

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
BASIN EKONOMİSİ ve İŞLETMECİLİĞİ BİLİM DALI

BİLGİ TOPLUMUNDA DİJİTAL BÖLÜNME
ve YENİ MEDYA KAVRAMININ DİJİTAL
BÖLÜNMEYE ETKİSİ

Yüksek Lisans Tezi

AYŞENUR AKYAZI

İstanbul, 2007

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
BASIN EKONOMİSİ ve İŞLETMECİLİĞİ BİLİM DALI

BİLGİ TOPLUMUNDA DİJİTAL BÖLÜNME
ve YENİ MEDYA KAVRAMININ DİJİTAL
BÖLÜNMEYE ETKİSİ

Yüksek Lisans Tezi

AYŞENUR AKYAZI

Danışman: Prof.Dr. T. UĞUR DÂİ

İstanbul, 2007

Marmara Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Tez Onay Belgesi

İLETİŞİM BİLİMLERİ Anabilim Dalı BASIN EKONOMİSİ VE İŞLETMECİLİĞİ
Bilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi AYŞENUR AKYAZI'nın BİLGİ
TOPLUMUNDA DİJİTAL BÖLÜNME VE YENİ MEDYA KAVRAMININ DİJİTAL
BÖLÜNMEYE ETKİSİ adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulunun 19.07.2007
tarih ve 2007-8/30 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliği/oyçokluğu ile
Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

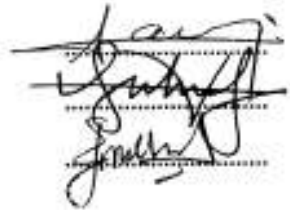
İmzası

Tez Savunma Tarihi : 2.8.2007

1) Tez Danışmanı : PROF. DR. TÜRKAN UĞUR DAI

2) Jüri Üyesi : DOÇ. DR. CEM SEFA SÜTÇÜ

3) Jüri Üyesi : YRD. DOÇ.DR. EMEL KARAYEL



GENEL BİLGİLER

İsim ve Soyadı : Ayşenur Akyazı
Anabilim Dalı : İletişim Bilimleri
Programı : Basın Ekonomisi ve İşletmeciliği
Tez Danışmanı : Prof.Dr. T. Uğur Dâi
Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans – Temmuz 2007
Anahtar Kelimeler : Bilgi, Bilgi Toplumu, Yeni İletişim Ortamları,
Dijital Bölünme

ÖZET

BİLGİ TOPLUMUNDA DİJİTAL BÖLÜNME ve YENİ MEDYA KAVRAMININ DİJİTAL BÖLÜNMEYE ETKİSİ

İlk insandan bugüne kadar insanlık sürekli işlerini kolaylatıracak teknolojileri geliştirme peşinde olmuştur. Yılların bir birikimi olarak sahip olunan verileri işlemek için de bilgisayar teknolojisi geliştirilmiştir. Ardından işlenen verilerin transferi için de iletişim teknolojileri devreye girmiştir. Ancak yukarıda bahsi geçenler teknolojiye sahip olanlar ve onu kullanabilenler için geçerlidir. Kullanamayanlar ve sahip olamayanlar ise diğerlerinden yardım almak durumundadır. Bu ise arada ister istemez bir ayrımın oluşmasına yol açmaktadır. Bazıları teknolojiyi bu ayrımı desteklemek yönünde kullanılmaktadır. Önemli olan ayrımı destekleyen teknolojilerin ayrımı azaltma amacına hizmet edecek şekilde kullanılmasıdır.

GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname : Ayşenur Akyazı

Field : Communication Sciences

Programme : Media Economics

Supervisor : Professor T. Uğur Dâi

Degree Awarded and Date : Master – July 2007

Keywords : Knowledge, Knowledge Society, New Media,
Digital Divide.

ABSTRACT

DIGITAL DIVIDE IN THE INFORMATION SOCIETY AND EFFECTS OF NEW MEDIA TO DIGITAL DIVIDE

From the beginning of humanity, man pursued inventing technology to satisfy his needs. Computer technology advanced to process data accumulated for a long time. Later on, communication technologies stepped up for transferring the processed data. But this holds true for the ones who have the technology. Those who cannot use or cannot have need help from others. One way or other, this causes a divide between them. Some uses the technology to support this divide. But, important thing is that technology should help to fill this gap.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

ÖZET	I
ABSTRACT	II
KISALTMALAR	X
1. GİRİŞ	1
2. BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN GELİŞİMİ ve BİLGİ TOPLUMU	3
2.1. Bilgi Hiyerarşisi ve İletişim/Bilişim Teknolojileri	3
2.1.1. Bilgi Kavramı ve Tanımları	3
2.1.2. Sosyal Bir Olgu Olarak İletişim/Bilişim Teknolojileri	8
2.2. Tarihsel Perspektifte Toplumsal Dönüşümler	14
2.2.1. Bilgi Toplumu Öncesi Durum	14
2.2.2. Bilgi Toplumu	17
3. KÜRESEL DÜNYADA DİJİTAL BÖLÜNME ve YENİ MEDYA'NIN ETKİSİ	25
3.1. Küreselleşme ve Yeni Medya	25
3.1.1. Küreselleşme Boyutunda İnternet	25
3.1.2. Yeni Medya Kavramı ve Karakteristikleri	37
3.2. Dijital Bölünme ve Dijital Uçurum	52
3.2.1. Dijital Bölünme ve Dijital Uçurum Kavramları	52

3.2.2. Rakamlarla Dijital Bölünme	65
3.2.3. Yeni Medya ve Dijital Bölünme İlişkisi.....	77
4. İSTANBUL'DA EĞİTİM YAPAN KAMU VE VAKIF	80
ÜNİVERSİTELERİNİN İLETİŞİM FAKÜLTESİ	
ÖĞRENCİLERİNİN YENİ İLETİŞİM ORTAMLARI	
VE ETKİLERİNİ ALGILAMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	
4.1. Araştırmanın Amacı	80
4.2. Araştırma Metodolojisi	80
4.3. Bulgular.....	82
4.3.1. Tanımsal Bulgular	82
4.3.1.1. Demografik Özelliklere Göre Tanımsal Bulgular ..	82
4.3.1.1.1. Üniversite Kriterine Göre	83
4.3.1.1.2. Cinsiyet Kriterine Göre	84
4.3.1.1.3. Kardeş Sayısı Kriterine Göre	85
4.3.1.1.4. Hane Geliri Kriterine Göre.....	86
4.3.1.1.5. Bölüm Kriterine Göre	87
4.3.1.2. Yeni İletişim Ortamları ve Etkilerinin.....	88
Algılanması ile İlgili Tanımsal Bulgular	
4.3.1.2.1. Donanım ve Hizmet Sahipliği	90
Kriterine Göre	
4.3.1.2.2. Bilgisayar Sahipliği Kriterine Göre	97
4.3.1.2.3. Bilgisayarda Donanım Değişikliği	100
Kriterine Göre	

4.3.1.2.4. Bilgisayar Dersi Görme Kriterine Göre	101
4.3.1.2.5. Bilgisayar Kullanma Amacı Kriterine Göre ..	102
4.3.1.2.6. İnternet Erişim Şekli Kriterine Göre	106
4.3.1.2.7. Bilgisayarda Geçirilen Zaman Kriterine Göre...	110
4.3.1.2.8. İnternette Geçirilen Zaman Kriterine Göre	111
4.3.1.2.9. Teknolojik Ürünlere Harcama Kriterine Göre ..	112
4.3.1.2.10. Ulusal TV Kanal Sayısı Kriterine Göre	113
4.3.1.2.11. Ulusal Radyo İstasyon Sayısı Kriterine Göre ..	114
4.3.1.2.12. Haber Sitelerinden Memnuniyetlik.....	115
Kriterine Göre	
4.3.1.2.13. Televizyon İzlemeye Ayrılan	116
Zaman Kriterine Göre	
4.3.1.2.14. Dijital Bölünmeyi Tarifleyen.....	117
Kavram Kriterine Göre	
4.3.1.2.15. Yeni İletişim Ortamlarına	118
Örnek Kriterine Göre	
4.3.1.2.16. Yeni İletişim Ortamlarının Özelliği	119
Kriterine Göre	
4.3.1.2.17. Yeni İletişim Ortamlarının Dijital	120
Bölünmeye Etkisi Kriterine Göre	
4.3.1.2.18. İnternet Üzerinden Gerçekleştirilen	121
Faaliyet Kriterine Göre	
4.3.1.2.19. Ziyaret Edilen İnternet Sitesi.....	125
Kriterine Göre	
4.3.1.2.20. Sektör Dağılımları Kriterine Göre	129

4.3.2. Analiz Bulguları	133
4.3.2.1. Demografik Kriterler Bazında Karşılaştırmalar ..	133
4.3.2.1.1. Üniversite Türü Bazında	133
4.3.2.1.2. Cinsiyet Bazında	151
4.3.2.1.3. Okunan Bölüm Bazında	159
4.3.2.2. Yeni İletişim Ortamları ve Etkilerinin.....	162
Algılanması Bazında	
4.3.2.2.1. Bilgisayar Dersi Görme Bazında	162
4.4. Araştırmanın Sonucu	164
5. SONUÇ.....	169
6. KAYNAKÇA	172
EKLER	180
EK 1. Anket Formu	181

TABLO LİSTESİ

	Sayfa No
Tablo 1 : ABD’de Aktif Nüfusun Sektörel Dağılımı 20 (1870-1980)	20
Tablo 2 : İlk Topluluklardan Bilgi Toplumuna..... 24 Toplumsal Gelişme	24
Tablo 3 : Küreselleşmenin Dünya Gelir Eşitsizliği 31 Üzerindeki Etkileri	31
Tablo 4 : Yeni Medya İle Geleneksel Medya 47 Arasındaki Farklılıklar	47
Tablo 5 : Ülkelere Göre Bilgisayar ve İnternet Erişimi..... 66 Bulunan Ev Oranları	66
Tablo 6 : OECD’ye Üye Ülkelerin Telekomünikasyon..... 67 Sektörü Gelirleri	67
Tablo 7 : OECD Genelinde Kablolı TV Aboneliği..... 67	67
Tablo 8 : OECD Ülkelerinde İnternet Abonelikleri 67	67
Tablo 9 : OECD Ülkelerinin Nüfus Artış Oranları..... 68	68
Tablo 10 : OECD Ülkelerinde Kişibaşı Milli Gelir 69	69
Tablo 11 : OECD Ülkelerinde Bilişim ve İletişim Teknolojileri 70 Ticaret Oranı	70
Tablo 12 : OECD Ülkelerinde 100 Kişiyeye Düşen Telefon Oranı..... 71	71
Tablo 13 : Hanehalkı Fertlerinin Çalıştığı Sektöre Göre..... 72 Yoksulluk Oranları	72

Tablo 14 :	Cinsiyet ve Eğitim Durumuna Göre Son Üç Ay	73
	İçerisinde Bilgisayar ve İnternet Kullanım Oranı	
Tablo 15 :	İşgücü Durumuna Göre Bilgisayar ve İnternet	73
	Kullanım Oranı	
Tablo 16 :	Son Üç Ay İçinde Hanehalkı Bireylerinin.....	74
	İnternet Kullanma Amaçları	
Tablo 17 :	Hanelerde Bilişim Teknolojileri Ekipman Durumu.....	75
Tablo 18 :	Haberleşme Araçları Sahipliği	75
Tablo 19 :	Cinsiyete Göre Bilgisayar ve İnternet.....	76
	Kullanım Oranları	
Tablo 20 :	Cinsiyete ve Yaş Gruplarına Göre Bilgisayar ve	76
	İnternet Kullanımı	

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa No

Şekil 1: Bilgi Hiyerarşi Piramidi 7

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
APEC	Asia-Pacific Economic Cooperation
ARPANET	Advanced Research Projects Agency Network
BİT	Bilgi İletişim Teknolojileri
BM	Birleşmiş Milletler
CD	Compact Disc
CD-ROM	Compact Disc-Read Only Memory
CERN	European Organization for Nuclear Research
DVD	Digital Video Disc
G8	Group of Eight
GPRS	General Packet Radio Service
GSM	Global Service Mobile
İ.Ö.	İsadan Önce
IP	Internet Protocol
ISDN	Integrated Service Digital Network
ITU	International Telecommunication Union
NAFTA	North American Free Trade Area
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development

OPEC	Organization of the Petroleum Exporting Countries
SPSS	Statistical Package for Social Sciences
TBD	Türkiye Bilişim Derneği
TV	Televizyon
UNDP	United Nations Development Programme
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
USA	United States of America
UTML	Unified Transaction Modeling Language
VCD	Video Compact Disc
WAP	Wireless Application Protocol
WTO	World Trade Organization
www	World Wide Web
YY	Yüz Yıl

1. GİRİŞ

Bilgi çağı olarak adlandırılan içinde bulunduğumuz çağın şüphesiz en önemli aktörü bilgidir. Bilgiyi bu denli güçlü yapan ise sahip olduğu alınıp satılabilen bir meta olma özelliğidir. Artık alışlagelmiş yapılar yerlerini yenilerine terk etmektedir. Her kavramda önce bir yöndeşme ardında da bir dönüşüm yaşanmaktadır. Bunun en güzel örneklerini bizzat günlük hayatımızda yaşamaktayız. En önemli iletişim aracımız olan telefon yerini yavaş yavaş elektronik posta veya elektronik mesajlaşmaya, dokunmaktan büyük haz duyduğumuz gazeteler yerlerini internet gazetelerine, bir güç simgesi olan kağıt paralar yerini elektronik para ve fonlara, devlet dairelerine sunulan dilekçeler yerini elektronik formlara bırakmaktadır.

Bu gelişmelerin birer nimet veya birer eziyet olarak görülmesinin kişiden kişiye değişebileceği bir kenara bırakılacak olursa, bu hizmetleri mümkün kılan teknolojilerin önemine vurgu yapmak gerekmektedir. Teknoloji inanılmaz bir süratle hayatımızı dört bir yandan kuşatmaktadır. Yirminci yüzyılın sonlarında icat edilen bilişim ve iletişim teknolojilerinin sembolü olan bilgisayar giderek ucuzlamak suretiyle her evde kendine yer edinmeye başlamıştır. Tıpkı bir zamanlar evimizin en güzel köşesini ayırdığımız televizyonlar gibi. Kullanım amacı ne olursa olsun zamanında (belki de hâlâ) hayatımızın en önemli eğlence aracı olan televizyonun gördüğü ilginin bir benzerini bilgisayarların görmesi çok da şaşırtıcı olmasa gerek. . Ancak unutulmamalıdır ki dünyada televizyonun öldüren eğlence aracı olduğuna vurgu yapan pek çok yayın da yapılmaktadır. Burada teknolojiyi kötülemek maksadı olmamakla birlikte kimi ünlü düşünürlerin başını çektiği teknolojik determinist olmamakla birlikte, teknolojinin bizleri yönlendirici bir konuma oturmasına izin verilmemesi gerektiği vurgulanmalıdır.

Toplumdaki sosyal ve ekonomik dönüşümler teknolojik gelişmelere de yön vermektedir. Bugün farklı adlarla ifade edilen toplumsal normlara bakıldığında bu etki rahatlıkla gözlenebilmektedir. Günümüzde bireyselliğe verilen önem artmaktadır. Günümüzün ihtiyaçları bilişim ve iletişim

teknolojilerinin gelişmesi üzerinde büyük etkiye sahiptir. Ancak gözden kaçırılmaması gereken bir nokta da her teknoloji beraberinde kendisine sahip olabilenler ile olamayanlar, kendisini kullanabilenler ile kullanamayanlar gibi bir ayrımı da getirmektedir. Toplamların zenginlik veya fakirlikleri de bu ayrımı artırıcı veya azaltıcı bir etki yapmaktadır.

Her zaman zengin ile fakir, okumuş ile okumamış, bilen ile bilmeyen arasında bir fark olmuştur. Hatta bu farkın bazen açıldığı ve uçuruma dönüştüğü de olmuştur. O uçurumlardan birisi de günümüzde yaşanmaktadır. Adına dijital bölünme veya dijital uçurum denen bu kavram teknolojiye erişenler ile erişemeyenler, erişseler dahi kullanabilenler ile kullanamayanlar arasındaki ayrıma dikkat çekmektedir. Yeni yetişen neslin eğer imkan tanınırsa, neredeyse içinde doğdukları teknolojiyi özümseme kabiliyetleri sayesinde bu uçurumu diğerlerine nazaran daha kolay kapatacaklarını söylemek yanlış olmayacaktır.

Bu bağlamda dijital bölünmeyi ve yeni medya kavramının bu bölünmeye etkisini araştırmaya çalışan tezin birinci bölümünde ilk olarak farklı kaynaklarda farklı tanımlar bulan temel kavramlardan veri ve bilgi kavramlarına açıklık getirildikten sonra, bu kavramların birer meta haline gelmesinin ve bilişim teknolojilerinin bir sonucu olan bilgi toplumundan ve bilgi toplumuna gelinceye kadar yaşanan toplumsal değişimlerden bahsedilmektedir.

Tezin ikinci bölümünde bilgi toplumunda öne çıkan kavramlarından biri olan küreselleşmeye değinilerek, küreselleşmenin etki ve boyutları açısından önemli bir ortam olarak internet üzerinde durulmaktadır . Ardından dijital bölünmeye değinildikten sonra hayatımızı bir örümcek ağı gibi saran kitle iletişim araçlarının hegemonyasını kırabilecek yeni medyanın bu bölünmeye olumlu veya olumsuz katkısına değinilecektir.

Son bölümde ise artık bir sektör haline gelen iletişim sektörüne yetişmiş eleman olarak katılmaya hazırlanan iletişim fakültesi öğrencilerinin konu ile ilgili görüşleri alınarak, onların konuyla ilgili ne düşündüğü araştırılmaya çalışılacaktır.

2. BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN GELİŞİMİ VE BİLGİ TOPLUMU

2.1. Bilgi Hiyerarşisi ve İletişim/Bilişim Teknolojileri

2.1.1. Bilgi Kavramı ve Tanımları

a. Veri

Latince karşılığı Data olan ve tekil hali Datum olan veri ¹ genel olarak toplanabilen, iletilebilen, sayılabilen ve işlenebilen gerçekler, fikirler ve kavramları tanımlamaktadır.²

Veri; bilgi işleme sürecinin temel ham maddesi olan ve çeşitli sembol, harf, rakam ve işaretlerle temsil edilen, ham, işlenmemiş gerçekler ya da izlenimlerdir.³

Fakat, veri her zaman somut gerçekleri göstermeyebilir. Bazen, kesin değildir veya hiç olmamış şeyleri, örneğin bir fikri tarif etmek için kullanılır. Burada bahsedildiği şekliyle veri, bir kişinin formülleştirmeye veya kayıt etmeye değer bulduğu her türlü olay ve fikir anlamındadır.⁴

b. Enformasyon

Enformasyon, düzenlenmiş veri olarak tanımlanabilir ve olaylar şahıslar ve farklı veriler arasında ilişki kurarak daha sağlıklı sonuçlar elde etmeyi sağlar.⁵ Düzenleme başkaları tarafından yapılmıştır ve yalnızca ilgili kişi için bir anlam taşımaktadır.

¹ William L. Cats and Ronald L. Thompson, **Information Technology and Management**, NewYork, Times Mirror Higher Education Group, 1997, s.171.

² Ayşe Kuruüzüm, **Karar Destek Sistemlerinde Çok Amaçlı Yöntemler**, Antalya, T.C.Akdeniz Üniversitesi Yayınları, 1998, s.3.

³ Adem Öğüt, **Bilgi Çağında Yönetim**, Ankara, Nobel Yayınları, 2001, s.11.

⁴ Cem S. Sütçü, **İstatistiksel Veri Sistemleri ve Basın Sektöründe Bir Karar Destek Sistemi Uygulaması**, İstanbul, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, 1995, s.34.

⁵ Halil Zaim, **Bilginin Artan Önemi ve Bilgi Yönetimi**, İstanbul, T.C.İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Doktora Tezi, 2003, s.59.

Enformasyon veya eski deyişle malumat, herhangi bir konu ile ilgili bir bilinmeyi giderme konusunda yardımcı olan betimleyici ifadelerdir. Örnek olarak; bir sinemada hangi filmin gösterildiğı, havanın nasıl olacağı veya aranan bir kitabın hangi kütüphanede veya kitapçada olduğunu bilmek, bilgi değil, enformasyon sahibi olmaktır.

Her mesajda olduğu gibi enformasyonun aktarılması için de bir gönderen ve bir alıcı olması gerekir. Enformasyon, mesajı alan kişinin algılamasının değişmesini veya yargısını etkilemeyi hedefler.⁶

Verileri enformasyona dönüştürürken izlenen zihinsel süreçler şöyle sıralanmaktadır⁷:

- Bağlam: Verilerin hangi amaçla derlendiğini öğrenme,
- Sınıflandırma: Analiz birimlerini ve verinin ana bileşkelerini öğrenme,
- Hesaplama: Verileri istatiksel olarak analiz etme,
- Düzeltme: Verilerdeki hataları ayıklama,
- Yoğunlaştırma: Veriyi özetleyerek daha kısa biçimde sunma.

c. Bilgi

Bilgi, insanın çevresini, doğayı ve evreni tanıma, şekillendirme, sınıflandırma ve belirli biçimlerde yorumlama gereksiniminden doğmuştur. Çünkü çevresindeki varlık ve nesneleri tanımayan, adlandıramayan ve özellikleri hakkında bir yargıda bulunamayan birey, onları kontrol edemez. Dolayısıyla birey kendisini etkileyen varlık, nesne, olgu ya da olay hakkında ne ölçüde bilgiye sahipse, kendini o oranda güvende hisseder.⁸

⁶ İsmet Barutçugil, **Bilgi Yönetimi**, İstanbul, Kariyer Yayıncılık, 2002, s.57.

⁷ **A.g.e.**, s.57.

⁸ Cevat Celep ve Buket Çetin, **Bilgi Yönetimi**, Ankara, Anı Yayıncılık, 2003, s.9.

Bilgi, olguları ve olayları tanıma, anlama ve özellikle açıklamaya yönelik, eğitim, gözlem, araştırma veya deneyim yoluyla elde edilen ve bütün bunların insanın zihinsel değerlendirmesi neticesinde ortaya çıkan olgular veya fikirlerdir. Bilgiye, bir çeşit işlenmiş enformasyon da denilebilir. Örneğin, kredi kartlarının sağladığı veri / enformasyon kullanılarak kredi kart sahiplerinin hakkında cinsiyet, yaş ve gelir durumlarına göre harcama alışkanlıkları konusunda bilgi sahibi olunabilir. Reklamlar, bilgisayarlar, büro araç-gereçleri "bilgi sektörü" değil, "enformasyon sektörü" ürünleridir. Enformasyon ve bilgi sözcükleri arasında belirgin bir anlam farkı bulunmaktadır.

Bilinçli ve akıllı varlık olarak insan sahip olduğu farklı bilgi türleriyle karşılaştığı nesneleri bilmek ister. İnsan bilme etkinliğinde bilen yani özne; karşılaştığı nesneler ise bilinen yani objedir. O halde, bilme etkinliği, özne (bilen) ve nesne (bilinen) arasında oluşan süreçtir. Böyle bir etkinliğin sonucunda çıkan ürüne de bilgi adı verilir.

Bilgi kavramı, Latince "information" kökünden olup, biçim verme, biçimlendirme ve haber verme eylemi olarak tanımlanmaktadır.⁹

Türkçe'de bilgi sözcüğü şu anlamlarda kullanılmaktadır:¹⁰

- İnsan aklının erebileceği olgu, gerçek ve ilkelerin bütününe verilen ad.
- Öğrenme, gözlem ve araştırma yoluyla elde edilen gerçek, malumat.
- İnsan zekasının çalışması sonucu ortaya çıkan zihni ürün.

⁹ Öğüt, **a.g.e.**, s. 9.

¹⁰ Türk Dil Kurumu, **Türkçe Sözlük**, Türk Dil Kurumu Yayınları, Cilt 1, Ankara, 1992, s.186.

Orkan'a göre, bilgi kavramını birkaç açıdan açıklamak mümkündür:¹¹

- Bilgi, bir nesne veya olayda veya bunlara ilişkin raporlarda ortaya çıkan mesajla ilgilidir. Bu açıdan ele alındığında, sadece kaynağın bir fonksiyonu olma özelliğini taşır ve bazen veri (data) olarak da ifade edilir.
- Diğer bir açıdan bilgi, mesajın iletilmesi ile ilgili olasılık hesaplarına dayanan, belirsizliğin azaltılması için gerekli olan bir kavramdır. Başka bir ifadeyle, bu anlamda bilgi iletişim kanalının da bir fonksiyonudur.
- Diğer bir açıdan ise, bilgi, bir alıcı tarafından kazanılan anlam ile ilgilidir. Bu anlamdaki bilgi, hem iletişim kaynağının, hem de alıcının bir fonksiyonudur. Genellikle veri ile bilgi arasında farklılık olduğu ve verinin bilgi elde etmeye yarayan işlenmemiş, ham malzeme olduğu kabul edilir. Kişi bilmek, öğrenmek istedikten ve veriyi kullanmaya başladıktan sonra bilgi ortaya çıkar.

Daniel Bell'in önerdiği bir başlangıç tanımı şöyledir: Bilgi (knowledge) sistemli bir şekilde herhangi bir iletişim aracıyla başkalarına aktarılan, makul bir hükmü gösteren, olgu veya fikirlerle ilgili düzenli ve sistemli ifadeler bütünüdür.¹² Bell bir ifadenin bilgi sayılabilmesi için, bunun bir iletişim aracıyla başkalarına aktarılmasını da gerekli bulmaktadır.

Peter Drucker'a göre ise bilgi, ilgi ve amaçla donatılmış veridir.¹³

Bu tanımlardan yola çıkarak bilginin, verilerin anlamlı bir şekilde analiz edilmek yoluyla işlenerek biraraya getirilmesiyle elde edilen sonuç olduğu söylenebilir. Bir kişi tarafından anlamlandırılarak bilgi haline getirilen veri bir başka kişi için veri olarak kalmaya devam edebilir. Çünkü bilgi kişinin gereksinimlerini karşıladığı zaman bir anlam ifade etmektedir.

¹¹ Ahmet L. Orkan, **Probabilistik Karar Modellerinde Belirsizlik ve Risk Analizi ve İhale Fiyatlandırmaları İçin Bir Karar Modeli Uygulaması**, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul, 1986, s.73.

¹² Cihan Dura, **Bilgi Toplumu**, Ankara, Kültür Bakanlığı Yayınları, Bilim ve Teknoloji Dizisi, s.100.

¹³ Carol Cashmare and Richard Lyoll, **Business Information: Sysetms and Strategy**, NewYork, Prentice Hall, 1991, s.9.

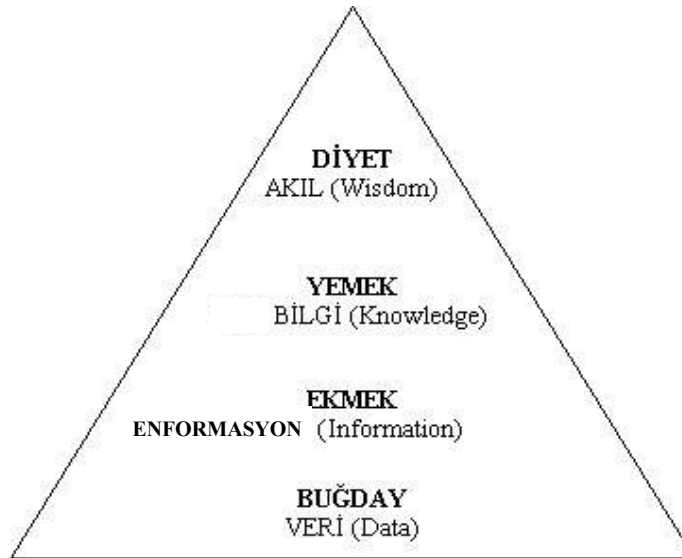
Örneğin bir bölgesel satış müdürü için elemanlarının aylık satışlarıyla ilgili kayıtlar anlamlı bir bilgi iken bir genel müdür için bu kayıtlar veri teşkil edebilir ancak geçen seneki verilerle karşılaştırıldığında bir bilgi olarak adlandırılabilir.

d. Akıl

Bilgiden yararlanma anında ise akıl devreye girmektedir. Bilginin akla dönüşmesi için ise sindirilmesi gerekmektedir ve bu ise kişinin kimyası ile ilgili bir durumdur. Bir başka ifadeyle her kişi aynı bilgiden aynı şekilde faydalanamaz.¹⁴

Dolayısıyla akıl bilginin bireysel özelliklerle yoğrulmuş ve geliştirilmiş halidir. Herhangi bir durumda tüm bireyler için çoğu zaman veri, enformasyon ve bilgi benzerlik gösterir ve değişmez. Ancak onları farklı kılacak olan unsur bireyin sahip olduğu akıldır.

Bilgi kavramını daha kolay anlamak için veri, enformasyon, bilgi ve akıl hiyerarşini ortaya koymak yararlı olacaktır. Veri / enformasyon, bilgi ve akıl arasındaki farkı aşağıdaki şekilde görmek mümkündür.



Şekil 1: Bilgi Hiyerarşi Piramidi

Kaynak: Türksel Kaya Bensghir, **Bilgi Teknolojileri ve Organizasyonel Değişim Birinci Baskı**, Ankara, TODAİE, Yayın No: 274, 1996, s.15.

¹⁴ Barutçugil, s.60.

Bilgi hiyerarşisi kendi içinde veri, enformasyon, bilgi ve akıl şeklinde sıralanırken teknik ve bilişsel eylemler de; toplama, düzenleme, özetleme, analiz, sentez ve karar alma şeklinde sıralanmaktadır. Veriden akla kadar geçen süreçte zihinsel bir takım faaliyetler sürmektedir. Bu süreçte elde edilen veriler toplanmakta, düzenlenmekte ve anlamlı bir topluluk haline getirilmektedir. Sonrasında özetlenerek analiz edilmekte ve sentezlenerek bilgi haline gelmektedir. Son olarak bilgi haline gelen enformasyon karar alma aşamasını tamamlayarak akıl haline dönüşmektedir.

Bilgi denilince enformasyondan daha geniş kapsamlı bir olgu anlaşılmaktadır. Ancak bilginin üretim materyali enformasyondur. Bilgelik ise cevaplanamamış, kesinlik taşımayan konularda fikir yürütmektir. İnsanlar iyi ile kötüyü, doğru ile yanlış olanı tahmin edip birbirinden ayırmakta bilgeliği kullanmaktadırlar.

2.1.2. Sosyal Bir Olgu Olarak İletişim/ Bilişim Teknolojileri

a. Kavramsal Olarak İletişim ve Bilişim

İnsanın varolması ile ortaya çıkan iletişim olgusunun temelinde, paylaşma ihtiyacının giderilmesi gerçeği yatmaktadır. İlk çağ insanının mağaralara çizdiği şekiller, bir bestecinin yapmış olduğu besteler, bir ressamın çizdiği resimler, danslar, oyunlar, hareketler, filmler, duygular, düşünceler, mimikler hepsi birer iletişim yoludur. İletişim olmaksızın ne insan ne de toplumlar varlık ve yaşamlarını sürdürebilirler. İletişim insanla başlar ve insanla sürer gider.¹⁵

Türk Dil Kurumu'nun sözlüğünde iletişim; duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, iletişim olarak tanımlanmaktadır.¹⁶

¹⁵ İrfan Erdoğan, **İletişimi Anlamak**, 2005, Erk, Ankara, s.29.

¹⁶ Türk Dil Kurumu, **Güncel Türkçe Sözlük**,
<http://www.tdk.org.tr/tdksozluk/sozara.htm>, 10 Aralık 2006.

Egemen tanımlar iletişim (communication) kavramının kökenini, demokrasinin kökeni gibi, eski Yunan ve Latin dünyasında bulur. Communication kelimesi iki kök kelimedenden oluşur: "ile", "ile beraber" anlamına gelen "com" (Latince'de "cum") kelimesi; "Birlik" anlamına gelen "unio" (Latince'de "union") kelimesi. Dolayısıyla, communication kavramı "ile birleşme" veya "ile beraberlik" anlamını taşır. Aynı kökten "community" (cemaat) ve "communion" (cemaatle birleşme; cemaate aitlik) kelimeleri gelir. Bu kökten hareket ederek, iletişimin tanımlarına ortaklık, beraberlik, anlaşma ve paylaşma gibi kavramlar eklenir.¹⁷

Ancak iletişimi salt insanları bir araya getirme amacı olan "ortaklık" kavramıyla tanımlamak hatalıdır. Çünkü örneğin bir iletişim yöntemi olan konuşma insanları bir araya getirebildiği kadar birbirinden ayırabilmektedir de.

İletişimin çeşitli bilimlerde farklı tanımları şu şekilde yapılmıştır:¹⁸

- Retorik alanında iletişim söylem sanatı olarak tanımlanır.
- Göstergibilim alanında, iletişim göstergeler yoluyla karşılıklı-öznelliklerin aracılanmasıdır.
- Sibernetik alanında iletişim , enformasyonu süreçten geçirmediir. Sibernetiğin öncülerinden Norbert Wiener'e göre iletişim, organizasyonları oluşturan çimentodur.
- Sosyal psikolojide, iletişim sosyal içinde yaşayan psikolojik bireyin kendini ve dışını algılaması ve karşılıklı etkileşimde kendini ifade etmesi ile anlamlandırılır.
- Sosyolojide iletişim sosyal düzenin üretimi veya yeniden üretimi olarak ele alınır.

¹⁷Erdoğan, s.43.

¹⁸ a.g.e., ss.34-35.

- İletişim alanında, ise bir beynin (veya mekanizmanın) diğer bir beyni (mekanizmayı) etkilemesidir.

E. Durkeim iletişimi, toplumun neyi nasıl yapacağını veya yaptığını belirleyen veya en azından etkileyen bir şebeke olarak nitelemektedir.¹⁹

Bireyin toplumsallaşmasını sağlayan bir süreç olarak iletişim bir yandan toplumsal ilişkiler tarafından belirlenirken diğer yandan da toplumsal ilişkileri etkiler. İletişimin toplumsal bir süreç olması onun toplum bilimlerinin başlıca inceleme konularından biri haline gelmesinin temel nedenidir.

İletişim yüzyüze konuşmadır, televizyondur, enformasyon yaymadır, saç biçimimizdir, edebi eleştiridir.²⁰

İletişim dört kısımda incelenebilir:²¹

- Kişinin kendisi ile iletişimi: Bireyin kendi iç dünyası ile iletişimidir. Düşünmek, hayal kurmak, duygulanmak, ihtiyaçlarının farkına varmak, iç gözlem yapmak veya kendine sorular sorarak bunlara cevap aramak.
- Örgütsel iletişim: Hiyerarşi içinde, yukarıdan aşağıya; emirlerin, kararların, hedeflerin, talimatların gönderildiği, aşağıdan yukarıya ise; bilgilerin, raporların ve dönütlerin gönderildiği iletişim türüdür.
- Kişilerarası iletişim: İki veya daha fazla kişi arasında meydana gelen mesaj alış verişidir. İnsan toplumda yaşar ve kendi dışıyla ilişki halindedir. Kişinin fiziksel ve sosyal dışı, onun fiziksel ve toplumsal çevresidir. İnsan kendini ve dışını tanımaya

¹⁹ a.g.e. ,s.30

²⁰ John Fiske,Çev. Süleyman İrvan, **İletişim Çalışmalarına Giriş**, Ankara, Bilim ve Sanat, 2003, s.15.

²¹

http://209.85.129.104/search?q=cache:hINvFOSYot4J:egitim.cukurova.edu.tr/myfiles/open.aspx%3Ffile%3D983.ppt+ileti%C5%9Fim+nedir&hl=tr&gl=tr&ct=clnk&cd=94&lr=lang_tr

başladığında, ilk ve en yoğun yaptığı iletişim kişilerarası olandır. Çeşitli örgütlü yer ve zamanda kişiler arasında olan ilişki ve bu ilişkinin olmasını sağlayan iletişim kişilerarası iletişimdir.

- Kitle İletişimi: İnsanoğlu, varolduğu günden bugüne dek iletişim kurmak için çeşitli araçlara başvurmuştur. Kendi gelişimine paralel olarak kullandığı araçlar da gelişmiş; sürekli gelişen iletişim araçları birbirini tamamlamış; ancak birisi, diğerinin yerini alamamıştır. Teknolojik gelişimin tabii sonucu olarak gelişen ve elektronikleşen iletişim araçları, iletişime sürat ve kolaylık sağlamakla kalmamış; aynı zamanda iletişimi, kitle iletişimine çevirmiştir.

Bilişim sözcüğü ise bilgi ve iletişim teknolojileri kavramlarının birleşmesinden üretilmiş bir sözcük olarak kullanılmaktadır. En hızlı, en ucuz ve en doğru biçimde bilginin yayılması anlamını da içermektedir. Türkiye Bilişim Derneği (TBD), bilişimi, bilgi ve iletişimin olağanüstü birleşimi olarak tanımlamaktadır.

Bilişim insanoğlunun teknik, ekonomik ve toplumsal alanlardaki iletişiminde kullandığı ve bilimin dayanağı olan bilginin, özellikle elektronik makineler aracılığıyla, düzenli ve akılcı biçimde işlenmesi bilimi diye tanımlayabiliriz. Bilişim bilgi olgusunu, bilgi saklama, erişim sistemleri, bilginin işlenmesi, aktarılması ve kullanılması yöntemlerini, toplum ve insanlık yararı gözeterek inceleyen uygulamalı bir bilim dalıdır. Disiplinlerarası özellik taşıyan bir öğretim ve hizmet kesimi olan bilişim bilgisayar da içeride olmak üzere, bilişim ve bilgi erişim sistemlerinde kullanılan türlü araçların tasarlanması, geliştirilmesi ve üretilmesiyle ilgili konuları da kapsar. Bundan başka her türlü endüstri üretiminin özdevinimli olarak düzenlenmesine ilişkin teknikleri kapsayan özdevin alanına giren birçok konu da, geniş anlamda, bilişimin kapsamı içerisinde yer alır.²²

²² N. Emel Dilmey, **Bilişim Çağı'nın Gelişimi Sürecinde E-Gazetecilik Olgusu ve İnternet Gazeteleri Ve Portalları Üzerine Bir Araştırma**, İstanbul, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003, s.4.

b. İletişim/Bilişim Teknolojileri ve Toplum İlişkisi

Yukarıda sayılan iletişim türlerinden kitle iletişimi bir kitle olarak toplumu ve onun kültürünü yaratması açısından önem arz etmektedir ve kitle iletişimi kitle medyası denilen araçlarla yapılmaktadır.

Kitle iletişim araçları, bilgi, görüş ve düşüncelerin paylaşılmasını sağlayan; sosyal örgütlenmeyi güçlendiren; kamuoyu oluşturan; insanın anlama, anlatma, öğrenme ve eğitim görme gibi temel ihtiyaçlarını karşılayan; insan ilişkilerini değiştirip geliştiren; yeni davranış ve tutum kalıplarını, görüş ve düşünce akımlarını yaygınlaştıran en etkin iletişim araçlarıdır.²³

Günümüzde posta, telgraf, telefon, faks gibi haberleşme araçları; gazete, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçları; uydular, bilgisayarlar (Internet ve e-mail) birer iletişim aracı olarak iletişimin ayrılmaz parçaları durumuna gelmiştir. Bu elektronik iletişim araçları, günümüzde, kurduğu haberleşme ağıyla kültürü de yaygınlaştırmış; dünyamızı McLuhan'ın deyimiyle "küresel bir köy"e dönüştürmüştür.

Toplumsal varoluşu gerçekleştirerek ortaklık yaratmak, bu varoluşu ve ortaklığı sürdürebilmek için kitle iletişimine; dolayısıyla kitle iletişim araçlarına ihtiyaç vardır. Çünkü kitle iletişim araçları, uzmanların ortak bir noktada birleştikleri üzere, sahip olduğu özellikleriyle alıcı kitlesi üzerinde yarattığı etki ve etkileşim süreci sonunda toplumsallaştırmayı gerçekleştirmeye muktedir araçlardır.

Ancak burada teknoloji ve araç ayrımının ortaya konmasında fayda olacaktır. İletişim teknolojisi iletişim aracı değildir, ikisinin arasında çok önemli bir fark vardır. İletişim aracı iletişim teknolojisinin sadece bir ürünü, parçasıdır. İletişim teknolojisi iletişim araçlarını/medyayı üretir. Hem iletişim araçları hem de bu araçları kullanarak üretilen iletiler iletişim teknolojisinin bir parçasıdır. Bu anlamda, teknoloji belli bir zamanda, belli bir yerde

²³ http://www.dream.gen.tr/toplum/kitle_iletisim_araclari.php, 07.02.2007.

gelişmiş olan belli şartlar altında yapılan, sadece araçları değil içindekileri de içeren üretim biçimidir.²⁴

İletişim dünyasının yakın ve uzak geçmişine bir gözatacak olursak, zaman içinde birbirini izleyen üç temel devrimle karşılaşırız: chirografik devrim (İ.Ö. 4.yy ortalarında yazının bulunmasını izleyen), Gutenberg devrimi (15.yy ortalarında mabaanın bulunmasını izleyen) ve elektrik ve elektronik devrimi (telgraf ve daha sonra radyo ve televizyonun bulunması)'dır. Zaman zaman kullanılan iletişim araçlarının ışığı altında son altıbin yıl içinde birbirini izlemiş olan en az dört farklı kültür görebiliriz. Sözlü (oral) kültür (salt konuşma yoluyla bilgiyi aktarır); yazılı kültür "chirographic: Yunanca Kheire-el ve graphon-yazı" (sessiz söz teknolojisi olan yazıyı kullanır); tipografi kültürü (bilgiyi basılı kitap yoluyla aktarır) ve son olarak elektrik ve elektronik medya kültürü (bilgilerin giderek daha hızlı bir biçimde TV ve radyo gibi kitle iletişim araçları ile aktarılması).²⁵

Bu devrimlerin en belirgin özelliği bilgilerin giderek daha hızlı ve aynı zamanda daha ucuz biçimde dağıtılması olmuştur. Ayrıca bu devrimler belli süre içinde birbirlerini gittikçe daha yakından izlemişlerdir. Gerçekten de yazının bulunmasından matbaanın icadına kadar beşbin yıl geçmiş olmasına karşın, matbaanın icadından elektrik ve eletronik ortamların kullanılmaya başlamasına kadar geçen süre dörtyüz yıl bile değildir. En çok dikkati çeken şey ise günümüzün en belirgin niteliğinin gerçek bir medya patlaması olmasıdır. Onbeşinci yüzyıldan günümüze kitap temelde büyük bir değişikliğe uğramamış, buna karşılık televizyon son yıllarda köklü değişimler geçirmiştir. Örneğin, bir çok teknik buluş sayesinde bugün izleyiciler, ya kendi seçtikleri ya da dışarıdan edindikleri film ve fotoğrafları televizyondan izleyebilmektedir.²⁶

²⁴ İrfan Erdoğan, **Dünyanın Çarpık Düzeni Uluslararası İletişim**, İstanbul, Kaynak Yayınları,1995,s.36.

²⁵ Cem S. Sütcü, Erhan Akyazı ve N. Emel Dilmen, "*Teknolojik Değişim ve Dönüşümlerin Gazetecilik Üzerindeki Etkilerinin Tarihsel Süreçte Değerlendirilmesi*", **Medyada Olmayanlar(Medya Eleştirileri 2006)**, İstanbul, Beta Basım, 2006, s.293.

²⁶ Sütcü, **Medyada Olmayanlar(Medya Eleştirileri 2006)**, s.294.

Kitap da elektrik ve elektronik ortamların kullanılmaya başlaması ile temel bir değişikliğe uğramış bulunmaktadır. Elektronik yayıncılık ve internet yayıncılığı ile elektronik ortamda kitaplar bulunmaktadır. E-book ve benzeri adlar alan bu kitap türleri giderek yaygınlaşmakta ve kitapçılarda değilse bile internetteki alışveriş sitelerinde satılmaktadır.²⁷

2.2. Tarihsel Perspektifte Toplumsal Dönüşümler

2.2.1. Bilgi Toplumu Öncesi Durum

Tarih boyunca insanlar sürekli daha iyiyi bulabilme, yaşamlarını daha kolaylaştırma arayışı içinde olmuşlardır. Bu arayışlar sonucu toplumlar farklı toplumsal ve ekonomik aşamalardan geçmişlerdir. Her geçilen aşamada da toplumsal ve ekonomik yaşamlarına bulundukları çağa ait teknolojik aletler hakim olmuştur. Çağları kendine özgü kılan toplumsal ve ekonomik nitelikleri ve koşullarıdır. Her bir toplumsal aşama, kendinden önceki dönemde olgunlaşmasından dolayı, geçmişin izlerini taşımasına rağmen, yine de geçmişten her anlamda nitel ve nicel farklılıklar taşımaktadır

Yoneji Masuda "Sanayi Sonrası Toplum Olarak Bilgi Toplumu" adlı eserinde toplumların bir yapıdan başka yapıya geçişini sağlayan özelliği sosyal teknoloji olarak ifade etmektedir ve sosyal teknolojiyi de; toplumun bütününe etki ederek onu başka bir sisteme dönüştürecek derin sosyal etkiler yaratan bir teknoloji türü olarak tarif etmektedir.²⁸

İnsanlık tarihinde iz bırakan kendine özgü karakteristikler taşıyan toplumsal aşamalar bulunmaktadır. Bunlar; ilkel toplum, yerleşik hayata geçilmesi ve toprakların pulluk ve gübre kullanılarak verimli tarımsal alanlar haline getirildiği tarım toplumu, buhar makinesinin icadı ve buhar gücünün enerji kaynağı olarak üretimde kullanılmaya başlanması ile sanayi toplumu, son olarak da bilginin bir üretim kaynağı olarak önem kazanması, nitelikli insan sermayesinin önem kazandığı ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler sonucunda ulaşılan *bilgi* toplumudur.

²⁷ A.g.e., s.294.

²⁸ Erhan Akyazı, "Bilgi Toplumunda Dijital Bölünme", İstanbul, **Marmara İletişim Dergisi**, 12. Sayı, 2007, s.1.

a) İlkel Toplum

İlkel toplulukların en önemli özelliklerinden biri temel fizyolojik ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik bir yaşam biçimine sahip olmalarıdır. Avcılık ve toplayıcılıkla beslenme ihtiyacını karşılayan ilkel toplumlardaki ekonomik süreçte üretim düzeyi son derece düşüktür. Hiçbir şekilde tüketim fazlası yaratabilecek üretim düzeyine ulaşamamıştır. İlkel insanlarda deneme yanılma yoluyla öğrenme, basit doğal araç ve gereçlerin kullanımı söz konusudur. Göçebe bir yaşam biçimi hakim olup; çevreye, doğaya egemen olmak yerine kendini koruma çabası ön plandadır.

b) Tarım Toplumu

İlkel topluluklardan ilk yerleşik uygar topluluklara dönüşüm Mezopotamya'da , Nil Nehri vadisinde ve İndus Vadisi'nde başlamıştır.²⁹ Tarım toplumunun en önemli özelliği yerleşik yaşam tarzını benimseyen ve insan gücünün oldukça önemli olduğu toplumsal yaşam biçimi olmasıdır. Bu yaşam biçimi etkisini yaklaşık on bin yıl kadar sürdürmüştür. İnsanlık tarihinde bir devrim yaratan en önemli araç sabanın kullanılmaya başlanmasıyla insanlar bir yerde kalıcı olmaya başlamışlar daha geniş alanlarda ekim yapma imkanı elde etmişlerdir. En önemli sermaye topraktır. Yani ekonomi toprağa bağlıdır. Elinde daha çok toprak bulunduran güç sahibidir. Dolayısıyla, bu dönemde çeşitli medeniyetler arasında çıkan çatışmalarda, daha fazla toprak elde ederek hakimiyeti ele geçirme amaçlıdır. Eğitim toplumun seçkinleriyle sınırlı olup, haberleşmede el yazımı kullanılmaya başlanmıştır. İnsanın doğa üstü güçlerce kontrol edildiğine inanılmıştır. Bu toplumların nüfuslarının ve tarımsal ürünlerin günden güne artması beraberinde yeni gereksinimleri getirmiş, insanlar yeni arayışlar içerisine girmişlerdir.

²⁹ Cyril E. Black , **Çağışlaşmanın İtici Güçleri** (Çev.Fatih Gümüş) , Ankara, İş Bankası Kültür Yayınları, No.273, 1986, s.2.

c) Sanayi Toplumu

Tarımsal ürünlerin çoğalması ve bunların bir yerden başka bir yere taşınmasının gerekliliği Sanayi Toplumu olarak bilinen yeni bir toplumsal yaşam biçimine geçişte oldukça etkili olmuştur. Sanayi Devrimi ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal alanda devrimsel değişmelere neden olmuştur. Buhar makinesinin keşfinin ve bunun bir enerji kaynağı olarak kullanılması teknolojik açıdan, Adam Smith'in 1776'daki "Milletlerin Serveti" adlı eseri ekonomi bilimi açısından, 1789 yılındaki Fransız Devrimi politik gelişmeler açısından önemli dönüm noktaları olarak bir alt yapı hazırlamış ve sanayi toplumu olarak bilinen yeni bir toplumsal yapıya geçilmiştir. Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş çeşitli çatışmalar ve sorunlar yaşanarak sancılı bir şekilde olmuştur.

Sanayi toplumunda tarım toplumlarında en önemli sermaye olan toprak yerini makinelere ve hammadde kaynaklarına ve teknolojiye bırakarak fiziksel sermayeye önem verilmiştir. Üretimde teknolojik gelişmelere bağlı olarak hızlı bir artış sağlanmaya başlanmıştır. Dolayısıyla bu dönemdeki savaşlar sanayi makinelerini ve hammadde kaynaklarını ele geçirme arzusuyla ortaya çıkmıştır. Bacalı ekonomi olarak da adlandırılan bu dönemde talep artışı doğrultusunda seri üretimlerin yapıldığı fabrika sistemine geçilmiştir. Fabrika kavramıyla birlikte işçi sınıfı ortaya çıkmıştır. Üretim fabrikalarda yapılmaya başlanmıştır. Ucuz emek sağlayarak kitlesel üretim yapılır. Bunun sonucu olarak da ev ve işyerleri birbirinden ayrılmış insanların evlerinden işyerlerine ve işyerlerinden evlerine gitmelerine paralel olarak trafik sorunu yaşanmaya başlamıştır. Kentleşme giderek yaygınlaşmıştır. Maddi üretim söz konusudur ve üretimde ve verimlilikte teknolojinin de etkisiyle önemli artışlar görülmüştür. Liberal ekonomi yayılmaya başlamıştır. Bu toplum yapısında, sınıflar (işçi-işveren) oluşmuş ve bu sınıflar arasında çatışmalar meydana gelmiştir. Güvenlik amacıyla çeşitli kurumsallaşmalar başlamıştır. Bu toplumlarda geniş aile tipi yerini çekirdek aile yapısına bırakmış, toplumun değer yargıları, düşünceleri kısaca yaşam biçimi değişmiş; çağdaşlaşmak insanlığın ortak düşüncesi haline gelmiştir.

