

## Küresel Bilgi Teknolojilerinin Değerler Üzerindeki Etkisi\*

Effects of Global Information Technologies on Values

Gürcan Şevket AVCIOĞLU\*\*

### Öz

İletişim araçlarındaki gelişmeler küreselleşme olgusuyla bu araçlar arasındaki ilişkinin önemini giderek artırmıştır. Küresel iletişim araçları arasında ilk akla gelenler, içerikleri ve ulaşılabilirlikleri nedeniyle, internet ve kablolu ya da uydu aracılığı ile yayın yapan televizyondur. Her iki iletişim aracı yoğun bir şekilde bilgi barındırma ve aktarma özellikleri nedeniyle küresel bilgi teknolojileri olarak da ifade edilmektedir. Bilgi ile birlikte değerlerin de aktarma aracı olan internet ve televizyon bu araştırmanın konusu yapılmıştır. Çünkü günümüzde ekonomik ve sosyal gelişmeye paralel olarak internet kullanma ve televizyon izleme sıklıkları artmış; kitlelerin eğlenme, haberleşme, bilgi edinme, boş vakit değerlendirme gibi alanlarda ihtiyacını karşılar hale gelmiştir. Bu ihtiyaçların karşılanması sırasında küresel bilgi teknolojilerinden aktarılan değerlerin kullanıcılar tarafından ne kadar benimsendiği araştırmanın konusudur. İnternet ve televizyon kullanımı ile kullanıcıların önemsendiği değerler arasındaki ilişki ölçülmüştür. İletişim araçlarının kitleler üzerindeki etkileri konusunda bir çok araştırma bulunmaktadır. Yine bu araçların değerler üzerinde etkisinin olduğu görüşü teorik olarak sıkça ifade edilmekte ancak niceliksel bir ölçüm yapılmamaktadır. Bu noktada çalışma, internet ile değerler arasındaki ilişkiyi nicelik olarak ölçmektedir. Küresel bilgi teknolojileri ile değerler arasındaki ilişkiyi ölçmek için iletişim çalışmaları ve değerler üzerine yapılan araştırmalar taranarak bu alanlardaki bilgiler bir araya getirilmiştir. İletişim alanında yapılan etki araştırmaları dikkate alınarak George Gerbner'in (1973, s. 555-573). Kültürel Göstergeler Modeli kullanılmıştır. Değer araştırmalarından da faydalanarak, çalışmamıza uygun yeni bir değer sınıflandırması oluşturulmuştur. Konunun teorik çerçevesi belirlendikten sonra ilişki arayıcı hipotezler yardımıyla saha uygulaması yapılmıştır. Uygulama Hacettepe Üniversitesi ve Başkent Üniversitesi'nden toplam 436 öğretim üye ve elemanına tabakalı örneklem seçimi ile gerçekleştirilmiştir. Veri analizinde değerler ölçeği için faktör analizi, hipotezler için Ki-kare testleri yapılmıştır. Saha uygulamasından elde edilen bulgulara göre, örnekleme dahil olan öğretim üye ve elemanlarının internet kullanma ve televizyon izleme sıklıkları genel ortalamaya yakındır. Akademisyenler değerler ölçeğinde yer alan geleneksel değerleri ve evrensel değerleri yüksek oranlarda, hazzı ve bireysel değerlerden bazılarını yüksek oranda bazılarını düşük oranda benimsemektedirler. Televizyon izleme ile geleneksel, evrensel, hazzı, bireysel ve dini değerler arasında anlamlı bir ilişki vardır. İnternet kullanma ile geleneksel ve hazzı değerlerin ilişkisinin olmasına karşılık, evrensel, bireysel ve dini değerlerin ilişkisi bulunamamıştır. Akademisyenler geleneksel değerleri yüksek oranda önemsemekte, buna uygun davranışlar göstermektedir. Ancak evrensel, hazzı ve bireysel değerlerden bazılarını yüksek derecede önemsemelerine rağmen bu davranışlarına yansımamaktadır. Evrensel, hazzı ve bireysel değerler küresel bilgi teknolojileri ile ekilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Küresel Bilgi Teknolojileri, İnternet, Televizyon, Değerler, Kültürel Göstergeler, Ekme.

\* Bu makale 2009 yılında Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı'nda kabul edilen "Küresel Bilgi Teknolojileri ve Değerler: Ankara'daki Akademisyenler Üzerine Bir Uygulama" adlı teze dayanılarak hazırlanmıştır.

\*\*Araş. Gör. Dr., Selçuk Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü, gurcan@hacettepe.edu.tr

### **Abstract**

Developments in communication media enhanced the importance of the relation between the phenomenon of globalization and media. Among the global communication media that immediately come to mind, by virtue of their content and accessibility, are the internet, and television which broadcasts via cable or satellites. Both of these communication media are also referred to as global information technologies due to their capacity to store and convey information intensively. The internet and television, which are the means of conveying values as well as information, are made the subject matter of this study. For, parallel to today's economic and political developments the instances of using the internet and watching TV have increased, and they have a significant place in meeting the needs of the masses in such fields as entertainment, communication, information gathering and leisure time activities. To what extent the values conveyed by the global information technologies during the process of meeting the needs are adopted by the users has become the subject of this study. The relationship between the internet and TV use, and the values that are privileged by the users are measured. There are various studies on the effects of communication media on masses. Also, the idea that these media have an effect on values is frequently expressed but a quantitative measurement cannot be made. At this point, the present study measures the relationship between the internet and values quantitatively. Communication studies and studies that were conducted on values have been reviewed in order to measure the relationship between global information technologies and values, and thus information in this field has been brought together. Taking into account the effect studies carried on in the field of communication George Gerbner's Cultural Indicators Model is used. Also, a new value classification that will be appropriate for our study is formed by making use of value studies. After the theoretical framework of the subject is determined, field application is performed by the help of relationship-seeking hypotheses. The application is administered to 436 professors and instructors at Hacettepe University and Başkent University using the stratified sample selection. In data analysis, factor analysis is used for values scale whereas Chi-square test is used for hypotheses. According to the data obtained from field application, the internet use and TV watching frequency of the professors and instructors who are included in the sample are close to the general average. Academicians adopt traditional values and universal values that are included in the values scale at a high rate while they adopt some of the hedonistic and individualistic values at a high, others at a low rate. There is a significant relationship between watching TV and traditional, universal, hedonistic, religious, and individualistic values. Although there is a relationship between the internet use and traditional and hedonistic values, no such relationship could be established for universal, individualistic and religious values. Academicians take traditional values highly seriously and act accordingly. Although they take some of the universal, hedonistic and individualistic values highly seriously, this is not reflected in their behavior. Universal, hedonistic and individualistic values are cultivated through global information technologies.

