

Bilgi Açığı Hipotezi ve Yeni Medya

Nurettin Güz, Prof. Dr., Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, E-Posta: nurettinuz@gmail.com
Hayrullah Yanık, Arş. Gör., Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, E-Posta: hayrullahyanik06@gmail.com

Öz Abstract

1970 yılında ortaya çıkan ve özellikle yazılı basın üzerine kurulan Bilgi Açığı Hipotezi kitle iletişim araçlarının toplumun her kesimini eşit derecede bilgilendirme konusunda başarısızlığını açıklamaktadır. Daha sonra yapılan çalışmalarda radyonun da bilgi açığı oluşturduğu ortaya çıkmış ancak televizyonun toplum kesimleri arasında bilgi açığı oluşturduğu sonucuna ulaşan çok az sayıda araştırma olmuştur. Yapılan ilk çalışmalar İnternet (haber siteleri, sosyal medya vb.) ve yeni iletişim teknolojilerinin bilgi-haber açığını artırdığını

ortaya koysa da son yıllarda yapılan çalışmalar İnternet ve yeni iletişim teknolojilerinin bilgi-haber açığını azalttığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmada Bilgi Açığı Hipotezi ve bu konuda yapılan çalışmalara yer verilmiştir. İncelenen çalışmalar neticesinde özellikle son yıllarda yapılan çalışmalarda Yeni Medyanın toplum kesimleri arasında bilgi-haber açığını azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan toplum kesimleri arasında bilgi açığı medya, konu ve zamana göre varlığını devam ettirmektedir.

The Knowledge Gap Hypothesis and New Media

The Knowledge Gap Hypothesis, which emerged in 1970 explains the failure of the mass media to equally inform every segment of the society mainly through on the written press. Later studies have revealed that the Radio is also open the gap, but there have been very few studies that have come to the conclusion that television has caused knowledge gap through segments of the society. Although the first studies revealed that the İnternet (news sites, social media, etc.) and new communication technologies have increased the information-news-knowledge gaps recent studies have

found that the İnternet and new communication technologies have reduced these gaps. This study includes the Knowledge Gap Hypothesis and the work done in this regard. As a result of the studies that have been conducted, studies conducted especially in recent years have reached to the result that New Media has been reducing the gaps through segments of the society. On the other hand, the knowledge gaps continue to exist according to the subject, time, and media among the segments of society.

Anahtar Kelimeler Keywords

Bilgi Açığı Hipotezi, Yeni Medya, İnternet, Sosyal Medya, Dijital Bölünme, Sosyo-Ekonomik Seviye-Statü, Geleneksel Medya

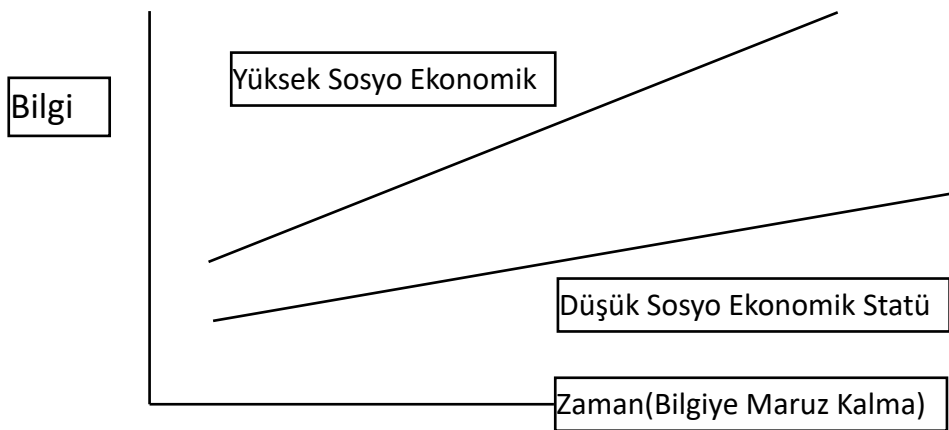
The Knowledge Gap Hypothesis, New Media, The İnternet, Social Media, Digital Divide, Socio-Economic Level, Traditional Media.

Giriş

Bilgi açığı kuramı (hipotezi) kitle iletişim araçlarının toplumun her kesimini eşit derecede bilgilendirme konusunda başarısızlığını açıklamaya çalışan bir hipotez olarak 1970 yılında ortaya çıkmıştır. Bu hipoteze göre, kitle iletişim araçları (k.i.a.) toplumun her kesimini eşit derecede bilgilendirmemekte ve toplum kesimleri arasında var olan bilgi açığı daha da genişlemektedir. Bu hipotez daha çok yazılı basın üzerine temellendirilmiştir. Radyonun da bilgi açığı oluşturduğu sonucuna ulaşan birçok araştırma bulunmaktadır. Araştırmaların hemen hepsi televizyonun “bilgi-eşitleyici” bir fonksiyonu olduğunu belirtmişlerdir. Diğer bir ifadeyle bir kitle iletişim aracı olarak televizyon toplum kesimleri arasında bilgi açığı oluşturmamaktadır. Bunun aksine televizyonun bilgi açığı oluşturduğu yönünde sonuçlar elde eden birkaç çalışma da bulunmaktadır. Bir kitle iletişim aracı olarak internet (yeni medya-sosyal medya, haber siteleri, akıllı telefonlar vs.) ortamının bilgi açığı oluşturup oluşturmadığıyla ilgili birçok çalışma yapılmıştır. İlk yapılan çalışmalarda teknolojiyi bilmeme ve kullanamama, yani internet ve internete bağlanılabilen cihazları kullanamama ve yaş faktörü gibi durumlardan ötürü toplum kesimleri arasında internette bilgi alma konusunda internetin bilgi açıkları oluşturduğu tespit edilmiştir. Ancak, son yıllarda yapılan çalışmalarda internet-yeni medya-sosyal medya ortamının toplum kesimleri arasında bilgi açıklarını azalttığı yönünde sonuçlara ulaşılmıştır. Bu çalışmada bilgi açığını oluşturan, genişlemesinde ve azalmasında etkili olan sebepler ve değişkenler ele alınmakta ve yeni medya ile beraber bilgi açığı hipotezinin nasıl bir dönüşüm geçirdiği ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

Bilgi Açığı Hipotezinin Ortaya Çıkması ve Oluşması

Bilgi Açığı Hipotezi (Kuramı) ilk olarak 1970 yılında ABD’de Minnesota Üniversitesi’nde çalışan Phillips J. Ticheneor, George A. Donohue ve Clarice N. Olien’in (Tichenor vd.) “*Kitle Medyasının Akışı ve Bilgideki Farklı Büyüme*” adlı çalışmaları ile birlikte ortaya çıkmıştır. Daha sonraki yıllarda konu ile ilgili olarak çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bilgi açığı hipotezinin temel varsayımı Şekil-1’de gösterilmektedir.