Sanayi devrimi üretim ve tüketim işlevlerini birbirinden keskin çizgiyle ayırmaktadır. Üretici ve tüketici kavramları ortaya çıkmıştır. Artık kullanma amaçlı üretimden alışveriş için üretime dayalı sanayi toplumuna geçilmiştir.

2.2.2. Bilgi Toplumu

a. Bilgi Toplumu Tanımı

Tarım toplumu ve ardından yaşanan sanayi toplumunun da bilgiye dayalı olduğu şüphesiz olduğundan ortaya çıkan ve şu an yaşamakta olduğumuz bu yeni toplum yapısını ifade etmede bilgi toplumu kavramı ile birlikte sıklıkla bilişim toplumu kavramı da kullanılmaktadır.

Bilgi toplumu, üretim süreçlerinin bilgi temelli ya da bilgi güdümlü olma yönünde evrildiği, bilgi teknolojileri ve enformatik sistemler üzerine kurulu yeni bir toplumsal düzene işaret eder.

Cihan Dura bilgi toplumunu; sosyal evrim çizgisinde sanayi toplumundan sonra gelen, ekonomideki tüm ağırlığın hizmet sektörüne kaydığı, mesleki ve teknik araştırmacı sınıfın ön plana geçtiği, her türlü politika ve yeniliklerin ilmi bilgidan kaynaklandığı, entelektüel teknolojiye dayanan bir toplum safhası olarak tanımlamaktadır.³⁰

Bilgi toplumu kavramı hizmet sektörünün çalışanları olan beyaz yakalıların sanayi toplumunun simgesi olan mavi yakalıları sayıca geçmeleriyle ilk olarak ABD’de ortaya çıkmıştır. Üretimin önemli bir kısmının fabrikalardan bilgisayar merkezlerine doğru kayması söz konusu olunca da, kol işçilerinin (proleterya, mavi yakalılar) fonksiyonunu Toffler’in deyiimiyle kogniterya (zihin işçileri) yerine getirecektir.³¹

Zihin işçileri yada bilgi çalışanı dediğimiz kişiler; iş konusunda yoğunlaşan, bilgilerle uğraşan, bilgileri depolayan, analiz eden, koordine

³⁰ Dura, s.2.

³¹ Alvin Toffler, **Dünyayı Nasıl Bir Gelecek Bekliyor?**, (Çev. Mehmet Çitkaya), İstanbul, İz Yayınları, 1993, s.25.

eden, ilgililere ulaşmasını sağlayan, yeni bilgiler üreten kişi olarak tanımlanabilir.³²

Sosyolojik açıdan irdelersek "Bilgi Toplumu" kavramının neredeyse son yirmibeş yıldır sosyoloji literatüründe yer aldığını görülmektedir. Ancak bu kavramı tamamen benimseyenlerle karşı çıkanlar arasında da bir çatışma ortaya çıkmıştır. Önümüzdeki dünyayı açıklamakta bilgi toplumu kavramının geçerli olduğunu düşünenlerin çok büyük kısmı ile bu kavramın bir göz boyamacılığı işini üstlendiğine inananların çoğunluğu kavramın taşıdığı kavrayış imkanlarıyla pek ilgili görünmemektedir. Taraftarları "bilgi toplumuna giriyoruz, artık eski dünya bitti, eskiyle hiç ilgisi olmayan bir sosyal düzen kuruldu, kuruluyor; eski çatışmaların esamesi okunmayacak; pembe bir geleceğin eşiğindeyiz" biçimindeki düz ve çok yüzeysel bir okumayla yetinirken, karşıtları duydukları tepkide bir adım daha atarak kavramın işaret ettiği dönüşümleri görmemezlikten gelebilmektedirler³³.

b. Bilgi Toplununun Doğuşu

OPEC (Organization of Petroleum Exporting Countries)'in 1973 Arap-İsrail savaşları nedeniyle petrol fiyatlarını yükseltme kararları ve batı ülkelerine karşı başlatılan petrol ambargosu, batı ülkelerinin ekonomik darboğaza girmeleri yanında, enerji fiyatlarını çarpıcı bir biçimde değiştirerek, ekonominin bütün kesimlerini teknoloji ve örgütlenme alanlarında değişim yapıp, enerji tasarrufu arayışına zorlamıştır.³⁴ Özellikle 1974 petrol krizinin etkisiyle Japonya gibi gelişmiş ülkeler enerji tüketimi çok fazla olan demir ve çelik gibi sektörlerden yüksek teknolojiye dayanan mikro elektronik gibi sektörler yöneldiler. Bu yeni sektörler hammadde ve emeğin üretim sürecindeki önemini büyük oranlarda azaltarak bilginin önemini ön plana çıkartmışlardır. Bilgi üretiminin artmasıyla depolanması ve iletilmesi için yeni teknolojilere olan ihtiyaç çoğalarak artmıştır. Örneğin,

³² İlhami Fındıkçı, **Bilgi Toplumunda Yöneticilerde Kendini Geliştirme**, İstanbul, Kültür Koleji

Eğitim Vakfı Yayınları, 1996, s.51.

³³ Dilmen, s.6.

³⁴ David Harvey, **Postmodernliğin Durumu**, (2.baskı), (Çev. Sungur Savran), İstanbul, 1999, s.168.

1975/90 yılları arasında Japonya’da üretim üç misli arttığı halde hammadde kullanımında herhangi bir artış olmaması bunu desteklemektedir.³⁵ Bilgisayar, mikroelektronik, robot ve kontrol, iletişim teknolojisi, biyoteknoloji, malzeme teknolojisi ve enerji teknolojisindeki büyük ilerlemeler bilgi toplumunun temel teknolojik altyapısını oluşturmuşlardır.³⁶ Piyasaların sürekli değişmesi, rakiplerin fazlalaşması ve ürünlerin çok kısa sürede geçerliliklerini kaybetmesi ve bunun sonucu olarak da farklı ürünler meydana getirebilme isteği yeni bilgiyi ve yeni teknolojiyi üretebilen ve bu üretilen bilgi ve teknolojiyi yayabilen bir toplumun oluşmasında etkili olmuştur.

Bilgi toplumuna dönüşümün başladığı tarihe ilişkin olarak çeşitli dönüm noktalarından bahsetmek mümkündür. Kimilerine göre, bilgi teknolojileri kapsamında ilk elektronik bilgisayar Eniac’ın 1946 yılında geliştirilmesi kabul görürken, diğer bir kesim iletişim teknolojileri ile bağlantılı olarak, Atlantik ötesi (İskoçya Sydney Mines, Nova Scotia) kablolu telefon hatlarının (transatlantic No.1,TAT-1) kurulup işletilebildiği 1956 yılını öne çıkarmaktadır. Başlangıç tarihi olarak hangisi alınırsa alınsın, neticede bilgi toplumuna geçiş, bilgi ve iletişim teknolojilerinde sağlanan ilerleme ve aralarındaki yakınsama ile ivme kazanmıştır.³⁷

Bilgi toplumunun doğuşunda önemli role sahip ülkelerden birisi de şüphesiz ABD’dir. Bilgi toplumunun mal üretiminden çok hizmet üretimine dayalı bir toplum düzeni olduğu kabul edilecek olursa, ABD’nin aşağıdaki tabloda yer alan aktif nüfusunun sektörel dağılımı incelendiğinde nasıl bir değişim yaşandığı rahatlıkla gözlenebilecektir.

³⁵ Veysel Bozkurt, **Enformasyon Toplumu ve Türkiye**, İstanbul, Sistem Yayınları, 1996, ss.83-84.

³⁶ Selçuk Burak Hasiloğlu, **Enformasyon Toplumunda Elektronik Ticaret ve Stratejileri**, İstanbul, Türkmen Kitabevi, 1999, s.24.

³⁷ Seçkin Gültan, **Bilgi Toplumu Sürecinde Avrupa Birliği ve Türkiye**, Ankara, Ankara Üniversitesi Basımevi, 2003, s.24.

Tablo 1
ABD’de Aktif Nüfusun Sektörel Dağılımı (1870-1980) (%)

Sektörler	1870	1900	1920	1940	1947	1968	1980
Tarım	57,7	37,5	27,4	18,2	15,2	5,1	3,1
Sanayi	19,2	31,4	35,4	33,2	35,8	30,8	
Hizmet	23,1	31,1	37,2	48,6	49,0	64,1	68,2

Kaynak: Cihan Dura, Hayriye Atik, **Bilgi Toplumu** , Bilgi Ekonomisi ve Türkiye, Literatür Yayınları, İstanbul, 2002, s.69.

1990’lardan sonra bilgi toplumu kavramının popülerliğinin çeşitli gelişmeler tarafından desteklendiği görülür. Bunlar:

- Kişisel bilgisayarların ucuzlaması, yaygınlaşması, güçlenmesi,
- Telekomünikasyon alanında sayısal teknolojilerin kullanılmaya başlanması, yerel ve bölgesel bilgisayar ağlarının kurulması gibi gelişmeler,
- Radyo, televizyon ve video gibi geleneksel kitle iletişim araçlarıyla, yeni medyanın birbirlerine yakınsamaları,
- Özellikle 1993’ten sonra internetin ticarileşmesi ve dünyaya yayılmasıyla birlikte, milyonlarca bilgisayar kullanıcısının bağlandığı bir altyapının ortaya çıkması.³⁸

Bilgi toplumunun ortaya çıkışındaki en önemli rolü ise, kuşkusuz iletişim teknolojilerindeki hızlı dönüşüm teşkil etmektedir. Yeni toplumun temelinde olan bilgi, teknolojinin gittikçe artan olanaklarıyla tüm dünyaya yayılmakta ve çoğalmaktadır. Dünyada son otuz yılda üretilen toplam bilgi hacmi, bundan önceki 5000 yılda üretilenden daha fazladır. Günümüzde yüksek tirajlı günlük bir gazetenin haftalık baskısında yer alan bilgi, XVII. yüzyılda ortalama bir insanın yaşam boyu edinebileceği bilgiden daha fazladır.³⁹

³⁸ Haluk Geray, **İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları**, Ankara, Ütopya Yayınları, 2003, s.132.

³⁹ Emin Akata, “Bilgi’den Bilişim’e”. **21. Yüzyıla Girerken Enformasyon Olgusu Ulusal Sempozyum Bildirileri**, Ankara, Türk Kütüphaneciler Derneği, 2001, s.12.

b. Bilgi Toplumunun Özellikleri

Bilgi çağını önceki dönemlerden ayıran beş temel özellik bulunmaktadır. Bunlar;⁴⁰

- Bilgi çağı bilgiye dayalı toplumun yükselişinden meydana gelmektedir.
- Bilgi çağında işletmeler bilgi teknolojilerine dayalı olarak faaliyet gösterirler.
- Bilgi çağında iş süreçleri verimlilik artışına dönüşmektedir.
- Bilgi çağının başarısı bilgi teknolojilerinin kullanımında etkinlik ile ölçülmektedir.
- Bilgi çağında pek çok ürün ve hizmet, bilgi teknolojileri ile iç içe geçmiş durumdadır.

Masuda bilgi toplumunun yapısını şöyle özetlemektedir:⁴¹

- Lider endüstri, enformasyon endüstrisi olacaktır,
- Siyasal sistem yurttaşlarca özerk olarak işletilen katılımcı demokrasi olacaktır,
- Toplumsal yapı çok merkezli ve birbirini tamamlayan gönüllü topluluklardan oluşacaktır,
- İnsan değerleri materyal tüketimden, hedeflerin başarılmalarıyla tatmin olunan değerlere doğru değişecektir,
- Amaç, global bilgi toplumunun kurulması olacaktır.

Birçok tanımlama olmasına rağmen sahip olunan bilginin yaşam tarzını belirleyeceği kesindir. Böylece maddi sermayenin yerini zihinsel

⁴⁰James A. Senn, **Information Tecnology in Business**, Prentice Hall Int New Jersey, 1995, s.9.

⁴¹ Geray, s.121-122.

sermaye almıştır. Teknolojideki ilerlemelere paralel olarak tekrara dayanan işlerin terk edilmesi nedeniyle, sıradan işgücünün rekabet gücü kalmamıştır. ⁴² Daha önceki dönemlerde kas gücünü daha verimli kullanmanın yollarını arayan insanoğlu, bilgi toplumunda insanın beyin gücünü kullanmaya ve ondan en iyi şekilde yararlanmaya çalışmaktadır. Önemli olan elde edilen fiziki büyüklük ya da ürün üretimi değil, bilgi üretimidir. Bilgi toplumuna geçilmesiyle birlikte, bilginin ekonomideki belirleyici faktör olması para-mal-para döngüsünü para-bilgi-para şekline dönüştürmüştür.

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçerken; ⁴³

- hiyerarşi yerine eşitlik,
- uyum ve uygunluk yerine kişisel nitelik ve yaratıcılık,
- standartizasyon yerine farklılık,
- merkezileşme yerine, merkeziyetçilikten uzaklaşma,
- etkinlik yerine etkililik,
- ürünün sayısal içeriği yerine kalitenin öne çıkması,
- güvenlik yerine kendini kanıtlama ve kendini gerçekleştirme,

şeklinde değerler sisteminde bir kayma ve yeniden yapılanma gerçekleşmektedir.

Üretilen bilgiler beraberinde teknolojik gelişmeleri getirerek toplumlara etkide bulunmuşlardır. Bu etkiler ülkeden ülkeye farklılık gösterebilir bile, tüm toplumlar bilgiyi üretmek, elde edilene ulaşmak ve bu şekilde teknolojiyi üretmek için rekabet halindedirler. Yeni oluşan toplum biçiminde bilgi stratejik kaynak haline gelmiştir. Dolayısıyla teorik bilgiyi,

⁴² Veynel Bozkurt, "Enformasyon Toplumu ve Eğitim", **Bilgi ve Toplum**, Sayı: 3, İstanbul, 2001, s.16-17.

⁴³ Uğur, s.330.

piyasada ürünlere ve hizmetlere başarılı şekilde dönüştürenler ile eğitim ve araştırma-geliştirme harcamalarına en çok yatırım yapan işletmeler ya da toplumları başarılı olacaklardır. Bilgi stratejik bir kaynak haline gelirken yeni toplumda bilgi etrafında toplanmalar meydana gelmiştir. Eğitim ve ar-ge harcamaları için kullanılan meblağı zarar olarak görmeyip aksine bu harcamalar için ayrılan miktarı arttıran toplumlar kazanç sağlamış olacaklardır. Burada önemli olan toplumların bilgiyi kendilerinin üretebilmeleri ve amaçlarına uygun üretim ve hizmete dönüştürebilmeleridir. Çünkü yüksek maliyetlerle alınan teknolojiler teknolojinin sürekli biçimde kendini yenilemesi sonucu kısa zamanda geçersiz duruma gelecek ve büyük bir risk ile karşı karşıya kalınmış olunacaktır.

Aşağıdaki tabloda toplumsal formların birbirinden farkı sergilenmektedir.

Tablo 2
İlk Topluluklardan Bilgi Toplumuna Toplumsal Gelişme

Toplumsal Gelişme Aşaması	Eğitim	Ekonomi	İş Hayatı Ve Üretim	Aile Hayatı	Toplumsal Yaşam	Üretim Araçları	Yönetim Anlayışı
İlk Topluluklar	-Deneme Yanılma Yolu ile öğrenme -Klan İçi Eğitim	-Mal Mübadelesi	-Bireysel İhtiyaçların Karşılmasına Yönelik Hayat Biçimi	-Akrabalığa Dayalı Çok Geniş Aile Tipi	-Klan Yaşamı -Doğa Olayları ve Hayvanlardan Korunma Ön Planda	-İnsan Gücü -Basit Doğal Araç ve Gereçler	-Fiziksel Güce ve Çeşitli İnançlara Dayalı Yönetim
Tarım Toplumu	-Küçük Yerleşim Tarıma Dayalı İşbaşında Eğitim	-Mal Mübadelesi -Tarıma Dayalı Toprak Mahsulleri -Madeni Paralar (Somut Paralar)	-Tarım Devrimi -Tarıma Dayalı Organizasyonlar	-Geniş Aile Tipi	-Toprağa Dayalı Yerleşik Yaşam -Toprak Savaşları	-Basit Araç Gereçler -Küçük Atölyeler	-Din, Irk yada Sınıf gibi Sosyal Özelliklere Dayalı Yönetim
Sanayi Toplumu	-Hızlı Okullaşma -Belirli Yaşlarda Zorunlu Eğitim	-Endüstri Ve Makineye Dayalı Sistem -Kağıt Para (Sembolik Para) Hakimiyeti	-Sanayi Devrimi -Endüstriyel Organizasyonlar -Büyük işçi sınıfı	-Büyük Aile Tipinden Küçük Aile Tipine Yönelme	-Hızlı Kentleşme -Sanayiye Dayalı Büyük Dünya Savaşları	-Makineler -Büyük Fabrikalar	Endüstriyel Üretim Araçları Ve Ekonomiye Dayalı Yönetim
Bilgi Toplumu	-Yaşayarak Öğrenme -Öğrenmeyi Öğrenme -Kendi Kendini Eğitim Sorumluluğu -Okul Duvarlarını Aşan Her Zaman Ve Her Yerde Eğitim -Yaşam Boyu Öğrenme	-Bilgiye Dayanan Ekonomik Sistemler -Anında Transfer Olabilen Enformasyona Dayalı (Süper Sembolik) Para	-Bilgi Devrimi -Bilgi Organizasyonlar -Azalan İş Gücü İhtiyacı -Bilgi Çalışanları	-Çekirdek Aile -Bireysel Yaşam	-Soğuk Savaş Dönemi -Bilgi Hakimiyetine Dayanan Mücadele	-Bilgisayar Teknolojileri -Uluslararası Pazarlar	-Profesyonel Bir Meslek Olarak Yöneticilik -Bilgiye Dayalı Yönetim

Kaynak: İlhami Fındıkcı, **Bilgi Toplumunda Yöneticilerde Kendini Geliştirme**, İstanbul, Kültür Koleji Eğitim Vakfı Yayınları, 1996, s.51

3. KÜRESEL DÜNYADA DİJİTAL BÖLÜNME VE YENİ MEDYANIN ETKİSİ

3.1. Küreselleşme ve Yeni İletişim Ortamları

3.1.1. Küreselleşme Boyutunda İnternet

a. Küreselleşme Kavramı

Küreselleşme, ülkeler arasında mal, hizmet, uluslararası sermaye akımları ve teknolojik gelişimin hızlı bir şekilde artmasını ve serbestleşmesini ve bunlar sonucu ortaya çıkan ekonomik gelişmeyi ifade eder.

Küreselleşme olarak adlandırılan olgunun ekonomik yönü üzerine, özellikle merkezden çevreye doğru sermaye hareketleri önündeki sınırların kaldırılması, diğer bir deyişle, ticari ve finansal serbestleşme olarak da tanımlayan başka bir ifadeye de rastlanılmaktadır.⁴⁴

Kavramsal boyutta değerlendirenler ise küreselleşmeyi; teknoloji ve iletişimde meydana gelen büyük ilerlemelerin etkileyip yönlendirdiği süreçlerle açıklamaktadırlar.⁴⁵

Yukarıda belirtilen şekilde küreselleşmeye olumlu bir pencereden bakan tanımların yanı sıra, olumsuz yönlerinin ağır bastığı tanımlara da rastlamak mümkündür.

Bir tanımda küreselleşme sömürü olarak adlandırılan olguya saygınlık kazandırılması ve sömürü karşısında çaresizlik yaratma çabası şeklinde ifade edilmektedir.⁴⁶

Başka bir kaynak küreselleşmeyi gelişim sürecinde ele alarak, bir üretim anlayışı olarak kapitalizmin genişleme ve yayılma dinamiğinin özelliği

⁴⁴ Arslan Sonat, "Globalleşme, Kriz ve Ücretler", Ankara, **Ekonomide Durum**, Türk-İş Araştırma Merkezi, Bahar/1998, s.200.

⁴⁵ Yusuf Erbaş, **Küresel İşletmelerin Yönetimi ve Türk İşletmelerinin Yeni Türk Cumhuriyetlerine Yönelik Faaliyetleri**, Ankara, Kent Matbaacılık, 1999, s.3.

⁴⁶ Korkut Boratav, "Ekonomi ve Küreselleşme", Ankara, **Küreselleşme**, 1996, s.19.

gereği, küreselleşmeye yansıdığı ve yeni bir şey olmadığı yönündeki evrensellik boyutunu vurgulamaktadır.⁴⁷

Küreselleşme üzerine yazılarıyla tanınan Amerikalı yazar William Greider tarafından yapılan daha içsel ve tasviri bir şekilde⁴⁸: küreselleşme, harikulade bir makineye benzer. İmha ettiklerinin karşılığını alır. Modern ziraatin makineleri gibi büyük ve hareketlidir. Fakat çok karmaşık ve güçlüdür. Koşarcasına sahalar açar ve sınırları önemsemez. Hareketlilik devam ettiğinden, makine, arkasında büyük tahribat izleri bırakırken, aynı zamanda büyük miktardaki refah ve zenginliği beraberinde getirmektedir. Zengini daha zengin, fakiri daha fakir yapmaktadır. Fakat direksiyonda kimse yoktur. Hızını ve yönünü kontrol eden bir iç dinamiği veya direksiyonu olmayan bir makine. Makine, dünyayı yeniden yapılandıran, kendi kendine işleyen, bir ekonomik sistem draması oluşturan, zorunlu global endüstriyel devrimin zorunlulukları tarafından yönetilen modern kapitalizmdir.

Tanımlanmaya çalışılan küreselleşme kavramının günümüz dünyasında oluşan tüm olguları açıklama savında bulunan güncel bir kavram olarak gözüktüğü söylenebilir. Ancak; yukarıda görüldüğü gibi kavramın açıklamaya çalıştığı olgularda ortak bir uzlaşma bulunmadığı da kabul görmesi gereken bir gerçekliktir. Küreselleşme kavramı üzerinde bulunan tüm tartışmaların genel olarak birbirine zıt yaklaşımlar etrafında yoğunlaştığı da literatür taramalarının bir sonucunda ortaya çıkmaktadır.

b. Küreselleşme Yaklaşımları

Küreselleşmeye ilişkin yaklaşımları genel olarak üç grupta toplamak mümkündür. Aşırı küreselleşmeciler, şüpheciler ve dönüşümcüler olmak üzere.⁴⁹

- Ulus devletin aşıldığı ve artık küresel bir uygarlığın doğmakta olduğu şeklindeki yaklaşımı savunan aşırı küreselleşmeciler, küreselleşme

⁴⁷ Fikret Başkaya, Sömürgecilik, Emperyalizm, Küreselleşme, Ankara, Öteki Ajans, 1997, s.39.

⁴⁸ Ersan Öz, "Globalleşme", Ankara, Dış Ticaret Dergisi, Temmuz 2001 Sayısı, 2001, s.1.

⁴⁹ Güliz Uluç, **Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı**, İstanbul, Anahtar Kitaplar Yayınevi, 2003, s.175.

sonucu kaynakların serbest dolaşımının, her şeyi yeniden düzenlediği görüşünü ileri sürmektedirler. Artık küresel piyasa politikanın yerini almaktadır; çünkü piyasa mekanizması hükümetlerden daha rasyonel çalışmaktadır.

- Şüphecilere göre ise; küresel ekonomi, sağladığı yararlar, kazandırdığı deneyimler ve getirdiği musibetler ne olursa olsun, önceki dönemlerde var olan ekonomiden özellikle farklı bir şey değil. Para ticareti dahil olmak üzere yoğun ticaretin yapıldığı, açık bir küresel ekonomi 19.yüzyılın sonunda da vardı. Fark, bugün yeryüzünde daha önceki sömürge dönemlerinin hepsini geride bırakacak ölçüde güneyden kuzeye doğru bir kaynak akımının başlatılmasıdır.
- Dönüşümcüler ise küreselleşmeyi, modern toplumları ve dünya düzenini yeniden şekillendiren hızlı sosyal, siyasal ve ekonomik değişmelerin arkasındaki ana siyasal güç olarak görmektedir. Artık dışişleri ile iç işleri arasında açık bir ayırım yapmak söz konusu değildir. Karşılıklı alınıp satılan malların miktarı 19. yüzyılla karşılaştırılamayacak kadar fazladır. Bundan daha da önemlisi ekonominin giderek daha fazla bir şekilde hizmet sektörüne bağlı hale gelmesidir. İletişim devrimi sayesinde, eski yapılar yıkılmaya, eski alışkanlıklar unutulmaya ve kültürler de diğer kültürlerle karşılıklı etkileşime girmeye başlamıştır.

Küreselleşmenin genel algılanma biçimlerine bakıldığında ise dört ana fikir grubuna rastlanılmaktadır: yenilik yaklaşımı, geçmişe dönüş yaklaşımı, devamlılık yaklaşımı ve dönüşüm yaklaşımı.⁵⁰

- Yenilik Yaklaşımı, genelde neoliberallerin inandığı ve desteklediği bir tezdır. Küreselleşmenin kendine özgü bir yapı olduğunu ve dolayısıyla da küreselleşmenin ne geçmiş bir düzenin tekrarı, ne de başlamış bir sürecin devamı olduğunu öne sürer.

⁵⁰ Cem Karadeli, "Küreselleşme ve Dünya Düzenleri", **Küreselleşme ve Alternatif Küreselleşme Sempozyum Bildirileri**, Ankara, Phoenix Yayınevi, 2005, s.6.

- Geçmişe dönüş yaklaşımı, genelde radikal sol ve muhafazakar sağ akımlarca benimsenen bir savdır ve dünyanın şu anki halini geçmişte yaşanmış dünya düzenlerinin geri dönüşü olarak algılamaktadır. Bu yaklaşımda ön planda olan geçmiş dünya düzeni fikri, Birinci Dünya Savaşı öncesindeki yapıya geri dönüldüğü fikridir.
- Devamlılık yaklaşımı'nın savunucuları, küresel siyasette devasa ölçekte değişimlerin ya imkansız olduğunu ya da çok yavaş bir tempoda gerçekleştiğini öne sürerler.
- Dönüşüm yaklaşımı'nın savunucuları, dünya düzeninde tarihi bir kayma yaşadığımız savındadırlar. Yenilikçilerden farkları, küreselleşmenin modern çağ boyunca çeşitli yoğunluklarda karşımıza çıkmış ve kendini hazırlamış olduğuna inanmalarıdır.

En genel anlamda işgücünün, sermayenin, teknolojinin, mal ve hizmet piyasalarının uluslararası nitelik kazanması ve hareket etmesi olarak tanımlayabileceğimiz küreselleşme ne ölçüde tepki toplarsa toplansın, neticede yeni dünya düzeni içinde engellenemez bir biçimde yerini, giderek daha da sağlamlaştırmaktadır. Küreselleşen bir dünyada ulus devlet olarak tek başına rekabet etmenin doğurduğu sıkıntılar, ülkeleri bölgesel bloklar oluşturarak serbest ticaret alanları yaratmaya, hatta daha da ileri giderek ortak siyasal, hukuksal ve toplumsal sistemler kurmaya itmiştir. Tüm dünyada bölgesel bütünleşme alternatifleri hızla artarken, önümüzdeki yıllarda dünya ekonomisi ve ticaretinin hemen tümüne yakınının, Avrupa Birliği (AB), Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması (NAFTA) ile Japonya, Çin ve ABD gibi dünya devlerini içinde barındıran Asya Pasifik Ekonomik İşbirliği (APEC) çerçevesinde oluşacağı tahmin edilmektedir.⁵¹

⁵¹ Gültan, s.44.

c. Küreselleşmenin Etkileri

Her değişim ve dönüşümün olumlu etkileri olduğu gibi olumsuz etkileri de vardır. Küreselleşmeye ilişkin olumlu ve olumsuz etkiler şöyle özetlenebilir:⁵²

Olumlu Etkiler

- Küreselleşme ile zaman ve mekan sınırları yüzyıllar boyunca adım adım genişleyerek günümüze kadar gelmiş, dünyada olup biten her şey bütün insanlığa mal edilmeye başlanmıştır.
- İnsanlığın ortak değerleri oluşmaya başlamış, insan ve onun eserleri, yani kültür ve uygarlık yeni baştan anlamlandırılmıştır.
- İnsan hakları, özgürlük, adalet ve eşitlik gibi kavramlar yaygınlaştıkça, insanlar yeni bir kişilik kazanmaya, kendine inanmaya ve güven duymaya başlamıştır.
- Her ülkenin sadece seçkin bir kesimini eğitmenin çıkar yol olmadığı, kalkınma için halkın tabanına kadar ulaşan bir eğitim sistemiyle kitlesel olarak yetişmiş nitelikli nüfusa ihtiyaç olduğu gerçeği kavranılmıştır.
- Sağlık alanında bir çok hastalık ülkelerin işbirliği ile yenilmiş, bebek ve çocuk ölümleri azalmış, insanların yaşam süreleri uzamış, sağlıklı yaşam olanakları genişlemiştir.
- Ülkeler arasında çeşitlenmiş işgücünün serbest dolaşımı sağlanmış, üretim ve tüketimde rekabet artmış, dünyanın neresinde olursa olsun insanlar birbirlerinin üretiminden faydalanmaya ve birbirlerinin ürünlerini tüketmeye başlamıştır.

⁵² Refik Balay, "Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim", Ankara, **Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi**, Cilt: 37, Sayı: 2, 2004, s.64-65.

- İnsanlar arasında yeni ve ortak yaşam biçimleri belirmeye başlamış, ortak eğitim politikaları yoluyla ülke vatandaşları arasında ortak kavrayış ve anlayışlar gelişmiştir.

Olumsuz Etkiler

- Küreselleşen dünyada güçlü devletlerle bütünleşmek zorunda kalan gecikmiş ulusal devletler ekonomik, siyasal ve kültürel açıdan büyük devletlerin açık etkisine maruz kalmıştır.
- Küreselleşme toplumları birbirinden farklı ve hatta zıt olan iki yöne doğru çekmeye başlamıştır. Birinci yönde toplumlar daha da yaklaşp bütünleşirken, öteki yönde ulusalcılık, etnik ulusalcılık ile parçalanma sürecine sokulmuştur.
- Küreselleşme zenginleşmenin ve refahın dağılımı kadar, fakirlik ve sefaletin dağılımını da hızlandırmıştır.
- Dünyada eğitim sürecine katılan insanların sayısı giderek artmaktadır. Her kademedeki eğitim kurumları teknolojik imkânları kullanarak insanların bilgi ve beceri düzeylerini yükseltmektedir. Buna karşılık eğitimden yararlanmayanların sayısında bir azalma değil, artma olduğu görülmektedir.

Aşağıdaki tabloda küreselleşmenin olumsuz etkileri daha ayrıntılı görülmektedir.

Tablo 3
Küreselleşmenin Dünya Gelir Eşitsizliği Üzerindeki Etkileri

Dönem	Küresel Eşitsizlik Eğilimi	Uluslararasıdaki Eşitsizlik		Uluslar İçindeki Eşitsizlik	
		Eğilim	Küreselleşmenin Etkileri	Eğilim	Küreselleşmenin Etkileri
1500-1820	Eşitsizlik Artışı	Eşitsizlik Artışı	Açık bir Etki Yok	Eşitsizlik Artışı (Batı Avrupa)	Açık bir Etki Yok
1820-1914	Eşitsizlik Artışı	Eşitsizlik Artışı	Katılımcı ülkeler katılımcı olmayanlara göre avantaj sahibi. Katılımcı ülkeler arasında göç sermaye akışından daha fazla eşitsizliği azaltmıştır. Daha fazla serbest ticaret, istisnalarla birlikte eşitsizliği azaltmış olabilir	Açık bir eğilim yok.	Küreselleşme yeni dünyada eşitsizliği artırmış, katılımcı Eski Dünya uluslarında ise azaltmıştır.
1914-1950	Açık bir eşitsizlik eğilimi yok	Eşitsizlik Artışı	Küreselleşmeden geri çekilme uluslar arasındaki farkı genişletmiştir.	OECD'de eşitsizlik azalışı	Açık bir Etki Yok
1950-2000	Hafif bir eşitsizlik artışı	Hafif bir eşitsizlik artışı	Küreselleşmiş ticaret ve göç katılımcı ülkeler arasındaki farkı daraltmıştır. Katılımcı olmayan ülkeler geride kalmışlardır.	OECD'de hafif bir eşitsizlik artışı	Küreselleşme OECD ülkeleri içinde eşitsizliği artırmıştır. Diğer ülkeler içinde, katılımcı olmayan bölgeler geride kalmışlardır.

Kaynak: www.dtm.gov.tr/ead/ekonomi/sayi7/kuresel.htm

d. Küreselleşme-Teknoloji İlişkisi ve Internet

Internet bir bilgisayar ağıdır. Hem de dünyadaki en büyük bilgisayar ağı. Şöyle bir açıklama da getirilebilir. Biz iki bilgisayarı birbirine bağlarsak, bir bilgisayar ağı elde etmiş oluruz. O bilgisayarlardan biri bu ağ sayesinde diğerinin içindeki bilgilere ulaşabilir, onları kullanabilir, hatta kendi gerçekleştiremeyeceği bir işlem için diğer bilgisayarın gücünden yararlanabilir⁵³. İşte internette böyle bir bilgisayar ağıdır. Ama bir farkla, internet pek çok bilgisayar ağının birleştirilmesinden oluşmuş, en büyük iletişim ağıdır.

Teknoloji ve iletişim teknolojisindeki devasa gelişmeler ülkeleri ekonomiden, siyasete kadar pek çok alanda birbirlerine doğru iyice yakınlaştırmıştır. Teknolojik gelişmeler ve bunların ortaya koyduğu iletişim ve bilgi ağındaki ilerlemeler dünyayı adeta "küresel bir köy"e dönüştürmüştür. Bu süreçte telekomünikasyon ve ulaşım teknolojisindeki gelişmeler lokomotif işlevi görmektedir.

Teknoloji, küreselleşmenin kaçınılmaz ve önünde durulamaz bir süreç olarak tarifini mümkün kılan bir rol üstlenmiş görünmektedir. Diğer bir deyişle, küreselleşme teknolojik gelişmenin dayattığı bir zorunluluk olarak kurgulanmaktadır.⁵⁴

Teknoloji ve iletişimde oluşan büyük ilerlemelerin etkileyip yönlendirdiği süreçler küreselleşme kavramı ile açıklanmaya çalışılmaktadır. Bilginin, hammaddenin ve hizmetlerin hızlı bir şekilde uluslararası dolaşımı 20. yüzyılın bir gelişimidir. Her ne kadar küreselleşme tartışılır boyutunu güncel tutan bir kavram olarak gözükmüş olsa bile, küreselleşme kavramı 20 yüzyılda kendisini daha fazla hissettirmiştir. Bu kavramın tarihsel süreç içerisindeki irdelenmesinde de; iletişim devrimi çağı, küresel köy, sanayi sonrası toplum gibi pek çok kavramın 1900'lerden sonra neredeyse

⁵³ Lewis Friedland, **Covering The World**, Twentieth Century Fund, New York, 1992, s.96.

⁵⁴ A. Belkıs Tarhan, "*Küreselleşmenin Disiplinlerarası Hikayeleri: Enformasyon Toplumu, Postmodern Durum ve Diğer Kavramlar Hakkında*", İstanbul, **Küreselleşmenin Yüzleri Sempozyumu**, Everest Yayınları, 2005, s.149.

küreselleşme kavramının ulaşmak istediği sonuçları vurgulamasında kullanıldığı görülmektedir, ancak; 1980'lerden sonra hem küreselleşme olgusu hem de küreselleşme kavramı gündeme yerleşmiştir.⁵⁵

Bilişim teknolojilerinin günümüzde bize en fazla görünen yüzü olarak ifade edebileceğimiz internet dünyayı değiştirmektedir.

Sayısal ağları birbirine bağlayan internet sayısal hale getirilen her türlü verinin (ses, görüntü, metin) bilgisayarlar ya da yeni medya teknolojileri arasında kişisel-yerel-ulusal ya da küresel (özel, kamusal ya da yarı kamusal nitelikteki uluslararası veri ağları) ölçekte kişisel bilgisayarlardan ve "akıllı" ev sistemlerinden ağ bilgisayarlarına (merkezi bilgisayar/server) kadar çok geniş bir yelpaze içerisinde alınıp verilmesini sağlayan, temelde şifrelemeye ve şifre çözmeye dayalı özel bir dil kullanan en geniş ölçekli çoklu ortamın adıdır.⁵⁶

Bir başka tanıma göre internet, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişin habercisi, taşıyıcısı, kendisi sürekli değişen, bilgi teknolojilerini değiştiren, giderek toplumu ve yaşamın tüm boyutlarını değişime zorlayan bir teknolojiler kümesidir. Zaman ve mekan farklılıklarını azaltan bir çalışma ortamı; büyük, canlı, dağınık bir kütüphane; esnek ve yetenekli bir haberleşme ortamı; her vatandaşın kendi radyo, gazete ve televizyonunu kurabileceği bir yayın ortamı; tüm dünyaya hitap eden bir tanıtım ve pazarlama ortamı; iş bağlantılarının kurulabileceği, alım satımın yapılabileceği bir elektronik ticaret ve iş ortamıdır.⁵⁷

⁵⁵ Kahraman Çatı, "Küreselleşen Dünyada Uluslararası Pazarlama Açısından Kültür", İstanbul, **Pazarlama Dünyası Dergisi**, Sayı; 2000-001, 2000, s.42-45.

⁵⁶ Nurcan Törenli, Ankara, **Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı**, Bilim ve Sanat Yayınları, 2005, s.115.

⁵⁷ Selva Ersöz, ve Pınar S. Meral, "İnternet Okuryazarlığı ve Dijital Uçurum", İstanbul, **Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferans Kitapçığı**, 2006, s.149.

Genel olarak internetin gelişimi üç aşamadan ibarettir.⁵⁸

- İlki liderler ve ordu tarafından başlatılmıştır,
- İkinci aşama kullanıcıların gelmesiyle devreye girmiş,
- Sermayenin gelmesiyle de üçüncü aşamaya geçilmiştir.

İnternetin gelişmesindeki kilometre taşlarını genel olarak şu şekilde özetlemek mümkündür;⁵⁹

- İnternet, Soğuk Savaş döneminde 1969'da ARPANET (Advanced Research Projects Agency) olarak başlamıştır. ABD'nin Savunma Bakanlığı'nca çeşitli askeri birimler ve üniversitelerin işbirliğiyle geliştirilen ARPANET, bir iletişim ağı ve savaş koşullarında yok olmayacak bir sistem olarak tasarlanmıştır.
- Zaman içinde ikiye bölünmüş ve 1980'lerin başında IP (İnternet Protocol) terimi ortaya çıkmış, Haziran 1990'da Arpanet kullanımdan kaldırılmış ama IP protokolü kullanılmaya devam etmiştir. Bu protokolle İnternet esas şeklini almıştır.
- Tamamen askeri amaçlı olarak başlamış zaman içinde sivil kullanımdaki potansiyeli anlaşılarak herkesin kullanımına açılmıştır.
- 1990'da UTML ile birlikte artık grafik bilgilerinin (web siteleri) iletimi mümkün olmuştur.
- Tim Bernard Lee'nin Avrupa Nükleer Araştırmalar Merkezin'de (CERN) dünya çapında ağ anlamındaki World Wide Web (www)'i geliştirilmesiyle birlikte İnternet, bugünkü şeklini almıştır. Bu sistemin en önemli özelliği, her türlü grafik unsuru barındıran sayfaları üretebilmesi ve bu sayfaların birbirlerine "tıklamalar" aracılığıyla bağlanabilmesidir. Lee'nin İnternet gelişimine yaptığı en büyük hizmet ise, geliştirdiği bu yazılımın patentini almamış olmasıdır.

⁵⁸ Tolga Kara, *"İnternet Ekonomisini Anlamak"*, İstanbul, **Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı**, 2006, s.295.

⁵⁹ Kürşat Çağıltay, Ankara, İnternet, METU Press, 1997, s.6.

Böylece bu yazılımdan herkes ücretsiz ve serbestçe yararlanabilmektedir.

- 1991’de deneysel ve herkesin kullanımına açık olan ilk web görüntüleme yazılımı olan Mosaic kullanıma girmiş ve 1994 yılında Netscape adıyla pazarlanmaya başlamıştır.

Internet; bilgiyi depolaması, yayması, hızlı ve ucuz olması, her alanda verimliliği arttırmasından dolayı hızla kitleler tarafından rağbet görmektedir. Küreselleşmenin de etkisiyle diğer kitle iletişim araçlarına kıyasla toplumun geneline daha hızlı bir şekilde yayılmıştır. USA Today’de çıkan bir yazıda radyonun elli milyonluk bir dinleyici kitlesine otuz yılda ulaşabildiği, televizyonun ise on üç yılda bu rakama ulaştığı belirtilmektedir. Internetin ise bu rakama dört yıl gibi kısa bir sürede ulaştığı ifade edilmektedir⁶⁰.

Bu kadar hızla yayılan internet modern toplumların yaşam tarzları üzerinde etkili olmuştur. Maliyet açısından diğer iletişim araçlarından düşük esnek yapısı ile internet, eğitim, sağlık, eğlence, çeşitli kültürler hakkında bilgi edinme ve yaşam niteliği açısından bireylere önemli imkanlar sunmaktadır.

Internet teknolojilerine yaklaşım iki ana grupta incelenebilir: ⁶¹

- Liberal Yaklaşım: Bu görüşe göre ilerleme ancak bilgi ile olabilir. Liberal yaklaşımın öngörülleri şu şekildedir:
 - Demokratik bir toplumun alt yapısını yeni iletişim teknolojileri oluşturacaktır.
 - Toplumsal hastalıklar, bilginin artışı ve serbestçe dolaşımı ile yok edilecektir.

⁶⁰ MUTLU Mustafa, Internet ve Demokratik Katılım, Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı,2006, s.248

⁶¹ ÇELİK Tolga-KARAASLAN Enis,Internet Toplumu Oluşum Süreci, <http://inet-tr.org.tr/inetconf9/bildiri/45.doc>(07.02.2007)

- Verimlilik artacak ve bu artış insanlara büyük ölçüde zaman kazandıracaktır. İnsanlar bu artan zamanlarını kültür, eğitim, sanat gibi iş dışındaki alanlarda değerlendirebileceklerdir.
- İnternet sosyal olmayan insanları daha aktif ve katılımcı bir ortama çekerek sosyalleştirecektir.
- Eleştirel Yaklaşım: Bu yaklaşımı savunanlar gelecekte teknolojinin insanın önüne geçeceğini düşünmektedirler. Eleştirel yaklaşımın öngörülerini aşağıdaki gibidir:
 - İnternet'in, yanlış ve kötü amaçlı kullanımı sonucu insanlar asosyalleşmektedir. İnternet'in toplumdan kopuk ve uzak, yalnızlaştırıcı bir etkisi bulunmaktadır. Konuşmak yerine mesaj atmayı tercih eden, iletişimi sadece bilgisayar üzerinden sağlayan kişilerin çoğalması insan ilişkilerini zamanla yok edebilecektir.
 - Sanal ortamda izlenebilmenin mümkün olmasından dolayı gelecekte bir gözetim toplumuna dönüşmesi olasıdır.
 - İnsanlığın teknoloji üzerindeki denetim gücünü giderek kaybetmesi de önemli sorunlara yol açabilecektir.

İletişim teknolojileri sayesinde ortak enformasyon üretmek, almak ve göndermek olabildiğince hızlı ve kolay bir hal almıştır. Kitle iletişim araçları, radyo, televizyon ve gazeteler her geçen gün yayılırken, iletişim süreci de hızlanmış, gittikçe tüm dünyadaki gelişen olaylardan çok kısa sürede haberdar olma imkanı sağlamıştır. Uydu teknolojisi ile radyo ve TV yayınları uluslararası bir boyut kazanırken, mikroelektronik telefaks teknolojisi ile bütün bir gazete sayfası bir kaç dakika içinde binlerce kilometre uzağa gönderilebilmektedir. İnternet teknolojisinin de gelişerek hızla yaygınlaşması, iletişimi oldukça kolaylaştırırken, dünyamızı her geçen gün daha da küçültmektedir.

3.1.2. Yeni Medya Kavramı ve Karakteristikleri

a. Yeni Medya Kavramı

Yeni sıfatı semantik (anlamsal) bir yaklaşımla ele alındığında eleştiriyeye fazlasıyla açıktır. Korkmaz Alemdar ve İrfan Erdoğan Öteki Kuram adlı eserlerinde bu konuyla ilgili çeşitli eleştiriler getirmişlerdir. *"Eskiye yeni kılıfla sunmada bulunan etken yollardan biri eskinin önüne "yeni" koyarak "yeni toz eskisinden daha iyi temizler" yeniliğiyle gelmektedir. Yeni eskiyince daha yeni, en yeni, yepyeni, en geliştirilmiş, mükemmelleştirilmiş"* gibi kavramlar kullanılır. Burada anlaşılması gereken, yukarıda bahsi geçen veya kimilerinin eleştirdiği gibi her seferinde yenisinin çıkmasıyla ertesi gün eskilemiş yeni değildir. Bir başka deyişle yeni, eskinin zıttı anlamında değildir. Yeni, bu manada, örneğin post-modernizmin modernizmi reddettiği gibi, eskiyi reddetmez. Aynı zamanda yeni, eskiyi kullanarak kendini meşrulaştırma çabası içerisinde de değildir; aksine, eskinin üzerine inşa edilmiştir, yani yenin içinde eskiyi bulmak zaten mümkündür. "Yeni" sıfatı, aslında dönüşümü de içinde barındıran bir süreci ifade etmektedir.⁶²

İletişimin, insan için daha ilköğretimden itibaren önemi göz ardı edilemeyecek bir gerçektir. Yaşadığımız dünya sürekli gelişmektedir ve buna bağlı olarak da bir değişim içindedir. Her disiplin bu değişimden etkilenmiştir. Gerek en karmaşık iletişim şekilleri gerekse en basit olarak düşünülebilen insanların birbirleriyle iletişimi bu değişimden doğal olarak etkilenmişlerdir. Teknolojinin son hızla gelişmesiyle zaman içinde iletişim yeni boyutlar kazanmış, iletişim yani bilginin iletilmesi saniyelerle ölçülebilen kısa zaman dilimlerinde mümkün hale gelmiştir. 1990'lı yılların sonlarına doğru bilişim, telekomünikasyon ve medya alanlarındaki baş döndürücü gelişmeler ve bu alanların birbirlerine yaklaşması sonucu yeni medya ortaya çıkmıştır.

⁶² N. Emel Dilmen, ve Sertaç Ögüt, "Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim"e İletişimsel Bilişim Yaklaşımı, İstanbul, **Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitabı**, 2006, s.19.

Yeni medya, gelişen bilgisayar teknolojisiyle geleneksel mecraların çok yönlü ve dijital mecralara dönüşmesi ve bununla beraber teknolojiyle birlikte gelişen etkileşimli medya alternatifleridir⁶³.

Günümüzde sayısal televizyon, internet, cep telefonları, WAP, GPRS, CD, VCD, DVD diğer kitle iletişim araçlarından farklı olarak sayısal teknolojiyle üretilmiş birer yeni medya örnekleridir. Bu örneklerle her geçen gün bir yenisi daha eklenmekte ve yaşam tarzımız, iş hayatımız bu gelişmelere paralel olarak değişmekte ve kolaylaşmaktadır. Buradaki yeni kelimesi ortamı ifade etmektedir. Dönüşüm iletişim ortamında gerçekleşmektedir. Bahsedilen bu ortamı, enformasyon değeri olan bir iletiyi zaman ve/veya mekan içerisinde taşıyarak iletişime sokmak için kullanılan nesne ya da araç olarak tanımlamak mümkündür.⁶⁴

Bilişim bilimi çerçevesinde konuya yaklaştığımızda, yeni kavramını, kitle iletişim ortamlarının sunduğu olanaklar bazında etkileşimin (diğer bir deyişle bireyselliğin) artması olarak tanımlamaktayız.⁶⁵

Çok sayıda bilim adamı yeni medyayı farklı kriterler kullanarak tanımlamaya çalışmıştır. Bazı bilim adamları yeni medyanın teknolojik özelliklerine vurgu yaparken bazı bilim adamları ise yeni medyayı geleneksel medya ile ilişkilendirmiştir.⁶⁶

Yeni medyayı, geleneksel medyayla ilişkilendirmeyenlerin savunduğu görüşe göre, yeni medya, sadece eskisinin bir uzantısı değildir. Eski medya, enformasyon ve eğlenceyi geniş izleyici kitlelerine makul ve rekabete izin veren fiyatlarla sunuyordu. Yeni medyanın özelliği, tüketicilere sunduğu ürün alanının Internet ve diğer kanallarla çeşitlenmesidir. Dikkate değer

⁶³ Sema Misçi, "Yeni Medya Kullanımının Organizasyon Yapısı Üzerindeki Etkileri", İstanbul, **Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı**, 2006, s.128.

⁶⁴ Dilmen, ve Öğüt, s.19.

⁶⁵ Cem S. Sütçü, ve Erhan Akyazı, "Yeni İletişim Ortamları ve Bilgi Uçurumu", İstanbul, **Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı**, 2006, s.281.

⁶⁶ Celalettin Aktaş, "Yeni Medyanın Geleneksel Medya ile Karşılaştırılması", **Medya Üzerine Çalışmalar**, Yrd. Doç. Dr. Gülbuğ Erol (drl.), İstanbul: Beta Yayınları, 1.Basım, 2007. s.107.

olan, tüketici ile enformasyon sağlayıcısı arasında çevrimiçi köprü oluşturmaya başlamasıdır.⁶⁷

Roger Fidler "Mediamorphosis and Understanding New Media." adlı kitabında "İletişim sistemini bir bütün olarak incelediğimizde, yeni medyanın bağımsız ve kendiliğinden ortaya çıkmadığını göreceğiz. Yeni medya, tedrici olarak, eski medyanın yavaş yavaş metamorfoz geçirmesi ile ortaya çıkar ve yeni medya ortaya çıktığında, eski biçimler genelde ölmezler; değişmeyi ve uyum sağlamayı sürdürürler."⁶⁸ demektedir.

