. Kullanıcının dijital okuryazar olarak var olabilmesi içeriğin temsil ettiği detayı anlama, içeriğini dilini anlayabilme, üretim mantığını kavrama, hedef kitleyi anlayabilme ile mümkün olabileceği açıklanmıştır. Türkiye'de internet kullanımı ve Facebook kullanım oranları ile bahsedilen hususlar temellendirilmeye çalışılmıştır. Türkiye'nin sosyal medyada harcanan süre bakımından Avrupa'da 1., dünya genelinde ise üst sıralarda olması da yapılan açıklamaları anlamlı kılmıştır. *Yeni Medyanın Yeni Dili: Emojiler* adını taşıyan onuncu bölümde; dijital iletişim araçlarının hayatımıza soktuğu iletişim ipuçları olduğundan bahsedilmektedir. Emoji, duyguların sanal ortamda sembolik olarak ifade edilmesini sağlayan beden dili dinamikleri, sözsüz iletişim ipuçları olarak tanımlanmıştır. Başka tanımlara da yer verilmiştir. Emojilerin özelliklerine, kullanım alanının genişlemesine ve iletişime kattıklarına değinilmiştir. Türkiye'de her 5 kişiden 4'ünün yazışmalarında emoji kullandığına dair örneklendirme açıklamaları daha da çekici kılmıştır. Duygudurum hâllerini ifade etmek için kullanılan emojilerin iletişime sağladığı katkıların yanında toplumsal anlamda ve dilsel olarak bir tembelleşmeye ve yozlaşmaya sebep olduğu vurgulanmaktadır. Yine bölümde, emojilerin yanlış

kullanıldığında getireceği zararlara dikkat çekilmektedir. *Sosyal Medyada Modernizm* adını taşıyan on birinci bölümde; basılı enformasyondan dijital enformasyona geçişte yaşanan bilgi artışı ve kirliliğine değinilmiştir. Ayrıca modernizm ve kimlik üzerinde durulmuş, sosyal medyanın toplumsal etkilerine dikkat çekilmiş, iletişim ve kültür tarihi açıklandıktan sonra tipografik-basılı kültür temele alınarak dijital iletişim ve sosyal medya üzerine eleştiriler getirilmiştir. Değişen kültürün sanal bir dünya yarattığı, gerçekliğinin ise hiper yani gerçeğin üstünde bir gerçeklik arz ettiği savunulmuştur. Diğer taraftan sosyal medya ile bireyin yeni bir dil ve kültür oluşturup gerçek kimliğinden koparak içerisinde yaşadığı kültüre karşı yabancılaşması, bunun günümüzde kimliksizleşmeye sebep olduğu detaylı biçimde ifade edilmiştir. *Yeni Medyanın Gelişim Süreci* adını taşıyan on ikinci bölümde; internet teknolojilerinin iletişim olgusunu nasıl kökten değiştirdiği ve dönüştürdüğü anlatılmıştır. Bu değişim sonucu olarak ortaya Yeni Medya kavramının çıktığı ve bu medya türünün bilgisayar ve medya teknolojileri ile özdeşleşmiş bilgiyi ve enformasyonu, dijital ortamda iletmeye dayandığı açıklanmıştır. Yine yeni medya, her kişinin dünyanın herhangi bir yerinden binlerce kişiye kolay ulaşabilme, ayrıca mesaj iletebilme ve alabilme imkânları sağladığı bir mecra olarak tanımlanmıştır. Akıllı telefonların, tabletlerin ve çeşitli elektronik cihazların bu medya ortamını kullanmayı kolaylaştırdığına dikkat çekilmiştir. Yeni medyanın özellikleri, gelişimine ve iletişim sürecine getirdiklerine değinilmiştir. *İnteraktif Belgeseller Üzerinden Enformasyon ve Kitle İletişim Araçlarının İncelenmesi* adını taşıyan son bölümde; enformasyon çağında kitle iletişim araçlarının kullanım alanlarının ve şekillerinin değiştiği açıklanmıştır. Bu bölümde yeni medya araçlarıyla üretilmiş interaktif belgesel filmlerin içerik analizi tekniği ile incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında analiz edilen interaktif belgesellere dair tespitler ise kitle iletişim ve enformasyon kuramları ile açıklanmıştır. Son dönemlerde interaktif medya ürünlerinin kullanımı artmaktadır. Bu bölümde de interaktif belgeseller aracılığıyla kitle iletişim araçlarının gelişimiyle birlikte enformasyonun etkisi ve yaşanan değişimler örneklendirilmeye çalışılmıştır.

Sonuç olarak *Dijital Çağda İletişim* adlı kitap, dijital iletişim araçlarının insanların iletişim alışkanlıklarına nasıl etki ettiğini bilimsel araştırma verileriyle ve literatüre dayanarak paylaşmaktadır. Dijital iletişim ve medya konusunda enformasyon ve kitle iletişim kuramlarının temele alınması eserin kuramsal yönü güçlendirmektedir. Kitapta yer alan bölümler bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak bilgi edinme, paylaşma, üretme, iş ve işlemleri gerçekleştirme, medya üzerinde iş birliği gibi dijital yeterliliklerle ilgili yaşanan durumu analiz etmektedir. Bu doğrultuda eser; bilgisayar, internet ve diğer bilgi ve iletişim teknolojileriyle beraber insanların bilgi edinme, paylaşma, eğlenme ve haberleşme konusunda nasıl etkilediğini sosyal medya araçları üzerinden örneklendirmektedir. Tüm bu özellikleri ile kitap, dijital iletişim ya da dijital medya konusunda temel bilgilere ulaşmak isteyenler için bir başvuru kaynağı, medya kullanımında doğru kararlar vermek isteyenler için ise bir rehber olabilecek niteliktedir.

**Kaynaklar**

Binark, M. (2007), *Yeni medya çalışmaları*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Ferrari, A. (2012). *Digital competence in practice: An analysis of frameworks*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Maderick, J. A., Zhang, S., Hartley, K., & Marchand, G. (2016). Preservice teachers and selfassessing digital competence. *Journal of Educational Computing Research*, 54(3), 326- 351.

Mayfield, A. (2008). What is Social Media? iCrossing eBook. [https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files\\_uk/insight\\_pdf\\_files/What%20is%20Social%20Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf) adresinden 21.09.2019 tarihinde erişilmiştir.

Millî Eğitim Bakanlığı (MEB) (2018). *2023 Eğitim Vizyonu*. [http://2023vizyonu.meb.gov.tr/doc/2023\\_EGITIM\\_VIZYONU.pdf](http://2023vizyonu.meb.gov.tr/doc/2023_EGITIM_VIZYONU.pdf) adresinden 20.09.2019 tarihinde erişilmiştir.

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. *On The Horizon*, 9 (5), 1-6.

Yeşil, Y. ve Fidan, F. (2017). Türkiye’de Y kuşağının e-iletişim kullanımı: Üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(01), 100-109.