Şekil-1: Bilgi açığı hipotezi (Severin ve Tankard, 1988/1994:409)

Buna göre, kitle medyasındaki bilgilerin bir toplumsal sisteme nüfuzu arttıkça bilgilerin kazanımı sosyo-ekonomik seviyeye göre farklılık göstermektedir. Kitle iletişim araçları tarafından aktarılan bilgiler bu toplumun içerisinde yer alan daha yüksek sosyo-ekonomik statüye (SES)

sahip kesimlerince toplumun daha düşük sosyo-ekonomik statüye sahip kısımlarına göre daha hızlı bir şekilde kazanılmaktadır. Böylece bu kesimler arasında var olan bilgi açığı azalmak yerine daha da artmaktadır (Tichenor vd., 1970: 159-160).

Bilgi açığı hipotezini aynı zamanda bir “*iletişim açığı*” olarak nitelendiren Tichenor vd., bu hipotezi kitle iletişim araçlarının bir konu ile ilgili olarak toplumu geniş bir şekilde bilgilendirme konusunda başarısızlığını açıklayan bir teori olarak görmüşlerdir (Tichenor vd., 1970: 170).

Bilgi Açığı Hipotezinin Ortaya Çıkması ve Test Edilmesi

Tichenor vd. bilgi açığı hipotezini ortaya koyarken farklı çalışmalardan yararlanmışlardır. Bu araştırmalar; haberin yayılması çalışmaları, zaman eğilimi, bir gazete grevi ve kendi yapmış oldukları bir çalışmayı kapsamaktadır. Haber yayılması çalışmalarında Star - Huges, Robinson, Hyman - Sheatsley ve Key’in araştırmalarından esinlenmişlerdir. Star ve Huges, gençlerin Birleşmiş Milletler hakkında bilgi edinmesini sağlamaya çalışan bir uygulama ile ilgili olarak yaptıkları araştırmada yüksek eğitim düzeyine sahip bireylerin konuya daha fazla ilgi duyduklarını ve dolayısıyla daha çok bilgilendiklerini tespit etmişlerdir. Bir diğer araştırmacı olan Robinson ise çalışmasında, bir konu hakkında daha az bilgiye sahip bireylerin dışarıdan gelen bir uyarıcı güç olmadan bu konu hakkında bilgi edinme konusunda pasif olduklarını, buna karşın başlangıçta daha çok bilgiye sahip bireylerin bu konu hakkında bilgi edinmede daha istekli davrandıkları sonucuna ulaşmıştır. Hyman ve Sheatsley araştırmalarında “insanlar öğrendikçe ilgileri artar, ilgileri arttıkça da öğrenme eğilimleri artar” gibi bir sonuca ulaşmışlardır. Key ise, başkanlık seçimi için yapılan kampanyaların yüksek ve düşük eğitim düzeyine sahip bireyler arasındaki bilgi açığını arttırabileceği yönünde bir görüş bildirmişlerdir (Tichenor vd. 1970: 161, 170). Zaman eğilimi konusunda ise bilgileri uzun ve kısa dönemli araştırmalardan toplamışlardır. Gazete grevi konusunda ise Samuelson’ın (1960) doktora tezinden istifade etmişlerdir. Bununla birlikte yaptıkları saha çalışması bilgi açığı hipotezini desteklemiştir. Bu çalışmalara aşağıda yer verilecektir.

Ortaya koydukları hipotezin iki şekilde test edildiğini, ancak medya yayınlarının olmadığı dönemde de test edilebileceğini belirtmişlerdir (Tichenor vd., 1970: 162-163). Bununla birlikte, daha sonraki çalışmalarda diğer araştırmacılar, bilgi açığını test etmenin başka bir yolunu tespit etmişlerdir. Bu yöntem ile araştırmacılar hipotezi eğitim düzeyi, bilgi ve medya kullanımı arasındaki ilişki bakımından teste tabi tutmuşlardır. Genel olarak; hipotezin, zaman içinde, zaman içerisinde belli bir noktada ve medya kullanımına göre test edildiği görülmüştür.

Zaman içinde olan: Toplumunu yakından ilgilendiren olaylar ile ilgili bilgilerin elde edilmesinde yüksek eğitim seviyesine sahip kişilerin düşük eğitim seviyesine sahip bireylerle kıyaslandığında bilgiyi daha çabuk kazanacakları ifade edilmektedir. Bir zaman eğilimi verisi ortaya konmuş ve bu verileri elde ederken uzun ve kısa dönemli çalışmalardan faydalanılmıştır. Kısa dönemli bir çalışma yapan Budd, MacLean ve Barnes, Nikita Khrushchev’in istifasını ve 1964’deki Walter Jenkins davasını iki gün süresince incelemişlerdir. Çalışmada, yüksek eğitim düzeyine sahip kişilerin düşük eğitim düzeyine sahip kişilere göre olayları ve konuları çok hızlı bir şekilde öğrendikleri sonucuna ulaşmışlardır. Daha da önemlisi, yüksek eğitim düzeyine sahip bireylerin iki gün sonra bile olayları hatırladıkları tespit edilmiştir. Uzun dönemli çalışma kapsamında Tichenor vd. aynı soruların sorulduğu üç konuyla alakalı 1949 ve 1965 yılları arasında 4 kez uygulanan bir çalışmanın verilerini ele almışlardır. Bu üç konu; dünya uyduları, Ay’a ayak basılması ve sigara-kanser ilişkisini içermektedir. Yayınların seviyesi konusunda 1949, 1959 ve 1965’de bireylere insanoğlunun 20 yıl zarfında ve 1954’deki sorularda ise 50 yıl içerisinde Ay’a gidip gidemeyeceği konusunda sorular yöneltilmiştir. Bu konuyla ilgili olarak yüksek eğitim seviyesine

sahip bireyler arasında insanoğlunun Ay'a gidip gidemeyeceğine olan inanç 1949'da % 20 iken 1965'te % 80'e ulaşmıştır. Düşük eğitim düzeyindeki bireylerde bu inancın % 38'e çıktığını ifade eden araştırmacılar bilgi açığının daha da arttığını ortaya koymuşlardır. Bir diğer konu olan sigara-kanser arasındaki ilişkiye olan inanç oranı ise daha düşük kalmasına rağmen bilgi açığı hipotezini desteklediğini ifade etmişlerdir. Medya yayınlarının olmadığı bir zamanda bilgi açığı hipotezinin test edilebileceğini ve herhangi bir konu hakkında medyanın yapmış olduğu yayınları durdurmasının eğitim grupları arasındaki bilgi seviyesi farklılıklarını azaltacağını ve dolayısıyla bilgi açığının azalacağını vurgulamışlardır. Başka bir ifadeyle bilgi akışı olmadığından bilgi açığı da ortaya çıkmamıştır. Bu konuyla ilgili olarak Samuelson'ın (1960) doktora tezindeki bilgilerden faydalanmışlardır. (Tichenor vd., 1970: 163-67).