Yeni medyayla birlikte ortaya ülke sınırlarının ortadan kalktığı, mesajların, bilgilerin saniyelerle ölçülebilen zaman diliminde iletelebildiği, insan aklıyla karşılaştırılamayacak bir bellek kapasitesinin olduğu bir iletişim ortamına erişilmiştir. Her ne kadar yüz yüze iletişimin yerini almasa da ses ve görüntünün ortama taşınabildiği, görsel-ışitsel iletişim ortamı meydana gelmiştir. Yani göz ve kulak eşzamanlı olarak devrededirler.

Çok yakın zamana kadar, örneğin telefon ile televizyon apayrı iki ortam olarak görülmekteydi. Bilgisayar sistemlerine dayanan bilişim ise bambaşka bir alanın konusuydu. Oysa bilişim alanındaki gelişmeler bu durumu değiştirmiştir. Telefon ile televizyon, bilişimin devreye girmesiyle bir "bütünlük" oluşturur hale gelmişlerdir. Yaklaşık yirmi yıl içinde, üç alanın entegrasyonu daha da belirginleşmiş, bu entegrasyonun doğurduğu, "yeni medya" adı verilen sistemler iletişim sektörüne hakim olmuşlardır. Yeni medyayı mümkün kılan adımlar şu şekildedir;⁶⁹

⁶⁷ Wilson Dizard, Jr., **Old Media New Media Mass Communcations in the Information Age**, 3. Basım, Longman, 2000, s. 16.

⁶⁸ Osman Köroğlu, "Medyanın Dönüşümü", <http://www.mutasyon.net/kultur/makaleler/okoroglu/default3.asp?>, 06.02.2007.

⁶⁹ Uğur, s.336.

- Yüzyüze iletişim dışında kalan bütün iletişim süreçleri elektronikleşmiştir.
- Bu süreç doğrultusunda, eskiden birbirinden farklı diye belenmiş olan üç ortam; Kitle iletişim araçları, telekomünikasyon ve bilgisayar sistemleri içiçe geçmişler; yöndeşme (convergence) içine girmişlerdir. Örneğin, veri iletişimi ve telefon iletişimi aynı iletim ağlarını ve donanımı kullanabilmektedir; ya da, internetteki enformasyon hizmetleri ile iletişim hizmetlerinin içiçe geçmesi örneğindeki gibi hizmet düzeyinde yöndeşme gerçekleşmektedir. En belirginini ise sesin, verinin, metnin ve görüntünün tek bir alt yapı üzerinden iletilmesi, aynı ortamlarda işleme tabi tutmasıdır. Yöndeşme olgusunu mümkün kılan ilke ise sayısallaşma (digitalization) ilkesidir. Hem telefon ile radyo ve televizyon yayınları hem de baskı işlemleri sayısallaşmışlardır.
- Yöndeşme ile elele giden bir diğer can alıcı olanak karşılıklı etkileşim (interactivity) yaygınlık kazanmıştır. Gerçekten de, genellikle bir kaynaktan alıcıya iletilen mesajlar tarzında işleyen tek yönlü iletişim sistemleri yerini hızla iki yönlü etkileşime bırakmaktadır.

Yeni medyadaki “yeni” kavramına asıl atfedilen özellik “etkileşim”dir. Etkileşim yeni medyanın ana karakteri olarak düşünülmektedir. Yeni medya, kullanıcısını enformasyonun pasif bir tüketicisi yerine aktif bir tüketicisi yapma eğilimi içerisindedir.⁷⁰ Bunu gerçekleştirmek için de yeni medya, kullanıcısını sistem ile etkileşim içerisinde olmaya teşvik ederek kullanıcılar ve enformasyon üreticileri arasında çevrimiçi ortamda etkileşimli bağlantılar sağlar.⁷¹ Etkileşim geniş anlamda Steur’ın tanımladığı gibi “gerçek zamanda kullanıcının çevrimiçi iletişim ortamında, iletişimin biçim ve içeriğini değiştirme ve etkilemedeki katılımı” iken, Rafaeli ise “etkileşimin, iletişim ortamının değişken bir niteliği ve bir iletişim sürecinde herhangi bir üçüncü gönderimin ya da mesajın bir öncekileri etkileme kapasitesi olduğunu”

⁷⁰ Aktaş, s.112.

⁷¹ Dizard, s. 4.

vurgular. Yeni medya bağlamında ise etkileşim “iletişim sürecine bu amaç için katılmış teknik düzenlemeler yardımıyla alıcının, verici olabilmesi veya kaynağın mesaj üzerindeki kontrolünü arttırabilmesidir.”⁷² Başka bir tanıma göre etkileşim, iletişim ortamının değişken bir niteliğidir. Yine Steuer’a göre, etkileşimin bu tanımı geleneksel iletişim araçları merkeze alınarak yapılmış bir tanımdır ve internetin etkileşim özelliğini açıklamak için yetersizdir.⁷³

Yeni iletişim teknolojilerinin iletişim sürecine kazandırdığı en önemli unsur, karşılıklı etkileşim kapasitesini artırmasıdır. Geleneksel iletişim araçlarıyla yeni teknolojiler arasındaki ayrımı belirleyen de bu karşılıklı etkileşim özelliğidir. Geleneksel medya etkileşimi oldukça sınırlı bir düzeyde gerçekleştirmiştir: mektupla ya da telefonla katılım gibi. Ancak iki yönlü kablo ve telefon hatları, izleyicinin medya izleme ya da kullanım anına müdahale etme şansını artırmıştır. Etkileşim, kullanıcı-gönderici kontrolü ayrımını bulanıklaştırmıştır. İletişimde kullanıcı denetiminin artması, üç tip kullanım olanağını yaratmıştır: Birincisi, izleyicinin çeşitli kanal ve araçlar arasında seçim şansını artırmıştır. Mesajlar izleyici dışında belirlense ve kullanıcı bu mesajların içerikleri hakkında çok az bilgiye sahip olsa da, kullanıcı tıpkı büyük bir kafeteryada yiyecek tercihi yapar gibi mesajlar arasında seçim yapma olasılığına sahiptir. İkincisi, kullanıcı hangi kanalda ne tür bir bilgiye ulaşacağının bilincinde olarak araç seçiminde özgür kılınmıştır. Üçüncüsü ise kullanıcı doğrudan seçenekleri belirlemede özgürdür. Etkileşimci ortam olarak da değerlendirilen bu durum kullanıcının kendi programını ve bilgisini iletişim kanallarına yüklemesidir.⁷⁴

⁷² Aktaş, s.112.

⁷³ Nilüfer Timisi, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, 1. Basım, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2003. s. 133

⁷⁴ A.g.e., 84–85.

b. Yöndeşme

Yöndeşme (convergence), farklı iletişim platformlarının temel olarak benzer türde hizmetleri taşıyabilme özelliği olarak tanımlanmaktadır.⁷⁵

Yöneşme/yöndeşme (convergence) kavramı, iletişim literatüründe 90'lı yıllardan itibaren sıkça kullanılmaya başlanmıştır. "Convergence" sözcüğü, diğer bilimsel disiplinlerde de benzer anlamlara gelecek şekilde bir terim olarak kullanılmaktadır. Öte yandan yöndeşme yine iletişim literatüründe farklı bir bağlamda da dilimize girmiştir.⁷⁶

Kavram, İngilizce'de "convergence" ile karşılanmaktadır. Buradaki "con" öneki, Latince kökeni itibariyle birlikte, beraber anlamına gelmektedir. Meyletmek, yönelmek anlamına gelen "verge" sözcüğüyle birleştiğinde bir yöne doğru ilerlemek, birlikte aynı noktaya gitmek gibi bir ifade kazanmaktadır.⁷⁷ İngilizce'deki bu "convergence" sözcüğüne karşılık olarak Türkçe'de yöndeşme yerine "yakınsama" ve "tümleşikleşme" gibi sözcükler de önerilmektedir. Fakat iletişim süreç ve yapılarının tek ve ortak bir çizgide birleşecek şekildeki dönüşümünü ifade etmek bağlamında hem bir "yönelim" hem de "karşılıklılık" içermesi bakımından yöneşme/yöndeşme sözcüğü daha uygun düşmektedir.

Bilgi çağında yaşanan toplumsal değişikliğin diğerlerinden farkı, en temel manada hızındadır. Diğer bir deyişle toplumsal değişim (altyapı, yaşam biçimi, kültür), 20.yüzyılın ortasından önce, yüzyıl betimlemesine uygun bir döneme yayılırken, günümüzde bir insan ömründen daha kısa sürede, nesiller arasında gerçekleşmektedir. Bahsedilen hızın sağlanmasında başlıca etkenlerden biri de, bilgi ve iletişim teknolojileri arasındaki "yöndeşme" (convergence) olup, kavramsal olarak; çeşitli ağ platformlarının

⁷⁵ Beril Akıncı Vural, "Enformasyon İletişim Teknolojileri: Gelişimi, Doğası ve Ahlaki Konular" <http://209.85.129.104/search?q=cache:rjxEh9Cy9boJ:155.223.1.158/edergi/venid/s1/9.pdf+medyan%C.>, 21.10.2006.

⁷⁶ Oğuzhan Taş, Yöndeşme ve Medya Endüstrisi: İletişim Alanında Yöndeşme Eğilimleri, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi SBE., 2004), s. 9.

⁷⁷ D. Beybin Kejanlıoğlu, Türkiye'de Yayıncılık Politikası: Ekonomik ve Siyasal Boyutlarıyla Türkiye'de Radyo Televizyon Yayıncılığı, (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi SBE., 1998), s. 54.

temelde benzer türde hizmetleri taşıma yeteneği ve telefon, televizyon ve kişisel bilgisayar gibi kullanıcı dostu tüketici cihazlarının bir araya gelmesi olarak ifade edilmektedir. Genel anlamda yöndeşme, iletişim, medya, telekomünikasyon ve enformasyon endüstrilerinin kullandığı teknolojiler, bu endüstrilerin alanları ve kurumları arasında gerçekleşmektedir. Her türlü enformasyonun aynı alt yapı üzerinden akması ve bu altyapıların küresel boyutta birbirine bağlanmasıyla oluşacak küresel enformasyon altyapısının en önemli gerçekleyeni yöndeşmedir.⁷⁸

İletişim alanında daha önceleri birbirinden ayrı olan altyapıların, hizmetlerin ve endüstrilerin aralarındaki ayrımların teknolojik, sektörel ve düzenleme politikaları bağlamında giderek aşınması ve iletişim biçimlerinin ortak platformları kullanmaya başlamaları olarak da tanımlanabilen yöndeşme son dönemlerde iletişim alanında yaşanan değişimleri açıklamak için en çok kullanılan kavramlardan biri olarak karşımıza çıkar. Yöndeşme olgusunun dünya ekonomisinin bütünleştirilmesinde katalizör görevini üstleneceği ve etkileşimli çoklu ortam hizmetleriyle birlikte, bilgi toplumuna dönüşümde en önemli faktör olacağı belirtilmektedir.

Daha önce farklı kulvarlarda bulunan yayıncılar, telefon taşıyıcıları, kablo şirketleri yeni teknolojilerle bir araya gelmişler, tek bir sektöre doğru yöndeşmişlerdir. Yöndeşme sonucunda daha önceleri belki akıldan bile geçmeyen metin, ses, fotoğraf, müzik gibi belgelerin yeni medyada yayını mümkün hale gelmiştir. 1980 lere kadar üç ayrı alan olarak gelişen medya, telekom ve iletişim sektörlerinin 1990'ların ikinci yarısından itibaren birbirlerine yaklaşmasıyla yeni fırsatlar karşımıza çıkmaya başlamıştır. Yeni medya ile teknolojiler yakınlaşarak; bilgi ve iletişim platformları bilişim platformu olmakta, bilgisayar ve telefon birleşerek akıllı cihazlar halini almaktadır.

⁷⁸ Funda Başaran ve Haluk Geray, Ankara, **İletişim Ağlarının Ekonomisi Telekomünikasyon, Kitle İletişimi, Yazılım ve İnternet**, 2005, s:259.

Yöndeşme kavramı, herhangi bir iletişim türüne, herhangi bir iletişim aracı ve herhangi bir altyapı ile ulaşılması olarak kullanılır. Günümüzde buna sayısal televizyon tipik bir örnektir. Bu yayınlarda geleneksel radyo ve televizyonu da izlemek mümkün olmakla beraber önerilen bir paket içerisinden istenilen bir içerik seçebilmek de mümkündür. Seçilen içeriğe göre ücret ödenir. Sayısal televizyon yayıncılığına olanak sağlayan ise; yayını gönderen uydu teknolojisi, sabit telefon hattı ve alıcının bağlı olduğu akıllı elektronik kutudur. Yine cep telefonları ile internete bağlanma, MP3 dinleme, fotoğraf çekme yada internet üzerinden bankacılık işlemleri ve alışveriş gibi ayrı ayrı iletişim araçları vasıtasıyla elde edilen hizmetlerin, tek bir iletişim ürününden sağlanması sözkonusudur. Tüm bunlara imkan sağlayan ise dijital teknolojidir.

c. Yeni Medyanın Karakteristikleri

Manovich, The Language of New Media isimli eserinde Yeni Medyayı beş temel prensip ile tanımlar⁷⁹.

- Sayısal Temsil (Numerical Representation)
- Modülerlik (Modularity)
- Otomasyon (Automation)
- Değişkenlik (Variability)
- Kod Çevrimi (Transcoding)

Sayısal temsil; medya kaynağı sayısal kodlardan oluşmaktadır. Yani araç sayısal temsil niteliğindedir. Modülerlik; görseller, şekiller, sesler gibi medya elemanları somut örneklemelerin toplanması yoluyla elde edilmektedir. Yeni medya nesneleri bağımsız parçaların hiyerarşik diziliminden oluşmaktadır. Otomasyon; çoğu işlemin otomatik olarak yapılmasına olanak sağlar. Değişkenlik; yeni medya nesnesinin sabit yapıda olmaması, farklı versiyonlarının da üretilmesidir. Kod çevrimi; Bir şeyin formatını değiştirmeyi ifade eder.

⁷⁹ Dilmen ve Ögüt, s.19.

Bu prensiplerin ortak paydası ise Yeni Medyanın sayısal bir nitelikte olduğunu ifade etmeleridir. Bu da verilerin tanımlı, ölçülebilir olduğu anlamına gelmektedir.

Everett M. Rogers yeni iletişim teknolojilerinin en belirgin özelliklerini üç başlık altında toplamaktadır:⁸⁰

- Karşılıklı İletişim (Etkileşim): Gazete ve televizyonda geri besleme kanalları okuyucu mektupları, faksları, cep telefonu mesajları vb. dir. Yeni medya ise karşılıklı etkileşime olanak sağlar. Alıcı ve verici arasında aynı kanal üzerinde bir etkileşim vardır. İletişim sürecine bu amaç için katılmış teknik düzenlemeler yardımıyla alıcının, verici olabilmesi veya kaynağın mesaj üzerindeki kontrolünü arttırabilmesi etkileşimdir.
- Kitlesizleştirme: Tek tek bireylere özel mesajlar iletme ya da alma şeklinde mesaj değişimi sağlayacak özelliklere sahiptir.
- Asenkron (Eşzamansız) Olabilme: Yeni iletişim teknolojilerini kullananlar iletişimi istedikleri zaman başlatabilmekte, dondurmakta ya da bitirebilmektedir. Bu özellik zaman boyutuyla ilgilidir.

Yeni medyanın gelişmesine temel oluşturan ana etmenleri şöyle sıralayabiliriz:⁸¹

- Maliyet düşerken, performans hızla yükselmektedir. Bu da bellek kapasitesinin ve hızının artmasıyla mümkündür. İşlemler oldukça daha kısa sürede ucuza yapılabilmektedir.
- Teknolojik bütünleşme-yöndeşme hız kazanmaktadır. Sayısallaşma ile medyanın farklı kolları bütünleşmekte yani yöndeşmektedir. Tüm iletişim işlemlerinin aynı kanal üzerinden yapılması ISDN (Integrated Service Digital Network - Bütünleşik Hizmetler Sayısal Ağı) ile sağlanmaktadır.

⁸⁰ Geray, s.18.

⁸¹ Törenli, s.94-96.

- Taşınabilirlik yaygınlaşmaktadır. Mikroelektronik alanındaki küçülmelerle bilgisayarların, radyoların vb.nin taşınabilirliği artarken hız ve kapasiteleri giderek artmaktadır.
- Kullanım kolaylaşmaktadır. Elektronik iletişim ürünlerinin kullanımı giderek kolaylaşırken işlemler artık birkaç tuşa basmakla gerçekleştirilebilmektedir.
- Sistemlerin şebekeleşme ve ağ yetenekleri (networking) artmaktadır. Bilgi alışverişini sağlayan şebekeler ve bu şebekelerin birbirine bağlantısı yaygınlaşmaktadır. Ağlar üzerinden verilen hizmetler ve işlem gücü giderek artış göstermektedir. Bu sayede birçok işlem kolayca yapılabilmekte karşılıklı bilgi ve veri alışverişi sağlanabilmektedir.
- Hedefleme yeteneği artmaktadır. Yeni medya ile belirli mesajlar hedef kitleye iletilebilmektedir. Bilgisayarlar tarafından taranmış listelerden seçilen bazı kişilere seçilmiş mesajların gönderilmesini örnek olarak verebiliriz. Günümüzde sıklıkla kişileri bilgilendirmek amacıyla kullanılan teknolojilerden biri de SMS (Short Message Service – Kısa Mesaj Servisi) yani cep telefonlarına gönderilen kısa mesajlardır. Telefon bağlantısı yapmaktan ya da Internet'e bağlanmaktan daha ucuz olduğu için yoğun biçimde tercih edilmektedir. Ancak bu mesajlar en fazla 160 karakter uzunluğunda olabildiğinden daha uzun mesajlarda bir takım kısaltmalar yapılması gerekmektedir. Türkiye'de bir çok haber portalı ve web sitesi önemli haber ve organizasyonları SMS olarak abonelerine yollamaktadır.

Tablo 4
Yeni Medya İle Geleneksel Medya Arasındaki Farklılıklar

	Geleneksel Medya	Yeni Medya
Kanal	Az sayıda	Çok sayıda
Kontrol	Gönderen	Alıcı
İletim	Tek yönlü	İki yönlü, etkileşimli
İçerik	Sınırlı	Çeşitlendirilmiş
Kapsama Alanı	Bölgesel, küresel	Küresel
Toplumsal Kontrol	Kanunlar, meslek ve ahlâk ilkeleri, halk eğitimi	Teknik aygıtlar, izleme
Zaman	Senkron	Asenkron
Yapısı	Merkeziyetçi (bir noktadan-çok noktaya)	Merkeziyetçi olmayan (çok noktadan-çok noktaya)

Kaynak: Celalettin Aktaş, "*Yeni Medyanın Geleneksel Medya ile Karşılaştırılması*", **Medya Üzerine Çalışmalar**, Yrd. Doç. Dr. Gülbuğ Erol (drl.), İstanbul: Beta Yayınları, 1.Basım, 2007. s.107.

d. Olanaklar

Yeni medya, zaman ve mekan kavramlarını ortadan kaldırarak dünyanın bir ucundan diğer ucuna bilgi aktarımı ve paylaşımını saniyelerle ifade edilebilen zaman dilimi içinde gerçekleştirdiği gibi sonsuz bilginin arşivlenmesinde de büyük kolaylıklar sağlamıştır.

Yeni medya için iletişim ağları oldukça önem taşımaktadır. Analog hatlar yerini dijital ağlara terk etmişlerdir. Bu ağların bant genişliğinin artmasıyla metin, ses, görüntü gibi çoklu ortam kaynaklarına ulaşım kolaylaşmaktadır.

Dijitizasyon, enformasyonun (ses, yazı veya görüntü) bilgisayarların kullandığı dijital (ikili) dile dönüştürülmesi sürecidir.⁸² Dijital teknolojiler, analog teknolojilerin yerini alarak tüm iletişim ve kayıt süreçlerinde yeniliklere neden olan teknolojidir. Frekans, elektromanyetik dalgaların bir

⁸² Vural.

zaman birimi içinde kaç kez tam bir salınım yaptığını ifade eden değerdir.⁸³ Analog teknolojilerde iki değer arasında sonsuz frekans değer bulunurken dijital teknolojilerde iki değer arasındaki frekanslar sonlu sayıdadır. Örneğin; "0 veya 1", "evet/hayır" gibi. Bir kere dijitalleşen veri (görüntü, ses vb) çok kolay, ucuz ve hızlı iletilebilir ve kaydedilerek saklanabilir. Bu kolay, hızlı ve ucuz iletim, kayıt ve dönüşüm süreçleri, günümüz medyası için önemli olanaklar sağlamaktadır.

Enformasyonun bu şekilde dönüştürülmesi, farklı kaynaklardan tek bir kanal üzerinden enformasyonun iletilmesini sağlamakta ve bozulma riskini azaltmaktadır. Dijitizasyonun sağladığı belli başlı iki özellik vardır. Bunlar; değerlerin dijitalleşmesiyle elektronik cihazlar tarafından kullanılabilmesi diğeri de değerlerin birbirine dönüşebilmesi ve bir ortamdan diğerine iletilebilmesidir.

Cooley, yeni medyanın yapıp ettiklerini dile getiren ona göre dört önemli etkileşim ortaya çıkarmıştır. Bunlar; anlatım, sürekli kayıt, hız ve yayılım veya halkın tümünü kuşatabilmeyi mümkün kılmadır.⁸⁴

Yazılı basına oranla televizyon ve radyo daha güncel haberler vermesi nedeniyle daha çok tercih edilir hale gelmiştir. Televizyon ve radyo yeni medya desteğiyle özellikle haber medyası alanında önemli ilerlemeler göstermiştir. 1980 lerde başlayan kesintisiz canlı haber akışının özellikle küresel anlamda sağlanması yeni medya ile sağlanmıştır. Buna örnek olarak savaş sırasında yapılan canlı yayınları örnek verebiliriz. Körfez Savaşı bu alanda önemli bir deneyim niteliğindedir.

İletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte geleneksel medyadan sanayileşmiş medyaya, günümüzde ise interaktif medyaya geçiş yaşandığı görülmektedir. İletişim teknolojileri, kitle iletişim araçlarını yaygınlaştırmanın yanı sıra haber anlayışını da değiştirmiştir. Çağın tüm teknolojik ilerlemelerinden yararlanan medya kuruluşları, farklı iletişim araçları ile donatılmıştır.

⁸³ Ümit Atabek, "Yeni İletişim Teknolojileri" ,www.bianet.org/diger/egitim1312.htm, 06.02.2007.

⁸⁴ Sütcü ve Akyazı, s.281.

Basın sektöründe bilgisayara geçişle birlikte sayfa çiziminden haber oluşumuna kadar tüm birimlerde bilgisayar mühendisleri ve programcılardan yararlanılmaya başlanmıştır. Bilgisayara geçişle beraber ürün üzerinde işlem yapabilme şansı yakalanmıştır. Gazetelerin sayfa düzeni ve renk kalitesi de bilgisayar ortamında yapılmaktadır. Yazım ve düzeltme kolaylığı şekil veya yazıyı hareket ettirme, kesme, yapıştırma, silme gibi özeliklerinden dolayı bilgisayarın basım sürecinde kullanımı kısa sürede artmıştır.

Bilgisayar teknolojisindeki gelimeler haber ajanslarının günlük haber geçme oranlarını da önemli ölçüde arttırmıştır.

Muhabirlerde yeni medyanın sağladığı olanaklar ile bir haber ürettiklerinde haber merkezine dönmeden internet üzerinden haberi yayına hazır hale getirebilmektedirler. Ayrıca bilgisayar desteğiyle haberlerini zenginleştirecek resim, açıklama gibi tamamlayıcı bilgilere daha rahat ulaşabilmektedirler.

Raportörler masalarındaki terminaller aracılığı ile haber ve makaleleri iletebilmektedirler ve ilgili tüm birimler arasında bağlantı kurulabilmektedir. Var olan ağ yardımıyla eksiklikler ve yanlışlıklar düzeltilebilmektedir. Ne kadar uzaklıkta olursa olsun basın bürolarından yazı ve haberler saniyeler içinde merkeze gönderilebilmektedir. Böylece günlük haberler en kısa sürede iletebilmektedir.

Ayrıca daha önceleri insanlar televizyon ve radyo programlarını izleyebilmek ve dinleyebilmek için yayın akışına bağlı olmak, belirlenen zamanları beklemek durumunda iken yeni medya ile istediği zamanda izleyebilme ve dinleyebilme imkanına sahiptirler. İstenilen kanal seçilebilmekte, çeşitlendirilmiş haber programları arasından seçim yapılabilmektedir.

Radyo ve televizyon günlük yayın akışını keserek haberi anında kitlelere ulaştırabilmektedirler. Televizyonlarda ise yayın akışını kesecek kadar önemli olmayan haberler alt yazı şeklinde izleyicilere ulaştırılmaktadır.

Bütün bunlara karşılık olarak bazı gazeteler daha taze haber verebilmek için sabah ve akşam baskısı yapmaktadırlar. Hatta bir zamanlar efsanevi gazete kenti olarak anılan Berlin’de 50 yıl boyunca sabah, öğlen ve akşam baskısı olan pek çok gazete vardı.⁸⁵ Ancak bu bile hızlı gelişmeleri yakalamakta yetersiz kalmaktadır. Günümüzde internet gazete ve dergilere televizyon ve radyoyu yakalama şansı vermektedir. Haber kaynakları, mesajlarını tam, eksiksiz, yorumsuz, sansürsüz her yere iletmek için interneti kullanmayı tercih etmektedirler. Internet üzerinden yayın yapan gazetelerde önemli olaylar oldukça hızlı bir şekilde okuyucuya iletilebilmektedir. Medya açısından internetin getirdiği yenilik radyo, televizyon ve yazılı basını aynı anda, aynı ortamda bir araya getirmesidir.

Internet kullanımının yaygınlaşmasıyla, alternatif medya olarak da takdim edilen internet üzerinden yayın yapan yeni bir habercilik türü ortaya çıkmıştır. Bu yeni tür, genel anlamda elektronik yayıncılık, daha özel bir terimle internet gazeteciliği olarak adlandırılabilir.

Bilgiye ulaşma, yayma, kısaca iletişim konusunda sağladığı imkanlar ve getirdiği kolaylıklar, bu yeni teknolojiyi habercilik sektörü için de vazgeçilmez bir araç olarak karşımıza çıkarmış ve yaygınlaştırmıştır.

Internetin gazete ve dergi yayıncılığına getirdiği başka bir imkanda yayın alanını sınırsızlığıdır. Bir yayın organı sadece dağıtıldığı bölgedeki okuyuculara ulaşırken, internette yayınlanan gazeteye tüm internet okuyucuları dünyanın neresinde olursa olsun rahatlıkla ulaşabilme imkanına sahiptirler.

Ayrıca gazete ve dergilerde ileri teknoloji kullanılması ve buna bağlı olarak maliyetlerin artması insanların gazete çıkartmasını ulaşılması çok zor bir hedef haline getirmiştir. Bu nedenle çoğu gazete ve dergiler büyük sermaye grupları tarafından yönetilir hale gelmiştir ve bu gazete ve dergiler bu grupların istek ve amaçları doğrultusunda tek taraflı haberler

⁸⁵ Joachim WİDMAN, İstanbul, **Almanya’dan Bir Örnek, Internet Çağında Gazetecilik**, (Haz.Serhan YEDİĞ-Haşim AKMAN), Metris Yayınları, 2001, s.94.

yayınlamaya başlamışlardır. Gerek yazılı basının ve gerekse görsel medyanın pahalı yatırımlarına gerek duymayan, diğer habercilik sektörlerine göre çok küçük maliyetlerle, hem yazılı basının hem de görsel medyanın fonksiyonlarını da içeren yapısıyla internet gazeteciliği, kitle iletişimi alanında yeni bir olgu olarak yerini almıştır.

İnternetten yayın yaparak coğrafi sınırlar ortadan kaldırılır, fikirler, düşünceler kolaylıkla yayılabilir ve böylece büyük sermaye gruplarının ellerinde bulundurdıkları güç ellerinden alınabilir. Aslında ekonomik nedenler yüzünden, internetin habercilik alanında bir alternatif olarak ortaya çıkması, yalnızca bize özgü bir durum değildir.

Washington Post gazetesi editörleri Leonard Downie ve Robert Kaiser'in "The News About the News" (Haberler Hakkında Haberler) adlı kitabında, ekonomik sorunların basını darboğaza soktuğu belirtilirken, çözüm yolu olarak, internet gazeteciliği önerilmektedir. Newsweek dergisinde yer alan bir makalede bu konu ele alınırken, yakın bir gelecekte internet gazeteciliğinin daha da gelişeceği ve ücretli hale geleceği, internet kullanıcılarının da bunlara erişmek için büyük bedeller ödemekten de kaçınmayacakları belirtilmektedir. Nitekim ülkemizde de internet üzerinden haber yayını yapan çoğu site bedelsiz hizmet verirken, bazı siteler bu hizmetlerini ücretli hale getirmişlerdir.⁸⁶

Türkiye’de de hemen hemen tüm ulusal ölçekli gazeteler, hatta yerel basın, kimi televizyon ve radyolar, kendi internet sitelerini kurmuş ve bir taraftan kendi alanlarında görevlerini yerine getirirken, bir taraftan da okuyucuyu günlük gelişmelerden anında haberdar edebilmek için internet gazeteciliğine başlamışlardır.

Gazete arşivleri oldukça önemli bir bilgi kaynağıdır. Eskiden bu kaynaklardan yararlanabilmek için gazetelere veya gazeteleri arşivleyen kütüphanelere gidip oldukça fazla bir zaman kaybedilirken günümüzde

⁸⁶ Hilmi Bengi, **İnternet Gazeteciliği ve Telif Hakları Sorunu**, <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/36.doc>, 22.01.2007.

internet sayesinde bu gazetelerin arşivlerine oturduğumuz yerden oldukça kısa sürede ulaşabilme şansına sahibiz. Bilgisayar ortamındaki arşivlerde gazete sayfalarının yırtılması, çürümesi gibi sorunlarda ortadan kalkmaktadır.

Yeni medya insan hayatının vazgeçilmezi olmuş, insanlar boş zamanlarını da bu teknolojileri kullanarak geçirmeye başlamışlardır.

Yeni medya, fakslarıyla, televizyonlarıyla, uydu antenleriyle, fiber optik kablolarıyla, bilgisayarlarıyla, mobil telefonları, çağrı cihazları ve banka makineleriyle yaşam tarzımızı, çalışma biçimimizi, birbirimizle ilişki kurma ve sürdürme alışkanlıklarımızı köklü bir biçimde değiştirmektedir.

Yeni iletişim teknolojilerinin doğurduğu en önemli sonuç, küresel ve yerel düzeyde enformasyon ve bilgi akışının hızlanmış, kolaylaşmış ve ucuzlamış olmasıdır. Artık dünyanın herhangi bir A noktasından herhangi bir B noktasına günün herhangi bir anında sinyal ulaştırmak, ses, yazı, görüntü ve veri göndermek, sorun olmaktan çıkmıştır.

3.2. Dijital Bölünme ve Dijital Uçurum

3.2.1. Dijital Bölünme ve Dijital Uçurum Kavramları

a. Dijital Bölünme ve Dijital Uçurum Kavramları

Kitle iletişim araçlarındaki gelişmelerle birlikte başka toplumların, başka kültürlerin hayat standartları, yaşam biçimleri ve tüketim davranışlarından haberdar olunur hale gelinmesi, birçok toplumun gücü yetmese de böyle bir kültüre özlem duymasına neden olmaktadır. Özel televizyonların tüketime dayalı yaşam tarzını özenilecek bir modelmiş gibi sunması, dünyanın pek çok kesiminden böyle bir kültüre karşı olumlu bir tavrın gelişmesine ve benzer yaşam tarzlarının talep edilmesine yol açmıştır.

Enformasyon ve telekomünikasyon teknolojileri yirminci yüzyılı şekillendiren en etkili güçlerden biridir. Bu teknolojiler insanların yaşama, öğrenme ve çalışma şekilleriyle, sivil toplum ile devletin etkileşimini devrim

yaratacak şekilde etkilemiştir⁸⁷. Bireysel ve toplumsal yaşamı kökünden değiştirmekte; çok ciddi ekonomik, sosyal, kültürel ve politik sonuçlar doğurmakta olan bu devrim, "Bilgi ve iletişim teknolojilerine ve hizmetlerine eşit erişememe" adını verdiğimiz "Dijital Bölünme (Digital Divide)" başta olmak üzere pek çok soruna da sebep olmaktadır⁸⁸.

Yeni medya ortaya çıkmasından itibaren kişiler, kurumlar buna bağlı olarak da kültürleri etkileyerek bunlar üzerinde olumlu ya da olumsuz birtakım etkiler meydana getirmiştir. Olumsuz yöndeki bu etkilerde dijital bölünme/dijital uçurum kavramlarının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.⁸⁹

Bilişim ve iletişim teknolojilerine erişim imkanı ne yazık ki bu teknolojilerin geliştiği hızla ve eşit bir biçimde toplumlara yayılmamaktadır. Bu imkanlardan eşit ölçüde yararlanamayan kişi, topluluk, bölge ve ülkelerle, yararlanabilenler arasındaki farkı vurgulayan bu kavram ilk kez ABD'de Ulusal İletişim ve Bilişim Danışmanlığı görevinde bulunan Larry Irving tarafından kullanılmıştır.⁹⁰

Sayısal uçurum kavramı; değişik coğrafi alanlarda sosyo-ekonomik koşullar bakımından farklılık gösteren ticari işletmeler ve bireylerin, bilgi ve haberleşme teknolojilerine erişim imkanı ile internet kullanım amacına yönelik geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır.⁹¹

⁸⁷ Michel J. Menou , "The Global Digital Divide; beyond hICTeria", **Aslib Proceedings**, Vol.53, April, No.4, 2001, p.112.

⁸⁸ Mustafa Alkan, Cafer Canbay, "Cenevre'den Tunus'a Dünya Bilgi Toplumu Zirvesi", **Türkiye Bilişim Derneği 21.Ulusal Bilişim Kurultayı**, Erişim: <http://kurultay.tbd.org.tr/sayfa-290-332.pdf> (03.02.2007), s.291.

⁸⁹ Lütfü Öztürk, "Türkiye'de Dijital Eşitsizlik: Tübitak-Bilten Anketleri Üzerine Bir Değerlendirme", Kayseri, **Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi**, Sayı:24, Ocak-Haziran, 2005, s:112.

⁹⁰ Ersöz ve Meral, s.152.

⁹¹ A.g.e., s.154.

Bilişim teknolojilerine erişme kavramını;⁹²

- Zihinsel Erişim; yeni teknolojilerin cazip gelmemesi, bilgisayar korkusu ve ilgi eksikliğinden kaynaklanan temel düzeyde dijital tecrübeden yoksun olma,
- Maddi Erişim; bilgisayar ve iletişim ağı alt yapısına sahip olamama,
- Tecrübe Erişimi; yetersiz eğitim, yetersiz toplumsal destek ve kullanıcı dostu olmayan teknolojik yapılardan kaynaklanan tecrübe eksikliği,
- Kullanım Erişimi; önemli kullanım fırsatlarını yakalayamama

olarak sınıflandırabiliriz.

Keniston'a göre ise genel anlamda zengin ve güçlü bireyler ile fakir ve güçsüz bireyler arasındaki ayrım olarak düşünülen dijital bölünmenin analitik bir inceleme yapılırsa farklı boyutları bulunmaktadır.

Birinci bölünme; endüstrileşmiş ya da gelişmekte olan bütün ülkelerde var olan zengin, eğitilmiş ve güçlü olanlarla olmayanlar arasındakidir. Örneğin ABD'de yüksek gelirli ve eğitilmiş olanlarla düşük gelirli ve az eğitilmiş olanlar arasında bilgisayar sahipliği ve internet erişimi gibi konularda belirgin farklılıklar bulunmaktadır.

İkinci bölünme; daha az dikkat çeken lisan ve kültür alanlarındadır. Birçok ülke İngilizce ya da bir diğer batı Avrupa dilini konuşabilenler ile konuşamayanlar arasında bölünmüştür. Farklı kültürlerle sahip olanlar, göçmenler, ya da yaşadıkları ülkenin dilini bilmeyenler eğitimde ve iş hayatında başarılı olamamaktadırlar.

⁹² Akyazı, s.3.

Üçüncü bölünme ise; ilk ikisinden sonra kaçınılmaz olarak ortaya çıkan zengin ve fakir ülkeler arasındaki genişleyen uçurumdur. 1999 Birleşmiş Milletler İnsani Gelişme Raporu, büyük ölçüde kuzeyli zengin ülkelerle güneyli fakir ülkeler arasındaki açığa işaret etmektedir.

Ülkeler arasındaki dijital bölünmenin artmasının nedenleri açıktır. Eğer enformasyon ve iletişim teknolojilerine kapsamlı erişim bir ulusa avantaj sağlıyorsa, erişim seviyesinde gecikme diğer ulus için dezavantaj oluşturur ve açığın büyümesine neden olur. Bu nedenle uluslararası alanda kuzey ve güney arasındaki bölünme giderek artmaktadır⁹³.

UNDP (United Nations Development Programme - Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı) İnsani Gelişmişlik Raporlarında da gündeme gelen BİT (Bilgi ve İletişim Teknolojileri) olanaklarına erişim eşitsizliği ile ilgili olarak BM (Birleşmiş Milletler), 1997 Nisan'ında şu saptamayı yapmıştır: "Bilgi ve iletişim alanındaki fırsatlar, kaynaklar ve erişim dağılımında gittikçe artan bir eşitsizlik vardır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında bilgi teknolojileri ve onunla ilgili uçurum giderek büyümekte, bilgi yoksulluğu olarak adlandırılan bir çeşit yeni yoksulluk ortaya çıkmaktadır. BM, G8, OECD gibi uluslararası örgütlerin yanı sıra ulus devletler tarafından çeşitli tedbirlerin alındığı bu konuda asıl sorun, maliyetin nasıl ve kimler tarafından karşılanacağına ilişkindir. Bilgi çağının önemli sorunlarından bir diğeri, bilgiye erişim imkanlarına sahip kesimin içinde bulunduğu karmaşa ortamıdır ve adeta enformasyon bombardımanının yanısıra çok çeşitli saldırılara maruz kalan bireyin durumu güçtür. Teknolojik altyapı ile insanoğlunun iyiliği, refahı, mutluluğu için olduğu kadar, tam tersi yönde de kullanılabilen teknolojik ilerlemenin hızına ayak uydurması hiç de kolay olmayan hukuki altyapı eksikliği, varolan hukuk sistemlerinin de küresel çapta uygulanabilir olmayışı sonucunda, elektronik sahtekarlık, müstehcenlik, mahremiyete saldırı gibi, her geçen gün çeşitlenen suçlar ortaya çıkmaktadır. Her türlü metin, görüntü, veri ve bilginin internet aracılığı ile denetimsiz biçimde akışı, küresel ağlara bağlı kitlelerin karşı

⁹³ Kenneth Keniston, "Four Digital Divides", Erişim: http://www.mit.edu/people/kken/PAPERS/Intro_Sage.html (10.02.2006).

karşıya kaldığı yukarıda sözü edilen tehlikeleri bertaraf edecek teknolojik çözümlerin herkes tarafından etkin kullanılamaması, hukukun ise yeterince cezalandırıcı ya da caydırıcı olamaması, BİT olanaklarına sahip kesimde, ciddi bireysel ve toplumsal sorunlara neden olmaktadır. Bireysel bazda, aşırı bilgi yüklemesi ve biraz iddialı olunursa “bilgi kirlenmesi” ile karşı karşıya kalan veya en hafifinden bilgi denizinde boğulmama savaşı veren bilgi toplumu fertlerinin “doğru” ve “yararlı” enformasyona kolaylıkla ulaştığını söylemek artık olası değildir. John Naisbitt, bu durumu, enformasyon içinde yüzerken bilgi için açlıktan ölmek şeklinde ifade etmekte, kontrol edilmeyen, organize edilmeyen enformasyon kirlenmesi karmaşasının, bilgi işçisinin düşmanı haline geldiğini iddia etmektedir.⁹⁴

b. Dijital Bölünmenin Sonuçları

Bilgi toplumlarında bireyler teknolojinin getirdiği yeniliklerden olumlu yada olumsuz biçimde etkilenmektedirler Yeni ortama olumsuz yaklaşımlar olarak; sayısal uçurum, yeni düzene adaptasyon sorunu, dijital dışlama, boş dünya eleştirileri, iletişim teknolojileri ve insan sağlığı, sanal ortamın bireyi yalnızlaştırması, toplumsal fertlerin birbirine yabancılaşması, yeni ortamda yaşanan kimlik karmaşası, bilinçsiz tüketim anlayışı ve faydasız kullanım biçimleri sıralanmıştır.⁹⁵

İnternetin her ne kadar var olan ilişkileri arttırdığı ve yeni sosyal ilişkilerin oluşmasına katkısı olduğu söylene de bireylerin yalnızlığını arttırdığı bir gerçektir.

Bilgi toplumu kavramı kaçınılmaz olarak iyi niteliğini de beraberinde getiriyormuş gibi görünebilir. Bunun temelinde yatan “enformasyon” yerine “bilgi” sözcüğünü kullanıyor olmamızdır. Yoksa bilginin özündeki olumlu olma hali Bilgi Toplumu’nda doğal olarak bulunmak durumunda değildir. Bunun temel göstergelerinden birisi Bilgi Toplumu’nun birlikte getirdiği

⁹⁴ Gültan, s.17.

⁹⁵ Vahit İlhan, “Yeni İletişim Teknolojilerinin Gündelik Hayattaki Yeri (Kayseri Örneği)”, İstanbul, **Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı**, 2006, s.254.

temel ayrım olan Sayısal Uçurum'dur. Toplumda bilgi teknolojilerine sahip olanlar ile olmayanlar arasındaki farklılıklar Bilgi Toplumu'na geçişte azalmak yerine artmış, Sanayi Toplumu'nun refah içindeki kesimleri bilişim teknolojilerini en iyi kullanan ve dolayısı ile bu yeni teknolojilerden elde edilen yeni katma değerden en fazla yararlanan kesimler olmuşlardır. Oysa bilişim teknolojilerinin özellikleri gereği paylaşım çok daha kolay ve yaygın gerçekleştirilebilir. Bunun gerçekleşmemesinin temelindeki ana neden zorluklar değil, önceliklerdir. Paylaşımdaki çarpıkların oluşturduğu Sayısal Uçurum şu şekillerde en belirgin haldedir:⁹⁶

- Sınıflararası
- Bölgelerarası
- Nesillerarası
- Cinslerarası

Bilgi, özellikle bilimsel bilgi tarihin hiçbir döneminde bedavaya üretilmemiş ve tüketilmemiştir: kitabı satın almanız gerekir, eğitim içinde en azından vergi vererek bir bedel ödersiniz. Buna karşılık bilimsel bilgi her zaman kamuya açık olmuştur. Bilimsel bilgi ile teknolojik ürün arasındaki en önemli fark budur: teknolojik ürün patentlenir, bilimsel bilgi için ise onu ilk üreten olmanın şansı yeterlidir. Günümüzde ise ikili bir tehdit var: bir yandan devletler vatandaşın enformasyona ulaşma hakkını gaspediyor, diğer yandan da bilimsel bilginin kamusal niteliği sarsıntı geçiriyor. 1980 sonrası birçok şey gibi araştırmada serbest piyasa koşullarına tabi kılındı, bilimden servet sahibi olmak mümkün hale geldi. Amerika'daki ünlü birçok araştırmacı ya şirket sahibi ya da bir şirketin ortağı. Bunun bedeli, üretilen bilginin kamusal niteliğinin yok olması, özel şirketlerin tekeline girmesidir. Bu da bilginin daha geniş kesimlere yayılmasının önünde ciddi bir engeldir. Bilgi üretimi, işbirliğini, günümüzde ise özellikle farklı disiplinden gelen

⁹⁶ Erkan Tekman, "**Enformatik Sistemler ve Bilgi Toplumu**", Ankara, **Bilgi Toplumuna Geçiş Sorunsallar/Görüşler,Yorumlar/Eleştiriler ve Tartışmalar**, Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları, 2002, s.266.

araştırmacıların işbirliğini gerektirir. Karşılıklı fikir alışverişi, açık tartışma, özgür eleştiri yeni görüş ve kuramların ortaya çıkması için elzemdir. Bilginin servete tahvil edilebilen bir girdi olarak görülmesi aynı zamanda gizliliğe neden olmakta, paylaşımı, işbirliğini zedelemektedir. Bu uzun vadede binilen dalın kesilmesinden başka bir sonuç vermemektedir.⁹⁷

Uzun bir süredir özellikle uluslararası zeminde çoğalan bir enformasyon akışının olduğunu, özellikle 1970'lerde, UNESCO bünyesinde "Yeni Bir Enformasyon Düzeni" arayışı biçiminde kendini ortaya koyan girişim çerçevesinde gerçekleştirilmiş yüzlerce çalışma bu yönde tanıklık etmiştir. 70'lerden 2000'e gelindiğinde bu dengesizliğin azalmaktan ziyade arttığını hepimiz bilmekteyiz.

Mowlana'nın belirtmiş olduğu iletişim ağları üzerinde uluslararası veri akışı yapısının özellikleri bu yaklaşımı destekler niteliktedir:⁹⁸

- Ham enformasyon geliştirmekte olan ülkelere gelişmiş ülkelere özellikle ABD'ye doğru kayar.
- Gelişmiş ülkeler, ham enformasyonu depolamada, işlemede ve kullanmada birbirleriyle kendi aralarında işbirliği yaparlar.
- Geliştirmekte olan ülkeler, kendilerinden giden ham enformasyonu işlenmiş olarak ve para ödeyerek geri alırlar.
- Geliştirmekte olan ülkeler kendi aralarında işbirliği yapmazlar.

Ancak enformasyon varsıllarıyla yoksulları arasındaki uçurumun esasen sosyo-ekonomik eşitsizlikle paralel gittiği de bilinen bir gerçektir. Dolayısıyla küreselleşmenin sonuçlarıyla ilgili tartışmalarda yapılan bir saptama yanlış olmayacaktır: Kuşkusuz, uçurum açılmaya devam etmektedir; ancak enformasyon yoksullarının eriştikleri enformasyonun hacmi, varsıllarınki kadar olmasa da, eskiye kıyasla hızla artmaktadır.

⁹⁷ Gürol Irzık, "Bilgi Toplumu mu, Enformasyon Toplumu mu? Analitik-Eleştirel Bir Yaklaşım", Ankara, **Bilgi Toplumu Geçiş Sorunsalları/Görüşler,Yorumlar/Eleştiriler ve Tartışmalar**, Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları, 2002, s.61.

⁹⁸ Geray, s.59.

Mevcut durumun köklü bir değişikliğe uğramasını beklemek safdillik olacaksa da, yeni enformasyon teknolojilerinin altta kalanlara eskiden sahip olmadıkları ifade araçları sunduğuna ilişkin bulgular da yok değildir. İnternet yeni bir kamusallık biçiminin yaratılmasında ciddi potansiyellere sahiptir; ancak bu kamusal ortamın yeni bir kamusal alan olarak düşünülmesi, bir toplumsal ağ olabilmesi, herkese açıklık ve erişim sunularının genişletilmesi ile olanaklı olacaktır.⁹⁹

Ancak yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin hakim olduğu dünya zaten ağ kurma becerisinin geliştiği ve herkesin eskiye kıyasla daha fazla söz aldığı bir dünyadır. Artık merkezi bir kamusal alanda söz alındığı vakit yaratılan etkinin benzerine rastlamak olanaksızdır. Küresel iletişim ortamı parçalanmış kamusal alanlardan oluşmaktadır. Altta kalanlar söz alma fırsatına kavuştukları sırada, sözün etkisi azalmaya yüz tutmuştur.

Dijital uçurum diğer eşitsizliklere göre daha geniş bir alanı kaplamakta ve hergeçen gün biraz daha büyümektedir. Genel olarak BİT ve eşitsizlikler arasında ilişkinin mantığı, kaynakların ve fırsatların kıt ve aynı zamanda dağılımının asimetrik olduğu yerlere yeni teknolojilerin girişiyle ilgilidir.¹⁰⁰

Gelişmekte olan ülkelerde temel eğitimde bile bir eşitsizlik yaşanırken BİT'ne erişim ve kullanım bu kesim için çok uzaklardadır. BİT'in yaygınlaşmasıyla iyi eğitim görmüş kişilere ihtiyaç artarken, vasıfsız işgücüne talep azalacaktır. Bu da vasıflı kişilerin ücretlerini arttırıcı bir etki yaparken, vasıfsız kişilerin de ücretlerini düşürücü bir etki yapacaktır. BİT beraberinde insan gücü yerine makinalaşmayı getirdiğinden birçok kişi işlerini kaybedecektir.

Ülkeler açısından bir karşılaştırma yapıldığında ise bu teknolojilerden en iyi şekilde yaralanan bu teknolojileri üreten ülkeler her zaman bu yarışta bir adım daha önde olacaklardır. Burada önemli olan teknolojiyi satın almak

⁹⁹ Uğur, s.341.