**Key Words:** Global Information Technologies, Internet, Television, Values, Cultural Indicators, Cultivation

### **Giriş**

19. yüzyılın ortalarından itibaren gelişmeye başlayan kitle iletişim teknolojileri, çok hızlı bir şekilde ilerleyerek bugünkü küresel iletişim ağlarını kurmuştur. Küresel iletişim teknolojilerinin gelişimi ve toplumsal etkileri 1960'ların sonlarından itibaren sosyal bilimlerin önemli konularından birisi olmuştur (Thompson, 2000, s. 159). 1960'lardan sonra küresel iletişimden daha sık söz edilmeye başlanmasının sebebi, uydu yayıncılığının gelişmesi, uydu yayıncılığını takiben bilgisayar ve internet kullanımıyla iletişimin yeni bir boyut kazanmasıdır. Zamanla bu teknolojileri üretme ve etkili şekilde kullanma bakımından ülkeler ve toplumlar arasında eşitsiz bir yapı ortaya çıkmıştır.

İletişim teknolojilerini kullanmadaki eşitsizlikler sosyo-ekonomik yapıyla bağlantılıdır. 30 Haziran 2009 verilerine göre, internet kullanma oranı en yüksek (nüfusun % 73,9'u) Kuzey Amerika'dadır. Bunu nüfusun % 60,1'i ile Okyanusya ve Avustralya takip etmektedir. En az internet kullananlar ise Asya ( nüfusun % 18'i) ve Afrika'dır (nüfusun % 6,7'si). Avrupa'da ise nüfusun % 50,1'i internet kullanmaktadır (Internet world stats, t.y.). Türkiye İstatistik Kurumu'nun Nisan 2009 verilerine göre, Türkiye'deki hanelerin % 30'u internet erişimine sahiptir, 16-74 yaş kategorisindeki bireylerin internet kullanma oranları erkeklerde % 48,6, kadınlarda % 28'dir (Türkiye İstatistik Kurumu, t.y.).

İnternet yoluyla iletişim web siteleri ile yapılmaktadır. Ekim 2009'daki araştırmaya göre internette 230 milyonu aşkın web sitesi bulunmaktadır (Netcraft, t.y.). İnternette en fazla kullanılan ilk on dilin başında İngilizce gelmekte, bunu Çince takip etmektedir. İnternet kullanıcılarının % 28,7'si İngilizce, % 21,7'si Çince kullanmaktadır (Internet world stats, t.y.). Bilgi ve iletişim teknolojileri pazarının büyüklüğü dikkate alınrsa, ekonomik anlamda bu teknolojileri üreten ülkeler ile üretmeyenler arasındaki mesafenin arttığı görülmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin üretiminde az sayıda ülkenin söz sahibi olduğu görülmektedir (Ege, 2008, s.46).

Bu verilerin sosyolojik önemi toplumların yapısında meydana gelen değişikliklerle bilgi teknolojilerinin ilişkilendirilmesidir. En çok bilgi üreten ve bu bilgiyi kullanan toplumların bilgi toplumu olmayı başararak ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal gelişimi sağladığı düşünülür (Çek, 1999, s.12). Ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal alanların bilgisi bu alanların içerdiği değerlerle birlikte üretilmekte ve yayılmaktadır. Sayısal üstünlüğe sahip olmak bu alanlarda bilgi ve değer üretimindeki üstünlüğü de sağlamaktadır. Bu noktada araştırmamızın odağı bilgi teknolojileri ve değerler ilişkisidir.

Çalışmada, akademisyenlerin küresel bilgi teknolojilerinden yayılan değerleri ne ölçüde benimsedikleri, televizyon izleme ve internet kullanma ile önemsedikleri değerler arasındaki ilişki incelenmiştir. Bunun için akademisyenlerin televizyon ve interneti ne kadar sık izledikleri veya kullandıkları, bu araçları hangi amaçlarla kullandıkları, benimsedikleri değerlerin ne olduğu ve bu değerleri hangi derecede önemsedikleri sorgulanmıştır.

## 1. Kavramsal ve Kuramsal Çerçeve

### 1.1. Değerlerin Tanımı, Özellikleri ve Sınıflandırılması

Değerler, toplumun üyeleri tarafından kabul edilen ve iyi ile kötüyü, doğru ile yanlış, istenilir olanla istenilir olmayı tarif eden ölçütlerdir.

Her toplum iyi ve kötüyü, güzel ve çirkini, neyin doğru neyin yanlış olduğunu tanımlamaya çalışır ve bunları sosyalleşme süreciyle aktarır (Tolan, 1996, s.233). Bu yapıyla değerler, subjektif ve transandantal olarak nitelendirilmiş, felsefe bilimlerinin konusu kabul edilerek, sosyal bilimciler tarafından bir süre araştırılmamıştır. Ancak günümüzde sosyal bilimciler değerleri önemli bir sosyal olgu olarak nitelemekte, inceleme konusu yapmaktadır (Fichter, 1996, s.142). Çünkü insan değerleri, kişisel, kurumsal, toplumsal ve kültürel kaynaklara dayanır, bu yüzden sosyal bilimciler değerleri anlamaya ve açıklamaya önem vermelidir (Rokeach, 1973, s.3).

Değerlerin inceleme konusu yapılmasını gerektiren bir özelliği de benimsenen değerlerin davranışları etkilemesidir. Çünkü değerler, inanç, tutum ve davranışların rasyonelleşmesini sağlayan standartlardır. Değerler bireylerin davranışlarını belirleyen rehberdir (Rokeach, 1973, s.12-13). Değerler her zaman olmamakla birlikte, davranışta birer bağımsız değişken rolü oynar. Mesela bir insanın resim sergisine gitmesi, eğer prestij kazanmak gibi bir sosyal değer uğruna değilse, onun estetik değerle yakınlığı hakkında bir bilgi verir (Güngör, 2000, s.74).

Değer araştırması yapan bazı yazarlar değer sınıflamaları yapmaya çalışmışlardır. Milton Rokeach (1973), literatürdeki binlerce değer arasından seçerek, değerleri amaç (terminal) ve araç (instrumental) değerler olarak ayırmıştır (Gibbins, Walker, 2001, s.798). Bunların içinde 18 amaçsal, 18 araçsal değer bulunmaktadır. S. H. Schwartz ise değerleri 10 kategoride toplamıştır. Bu kategoriler: güç, başarı, hazcılık, dürtü (uyarım), kendine yönelme, evrenselcilik, geleneksellik, hayırseverlik, uygunluk (uyuma) ve güvenlidir (Lindeman ve Verkasalo, 2005, s.170). Hofstede'de daha çok iktisadi kurumların işleyişi ve çalışanlarının davranışlarıyla kültürel değerlerin ilişkisini incelediği araştırmasında, kültürün ortaya koyduğu ya da toplumların kültürlerinden ortaya çıkan güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, bireysellik/kolektivizm, erillik/dışillik ayırımı yapmıştır (Hofstede, s. 2001).

Bunların dışında Allport, Vernon ve Lindzey değerleri estetik, teorik (veya ilmi), iktisadi, siyasi, sosyal ve dini değerler olarak altı grup içinde toplamıştır (Güngör, 2000, s.84; Kopelman, Protas ve Tatum, 2004, s.207).