Zaman içerisinde belirli bir noktada olan: Zaman içerisinde belirli bir noktada medyada daha az yer alan konularla kıyaslandığında medyada daha çok yer alan konuların elde edilmesi ve eğitim seviyesi arasında daha yüksek bir ilişki olacağı belirtilmiştir. 1967'de bireylerin bir konuyu anlamadaki farklılıklarını tespit etmek amacıyla 22 Tıp ve Biyoloji makalesi ve 21 Sosyal Bilim makalesi belirlenmiştir. Çalışmada her bireyden iki farklı bilim haberinin makalesini okumaları istenmiş ve sonuç olarak yapılan dört karşılaştırmanın her birinde medyada daha çok yer alan makalelerin yüksek eğitim seviyesine sahip bireylerin konuya olan ilgilerini ve anlamalarını çok daha fazla arttırdığı neticesine ulaşılmıştır (Tichenor vd., 1970: 163, 169).

Medya kullanımına göre olan: Tichenor vd.'den farklı olarak (1970) Eveland ve Scheufele, bilgi açığı hipotezini test etmenin bir üçüncü yolu olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmacılar, zaman içerisinde belirli bir noktada tek bir konu test edildiğinde medya kullanımı yüksek olan bireylerin bilgi elde etme ve eğitim düzeyi arasında güçlü bir ilişkinin olabileceğini ifade etmişlerdir (2000: 218).

Bilgi Açığının Oluşmasının ve Azalmasının Sebepleri

Bilgi açığının oluşmasında *"iletişim becerileri"*, *"önceden verilmiş olan bilgiler"*, *"sosyal ilişki"*, *"bilginin kabulü, akılda tutma ve seçici/bilerek maruz kalma"*, *"kitle iletişim araçlarının doğası"*nın etkili olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra yazılı basın bilim ve kamu işleriyle ilgili haberlerde daha yüksek sosyo-ekonomik seviyeye (SES) sahip bireylere yönelik haberler vermeyi istedikleri dikkati çekmektedir. Bu tür haberler ise daha düşük SES'ye sahip kişilerin bir konuyu öğrenmesini kolaylaştıran tekrardan yoksundur (Tichenor vd., 1970: 162). Yeni iletişim teknolojilerine ulaşmadaki ve bu teknolojileri kullanım için gerekli motivasyondaki farklılıkların bilgi açığı oluşmasında bir etken olduğu bildirilmektedir (Ettema ve Kline, 1977: 181). *"Toplum yapısı"*nın da bilgi açığının oluşmasında bir diğer etken olduğu belirtilmektedir. Daha çoğulcu bir yapıya sahip toplumda bireyler çok farklı bilgi ve medya kaynaklarına ulaşmakta ve sonuç olarak bu çeşitlilikten dolayı farklı sosyal tabakalar arasında bilgi açığı genişleme eğilimi göstermektedir (Donohue vd, 1975: 8). SES'si daha düşük olan bireylerin herhangi bir konuda bilgiyi elde etmek için daha az motive oldukları vurgulanmaktadır. Çünkü sosyo-ekonomik seviyesi daha düşük olan bireyler bu tür bilgilerin kendilerine herhangi bir fayda sağlamayacağını düşünmektedirler. Sonuç olarak, bilgi açıkları azalmak yerine artmaktadır. (Ettema ve Kline, 1977: 188)

Bilgi açığının konulara göre değişebileceği, yerel konulardaki bilgi açığının ulusal konulara göre daha az olduğu yapılan araştırmalarla ortaya konmuştur. Ancak, yüksek eğitim düzeyine sahip bireylerin ulusal ve uluslararası konulara daha çok ilgi duymalarından ötürü bilgi açığı genişlemektedir (Brantgarde, 1983:361-365). 1999 ve 2014'te yapılan başka bir çalışmada *"inanç-bilgi açığı"* hipotezi ortaya konmuştur. Bu hipotez ideolojilerdeki farklılıklar üzerine temellenmiştir. Buna göre belirli gruplar kültürlerindeki ve ideolojilerindeki farklılıklar sebebiyle

diğer gruplara göre bilgiyi daha hızlı elde etmekte ve bu sebeple bilgi açığı genişlemektedir (Gaziano, 2014:13). Bir başka tespit ise ideolojiler ve izlenen haber kaynaklarıyla ilgilidir. İnsanların bireysel yapıları ve ideolojilerinin takip ettikleri haber kaynaklarını belirlediği ve farklı ideolojilere sahip haber kaynaklarının haberleri farklı sunmalarından dolayı yatay bir bilgi açığı olduğu ortaya çıkmıştır. (Wang vd., 2014: 31)

Toplum kesimleri arasındaki bilgi açığının oluşmasında ve artmasında birçok sebep olduğu gibi, daralmasında da birçok sebep bulunmaktadır. Donohue vd. 1975 yılında bilgi açığı hipotezini revize etmişler ve bilgi açığı hipotezinin her durumda aynı olmadığını ortaya koymuşlardır. Yani, bilgi açığı bazı etkenlerden dolayı daralma eğilimi göstermektedir. Onlardan farklı olarak ilerleyen yıllarda yapılan bilgi açığının azalmasında etkili olan bazı değişkenler tespit edilmiştir.