¹⁰⁰ Öztürk, s.111.

değil, üretmektir. Çünkü bu teknolojiler her ne kadar yüksek meblağlar ödenerek elde edilse bile, her geçen gün yeni bir teknoloji ortaya çıktığından gün gelecek bu teknolojiyi satın alacak parasal güç kalmayacaktır. Eldeki teknolojiler eskiyecek geçerliliğini kaybedeceklerdir. Bundan dolayıdır ki ana hedef teknolojiyi üretmek olmalıdır.

d. Küresel ve Yerel Manada Dijital Bölünmenin Mevcut Durumu

Sayısal bölünme sadece uluslararası boyutta az gelişmiş ve gelişmiş ülkeler arasında değil, bir ülkenin kendi içinde kurumlar ve kişiler arasında da görülmektedir. Sayısal bölünme çeşitli kriterle ölçülebilmektedir. Ama en yaygın olarak kullanılan kriterler internet kullananların sayısı ve bilgisayar sahiplik oranıdır. Ancak bu değişkenlere ek olarak hane halkının internete erişim hızı, internette kalma süresi, kişisel bilgisayarların nitelikleri ve bireylerin e-okuryazarlığı ve gelir grupları, eğitim durumu, yaş, cinsiyet gibi çeşitli demografik değişkenler de kullanılabilir.¹⁰¹

e. Çözümler

Dijital bölünmeyi ortadan kaldırmanın önemini vurgulayan çeşitli tartışmalar bulunmaktadır. Tartışmalardaki temel tezler aşağıdaki gibi listelenebilir:¹⁰²

- Ekonomik eşitlik; Gelişmiş ülkeler, sivil hayatın temel bir parçası olarak gördükleri internet erişimini, vatandaşlarına sunmayı bir hedef haline getirmişlerdir. Telefon ise daha çok güvenlik için önem arz eder. Tıbbi, kriminal ve diğer acil durumlarda, zor durumdaki kişilerin telefon kullanarak bulundukları durumdan kurtulmaları daha kolaydır. Bunun yanı sıra kariyer, sivil hayat, güvenlik ve benzeri konularda hayati önem taşıyan bilgiler artan ölçüde internet üzerinde

¹⁰¹ Öztürk, s:113.

¹⁰² ICFA-SCIC, " *Digital Divide and measures taken by Government of Pakistan*", Erişim: http://icfa-scic.web.cern.ch/ICFA-SCIC/docs/WorkDocs/PakistanReport_ArshadAli010603.doc, (22.01.2007)

kullanılabilmektedir. Sosyal hizmetler dahi bazen elektronik ortamda sunulmaktadır.

- Sosyal mobilite; Genel görüşe göre; bilgisayar ve bilgisayar ağıları insanların eğitim ve iş hayatlarında artan bir önem arz etmektedirler. Bu nedenle eğitimde bilgisayar ve internetin kullanılmalıdır. Bunun olmaması durumunda sosyo-ekonomik konumu düşük olan çocuklar için var olan dijital bölünme ortamında eşitsizlik artmaktadır. Fırsat eşitliği sağlamak amacı ile devlet bu kişilere destek sağlamalıdır.
- Demokrasi; Internetin kullanımı ile demokrasi daha sağlıklı bir yol izlemektedir. En iddialı öngörülere göre ise, seçim ve karar verme süreçlerinde internet halk katılımını arttırır. Doğrudan katılım (Athenian democracy) modelinden bazen bu bağlamda söz edilmektedir.
- Ekonomik büyüme; Enformasyon altyapısının gelişimi ve bunun aktif kullanımı ekonomik büyüme için bir hızlandırıcı olabilmektedir. Enformasyon teknolojileri genel olarak üretkenlik artışları ile birlikte anılmaktadırlar. En yeni teknolojilerin elde edeceği büyük bir başarı bir ülkenin endüstrisine rekabet avantajı sağlayabilmektedir. Bu endüstrilerin gelişmesi ülkenin yararınadır. Büyük bir hedef olarak enformasyon ekonomisinin gelişimi, dijital bölünmeyi hedef alan politikalarla mümkün olmaktadır. Enformasyon endüstrilerinde çalışabilecek daha büyük çaplı ulusal emek gücü, bu politikalara bağlı bulunmaktadır.

İletişim teknolojilerinde gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkeler arasındaki eşitsizliğin uluslararası alanda tartışıldığı ilk platform UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü) dur. UNESCO ve ITU (International Telecommunication Union - Uluslararası Telekomünikasyon Birliği) gibi forumlarda önemli tartışmalar yapılmıştır. Sovyetler Birliği Çin'in de desteğini alan çevre ülkeler, bilgi ve iletişim akışının dengesiz olduğunu,

mesajların sürekli "Batı"dan çevreye yayıldığını bu nedenle düzeltilmesi gerektiğini ileri sürerek Yeni Dünya Bilgi ve İletişim Düzeni kurulmasını istemişlerdir. Merkez ülkelerin sözcülüğünü yapan ABD ise "bilginin serbest akışını" savunarak bu düzene karışmanın "ifade özgürlüğünü" engelleyeceğini ileri sürmüştür. Sonunda hazırlanan McBride Raporu, bir uzlaşma sağlamışsa da ABD yönetiminin kendi içindeki tartışmalar sonrasında bu ülke UNESCO'dan çekilmiştir. McBride Raporu dengesiz akışın düzeltilmesi için merkez ülkelerin teknolojik ve parasal yardımlar yapmasını öngörüyordu. McBride Raporu'ndan sonra ITU'da Maitland Raporu oluşturulmuştur. Bu raporda sabit telefon hizmetinin "gelişmekte olan" ülkelerde yaygınlaştırılmasına yönelik yardım önerilerini içeriyordu.¹⁰³

UNESCO ve ITU 'da yapılan bu girişimler ayrılan kaynaklar oldukça küçük olduğundan sonuçsuz kalmışlardır. 1990'lardan sonra Sovyetler Birliği'nin yıkılmasıyla da bu tartışmalar yavaş yavaş unutulmuştur. Ancak 2000'li yıllarda Okinawa Zirvesinde bu kez gelişmiş ülkelerin sayısal bölünmeyi engelleyici önerilerde bulunmaları oldukça dikkat çekicidir. Elektronik ticaretten, uzaktan eğitime kadar tüm günlük işlerde sayısal ağların devreye girmesi bu ülkelerin kendi içlerinde de sayısal bölünme olgusunu ortaya çıkardı. Toplumların güçsüz kesiminin erişim sorunları iki boyutludur.¹⁰⁴

Birincisi fiziksel olarak erişim, diğeri ise kullanım için yeterli şartların oluşmamış olmasıdır ki bu da kullanım yeteneğinin olmaması şeklinde ifade edilebilir. Gelişmiş ülkelerin nüfusunun büyük bölümü yaşlılardan oluştuğundan bu kişilerin iletişim ağlarına erişememe yada kullanamama sorunu baş göstermiştir. Diğer yandan da çevre ülkelerde iletişim ağlarının yaygınlaşması G-8'lerin (Group of Eight) masaüstü sömürgecilik yapmalarını sağlayacaktır. OECD (Organisation for Economic Co-operation and

¹⁰³ Geray, s.60.

¹⁰⁴ A.g.e., s.135.

Development) üyesi ülkeler çeşitli yollarla sayısal eşitsizliği gidermeye çalışmaktadırlar. Bu politikalar;¹⁰⁵

- Genel politikalar
- Bireylere ve hanelere teknolojinin yaygınlaştırılması
- İşyerlerinde teknolojinin yaygınlaştırılması
- Devlet geliştirme ve uygulama projelerinin başlatılması
- Eğitim ve öğretim girişimlerinin başlatılması
- Uluslararası işbirliği oluşturulması olarak gruplandırılmaktadır.

Genel politikalar, evrensel hizmet fonu oluşturulması, hizmet yaygınlaştırması için fonlama mekanizmalarını içerirken, bireylere ve hanelere teknolojinin yaygınlaştırılması ise bilgisayar, telekomünikasyonda maliyet düşürülmesini ifade etmektedir. Üçüncü grup politikalar özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelere telekomünikasyon hizmetlerinin en ucuz şekilde ulaştırılmasını, dördüncü grup politikalar ise, devletin hizmeti internetten vermesini ifade eder. Bilgisayar ve internet okuryazarlığını arttırmaya yönelik çalışmalar da eğitim ve öğretim girişimlerinin başlatılması politikası altında yer alırken, uluslararası işbirliği oluşturulması ise devletlerin uluslararası alanda sayısal bölünmeyi azaltmaya yönelik çalışmalarıdır.

UNDP ve OECD Raporları dünya ülkelerini ve uluslararası topluluğu bir dizi tedbir almaya davet ederken, WTO (World Trade Organization - Dünya Ticaret Örgütü)'nün antitröst yaptırımlarının kuvvetlendirilmesi, sanayileşmiş ülkelere yollanan her yüz elektronik postadan 1 sent kullanıcı vergisi alınması ve bu vergilerden oluşacak fonun yoksul ülkelere internet kullanımını teşvik için kullanılması önerilmektedir.¹⁰⁶

¹⁰⁵ Bilgi Toplumu Politikaları Üzerine Bir Değerlendirme (Dünya ve Türkiye), Ankara, TÜBİTAK, 2002, http://www.bilten.metu.edu.tr/Web_2002_v1/tr/docs/dunya_bilgi_toplumu_zirvesi/TUBITAK-Bilgi%20Toplumu%20Politikaları%20Değerlendirmesi.pdf (06.02.2007).

¹⁰⁶ Uluç, s.222.

Dijital bölünmeyi ortadan kaldırmak için alt yapı yatırımlarının genişletilmesi, telekomünikasyon araçlarını toplumun her kesiminin satın alabilmesi ve internet hizmetlerinin ucuzlatılması ve yeni iletişim teknolojilerinden en doğru ve en iyi düzeyde yararlanabilecek bireylerin yetiştirilmesi gerekmektedir. Çünkü teknolojinin gelişmesiyle bireyler bu teknolojilere uyum sağlayamamış, bu teknolojilerin gerisinde kalmışlardır. Bu kişilerin bilinçli kullanıcı durumuna getirilmesi gerekmektedir. Yetişmiş insan gücüne sahip olmak eğitimle mümkündür.

Ülkemiz açısından bir değerlendirmede bulunmak gerekirse; Bilgi toplumuna geçiş sürecinde, bilim ve teknoloji politikaları büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda Türk toplumunun sanayileşmeyi, ithal teknoloji ile ve bilişim teknolojilerini de ithal teknoloji ile kullandığı görülmektedir. Bu bağlamda Türk toplumunun teknoloji üretemeyişinin, yani teknolojik gecikmenin temelinde kültürel gecikme yatmaktadır.¹⁰⁷

Bu anlamda ülkemize bilimsel düşünce, üretim, çalışma, rekabet ve başarı motivasyonlarının kazandırılmasıyla teknoloji üretmenin yolları açılabilecektir¹⁰⁸.

Gelişmiş ülkelerle az gelişmiş ülkeler arasındaki farkı kapatacak unsurun, iletişim teknolojileri olduğu düşüncesi tüm bilgi toplumu düşünürlerince paylaşılmakta, sadece ülkeler arası bir eşitlik için değil, bireyler arası eşitliğin sağlanması için de bilgi ve iletişim teknolojileri en önemli gereksinim olarak görülmektedir.¹⁰⁹

Hükümetler ve hükümetler arası kuruluşlar, gerek e-devlet ve e-demokrasi, gerekse e-ticaretin gelişimi konusunda yaptıkları çalışmaların büyük bir bölümünü "dijital bölünme"nin önlenmesi sorununa adanmışlardır.¹¹⁰ Kısa vadeli olarak çözüm önerileri, internete kamusal erişimi artıracak olan kütüphane, okul vb. halka açık mekanlarda internet

¹⁰⁷ Hüsnü Erkan, Ankara, **Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme**, Türkiye İş Bankası Yayınları, 1998, s.216.

¹⁰⁸ ÇOBAN Hasan , İstanbul, **Bilgi Toplumuna Planlı Geçiş**, İnkılap Kitabevi, 1997, s.19.

¹⁰⁹ Uluç, s.141.

¹¹⁰ "Digital Divide Network", <http://digitaldividenetwork.org>, 12.12.2006

erişiminin sağlanmasını ve kamusal erişim noktalarının oluşturulmasını kapsarken, uzun vadede ise, bilişim ve iletişim teknolojilerinin altyapısına yeterli yatırım yaparak ve internet erişimini ucuzlatarak herkes için ulaşılabilir kılmak konusuna odaklanmaktadır.

Ancak, gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde dijital uçurum sorununa yönelik en köklü yaklaşım, katılımcı toplumsal ve ekonomik politikalarla, bilgi ve iletişim teknolojilerinin, kamusal yarar gözetecek sürdürülebilir bir kalkınma programı çerçevesinde topluma entegre edilmesi yönünde gitmesi gelişen trendlerde görülmektedir. Bu çabanın başarıya ulaşması, yalnızca gelişmekte olan ülkelerin değil, gelişmiş ülkelerin hkmetlerinin ve uluslararası kuruluşların da bu çaba içinde yer almasına bağlıdır. Çünkü, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi kadar, toplumsal ve ekonomik kalkınma dinamikleri de, doğrudan küreselleşmenin ağ etkisi altındadır.

3.2.2. Rakamlarla Dijital Bölünme

Pek çok ulusal ve uluslararası kuruluş dünya üzerindeki gerek bölgeler gerekse farklı konularda ülkelerin gelişmişlik düzeylerini ve dolayısıyla bu bölge ülkeleri arasındaki fark veya uçuruma dikkat çekmek adına çalışmalar yapmakta ve bunları yayınlamaktadır. Yayınlanan istatistiki bilgiler bir yandan geri kalmış ülkelerin kendilerine çekidüzen vermeleri hususunda uyarıcı vazifesi görürken, bir yandan da gelişmiş ülkelerin aradaki uçurumun daha fazla büyümemesi adına almaları gereken önlemleri hatırlatma görevi görmektedir. Bu istatistiklerden bazıları şu şekildedir:

a. Türkiye'nin Dünyadaki Konumu

Tablo 5

Ülkelere Göre Bilgisayar ve İnternet Erişimi Bulunan Hane Oranları

	Bilgisayar Bulunan Evlerin Oranı					İnternet Erişimi Bulunan Evlerin Oranı				
	2001	2002	2003	2004	2005	2001	2002	2003	2004	2005
Australia	58	61	66	67	..	42	46	53	56	..
Austria	..	49,2	50,8	58,6	63,1	..	33,5	37,4	44,6	46,7
Belgium	..	..	..	..	..	..	..	..	..	50,2
Canada	59,9	63,9	66,6	68,7	..	49,9	54,3	56,9	59,8	..
Czech Republic	..	27,8	23,8	..	30	..	..	14,8	19,4	19,1
Denmark	69,6	72,2	78,5	79,3	83,8	59	55,6	64,2	69,4	74,9
Finland	52,9	54,5	57,4	57	64	39,5	44,3	47,4	50,9	54,1
France	32,4	36,6	45,7	49,8	..	18,1	23	31	33,6	..
Germany	53	61	65,2	68,7	69,9	36	46,1	54,1	60	61,6
Greece	..	25,3	28,7	29	32,6	..	12,2	16,3	16,5	21,7
Hungary	..	..	..	31,9	42,3	..	..	..	14,2	22,1
Iceland	..	..	..	85,7	89,3	..	..	..	80,6	84,4
Ireland	..	..	42,2	46,3	54,9	..	..	35,6	39,7	47,2
Italy	..	39,9	47,7	47,4	45,7	..	33,7	32,1	34,1	38,6
Japan	58	71,7	78,2	77,5	80,5	..	48,8	53,6	55,8	57
Korea	76,9	78,6	77,9	77,8	78,9	63,2	70,2	68,8	86	92,7
Luxembourg	..	52,6	58	67,3	74,6	..	39,9	45,4	58,6	64,6
Mexico	11,6	15,2	..	18	18,4	6,1	7,4	..	8,7	9
Netherlands	..	69	70,8	..	78	..	58	60,5	..	78,3
New Zealand	47	..	..	..	..	37,4	..	..	..	..
Norway	..	..	71,2	71,5	74,2	..	..	60,5	60,1	64
Poland	..	..	..	36,1	40,1	..	..	..	26	30,4
Portugal	39	26,8	38,3	41,3	42,5	18	15,1	21,7	26,2	31,5
Slovak Republic	..	..	..	39	46,7	..	..	..	23	23
Spain	..	..	47,1	52,1	54,6	..	17,4	27,5	33,6	35,5
Sweden	69,2	..	..	..	79,7	53,3	..	..	..	72,5
Switzerland	62,2	65,4	68,9	70,6	..	54,7	61,9	66,4	69,8	73,5
Turkey	..	..	..	10,2	..	..	..	..	7	..
United Kingdom	49	57,9	63,2	65,3	70	40	49,7	55,1	55,9	60,2
United States	56,2	..	61,8	..	..	50,3	..	54,6	..	..
Slovenia	47	58	55	58	61	24	37	40	47	48

Kaynak: OECD Factbook 2007: **Economic, Environmental and Social Statistics** - ISBN 92-64-02946-X

Tablo incelendiğinde her ne kadar Türkiye'nin sadece 2004 yılına ait rakamları yer alsa da, bu yıla ait oranlarla dahi çok gerilerde olduğu, bununla birlikte gelişmiş ülkelerin kat be kat önde olduğu görülebilmektedir.

Tablo 6

OECD'ye Üye Ülkelerin Telekomünikasyon Sektörü Gelirleri (Milyon \$)

	2000	2001	2002	2003	2004
OECD Total	827,18	854,43	860,02	949,61	1026,55

Kaynak: OECD Key ICT Indicators [www.oecd.org/sti/ICTindicators]

Telekomünikasyon ürünlerini bir anlamda bilgi yoğun ürünler olarak kabul edecek olursak yukarıdaki tablodaki rakamlar incelendiğinde bu gelirlerin ülkeler için ne kadar önem arz ettiği görülmektedir. Diğer bir ifadeyle bilgi yoğun ürünleri üretemeyenler bu ürünleri alabilmek için emek yoğun ürettikleri ürünleri elden çıkarmak zorunda kalmaktadırlar.

Tablo 7

OECD Genelinde Kablolu TV Aboneliği (Milyon)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
OECD Total	143,3	150,1	158,3	164,1	171,8	177,1	180,2	185,4

Kaynak: OECD Key ICT Indicators [www.oecd.org/sti/ICTindicators]

Tablo 8

OECD Ülkelerinde Internet Abonelikleri (Milyon)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Total Internet subscribers	106,3	163,7	197,8	241,8	262,9	270,7
Broadband subscribers	4,1	15,2	33,2	56,1	83,9	116,8

Kaynak: OECD Key ICT Indicators [www.oecd.org/sti/ICTindicators]

Teknolojiye olan yatırımın giderek artması uçurumun genişlemesine neden olmaktadır. Kablolu TV ve Internet aboneliğindeki bu artış da örneklerden birisidir.

Tablo 9**OECD Ülkelerinin Nüfus Artış Oranları (%)**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Austria	0,22	0,27	-0,59	0,42	0,7	0,71
Belgium	0,24	0,35	0,45	0,42	0,33	0,27
Canada	0,94	1,08	1,14	0,94	0,96	0,93
Czech Republic	-0,11	-0,47	-0,23	0,01	0,05	0,13
Denmark	0,34	0,36	0,28	0,24	0,26	0,28
Finland	0,21	0,23	0,25	0,23	0,29	0,34
France	0,6	0,65	0,65	0,63	0,61	0,58
Germany	0,17	0,14	0,22	0,06	-0,01	-0,03
Greece	0,32	0,3	0,34	0,33	0,33	0,35
Hungary	-0,26	-0,23	-0,29	-0,29	-0,23	-0,2
Iceland	1,44	1,37	0,88	0,6	1,15	1,12
Ireland	1,28	1,5	1,82	1,58	1,63	2,15
Italy	0,19	0,28	0,22	0,01	0,13	1,01
Japan	0,2	0,29	0,11	0,14	0,05	0,06
Korea	0,84	0,74	0,55	0,49	0,49	0,44
Luxembourg	0,88	1,19	1,07	0,85	0,73	0,38
Mexico	1,5	1,41	1,35	1,29	1,26	1,25
Netherlands	0,72	0,75	0,64	0,46	0,35	0,24
New Zealand	0,59	0,59	1,51	1,78	1,3	0,93
Norway	0,65	0,51	0,53	0,57	0,61	0,68
Poland	..	-0,01	-0,05	-0,1	-0,04	-0,05
Portugal	0,58	0,74	0,73	0,67	0,57	0,52
Spain	0,84	1,14	1,46	1,67	1,64	1,65
Sweden	0,16	0,27	0,33	0,37	0,4	0,4
Switzerland	0,56	0,59	0,8	0,75	0,71	0,64
Turkey	1,61	1,4	1,38	1,34	1,31	1,29
United Kingdom	0,34	0,39	0,35	0,39	0,47	0,26
United States	1,13	1,03	1,01	1	0,97	0,94
EU 15 total	0,4	0,46	0,49	0,46	0,46	0,56
OECD total	0,71	0,74	0,71	0,69	0,67	0,69
World	1,54	1,28	1,25	1,43	1,2	..

Kaynak: OECD Factbook 2007: **Economic, Environmental and Social Statistics** - ISBN 92-64-02946-X

Ülkeler arasındaki uçurumu artıran nedenlerden birisi de kişi başına düşen gayri safi milli hasılanın artması ve düşmesine dolayısıyla harcamalara doğrudan etki eden nüfus artış oranlarıdır. Tablo incelendiğinde de Türkiye'nin OECD ortalamasının bir hayli üzerinde seyrettiği görülmektedir.

Tablo 10
OECD Ülkelerinde Kişibaşı Milli Gelir (US \$)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Austria	28171	28538	29593	31455	32843	34043
Belgium	27247	28441	29709	30504	31675	32901
Canada	27708	28506	29154	30083	31751	33495
Czech Republic	14498	15257	16156	17400	18314	19692
Denmark	28214	29492	29949	30668	32232	34208
Finland	25825	27488	28698	28348	30361	31383
France	26279	27540	28038	28660	29287	30401
Germany	25313	26033	26773	27394	28732	29853
Greece	20988	22174	24244	25867	27412	29212
Hungary	11708	12926	13952	14847	15548	16477
Iceland	28220	29292	30309	30251	31897	34922
Ireland	24841	25977	27366	29498	31151	33199
Italy	25692	26641	27256	27043	27586	28002
Japan	25824	26587	27190	28220	29739	..
Korea	16273	17222	18475	19355	20771	22078
Luxembourg	44238	45645	47533	49249	53299	57392
Mexico	8874	8984	9210	9414	9989	..
Netherlands	28997	30662	31574	32216	34527	35435
Poland	10608	10970	11488	11875	12511	13433
Portugal	17906	18569	19500	18346	19029	19617
Spain	20909	21973	23403	24591	25672	27028
Sweden	26948	27322	28277	29965	31007	32025
Switzerland	32918	32334	33639	36041	37638	39197
Turkey	6869	6077	6460	6682	7186	7698
United Kingdom	25609	27319	29560	30483	32470	33637
United States	35162	35775	36319	37498	39590	41657

Kaynak: OECD Factbook 2007: **Economic, Environmental and Social Statistics** - ISBN 92-64-02946-X - © OECD 2007

Yukarıdaki tabloda yer alan kişibaşı milli gelir rakamları da bir önceki tablodaki verileri destekler niteliktedir. Geliri az olan ülke halkları bu gelirlerini öncelikle biyolojik ihtiyaçlarını karşılamada kullanacağından doğal olarak bilişim çağının gerektirdiği ürünlerden uzak durmak zorunda kalacaktır.

Tablo 11
OECD Ülkelerinde Bilişim ve İletişim Teknolojileri Ticaret Oranı
(2004-Milyon US \$)

	Exports	Imports
USA	149.273	234.845
Japan	124.238	72.698
Germany	91.308	89.894
Korea	86.099	42.833
Netherlands	58.302	57.637
UK	43.678	65.936
Mexico	41.336	41.019
France	32.579	43.306
Ireland	23.673	15.562
Hungary	16.984	14.097
Sweden	14.807	12.964
Italy	14.453	29.844
Canada	14.225	29.868
Belgium	13.581	16.237
Finland	11.506	6.857
Czech Rep.	9.104	9.290
Spain	8.218	20.393
Austria	7.862	9.982
Denmark	5.823	7.872
Switzerland	4.750	9.470
Poland	3.341	7.661
Turkey	3.096	7.239
Portugal	2.899	4.997
Australia	2.129	14.503
Slovak Rep.	1.811	2.429
Norway	1.670	5.030
Luxembourg	1.229	1.478
Greece	585	3.506
New Zealand	464	2.382
Iceland	18	270
Total	789.041	880.098

Kaynak: OECD KEY ICT Indicators [www.oecd.org/sti/ICTindicators]

Tablo incelendiğinde özellikle Kore teknoloji ihracatı ile dikkat çekmekle beraber, Türkiye'nin ihracat/ithalat oranının 2,5 kata yakın olması ve değer olarak da çok büyük olmaması önem arz etmektedir.

Tablo 12
OECD Ülkelerinde 100 Kişiyeye Düşen Telefon Oranı

	2000	2001	2002	2003	2004
Australia	101,6	117	125,5	132,9	132,8
Austria	125,5	130,4	131,3	135,3	144,5
Belgium	107,5	125	128	131,9	133,7
Canada	97,8	105	106,7	108,1	109,4
Czech Republic	81,2	108,4	124,7	135,9	139,2
Denmark	134	145,5	152,6	156,1	161,2
Finland	139,8	147,6	152,9	154,2	154,3
France	105	116,3	118,2	122,1	117,2
Germany	119,7	131,7	136,7	144,3	156,4
Greece	109	129,1	142	150,8	157,4
Hungary	67,3	85,5	103,9	114	121,7
Iceland	145,4	149,8	157,3	163,2	164,2
Ireland	100,5	120	128,2	134,2	140,5
Italy	122	139	142,9	147,6	158
Japan	111,3	116,8	119,9	122,8	126,1
Korea	115,1	118,8	126,4	128,7	118,5
Luxembourg	142,8	176,5	185,6	216,3	221,3
Mexico	26,8	35,6	43,3	48,2	54,4
Netherlands	132,9	133,9	134,9	143	156,5
New Zealand	101,6	107	109,2	75,5	77,1
Norway	145,8	153,1	157,4	160	168,2
Poland	46,7	58,7	68,6	78,5	93,4
Portugal	107,4	120,1	124,3	137	138,1
Slovak Republic	56,1	70,1	82,8	95	104,2
Spain	106,1	119,7	137,3	140,9	130,7
Sweden	147,4	156,2	162,7	170,1	169
Switzerland	137	146,3	151,5	155,5	154,7
Turkey	49,6	54,5	61	66,5	75,2
United Kingdom	119,4	135,6	141,4	144,6	155,3
United States	106,9	110,4	116,3	116,8	103,2
OECD average	97,8	106,3	112,3	116	115,9
Brazil	31,9	37,5	41,2	47,2	58,7
China	17,8	24,9	32,9	41,4	49,9
Russian Federation	24	28,1	36,5	49,9	78
Slovenia	97,8	123,3	137,7	135	134,7
South Africa	31,3	35,1	41	47,6	54,4

Kaynak: OECD Factbook 2007: **Economic, Environmental and Social Statistics** - ISBN 92-64-02946-X - © OECD 2007

Yıllar bazında bir artış sergilemesine rağmen en önemli iletişim teknolojilerinden biri sayılabilecek telefon da dahi OECD ortalamasının çok gerisinde kalmamız düşündürücüdür.

b. Türkiye’de Dijital Bölünmenin Durumu

Tablo 13

Hanehalkı Fertlerinin Çalıştığı Sektöre Göre Yoksulluk Oranları

İktisadi faaliyet	Nüfus payı				Fert yoksulluk oranı			
	2002	2003	2004	2005	2002	2003	2004	2005
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	26,96	28,12	25,60	20,50
15 ve daha yukarı yaştaki fertler								
İstihdamdaki fertler								
Tarım	14,05	10,92	11,29	11,73	36,42	39,89	40,88	37,24
Sanayi	7,68	7,17	7,54	8,25	20,99	21,34	15,64	9,85
Hizmet	13,23	13,28	13,32	13,54	25,82	16,76	12,36	8,68
İşsizler	2,06	3,17	3,12	2,35	32,44	30,97	27,37	26,19
Ekonomik olarak aktif olmayanlar	34,54	36,70	36,08	35,97	22,15	22,82	20,95	15,92
15 yaşından küçük fertler	28,46	28,77	28,65	28,16	34,55	37,04	34,02	27,71

Kaynak:http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=409&tb_id=7

İstihdamdaki fertlerin iktisadi faaliyetlerine göre nüfus payları incelendiğinde yıllar bazında önemli bir artış gözlenmezken, fert yoksulluk oranlarında ciddi anlamda değişiklikler söz konusu olmuştur. Özellikle bilgi iletişim teknolojilerinin de dahil olduğu hizmet sektöründeki yoksulluk oranının dört sene gibi bir zaman diliminde üç kat azalması bu teknolojilerin ne kadar önemli olduğunun göstergesidir.

Tablo 14
Cinsiyet ve Eğitim Durumuna Göre Son Üç Ay İçerisinde Bilgisayar ve İnternet Kullanım Oranı (%)

	Toplam birey sayısı		Bilgisayar kullanan		İnternet kullanan	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
Bir okul bitirmedi	5.940.219	1.911.064	0.39	1.35	0.18	1.05
İlkokul	10.817.801	10.009.931	1.22	4.78	0.34	3.11
İlköğretim/ortaokul ve dengi	2.383.615	4.013.042	16.95	24.03	9.76	18.33
Lise ve dengi	3.702.986	5.848.094	35.79	45.65	27.14	36.52
Üniversite/master/doktora	1.382.663	2.169.246	64.85	73.04	57.88	65.67

Kaynak: http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=1&tb_id=8

Yukarıdaki tablo aslında herşeyin eğitimle alakalı olduğunu kanıtlar niteliktedir. Eğitim düzeyi arttıkça bilgisayar ve internet kullanım oranlarının da doğru orantılı arttığı açıklıkla görülebilmektedir.

Tablo 15
İşgücü Durumuna Göre Bilgisayar ve İnternet Kullanım Oranı (%)

	Toplam birey sayısı		Bilgisayar kullanan		İnternet kullanan	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
Ücretli/maaşlı	2.078.647	8.176.075	51.80	32.91	42.39	26.58
Serbest meslek (kendi hesabına çalışan, işveren)	995.431	5.845.928	5.70	12.82	3.19	9.32
Ücretsiz aile işçisi	3.012.389	1.295.603	1.75	17.80	1.15	13.73
Ev kadını/ev kızı	12.147.803	-	2.98		1.53	
İşsiz	658.228	1.580.107	32.40	25.46	24.51	22.17
Emekli	440.267	2.165.203	11.98	4.88	9.22	3.79
Öğrenci	1.030.558	1.391.428	60.11	67.75	47.95	58.81
Diğer	3.863.960	3.497.033	9.01	17.19	6.62	13.73

Kaynak: http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=1&tb_id=10

Tabloya bakıldığında bilgisayara erişim imkanı olabilecek kesimlerin bilgisayar ve internet kullanım oranlarının yüksek çıkması sevindirici bir durumdur. En azından imkan sunulduğunda kullanmaya hazır oldukları görülmektedir.

Tablo 16**Son Üç Ay İçinde Hanehalkı Bireylerinin İnternet Kullanma Amaçları**

Amaçlar	(%)
İLETİŞİM	78,23
Mesaj gönderme/alma	66,84
İnternet üzerinden telefonla görüşme/video konferansı	11,36
Chat/ sohbet yapmak, vb.	40,39
BİLGİ ARAMA VE ÇEVİRİMİÇİ (ON-LINE) HİZMETLER	90,16
Mal ve hizmetler hakkında bilgi aramak	43,31
Seyahat ve konaklama ile ilgili hizmetlerin kullanımı	14,25
Radyo dinlemek ya da televizyon izlemek	28,18
Oyun, resim ya da müzik indirmek ya da oyun oynamak	43,58
Yazılım indirmek	22,81
Gazete ya da dergi okumak, haber indirmek	55,77
İş aramak ya da iş başvurusu yapmak	10,57
MAL VE HİZMET SİPARİŞİ VERMEK VE SATMAK, BANKACILIK	15,95
Diğer finansal hizmetler (hisse senedi alımı vb.)	2,95
Mal ve hizmet almak/ sipariş vermek (finansal hizmetler hariç)	5,59
Mal ve hizmet satmak (örn:müzayede ile satış gibi)	1,07
KAMU KURUMLARIYLA İLETİŞİM	39,97
Kamu kuruluşlarına ait web sitelerinden bilgi edinmek	37,64
Resmi formların/dokümanların indirilmesi	10,65
Doldurulmuş form göndermek	6,02
EĞİTİM	6,02
Eğitim faaliyetleri (okul,üniversite vb.)	26,83
Yetiştirme kursları (Yabancı dil, bilgisayar vb.)	7,22
Özellikle istihdam olanaklarına yönelik diğer eğitim faaliyetleri	4,37
SAĞLIK	22,97
Sağlıkla ilgili bilgi araştırma	22,38
Doktordan internet üzerinden randevu almak	0,50
Doktordan internet üzerinden reçete talep etmek	0,02
Bir doktordan internet üzerinden tavsiye almak	1,86

Kaynak:http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=1&tb_id=11(2005)

Tabloya bakılarak Türkiye için internetin rahatlıkla bir bilgi deposu ve iletişim aracı olduğu söylenebilir. Bu da iletişim ortamlarındaki değişim ve dönüşümü gözler önüne sermektedir.

Tablo 17
Hanelerde Bilişim Teknolojileri Ekipman Durumu (%)

	Bilişim teknolojilerine sahip olan hane oranı	İnternete bağlı araçlara sahip olan hane oranı
Kişisel bilgisayar	11,62	5,86
Taşınabilir bilgisayar	1,13	0,74
El bilgisayarı	0,14	0,08
Cep/araç telefonu	72,62	3,21
Televizyon (uydu yayını ve kablo TV dahil)	97,74	0,05
Oyun konsolu	2,90	0,02
Yukarıdakilerden en az birisine sahip olan toplam hane	98,35	8,66

Kaynak: http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=1&tb_id=9(2005)

Tablo incelendiğinde Türkiye'deki hanelerin hemen hemen tamamında televizyon ve cep telefonu bulunduğu, buna rağmen kişisel bilgisayar sayısının azlığı görülmektedir. İlk iki ürünün nispeten erişilebilir fiyatlarda olması rakamların bu şekilde çıkmasının bir açıklaması olabilir. Buna ilave olarak televizyonun ülkemizde de üretiliyor olması da nedenlerden birisi olabilir. Şu anda bilgisayar üretiminde istenen düzeye gelmemiş olmamız dolayısıyla ithal ürünlere bağımlı kalmamız dikkat edilmesi gereken önemli bir noktadır.

Tablo 18
Haberleşme Araçları Sahipliği

	Telefon Abone Sayısı	Cep Telefonu Abone Sayısı	Çağrı Cihazı Abone Sayısı	Bireysel İnternet Abone Sayısı	Kurumsal İnternet Abone Sayısı
2001	18.904.486	19.502.897	9.942	1.576.843	42.427
2002	18.914.857	23.323.118	5.412	1.274.508	35.262
2003	18.916.721	27.887.535	3.420	863.181	43.469
2004	19.125.163	34.707.549	2.277	1.264.290	210.300
2005	18.978.223	43.608.965	1.677	1.865.930	382.175

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do>

Bu tablo da yukarıdaki rakamları destekler niteliktedir. Ancak kurumsal boyuttaki internet abone sayısındaki artış dikkat çekicidir. Bu da şirketlerin internetin olanaklarının farkına varmaya başladıklarının göstergesidir.

Tablo 19
Cinsiyete Göre Bilgisayar ve İnternet Kullanım Oranları (%)

	Bilgisayar			İnternet		
	Toplam	Kadın	Erkek	Toplam	Kadın	Erkek
Son üç ay içinde (Nisan-Haziran)	17,65	5,77	11,88	13,93	4,33	9,60
Üç ay ile bir yıl arasında	1,88	0,71	1,17	1,52	0,54	0,99
Bir yıldan çok oldu	3,42	1,53	1,89	2,10	0,74	1,36
Hiç kullanmadı	77,06	42,28	34,78	82,45	44,68	37,76

Kaynak: http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=1&tb_id=1(2005)

Tablo incelendiğinde “Cinsiyet ve Eğitim Durumuna Göre Son Üç Ay İçerisinde Bilgisayar ve İnternet Kullanım Oranı” tablosunda yer alan rakamlara benzer bir durum göze çarpmaktadır. Yani kadınlar sadece hiç kullanmadı hanesinde erkekleri geçmektedir. Bu ifade erkekleri güçlü göstermek adına değil aksine kadınlarımızın daha fazla teşvik edilmesi adına kullanılmış bir ifadedir. Çünkü biliyoruz ki eğitim öncelikle evlerde başlar eğer bizler önce kadınlarımızı eğitebilirsek bu durum katlanarak onların çocuklarında da kendini gösterecektir.

Tablo 20
Cinsiyete ve Yaş Gruplarına Göre Bilgisayar ve İnternet Kullanımı

Yaş grubu	Toplam birey sayısı		Bilgisayar kullanan				İnternet kullanan			
	Kadın	Erkek	Kadın	%	Erkek	%	Kadın	%	Erkek	%
16-24	5.615.420	5.254.609	1.404.803	25,02	2.300.780	43,79	1.057.079	18,82	1.965.750	37,41
25-34	6.365.819	6.564.992	885.329	13,91	1.813.048	27,62	676.835	10,63	1.477.391	22,50
35-44	4.856.389	4.912.100	342.648	7,06	945.344	19,25	243.235	5,01	704.745	14,35
45-54	3.580.169	3.687.825	116.399	3,25	523.321	14,19	84.606	2,36	372.042	10,09
55-64	2.270.517	2.184.186	28.345	1,25	110.014	5,04	21.285	0,94	83.067	3,80
65-74	1.538.969	1.347.666	3.476	0,23	30.152	2,24	2.201	0,14	24.260	1,80

Kaynak:http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=1&tb_id=6(2005)

Tablo yeni yetişen neslin bilişim ve iletişim teknolojilerine olan yatkınlığını göstermesi açısından sevindiricidir. Tablo incelendiğinde en yüksek bilgisayar ve internet kullanma oranının 16-24 yaş grubunda yakalandığı görülmektedir.

3.2.3. Yeni Medya ve Dijital Bölünme İlişkisi

Yeni iletişim teknolojileri kavramını, genellikle, iletişim alanındaki bütün teknolojileri kapsayan bir kavram olarak kullanıyoruz. Bu nedenle iletişim teknolojileri derken, iletim (transmission), telekomünikasyon (telecommunication), iletişim (communication), enformasyon (information), yayın (broadcasting), yayım (publishing) ve basım (printing) kelimeleri ile ilgili bütün teknolojileri içeriyor. Bu kelimelerin İngilizce ve Türkçe'deki anlamlarına ilişkin sorunlar bulunmaktadır. Ayrıca bu kelimeler genellikle özensiz bir şekilde birbirini yerine kullanılabilmektedir. Ancak yine de iletişim teknolojileri kavramının, telgraf, telefon, faks, teleks, radyo, televizyon, uydu, interaktif televizyon, kablolu televizyon, uzaktan kumanda, çağrı cihazı, GSM, telsiz, trunk telsiz, bilgisayar, modem, video çalar, video kamera, video projektör, kaset çalar, amplifikatör, tuner, CD-ROM, VCD, DVD, matbaa, yazıcı, fotokopi gibi gündelik hayatımızda sıkça karşılaştığımız yüzlerce aygıta ilişkin teknolojileri içerdiğini söylemek mümkündür.¹¹¹ Bu gerçevede yeni iletişim teknolojileri sıkça kullanılan bir terim olmakla birlikte, kapsadıkları sürekli yenilenen ve değişen teknolojik gelişmelerin sonucu olduğu için anlamı da değişebilmektedir. Önceleri yeni iletişim teknolojileri dendiğinde anlaşılan uydudan televizyon yayını ve bir takım telekomünikasyon hizmetleriyken, bugün bu terim kullanıldığında daha çok sayısal (dijital) televizyon, mobil iletişim ve internet akla gelmektedir.

Fakat Yeni Medya kavramıyla kastedilen "yeni teknolojiler" değildir. Bu yüzden teknoloji ile ilgili konuları dört açıdan birden ele almak ve irdelemek daha gerçekçi olacaktır. Bu dört açığı şu şekilde tanımlayabiliriz: Bunlardan ikisi teknolojiyi tanımlayan donanım ve yazılım konularıdır. Diğer ikisi ve iletişim bilimleri açısından daha önemlisi de konunun toplumsal ve bireysel boyutudur.¹¹²

¹¹¹ Ümit Atabek, **İletişim ve Teknoloji: Yeni Olanaklar-Yeni Sorunlar**, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2001, s. 37.

¹¹² Cem Sütçü ve Erhan Akyazı, a.g.m., s. 281.

Toplumsal açıdan bakıldığında, yeni medyanın en önemli etkilerinden birisi şüphesiz kültür üzerinde yaşanmıştır. Siber kültür, sayısal kültür veya internet kültürü gibi farklı adlandırmalar yapılsa da günümüzde artık internet ortamının kültürel yapısını tanımlayan yapının varlığı bir gerçektir. Siber kültür, internet fanatiklerinin yarattığı onların arasında gelişen bir kültür anlayışı değildir, aslında kültürün bilgi toplumu ile ortaya çıkan bazı faktörlerle derinlemesine bir değişime uğramasıdır. Siber kültürü, insanların birbiriyle karşılaştığı ve kendini yeniden keşfettiği evrensel bir format olarak betimlemek de mümkündür. Kuşkusuz bunda yeni medyanın etkisi tartışılmazdır.

Ancak madalyonun iki yüzü bulunduğu gerçeğini göz ardı etmeden siberkültür kavramına bir de olumsuz tarafından bakmak da fayda olacaktır. İnsanları siber kültür oluşturmaya götüren internet adı verilen sanal alemin temel dört karakteristiği mevcuttur;

- Zaman
- Mekan
- Silinmiş Sınırlar
- Anonimlik

Tüm bu karakteristikler ise yaş, cinsiyet, özer ve mekan gibi işaretleri ortadan kaldırarak farklı kimliklerin adapte edilmesine olanak vermektedir. İnternette anonim olmadığımız zamanlarda, gerçek hayattaki sorumluluklarımızı yerine getirirken bile kendimizi daha az dizginlenmiş, daha az görünür ve daha az baskı altında hissetmekteyiz bunun tek sebebi mekan olarak uzakta bulunma duygusu ve kendini sosyal bir ortamda hissetmeme rahatlığıdır. Uzmanlara göre internet kullanımı toplumdaki sosyal ilişkileri negatif anlamda etkilemektedir. Bu manada interneti fonsiyonellik açısından pasif ve sosyal olmayan bir eğlence aracı olan televizyona benzetmek yanlış olmayacaktır. İnsanlar, yeni iletişim aracı olarak interneti pasif ve sosyal olmayan bir eğlence aracı olarak gördüğü

sürece ve bir zamanlar bizi kendisine esir eden televizyon benzeri esir olmaya devam ederse toplumdan giderek uzaklaşacaktır. Bu ise zaten mevcut olan bir bölünmeyi artırarak ona yeni bir boyut kazandıracaktır.

Kullanıcı denetiminin artmış olması sunucuların kullanıcı taleplerine cevap verebilmeleri adına büyük bir çaba içine girmelerine neden olmuştur. Öyle ki her türlü talebe cevap verebilmek için ürün çeşitlerini neredeyse sonsuza taşımışlardır. Bu ise sunulan ürünleri kabul edip kullanabilenler ile kullanamayanlar arasındaki bölünmeyi artırıcı bir etkide bulunmaktadır.

Yeni medyanın önemli karakteristiklerinden birisi de sunmuş olduğu imkanlar sayesinde daha önceleri izleyici olan bireyi kullanıcı koltuğuna oturtmuş olmasıdır. Yani zamanında bir kitle ruhu yaratmak, kitleleri tek bir noktada buluşturmak adına çalışan kitle iletişim araçları yerini tekrar bireysel iletişimin ve kullanıcı olarak bireyin ön plana çıktığı araçlara bırakmaktadır. Bireyleri kitleden dolayısıyla toplumdan soyutlayıcı bu etki aslında ortak konular üzerinde tartışıp uzlaşmaya varmak için diyaloga girecek insanlar önüne bir set koyarak, onları bir takım gruplar içerisinde kaybolup asosyalleştirerek varolan bölünmeyi artırıcı bir etki de bulunabilmektedir.

4. İSTANBUL'DA EĞİTİM YAPAN KAMU ve VAKIF ÜNİVERSİTELERİNİN İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN YENİ İLETİŞİM ORTAMLARI VE ETKİLERİNİ ALGILAMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

4.1. Araştırmanın Amacı

Bilişim ve iletişim teknolojileri göstermiş oldukları hızlı gelişme ve bu gelişmeye bağlı olarak sunmuş oldukları özelliklerle hayatımızın her alanında etkisini göstermektedirler. Gerek cep telefonları ve internet, gerekse elektronik posta ve uydu teknolojisi hayatımızın vazgeçilmezleri arasına girmişlerdir. Artık neredeyse her işimizi telefon ve internet aracılığıyla halleder hale gelmiş durumdayız. Okul kayıtlarımızı, market siparişlerimizi, tebrik ve kutlamalarımızı internet üzerinden yapıyoruz. Bunun yanısıra e-devlet uygulamalarına da sıklıkla rastlanılmaktadır. Avrupa Birliği kriterlerine uyma çabaları ile hükümetlerin elektronik devlet uygulamaları çalışmaları da bunun en güzel örneklerindendir.

Bir teknoloji özümsemişi oranda yaygın kullanım olanağı bulmaktadır. Yeni medya olarak adlandırılan teknolojilerde günümüzün gençliği tarafından içselleştirilmiş bir başka ifadeyle gençlik bu teknolojilerin içerisine doğmuş gibidir.

Bu nedenle araştırma üniversite öğrencileri arasında yeni iletişim ortamlarının algılanması ve etkilerini ölçmeyi, ayrıca öğrenciler arasında bölünme manasında bir fark olup olmadığını araştırmayı amaçlamaktadır.

4.2. Araştırma Metodolojisi

Bu amaca hizmet etmek amacıyla hazırlanan anket formu katılımcıların demografik bilgilerini ve yeni iletişim ortamlarıyla ilgili görüşlerini almaya yarayan soruları kapsamaktadır.

Araştırmanın temel varsayımı yeni iletişim ortamlarının üniversite öğrencileri tarafından algılanmasının ve kullanımının kuvvetli olduğu ancak kamu ve özel üniversite öğrencileri arasında bölünme manasında bir fark olduğu yönündedir.

Araştırmanın amacına hizmet etmek amacıyla araştırma kapsamına kamu ve özel üniversite öğrencilerinden eşit dağılımla 200 öğrenci seçilmiştir.

Açık uçlu soru barındırmayan anket formuyla 200 öğrenciden toplanan veriler Microsoft Excel programında tablo şeklinde girilerek, değerlendirilmek üzere SPSS (Statistical Package for Social Sciences) paket programına aktarılmıştır. Programa aktarılan veriler uygun şekilde kodlanarak analize hazır hale getirilmiştir. Kodlamanın ardından program yardımıyla demografik bilgilerin tanımsal istatistik analizleri yapılmış ve kolay izlenebilmesi için aynı zamanda grafik olarak da sunulmuştur. Ayrıca program vasıtasıyla veriler üzerinde testler uygulanarak verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Analizler sonucu elde edilen bulgular Demografik Özellikler, Tanımsal Bulgular, Analizler ve Araştırma Sonuçları olmak üzere dört başlık halinde sunulmuştur.

4.3. Bulgular

4.3.1. Tanımsal Bulgular

4.3.1.1. Demografik Özelliklere Göre Tanımsal Bulgular

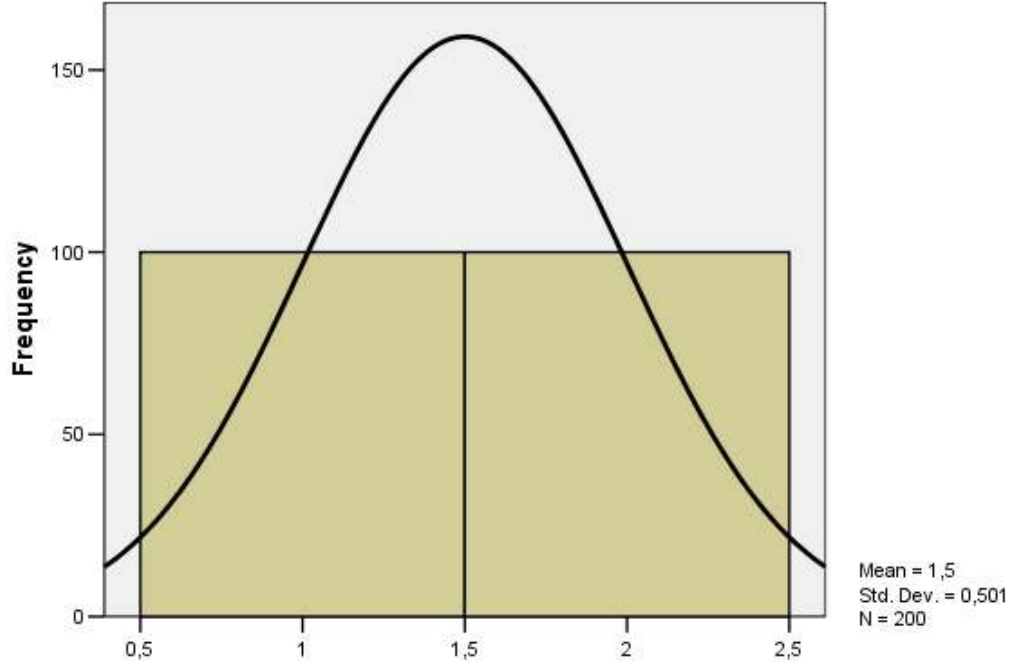
		Üniversite	Cinsiyet	Kardeş Sayısı	Aile Geliri	Okuduğu Bölüm
N	Valid	200	200	200	200	200
	Missing	0	0	0	0	0
Median		1,50	Kadın	İki	1501-3000 Ytl	Radyo Televizyon Sinema
Mode		Kamu	Kadın	İki	3000'den yüksek	Gazetecilik

Ankete cevap veren katılımcıların demografik özelliklerine göre tanımsal bulgularına bakıldığında;

- Katılımcıların okuduğu üniversite bazında simetrik bir dağılım gözlemlendiği,
- Katılanların %51,5'unun kadın olduğu,
- Katılımcıların 57,5'unun iki kardeş oldukları,
- Katılımcıların %47'sinin aile gelirinin 3.000 YTL'den yüksek olduğu,
- Katılımcıların % 20'sinin gazetecilik bölümü öğrencisi oldukları görülmektedir.