Bu araştırmada Allport, Vernon ve Lindzey'in 6 gruba ayırdığı değer alanından dini değer alanını, Rokeach'ın değer envanterinden bazı değerleri (başarma isteği, özgürlük, kendini kontrol etmek, yardımseverlik, sosyal tanınma, itaatkârlık, aile güvenliği, dünya barışı, heyecan verici bir yaşam, konforlu bir yaşam, eşitlik, ulusal güvenlik, entelektüellik, açık fikirli olmak, yaratıcılık, ahlaklı davranmak, bağışlama) , Schwartz'ın değer kategorilerinden evrensel, hazcı ve geleneksel değer kategorilerini, Hofstede'in (2001), bireysellik/kolektivizm (dayanışma) ayırımını harmanlayarak, bir değer ölçeği oluşturduk. Bu değerlerin küresel bilgi teknolojilerinden aktarılma biçimlerini dikkate aldık.

## ***1.2. Küresel Bilgi Teknolojileri ve Etki Araştırmaları***

İletişim araçları veya teknolojileri oldukça çeşitlilik göstermektedir. İnsanların günlük yaşantılarında sıklıkla kullandıkları ve ilk akla gelen iletişim araçları, telefon, televizyon, bilgisayar ve radyo olarak sayılabilir. Medya araçları olarak da tanımlanan bu iletişim araçları ve teknolojilerinin çeşitli tipleri vardır; bunlardan bazıları video oyunları, filmler, slaytlar, televizyon, uydular ve bilgisayar olarak sayılabilir. Bunların dışında daha yeni teknolojileri içeren ve yeni iletişim teknolojileri olarak adlandırılan, videodisk, kablo televizyon, videoteks, teleteks, mikro bilgisayar, fiber optikler, lazerler, uydu iletişimleri ve veri aktarma ağları bulunmaktadır (Ingle, 1986, s.254-255). Yeni iletişim teknolojilerinin kalbinde ise birçok sosyal yaşam alanlarında önemli sosyal etkilere sahip olan bilgisayar bulunmaktadır (Rogers ve Picot, 1985, s.108). Bilgisayar ve internet sayesinde bütün bu medya araçları kombine edilerek kullanılabilir (Keating, Edwards ve Mirus, 2008, s. 1068; Rogers ve Picot, 1985, s.109). İletişim teknolojilerinin çeşitliliğine karşın tek noktada birleştirilebilir hale gelmesi ve küreselleşmesi bu teknolojilerin en önemli özelliği olmuştur.

Bilgi kaynağı olan bu araçlar içinde radyo ve telefon gibi araçların daha çok kişisel, yerel veya bölgesel nitelik taşıdığı söylenebilir. Televizyon ve internet ise yerel ve bölgesel özellikler taşıyabildikleri gibi, içerikleri ve ulaşılabilirlikleri nedeniyle daha çok küresel olarak tanımlanırlar.

İletişim araçlarının toplumları değiştirme ve dönüştürme özelliği etki araştırmalarına yönelimi artırmıştır. “Etki araştırmalarının temelinde, iletişim araçlarının sunduklarından, insanların düşünce ve davranışlarının nasıl etkilendiği bulunmaktadır” (Baran, 1997, s.60). İletişim araçlarının etkileri üzerine yapılan çalışmaların amacı bu araçların izleyiciler üzerindeki gerçek etkilerini saptamaktır (Smith, 2005, s.230). Bu amaçla birçok kuram, yaklaşım ve teknik geliştirilmiştir. Gündem kurma, etki-tepki kuramı, iki aşamalı akış kuramı, kullanımlar ve doyumlar, kültür endüstrisi, içerik analizi bunlardan bazılarıdır. Etki araştırmaları genellikle iletişim araçlarının kişiler üzerindeki anlık veya dönemlik etkilerine, kişilerin algıladıkları durumlara verdikleri kısa sürede ölçülebilen tepkilerine odaklanmıştır. Örneğin şiddet, cinsellik, siyasi tercih gibi içeriğe sahip güncel programların kişiler üzerindeki doğrudan etkileri üzerinde durulmaktadır.

### ***1.3. Etki Araştırmalarında Bir Model: Kültürel Göstergeler Modeli***

Bu araştırmada benimsediğimiz kuramsal yaklaşım, herhangi bir programın içeriğinin insanların davranış ve tutumlarını anlık olarak nasıl etkilediği değil, sürekli ve sık etkiye maruz kalmanın genel sonuçlarıyla ilgilenmektir. Bu nedenle bu yaklaşımla televizyonun kümülatif etkilerini araştıran George Gerbner’in Kültürel Göstergeler Modeli dikkate alınmıştır.

Gerbner televizyonun modern toplumların şekillenmesinde etkili bir güç olduğunu iddia eder (Aydın, 2007, s.122); ona göre “Kitle toplumunun atomize bireylerinin -gerçek hakkındaki fikirleri büyük oranda televizyon yoluyla oluşur” (Batmaz ve Aksoy, 1995, s.23). Televizyon izleme süresi ve sıklığı ile ilgilenen Gerbner, televizyon izleme alışkanlıklarının birbirine benzemesiyle, insanların tutumlarının ve kamusal konulara ilişkin görüş ve yargılarının benzeştiğini iddia eder (Batmaz ve Aksoy, 1995, s.10). Televizyon yaygın ve tekrarlanan kalıplar yardımıyla belli bir dünya görüşünü benimsetir. Çok televizyon seyreden birisinin dünyayı, televizyonda sunulduğu gibi görmesi oldukça muhtemeldir (Gerbner, 1984, s.287). Ona göre sorun diğer sosyalleşme ajanlarında olduğu gibi kitle iletişim araçlarının kültürlenme sürecinde ne derece rol oynadığının belirlenmesidir. Kültürlenme sürecinde insanlar yaşadıkları toplumun kültürünü her an tekrarlanan davranışlarla öğrenirler; aynı zamanda iletişim araçlarının karşısında her gün zaman geçirerek ve bu araçlarda her an tekrarlanan mesajların etkisinde kalarak kültürlenme sürecini tamamlarlar (Batmaz ve Aksoy, 1995, s.26).

Araştırmamızda Kültürel Göstergeler Modelinden yalnızca “ana görüş haline getirme” (mainstreaming) ve “ekme” (cultivation) kavramları çerçevesinde yararlanılmıştır.

Ana görüş haline getirme; televizyonun uzun süreli etkileri sonucu ortak değerlerin paylaşılması anlamında kullanılmaktadır.

Televizyonun oluşturduğu genel dünya görüşü ve değerler sistemi ise ana akım olarak ifade edilir (Tekinalp ve Uzun, 2004, s.107). Televizyonu sık izleyenler bu ana akıma (ana görüşe) dahil olurlar. Televizyon üzerine odaklanan Gerbner’in modelini aynı işlevleri

görmesi nedeniyle internete de uyarlamak mümkün olabilmektedir. İnternet de televizyonda olduğu gibi genel dünya görüşü ve değerleri ana akım halinde yaymaktadır.

Ekme analizi, iletişim kurumlarının iç yapılarının incelenmesi ve mesaj sisteminin ortaya çıkardıklarıyla başlar, bu sistemlerin yaşadığımız dünya ve hayat üzerine etkilerini araştırma konusu yapar (Gerbner, 1973, s.567). Kitle iletişim araçlarından kodlanmış olarak iletilen değer yargıları toplumların nasıl bir dünyada yaşadıklarını, yaşamaları gerektiğini ve buna uygun nasıl davranmaları gerektiğini kitlelere öğretme amacı taşımaktadır. Bu anlamda televizyon bu mesajlarla ekme (kültürleme-cultivation) etkisi yaratmaktadır.