Yerel sorunlarla ilgili olarak toplumda çatışma-anlaşmazlık seviyesi arttığında bilgi açığının daraldığı dikkati çekmektedir. Araştırmacılar toplumun modernleşmesinde, kentin yenilenmesinde ve yerel sanayileşme konusundaki çevresel kısıtlamalarla ilgili olarak bazı kaygıların olabileceğini ve bu tür kaygıların sosyal bir çatışmaya sebep olacağını ifade etmişlerdir. Ayrıca bilginin çok yüksek bir oranda topluma nüfuz etmesiyle toplumun her kesiminin elde ettiği bilgide bir eşitleme söz konusu olduğunu ve bundan dolayı bilgi açığının tamamen yok olma eğiliminde olduğunu vurgulamışlardır. Bunlardan farklı olarak konuların medyada çok fazla tekrarı arttığında daha az aktif bireylerin de bilgiye ulaşacaklarını ve sonuç olarak bilgi açığının azalacağını dile getirmişlerdir. (Donohue vd., 1975: 3-9) Bilgi açığının azalmasında etkili olan bir diğer sebep ise konuya olan ilgi seviyesidir. SES’i düşük olan kişilerin motivasyonu arttırıldığında veya konu ve bilgi onlar için bir anlam taşıdığına bilgi açıklarının daralabileceği ortaya konmaktadır (Ettema ve Kline, 1977:188). Diğer bir çalışmada, mesajın/ haberin süresiz ya da uzun vadede medyada yer aldığı durumlarda bilgi açığının azalacağı ve daha sonra tamamen kapanacağı sonucuna ulaşılmıştır. Aynı çalışmada, kamuyla ilgili konulara ilişkin bilginin elde edilmesinde “*bireysel ilgi*”nin eğitim gibi sosyo-ekonomik faktörlerden çok daha fazla etki ettiğini ve konuya daha çok ilgi gösteren bireylerin daha çok bilgi elde ettikleri sonucuna ulaşılmıştır (Genova ve Greenberg, 1979: 80-81, 88-90). Medya bağımlılığı da bilgi açığını azaltan etkenlerden biridir. “*Medya bağımlılığı*”nın (özellikle gazete bağımlılarının) farklı eğitim düzeyine sahip bireyler arasındaki bilgi açığını daralttığı belirtilmektedir (Miyo, 1983: 649). Bireyler üzerinde medya kullanımının arttırılmasının eğitim düzeyinden kaynaklanan bilgi açığını aşmak için önemli bir etken olduğu ortaya konulmaktadır. (Kwak, 1999: 405). Diğer taraftan “*topluluk bağları ve toplum bağımlılığı*”nın yerel konularda bilgi açıklarını azalttığı dikkati çekmektedir (Viswanath vd., 2000:27). İdeolojinin siyasi konularda büyük bir rolü olduğu görülmektedir. ABD’de yapılan bir çalışmada demokratlar ve cumhuriyetçiler arasında sağlık hizmetleri reformu konusunda var olan bilgi ve inançlardaki açıkların arttığının ortaya çıkması bunu göstermektedir. Eğitim düzeyi farklılıklarından dolayı ortaya çıkan bilgi açığının ise yok olduğu sonucuna varılmıştır. Diğer bir ifadeyle, ideolojinin medyadan bilgi edinme konusunda eğitim seviyesinden daha etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Hindman, 2012: 585-605). Haberler duygusal olarak kişiselleştirildiğinde düşük eğitim seviyesine sahip bireylerin daha çok bilgilendikleri ve dolayısıyla bilgi açığının daraldığı görülmektedir (Bas ve Grabe, 2013: 18-19). Diğer taraftan medyada insanların ilgilendikleri konuların daha çok yer almasının bilgi açıklarını azaltacağı ifade edilmektedir (Yaylagül, 2013: 85).

Bilgi Açığı ve Geleneksel Medya

Bilgi açığı hipotezi KİA’dan sunulan bilginin sosyo-ekonomik statüler (toplum kesimleri)

arasında daha önceden var olan bilgi açıklarını daha da arttırdığı varsayımı üzerine kurulmuştur. Tichenor vd. (1970: 170) ve Donohue vd. (1975: 3) bilgi açığı hipotezi konusunda büyük ölçüde yazılı basın üzerine eğilmişlerdir. Gazeteler vasıtasıyla gelen bilginin bilgi açıklarını daha da arttırdığını belirtirken Miyo (1983: 648-649), Tichenor vd.'nden farklı olarak, gazete okumanın medya bağımlısı daha az eğitilmiş insanların iletişim yeteneğini geliştirdiğini ve medya bağımlısı bireyler arasındaki bilgi açığını daraltabileceğini belirtmiştir. McLeod ve Perse ise gazetecilerin ve haber organizasyonlarının faydalı bilgi sağlayarak ve verdikleri bilginin önemini ve faydasını topluma anlatarak daha düşük SES'ye sahip bireylere yardımcı olabileceklerini belirtmişlerdir (McLeod ve Perse, 1994: 441). Bir diğer araştırmacı olan Jerit de, uzman veya gazeteci yorumlarının bilgi açıklarını daha da arttırdığını bildirmekte, haber yazım tarzının değiştirilmesinin (anlaşılması güç dilden-jargonlardan kaçınma) bilgi açıklarının daralmasına etki edeceğinden söz etmektedir (Jerit, 2009: 242-454). Bas ve Grabe (2013: 18-19), haberlerin "heyecan-uyandıran" tarzı üzerine yaptıkları araştırmada haberlerin duygusal kişiselleştirmesinin yüksek ve düşük eğitilmiş bireylerin bilgiyi kodlama, saklama ve hatırlamalarını güçlendirdiğini ve bu tarz haber sunmanın bilgi açığını azalttığını ortaya koymuşlardır. Tichenor vd. (1970: 170) televizyon izlemenin bazı durumlarda "bilgi-eşitleyici" bir fonksiyonu olduğunu belirtirken Prior (2005: 578), televizyon izlemenin bilgi açığını azalttığını ancak kanal sayısındaki artışın bilgi açığını arttırdığı sonucuna ulaşmıştır. Radyonun bilgi açığı üzerine etkisini inceleyen çok çalışma olmamakla birlikte Tichenor, Donohue ve Olien küçük yerleşim yerlerinde yaşayanlar için radyonun bölgesel konularda önemli bir haber kaynağı olduğunu ifade etmişlerdir (Donohue vd., 1987: 87-90). Radyonun etkisiyle ilgili olarak ABD'de yapılan bir çalışma, Anayasa Mahkemesi Hâkimi Hugo Black'ın ve Amerikan Başkanı Roosevelt'in konuşmasını ele almıştır. Yüksek eğitim düzeyine sahip bireyler bu konuşmaları diğer eğitim gruplarına göre çok daha fazla dinlemişler ve daha çok bilgi edinmişlerdir (Severin ve Tankard, 1988/1994: 412-413).