4.3.1.1.1. Üniversite Kriterine Göre Dağılım

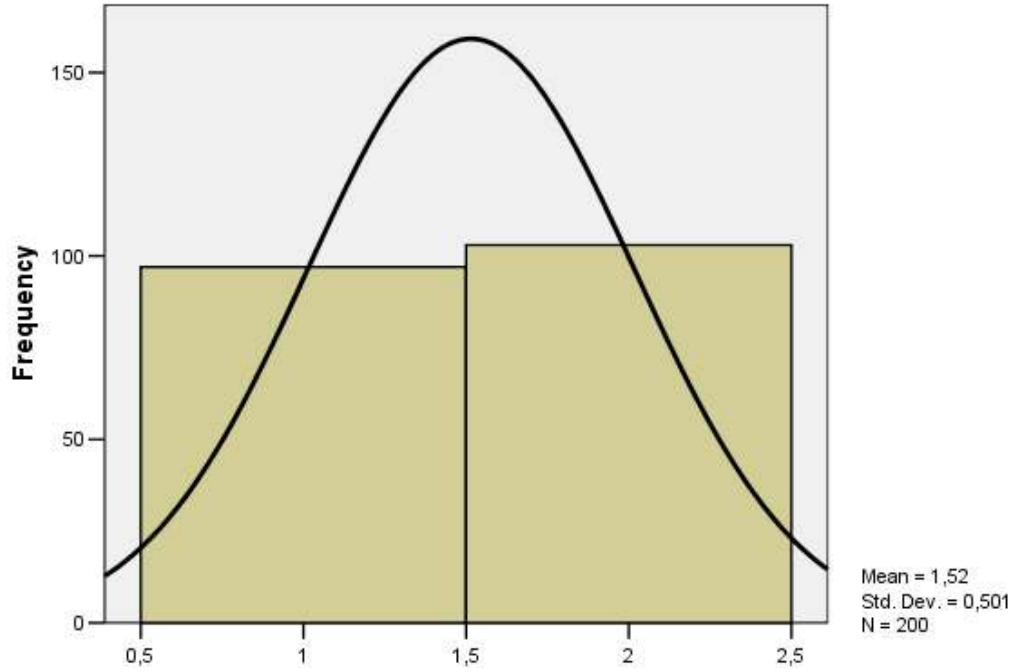
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kamu (1)	100	50,0	50,0	50,0
	Vakıf (2)	100	50,0	50,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Ankete katılan 200 kişi arasında eşit bir dağılım gözlenmektedir. Katılımcıların yarısı kamu üniversitesinde okurken, diğer yarısı vakıf üniversitesinde okumaktadır.

4.3.1.1.2. Cinsiyet Kriterine Göre Dağılım

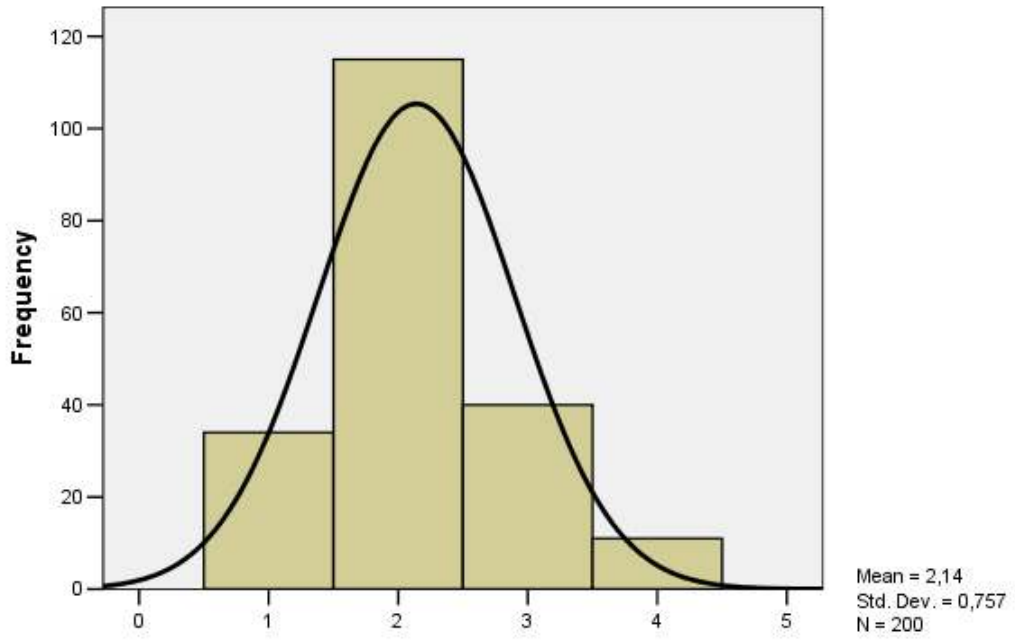
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erkek (1)	97	48,5	48,5	48,5
	Kadın (2)	103	51,5	51,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Katılımcıların cinsiyet açısından hemen hemen eşit dağılım gösterdikleri, kadınların çok az bir farkla erkeklerden fazla olduğu görülmektedir.

4.3.1.1.3. Kardeş Sayısı Kriterine Göre Dağılım

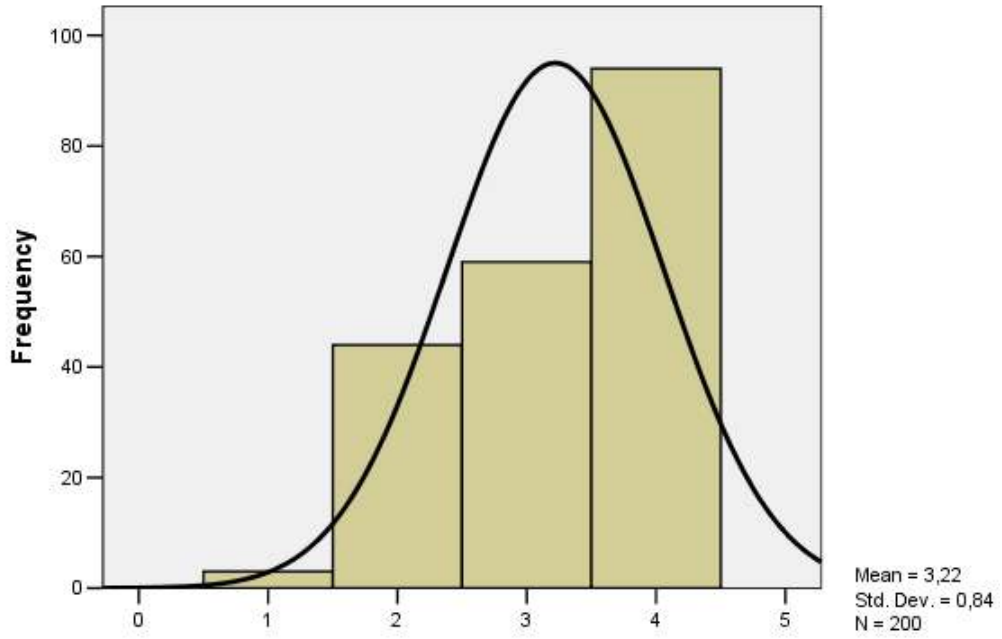
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	34	17,0	17,0	17,0
	2	115	57,5	57,5	74,5
	3	40	20,0	20,0	94,5
	4	11	5,5	5,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Sonuçlara göre katılımcıların büyük çoğunluğunun iki kardeş oldukları görülmektedir.

4.3.1.1.4. Hane Geliri Kriterine Göre Dağılım

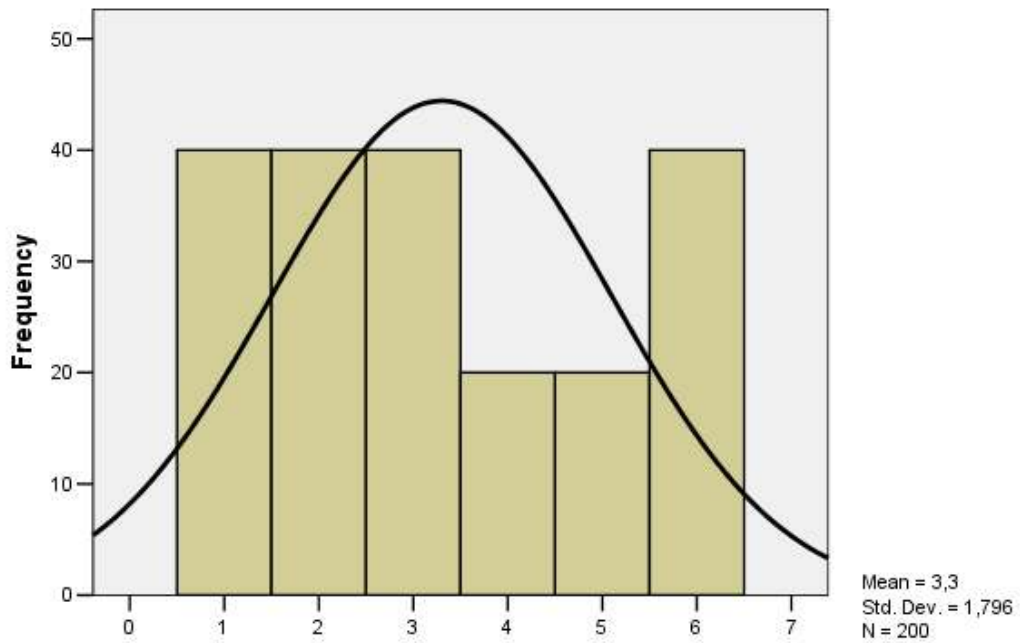
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	500 e kadar (1)	3	1,5	1,5	1,5
	501-1500 YTL (2)	44	22,0	22,0	23,5
	1501-3000 YTL (3)	59	29,5	29,5	53,0
	3000 den fazla (4)	94	47,0	47,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Katılımcıların hane gelirlerine bakıldığında hemen hemen yarısının (%47) 3.000 YTL.'den fazla bir hane geliriyle yaşamlarını sürdürdükleri görülmektedir.

4.3.1.1.5. Okuduğu Bölüm Kriterine Göre

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Gazetecilik (1)	40	20,0	20,0	20,0
	halkla ilişkiler (2)	40	20,0	20,0	40,0
	radio tv sinema (3)	40	20,0	20,0	60,0
	iletişim tasarımı (4)	20	10,0	10,0	70,0
	görsel iletişim tasarımı (5)	20	10,0	10,0	80,0
	reklam tasarımı (6)	40	20,0	20,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Ankete katılan öğrencilerin büyük çoğunluğu iletişim fakülteleri için temel bölümler sayılabilecek gazetecilik, halkla ilişkiler ve radyo televizyon, reklam tasarımı bölümlerinde okudukları gözlenmektedir. İletişim ve görsel iletişim tasarımı bölümlerinin oranının az çıkmasının nedeni olarak anket yapılan üniversitelerden sadece vakıf üniversitelerinde bu bölümlerin olması gösterilebilir.

4.3.1.2. Yeni İletişim Ortamları ve Etkilerinin Algılanması ile İlgili Tanımsal Bulgular

		E-Mail Var	Web Sayfası Var	Blog Var	Sayısal TV Var	USB Bellek Var	MP3 Player Var	Uydu Var	Cep Tel Var
N	Valid	200	200	200	200	200	200	200	200
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Median		Var	Yok	Yok	Var	Var	Var	Yok	Var
Mode		Var	Yok	Yok	Var	Var	Var	Yok	Var

		Evde Bilgisayar	Okulda Bilgisayar	İşte Bilgisayar	Bilgi. Donanım Değişikliği	Bilgisayar Dersi	Eğitim için Bilgisayar	Oyun için Bilgisayar
N	Valid	200	200	200	200	200	200	200
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Median		Var	Yok	Yok	6 Ay-1 Yı	Gördü	Evet	Hayır
Mode		Var	Yok	Yok	1 yıldan fazla	Gördü	Evet	Hayır

		Eğlence için Bilgisayar	İnternet için Bilgisayar	Evden İnternet	Okuldan İnternet	İşten İnternet	Cafeden İnternet	Bilgisayarda Geçirilen Zaman
N	Valid	200	200	197	152	126	200	200
	Missing	0	0	3	48	74	0	0
Median		Evet	Evet	Evet	Hayır	Hayır	Hayır	3-5 Saat
Mode		Evet	Evet	Evet	Hayır	Hayır	Hayır	1-3 Saat

		İnternette Geçirilen Zaman	Teknolojik Ürünler Harcama	Ulusal TV Kanalı	Ulusal Radyo Kanalı	İnternetteki Haber Siteleri	TV İzlemeye Ayrılan Zaman
N	Valid	200	200	200	200	200	200
	Missing	0	0	0	0	0	0
Median		1-3 Saat	%10-%25	30-40	50-75	Memnun	1-3 Saat
Mode		1-3 Saat	%10-%25	30-40	50-75	Memnun	1-3 Saat

		Dijital Bölünme Kavramı	YİO'na Örnek	YİO'nın Özelliği	YİO'nın Dijital Bölünmeye Etkisi	İnternette Alışveriş	İnternette Bankacılık	İnternette Gazete
N	Valid	200	200	200	200	200	200	200
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Median		Bilişim ve İletişim Teknolojileri	Bilgisayar	Etkileşim	Arttırıcı	Hayır	Hayır	Evet
Mode		Bilişim ve İletişim Teknolojileri	Bilgisayar	Etkileşim	Arttırıcı	Hayır	Hayır	Evet

		İnternette E-Devlet Uyg.	Google	Gittigidiyor	Hepsiburada	istanbul.gov	Sanayi	Bilişim	Sağlık	Finans
N	Valid	200	200	200	200	200	199	200	199	200
	Missing	0	0	0	0	0	1	0	1	0
Median		Hayır	1.	3.	2.	4.	2.	2.	4.	3.
Mode		Hayır	1.	3.	2.	4.	1.	2.	4.	3.

Ankete cevap veren katılımcıların yeni iletişim ortamları ve etkilerinin algılanması ile ilgili tanımsal bulgularına bakıldığında çoğunluğunun;

- e-mail, sayısal tv aboneliği, usb belleği, mp3 çaları ve cep telefonunun bulunduğunu,
- ancak buna karşılık web sayfası, internet günlüğü ve uydu alıcısının bulunmadığını,
- evde bilgisayara sahipken, okulda ve işyerinde bilgisayar imkanı olmadığı,
- bilgisayarı olanların 1 yıldan daha az zaman diliminde donanım değişikliğine gitmediklerini,
- Daha önce bilgisayar dersi gördüklerini,
- Eğitim, eğlence ve internet için bilgisayar kullanmaya evet dedikleri, buna karşılık oyun amacıyla kullanıma hayır dediklerini,
- Evde bilgisayar sahibi olmalarının bir yansıması olarak iş, okul ve cafe yerine evden internete bağlanmayı yeğlediklerini,
- Gün içinde bilgisayar başında 1-3 saat zaman geçirdikleri, bu zamanın tamamını internetin teşkil ettiğini,
- Gelirlerinin %10-%25'ini teknolojik ürünlere ayırdığını
- Ulusal TV kanal sayısının 30-40, ulusal radyo istasyonu sayısının ise 50-75 arasında olduğunu düşündüklerini,
- İnternetteki haber sitelerinin artmasından memnuniyet duyduklarını,
- Gün içinde TV izlemeye bilgisayar başında geçirdiği süre kadar zaman ayırdıklarını,

- Dijital bölünme kavramını en iyi bilişim ve iletişim teknolojilerinin temsil ettiğini düşündüklerini,
- Yeni iletişim ortamlarına en iyi örneği bilgisayarın oluşturduğunu düşündüklerini,
- Yeni iletişim ortamlarının en önemli özelliği olarak etkileşimi gördüklerini,
- Yeni iletişim ortamlarının dijital bölünmeyi artırıcı bir etkiye sahip olduğunu düşündüklerini,
- İnternet üzerinden gazete okuduklarını, buna karşılık alışveriş, bankacılık ve elektronik devlet uygulamalarını daha az gerçekleştirdiklerini,
- Ziyaret ettikleri web siteleri arasında bir arama motoru olan google'ı alışveriş ve devlet kurumlarına ait sitelerinin önüne taşıdıklarını,
- Sektörlerin dünyadaki büyüklükleri sırasında ilk sıraya sanayiye ikinci olarak bilişim ve ardından finans ve sağlığı yerleştirdiklerini görmekteyiz.

4.3.1.2.1. Donanım ve Hizmet Sahipliği Kriterine Göre Dağılım

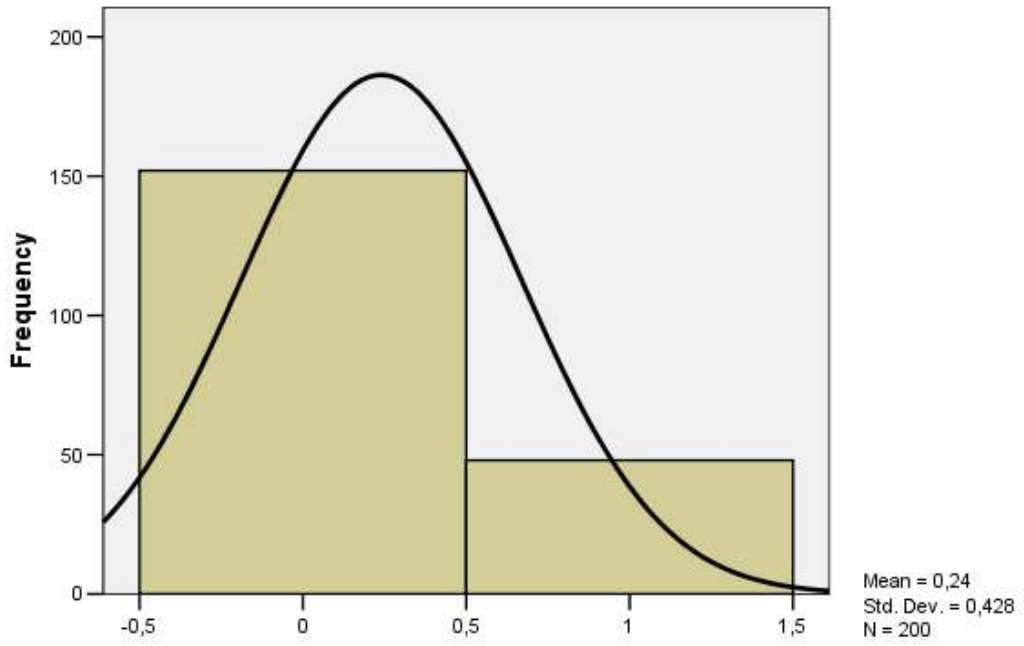
• E-Mail Sahipliği

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	var	200	100,0	100,0	100,0

Öğrencilerin tamamının e-mail adresine sahip olması artık gençliğin iletişim kanalı olarak yeni iletişim ortamlarının farkına vardıklarının bir göstergesidir.

- Web Sayfası Sahipliği

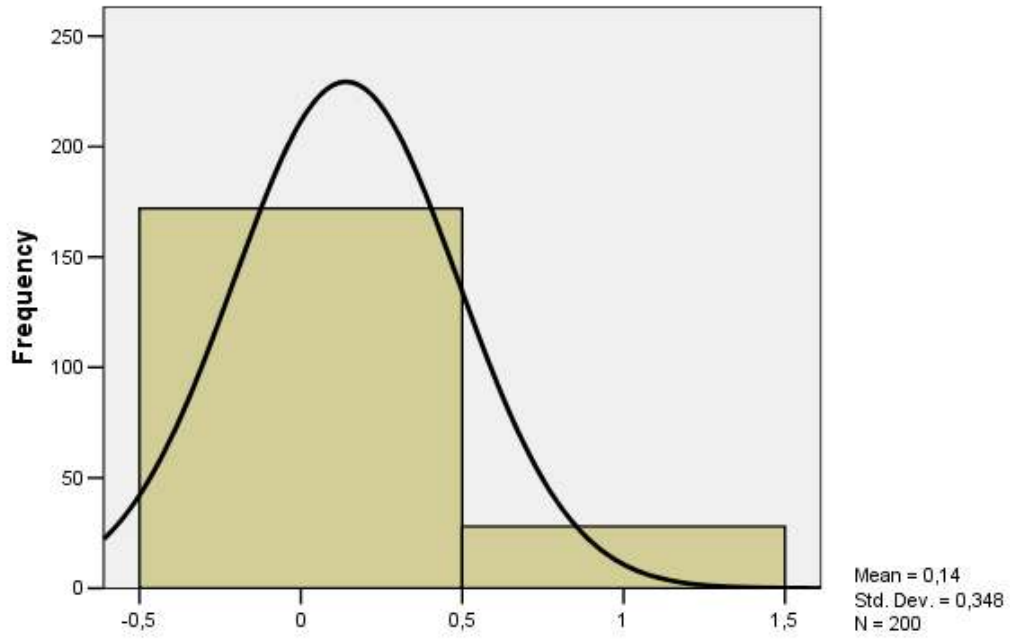
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Yok (0)	152	76,0	76,0	76,0
	Var (1)	48	24,0	24,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Katılımcıların sadece %24'ünün web sayfasına sahip olması bir olumsuzluk olarak görülse de web sayfası hazırlamanın teknik bir beceri ve ilgiye bağlı olduğu düşünülecek olursa makul karşılanabilir.

- **Blog Sahipliği**

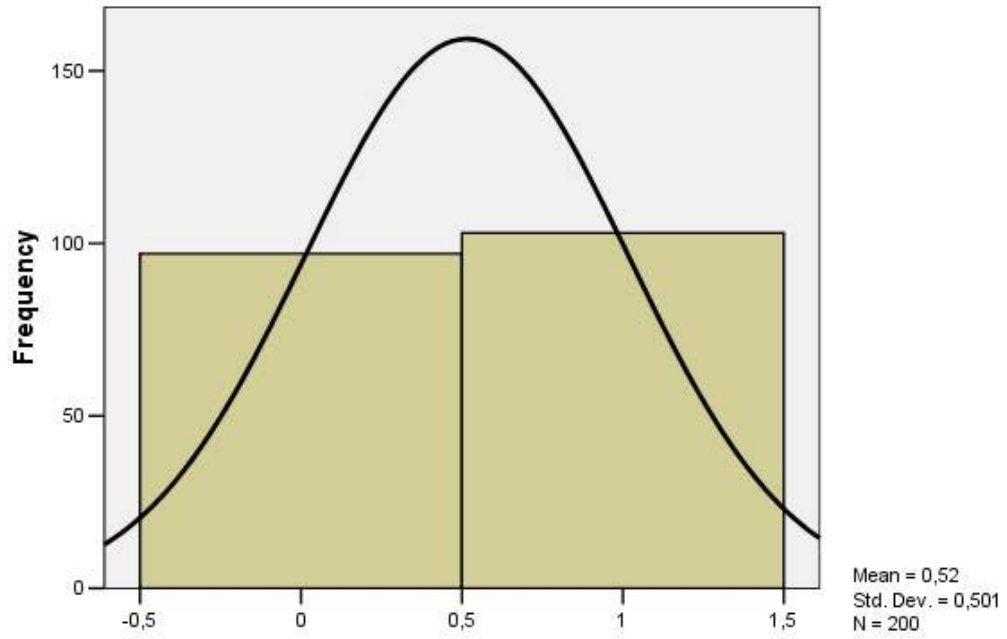
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Yok (0)	172	86,0	86,0	86,0
	Var (1)	28	14,0	14,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Katılımcıların %86'sının blogu mevcut değildir. İnternet günlükleri olarak adlandırılan blog'lar web sayfasına göre nispeten daha yeni bir kavram olmasından dolayı sahip olanların sayısının web sayfasına oranla daha düşük çıkması normal karşılanmalıdır.

- **Sayısal TV Aboneliği Sahipliği**

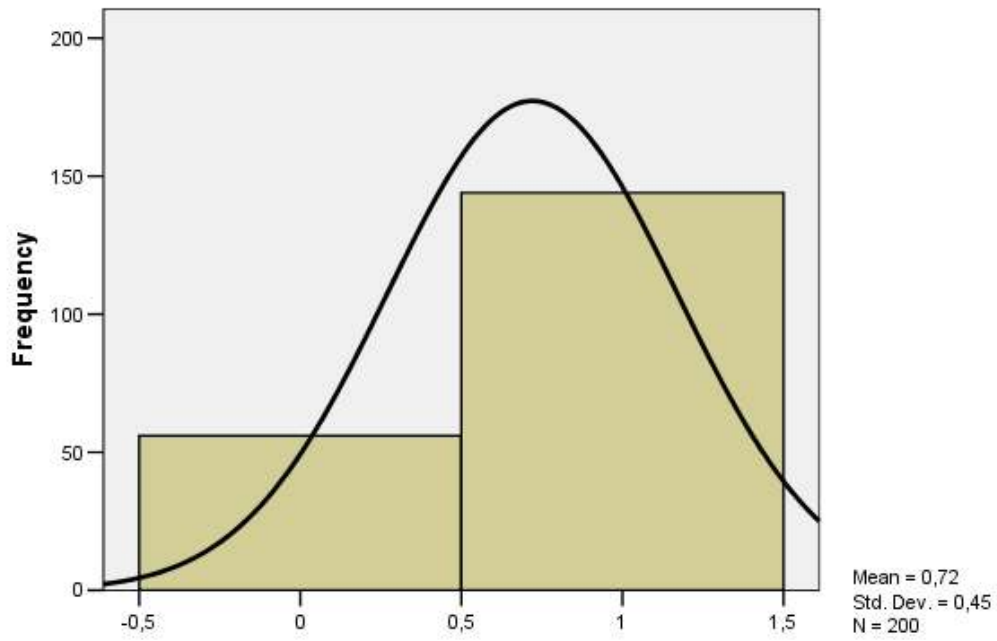
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Yok (0)	97	48,5	48,5	48,5
	Var (1)	103	51,5	51,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Sayısal TV aboneliği olan ve olmayanların sayıları hemen hemen birbirine eşit durumdadır. Bu hizmetin ücretli ve zorunlu bir ihtiyaç olmaması bu durumun bir nedeni olarak görülebilir.

- **USB Bellek Sahipliği**

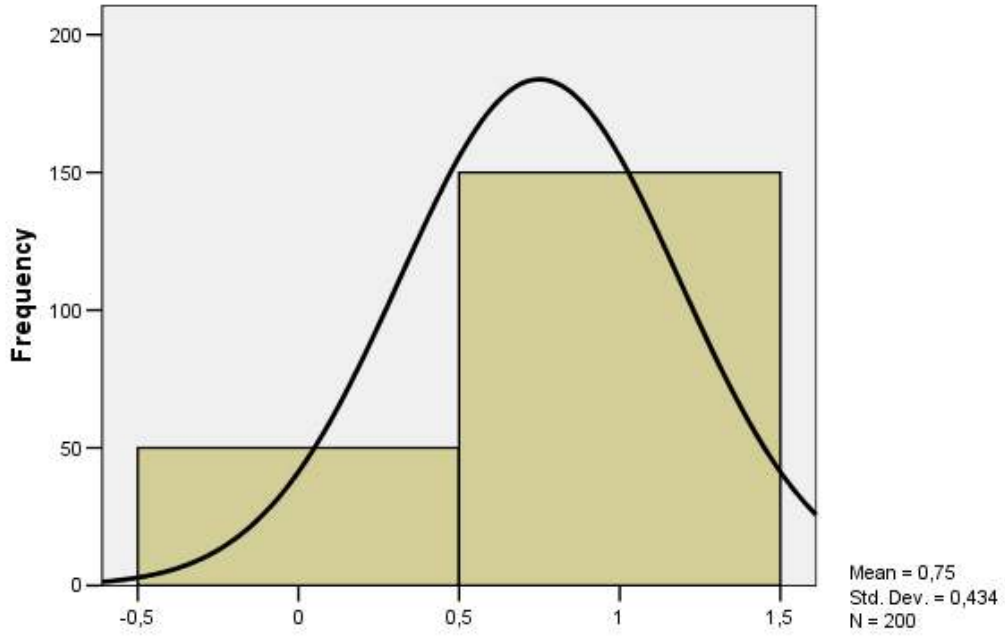
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Yok (0)	56	28,0	28,0	28,0
	Var (1)	144	72,0	72,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Katılımcıların yaklaşık 4'te 3'ü (%72) USB bellek sahibidir. Teknolojinin neredeyse aydan aya değiştiği bir ortamda depolama birimleri de dönüşüme uğramış ve günümüzde en çok kullanılan depolama birimlerinden birinin bu belleklerin olması sonucu açıklamaktadır.

- **MP3 Çalar Sahipliği**

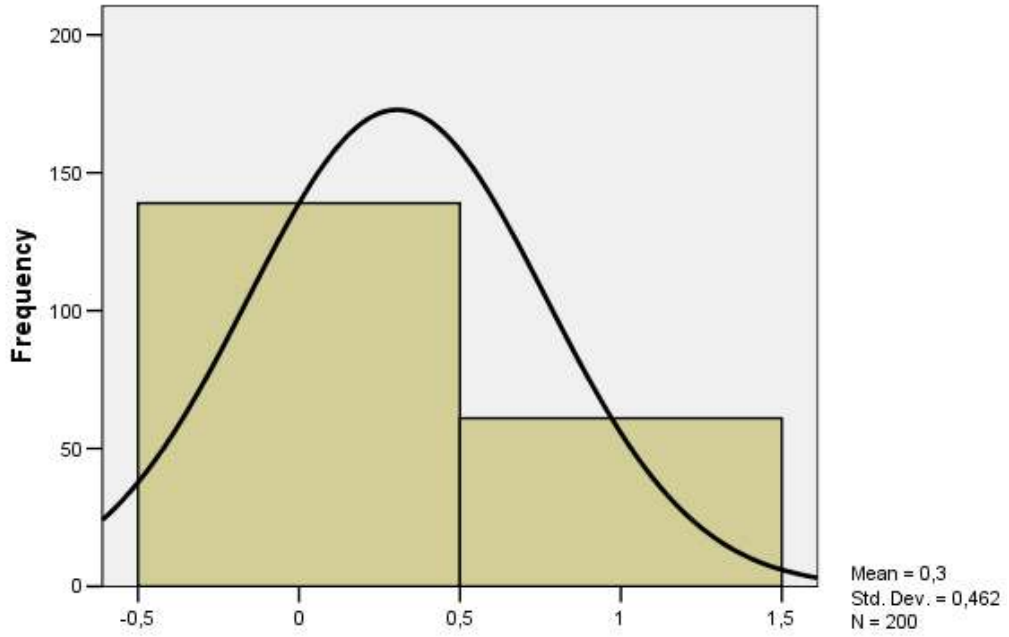
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Yok (0)	50	25,0	25,0	25,0
	Var (1)	150	75,0	75,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Ankete katılan 200 öğrenciden 150'si MP3 çalara sahip gözükmemektedir. Gençler için vazgeçilmez olan müziğin taşınabilir boyutlara inmesi bunun en önemli sebeplerinden birisidir.

- Uydu Alıcı Sahipliği

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Yok (0)	139	69,5	69,5	69,5
	Var (1)	61	30,5	30,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Uydu alıcı sahipliği de sayısal TV aboneliği gibi zorunlu bir ürün olmadığı için uydu alıcı sahiplerinin oranının %30,5 çıkması makul görülmelidir.

- **Cep Telefonu Sahipliği**

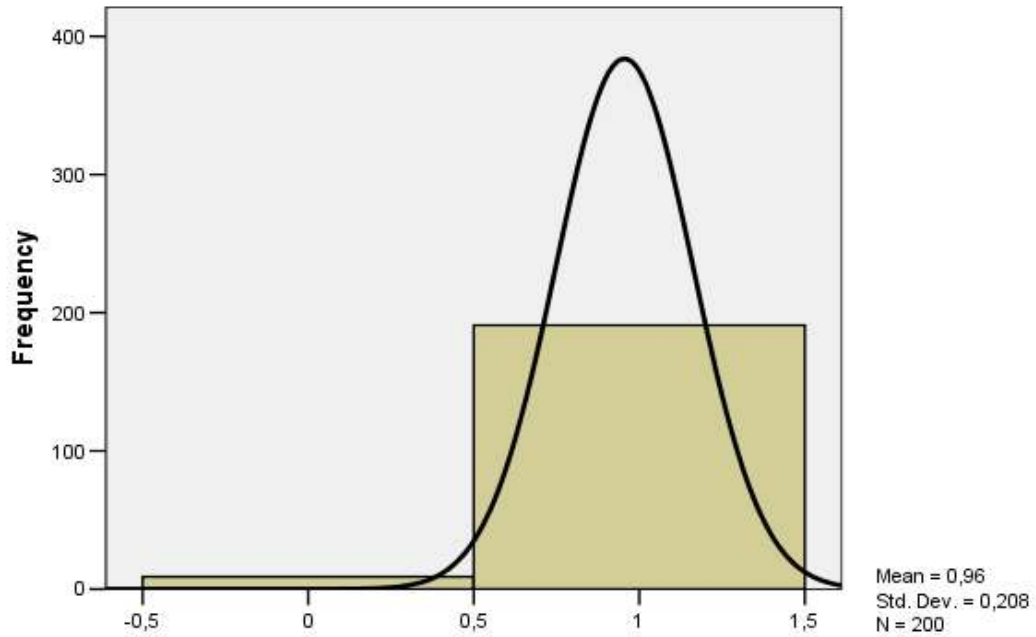
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	var	200	100,0	100,0	100,0

E-mail örneğinde olduğu gibi burada da sahiplik oranı %100 çıkmıştır. Ülkemizde en çok kabul gören iletişim araçlarından birisi şüphesiz cep telefonlarıdır. Telefon operatörlerinin sık sık reklamlarında açıkladıkları abone sayıları bunun en güzel kanıtıdır.

4.3.1.2.2. Bilgisayar Sahipliği Kriterine Göre Dağılım

- **Evde Bilgisayar**

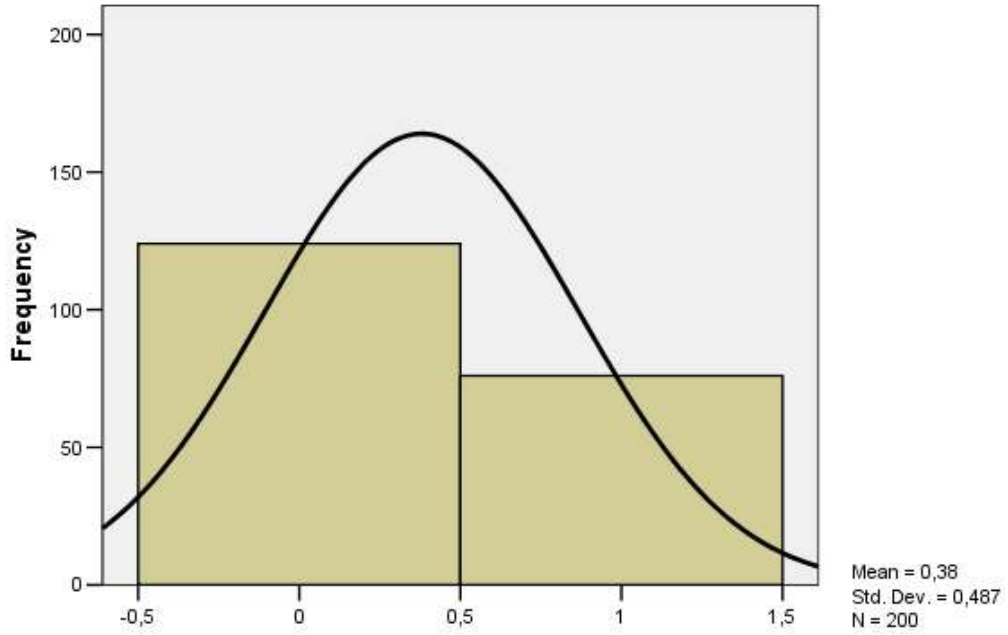
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Yok (0)	9	4,5	4,5	4,5
	Var (1)	191	95,5	95,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Hemen hemen %100 oranında öğrenci evinde bilgisayar sahibi olarak gözükmemektedir. Bilgisayarın hayatımızın vazgeçilmez bir parçası olması ve erişilebilir düzeye inen fiyatlar sonucu açıklamaktadır.

- **Okulda Bilgisayar**

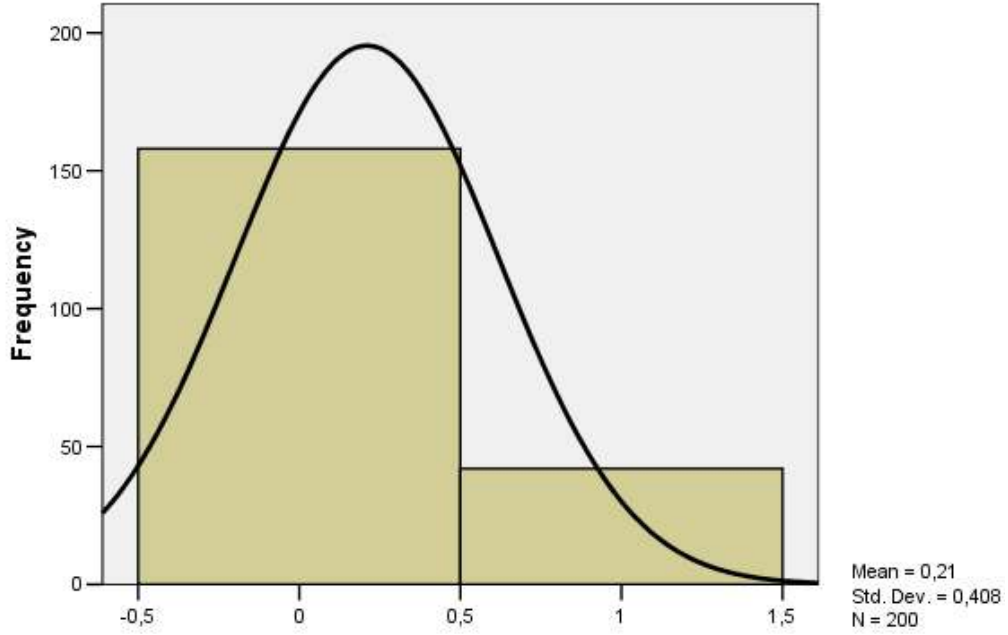
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Yok (0)	124	62,0	62,0	62,0
	Var (1)	76	38,0	38,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Ankete katılan 200 öğrenciden 124’ü okulda bilgisayarı olmadığı cevabını vermişlerdir. Sonucun bu şekilde çıkmasını okullardaki bilgisayar laboratuarlarında her öğrenciye bir bilgisayar düşmemesine bağlanabilir.

- İşyerinde Bilgisayar

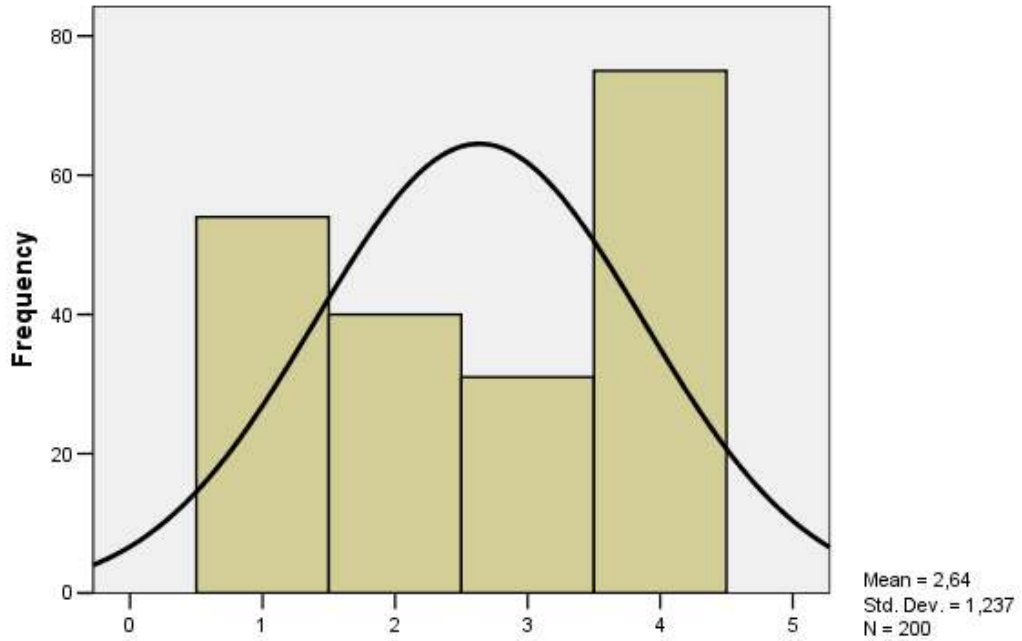
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Yok (0)	158	79,0	79,0	79,0
	Var (1)	42	21,0	21,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



İşyerlerinde bilgisayar sahipliği sorusuna verilen cevaplarda hayır oranları okulda bilgisayar sorusuna oranla daha fazla çıkmıştır (%79). Her öğrenci okuduğu sırada çalışmayı tercih etmemektedir. Yukarıda yer alan sonuç çalışmayan öğrencilerin vermiş olduğu cevaplardan kaynaklanmaktadır.

4.3.1.2.3. Bilgisayarda Donanım Değişikliği Kriterine Göre Dağılım

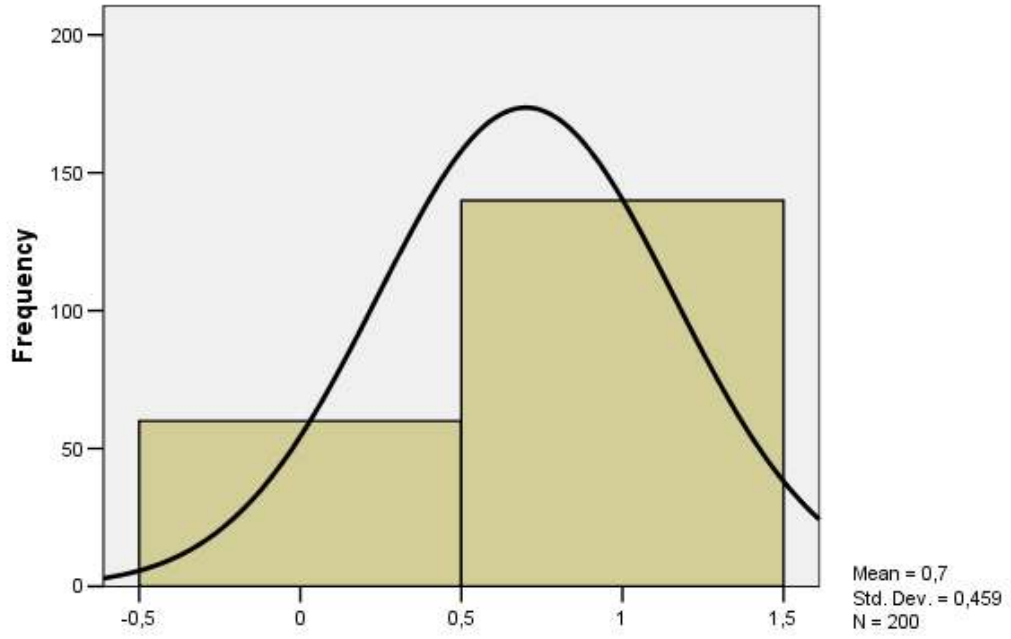
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-3 ay (1)	54	27,0	27,0	27,0
	3-6 ay (2)	40	20,0	20,0	47,0
	6 ay-1 yıl (3)	31	15,5	15,5	62,5
	1 yıldan fazla (4)	75	37,5	37,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Sonuçlardan bilgisayar sahibi olanların çoğunluğunun donanım değişikliğine 1 yıldan daha kısa bir sürede ihtiyaç duymadıkları görülmektedir. Bilişim teknolojilerinde ithalatçı bir ülke olduğumuz göz önünde bulundurulduğunda çok çabuk değişen bir teknoloji için yurt dışına döviz çıkmaması sevindirici bir durumdur.

4.3.1.2.4. Bilgisayar Dersi Görme Kriterine Göre Dağılım

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hayır (0)	60	30,0	30,0	30,0
	Evet (1)	140	70,0	70,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

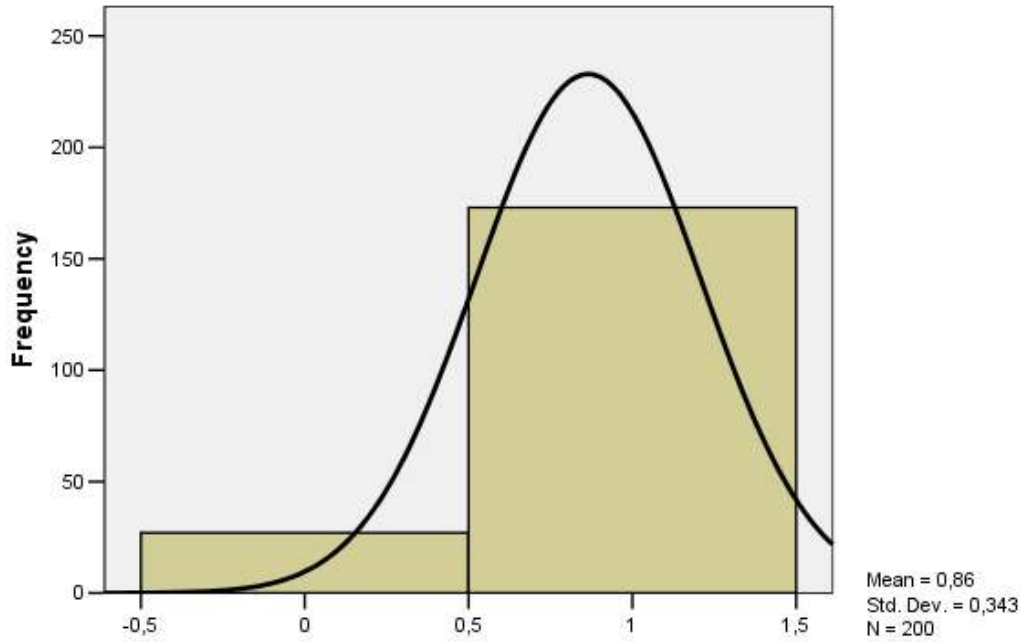


Katılımcıların %70 gibi büyük bir çoğunluğunun üniversite eğitime başlamadan önce bilgisayar dersi aldıkları görülmektedir. İçinde bulunduğumuz bilişim çağında milli eğitimin bilgisayar dersini müfredata dahil etmiş olması gençlerin çağın gereklerine hazır olması bakımından önem arz etmektedir.

4.3.1.2.5. Bilgisayar Kullanma Amacı Kriterine Göre Dağılım

- Eğitim İçin

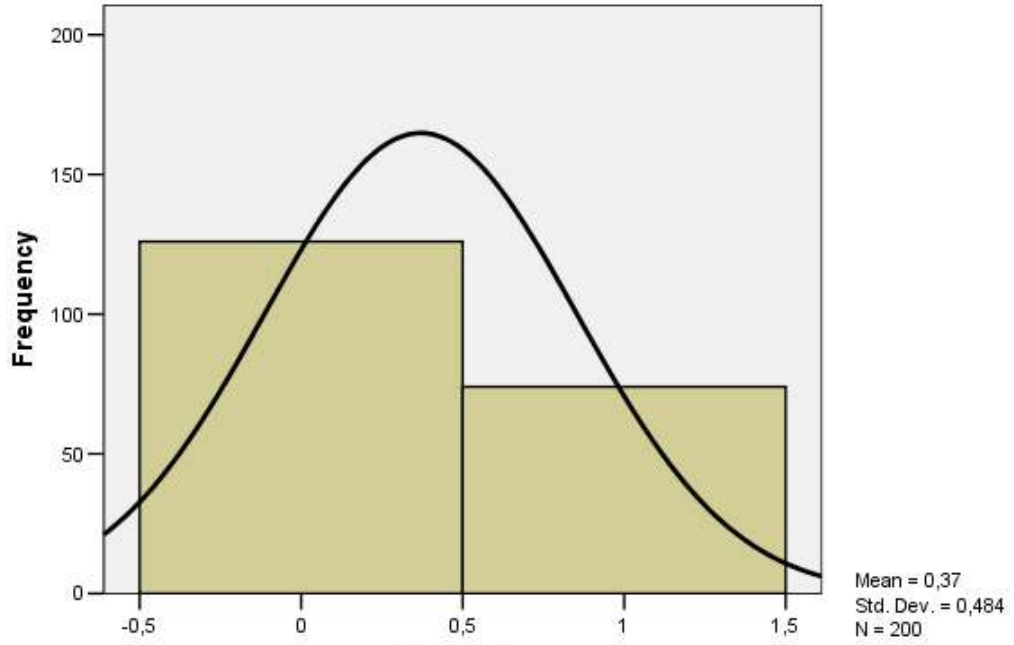
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hayır (0)	27	13,5	13,5	13,5
	Evet (1)	173	86,5	86,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Katılımcıların %86,5 gibi büyük bir çoğunluğu bilgisayarı eğitim amaçlı kullanma sorusuna evet yanıtını vermişlerdir. Bu da bilişim teknolojilerinin eğitim için ne kadar vazgeçilmez bir konuma geldiğinin göstergesidir.

- **Oyun İçin**

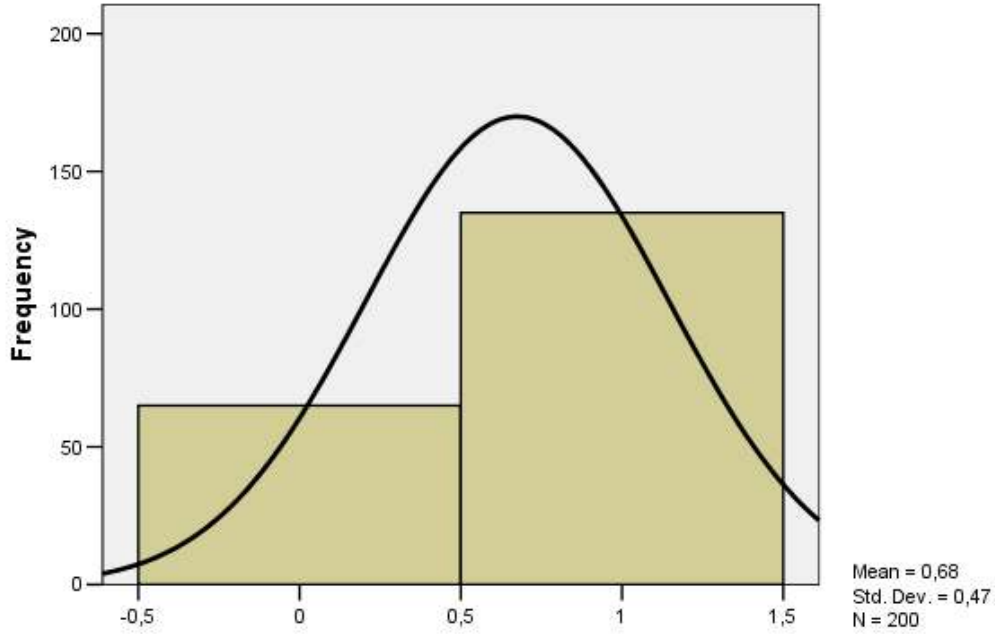
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hayır (0)	126	63,0	63,0	63,0
	Evet (1)	74	37,0	37,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Öğrencilerin %63'ü oyun için bilgisayar kullanımına hayır demişlerdir. Bunun ardında yatan sebep olarak bilgisayar oyunları özel donanımlara ihtiyaç gösterdiğinden masrafa girmek istememeleri görülebilir.