## **2. Araştırmanın Yöntemi**

Araştırmada, küresel bilgi teknolojilerini kullanma ile akademisyenlerin önemsendiği değerler arasındaki ilişkiyi nicel araştırma verileriyle ortaya koyan bir yöntem izlenmiştir.

### **2.1. Araştırmanın Hipotezleri**

Araştırmanın ana hipotezi: “Küresel bilgi teknolojilerini (televizyon ve internet) kullanma ile akademisyenlerin değerler sistemi arasında ilişki vardır” şeklinde kurulmuştur.

Alt hipotezler ise “Televizyonu izleme sıklığı ile akademisyenlerin değerler sistemi (geleneksel, evrensel, hazcı, bireysel,dini) arasında ilişki vardır” ve “İnternet kullanma sıklığı ile değerler sistemi (geleneksel, evrensel, hazcı, bireysel,dini) arasında ilişki vardır” şeklinde ifade edilmiştir.

### **2.2. Evren ve Örneklem**

Araştırmanın evren ve örnekleme belirlenirken internet ve televizyonu yetkin ve yoğun bir şekilde kullandığı düşünülen meslek grupları dikkate alınmış, bu nedenle öğretim üye ve elemanları seçilmiştir. Bunun için öncelikle Türkiye’deki özel ve devlet üniversitelerinin öğretim üyelerinin toplam sayıları belirlenmiştir. Öğretim üyesi sayılarının belirlenmesinde ÖSYM (Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi)’nin web adresinde yayınlanan süreli yayımlar, 2007-2008 Öğretim Yılı Yüksek Öğretim İstatistikleri Kitabı, Öğretim elemanlarının akademik görevlerine göre sayılardan yararlanılmıştır (Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi , t.y.). Araştırmamızda zaman ve diğer imkanların yetersizliği nedeniyle Türkiye genelindeki öğretim üyeleri yerine evren olarak Ankara ili üniversiteleri belirlenmiştir. Hacettepe Üniversitesi ve Başkent Üniversitesindeki öğretim üyesi ve elemanlarının toplam sayısı 5598’dir. İki üniversitenin akademik birimlerinde farklılıklar bulunması nedeniyle her iki üniversitedeki aynı fakülteler belirlenerek, tabakalı örnekleme seçimine gidilmiştir.

Buna göre Başkent Üniversitesi’nden (n1) 905 öğretim üye ve elemanı, Hacettepe Üniversitesinden (n2) 2952 öğretim üye ve elemanı, toplamda (N) 3862 öğretim üye ve elemanı belirlenmiştir. Hoşgörü miktarı 0.38 olarak hesaplanarak, Başkent Üniversitesinden 164, Hacettepe Üniversitesinden 538 öğretim üye ve elemanı örnekleme olarak belirlenmiştir. Anket uygulaması sonucu Başkent Üniversitesinden 81 (belirlenen örneklemin % 49,4’ü), Hacettepe Üniversitesinden 355 (belirlenen örneklemin % 66’sı), toplamda 436 anketin geri dönüşü sağlanmıştır.

### 2.3. Araştırmanın Veri Değerlendirme Teknikleri

Araştırmamızda kullandığımız 24 maddelik değerler ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik testi yapılmıştır. Ölçeğin geçerliliğini belirlemek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi sonucunda özdeğeri 1'den büyük 5 faktör belirlenmiştir. Bu beş faktör araştırmamızın değer gruplarını ortaya çıkarmıştır. Faktörlerin özdeğerleri ve açıklama oranları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Değer ölçeği özdeğerler ve açıklama oranları

	Özdeğer	Açıklama Oranı
1. Faktör	2.83	11.81
2. Faktör	2.61	22.72
3. Faktör	2.44	32.90
4. Faktör	2.41	42.96
5. Faktör	1.66	49.90

Ölçeğin güvenilirliği ise Cronbach-Alfa testiyle denetlenmiştir. Buna göre ölçeğin Cronbach-Alfa değeri 0.80 ile yüksek derecede güvenilirliği göstermektedir. Geçerlik testinden çıkan faktör yükleri ve güvenilirlik testinden alınan madde-toplam korelasyon değerleri Tablo 2'de bulunmaktadır.

Tablo 2 : Faktör yükleri ve madde-toplam korelasyon değerleri

	Faktör Yükleri	Madde-Toplam Korelasyon
Yardımsverlik	.66	.58
İtaatkârlık	.66	.45
Fedakârlık	.64	.54
Dayanışma	.60	.48
Aile güvenliği	.59	.55
Bağışlayıcı olmak	.52	.40
Ahlaklı davranmak	.46	.42
Ulusal güvenlik	.45	.45
Kendini kontrol etmek	.37	.38
Demokratik katılım	.82	.52
Entelektüellik	.75	.52
Açık fikirli olmak	.61	.58
Eşitlik	.60	.52
Yaratıcılık	.48	.46
Dünya Barışı	.45	.42
Özgürlük	.35	.35
Heyecan verici bir yaşam	.75	.40
Tüketici olmak	.72	.45
Konforlu bir yaşam	.69	.52
Sosyal tanınma	.49	.36
Rekabet	.74	.43
Tutumlu olmak	.73	.31
Başarma isteği	.41	.37
Dindarlık	.90	.80



Tabloda da görüldüğü gibi, faktör yüklerinde veya madde toplam korelasyonunda .30'un altında bir değer olmadığından herhangi bir madde elenmemiştir.

### 3. Verilerin Analizi

#### 3.1. Akademisyenlerin Sosyo-Demografik ve Mesleki Özellikleri

Tablo 3: Cinsiyet dağılımı

	Sayı	Yüzde
Kadın	255	58,5
Erkek	181	41,5
Toplam	436	100,0

Araştırma dahilinde anket formunu cevaplayan öğretim üye ve elemanlarının % 58.5'inin kadın, % 41.5'inin erkek olduğu görülmektedir. 2007-2008 verilerine göre Hacettepe Üniversitesinde 2439 kadın, 1906 erkek ve Başkent Üniversitelerinde 671 kadın, 583 erkek öğretim üye ve elemanı görev yapmaktadır. Bu sayılara göre ankete cevap veren öğretim üye ve elemanlarının cinsiyet dağılımı anlamlı görünmektedir.

Tablo 4: Yaş dağılımı

	Sayı	Yüzde
23-27	47	10,8
28-32	106	24,3
33-37	75	17,2
38-42	53	12,2
43-47	57	13,1
48-52	35	8,0
53-57	22	5,0
58 ve üstü	41	9,4
Toplam	436	100,0

Araştırmaya katılan öğretim üye ve elemanlarının verdikleri cevaplara göre en küçük yaş 23, en büyük yaş 70 olarak ortaya çıkmaktadır. Buna göre beşerli yaş gruplamasıyla, 23-27 yaş grubu % 10.8, ve 58 üstü yaş grubu % 9.4 oranında dağılım göstermektedir. 23 ile 37 yaş aralığı toplam yaş dağılımının % 52.3'ünü oluşturmaktadır. Burada olduğu gibi, üniversitelerde genel olarak Araştırma Görevlisi sayılarının diğer öğretim üyelerinin sayılarına göre daha yüksek olması alt yaş gruplarının oranını artırmaktadır.