Yeni Medya

Yeni medya kavramı ilk olarak 1970'lerde ortaya çıkmış (Dilmen, 2007: 114) ve 1990'lardan sonra kavram "multimedya" kavramının yerine kullanılmıştır (Aydın, 2011: 104). Kavramın yeni iletişim teknolojilerinin hayatımıza soktuğu yeniliklerle beraber iletişim yapılarının da yenedünya düzenine uyumlu olarak gelişme ihtiyacı hissetmesiyle var olduğu ifade edilmektedir (Özgen, 2011: 87). Yeni medyanın birçok kavramı kapsadığı da belirtilmektedir. Bu çerçevede; bilgisayar, bilgisayar ağları, bilgisayar bağlantılı iletişim, internet, web 2.0, çevrimiçi habercilik, çevrimiçi sohbet, laflama odaları, wiki, e-ticaret, e-imza kavram kapsamındadır. Ayrıca; dijital medya, dijital oyun, dijital kültür, dijital imgeleme, avatar, siber uzam, sanal uzam ve sanal gerçek gibi birçok kavramın da yeni medya içerisinde olduğu belirtilmektedir. (Binark ve Löker, 2011: 9). Yeni medyanın, geleneksel iletişim araçlarından farklı araçları kapsadığı görüşü de vardır: Sayısal televizyon, internet, GSM (Global System for Mobile Communications-Mobil İletişim İçin Küresel Sistem), WAP (Wireless Application Protocol-Kablosuz Uygulama Protokolü) bunlar arasındadır. Yine, GPRS (General Packet Radio Service-yüksek hızlı paket veri iletişimi teknolojisi), CD (Compact Disc-Sıkıştırılmış Disk), DVD (Digital Video Disc-Dijital Video Diski),VCD (Video Compact Disc-Görüntü sıkıştırma diski), etkileşimli CD ve çift taraflı CD gibi yeni iletişim teknolojileri kapsamındadır (Törenli, 2005: 87). Yeni medya kavramı gündeme geldiğinde neyin yeni neyin ise eski ya da geleneksel medya olduğu tartışması açılmaktadır. Tartışma daha da ileri taşındığında günümüzde her geçen zaman yeni diyebileceğimiz birçok medya insanların kullanımına ve gündemine sokulmakta bundan dolayı yeni medyayı açıklayan tanımlar sürekli değişme gösterebilmektedir. Son dönemde, birçok özelliğiyle akıllı TV ve telefonlar toplumun

geneline yayılmakta iken internet ortamında ise, Instagram, Twitter ve Facebook gibi çok sayıda bireyin kullandığı sosyal medya platformlarına her geçen gün yenileri eklenmektedir.

Yeni Medyanın Özellikleri

Yeni iletişim teknolojilerini birbirine bağlayan ağlar ki en önemlisi internetin ortaya çıkardığı yeni medya kavramı hızlı iletişim sağlamaya yardımcı olmanın yanında birçok özelliği barındırmakta ve her geçen gün bu özellikler artmaktadır. Rogers'ın "karşılıklı etkileşim", "kitlesizleştirme" ve "asen kron olabilme-eşzamansızlık" olarak belirttiği özellikler genel manada yeni medyayı tanımlamaktadır (Törenli, 2005: 159-161). Karşılıklı etkileşim özelliği sayesinde okuyucu/izleyici veya dinleyiciler her türlü bilgi-belge, görüntü ses gibi materyalleri canlı olarak arında birbirleriyle paylaşarak etkileşime geçmektedirler (Geray, 2003: 18). Kitlesizleştirme özelliği ile tek bir kaynaktan tek bir kişiye veya birden fazla kişiye toplu bir şekilde ya da özel olarak, zaman kısıtlaması olmadan, sesli, görüntülü, yazılı iletileri parçalar veya bütün halinde gönderme sağlanabilmektedir (Törenli, 2005: 160).

Asenkron olabilme özelliği ile yeni iletişim teknolojilerini kullananlar iletişimi her istediklerinde başlatabilmekte, dondurmakta ya da sonlandırabilmektedir. Bunların yanı sıra yeni medyanın "yöndeşme", "sayısallaşma" ve "şebekleşme-ağ yapılanması", "multimedya" ve "hipermetinsellik" özelliği bulunmaktadır (Törenli, 2005: 90, 161; Pavlik, 2001: 28,33). Sayısallaşma ile ortaya çıkan yöndeşme kavramı birbirlerinden farklı özelliklere sahip sistemlerin zamanla tek bir ortamda özelliklerini gerçekleştirmeleri ve birbirleriyle benzer özelliklere sahip olmaları olarak açıklanmaktadır (Karabulut, 2009: 91).

Sayısallaşma veri, ses, müzik, metin, fotoğraf, görüntü biçiminde her tür enformasyonun 'bit'lere (0 ve 1'lere) ya da bilgisayar 'diline', mikro işlemciler yardımıyla dönüştürülmesi olarak tanımlanmaktadır. Şebekleşme-ağ yapılanması (network) ise, uydu teknolojisi kullanılarak internet bağlantısı ile enformasyonun fiber optik kablolar veya kablosuz ağlar yardımıyla kamusal alanlara veya özel mekânlara ulaştırılmasını sağlayan bir yapı şeklinde açıklanmıştır (Törenli, 2005: 98). Multimedya; veri, ses, metin, hareketli ya da hareketsiz grafik, görüntü, resim ve film gibi farklı iletişim şebekesini içinde bir arada bulunduran bir platform olarak ifade edilmiştir (Özçağlayan, 1998: 146). Hipermetinsellik ise ağ üzerinden başka alternatif mecralara kolayca erişimin gerçekleşmesi şeklinde tanımlanmıştır (Binark, 2007: 22).

Sosyal medya

Yeni medyanın içerisinde var olan sosyal medya; Web 2.0 ile hayatımıza giren sosyal ağlar (Google+, Foursquare, MySpace vb.), bloglar, Wikiler, mikrobloglar (Facebook, Twitter, Tumblr vb.) fotoğraf paylaşım platformları (Instagram, Flickr vb.), video paylaşım araçları (YouTube, DailyMotion vb.), profesyonel ağ siteleri (LinkedIn), RSS ve Podcasting gibi uygulamaların bulunduğu ağ ortamları şeklinde ifade edilmektedir (Özutku vd., 2014: 113). Bir başka tanımlamada ise sosyal mecrâ Web 2.0 teknolojileri üzerine kurulan, daha derin sosyal etkileşime, topluluk oluşumuna ve işbirliği projelerini başarmaya imkân sağlayan web siteleri olarak açıklanmıştır (Akar, 2010: 17). Sosyal medya platformlarında takip et, beğen ve paylaş gibi sekmeler oluşturulmuş ve bu sayede haber ve bilgi hızlı bir şekilde milyonlara ulaşmaktadır (Aymerich-Frank ve Carrillo, 2014: 239). Böylelikle sosyal medya bir olay karşısında bireylerin hızlı bir şekilde haberdar olmasını ve örgütlenmesini sağlamaktadır (UCDP, 2011, 04.01.2015). Son yıllarda Twitter kullanımı Türkiye'de oldukça artmış ve Türkiye Twitter kullanımında dünya sıralamasında birinci sıraya yükselmiştir (<http://webrazzi.com>, 17.01.2015). Türkiye'de en çok kullanılan bir diğer sosyal medya platformu olan Facebook sayesinde son dönemlerde uluslararası ve ulusal medya organlarının muhabirleri tarafından hazırlanan haber içeriklerinin