- Eğlence İçin

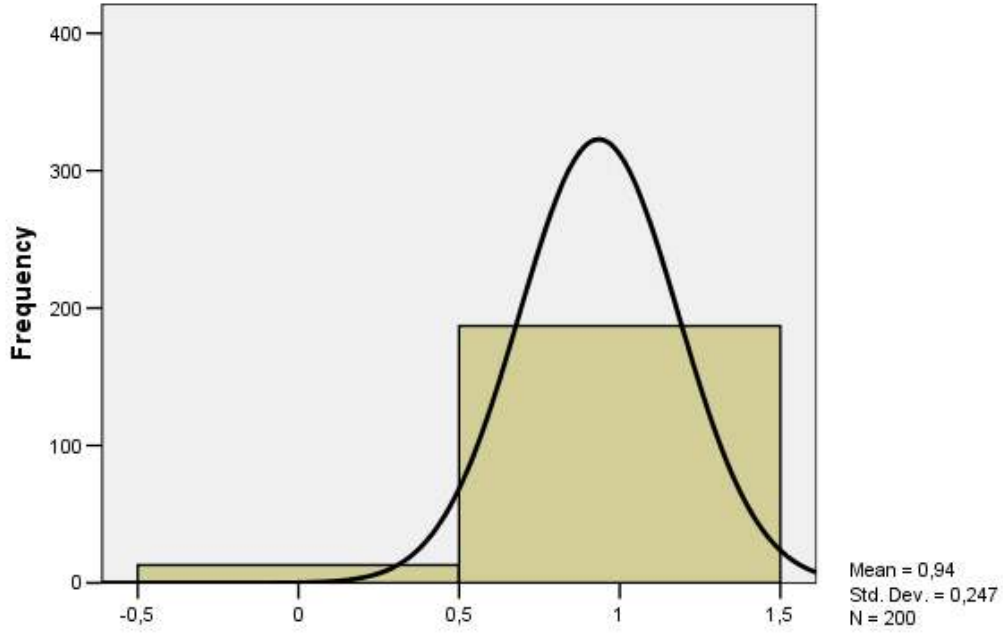
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hayır (0)	65	32,5	32,5	32,5
	Evet (1)	135	67,5	67,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Oyunun tam tersi oranlarda katılımcıların müzik dinleme ve video izlemenin dahil olduğu eğlence için bilgisayar kullanımına evet dedikleri görülmektedir. Bu faaliyetler için ekstra bir donanım ihtiyacı olmaması ve artık herşeyin sayısal formatta internet ortamında bolca bulunması bu sonucu doğrular niteliktedir.

- **Internet İçin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hayır (0)	13	6,5	6,5	6,5
	Evet (1)	187	93,5	93,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

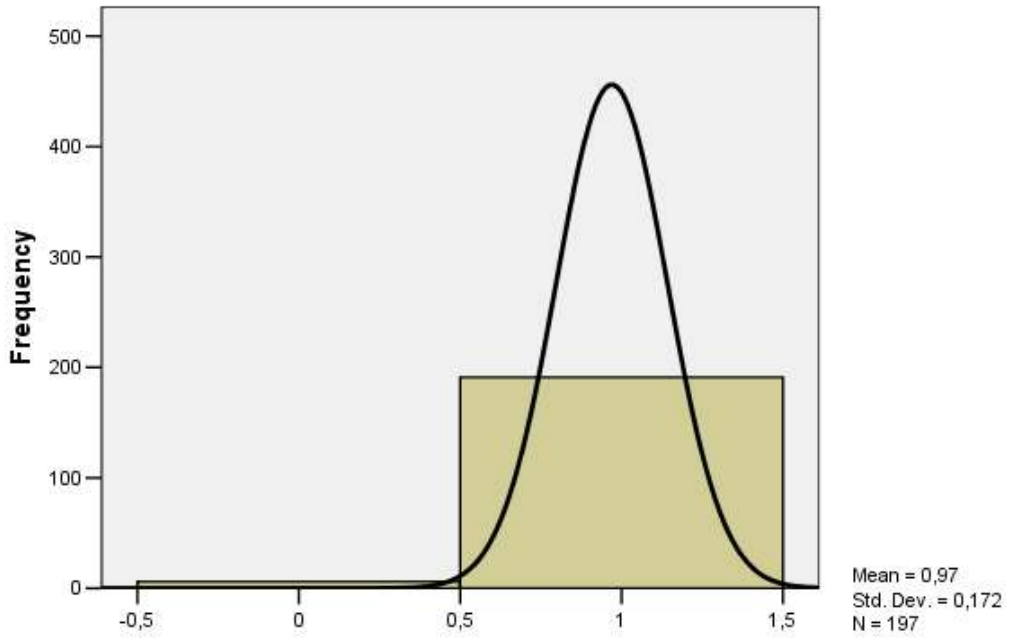


Yukarıda bahsedilen tüm seçeneklerin aynı zamanda internet ortamından gerçekleştirildiği düşünüldüğünde öğrencilerin hemen hemen tamamının (%93,5) internet için bilgisayar demesi şaşırtıcı olmamalıdır.

4.3.1.2.6. İnternet Erişim şekli Kriterine Göre Dağılım

- Evden

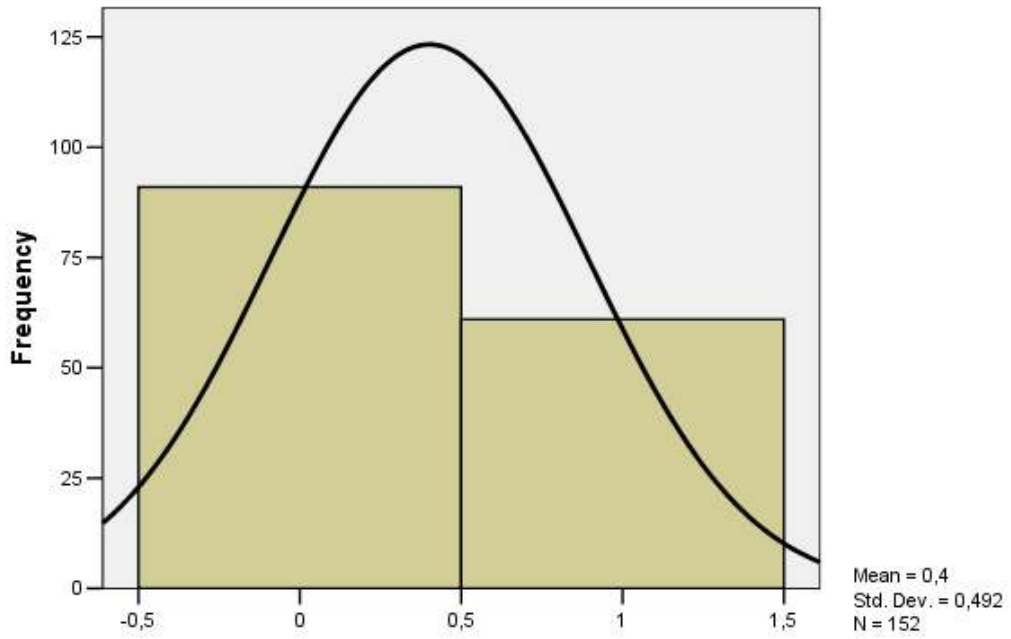
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hayır (0)	6	3,0	3,0	3,0
	Evet (1)	191	95,5	97,0	100,0
	Total	197	98,5	100,0	
Missing	System	3	1,5		
Total		200	100,0		



Sonuçlar katılımcıların %95,5'unun internete evinden bağlanmayı tercih ettiğini göstermektedir. Yukarıda açıklanan sonuçlardan birisi olan evde bilgisayar sahipliği oranının aynı oranda yüksek çıkması sonuçla örtüşmektedir.

- Okuldan Internet

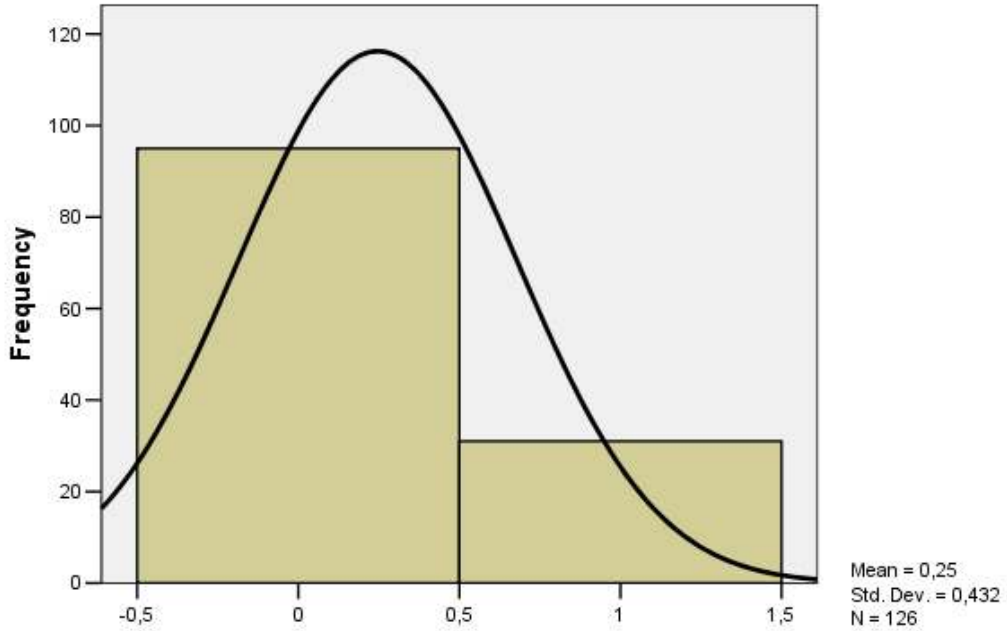
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hayır (0)	91	45,5	59,9	59,9
	Evet (1)	61	30,5	40,1	100,0
	Total	152	76,0	100,0	
Missing	System	48	24,0		
Total		200	100,0		



Öğrencilerin %45,5'i okuldan internete bağlanmadıklarını ifade etmişlerdir. Buna hayır manasında soruyu bıraktıklarını düşünebileceğimiz %24 oranını eklediğimizde rakam okulda bilgisayar imkanı bulunmadığını söyleyen öğrencilerin oranıyla örtüşmektedir.

- İşten Internet

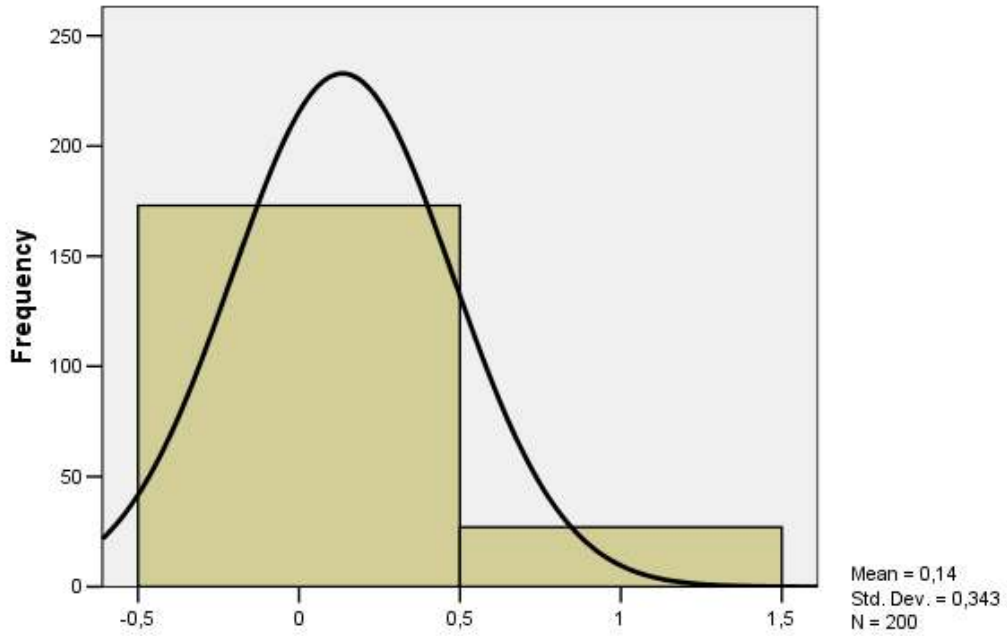
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hayır (0)	95	47,5	75,4	75,4
	Evet (1)	31	15,5	24,6	100,0
	Total	126	63,0	100,0	
Missing	System	74	37,0		
Total		200	100,0		



İşyerinde internet sorusuna hayır diyen öğrencilerin oranı %47,5 çıkmıştır. Benzer şekilde bu rakama soruyu boş bırakanları eklediğimizde işyerlerinde bilgisayar imkanı olmadığı yanıtını veren öğrencilerle hemen hemen aynı orana ulaşılmaktadır.

- Cafeden Internet

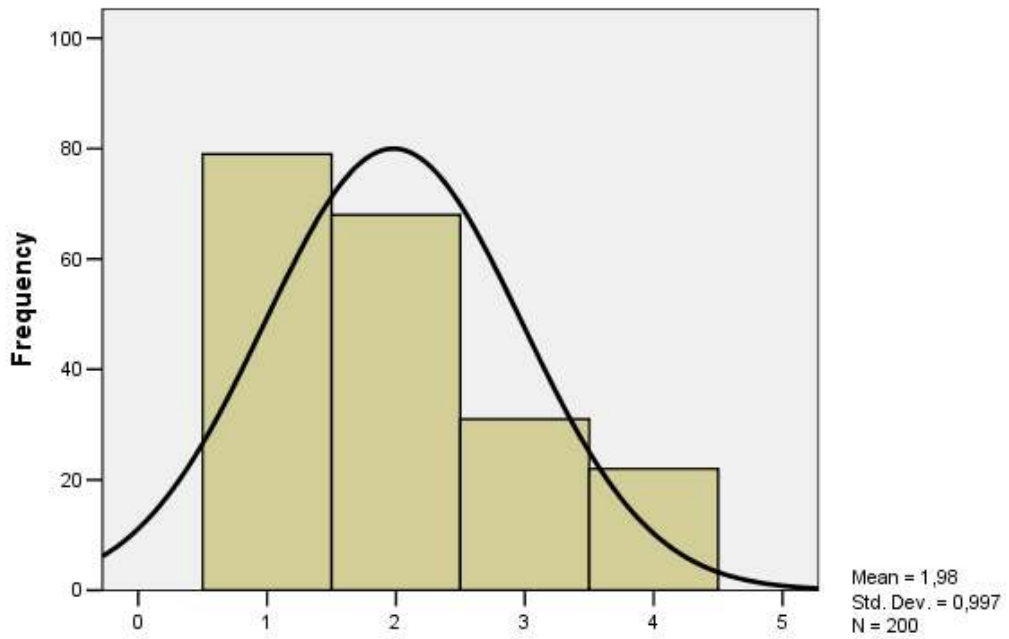
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hayır (0)	173	86,5	86,5	86,5
	Evet (1)	27	13,5	13,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



%86,5 gibi büyük çoğunluğu internet cafe olarak tabir edilen mekanlardan internet erişimine hayır cevabını vermişlerdir. Bu da gençlerin bu tür mekanlara sıcak bakmadığının göstergesidir.

4.3.1.2.7. Bilgisayarda Geçirilen Zaman Kriterine Göre Dağılım

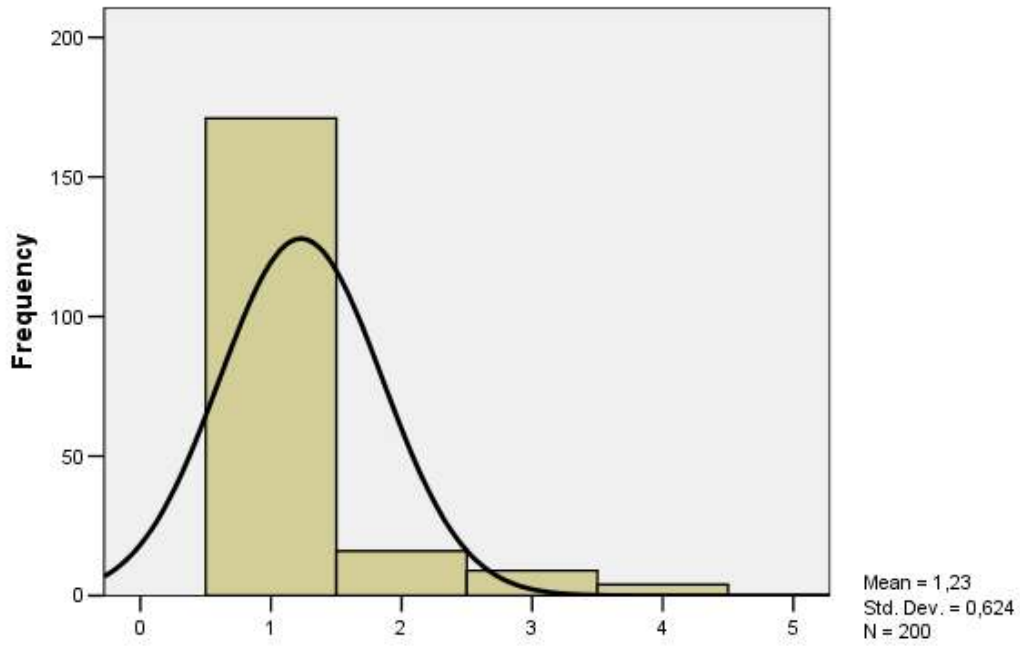
			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-3	(1)	79	39,5	39,5	39,5
	3-5	(2)	68	34,0	34,0	73,5
	5-7	(3)	31	15,5	15,5	89,0
	7 den fazla	(4)	22	11,0	11,0	100,0
	Total		200	100,0	100,0	



Rakamlardan öğrencilerin büyük bir %73,5'unun bilgisayar başında 1 ile 5 saat arasında zaman geçirdikleri buna karşılık %26,5'unun ise 5 ile 7 saat gibi çok sayılabilecek bir zamanı bilgisayar başında geçirdikleri görülmektedir.

4.3.1.2.8. İnternette Geçirilen Zaman Kriterine Göre Dağılım

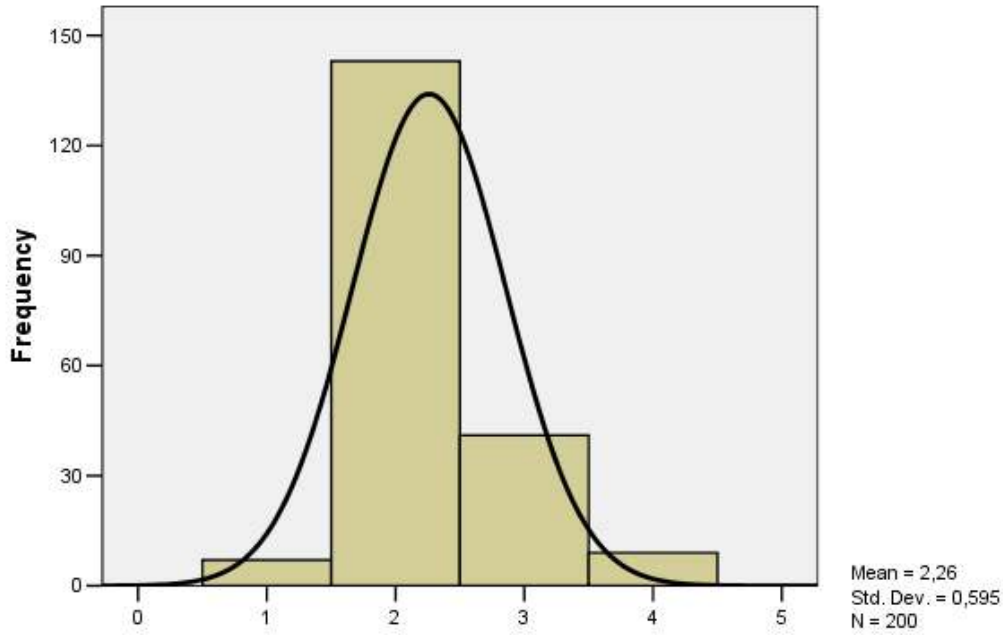
			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-3 (1)		171	85,5	85,5	85,5
	3-5 (2)		16	8,0	8,0	93,5
	5-7 (3)		9	4,5	4,5	98,0
	7 den fazla (4)		4	2,0	2,0	100,0
	Total		200	100,0	100,0	



Bilgisayar başında geçirilen zamanın hemen hemen tamamını internet teşkil etmektedir.

4.3.1.2.9. Teknolojik Ürünlere Harcama Kriterine Göre Dağılım

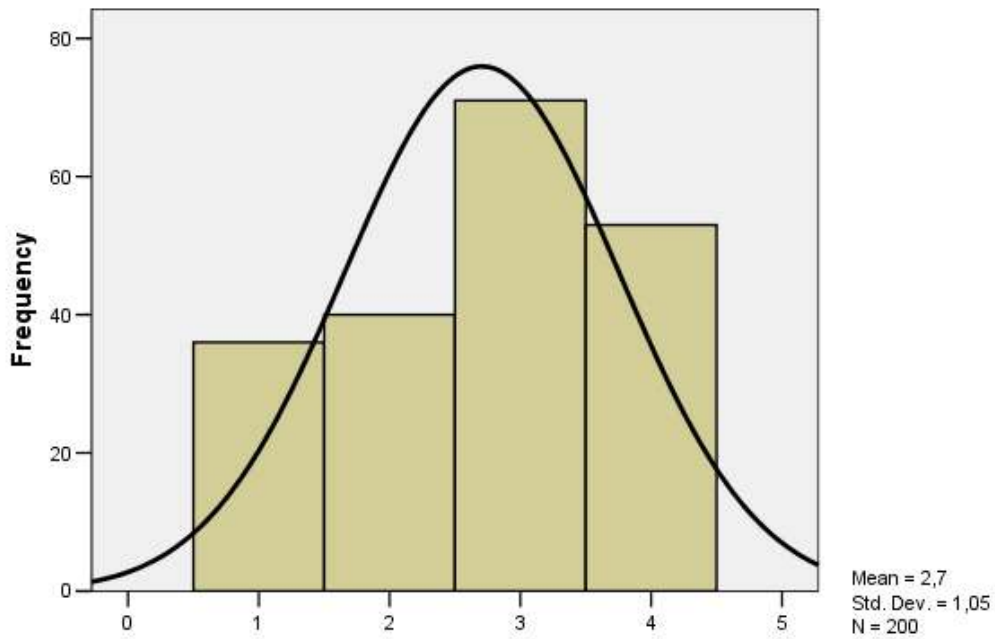
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hiç (1)	7	3,5	3,5	3,5
	%10-%25 (2)	143	71,5	71,5	75,0
	%25-%50 (3)	41	20,5	20,5	95,5
	%50 den fazla (4)	9	4,5	4,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Katılımcıların büyük bir çoğunluğu teknolojik ürünlere bütçelerinin %25'inden daha fazla yatırım yapmamaktalar. Bu sonuç da bilgisayarların donanım değişikliğine 1 yıldan az bir sürede gitmemeleri sonucuyla örtüşmektedir.

4.3.1.2.10. Ulusal TV Kanal Sayısı Kriterine Göre Dağılım

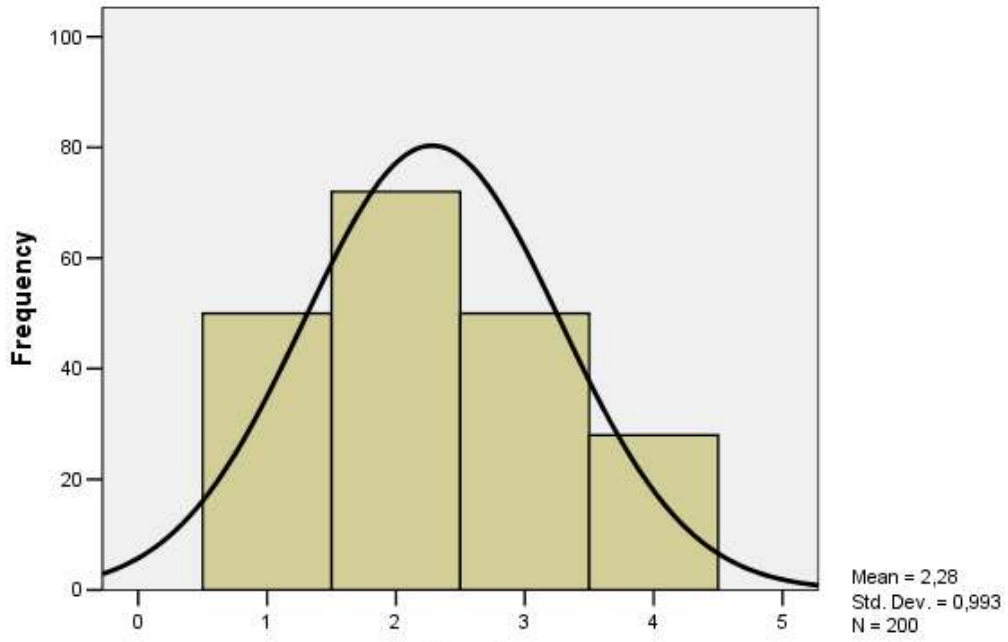
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10-20 (1)	36	18,0	18,0	18,0
	20-30 (2)	40	20,0	20,0	38,0
	30-40 (3)	71	35,5	35,5	73,5
	40 dan fazla (4)	53	26,5	26,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



İletişim fakültesi öğrencisi olarak Türkiye’de halen yayında bulunan 26 adet ulusal televizyon kanal sayısını tahmin edebilen öğrenci sayısı %20 civarındadır.

4.3.1.2.11. Ulusal Radyo İstasyon Sayısı Kriterine Göre Dağılım

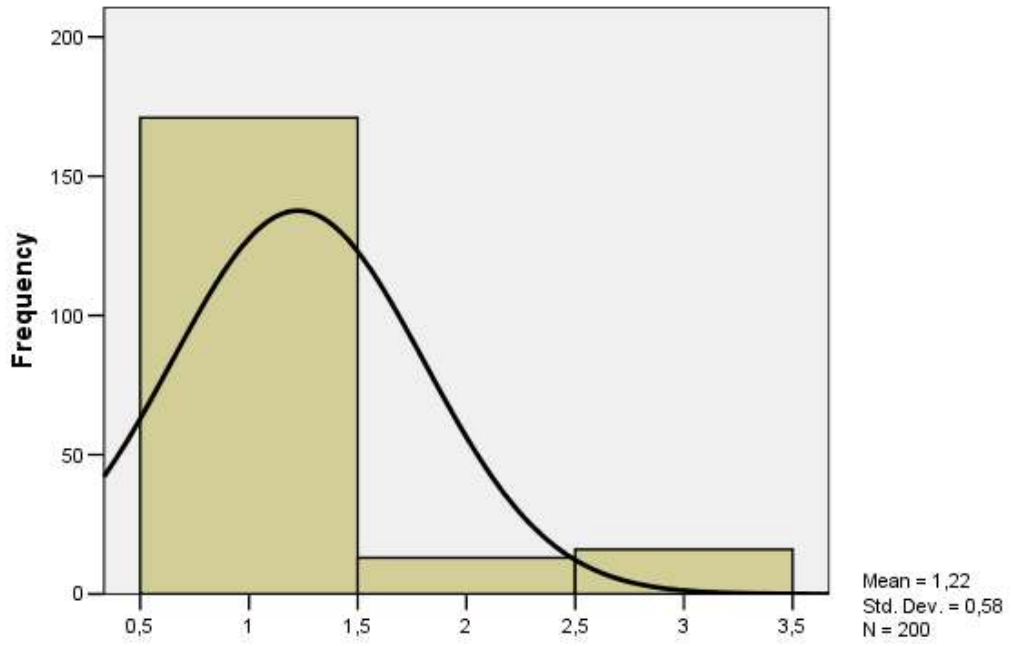
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	25-50 (1)	50	25,0	25,0	25,0
	50-75 (2)	72	36,0	36,0	61,0
	75-100 (3)	50	25,0	25,0	86,0
	100 den fazla (4)	28	14,0	14,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Bununla beraber Türkiye’de halen yayında olan 50 adet radio istasyonu sayısını tahmin eden öğrencilerin oranı da (%25) televizyondaki orana yakındır. İletişim fakültesi öğrencilerin ilgisizliği düşündürücüdür.

4.3.1.2.12. Haber Sitelerinden Memnuniyetlik Kriterine Göre Dağılım

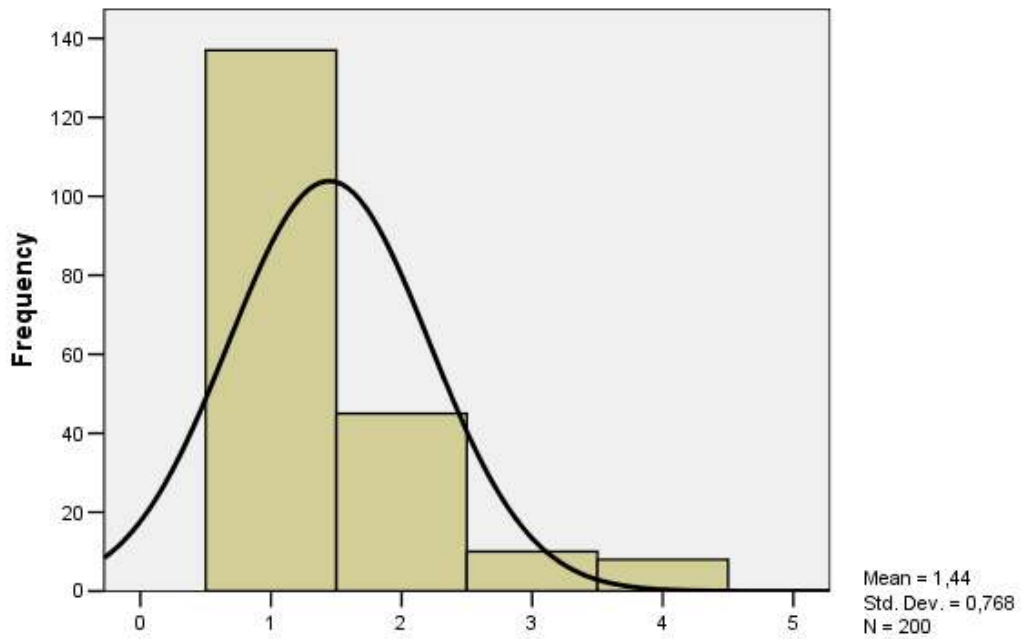
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Evet (1)	171	85,5	85,5	85,5
	Hayır (2)	13	6,5	6,5	92,0
	fikrim yok (3)	16	8,0	8,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



İnternetteki haber sitelerinin artmasından memnuniyet duyan öğrencilerin oranı %85,5'dir. İletişim fakültesindeki öğrencilerin büyük çoğunluğunun yeni medya uygulamalarından haber sitelerine olan ilgisi sevindiricidir.

4.3.1.2.13. Televizyon İzlemeye Ayrılan Zaman Kriterine Göre Dağılım

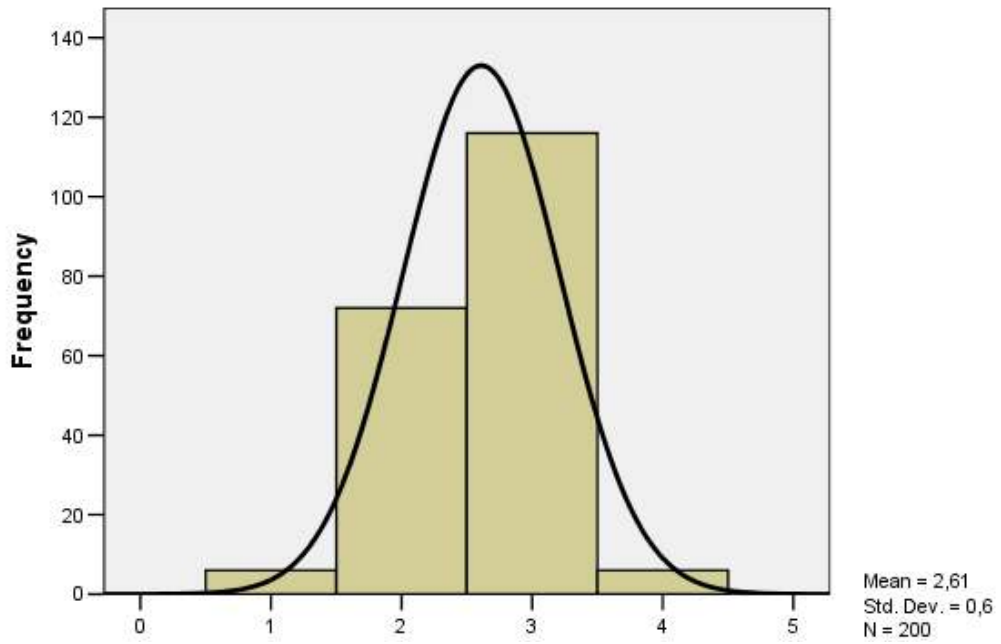
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-3 (1)	137	68,5	68,5	68,5
	3-5 (2)	45	22,5	22,5	91,0
	5-7 (3)	10	5,0	5,0	96,0
	7 den fazla (4)	8	4,0	4,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Bilgisayar örneğinde olduğu gibi televizyon izlemeye ayrılan zaman bakımından 1-3 saat aralığını işaretleyen öğrencilerin oranı çoğunluktadır. Bir iletişim fakültesi öğrencisi olarak ulusal televizyon kanalı sayısını doğru tahmin edememeleri için mazeret teşkil etmese de ilgisiz olduklarının göstergelerinden birisi olarak görülebilir.

4.3.1.2.14. Dijital Bölünmeyi Tarifleyen Kavram Kriterine Göre Dağılım

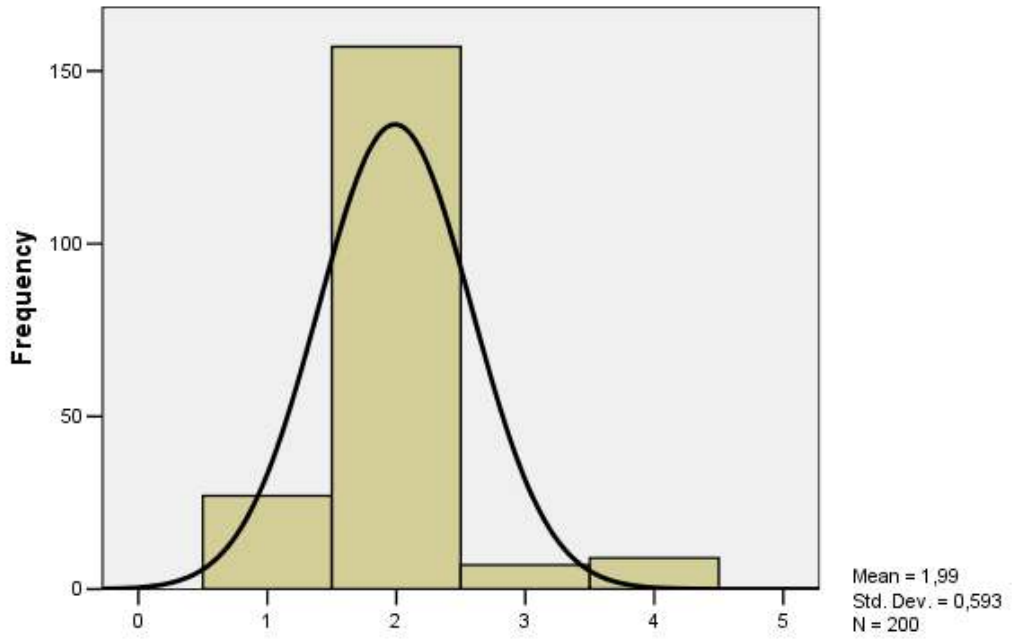
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	cep telefonu (1)	6	3,0	3,0	3,0
	internet bağlantısı (2)	72	36,0	36,0	39,0
	bilişim iletişim tek. (3)	116	58,0	58,0	97,0
	Bilgi (4)	6	3,0	3,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Öğrencilerin yarısından fazlası (%58) dijital bölünmeyi tarifleyen kavram olarak bilişim ve iletişim teknolojilerini gördüklerini ifade etmişlerdir. Bu da konuyla ilgili olduklarını göstermektedir.

4.3.1.2.15. Yeni İletişim Ortamlarına Örnek Kriterine Göre Dağılım

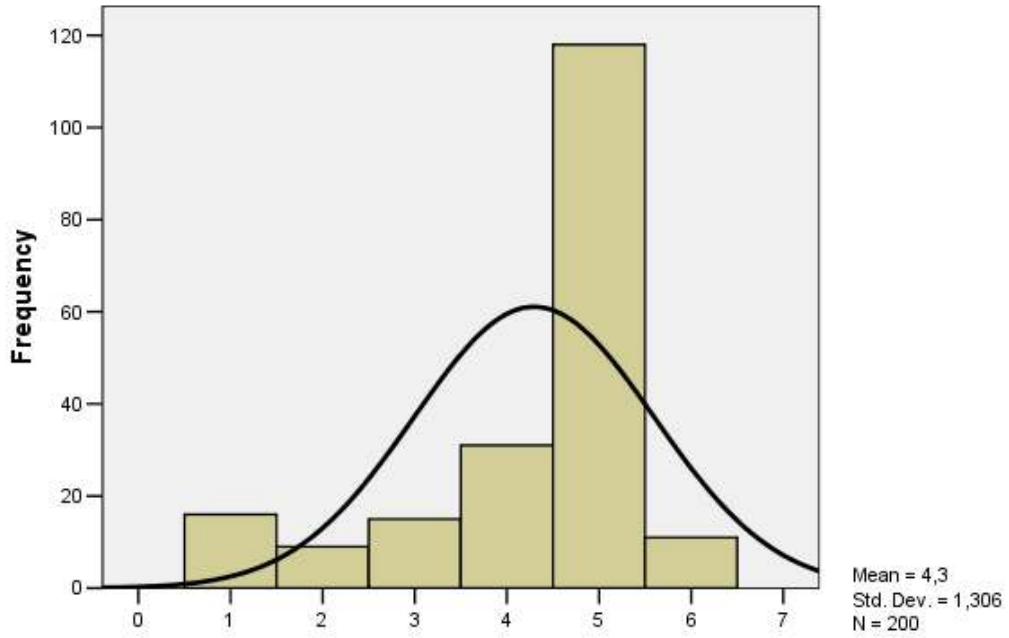
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	cep telefonu (1)	27	13,5	13,5	13,5
	Bilgisayar (2)	157	78,5	78,5	92,0
	uydu alıcı (3)	7	3,5	3,5	95,5
	Televizyon (4)	9	4,5	4,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Yeni iletişim ortamlarına en iyi örnek sorusunda da katılımcıların dörtte üçü (%78,5) bilgisayarı işaretleyerek konuyla ilgili oldukları savını kuvvetlendirmektedirler.

4.3.1.2.16. Yeni İletişim Ortamlarının Özelliği Kriterine Göre Dağılım

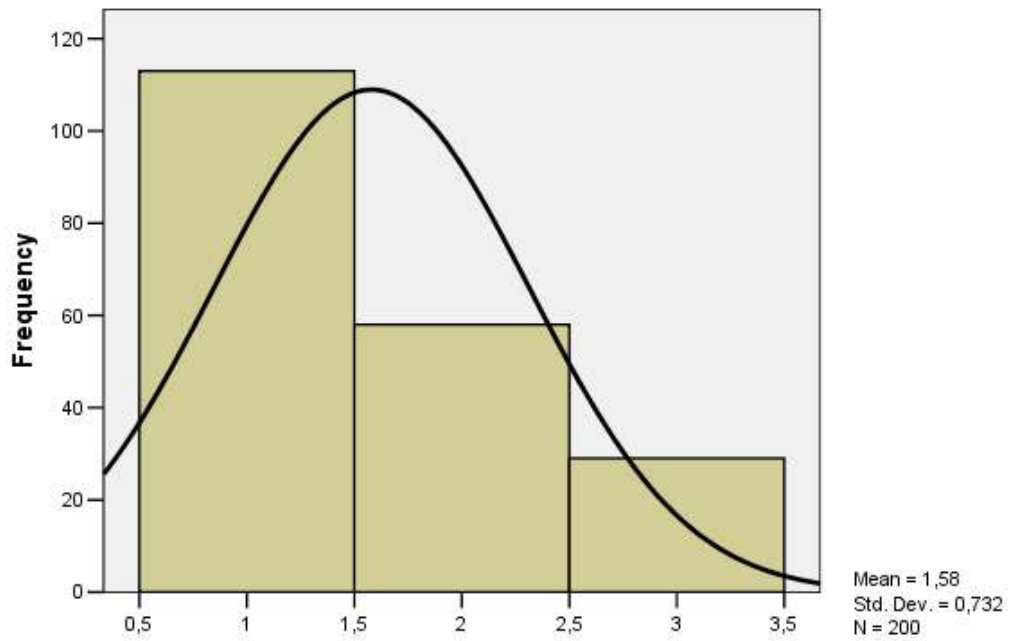
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sayısallık (1)	16	8,0	8,0	8,0
	Modülerlik (2)	9	4,5	4,5	12,5
	Otomasyon (3)	15	7,5	7,5	20,0
	Kişiselik (4)	31	15,5	15,5	35,5
	Etkileşim (5)	118	59,0	59,0	94,5
	6	11	5,5	5,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Öğrencilerin yarısından fazlası (%59) yeni iletişim teknolojilerini atfedilen en önemli özelliklerden birisi olan etkileşimi ilk sıraya taşımışlardır.

4.3.1.2.17. Yeni İletişim Ortamlarının Dijital Bölünmeye Etkisi Kriterine Göre Dağılım

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Arttırıcı (1)	113	56,5	56,5	56,5
	fikrim yok (2)	58	29,0	29,0	85,5
	Azaltıcı (3)	29	14,5	14,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

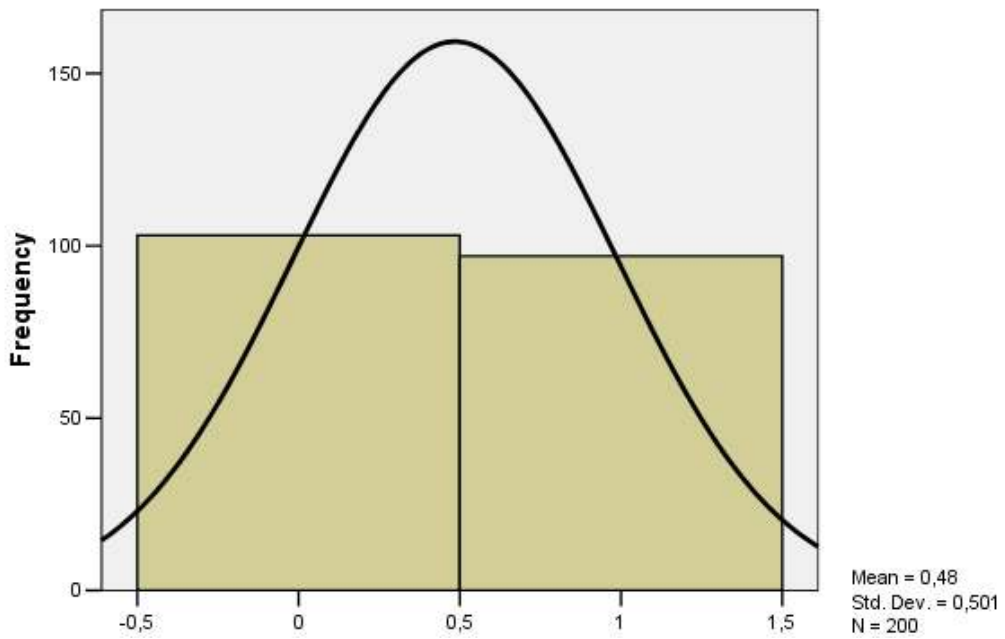


Katılımcıların yarısından fazlasının (%56,5) yeni iletişim teknolojilerinin dijital bölünmeyi arttırıcı bir etkiye sahip olduğunu düşünmeleri ilgi çekiciyken, konuyla ilgili fikri olmayanların oranı da (%29) kaygı vericidir.

4.3.1.2.18. Internet Üzerinden Gerçekleştirilen Faaliyet Kriterine Göre Dağılım

- **İnternette Alışveriş**

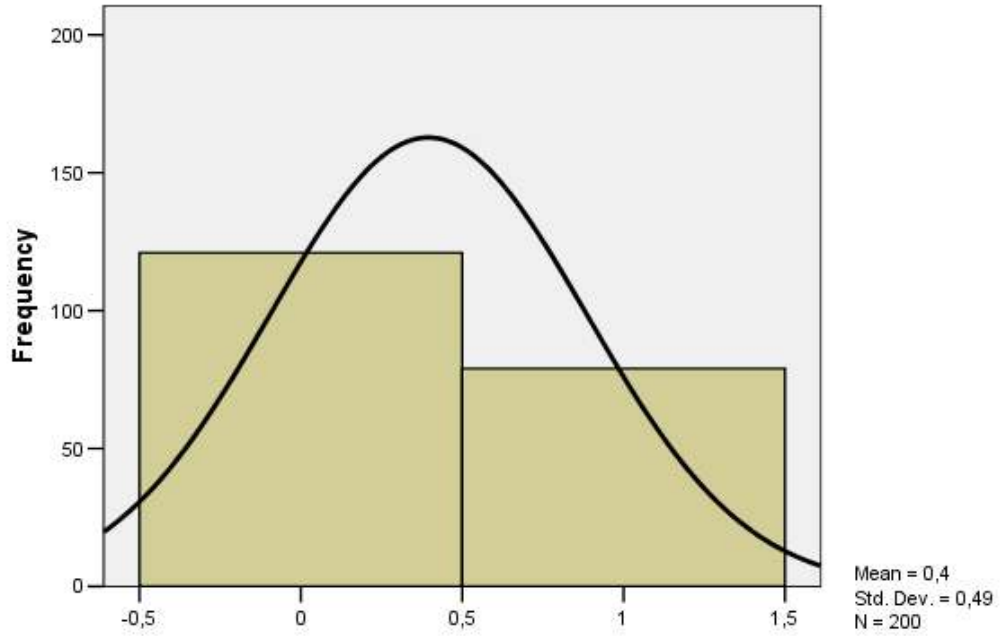
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hayır (0)	103	51,5	51,5	51,5
	Evet (1)	97	48,5	48,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Katılımcılar arasında internette alışverişe sıcak bakma ve bakmama açısından hemen hemen bir eşitlik söz konusu olsa da alışveriş tercih etmeyenlerin oranı (%51,5) biraz daha fazladır. Bu duruma sebep olarak da medyada yer alan internette güvenlik sorunlarıyla ilgili haberler gösterilebilir.

- **İnternetten Bankacılık**

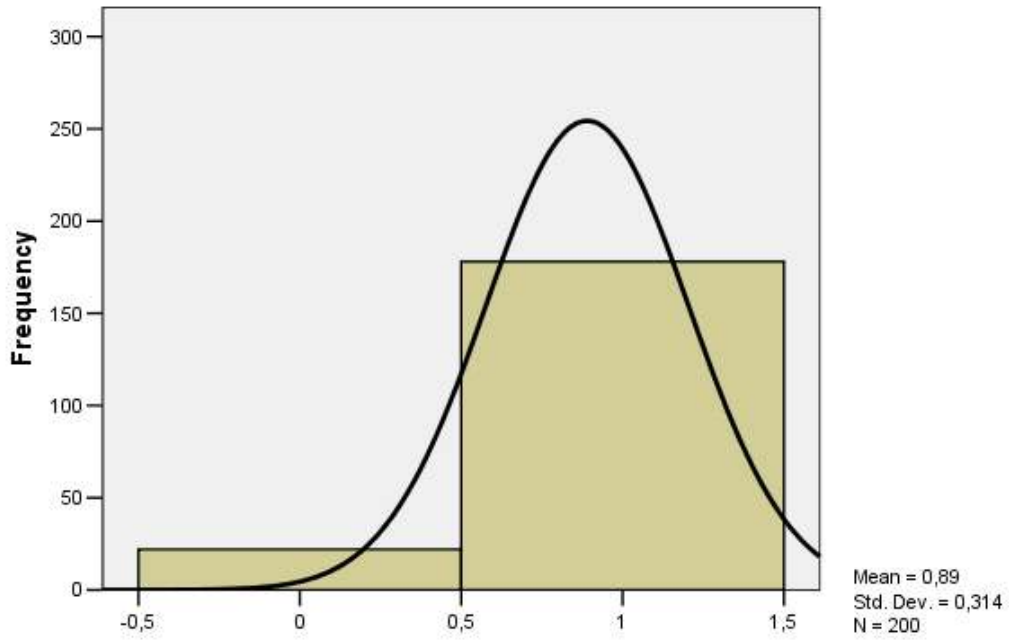
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hayır (0)	121	60,5	60,5	60,5
	Evet (1)	79	39,5	39,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



İnternetten bankacılık işlemleri gerçekleştirme konusunda hayır diyenlerin oranı (%60,5) alışverişe göre daha fazladır. Bu da az önce bahsedilen güvenlik konusundaki hassasiyeti destekler niteliktedir.