Tablo 5: Akademik ünvan

	Sayı	Yüzde
Profesör	96	22,0
Doçent	56	12,8
Yardımcı Doçent	40	9,2
Araştırma Görevlisi	168	38,5
Öğretim Görevlisi	55	12,6
Okutman	8	1,8
Uzman	13	3,0
Toplam	436	100,0



Araştırmaya katılan öğretim üye ve elemanlarının ünvanlarına göre dağılımı şu şekildedir: En yüksek oranda araştırma görevlisi %38.5, okutman ve uzman birlikte %4.8'dir. Araştırma görevlisi ve profesör oranının yüksek olması 2007-2008 öğretim yılı öğretim üye/elemanı sayıları ile uyumludur. Hacettepe Üniversitesinin 4345 akademik personelinin 2188'i araştırma görevlisi, 763'ü profesördür. Diğer öğretim üye ve elemanlarının sayısı bunların altındadır.

### 3.2. Akademisyenlerin Küresel Bilgi Teknolojilerini Kullanma Sıklıkları

Tablo 6: Televizyon izleme saati

	Sayı	Yüzde
Günde 1 saatten az	68	15,6
Günde 1-2 saat	200	45,9
Günde 3-4 saat	62	14,2
Günde 5-6 saat	7	1,6
Günde 7 saat ve üstü	3	,7
Haftada 1 saatten az	6	1,4
Haftada 1-2 saat	21	4,8
Haftada 3-4 saat	27	6,2
Haftada 5-6 saat	26	6,0
Haftada 7 saat ve üstü	12	2,8
Hiç televizyon izlemem	4	,9
Toplam	436	100,0

Araştırmaya katılan öğretim üye ve elemanlarının % 45.9'u günde 1-2 saat süreyle televizyon izlediğini belirtmiştir. Günde 1 saatin altında televizyon izleyenlerin oranı %15.6'dır. Her gün televizyon izlemediği için haftada 1-2 saat izlediğini belirtenler % 4.8, haftada 5 saat ve üzerinde izleyenlerin toplamı % 8.8'dir. Hiç televizyon izlemediğini belirtenler 4 kişidir ve oranı % 1'in altındadır. Literatürde bir anlaşma olmamakla birlikte günde 2 ila 3 saat arası televizyon izleme, ortalama televizyon izleme saati olarak düşünülmektedir. Buna göre akademisyenlerin televizyon izleme süreleri ortalama yakın görünmektedir.

Tablo 7: İnternet kullanma saati

	Sayı	Yüzde
Günde 1 saatten az	12	2,8
Günde 1-2 saat	94	21,6
Günde 3-4 saat	147	33,7
Günde 5-6 saat	103	23,6
Günde 7 saat ve üstü	61	14,0
Haftada 1-2 saat	7	1,6
Haftada 3-4 saat	5	1,1
Haftada 5-6 saat	4	,9
Haftada 7 saat ve üstü	3	,7
Toplam	436	100,0

Araştırmamıza katılan öğretim üye ve elemanlarının % 33.7'si bir günde 3-4 saat internet kullandığını belirtmiştir. Günde 5-6 saat kullananların oranı % 23.6'dır. Her gün internet kullanmayanları belirlemek için sorulan haftalık kullanma saatinde en yüksek oran 7 kişi ile % 1.6'dır. Yani akademisyenlerin günlük internet kullanma saatleri oldukça yüksek görünmektedir. Burada bilgisayar kullanma dikkate alınmadan sadece internet kullanma saati sorulduğuna göre akademisyenler zamanlarının önemli bir bölümünü bilgisayar karşısında geçirmektedir veya bilgisayar karşısında geçirdikleri zamanın önemli bir kısmını internete bağlı olarak geçirmektedir.

### 3.3. Akademisyenlerin Değerleri Önemseme Dereceleri

#### 3.3.1. Geleneksel Değerler ve Akademisyenler

Tablo 8: Yardımseverliği önemseme derecesi

	Sayı	Yüzde
Çok önemserim	222	50,9
Önemserim	197	45,2
Biraz önemserim	17	3,9
Toplam	436	100,0

Öğretim üyesi ve elemanları yardımseverliğe (karşılık beklemeden yardım etme) % 50.9 oranında çok önemserim cevabı vermişlerdir. Biraz önemserim diyenler ise % 3.9 oranındadır. Tabloda da görüldüğü gibi yardımseverliğe çok az önemserim ya da hiç önemsemem cevabı verilmemiştir. Buna göre öğretim üye ve elemanları yardımseverliği yüksek derecede önemsemektedir.

Tablo 9: Aile güvenliğini önemseme derecesi

	Sayı	Yüzde
Çok önemserim	296	67,9
Önemserim	112	25,7
Biraz önemserim	20	4,6
Çok az önemserim	4	,9
Hiç önemsemem	4	,9
Toplam	436	100,0

Araştırmamıza katılan öğretim üye ve elemanlarının % 67.9'u aile güvenliğini (aile kurumunun korunması) çok önemserim demiştir. Aile güvenliğini hiç önemsemem diyenlerin oranı ise % 0.9'dur. Önemserim cevabı ile birlikte değerlendirildiğinde, aile güvenliğini önemsemenin oldukça yüksek bir orana sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 10: Ulusal güvenliği önemseme derecesi

	Sayı	Yüzde
Çok önemserim	270	61,9
Önemserim	126	28,9
Biraz önemserim	25	5,7
Çok az önemserim	12	2,8
Hiç önemsemem	3	,7
Toplam	436	100,0

Araştırmamıza katılan öğretim üye ve elemanlarının % 61.9'u ulusal güvenliği (ülkenin dış etkilerden korunması) çok önemsemektedir. Hiç önemsemeyenlerin oranı % 0.7'dir. Bu tabloya göre ulusal güvenlik, öğretim üye ve elemanları arasında yüksek derecede önemsenen bir değerdir.

Tablo 11: Kendini kontrol etmeyi önemseme derecesi

	Sayı	Yüzde
Çok önemserim	212	48,6
Önemserim	188	43,1
Biraz önemserim	32	7,3
Çok az önemserim	4	,9
Toplam	436	100,0

Anket formunu dolduran öğretim üye ve elemanlarının % 48.6'sı "kendini kontrol etmeye" (davranışlarda ölçülü olma) çok önemserim cevabı vermiştir. Davranışlarda ölçülü olma, önemserim cevabı ile birlikte değerlendirildiğinde bu oran % 91.7 olmaktadır. Kendini kontrol etmeyi çok az önemserim diyenler ise % 0.9'dur. Buna göre öğretim üye ve elemanları kendini kontrol etmeyi yüksek derecede önemsemektedir.

### 3.3.2. Evrensel Değerler ve Akademisyenler

Tablo 12: Demokratik katılımı önemseme derecesi

	Sayı	Yüzde
Çok önemserim	161	36,9
Önemserim	156	35,8
Biraz önemserim	87	20,0
Çok az önemserim	24	5,5
Hiç önemsemem	8	1,8
Toplam	436	100,0

Sivil toplum kuruluşlarına katılım anlamında kullanılan demokratik katılım, öğretim üye ve elemanları arasında % 36.9 oranında çok önemsenmektedir. Buna karşılık % 1.8 oranında hiç önemsenmemektedir. Bu tabloya göre demokratik katılım, öğretim üyeleri arasında yüksek önemde bir değerdir.