paylaşıldığı görülmektedir. Bunun yanı sıra vatandaşlar da kendi oluşturdukları içerikleri bu platformda paylaşmaktadırlar. Ayrıca medya kuruluşları da haber içeriklerinin paylaşılması için sayfalarından linkler vererek Facebook'un eğlence olarak kullanılmasının yanında bir haber alıp verme platformu haline dönüşmesini sağlamışlardır. Son yıllarda kullanım oranı hızla yükselen Instagram'ın da bir haber ve bilgi paylaşımı mecrasına dönüşmeye başladığı söylenebilir. Bu platformlarda paylaşılan içeriklerin altına takipçiler de anında yorum yaparak fikirlerini veya tepkilerini dile getirmektedirler.

Yeni Medya (İnternet) ile İlgili Yapılan Çalışmalar

İnternet ve Bilgi Açığı

Bilgi açığı hipotezi ve yeni medya üzerine yapılan birçok çalışma içerisinde birkaçı ön plana çıkmaktadır. Bilgi açığı ve internet ile ilgili olarak ilk ve en kapsamlı çalışmalardan birinde yeni medyada oluşan bilgi açıklarının internet ve bilgisayar kullanım becerisinden kaynaklandığı dile getirilmekte ve internetin bilgi açığını genişlettiği sonucuna ulaşılmıştır. İletişim sürecinin neresinde; 1) bilgi tedariki, 2) erişimdeki açıklar, 3) bu bilgiyi kullanımın, 4) bu bilginin işlenmesindeki açıklarda mı yoksa 5) bilginin son hali üzerinde oluşan açıklarda mı bilgi açıklarının meydana geldiğinin iyice araştırılması gerektiği belirtilmektedir. Bilgi açıklarının Tichenor vd. (1970:161) gibi bilginin dağıtılmasında olduğu, farklı toplum kesimlerinin bilgiyi artıran ya da sınırlayan farklı medyalara sahip oldukları dile getirilmektedir. Başka bir ifadeyle, internet gibi yeni medya kanallarında da bilgi açıklarının bilginin topluma farklı şekillerde dağıtılmasından kaynaklandığı vurgulanmaktadır. (Bonfadelli, 2002: 71) Bireyselleşmiş bilgi arama konusunda ise hem eski medya hem de internet kullanımının bireysel motivasyon (ilgi) ve beceriye bağlı olduğu ifade edilmektedir. Buna göre geleneksel medyada bilgi açıkları motivasyon ve eğitim seviyesinin düşük olmasından kaynaklanırken internet ortamında ise internete erişim ve internet kullanımındaki farklılıklardan kaynaklanmaktadır. (Bonfadelli, 2003).

Yeni medya ortamında bilginin çok fazla olması ve çok fazla bilgi kaynağının bulunmasından dolayı açıkların olduğu belirtilmektedir. Ayrıca bireysel tercihler bağlamında bireylerin çoğunlukla eğlence programlarını haber programlarına tercih etmelerinden dolayı tercihe-dayalı bilgi açıklarının meydana geldiği ifade edilmektedir. (Van Dijk, Hacker, 2003; Prior, 2005) Diğer taraftan internete farklı toplumların farklı platformlar kullanmaları sebebiyle kullanım bölünmesinin bu toplumlarda daha belirgin olduğu ve böylelikle dijital bölünmenin internet ortamında geleneksel medyaya göre çok daha fazla olduğu belirtilmektedir (Wei ve Hindman, 2011: 228). Konuya başka bir açıdan bakıldığında, siyasi haberlerle ilgili bilgi almak isteyenlerin belirli bir çaba harcaması gerektiği dile getirilmektedir. Yapılan araştırma sonucunda siyasi haberlere ulaşmak için internet kullanımının artmasıyla birlikte bilgi açıklarının da arttığı tespit edilmiştir. Elektronik medyanın parçalanmasının bilgi açıklarını daha da arttırırken medya seçeneğinin çok fazla olmasının çok fazla habere ulaşmak anlamına gelmediği vurgulanmaktadır. (Gibson ve McAllister, 2014: 12) Başka bir çalışmada, tüm toplum kesimlerinin haberlere eşit seviyede maruz kalsa bile, daha yüksek eğitim düzeyine sahip bireylerin kamu işleri hakkında daha az eğitim düzeyine sahip bireylere göre yine daha çok bilgi edindiği ve bilgi açıklarının arttığı sonucuna ulaşılmıştır (Yang ve Grabe, 2011: 1222). Yeni medya ile ilgili olarak yapılan bir diğer çalışmada farklı medya kaynaklarından bilgi alan izleyicilerin farklı içerik ve düşüncelere sahip olduğu ve böylelikle "yatay bilgi açığı" olduğu tespit edilmiştir (Wang vd, 2014: 41-43). Bu noktada izleyiciler kendileriyle aynı ideolojiye sahip olan medya kaynaklarını takip etmekte, her bir medya kaynağı kendi ideolojisi doğrultusunda haberi oluşturup sunduğu için aynı konuyla

ilgili farklı bilgiler alınmakta ve yatay-bilgi açığı oluşmaktadır. Başka bir ifadeyle farklı toplum kesimleri aynı konu hakkında bilgi edinmekte ancak farklı bilgilere ve farklı bakış açlarına sahip olmaktadır.