- **İnternetten Gazete Okuma**

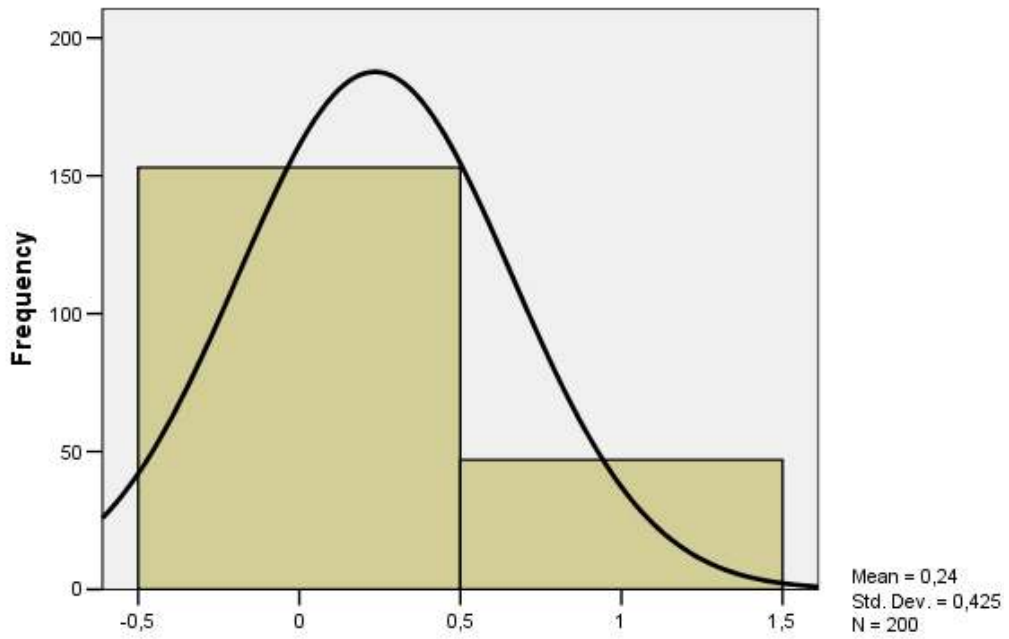
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hayır (0)	22	11,0	11,0	11,0
	Evet (1)	178	89,0	89,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Buna karşılık yukarıdaki rakamlardan da görüleceği üzere daha güvenli bir uygulama konusunda öğrencilerin büyük bir çoğunluğu (%89) evet cevabını vermektedir. Gençlerin internetten gazete okumaya ilgili olması sevindirici bir durumdur.

- **İnternetten E-Devlet Uygulamaları Gerçekleştirme**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hayır (0)	153	76,5	76,5	76,5
	Evet (1)	47	23,5	23,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

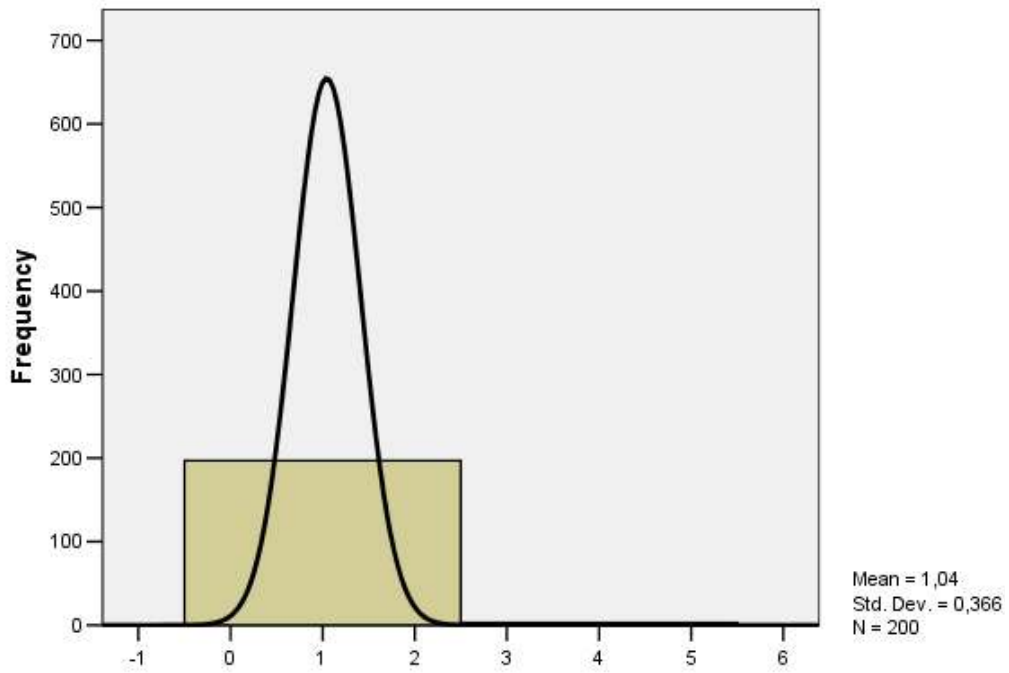


Öğrenciler alışveriş ve bankacılık örneklerinde olduğu gibi e-devlet uygulamalarında da çoğunlukla hayır cevabını vermişlerdir. Bunun sebebini güvenlikten çok e-devlet uygulamalarının nispeten yeni olması ve tam olarak tanıtılamamış olmasında aramak daha doğru olacaktır.

4.3.1.2.19. Ziyaret Edilen Internet Sitesi Kriterine Göre Dağılım

- Google

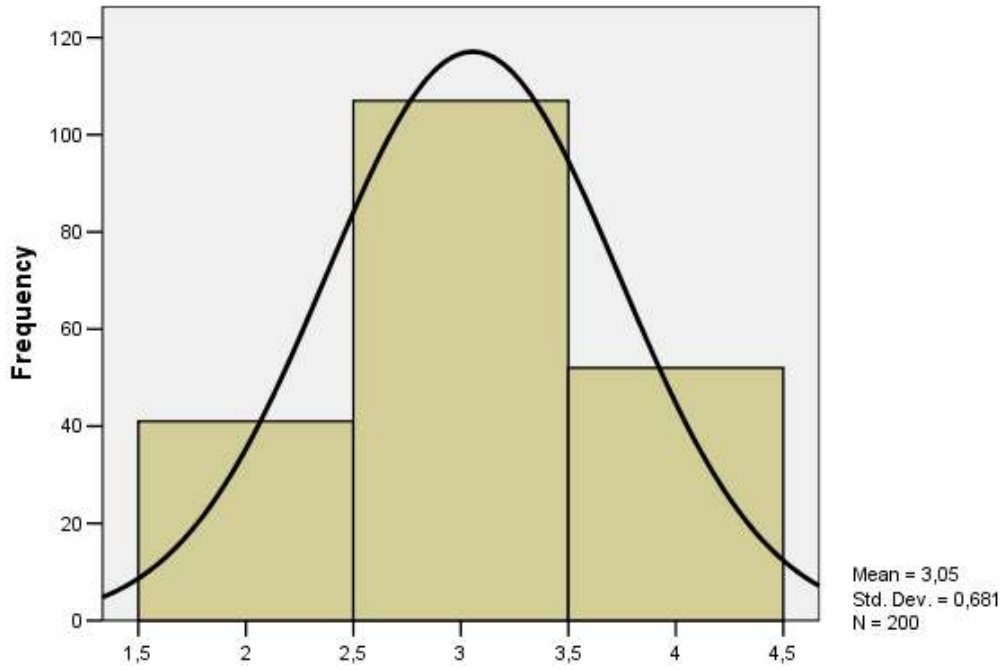
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	197	98,5	98,5	98,5
	4	3	1,5	1,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Ankete katılan öğrencilerin neredeyse tamamı (%98,5) bir arama motoru olan Google'ı birinci sıraya yerleştirmişlerdir. Özellikle bilgi aramada kullanılan arama motorlarının ilk sıraya oturması sevindirici ve dikkat çekicidir.

- **Gittigidiyor**

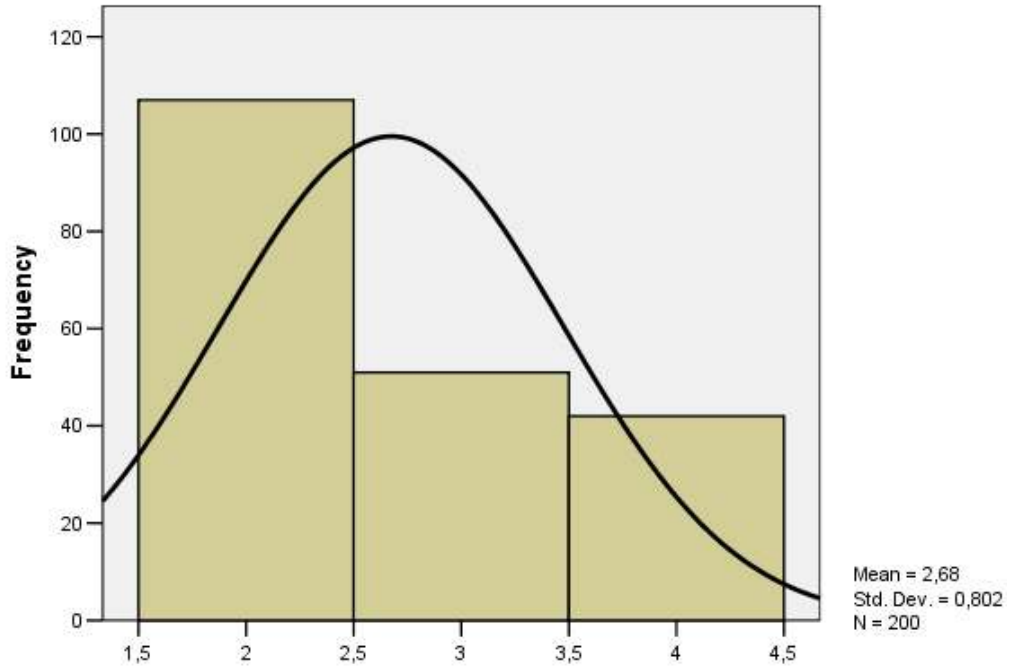
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	41	20,5	20,5	20,5
	3	107	53,5	53,5	74,0
	4	52	26,0	26,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Bir açıkarttırma sitesi olan gittigidiyor katılımcıların yarısı (%53,5) tarafından üçüncü sıraya yerleştirmişlerdir. Bu rakam internetten alışverişe evet diyen (48,5) oranıyla örtüşmektedir.

- Hepsiburada

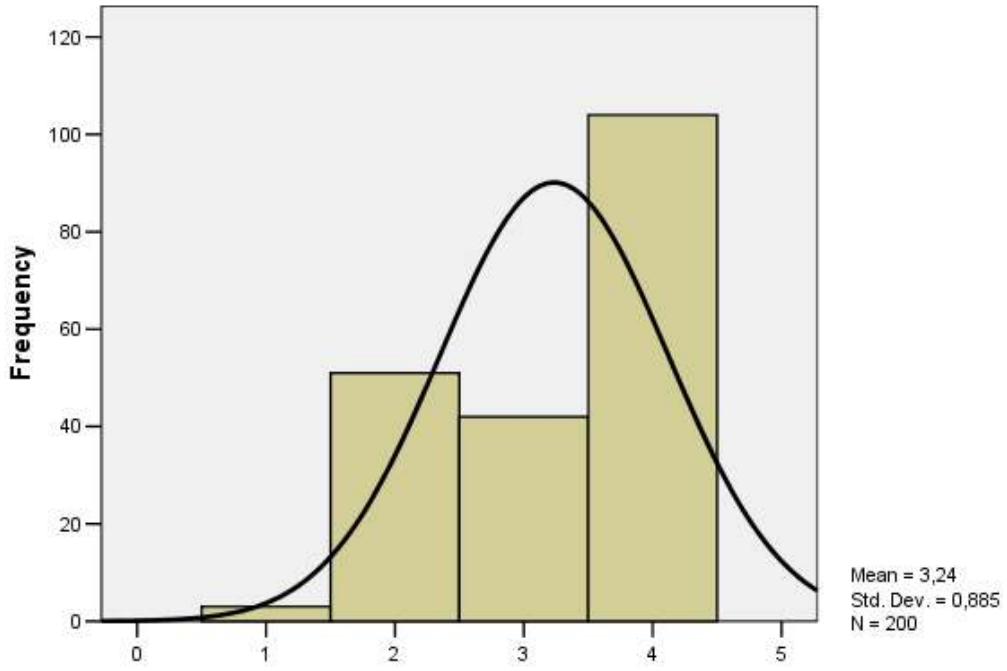
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	107	53,5	53,5	53,5
	3	51	25,5	25,5	79,0
	4	42	21,0	21,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Internet alışveriş sitesi olan hepsiburada adlı site katılımcıların yarısı (%53,5) tarafından verilen cevaplar neticesinde ikinci sırada yer almaktadır. Açıkarttırma örneğinin bir benzeri olarak burada da alışveriş sitesinin aynı oranda kabul görmesinin sebebi olarak katılımcıların internetten alışverişini güvenli bulmaması gösterilebilir.

- İstanbul.gov.tr

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1,5	1,5	1,5
	2	51	25,5	25,5	27,0
	3	42	21,0	21,0	48,0
	4	104	52,0	52,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

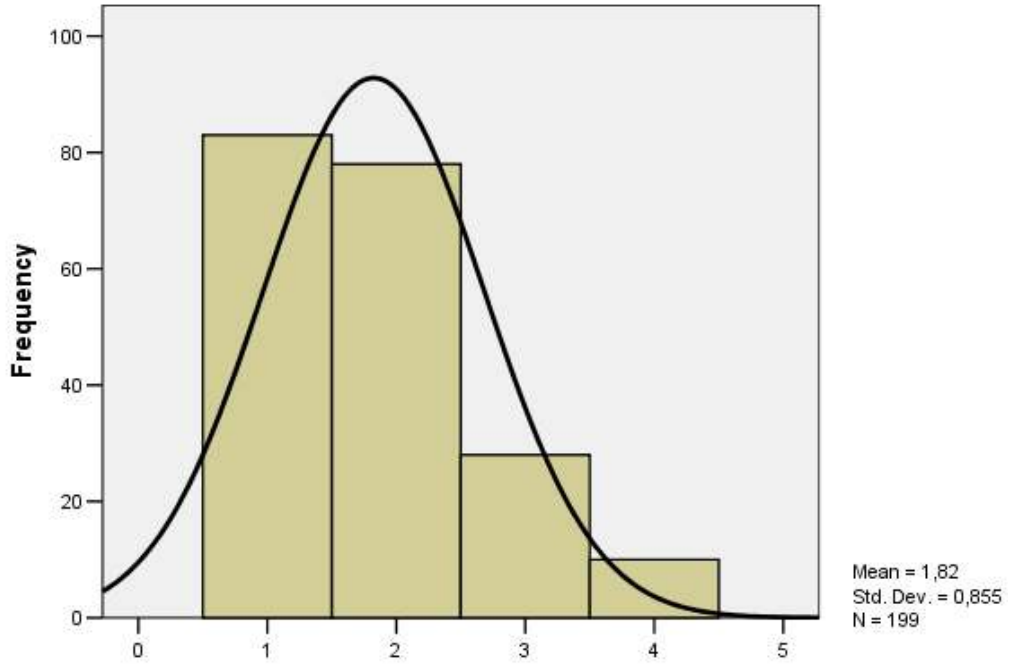


Sonuç olarak bir elektronik devlet uygulaması olan istanbul.gov.tr sitesi katılımcıların yarısı (%52) tarafından dördüncü sırada konumlandırılmıştır. Daha önce de bahsedildiği üzere uygulamaların yeterince tanıtılmamış olması bunun en önemli sebepleri arasında yer almaktadır.

4.3.1.2.20. Sektör Dağılımları Kriterine Göre Dağılım

- Sanayi

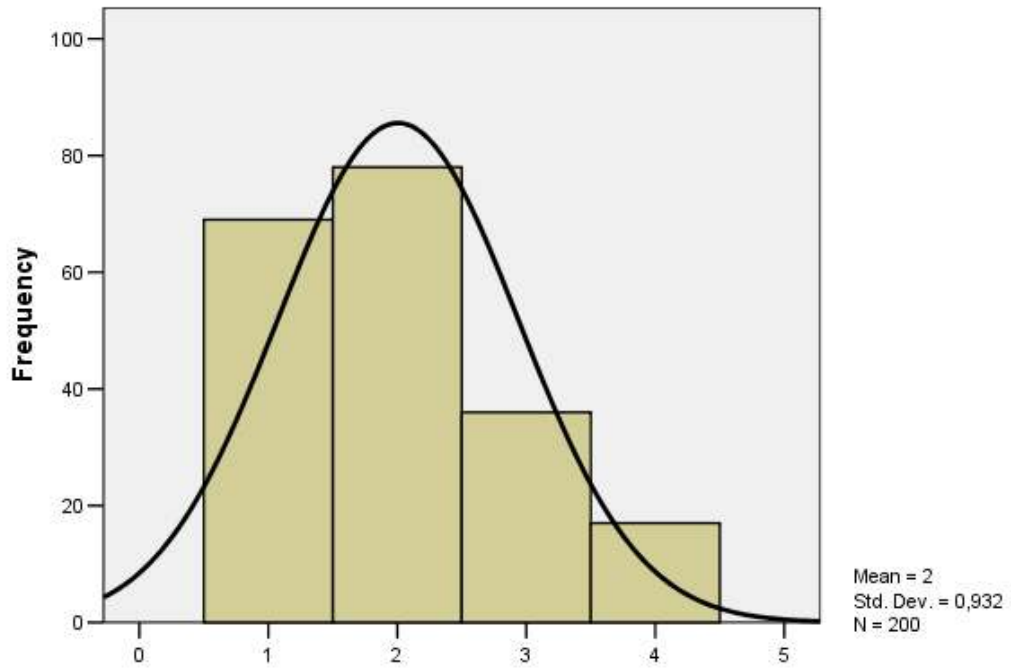
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	83	41,5	41,7	41,7
	2	78	39,0	39,2	80,9
	3	28	14,0	14,1	95,0
	4	10	5,0	5,0	100,0
	Total	199	99,5	100,0	
Missing	System	1	0,5		
Total		200	100,0		



Dünyadaki büyüklükleri itibariyle sektörlerin dağılımları sorusuna katılan öğrencilerin %41,5'u sanayi sektörünü ilk sıraya yerleştirmiştir. Ülkemizin henüz sanayi hamlesini tamamlamamış olması bu sonucu açıklamaktadır.

- **Bilişim**

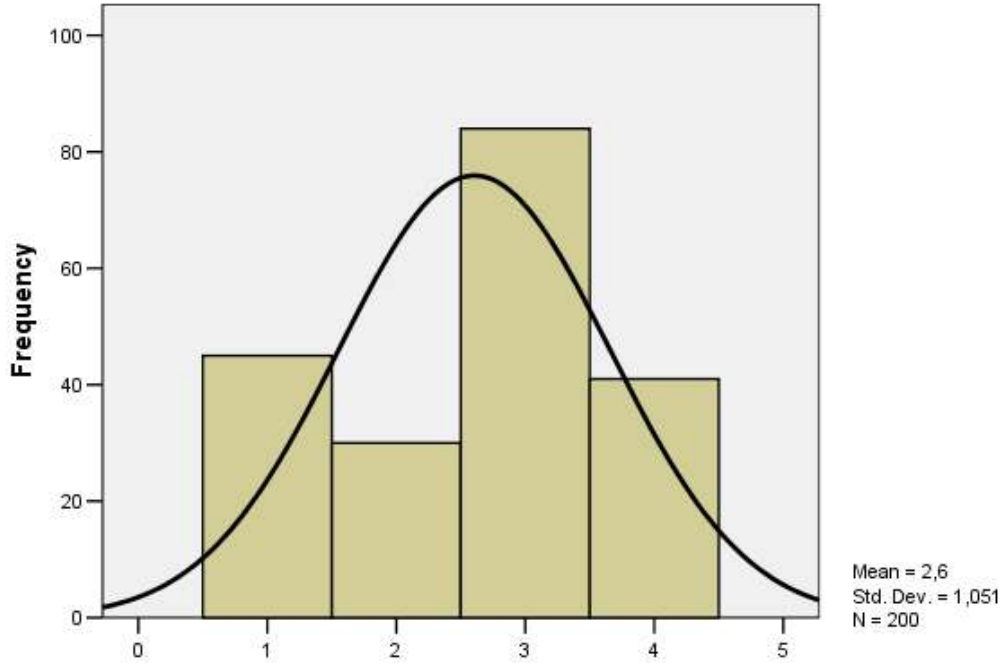
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	69	34,5	34,5	34,5
	2	78	39,0	39,0	73,5
	3	36	18,0	18,0	91,5
	4	17	8,5	8,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Sanayi sektörünün ardından bilişim sektörü katılımcıların %39'u tarafından verilen yanıtlar neticesinde ikinci sırada yer almaktadır. Sonuç öğrencilerin içinde yaşanan çağın yükselen sektörünün de farkında olduklarını göstermektedir.

- **Finans**

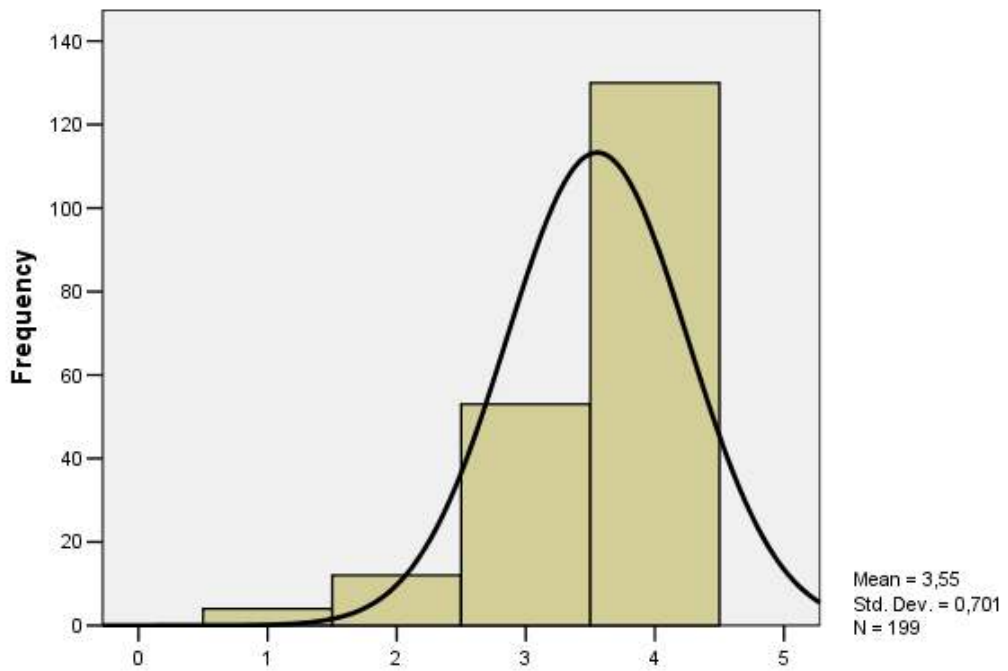
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	45	22,5	22,5	22,5
	2	30	15,0	15,0	37,5
	3	84	42,0	42,0	79,5
	4	41	20,5	20,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	



Finans sektörü sıralamada üçüncü sırayı teşkil etmektedir. Türkiye ekonomisinin istikrar arz etmemesi yüzünden öğrencilerin umutsuz olması sonucun nedenlerinden birisi olabilir.

- Sağlık

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	2,0	2,0	2,0
	2	12	6,0	6,0	8,0
	3	53	26,5	26,6	34,7
	4	130	65,0	65,3	100,0
	Total	199	99,5	100,0	
Missing	System	1	0,5		
Total		200	100,0		



Sağlık sektörü sıralamada en sonda yer almaktadır. Benzer şekilde ülkemizde sağlık sektörünün finanstan daha kötü olması sonucun açıklayıcı nedenlerinden biri olabilir.

4.3.2. Analiz Bulguları

4.3.2.1. Demografik Kriterler Bazında Karşılaştırmalar

Uygulanan Anova testlerinde yer alan p (Sig.) değerleri aşağıdaki kriterlere göre değerlendirilerek kategori ortalamaları arasında Anlamsız Fark'dan Çok Anlamlı Fark'a doğru dört farklı derecelendirme yoluna gidilmiştir.

$p > 0,10$ → Anlamsız

$0,10 > p > 0,05$ → Az Anlamlı

$0,05 > p > 0,01$ → Anlamlı

$0,01 > p$ → Çok Anlamlı

4.3.2.1.1. Üniversite Türü Bazında Yapılan Karşılaştırmalar

	Aile Geliri	Bilgi. Donanım Değişikliği	Bilgisayarda Geçirilen Zaman	internette Geçirilen Zaman	Teknolojik ürünlere Harcama
Mann-Whitney U	2867,500	4460,500	4986,500	4467,000	4131,000
Wilcoxon W	7917,500	9510,500	10036,500	9517,000	9181,000
Z	-5,619	-1,377	-,035	-2,128	-2,684
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,168	,972	,033	,007

	Ulusal TV Kanalı	Ulusal Radyo Kanalı	internetteki Haber Siteleri	TV izlemeye Ayrılan Zaman	YİO'nın Dijital Bölünmeye Etkisi
Mann-Whitney U	4125,000	4961,000	4494,000	4782,000	4634,000
Wilcoxon W	9175,000	10011,000	9544,000	9832,000	9684,000
Z	-2,226	-,099	-2,021	-,652	-1,005
Asymp. Sig. (2-tailed)	,026	,921	,043	,514	,315

	Üniversite	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Aile Geliri	kamu	100	79,18	7917,50
	vakıf	100	121,83	12182,50
	Total	200		
Bilgi. Donanım Değişikliği	kamu	100	105,90	10589,50
	vakıf	100	95,11	9510,50
	Total	200		
Bilgisayarda Geçirilen Zaman	kamu	100	100,64	10063,50
	vakıf	100	100,37	10036,50
	Total	200		
internette Geçirilen Zaman	kamu	100	105,83	10583,00
	vakıf	100	95,17	9517,00
	Total	200		
Teknolojik ürünlere Harcama	kamu	100	91,81	9181,00
	vakıf	100	109,19	10919,00
	Total	200		
Ulusal TV Kanalı	kamu	100	91,75	9175,00
	vakıf	100	109,25	10925,00
	Total	200		
Ulusal Radyo Kanalı	kamu	100	100,11	10011,00
	vakıf	100	100,89	10089,00
	Total	200		
internetteki Haber Siteleri	kamu	100	105,56	10556,00
	vakıf	100	95,44	9544,00
	Total	200		
TV izlemeye Ayrılan Zaman	kamu	100	102,68	10268,00
	vakıf	100	98,32	9832,00
	Total	200		
YİÖ'nün Dijital Bölünmeye Etkisi	kamu	100	104,16	10416,00
	vakıf	100	96,84	9684,00
	Total	200		

- Öğrencilerin okudukları üniversite türleri arasında aile geliri bakımından karşılaştırma
 - H0: Aile gelirleri bakımından öğrencilerin okudukları üniversite türleri arasında fark yoktur.
 - H1: Aile gelirleri bakımından öğrencilerin okudukları üniversite türleri arasında fark vardır.

Aile geliri sorusuna verilen yanıtlar neticesinde kamu üniversitelerinde okuyan öğrencilerin yanıtları (79,18) ile vakıf üniversitelerinde okuyan öğrencilerin yanıtları (121,83) arasında çok anlamlı bir fark (**p=0,000**) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sonuçlara göre yüksek aile gelirine sahip olan öğrencilerin vakıf üniversitelerinde bulundukları görülmektedir.

- Öğrencilerin okudukları üniversite türleri arasında internette geçirilen zaman bakımından karşılaştırma
 - H0: Internette geçirilen zaman bakımından öğrencilerin okudukları üniversite türleri arasında fark yoktur.
 - H1: Internette geçirilen zaman bakımından öğrencilerin okudukları üniversite türleri arasında fark vardır.

Internette geçirilen zaman sorusuna verilen yanıtlar neticesinde kamu üniversitelerinde okuyan öğrencilerin yanıtları (105,83) ile vakıf üniversitelerinde okuyan öğrencilerin yanıtları (95,17) arasında anlamlı bir fark (**p= 0,033**) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sonuçlara göre kamu üniversitelerinde okuyan öğrencilerin internette daha fazla zaman geçirdikleri görülmektedir.

- Öğrencilerin okudukları üniversite türleri arasında teknolojik ürünlere harcama bakımından karşılaştırma
 - H0: Teknolojik ürünlere harcama bakımından öğrencilerin okudukları üniversite türleri arasında fark yoktur.
 - H1: İnternette geçirilen zaman bakımından öğrencilerin okudukları üniversite türleri arasında fark vardır.

Teknolojik ürünlere yapılan harcama sorusuna verilen yanıtlar neticesinde kamu üniversitesinde verilen yanıtlar (91,81) ile vakıf üniversitelerinde okuyan öğrencilerin yanıtları (109,19) arasında çok anlamlı bir fark (**p= 0,007**) bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sonuçlara göre vakıf üniversitesinde okuyan öğrencilerin gelirlerinden daha büyük bir payı teknolojik ürünlere yönlendirdiği anlaşılmaktadır.

- Öğrencilerin okudukları üniversite türleri arasında ulusal televizyon kanalı sayısını tahminde bulunma bakımından karşılaştırma
 - H0: Ulusal televizyon sayısını tahmin etme bakımından öğrencilerin okudukları üniversite türleri arasında fark yoktur.
 - H1: Ulusal televizyon sayısını tahmin etme bakımından öğrencilerin okudukları üniversite türleri arasında fark vardır.

Ulusal televizyon kanalı sayısı sorusuna verilen yanıtlar neticesinde kamu üniversitelerinde okuyan öğrencilerin yanıtları (91,75) ile vakıf üniversitelerinde okuyan öğrencilerin yanıtları (109,25) arasında anlamlı bir fark (**p= 0,026**) bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sonuçlara göre vakıf üniversitelerinde eğitim gören öğrencilerin tahminde zorlandıkları görülmektedir.

- Öğrencilerin okudukları üniversite türleri arasında internetteki haber sitelerinin artmasından memnun olma bakımından karşılaştırma
 - H0: İnternetteki haber sitelerinin artmasından memnun olma bakımından öğrencilerin okudukları üniversite türleri arasında fark yoktur.
 - H1: İnternetteki haber sitelerinin artmasından memnun olma bakımından öğrencilerin okudukları üniversite türleri arasında fark vardır.

İnternetteki haber sitelerinin artmasından duyulan memnuniyet sorusuna verilen yanıtlar neticesinde kamu üniversitelerinde okuyan öğrencilerin yanıtları (105,56) ile vakıf üniversitelerinde okuyan öğrencilerin yanıtları (95,44) arasında anlamlı bir fark (**p= 0,043**) bulunduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Sonuçlara göre vakıf üniversitelerinde okuyan öğrencilerin bu sitelerin artmasından daha fazla memnuniyet duyduğu görülmektedir.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	12,511(b)	1	,000		
Continuity Correction(a)	11,530	1	,001		
Likelihood Ratio	12,646	1	,000		
Fisher's Exact Test				,001	,000
Linear-by-Linear Association	12,449	1	,000		
N of Valid Cases	200				

		üniversite		Total
		kamu	vakıf	
Sayısal TV Var	yok	61	36	97
	var	39	64	103
Total		100	100	200

- Öğrencilerin okudukları üniversite ile sayısal televizyon aboneliği arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin okudukları üniversite türü ile sayısal televizyon aboneliği arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin okudukları üniversite türü ile sayısal televizyon aboneliği arasında bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin okudukları üniversite türü ile sayısal televizyon aboneliği arasında çok anlamlı bir ilişki (**p= 0,001**) olduğu görülmektedir. Buna göre vakıf üniversitelerinde eğitim gören öğrencilerin daha fazla sayısal televizyon aboneliğine sahip olduğu gözlenmektedir.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	12,907(b)	1	,000		
Continuity Correction(a)	11,760	1	,001		
Likelihood Ratio	13,258	1	,000		
Fisher's Exact Test				,001	,000
Linear-by-Linear Association	12,842	1	,000		
N of Valid Cases	200				

		üniversite		Total
		kamu	vakıf	
MP3 Player Var	yok	36	14	50
	var	64	86	150
Total		100	100	200

- Öğrencilerin okudukları üniversite ile mp3 çalar sahipliği arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin okudukları üniversite ile mp3 çalar sahipliği arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin okudukları üniversite ile mp3 çalar sahipliği arasında bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin okudukları üniversite türü ile mp3 çalar sahipliği arasında çok anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. (**P= 0,001**) Buna göre vakıf üniversitelerinde okuyan öğrencilerinde mp3 çalar sahipliğinin daha yüksek olduğu gözlenmektedir.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	9,424(b)	1	,002		
Continuity Correction(a)	7,446	1	,006		
Likelihood Ratio	12,901	1	,000		
Fisher's Exact Test				,003	,002
Linear-by-Linear Association	9,377	1	,002		
N of Valid Cases	200				

		üniversite		Total
		kamu	vakıf	
Evde Bilgisayar	yok	9	0	9
	var	91	100	191
Total		100	100	200

- Öğrencilerin okudukları üniversite ile evde bilgisayar sahipliği arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin okudukları üniversite ile evde bilgisayar sahipliği arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin okudukları üniversite ile evde bilgisayar sahipliği arasında bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin okudukları üniversite türü ile evde bilgisayar sahibi olmaları arasında çok anlamlı bir fark (**p= 0,003**) olduğu görülmektedir. Ankete katılan vakıf üniversitesindeki öğrencilerin tamamının evinde bilgisayar bulunmaktadır.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	12,224(b)	1	,000		
Continuity Correction(a)	11,227	1	,001		
Likelihood Ratio	12,385	1	,000		
Fisher's Exact Test				,001	,000
Linear-by-Linear Association	12,163	1	,000		
N of Valid Cases	200				

		üniversite		Total
		kamu	vakıf	
Okulda Bilgisayar	yok	74	50	124
	var	26	50	76
Total		100	100	200

- Öğrencilerin okudukları üniversite ile okulda bilgisayar sahipliği arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin okudukları üniversite ile okulda bilgisayar sahipliği arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin okudukları üniversite ile okulda bilgisayar sahipliği arasında bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin okudukları üniversite türü ile okulda bilgisayar sahipliği arasında çok anlamlı bir ilişki (**p= 0,001**) olduğu görülmektedir. Buna göre kamu üniversitesinde eğitim gören öğrencilerin okulda daha az bilgisayar laboratuvarı imkanına sahip olduğu söylenebilir.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	4,667(b)	1	,031		
Continuity Correction(a)	4,024	1	,045		
Likelihood Ratio	4,699	1	,030		
Fisher's Exact Test				,044	,022
Linear-by-Linear Association	4,643	1	,031		
N of Valid Cases	200				

		üniversite		Total
		kamu	vakıf	
Bilgisayar Dersi	Hayır	37	23	60
	Evet	63	77	140
Total		100	100	200

- Öğrencilerin okudukları üniversite ile üniversite eğitiminden önce bilgisayar eğitimi alma arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin okudukları üniversite ile üniversite eğitiminden önce bilgisayar eğitimi alma arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin okudukları üniversite ile üniversite eğitiminden önce bilgisayar eğitimi alma arasında bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin okudukları üniversite türü ile üniversite eğitiminden önce bilgisayar dersi görmeleri arasında anlamlı bir ilişki (**p= 0,044**) olduğu görülmektedir. Buna göre vakıf üniversitelerindeki öğrencilerin kamu üniversitelerindeki öğrencilere oranla daha fazla bilgisayar dersi gördükleri söylenebilir.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	5,181(b)	1	,023		
Continuity Correction(a)	4,282	1	,039		
Likelihood Ratio	5,314	1	,021		
Fisher's Exact Test				,037	,019
Linear-by-Linear Association	5,155	1	,023		
N of Valid Cases	200				

		üniversite		Total
		kamu	vakıf	
Eğitim için Bilgisayar	Hayır	19	8	27
	Evet	81	92	173
Total		100	100	200

- Öğrencilerin okudukları üniversite ile bilgisayar eğitimi amacıyla kullanma arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin okudukları üniversite ile bilgisayar eğitimi amacıyla kullanma arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin okudukları üniversite ile bilgisayar eğitimi amacıyla kullanma arasında bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin okudukları üniversite türü ile bilgisayar eğitimi amacıyla kullanma arasında anlamlı bir ilişki (**p= 0,037**) olduğu görülmektedir. Buna göre vakıf üniversitesindeki öğrencilerin daha yüksek oranda bilgisayar eğitimi için kullandıkları söylenebilir.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	12,959(b)	1	,000		
Continuity Correction(a)	11,778	1	,001		
Likelihood Ratio	13,014	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	12,874	1	,000		
N of Valid Cases	152				

		üniversite		Total
		kamu	vakıf	
Okuldan internet	Hayır	64	27	91
	Evet	25	36	61
Total		89	63	152

- Öğrencilerin okudukları üniversite ile okuldan internete bağlanma arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin okudukları üniversite ile okuldan internete bağlanma arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin okudukları üniversite ile okuldan internete bağlanma arasında bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin okudukları üniversite türü ile okuldan internet erişimi sağlama arasında çok anlamlı bir ilişki (**p= 0,000**) olduğu görülmektedir. Buna göre kamu üniversitesindeki öğrencilerin okullarında daha az internete erişim imkanı bulduklarını söylemek mümkündür.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	6,380(b)	1	,012		
Continuity Correction(a)	4,457	1	,035		
Likelihood Ratio	8,696	1	,003		
Fisher's Exact Test				,013	,013
Linear-by-Linear Association	6,347	1	,012		
N of Valid Cases	197				

		üniversite		Total
		kamu	vakıf	
Evden internet	yok	6	0	6
	var	91	100	191
Total		97	100	197

- Öğrencilerin okudukları üniversite ile evden internete bağlanma arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin okudukları üniversite ile evden internete bağlanma arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin okudukları üniversite ile evden internete bağlanma arasında bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin okudukları üniversite türü ile evden internet erişimi sağlamaları arasında anlamlı bir ilişki (**p= 0,013**) olduğu görülmektedir. Buna göre vakıf üniversitesi öğrencilerinin çok yüksek oranda internete evden bağlandıkları söylenebilir.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	26,761(b)	1	,000		
Continuity Correction(a)	24,663	1	,000		
Likelihood Ratio	32,501	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	26,627	1	,000		
N of Valid Cases	200				

		üniversite		Total
		kamu	vakıf	
Cafeden internet	yok	74	99	173
	var	26	1	27
Total		100	100	200

- Öğrencilerin okudukları üniversite ile cafeden internete bağlanma arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin okudukları üniversite ile cafeden internete bağlanma arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin okudukları üniversite ile cafeden internete bağlanma arasında bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin okudukları üniversite türü ile cafeden internet erişimi sağlamaları arasında çok anlamlı bir ilişki (**p=0,000**) olduğu görülmektedir. Buna göre kamu üniversitelerindeki öğrencilerin cafeden internete bağlanmayı tercih ettikleri söylenebilir.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	7,354(b)	1	,007		
Continuity Correction(a)	6,180	1	,013		
Likelihood Ratio	7,726	1	,005		
Fisher's Exact Test				,011	,006
Linear-by-Linear Association	7,318	1	,007		
N of Valid Cases	200				

		üniversite		Total
		kamu	vakıf	
İnternette Gazete	yok	5	17	22
	var	95	83	178
Total		100	100	200

- Öğrencilerin okudukları üniversite ile internetten gazete okuma arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin okudukları üniversite ile internetten gazete okuma arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin okudukları üniversite ile internetten gazete okuma arasında bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin okudukları üniversite türü ile internetten gazete okumaları arasında anlamlı bir ilişki (**p= 0,011**) olduğu görülmektedir. Buna göre kamu üniversitelerindeki öğrencilerin daha fazla internetten gazete okuduklarını söylemek mümkündür.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,820(a)	2	,000
Likelihood Ratio	19,655	2	,000
Linear-by-Linear Association	4,749	1	,029
N of Valid Cases	200		

		üniversite		Total
		kamu	vakıf	
Gittigidiyor	2	32	9	41
	3	41	66	107
	4	27	25	52
Total		100	100	200

- Öğrencilerin okudukları üniversite ile açık arttırma sitelerine girme arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin okudukları üniversite ile açık arttırma sitelerine girme arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin okudukları üniversite ile açık arttırma sitelerine girme bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin okudukları üniversite türü ile internette sıklıkla ziyaret ettikleri sitelerden açık arttırma sitelerini konumlandırmaları arasında çok anlamlı bir ilişki (**p= 0,000**) olduğu görülmektedir. Buna göre öğrencilerin büyük çoğunluğunun bu tarz siteleri üçüncü sırada konumlandıkları, ancak bir karşılaştırma yapmak gerekirse vakıf üniversitelerinin daha fazla üçüncü sıraya koydukları söylenebilir.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	56,457(a)	2	,000
Likelihood Ratio	59,546	2	,000
Linear-by-Linear Association	46,134	1	,000
N of Valid Cases	200		

		üniversite		Total
		kamu	vakıf	
Hepsiburada	2	27	80	107
	3	40	11	51
	4	33	9	42
Total		100	100	200

- Öğrencilerin okudukları üniversite ile alışveriş sitelerine girme arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin okudukları üniversite ile alışveriş sitelerine girme arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin okudukları üniversite ile alışveriş sitelerine girme arasında bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin okudukları üniversite türü ile internette sıklıkla ziyaret ettikleri sitelerden alışveriş sitelerini konumlandırmaları arasında çok anlamlı bir ilişki (**p= 0,000**) olduğu görülmektedir. Buna göre öğrencilerin büyük bir çoğunluğu bu tarz siteleri ikinci sırada konumlandırırken, bu oranda vakıf üniversitelerindeki öğrencilerin sayısının ağırlıklı olduğu söylenebilir.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,471(a)	3	,006
Likelihood Ratio	12,913	3	,005
Linear-by-Linear Association	3,043	1	,081
N of Valid Cases	200		

		üniversite		Total
		kamu	vakıf	
Bilişim	1	33	36	69
	2	31	47	78
	3	27	9	36
	4	9	8	17
Total		100	100	200

- Öğrencilerin okudukları üniversite ile dünyadaki büyüklükleri bakımından bilişim sektörünü ikinci sırada görmeleri arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin okudukları üniversite ile dünyadaki büyüklükleri bakımından bilişim sektörünü ikinci sırada görmeleri arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin okudukları üniversite ile dünyadaki büyüklükleri bakımından bilişim sektörünü ikinci sırada görmeleri arasında bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin okudukları üniversite türü ile dünyadaki büyüklükleri bakımından bilişim sektörünü ikinci sırada konumlandırımları arasında çok anlamlı bir ilişki (**p= 0,006**) olduğu görülmektedir. Buna göre vakıf üniversitesindeki öğrenciler daha yüksek oranda bilişim sektörünü ikinci sırada konumlandırmakla beraber, her iki üniversitenin toplamında birinci sıra ile ikinci sırada konumlandırma arasında çok az fark olduğu söylenebilir.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17,100(a)	3	,001
Likelihood Ratio	17,781	3	,000
Linear-by-Linear Association	10,000	1	,002
N of Valid Cases	200		

		üniversite		Total
		kamu	vakıf	
Finans	1	26	19	45
	2	23	7	30
	3	39	45	84
	4	12	29	41
Total		100	100	200

- Öğrencilerin okudukları üniversite ile dünyadaki büyüklükleri bakımından finans sektörünü üçüncü sırada görmeleri arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin okudukları üniversite ile dünyadaki büyüklükleri bakımından finans sektörünü üçüncü sırada görmeleri arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin okudukları üniversite ile dünyadaki büyüklükleri bakımından finans sektörünü üçüncü sırada görmeleri arasında bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin okudukları üniversite türü ile dünyadaki büyüklükleri bakımından finans sektörünü üçüncü sırada konumlandırımları arasında çok anlamlı bir ilişki (**p= 0,001**) olduğu görülmektedir. Buna göre tüm öğrencilerin toplamında üçüncü sıraya yerleşen finans sektörü aralarında çok az bir fark olmakla beraber vakıf üniversitelerindeki öğrenciler tarafından daha yüksek oranda üçüncü sırada konumlandırılmıştır.

4.3.2.1.2. Cinsiyet Bazında Yapılan Karşılaştırmalar

	Aile Geliri	Bilgi. Donanım Değişikliği	Bilgisayarda Geçirilen Zaman	internette Geçirilen Zaman	Teknolojik ürünlere Harcama
Mann-Whitney U	4937,500	4755,500	4592,500	4587,000	4082,000
Wilcoxon W	10293,500	10111,500	9345,500	9340,000	8835,000
Z	-,153	-,613	-1,042	-1,632	-2,823
Asymp. Sig. (2-tailed)	,878	,540	,297	,103	,005

	Ulusal TV Kanalı	Ulusal Radyo Kanalı	internetteki Haber Siteleri	TV izlemeye Ayrılan Zaman	YİO'nın Dijital Bölünmeye Etkisi
Mann-Whitney U	4519,500	4576,500	4785,000	4665,000	4242,500
Wilcoxon W	9272,500	9329,500	10141,000	10021,000	9598,500
Z	-1,211	-1,068	-,841	-,989	-2,068
Asymp. Sig. (2-tailed)	,226	,285	,400	,323	,039

	Cinsiyet	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Aile Geliri	kadın	97	101,10	9806,50
	erkek	103	99,94	10293,50
	Total	200		
Bilgi. Donanım Değişikliği	kadın	97	102,97	9988,50
	erkek	103	98,17	10111,50
	Total	200		
Bilgisayarda Geçirilen Zaman	kadın	97	96,35	9345,50
	erkek	103	104,41	10754,50
	Total	200		
Internette Geçirilen Zaman	kadın	97	96,29	9340,00
	erkek	103	104,47	10760,00
	Total	200		
Teknolojik ürünlere Harcama	kadın	97	91,08	8835,00
	erkek	103	109,37	11265,00
	Total	200		
Ulusal TV Kanalı	kadın	97	95,59	9272,50
	erkek	103	105,12	10827,50
	Total	200		
Ulusal Radyo Kanalı	kadın	97	96,18	9329,50
	erkek	103	104,57	10770,50
	Total	200		
Internetteki Haber Siteleri	kadın	97	102,67	9959,00
	erkek	103	98,46	10141,00
	Total	200		
TV izlemeye Ayrılan Zaman	kadın	97	103,91	10079,00
	erkek	103	97,29	10021,00
	Total	200		
YİO'nın Dijital Bölünmeye Etkisi	kadın	97	108,26	10501,50
	erkek	103	93,19	9598,50
	Total	200		

- Öğrencilerin cinsiyetleri arasında teknolojik ürünlere yapılan harcama bakımından karşılaştırma
 - H0: Teknolojik ürünlere yapılan harcama bakımından öğrencilerin cinsiyetleri arasında fark yoktur.
 - H1: Teknolojik ürünlere yapılan harcama bakımından öğrencilerin cinsiyetleri arasında fark vardır.

Teknolojik ürünlere yapılan harcama sorusuna göre erkek katılımcıların verdikleri yanıtlar (109,37) ile kadın katılımcıların verdikleri yanıtlar (91,08) arasında çok anlamlı bir fark (**p= 0,005**) bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre erkek öğrencilerin kadın öğrencilerle karşılaştırıldığında teknolojik ürünlere bütçelerinden daha fazla pay ayırdıkları söylenebilir.

- Öğrencilerin cinsiyetleri arasında yeni iletişim ortamlarının dijital bölünmeye etkisi hakkındaki düşünce bakımından karşılaştırma
 - H0: Yeni iletişim ortamlarının dijital bölünmeye etkisi hakkındaki düşünce bakımından öğrencilerin cinsiyetleri arasında fark yoktur.
 - H1: Yeni iletişim ortamlarının dijital bölünmeye etkisi hakkındaki düşünce bakımından öğrencilerin cinsiyetleri arasında fark vardır.

Yeni iletişim ortamlarının dijital bölünmeye etkisi sorusuna göre erkek öğrencilerin verdikleri yanıtlar (93,19) ile kadın öğrencilerin verdikleri yanıtlar (108,26) arasında anlamlı bir fark (**p= 0,039**) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre kadın öğrencilerle karşılaştırıldığında erkek öğrencilerin yeni iletişim ortamlarının dijital bölünmeyi arttırıcı bir etkiye sahip olduklarını düşündüklerini söyleyebiliriz.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	10,590(b)	1	,001		
Continuity Correction(a)	9,689	1	,002		
Likelihood Ratio	10,685	1	,001		
Fisher's Exact Test				,002	,001
Linear-by-Linear Association	10,537	1	,001		
N of Valid Cases	200				

		Cinsiyet		Total
		kadın	erkek	
üniversite	kamu	60	40	100
	vakıf	37	63	100
Total		97	103	200

- Öğrencilerin cinsiyetleri ile okudukları üniversite türü arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin cinsiyetleri ile okudukları üniversite arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin cinsiyetleri ile okudukları üniversite arasında bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde cinsiyet ile okunulan üniversite türü arasında çok anlamlı bir ilişki (**p= 0,002**) olduğu görülmektedir. Buna göre kadın öğrencilerin kamu üniversitelerini, erkek öğrencilerin ise vakıf üniversitelerini tercih ettiklerini söylemek mümkündür.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	6,853(b)	1	,009		
Continuity Correction(a)	5,827	1	,016		
Likelihood Ratio	7,020	1	,008		
Fisher's Exact Test				,013	,007
Linear-by-Linear Association	6,818	1	,009		
N of Valid Cases	200				

		Cinsiyet		Total
		kadın	erkek	
Blog	yok	77	95	172
	var	20	8	28
Total		97	103	200

- Öğrencilerin cinsiyetleri ile internet günlüğüne sahip olma arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin cinsiyetleri ile internet günlüğüne sahip olma arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin cinsiyetleri ile internet günlüğüne sahip olma arasında bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde cinsiyet ile blog (internet günlüğü) arasında anlamlı bir ilişki (**p= 0,013**) olduğu görülmektedir. Buna göre erkek öğrencilerin kadın öğrencilerden bloga daha az ilgi gösterdiklerini söylemek mümkündür.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	6,787(b)	1	,009		
Continuity Correction(a)	6,045	1	,014		
Likelihood Ratio	6,852	1	,009		
Fisher's Exact Test				,013	,007
Linear-by-Linear Association	6,753	1	,009		
N of Valid Cases	200				

		Cinsiyet		Total
		kadın	erkek	
Oyun için bilgisayar	yok	70	56	126
	var	27	47	74
Total		97	103	200

- Öğrencilerin cinsiyetleri ile bilgisayarı oyun amacı ile kullanma arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin cinsiyetleri ile bilgisayarı oyun amacı ile kullanma arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin cinsiyetleri ile bilgisayarı oyun amacı ile kullanma arasında bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde katılımcıların cinsiyetleri ile bilgisayarı oyun amacı ile kullanmalar arasında anlamlı bir ilişki (**p= 0,013**) olduğu görülmektedir. Buna göre kadınların erkeklere oranla bilgisayarı daha az oyun amaçlı kullandığı söylenebilir.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	5,764(b)	1	,016		
Continuity Correction(a)	3,944	1	,047		
Likelihood Ratio	8,074	1	,004		
Fisher's Exact Test				,029	,018
Linear-by-Linear Association	5,735	1	,017		
N of Valid Cases	197				

		Cinsiyet		Total
		kadın	erkek	
Evden internet	yok	0	6	6
	var	95	96	191
Total		95	102	197

- Öğrencilerin cinsiyetleri ile evden internete bağlanma arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin cinsiyetleri ile evden internete bağlanma arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin cinsiyetleri ile evden internete bağlanma arasında bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin cinsiyetleri ile internet erişimi için evi tercih etmeleri arasında anlamlı bir ilişki (**p= 0,029**) olduğu görülmektedir. Buna göre kadın öğrenciler çok az bir farkla da olsa erkek öğrencilere nazaran internet erişimi için evi tercih ettiklerini söylemek mümkündür.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11,002(a)	5	,051
Likelihood Ratio	11,329	5	,045
Linear-by-Linear Association	4,875	1	,027
N of Valid Cases	200		

		Cinsiyet		Total
		kadın	erkek	
YiO'nın Özelliği	sayısalılık	4	12	16
	modülerlik	5	4	9
	otomasyon	4	11	15
	kişiselilik	13	18	31
	etkileşim	67	51	118
	6	4	7	11
Total		97	103	200

- Öğrencilerin cinsiyetleri ile yeni iletişim ortamlarının en önemli özelliği hakkındaki düşünceleri arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin cinsiyetleri ile yeni iletişim ortamlarının en önemli özelliği hakkındaki düşünceleri arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin cinsiyetleri ile yeni iletişim ortamlarının en önemli özelliği hakkındaki düşünceleri arasında bir ilişki vardır.