Tablo 13: Açık fikirli olmayı önemseme derecesi

	Sayı	Yüzde
Çok önemserim	270	61,9
Önemserim	153	35,1
Biraz önemserim	12	2,8
Çok az önemserim	1	,2
Toplam	436	100,0

Yeni fikirlere ve değişime açık olma anlamında kullanılan açık fikirli olmak, öğretim üye ve elemanları arasında % 61,9 oranında çok önemsenmektedir. Çok az önemserim diyenlerin oranı % 0.2'dir. Bunun yanında hiç önemsemem cevabı verilmemiştir. Tablodan anlaşıldığı gibi açık fikirli olmak, öğretim üye ve elemanları arasında oldukça yüksek derecede önemsenen bir değerdir.

Tablo 14: Dünya barışını önemseme derecesi

	Sayı	Yüzde
Çok önemserim	242	55,5
Önemserim	155	35,6
Biraz önemserim	30	6,9
Çok az önemserim	7	1,6
Hiç önemsemem	2	,5
Toplam	436	100,0

Öğretim üye ve elemanlarının dünya barışını (çatışma ve savaşın olmadığı bir dünya) önemseme dereceleri % 55.5 ile çok önemserim, % 0.5 ile hiç önemsemem, şeklindedir. Çok önemserim ve önemserim cevapları birlikte değerlendirildiğinde, dünya barışının öğretim üye ve elemanları arasında önemli bir değer olduğu anlaşılmaktadır.

### 3.3.3. Hazcı Değerler ve Akademisyenler

Tablo 15: Heyecan verici bir yaşamı önemseme derecesi

	Sayı	Yüzde
Çok önemserim	63	14,4
Önemserim	125	28,7
Biraz önemserim	158	36,2
Çok az önemserim	65	14,9
Hiç önemsemem	25	5,7
Toplam	436	100,0

Öğretim üye ve elemanlarının % 36.2'si heyecan verici bir yaşamı (eğlenceli bir hayat) biraz önemserim cevabı vermiştir. Buna karşılık % 5.7 oranında hiç önemsemem şikkı işaretlenmiştir. Tabloya göre heyecan verici bir yaşam, öğretim üye ve elemanları arasında orta derecede öneme sahip bir değerdir.

Tablo 16: Sosyal tanınmayı önemseme derecesi

	Sayı	Yüzde
Çok önemserim	120	27,5
Önemserim	177	40,6
Biraz önemserim	107	24,5
Çok az önemserim	29	6,7
Hiç önemsemem	3	,7
Toplam	436	100,0

Öğretim üye ve elemanlarının % 27.5'i sosyal tanınmaya (nasıl tanındığına önem verme) çok önemserim cevabı vermiştir. Sosyal tanınmayı önemserim diyenlerle birlikte bu oran % 68.1 olmaktadır. Hiç önemsemem diyenlerin oranı ise % 0.7'dir. Dolayısıyla sosyal tanınma değerine önem verme oranı yüksektir.

Tablo 17: Konforlu bir yaşamı önemseme derecesi

	Sayı	Yüzde
Çok önemserim	61	14,0
Önemserim	177	40,6
Biraz önemserim	141	32,3
Çok az önemserim	43	9,9
Hiç önemsemem	14	3,2
Toplam	436	100,0

Araştırmaya katılan öğretim üye ve elemanları konforlu bir yaşamı (her şeyin en iyisine sahip olma) % 40.6 oranında önemsemektedir. Konforlu bir yaşamı hiç önemsemeyenler % 3.2'dir. Çok önemserim cevabı ile birlikte değerlendirildiğinde konforlu bir yaşam, öğretim üye ve elemanları arasında biraz yüksek derecede önemli bir değerdir.

### 3.3.4. Bireysel Değerler ve Akademisyenler

Tablo 18: Rekabeti önemseme derecesi

	Sayı	Yüzde
Çok önemserim	21	4,8
Önemserim	101	23,2
Biraz önemserim	160	36,7
Çok az önemserim	106	24,3
Hiç önemsemem	48	11,0
Toplam	436	100,0

Anket formunu dolduran öğretim üye ve elemanları rekabeti (diğer insanlarla yarışmak) % 36.7 oranında biraz önemsemektedir. Hiç önemsemem diyenler ise % 11'dir. Bu veriye göre rekabet, öğretim üye ve elemanları arasında orta derecede önemsenen bir değer olarak görünmektedir.

Tablo 19: Başarma isteğini önemseme derecesi

	Sayı	Yüzde
Çok önemserim	222	50,9
Önemserim	192	44,0
Biraz önemserim	16	3,7
Çok az önemserim	4	,9
Hiç önemsemem	2	,5
Toplam	436	100,0

Araştırmamıza katılan öğretim üye ve elemanlarının % 50.9'u "başarma isteğine" (başarılı olmaya önem verme) çok önemserim cevabı vermiştir. Önemserim cevabı ile birlikte başarılı olma isteği % 94.9 olmaktadır. Başarılı olmayı hiç önemsemem cevabı verenlerin oranı ise % 0.5'dir. Buradan anlaşıldığı gibi öğretim üye ve elemanları çok yüksek oranda başarma isteğini önemli bir değer olarak görmektedir.

### 3.3.5. Dini Değerler ve Akademisyenler

Tablo 20: Dindarlığı önemseme derecesi

	Sayı	Yüzde
Çok önemserim	19	4,4
Önemserim	96	22,0
Biraz önemserim	118	27,1
Çok az önemserim	83	19,0
Hiç önemsemem	120	27,5
Toplam	436	100,0

Araştırmamıza katılan öğretim üye ve elemanlarının % 27.5'i dindarlığı (dinin kurallarını yerine getirme) hiç önemsememektedir. Buna karşılık % 27.1'i ise biraz önemsemektedir. Bu tabloya göre dindarlık öğretim üye ve elemanları arasında daha az önemsenen bir değerdir.