Türkiye’de internette yer alan sağlık siteleri ve bilgi açığı ile ilgili olarak yapılan bir çalışmada, internetin tüm toplum kesimlerini aynı derecede bilgilendirme konusunda yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, bilgi açıklarının bireylerin internet sitelerini kullanım sürelerine göre de oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır. (Şeker, 2005: 221) Öte yandan bilgi açığının kapanmasında internet kullanım süresinin önemli olduğu da belirtilmektedir (Jeffress vd, 2012: 75). Bir diğer çalışmada yüksek eğitim düzeyine sahip beyaz Amerikalıların kanser ile ilgili bilgi edinme konusunda interneti diğer bireylere göre daha fazla kullandıkları ve internette bilgi aramanın eğitim grupları arasındaki bilgi açığını daha da arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. (Shim, 2008: 448)

Yeni medyanın (internet ortamı) bilgi açığını azalttığı sonucuna ulaşan ender çalışmalardan birisinde, internet kullanımının Nanoteknolojiyi anlamada daha düşük eğitim seviyesine sahip bireylere yardım ettiğini ve böylelikle bilgi açığının kapanmasında büyük bir rolü olduğu ortaya konulmuştur (Cacciatore vd, 2012: 387). Benzer sonuçlar tespit eden başka bir çalışmada ise, siyasi konularla ilgili olarak bireylerin, siyasi adayların internet sayfalarını ziyaret ederek ya da internet ortamında yer alan forumlarda ve siyasi içeriklere sahip bloglarda (ağ günlüklerinde) makale okuyarak geleneksel medyadan elde ettikleri bilgiden çok daha fazlasını edindikleri belirlenmiştir (Shim, 2008: 204).

Yapılan bir çalışma ile bilgi açığının birçok faktörünü araştırmak için uluslararası ilişkileri, yerel toplumu ve internetin kendisini kapsayan bir araştırma tasarlanmıştır. Çalışmada bireylere interneti ne sıklıkla ve ne zaman kullandıkları ve hangi sitelerini ziyaret ettikleri soruları yöneltilmiştir. Çalışma, medyanın bireyler üzerinde uluslararası ilişkiler, toplum ve internet bilgisi konularında bilgi seviyelerini artırdığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca, bireylerin basılı medyaya internet vasıtasıyla ulaştığını ve bu yüzden ortaya çıkan bilgi açıklarının sadece bireylerin sosyo-ekonomik düzeylerine bağlı olmadığını ortaya koymuştur. İnternet kullanım süresinin bilgi seviyesi üzerinde çok büyük bir rolü olduğu da araştırma ile belirlenmiştir. (Jeffres vd., 2012: 59, 66-75) ABD’de 40 ve 70 yaş arası bireyleri kapsayan bir çalışmada, eğitim düzeyinin bireylerin internet kullanım durumunu etkilediği ve düşük SES’ye sahip bireylerin internette yer alan sağlık bilgilerinden mahrum kaldığı ve bu konuda bilgi açıkları oluştuğu tespit edilmiştir. Öte yandan, her bireyin internete eriştiği durumda bile internet tabanlı bilgi açıklarının sona ermediği sonucuna varılmıştır (Lee, 2009: 375-379). Birçok araştırma internet kullanımının bilgi açıklarını arttırsa da bazı çalışmalar internetin bilgi açığını azalttığı sonucunu tespit etmişlerdir (Yi-Fan Su, Cacciatore vd, 2014: 353-59).

İnternet, Dijital Bölünme, Sosyal Medya ve Bilgi Açığı

Yapılan bir çalışmada genç yetişkinlerin (18-26) internete en yüksek seviyede bağlanan yaş grubu oldukları ve bu yaş grubunun internet kullanımlarının aynı olmadığı ortaya çıkmıştır. ABD’de 270 internet kullanıcısı yetişkinle yapılan araştırma verilerine göre, internet kullanım amaçlarına bakıldığında daha yüksek eğitim seviyesine sahip bireylerin interneti daha çok sermaye artırma amaçlı kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca yapılan derinlemesine incelemede, internet kullanma becerilerinin bireylerin çevrimiçi kullandıkları platformları da etkilediği görülmüştür. Araştırmacılar bunu *“ikinci-seviyede dijital bölünme olarak”* göstermişlerdir. Ayrıca çalışmada, kadınların internette kullanılan kavramları erkeklere göre daha az bildiği ve bireylerin eğitim geçmişlerinin sermaye-arttırıcı siteleri kullanma noktasında etkili olduğunu saptamışlardır. Yukarıda belirtilen bazı araştırmalar gibi bu araştırmayı yapanlar da internete ulaşmanın bütün

bilgi eşitsizliklerini çözmediği sonucuna ulaşmaktadırlar (Hargittai ve Hinnant, 2008: 602, 616-618). Diğer taraftan dijital bölünmenin sosyal etkilerine yeteri kadar ilgi gösterilmediği belirtilmekte, dijital bölünme ve bilgi açığı arasındaki ilişki 2008-2009 ABD ulusal seçim panel verileri kullanılarak ele alınmaktadır. Araştırmada eğitimin internete erişimden çok eğitimin internetin bilgi amaçlı kullanımıyla ilişki içinde olduğu belirtilmektedir. Bu sonuçtan yola çıkarak internet ortamındaki kullanım bölünmesinin (farklı platformları kullanma) sosyo-ekonomik seviyeler arasında daha açık bir şekilde görüldüğü dile getirilmektedir. Yapılan bu çalışmada elde edilen diğer bir önemli sonuç ise, bireylerin sosyo-ekonomik seviyeleri arttıkça interneti bilgi amaçlı kullanma eğilimlerinin de yükselme eğilimi gösterdiği'dir. Araştırmada, sosyo ekonomik seviye ve internet kullanımı arasındaki ilişkinin televizyon ve gazete kullanımıyla kıyaslandığında internet ortamındaki dijital bölünmeyi daha belirgin bir şekilde gösterdiği vurgulanmaktadır. İnternet kullanımının yaygın hale gelmesinin bilgiye ulaşma maliyetini düşürerek eşitsizlikleri azaltacağı yönündeki görüşün aksine internet kullanımının fazlaştıkça var olan bilgi eşitsizliklerini daha da artıracığı yönündeki düşünceyi destekleyici bulgular elde edilmiştir. Ayrıca, internetin farklı amaçlar için kullanılmasının dijital bölünmeye neden olduğu ve geleneksel medyada var olan bölünmeden daha fazla bir bilgi açığı oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır. (Wei ve Hindman, 2011: 229)