Öğrencilerin cinsiyetleri ile yeni iletişim ortamlarının en önemli özelliği olarak düşünceleri arasında az anlamlı bir ilişki (**p= 0,051**) olduğu görülmektedir. Buna göre toplamda etkileşim en önemli özellik olarak ortaya çıkmakla beraber kadın öğrencilerin etkileşimi erkeklerden daha fazla önemsedikleri söylenebilir.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	9,777(b)	1	,002		
Continuity Correction(a)	8,912	1	,003		
Likelihood Ratio	9,862	1	,002		
Fisher's Exact Test				,002	,001
Linear-by-Linear Association	9,728	1	,002		
N of Valid Cases	200				

		Cinsiyet		Total
		kadın	erkek	
İnternette Alışveriş	yok	61	42	103
	var	36	61	97
Total		97	103	200

- Öğrencilerin cinsiyetleri ile internetten alışveriş faaliyeti gerçekleştirme arasında ilişki;
 - H0: Öğrencilerin cinsiyetleri ile internetten alışveriş faaliyeti gerçekleştirme arasında bir ilişki yoktur.
 - H1: Öğrencilerin cinsiyetleri ile internetten alışveriş faaliyeti gerçekleştirme arasında bir ilişki vardır.

Sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin cinsiyetleri ile internetten alışveriş faaliyeti gerçekleştirmeleri arasında çok anlamlı bir ilişki (**p= 0,002**) olduğu görülmektedir. Buna göre erkeklerin internetten alışverişe sıcak baktıklarını kadınların ise sıcak bakmadıklarını söylemek mümkündür. İnternet üzerinden daha çok erkeklere yönelik ürünlerin reklamının dolaşmasını bu sonuca bağlayabiliriz.

4.3.2.1.3. Okunan Bölüm Bazında Yapılan Karşılaştırmalar

	Aile Geliri	Kardes Sayısı	Bilgi. Donanım Değişikliği	Bilgisayarda Geçirilen Zaman	internette Geçirilen Zaman	Teknolojik ürünlere Harcama
Chi-Square	9,266	15,128	4,680	11,305	,563	11,048
df	5	5	5	5	5	5
Asymp. Sig.	,099	,010	,456	,046	,990	,050

	Ulusal TV Kanalı	Ulusal Radyo Kanalı	internetteki Haber Siteleri	TV izlemeye Ayrılan Zaman	YİO'nın Dijital Bölünmeye Etkisi
Chi-Square	9,505	3,882	4,486	4,833	3,768
df	5	5	5	5	5
Asymp. Sig.	,091	,566	,482	,437	,583

	Okuduğu Bölüm	N	Mean Rank
Aile Geliri	gazetecilik	40	82,70
	halkla ilişkiler	40	93,44
	radio tv sinema	40	101,13
	iletişim tasarımı	20	115,18
	görsel iletişim tasarımı	20	110,10
	reklam tasarımı	40	112,60
	Total	200	
Kardes Sayısı	gazetecilik	40	125,26
	halkla ilişkiler	40	99,61
	radio tv sinema	40	100,84
	iletişim tasarımı	20	97,45
	görsel iletişim tasarımı	20	77,40
	reklam tasarımı	40	89,36
	Total	200	
Bilgi. Donanım Değişikliği	gazetecilik	40	92,58
	halkla ilişkiler	40	105,09
	radio tv sinema	40	103,78
	iletişim tasarımı	20	96,40
	görsel iletişim tasarımı	20	120,28
	reklam tasarımı	40	92,73
	Total	200	
Bilgisayarda Geçirilen Zaman	gazetecilik	40	101,69
	halkla ilişkiler	40	96,63
	radio tv sinema	40	102,80
	iletişim tasarımı	20	130,18
	görsel iletişim tasarımı	20	108,95
	reklam tasarımı	40	81,83
	Total	200	

	Okuduğu Bölüm	N	Mean Rank
İnternette Geçirilen Zaman	gazetecilik	40	100,65
	halkla ilişkiler	40	100,81
	radio tv sinema	40	103,15
	iletişim tasarımı	20	101,60
	görsel iletişim tasarımı	20	96,93
	reklam tasarımı	40	98,63
	Total	200	
Teknolojik ürünlere Harcama	gazetecilik	40	93,65
	halkla ilişkiler	40	91,98
	radio tv sinema	40	92,18
	iletişim tasarımı	20	122,90
	görsel iletişim tasarımı	20	102,00
	reklam tasarımı	40	112,25
	Total	200	
Ulusal TV Kanalı	gazetecilik	40	94,58
	halkla ilişkiler	40	92,26
	radio tv sinema	40	92,70
	iletişim tasarımı	20	98,03
	görsel iletişim tasarımı	20	99,28
	reklam tasarımı	40	124,31
	Total	200	
Ulusal Radyo Kanalı	gazetecilik	40	97,48
	halkla ilişkiler	40	93,45
	radio tv sinema	40	102,05
	iletişim tasarımı	20	88,45
	görsel iletişim tasarımı	20	104,55
	reklam tasarımı	40	113,03
	Total	200	
İnternetteki Haber Siteleri	gazetecilik	40	100,89
	halkla ilişkiler	40	93,26
	radio tv sinema	40	108,15
	iletişim tasarımı	20	106,58
	görsel iletişim tasarımı	20	96,65
	reklam tasarımı	40	98,59
	Total	200	
TV izlemeye Ayrılan Zaman	gazetecilik	40	111,80
	halkla ilişkiler	40	103,36
	radio tv sinema	40	98,36
	iletişim tasarımı	20	86,30
	görsel iletişim tasarımı	20	93,13
	reklam tasarımı	40	99,26
	Total	200	

	Okuduğu Bölüm	N	Mean Rank
YiO'nın Dijital Bölünmeye Etkisi	gazetecilik	40	97,73
	halkla ilişkiler	40	98,78
	radio tv sinema	40	93,45
	iletişim tasarımı	20	95,55
	görsel iletişim tasarımı	20	102,00
	reklam tasarımı	40	113,78
	Total	200	

- Öğrencilerin okudukları bölümler arasında bilgisayarda geçirilen zaman bakımından karşılaştırma
 - H0: Bilgisayarda geçirilen zaman bakımından öğrencilerin okudukları bölümler arasında fark yoktur.
 - H1: Bilgisayarda geçirilen zaman bakımından öğrencilerin okudukları bölümler arasında fark vardır.

Sonuçlar incelendiğinde bilgisayarda geçirilen zaman sorusuna göre öğrencilerin okudukları bölümler arasında anlamlı bir fark (**p= 0,046**) olduğu görölmektedir. Buna göre bilgisayar başında en fazla zaman geçiren öğrenciler iletişim tasarımı bölümü öğrencileri (130,18), en az zaman geçiren öğrenciler ise reklam tasarımı öğrencileri (81,83) olarak ortaya çıkmaktadır.

- Öğrencilerin okudukları bölümler arasında teknolojik ürünlere yapılan harcama bakımından karşılaştırma
 - H0: Teknolojik ürünlere yapılan harcama bakımından öğrencilerin okudukları bölümler arasında fark yoktur.
 - H1: Teknolojik ürünlere yapılan harcama bakımından öğrencilerin okudukları bölümler arasında fark vardır.

Sonuçlar incelendiğinde teknolojik ürünlere yapılan harcamalar sorusuna göre öğrencilerin okudukları bölümler arasında anlamlı bir fark (**p= 0,050**) olduğu görölmektedir. Buna göre teknolojik ürünlere en fazla yatırımı yapan iletişim tasarımı öğrencileri (122,90), en az harcama yapan ise halkla ilişkiler öğrencileri (91,98) olarak ortaya çıkmaktadır.

4.3.2.2. Yeni İletişim Ortamları ve Etkilerinin Algılanması Bazında Karşılaştırmalar

4.3.2.2.1. Bilgisayar Dersi Görme Bazında Yapılan Karşılaştırmalar

	Aile Geliri	Bilgi. Donanım Değişikliği	Bilgisayarda Geçirilen Zaman	internette Geçirilen Zaman	Teknolojik ürünlere Harcama
Mann-Whitney U	2984,000	2943,000	3921,000	4028,500	3697,000
Wilcoxon W	4814,000	12813,000	5751,000	5858,500	5527,000
Z	-3,496	-3,502	-,787	-,747	-1,695
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,000	,431	,455	,090

	Ulusal TV Kanalı	Ulusal Radyo Kanalı	internetteki Haber Siteleri	TV izlemeye Ayrılan Zaman	YiO'nın Dijital Bölünmeye Etkisi
Mann-Whitney U	3938,500	3938,000	4155,000	4023,500	3894,000
Wilcoxon W	5768,500	5768,000	14025,000	13893,500	13764,000
Z	-,726	-,728	-,196	-,576	-,917
Asymp. Sig. (2-tailed)	,468	,466	,845	,565	,359

	Bilgisayar Dersi	N	Mean Ranks	Sum of Ranks
Aile Geliri	yok	60	80,23	4814,00
	var	140	109,19	15286,00
	Total	200		
Bilgi. Donanım Değişikliği	yok	60	121,45	7287,00
	var	140	91,52	12813,00
	Total	200		
Bilgisayarda Geçirilen Zaman	yok	60	95,85	5751,00
	var	140	102,49	14349,00
	Total	200		
internette Geçirilen Zaman	yok	60	97,64	5858,50
	var	140	101,73	14241,50
	Total	200		
Teknolojik ürünlere Harcama	yok	60	92,12	5527,00
	var	140	104,09	14573,00
	Total	200		
Ulusal TV Kanalı	yok	60	96,14	5768,50
	var	140	102,37	14331,50
	Total	200		

	Bilgisayar Dersi	N	Mean Ranks	Sum of Ranks
Ulusal Radyo Kanalı	yok	60	96,13	5768,00
	var	140	102,37	14332,00
	Total	200		
internetteki Haber Siteleri	yok	60	101,25	6075,00
	var	140	100,18	14025,00
	Total	200		
TV izlemeye Ayrılan Zaman	yok	60	103,44	6206,50
	var	140	99,24	13893,50
	Total	200		
YiO'nın Dijital Bölünmeye Etkisi	yok	60	105,60	6336,00
	var	140	98,31	13764,00
	Total	200		

- Öğrencilerin üniversite eğitiminden önce bilgisayar dersi görüp görmemeleri arasında aile gelirleri bakımından karşılaştırma
 - H0: Aile gelirleri bakımından öğrencilerin üniversite eğitiminden önce bilgisayar dersi görüp görmemeleri arasında fark yoktur.
 - H1: Aile gelirleri bakımından öğrencilerin üniversite eğitiminden önce bilgisayar dersi görüp görmemeleri arasında fark vardır.

Sonuçlar incelendiğinde aile gelirleri sorusuna göre üniversite eğitimi öncesinde bilgisayar dersi gören öğrencilerin (109,19) cevapları ile görmeyen öğrencilerin verdikleri cevaplar (80,23) arasında çok anlamlı (**p=0,000**) bir fark olduğu görülmektedir. Sonuçlara göre aile geliri yüksek öğrencilerin daha önce bilgisayar dersi gördükleri ortaya çıkmaktadır.

- Öğrencilerin üniversite eğitiminden önce bilgisayar dersi görüp görmemeleri arasında bilgisayarda donanım değişikliği yapma sıklıkları bakımından karşılaştırma
 - H0: bilgisayarda donanım değişikliği yapma sıklıkları bakımından öğrencilerin üniversite eğitiminden önce bilgisayar dersi görüp görmemeleri arasında fark yoktur.
 - H1: bilgisayarda donanım değişikliği yapma sıklıkları bakımından öğrencilerin üniversite eğitiminden önce bilgisayar dersi görüp görmemeleri arasında fark vardır.

Sonuçlar incelendiğinde bilgisayarda donanım değişikliği yapma sıklığı sorusuna göre üniversite öncesi bilgisayar dersi görenlerin verdikleri cevaplar (91,52) ile görmeyenlerin verdikleri cevaplar (121,45) arasında çok anlamlı bir fark (**p= 0,000**) olduğu görülmektedir. Buna göre daha önce bilgisayar dersi görenlerin daha sık donanım değişikliğine gittiklerini söylemek mümkündür.

4.4. Araştırmanın Sonucu

Araştırmada gerçekleştirilen tanımsal ve analiz bulguları incelendiğinde;

Öğrencilerin okudukları üniversite türü ile ailelerinin gelir durumları arasında bir ilişki görülmektedir. Yüksek aile gelirine sahip öğrenciler daha fazla vakıf üniversitelerinde bulunmaktadır. Vakıf üniversitelerinin kamu üniversitelerine oranla yüksek olan eğitim ücretleri sonucu destekler nitelikte olsa da, öğrencilerin bir kamu üniversitesini kazandıkları halde mi vakıf üniversitesinde okumayı tercih ettikleri bilinmediğinden araştırma sonuçlarına bakılarak bu konuda net bir şey söylemek mümkün değildir.

Bilgisayarı kullanma amacı sorusunun sonuçlarında eğitim amacını ilk sırada görmek vakıf üniversitelerinin lehinde artı bir değer sergilemekle birlikte üniversiteler genelinde eğitim amacının ilk sırada çıkması ülkemizin geleceği açısından sevindirici bir sonuçtur.

Öğrencilerin bilgisayar kullanma amaçlarında eğitim, en sık ziyaret edilen internet sayfaları sıralamasında da arama motorları ilk sırayı oluşturmaktadır. Üniversite bazında bakıldığında da kamu üniversitelerinde okuyan öğrencilerin internette daha fazla zaman geçirdikleri görülmektedir. .

Vakıf üniversitesinde okuyan öğrencilerin gelirlerinden daha büyük bir payı teknolojik ürünlere yönlendirdiği anlaşılmaktadır. Vakıf üniversitelerinde yüksek aile gelirine sahip öğrencilerin eğitim gördükleri hatırlandığında temel ihtiyaç gurubuna girmeyen teknolojik ürünlere bu kesimin daha fazla pay ayırması doğaldır. Benzer biçimde sayısal televizyon aboneliği ve mp3 çalar konusundaki vakıf üniversiteleri lehindeki sahiplik oranını da aynı duruma bağlamak mümkündür.

Önemli sonuçlardan bir diğeri öğrencilerin medya ile ne kadar alakalı olduklarını araştırmak maksadıyla sorulan sorularda ulusal radyo ve televizyon sayısını tahminde zorlanmalarıdır. Bu tahminlerde vakıf üniversiteleri biraz daha başarılı olarak gözükseler de, özellikle iletişim fakültesi öğrencilerinin meslekleriyle ilgili bir konuda ilgisizlikleri açısından konu bir başka araştırmaya temel teşkil edebilir.

Ancak internetten gerçekleştirilen faaliyetler sorusunun şıklarından birisi olan gazete okumaya kamu üniversitesindeki öğrenciler daha fazla olsa da öğrencilerin büyük bir çoğunluğunca gerçekleştirmesi hem yazılı basına ilgilerini göstermesi açısından hem de gazeteleri internetten okuyacak kadar dönüşüme uğrayarak çağa ayak uydurmalarının göstergesi olması açısından sevindiricidir.

Bilişim teknolojilerinin imkanlarını yukarıdaki örnekte yer aldığı gibi yüksek oranda kullanan gençlerin bilişim sektörünü dünyadaki büyüklükleri açısından ikinci sıraya yerleştirmeleri öğrencilerin bilişimin yükselen bir güç olduğunun farkında olduklarının göstergesidir.

Vakıf üniversitesindeki öğrenciler internetteki haber sitelerinin artmasından daha fazla memnuniyet duymaktadırlar. Internet erişiminde önemli bir paya sahip olan bilgisayar sahiplik oranının vakıf

üniversitelerindeki öğrencilerde yüzde yüz olduğu, vakıf üniversitelerindeki öğrencilerin üniversitede daha fazla bilgisayar imkanına sahip oldukları ve kamu üniversitesi öğrencilerinin okullarında daha az internet erişim imkanına sahip oldukları göz önünde bulundurularak, kütüphane örneğinde olduğu gibi üniversitelerin öğrencilerine sundukları imkanların öğrencilerin memnuniyetsizliklerindeki payı da inceleme konusu olabilir.

Evde bilgisayar sahipliği oranının yüzde yüz çıktığı vakıf üniversitesinde eğitim gören öğrencilerin internete de evden bağlanmayı tercih etmeleri, kamu üniversitesinde eğitim gören öğrencilerin ise internet erişimi için kafeyi diğerlerine göre daha fazla tercih etmeleri aynı zamanda maddi imkanlarla alakalı bir konu olarak düşünülmelidir. Buna karşılık genelde kafeleri internet erişimi için uygun bir mekan olarak görmemeleri de son zamanlarda medyaya yansıyan olumsuz haberler akla getirildiğinde sevindiricidir.

Öğrenciler tarafından açıkarttırma ve alışveriş sitelerinin ikinci ve üçüncü sıraya yerleştirilmesinde vakıf üniversitesindeki öğrencilerinin sayıca fazlalığı görülmektedir. Öğrencilerin bu sitelerden ekonomik bir faaliyet gerçekleştirip gerçekleştirmediği bilinmemekle beraber, vakıf üniversitesi öğrencilerin oranının yüksek çıkması gelirler ve harcamalar bağlamında anlamlıdır.

Araştırmanın tanımsal bulguları erkek öğrencilerin kadın öğrencilere göre teknolojik ürünlere bütçelerinden daha fazla pay ayırdıkları görülmektedir. Çalışmanın teorisi kısmında yer verilen Türkiye İstatistik Kurumunun Cinsiyet ve Eğitim Durumuna Göre Son Üç Ay İçerisinde Bilgisayar ve İnternet Kullanım Oranı başlıklı tablosundaki erkekleri teknolojiye daha yatkın gösteren veriler sonucu destekler niteliktedir.

Teknolojik ürünlerin şekillenmesinde lokomotif göreve sahip oyun sektörünün bir kolu olan bilgisayar oyunlarının kadın öğrencilere nazaran erkek öğrenciler tarafından daha fazla bilgisayarı kullanma amacı olarak görülmesi de destekleyicidir.

Erkek öğrencilerin teknolojiye olan ilgisi anket çalışmasının temelini teşkil eden soruda da yerini bulmuştur. Şöyle ki erkek öğrenciler kadın öğrencilere göre daha fazla yeni iletişim ortamlarının dijital bölünmeyi arttırıcı bir etkiye sahip olduğunu düşünmektedirler. Yukarıdaki açıklamalardan erkek öğrencilerin teknolojinin etkilerine daha fazla maruz kaldığı sonucu çıkarılabilirse yeni iletişim ortamlarının etkileri konusunda da farklı bir bakış açısına sahip olmaları mümkündür.

Yeni iletişim ortamlarının en önemli özelliği olarak öğrenciler arasında etkileşim üzerinde bir uzlaşa hakim gözükürken, kadın öğrenciler etkileşimi erkeklere göre daha fazla önemli bulmaktadırlar. Bunun yanında bilgisayar başında fazla zaman geçirenlerin ise en önemli özellik olarak sayısallığı gösterdiği yer almaktadır. Bilgisayarda sayısallığı yoğun bir şekilde yaşayan öğrencilerin böyle bir cevap vermesi doğaldır.

Genel olarak öğrenciler arasında internet günlüğü olarak bilinen blog sahipliğine az rastlanırken, sahip olanların çoğunluğunun kadın öğrenci olması ilgi çekicidir. Farklı bir çalışmada araştırma konusu olabilecek kadınların internet günlüklerine alâkasına modern çağın günlükleri bakış açısıyla bir yol çizilebilir.

Tasarım bölümüne okuyan öğrencilerin bilgisayar başında daha fazla zaman geçirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Tasarım uygulamalarının günümüzde artık bilgisayar destekli yapıldığını düşünecek olursa tasarım bölümü öğrencilerinin bilgisayara daha fazla zaman ayırmaları şaşırtıcı değildir.

Sonuçlardan birisi de aile geliri yüksek öğrencilerin üniversite eğitiminden önce bilgisayar dersi görmüş olmalarıdır. Orta öğretim kurumlarında bilgisayar dersinin müfredata girişinin geçmişinin çok uzun olmadığı düşünüldüğünde, geriye bu derslerin ücret karşılığı alınmış olacağı seçeneği kalmaktadır. Dolayısıyla yüksek gelirli ailelerin bu tarz bir derse bütçe ayırması daha mümkün gözüküğünden sonuç şaşırtıcı değildir. Bu noktadan yola çıkarak daha önce bilgisayar dersi görerek bilgisayar

donanımıyla tanışan ve bilgilenen öğrencilerin daha sık donanım değişikliğine gitmeleri de normal karşılanmalıdır.

Sonuç olarak gerek cinsiyetler arasında, gerekse üniversite ve okunulan bölüm türü bakımından bazı konularda bir bölünme yaşandığı gözlenmektedir. İkisi kamu ikisi vakıf dört üniversitenin iletişim fakülteleri öğrencileri arasında bu tarz bölünmeler görüldüğüne Türkiye ve dünyada farklı sınıflandırmalar altında çok fazla bölünme yaşandığını düşünmek hayalcilik olmayacaktır. Bölünmeleri araştırmalarla ortaya koymak önemli olmakla beraber bir o kadar da önemli olan bu ayrışmayı derinleşmeden daraltacak yolların arayışına gitmektir. Bu konu üzerinde uluslararası çalışmalar olmakla birlikte başlamak bitirmenin yarısıdır mantığıyla hedefi küçük tutarak ilk önce iletişim fakülteleri arasındaki bölünmeyi gidermeye çalışmak önem arz etmektedir.

5. SONUÇ

Dünya daha önce hiç olmadığı kadar hızlı bir değişim ve dönüşüm süreci içindedir. Artık toplumsal dönüşümler daha kısa aralıklarla gerçekleşmektedir. Sanayi toplumunun simgesi olan ağır sanayi makinalarının yerini cebimize sığacak boyutlara gelen bilişim teknolojileri almaktadır. Buna bağlı olarak alışverişe konu olan mallarda da değişim yaşanmaktadır. Bilgi hayatımızın vazgeçilmezleri arasına girerek ticari bir meta haline gelmiştir. Çalışma içinde yeralan hizmet sektörünün ülke ekonomilerindeki artan yerini gösteren rakamlar bunu kanıtlar niteliktedir. Sanayi sektörünün çalışanlarını simgelemek için kullanılan mavi yakalı işçi ifadesi yerini giderek hizmet sektörünün beyaz yakalı işçilerine bırakmaktadır. Geleceğin beyaz yakalı işçileri olmaya aday bireyler, bilişim teknolojileriyle günümüzde çocuk yaşlarda tanışmaktadırlar. Çağdaş teknolojilerle erken tanışmak ve teknolojileri özümsemek kuşkusuz önemli bir noktayı oluştururken konunun diğer boyutlarının da gözden kaçırılmaması gerekmektedir. Kişilerin teknolojiyle tanışabilmesi için bu teknolojilerin üretilmesi ve tüketiciler tarafından da tüketilmesi gerekmektedir. Tüketimin gerçekleşmesi için de insanlarda bir tüketim kültürünün yaratılması gerekmektedir. Görüldüğü kadarıyla erişim gücü olan kişilere bu kültür kazandırılmış durumdadır. Bir zamanlar çok az evde televizyon varken şimdi televizyonsuz ev bulmak imkansız hale gelmiştir. Cep telefonlarında da benzer bir durum görülmektedir. Bilgisayarda ise bu eğilim yavaş yavaş yayılmaktadır. Esas mücadele bu noktada yaşanmaktadır. Yani pazarın paylaşılması konusunda. Dünyayı küresel bir köy haline getiren bilişim teknolojileri burada da devreye girerek şirketlere sonsuz imkanlar sunmakta dünyayı adeta küresel bir pazara dönüştürmektedirler.

İş yapış şekillerinden ticarete, yaşama şekillerinden kurum ve kuruluşların yapılarına kadar büyük etkilere sahip bu devrim beraberinde sorunları da getirmektedir. Hayatın her döneminde sahip olan ve olmayan, erişebilen ve erişemeyen şeklinde bir ayrım hep olmuştur. Ürün ve hizmetlerde bilginin yoğun olarak kullanılmasıyla sahip olunacaklar sayısı

arttıkça bu ayırım da katlanarak artmaktadır. Örneğin bir tarafta gıdasızlıktan ölüm eşiğine gelenler, diğer tarafta israf boyutuna varan tüketim. Örnekleri arttırmak mümkündür bilgi teknolojileri ve hizmetlerine erişimde de benzer durumlar yaşanmaktadır. Bir tarafta anasınıfında bilgisayarla tanışan çocuklar diğer tarafta daha telefonla tanışmayan insanlar. Durum bölünme kavramıyla açıklanabilse de bölünmedeki aralık giderek açılarak uçuruma dönüşmektedir. Enformasyon ve telekomünikasyon teknoloji ve hizmetlerine eşit erişememe olarak tanımlanan dijital bölünme kavramı yerini kimi durumlarda dijital uçuruma bırakmaktadır. Dijital bölünme sadece az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin sorunu değildir. Gelişmiş ülkeler arasında ve gelişmiş ülkelerin içindeki bireyler arasında da bölünmeler yaşanmaktadır. Eşitsizliğin olduğunu düşünen bireylerin bulunduğu toplumlarda da huzursuzlukların yaşanması kaçınılmazdır. Bu sebeple dijital bölünmeyi azaltmak sosyal adalet ve demokratik kazanımlar bakımından önem arz etmektedir.

Çalışmada yer verilen ulusal ve uluslararası istatistiki bilgiler incelendiğinde gerek ülkemizin diğer ülkeler arasındaki gerekse ülke içindeki bireyler arasında pek de eşitlikçi bir durum olmadığı gözlenmektedir. Ülkelerin nüfus artış oranlarından, kişi başına düşen milli gelire, eğitimden kültüre kadar pek çok neden sonuçlarda etkilidir. Belki de bu etkenlerden en önemlisi eğitim olarak gözükmektedir. Çünkü bilgiye erişmenin hiç olmadığı kadar kolaylaştığı bugünde eğitilmiş bireylerin diğerlerinden birkaç adım önde olduğu açıktır. Bilgiye ulaşmada bireysel engellerin yanında ülkelerin altyapılarından kaynaklanan sorunlarda göze çarpmaktadır. Örneğin her eve internet erişimini getirseniz dahi bant genişliğini arttırmadıkça etkin kullanımdan söz etmek mümkün değildir. Bu tarz durumlar dijital bölünmeyi derinleştirmektedir. Bilişim devriminde önemli isimlerden biri olan Bill Gates, Winhec07 (Windows Hardware Engineering Conference) seminerinde yapmış olduğu konuşmada dünyada mevcut en pahalı teknolojileri satın alabilecek 1 milyar insan bulunduğunu, buna karşılık 3 milyar insanın devlet yardımına ihtiyaç duyduklarını belirtmektedir. Soruna çözüm olarak da aylık veya yıllık bağlantı ücretiyle çalışan kontör bittiğinde

kullanıma kapılan bilgisayarları devreye sokmaya planlamaktadır. Devletler de bu tarz uygulamalara giderek vatandaşlarını teknolojilerle buluşturmalıdır.

Ülkenin mevcut yapısı ve diğer ülkeler arasında konumunu ortaya koyacak çalışmaların öneminin büyük olduğu da ortadadır. Halihazırda TÜBİTAK-BİLTEN (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu-Bilişim Teknolojileri Enstitüsü) tarafından 2000 yılında yaptırmış olduğu "Bilgi Teknolojileri Yaygınlık ve Kullanım Araştırmaları" ve TUBİSAD (Türkiye Bilişim Sanayicileri Derneği) tarafından hazırlanan Türkiye'de teknoloji kullanımı raporu benzeri çalışmalar olsa da bunlar yetersiz kalmaktadır. Bu raporların daha sık gerçekleştirilerek değişimin fotoğrafının çekilmesi gereklidir.

Bu çalışmada da iletişim fakültesi öğrencilerinin yeni medya ve etkilerini algılamalarına yönelik bir araştırmaya yer verilmiştir. Çalışmaların sonuçlarından da görüleceği üzere kamu ve vakıf üniversitesindeki öğrenciler, erkek ve kadın öğrenciler hatta aynı üniversitede farklı bölümlerde yaşayan öğrenciler arasında dahi bir bölünme yaşanmaktadır. Kamu ve vakıf üniversitelerinin sadece iletişim fakültelerinde okuyan öğrencileri arasında bile böyle bir ayrımın yaşanıyor olması, yeryüzündeki ulusların refah düzeyleri arasındaki büyük uçurumlar düşünüldüğünde işin boyutunun ne kadar büyük olduğunu göstermektedir. Muhakkak ki her bireyin her ulusun eşit seviyelerde bulunması beklenen ideal olsa dahi zor olduğundan amaç bu seviyeyi mümkün olduğu kadar tutturabilme yollarını aramak olmalıdır. Bunun içinde tüm imkanların bu amaca hizmete yönlendirilmesi gerekmektedir.

6. KAYNAKÇA

Kitaplar

- Aktaş Celalettin, "Yeni Medyanın Geleneksel Medya ile Karşılaştırılması", **Medya Üzerine Çalışmalar**, Yrd. Doç. Dr. Gülbuğ Erol (drl.), İstanbul: Beta Yayınları, 1.Basım, 2007.
- Atabek Ümit, **İletişim ve Teknoloji: Yeni Olanaklar-Yeni Sorunlar**, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2001.
- Başaran Funda ve Geray Haluk, Ankara, **İletişim Ağlarının Ekonomisi Telekomünikasyon, Kitle İletişimi, Yazılım ve Internet**, Siyasal Kitabevi, 2005.
- Başkaya Fikret, **Sömürgecilik, Emperyalizm, Küreselleşme**, Ankara, Öteki Ajans, 1997.
- Black Cyril E., **Çağışlaşmanın İtici Güçleri** (Çev.Fatih Gümüş) , Ankara, İş Bankası Kültür Yayınları, No.273, 1986.
- Bozkurt Veysel, **Enformasyon Toplumu ve Türkiye**, İstanbul, Sistem Yayınları, 1996.
- Cashmare Carol and Lyoll Richard, **Business Information: Sysetms and Strategy**, NewYork, Prentice Hall, 1991.
- Cats William L. and Thompson Ronald L., **Information Technology and Management**, NewYork, Times Mirror Higher Education Group, 1997.
- Celep Cevat ve Çetin Buket, **Bilgi Yönetimi**, Ankara, Anı Yayıncılık, 2003.
- Çağıltay Kürşat, Ankara, **Internet**, METU Press, 1997.

- Çoban Hasan , İstanbul, **Bilgi Toplumuna Planlı Geçiş**, İnkılap Kitabevi, 1997.
- Dizard Jr. Wilson, **Old Media New Media Mass Communcations in the Information Age**, 3. Basım, Longman, 2000.
- Dura Cihan, **Bilgi Toplumu**, Ankara, Kültür Bakanlığı Yayınları, Bilim ve Teknoloji Dizisi, 1990.
- Erbaş Yusuf, **Küresel İşletmelerin Yönetimi ve Türk İşletmelerinin Yeni Türk Cumhuriyetlerine Yönelik Faaliyetleri**, Ankara, Kent Matbaacılık, 1999.
- Erdoğan İrfan, Ankara, **İletişimi Anlamak**, Erk, 2005.
- Erdoğan İrfan, **Dünyanın Çarpık Düzeni Uluslararası İletişim**, İstanbul, Kaynak Yayınları,1995.
- Fındıkçı İlhami, **Bilgi Toplumunda Yöneticilerde Kendini Geliştirme**, İstanbul, Kültür Koleji Eğitim Vakfı Yayınları, 1996.
- Fiske John,Çev. Süleyman İrvan, **İletişim Çalışmalarına Giriş**, Ankara, Bilim ve Sanat, 2003.
- Friedland Lewis, **Covering The World**, Twentieth Century Fund, New York, 1992.
- Geray Haluk, **İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları**, Ankara, Ütopya Yayınları, 2003.
- Gültan Seçkin, Ankara, **Bilgi Toplumu Sürecinde Avrupa Birliği ve Türkiye**, Ankara Üniversitesi Basımevi, 2003.
- Harvey David, **Postmodernliğin Durumu**, (2.baskı), (Çev. Sungur Savran), İstanbul, 1999.

- Hasıloğlu Selçuk Burak, **Enformasyon Toplumunda Elektronik Ticaret ve Stratejileri**, İstanbul, Türkmen Kitabevi, 1999.
- Hüsnü Erkan, Ankara, **Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme**, Türkiye İş Bankası Yayınları, 1998.
- Kuruüzüm Ayşe, **Karar Destek Sistemlerinde Çok Amaçlı Yöntemler**, Antalya, T.C.Akdeniz Üniversitesi Yayınları, 1998.
- Öğüt Adem, **Bilgi Çağında Yönetim**, Ankara, Nobel Yayınları, 2001.
- Senn James A., **Information Tecnology in Business**, Prentice Hall Int New Jersey, 1995.
- Timisi, Nilüfer, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, 1. Basım, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2003.
- Toffler Alvin, **Dünyayı Nasıl Bir Gelecek Bekliyor?**, (Çev. Mehmet Çitkaya), İstanbul, İz Yayınları, 1993.
- Törenli Nurcan, Ankara, **Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı**, Bilim ve Sanat Yayınları, 2005.
- Türk Dil Kurumu, **Türkçe Sözlük**, Türk Dil Kurumu Yayınları, Cilt 1, Ankara, 1992.
- Uğur Aydın, **Enformasyon Toplumu ve Medya, Bilgi Toplumuna Geçiş Sorunsallar / Görüşler, Yorumlar / Eleştiriler ve Tartışmalar**, Ankara, Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları, 2002.
- Uluç Güliz, **Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı**, İstanbul, Anahtar Kitaplar Yayınevi, 2003.
- Widman Joachim, İstanbul, **Almanya'dan Bir Örnek, Internet Çağında Gazetecilik**, (Haz.Serhan YEDİĞ-Haşim AKMAN), Metris Yayınları, 2001.

Makaleler

- Akata Emin, "*Bilgi'den Bilişim'e*". **21. Yüzyıla Girerken Enformasyon Olgusu Ulusal Sempozyum Bildirileri**, Ankara, Türk Kütüphaneciler Derneği, 2001.
- Akyazı Erhan, "*Bilgi Toplumunda Dijital Bölünme*", İstanbul, **Marmara İletişim Dergisi**, 12. Sayı, 2007.
- Balay Refik, "*Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim*", Ankara, **Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi**, Cilt: 37, Sayı: 2, 2004.
- Boratav Korkut, "*Ekonomi ve Küreselleşme*", Ankara, **Küreselleşme**, 1996.
- Bozkurt Veysel, "*Enformasyon Toplumu ve Eğitim*", **Bilgi ve Toplum**, Sayı: 3, İstanbul, 2001.
- Çatı Kahraman, "*Küreselleşen Dünyada Uluslararası Pazarlama Açısından Kültür*", İstanbul, **Pazarlama Dünyası Dergisi**, Sayı; 2000-001, 2000.
- Dilmen N. Emel, ve Öğüt Sertaç, "*Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim'e İletişimsel Bilişim Yaklaşımı*", İstanbul, **Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı**, 2006.
- Ersöz Selva, ve Meral Pınar S., "*İnternet Okuryazarlığı ve Dijital Uçurum*", İstanbul, **Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı Kitapçığı**, 2006.
- İlhan Vahit, "*Yeni İletişim Teknolojilerinin Gündelik Hayattaki Yeri (Kayseri Örneği)*", **Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı**, 2006.

- Irzık Gürol, "*Bilgi Toplumu mu, Enformasyon Toplumu mu? Analitik-Eleştirel Bir Yaklaşım*", Ankara, **Bilgi Toplumuna Geçiş Sorunsallar/Görüşler,Yorumlar/Eleştiriler ve Tartışmalar**, Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları, 2002.
- Kara Tolga, "*İnternet Ekonomisini Anlamak*", İstanbul, **Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı**, 2006.
- Karadeli Cem, "*Küreselleşme ve Dünya Düzenleri*", **Küreselleşme ve Alternatif Küreselleşme Sempozyum Bildirileri**, Ankara, Phoenix Yayınevi, 2005.
- Misçi Sema, "*Yeni Medya Kullanımının Organizasyon Yapısı Üzerindeki Etkileri*", İstanbul, **Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı**, 2006.
- Öz Ersan, "*Globalleşme*", Ankara, **Dış Ticaret Dergisi**, Temmuz 2001 Sayısı, 2001.
- Öztürk Lütfü, "*Türkiye’de Dijital Eşitsizlik: Tübitak-Bilten Anketleri Üzerine Bir Değerlendirme*", Kayseri, **Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi**, Sayı:24, Ocak-Haziran, 2005.
- Sonat Arslan, "*Globalleşme, Kriz ve Ücretler*", Ankara, **Ekonomide Durum**, Türk-İş Araştırma Merkezi, Bahar/1998.
- Sütcü Cem S., Akyazı Erhan ve Dilmen N. Emel, "*Teknolojik Değişim ve Dönüşümlerin Gazetecilik Üzerindeki Etkilerinin Tarihsel Süreçte Değerlendirilmesi*", **Medyada Olmayanlar(Medya Eleştirileri 2006)**, İstanbul, Beta Basım, 2006.
- Sütcü Cem S., ve Akyazı Erhan, "*Yeni İletişim Ortamları ve Bilgi Uçurumu*", İstanbul, **Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı**, 2006.

- Tarhan A. Belkis, "*Küreselleşmenin Disiplinlerarası Hikayeleri: Enformasyon Toplumu, Postmodern Durum ve Diğer Kavramlar Hakkında*", İstanbul, **Küreselleşmenin Yüzleri Sempozyumu**, Everest Yayınları, 2005.
- Oğuzhan Taş, **Yöndeşme ve Medya Endüstrisi: İletişim Alanında Yöndeşme Eğilimleri**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi SBE., 2004).
- Tekman Erkan, "*Enformatik Sistemler ve Bilgi Toplumu*", Ankara, **Bilgi Toplumuna Geçiş Sorunsallar / Görüşler, Yorumlar / Eleştiriler ve Tartışmalar**, Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları, 2002.
- Timisi Nilüfer, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, 1. Basım, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2003.

İnternet Kaynakları

- Alkan, Mustafa ve Canbay, Cafer, "*Cenevre'den Tunus'a Dünya Bilgi Toplumu Zirvesi*", **Türkiye Bilişim Derneği 21.Ulusal Bilişim Kurultayı**, s. 291-300. Erişim:<http://kurultay.tbd.org.tr/sayfa-290-332.pdf> (03.02.2007)
- Atabek Ümit, "*Yeni İletişim Teknolojileri*", www.bianet.org/diger/egitim1312.htm .
- Bengi Hilmi, "*İnternet Gazeteciliği ve Telif Hakları Sorunu*", <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/36.doc>.
- "*Bilgi Toplumu Politikaları Üzerine Bir Değerlendirme (Dünya ve Türkiye)*", Ankara, TÜBİTAK, 2002, http://www.bilten.metu.edu.tr/Web_2002_v1/tr/docs/dunya_bilgi_toplumu_zirvesi/TUBITAK-Bilgi%20Toplumu%20Politikalari%20Degerlendirmesi.pdf.

- http://209.85.129.104/search?q=cache:hINvFOSYot4J:egitim.cukurova.edu.tr/myfiles/open.aspx%3Ffile%3D983.ppt+ileti%C5%9Fim+nedir&hl=tr&gl=tr&ct=clnk&cd=94&lr=lang_tr
- <http://digitaldividenetwork.org>
- http://www.dream.gen.tr/toplum/kitle_iletisim_araclari.php
- ICFA-SCIC, *"Digital Divide and measures taken by Government of Pakistan"*, Erişim: http://icfa-scic.web.cern.ch/ICFA-SCIC/docs/WorkDocs/PakistanReport_ArshadAli010603.doc, (22.01.2007)
- Keniston, Kenneth, "Four Digital Divides", Erişim: http://www.mit.edu/people/kken/PAPERS/Intro_Sage.html (10.02.2007).
- K roğlu Osman, *"Medyanın D n ş m "*, <http://www.mutasyon.net/kultur/makaleler/okoroglu/default3.asp?>.
- Menou , Michel J. (2001), "The Global Digital Divide; beyond hICTeria", Aslib Proceedings, Vol.53, April, No.4, p.112-114.
- Türk Dil Kurumu, Güncel Türkçe Sözlük, <http://www.tdk.org.tr/tdksozluk/sozara.htm> .
- Vural Beril Akıncı, *"Enformasyon İletişim Teknolojileri: Gelişimi, Doğası ve Ahlaki Konular"* <http://209.85.129.104/search?q=cache:rjxEhqCy9boJ:155.223.1.158/edergi/yenid/s1/9.pdf+medyan%C>.
- www.dtm.gov.tr/ead/ekonomi/sayi7/kuresel.htm

Tezler

- Dilmen N. Emel, **Bilişim Çağı'nın Gelişimi Sürecinde E-Gazetecilik Olgusu ve Internet Gazeteleri Ve Portalları Üzerine Bir Araştırma**, İstanbul, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003.
- Kejanlıoğlu D. Beybin, **Türkiye'de Yayıncılık Politikası: Ekonomik ve Siyasal Boyutlarıyla Türkiye'de Radyo Televizyon Yayıncılığı**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi SBE., 1998.
- Orkan Ahmet L., **Probabilistik Karar Modellerinde Belirsizlik ve Risk Analizi ve İhale Fiyatlandırmaları İçin Bir Karar Modeli Uygulaması**, İstanbul, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, , 1986.
- Sütçü Cem S., **İstatistiksel Veri Sistemleri ve Basın Sektöründe Bir Karar Destek Sistemi Uygulaması**, İstanbul, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, 1995.
- Zaim Halil, **Bilginin Artan Önemi ve Bilgi Yönetimi**, İstanbul, T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Doktora Tezi, 2003.

EKLER

EK-1 Anket Formu

Yeni İletişim Ortamlarının Algılanışı ve Etkileri Anketi

Bu çalışmanın amacı iletişim ortam ve teknolojileriyle birinci derecede ilgili olması beklenen İletişim Fakültesi öğrencilerinin yeni iletişim ortamları ile ilgi alakalarını belirlemek ve belki de gelecekteki eğitim programlarına temel teşkil edebilecek saptamaları ortaya koymaktır. İlginiz ve sabrınız için şimdiden teşekkür ederim.

Ayşenur Akyazı
Basın Ekonomisi ve İşletmeciliği
Yüksek Lisans Öğrencisi

Anketin cevaplanmasında şu görüşleri dikkate almanızı rica ederiz:

İnsanlık tarihinin başlangıcından itibaren insanoğlu sürekli bir iletişim çabası içinde olmuştur. Bu çabalar çerçevesinde de çok değişik ortamlar iletişim fiiline zemin hazırlamıştır. Bilişim çağı denilen günümüzde de yeni imkanlarla donanmış yeni iletişim ortamlarına şahit olmaktadır. Bununla birlikte her yeni teknolojinin yeni bir sahip olanlar ve olamayanlar ayrımını da taşıdığı yadsınamaz bir gerçektir. Enformasyon ve telekomünikasyon teknolojileri yirminci yüzyılı şekillendiren en etkili güçlerden biridir. Bu teknolojiler insanların yaşama, öğrenme ve çalışma şekilleriyle, sivil toplum ile devletin etkileşimini devrim yaratacak şekilde etkilemiştir. Bireysel ve toplumsal yaşamı kökünden değiştirmekte; çok ciddi ekonomik, sosyal, kültürel ve politik sonuçlar doğurmakta olan bu devrim, “Bilgi ve iletişim teknolojilerine ve hizmetlerine eşit erişememe” adını verdiğimiz “Dijital Bölünme” başta olmak üzere pek çok soruna da sebep olmaktadır.

1) Cinsiyetiniz?

☐ Kadın ☐ Erkek

2) Kaç kardeşiniz?

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 3'ten fazla

3) Ailenizin Gelir Durumu? (YTL)

☐ 500 e kadar ☐ 501-1500 arası ☐ 1501-3000 arası ☐ 3000 den yüksek

4) Fakültenizde okumakta olduğunuz bölüm?

☐ Gazetecilik ☐ Halkla İlişkiler ve Tanıtım ☐ Radyo Televizyon ve Sinema

☐ İletişim Tasarımı ☐ Görsel İletişim Tasarımı ☐ Reklam Tasarımı ve İletişimi

5) Aşağıdaki donanım ve hizmetlerden hangisine sahipsiniz? (Birden fazla işaretleyebilirsiniz)

☐ E-Mail ☐ Web Sayfası ☐ Blog (Günlük) ☐ Sayısal TV

Aboneliği (digitürk, dsmart)

☐ USB Bellek ☐ MP3 Player ☐ Uydu Alıcı ☐ Cep Telefonu

- 6) Kullanabileceğiniz Bilgisayarınız var mı? (birden fazla işaretleyebilirsiniz)
- ☐ Evde ☐ Okulda ☐ İşyerinde
- 7) Bilgisayarınız üzerinde donanım olarak en son ne zaman değişiklik yaptınız?
- ☐ 1-3 ay ☐ 3-6 ay ☐ 6 ay-1 yıl ☐ 1 yıldan fazla
- 8) Daha önce bilgisayar dersi gördünüz mü?
- ☐ Evet ☐ Hayır
- 9) Bilgisayarı kullanma amacınız nedir? (birden fazla işaretleyebilirsiniz)
- ☐ Eğitim ☐ Oyun ☐ Eğlence ☐ Internet
- 10) Internete ne şekilde erişimde bulunuyorsunuz (birden fazla işaretleyebilirsiniz)
- ☐ Evden ☐ Okuldan ☐ İşyerinden ☐ Internet Cafe'den
- 11) Bilgisayar başında gün içinde kaç saat geçiriyorsunuz?
- ☐ 1-3 ☐ 3-5 ☐ 5-7 ☐ 7'den fazla
- 12) Bu zamanın ne kadarı sadece Internette sörf yapmak oluşturmaktadır?
- ☐ 1-3 ☐ 3-5 ☐ 5-7 ☐ 7'den fazla
- 13) Harcamalarınız yaklaşık yüzde kaç teknolojik ürünler için olmaktadır?
- ☐ Hiç ☐ %10-%25 ☐ %25-%50 ☐ %50'den fazla
- 14) Sizce Türkiye'de ulusal yayın yapan kaç televizyon kanalı mevcuttur?
- ☐ 10-20 ☐ 20-30 ☐ 30-40 ☐ 40'dan fazla
- 15) Sizce Türkiye'de ulusal yayın yapan kaç radyo istasyonu mevcuttur?
- ☐ 25-50 ☐ 50-75 ☐ 75-100 ☐ 100'den fazla
- 16) İnternetteki haber sitelerinin artmasından memnun musunuz?
- ☐ Evet ☐ Hayır ☐ Fikrim yok
- 17) Günde kaç saatinizi televizyon izlemek için ayırıyorsunuz?
- ☐ 1-3 ☐ 3-5 ☐ 5-7 ☐ 7'den fazla
- 18) Sizce aşağıdakilerden hangisine sahip olma ile olmama Dijital Bölünme kavramını daha iyi tanımlar?
- ☐ Cep telefonu ☐ Internet Bağlantısı ☐ Bilişim ve İletişim Teknolojileri ☐ Bilgi
- 19) Sizce aşağıdakilerden hangisi yeni iletişim ortamlarına en iyi örneği teşkil etmektedir?
- ☐ Cep telefonu ☐ Bilgisayar ☐ Uydu Alıcı ☐ Televizyon

20) Sizce yeni iletişim ortamlarının en önemli özelliği hangisidir?

- ☐ Sayısallık ☐ Modülerlik ☐ Otomasyon ☐ Kişisellik ☐ Etkileşim

21) Yeni iletişim ortamlarının sahip oldukları özelliklerle dijital bölünmeyi ne şekilde etkilediğini düşünüyorsunuz?

- ☐ Arttırıcı ☐ Fikrim yok ☐ Azaltıcı

22) İnternet üzerinden hangi faaliyetleri gerçekleştirmektesiniz? (Birden fazla işaretleyebilirsiniz)

- ☐ Alışveriş ☐ Bankacılık İşlemleri ☐ Gazete Okuma ☐ E-Devlet Uygulamaları

23) Ziyaret sıklığınıza göre aşağıdaki siteleri derecelendiriniz?

- ☐ Google.com ☐ Gittigidiyor.com ☐ Hepsiburada.com ☐ İstanbul.gov.tr

24) Dünyadaki büyüklükleri itibarıyla aşağıdaki sektörleri sıralayabilir misiniz?

- ☐ Sanayi ☐ Bilişim ☐ Sağlık ☐ Finans