### 3.4. Hipotezlerin Sınanması: Küresel Bilgi Teknolojilerini Kullanmanın Akademisyenlerin Değerler Sistemiyle İlişkisi

Tablo 21: Televizyon izleme ile değerler arasındaki ilişki

		X <sup>2</sup>	df	P
Geleneksel Değerler	TV İzleme Sıklığı ile Yardımseverlik	55,134	20	0,000 (P<0,05)
	TV İzleme Sıklığı ile Aile Güvenliği	175,423	40	0,000 (P<0,05)
	TV İzleme Sıklığı ile Bağışlayıcı Olmak	104,437	40	0,000 (P<0,05)
	TV İzleme Sıklığı ile Ulusal Güvenlik	129,813	40	0,000 (P<0,05)
	TV İzleme Sıklığı ile Kendini Kontrol Etmek	65,681	30	0,000 (P<0,05)
Evrensel Değerler	TV İzleme Sıklığı ile Demokratik Katılım	79,643	40	0,000 (P<0,05)
	TV İzleme Sıklığı ile Dünya Barışı	114,954	40	0,000 (P<0,05)
	TV İzleme Sıklığı ile Açık Fikirli Olmak	36,062	30	0,206 (P>0,05)
	TV İzleme Sıklığı ile Yaratıcılık	16,330	20	0,696 (P>0,05)



Hazcı Değerler	TV İzleme Sıklığı ile Sosyal Tanınma	73,404	40	0,001 (P<0,05)
	TV İzleme ile Heyecan verici yaşam	53,328	40	0,077 (P>0,05)
	TV İzleme Sıklığı ile Konforlu yaşam	51,152	40	0,111 (p>0,05)
Bireysel Değerler	TV İzleme Sıklığı ile Rekabet	58,543	40	0,029 (P<0,05)
	TV İzleme Sıklığı ile Tutumlu Olmak	58,954	40	0,027 (P<0,05)
Dini Değerler	TV İzleme Sıklığı ile Dindarlık	57,837	40	0,034 (P<0,05)

Tabloda televizyon izleme ile geleneksel değerler arasında yüksek derecede bir ilişkinin olduğu anlaşılmaktadır. Evrensel değerlerden demokratik katılım ve dünya barışı ile yüksek derecede ilişki bulunmaktadır. Hazcı değerlerden sosyal tanınma, bireysel değerlerden rekabet ve tutumlu olmak, dini değerlerden dindarlık arasında ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 22: İnternet kullanma ile değerler arasındaki ilişki

		X <sup>2</sup>	df	P
Geleneksel Değerler	İnternet Kullanma Sıklığı ile Aile Güvenliği	57,725	32	0,004 (P< 0,05)
Evrensel Değerler	İnternet Kullanma Sıklığı ile Açık Fikirli Olmak	34,564	24	0,075 (P> 0,05)
Hazcı Değerler	İnternet Kullanma Sıklığı ile Heyecan Verici Bir Yaşam	47,876	32	0,035 (P< 0,05)
Bireysel Değerler	İnternet Kullanma Sıklığı ile Başarma İsteği	42,760	32	0,097 (P> 0,05)
Dini Değerler	İnternet Kullanma Sıklığı ile Dindarlık	37,116	32	0,245 (P> 0,05)

İnternet kullanma ile geleneksel değerlerden aile güvenliği, hazcı değerlerden heyecan verici bir yaşam arasında ilişki olduğu görülmektedir. Ancak evrensel değerlerden açık fikirli olmak, bireysel değerlerden başarıma isteği ve dini değerlerden dindarlık arasında ilişki bulunamamıştır.

#### 4. Akademisyenlerin Değerleri ile İlişkili Davranış Özellikleri

Tablo 23: Karşılık beklemeden yardım etme

	Sayı	Yüzde
Her zaman karşılıksız yardım ederim	278	63,8
Bazen karşılıksız yardım ederim	158	36,2
Toplam	436	100,0

Araştırmamıza katılan öğretim üye ve elemanları, “çevrenizdekilerin yardıma ihtiyacı olduğunda karşılık beklemeden yardım eder misiniz?” sorusuna % 63.8 oranında her zaman karşılıksız yardım ederim; % 36.2 oranında bazen karşılıksız yardım ederim cevabı vermiştir. Tablo 8’deki “yardımseverliği” önemseme derecesi ile karşılıksız yardım etme davranışı arasında genel anlamda uyum görünmektedir.

Tablo 24 : Aile ilişkilerini devam ettirme ve koruma

	Sayı	Yüzde
Aile ilişkilerimi devam ettirmeye ve korumaya çaba gösteririm	382	87,6
Ailemdeki herkesin kendi hayatını yaşamasını isterim	51	11,7
Ailedekilerle fazla yakın ilişki kurmam	3	,7
Toplam	436	100,0

Araştırmamıza katılan öğretim üye ve elemanlarının % 87.6’sı “aile ilişkilerimi devam ettirmeye ve korumaya çaba gösteririm” cevabı vermiştir. Ailedekilerle fazla ilişki kurmam cevabı ise % 0.7’dir. Aile ilişkilerini devam ettirme ve koruma davranışı, Tablo 9’daki “aile güvenliğine” oldukça fazla önem verilmesiyle uyum göstermektedir.

Tablo 25: Sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerine katılma

	Sayı	Yüzde
Aktif olarak katılıyorum	45	10,3
Sadece bazı durumlarda katılıyorum	218	50,0
Hiç bir zaman katılmam	173	39,7
Toplam	436	100,0

Araştırmamıza katılan öğretim üye ve elemanlarının % 50’si sadece bazı durumlarda sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerine katılmaktadır. Aktif olarak katılıyorum cevabı verenlerin oranı ise % 10.3’dür. Sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerine katılma davranışı, Tablo 12’deki “demokratik katılımı” önemseme derecesiyle karşılaştırıldığında daha düşük oranlar göstermektedir. Buna göre STK’ların faaliyetlerine katılma davranışı ile demokratik katılımı önemseme arasında bir uyumsuzluk olduğu düşünülmektedir.

Tablo 26: Dünya barışı için faaliyetlere katılma

	Sayı	Yüzde
Çoğu zaman katılıyorum	52	11,9
Sadece düşünce olarak desteklerim	345	79,1
Bu konuda hiç bir faaliyete katılmam	33	7,6
Bazen katılıyorum	6	1,4
Toplam	436	100,0

Dünyadaki çatışma ve savaşların önlenmesi için faaliyetlere katılır mısınız sorusuna öğretim üyelerinin % 79.1'i sadece düşünce olarak desteklerim cevabı vermiştir. Bazen katılıyorum diyenler % 1.4'dür. Bazen katılıyorum diyenler ile çoğu zaman katılıyorum diyenlerin toplam oranı % 13.3'dür. Tablo 14'de "dünya barışını" önemseme ve çok önemseme oranının oldukça yüksek olmasına karşılık, bu değerın davranışa aynı oranda dönüşmediği görülmektedir.

Tablo 27: Her şeyin en iyisine ve kalitelisine sahip olma

	Sayı	Yüzde
Her şeyin en iyisine sahip olmayı tercih ederim	75	17,2
Sadece bazı şeylerin en iyisini ararım	338	77,5
Her şeyin en iyisini ve kalitelisini aramam	23	5,3
Toplam	436	100,0

Her şeyin en iyisine ve kalitelisine sahip olmaya çaba harcar mısınız? sorusuna öğretim üye ve elemanları % 77.5 oranında "sadece bazı şeylerin en iyisini ararım" cevabı vermiştir. Her şeyin en iyisini ve kalitelisini arama cevabı ise % 5.3'dür. Tablo 17'de "konforlu bir yaşamı" çok önemserim diyenlerin % 45.9'u, önemserim diyenlerin ise sadece % 20.3'ü "her şeyin en iyi ve kalitelisini tercih ederim" cevabı vermişlerdir. Burada konforlu bir yaşamı önemseme dereceleri ile bunun davranışa dönüşmesi arasında bir uyumsuzluk olduğu görülmektedir.

Tablo 28: Başarılı olmak için her şeyi göze alma

	Sayı	Yüzde
Başarılı olmak için her şeyi göze alırım	19	4,4
Zaman zaman göze alırım	168	38,5
Başarılı olmak için her şeyi göze almam	249	57,1
Toplam	436	100,0

Araştırmamıza katılan öğretim üye ve elemanları "yaşamınızda başarılı olmak için her şeyi göze alır mısınız" sorusuna % 57.1 oranında her şeyi göze almam cevabını vermiştir. Her şeyi göze alırım diyenler ise % 4.4 oranındadır. Öğretim üye ve elemanlarının Tablo 19'da "başarma isteği"ne % 50.9 oranında çok önemserim cevabı vermelerine karşılık, başarıya ulaşmak için her şeyi göze almadıkları görülmektedir.

## Sonuç

Araştırma bulgularına göre akademisyenlerin değerler sistemi içinde geleneksel değerlerin önemli bir yerinin olduğu ortaya çıkmıştır. Aileden ve toplumdaki edinilen bu değerlerin oldukça yüksek oranlarda önemsenmeye devam ettiği görülmektedir.

Akademisyenlerin değerler sistemi içinde evrensel değerlerin de önemli bir yerinin olduğu görülmektedir.

Hazcı değerlerin ise akademisyenlerin değerler sistemi içinde, diğer değer alanlarına nazaran daha az yer aldığı görülmektedir.

Bireysel değerler içinde yer alan, başarılı olmaya önem verme (başarma isteği) ve kazancından tasarruf etme (tutumlu olmak) yüksek derecede önemsenmekteyken, rekabet, yani diğer insanlarla yarışma oldukça az önemsenmektedir.

Dini değerler içinde yer alan dinin kurallarını yerine getirme (dindarlık) en az önemsenen değer olarak ortaya çıkmıştır.

Araştırma hipotezlerinin sınanmasında, televizyon izleme ile geleneksel, evrensel, hazcı, bireysel ve dini değerler arasında ilişki olduğu görülmüştür. İnternet kullanma ile geleneksel ve hazcı değerlerin ilişkili olduğu, evrensel, bireysel ve dini değerlerin ilişkisinin olmadığı ortaya çıkmıştır.

Değerlerin önemli bir özelliği, doğru-yanlış, iyi-kötü, güzel-çirkin gibi yargı belirtmenin dışında, davranışlara yansımaları yani insanların davranışlarına yön vermesidir.

Geleneksel değerlerin önemsenme derecelerinin yüksek olmasına paralel olarak, bu değerlerin davranışa dönüştüğü görülmektedir. Bu durum geleneksel değerlerle insanların davranışları arasında yüksek derecede bir uyumun olduğunu göstermektedir.

Geleneksel değerlerle davranışlar arasındaki uyuma karşılık, evrensel, hazcı ve bireysel değerlerin önemsenme dereceleri ile davranışlar arasında uyum görülmemektedir. Davranışa dönüşmemesine rağmen değerlerin yüksek ölçüde önemsenmesi, bu değerlerin kanaat edinme şeklinde kabul edildiğini veya bu değerlerin doğruluğu ve önemi hakkında ana görüşe dahil olduğunu göstermektedir. George Gerbner'in "ana görüş haline getirme" (mainstreaming) dediği, iletişim araçlarından yaygın ve tekrarlanan kalıplar yardımıyla değerlerin önemsenmesinin sağlandığı ve bu değerlerin akademisyenlere eklediği (cultivation) görülmektedir.

## Kaynakça

- Aydın, O. Ş. (2007). Alımlama araştırmaları ve kültürel çalışmalar geleneğinin katkısı. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (11), Bahar, 119-131.
- Baran, A. G. (1997). *İletişim sosyolojisi*. Ankara.
- Batmaz, V. ve Aksoy A. (1995). *Türkiye’de televizyon ve aile*. Ankara: Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları.
- Çek, C. (1999). Toplumsal değişimde bilgi teknolojilerinin önemi. *KÖK Araştırmalar*, Cilt I, (2, Güz), 11-14.
- Ege, G. B. (2008). Dijital ayırım. *Sosyoloji Dergisi*, 19, 43-57.

- Fichter, J. (1996). *Sosyoloji nedir?* N. Çelebi (Çev.), Ankara: Attila Kitabevi.
- Gerbner, G. (1984). Political correlates of television viewing. *Public Opinion Quarterly*, 48, 283-300.
- Gerbner, G. (1973). Cultural indicators: the third voice. G. George, P. G. Larry ve H. M. William (Ed.), *Communications technology and social policy: understanding the new "cultural revolution"* içinde (ss. 555-573). New York: Wiley-Interscience Publication.
- Gibbins, K., Walker, I. (2001). Multiple interpretations of the Rokeach value survey. *The Journal of Social Psychology*, 133 (6), 797-805.
- Güngör, E. (2000). *Değerler psikolojisi üzerine araştırmalar*. İstanbul: Ötüken Neşriyat A.Ş.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: comparing, values, behaviours, institutions and organizations across nations*. California: Sage Publications Inc.
- Ingle, H. T. (1986). New media, old media: the technologies of international development. *International Review of Education, Educational Technologies and Mass Media*, Vol. 32 (3), 251-267.
- Internet world stats. (t.y.) 30.06.2009 tarihinde <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> adresinden erişildi.
- Keating, E., Edwards, T. ve Mirus, G. (2008). Cybersing and new proximities: impacts of new communication technologies on space and language. *Journal of Pragmatics*, 40, 1067-1081.
- Kopelman, R. E., Prottas, D. J. ve Tatum, L. G. (2004). Comparison of four measures of values: their relative usefulness in graduate education advisement. *North American Journal of Psychology*, 6 (2), 205-218.
- Lindeman, M. ve Verkasalo, M. (2005). Measuring values with the Short Schwartz's value survey. *Journal of Personality Assessment*, 85 (2), 170-178.
- Netcraft. (t.y.) 29.06.2009 tarihinde [http://news.netcraft.com/archives/web\\_server\\_survey.html](http://news.netcraft.com/archives/web_server_survey.html) adresinden erişildi.
- Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi. (t.y.) 12.05 2008 tarihinde [http://www.osym.gov.tr / BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFFF88F742D0D7112510382B6B91BA7DB45](http://www.osym.gov.tr/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFFF88F742D0D7112510382B6B91BA7DB45) adresinden erişildi.
- Rogers, E. M. ve Picot, A. (1985). The impact of the new communication technologies. E.M. Rogers, F. Balle, (Ed.), *The Media Revolution in America and in Western Europe Vol. II* içinde (ss. 108-133). Paris-Stanford Series, New Jersey: Ablex Publishing Corporation Norwood.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: The Free Press.
- Smith, P. (2005). *Kültürel kuram*. S. Güzelsarı ve İ. Gündoğdu (Çev.). İstanbul: Babil Yayınları.
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, U. (2004). *İletişim araştırmaları ve kuramları*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Thompson, J. B. (2000). *The media and modernity*. California: Polity Pres, Blackwell Publishers Ltd.
- Tolan, B. (1996). *Toplum bilimlerine giriş*. Ankara: Adım ve Murat Yayınları.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (t.y.) 17.10.2009 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=4104> adresinden erişildi.