Sosyal medyanın bilgi açıkları üzerine etkisini araştıran çok fazla araştırma yapılmamıştır. Nadir yapılan araştırmalardan biri Çin'de "Guokr" adlı bir sosyal paylaşım sitesi üzerine temellenmiştir. Bu site bilim ve teknoloji hakkında bilgiler sunmaktadır. Çin'de ve Amerika'da yaşayan Çinli öğrenciler üzerinde yapılan çalışmanın sonuçları bilim ve teknoloji hakkındaki bilgi konusunda bilgi açıkları üzerinde sosyal medya kullanımının çok fazla bir etkisi olmadığını göstermiştir. Bunun nedeni olarak kullanıcıların sosyal medyayı güvenilir bir bilgi kaynağı görmeyip daha az riskli ve daha faydalı gördükleri diğer çevrimiçi faaliyetlere yönelmeleri olarak açıklanmıştır (Chenn, 2013: 29-30). Yapılan diğer bir çalışmada uluslararası haber kullanımı, çevrimiçi anlatım ve 2010 Haiti depremi bağlamında maddi yardımlar araştırma konusu yapılmıştır. Çevrimiçi anlatım olarak ele alındığında Facebook ve Twitter gibi sosyal medya ortamlarında bir konuyla ilgili her saat yüzlerce mesajın paylaşıldığı belirtmiştir. Araştırmada, bireylerin % 14'ünün sosyal medyayı kullanarak mesaj gönderdiği ve bu bireylerin % 24'ünün 30 yaş ve altında olduğu belirlenmiştir. Özellikle deprem dolayısıyla yardımda bulunan insanların % 23'ünün interneti, % 14'ünün tekst mesajını ve % 5'inin ise e-mail kullandığı sonucuna ulaşılmıştır. İnsanların yüksek derecede konuya ilgi göstermesinin bilgi açıklarını azalttığı ve felakete duyulan büyük ilginin eğitimin bilgi açığı üzerindeki etkisini çok aza indirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Çünkü düşük eğitim grubuna sahip bireylerin daha çok bilgi edindikleri ve böylelikle bu konuda bilgi açığının sona erdiği tespit edilmiştir (Martin, 2013: 419, 435-38). Sosyal medya ve bilgi açığını inceleyen çalışmalardan birini de Dimitrova vd. (2014) yapmıştır. Ayrıca araştırmacılar yeni medya kapsamında dijital medyanın siyasi bilgi ve seçimlere katılım üzerindeki etkilerini ele almaya çalışmışlardır. Araştırmada siyasi konuları öğrenmede dijital medyanın çok az bir etkisi olduğu neticesine ulaşırlarken, siyasi partilerin internet sayfaları ve sosyal medya gibi ortamların kullanılmasının bireyler üzerinde siyasi katılım noktasında önemli ve pozitif bir etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır (Dimitrova vd., 2014: 110-111).

Sonuç

1970 yılında ortaya atılan bilgi açığı hipotezi, bugüne kadar çok değişik konularda birçok kez test edilmiş ve farklı değişkenlerin bilgi açığı oluşmasında ve azalmasında etkili olduğu belirlenmiştir. Yapılan araştırmaların çoğu bilgi açığı hipotezini desteklemesinin yanında literatürde hipotezi desteklemeyen birkaç çalışmaya rastlanmaktadır.

Hipotez özellikle yazılı basın üzerine temellendirilmiş ve k.i.a.'nın toplumun tüm kesimlerini eşit derecede bilgilendirme konusunda başarısız olduğunu varsaymıştır. Hipotezi ortaya atanlar ve bu konu üzerinde daha sonra çalışma yapan diğer araştırmacılar da bir k.i.a. olan televizyonun "bilgi-eşitleyici" yani bilgi açığını tamamen ortadan kaldıran bir özelliğe sahip olduğunu belirtmişlerdir. Ancak özellikle 2005'ten sonra yapılan çalışmalar arasında televizyonda kanal sayısının, kanal seçme olanağının ve farklı türdeki program sayısının fazlaşmasıyla toplumsal kesimler arasında televizyonun da bilgi açıklarını arttırıcı bir etkiye sahip olduğu yönünde sonuçlar bulan araştırmalar da bulunmaktadır.

Yeni medya (internet, sosyal medya) üzerine yapılan çalışmaların büyük çoğunluğu, yeni medyanın bilgi açıklarını daha da arttırdığı yönünde sonuçla ortaya koymaktadır. Bunun farklı sebepleri vardır. İnternete ve yeni iletişim teknolojilerine ulaşma imkânının yetersiz olması yani kısıtlılığı (ekonomik), yeni iletişim teknolojilerini (internet, sosyal medya, bilgisayar vb.) kullanma becerisinin eksikliği, yaş etkeni (bu teknolojileri daha çok gençlerin kullanması; beceri) bunlar arasındadır. Ayrıca, bireylerin internet kullanma sürelerinin farklı olması, internet kullananların çok farklı amaçlarla ve çok farklı internet sitelerini ve sosyal medyaları kullanmaları (dijital bölünme) vardır. Son yıllarda yapılan çalışmalarda internet gibi yeni iletişim teknolojilerine sahip olma, erişebilir olma ve kullanma birinci seviyede dijital bölünme olarak, internet ortamında farklı sayfaları/siteleri ve farklı sosyal medya ortamlarını kullanma ikinci seviyede dijital bölünme olarak ele alınmaktadır. Bu yolu izleyerek yapılan araştırmalar geleneksel medya ile kıyaslandığında yeni medyada çok daha fazla bir dijital bölünmenin olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Böylelikle bilgi açıklarının artmasının dijital bölünmeden dolayı gerçekleştiği görülmektedir. Son yıllarda internete ve sosyal medyaya erişimin ve katılımın artması ile internetin ve özellikle sosyal medya kullanımının bilgi açığını kapatan veya azaltan özelliğe kavuştuğu yönünde sonuçlar ortaya koyduğu gözlenmektedir. Öte yandan hem geleneksel medyada hem de yeni medyada bireylerin bilgi edinmelerini etkileyen etkenlerin başında ilgi ve motivasyon olduğu dile getirilse de eğitim değişkeninin motivasyon ve ilgiyi arttırdığı dikkate alınmalıdır.

Sonuç olarak, yeni medyaya sosyo-ekonomik seviyesi yüksek olanların daha hızlı ve çabuk ulaşabilmesi ve bilgiyi ilk onların elde etmeleri sebebiyle bir bilgi açığı oluşması kaçınılmaz görünmektedir. Bununla birlikte hayatımıza giren bu medyanın toplum içerisinde kullanımı arttıkça bilgi açığı da azalma eğilimi gösterecektir. Öte yandan toplum içerisinde bu medya farklı amaçlarla ve şekillerde kullanılması sebebiyle bilgi açığının azalması veya ortadan kalkması mümkün olmayacaktır.

Kaynaklar

Akar, E. (2010). *Sosyal Medya Pazarlaması (Sosyal Web'de Pazarlama Stratejileri)*. Birinci Baskı. Ankara: Efil Yayınevi, 17.

Aydın, O.Ş. (2011). "Teknoloji, Haber, Nesnellik- Yeni Medya Üzerine Tartışma Notları", *İletişim ve Teknoloji: Olanaklar, Uygulamalar, Sınırlar*. Ed. Zeliha Hepkon, Ankara: Kırmızı Kedi Yayınevi., 103-120.

Aymerich-Frank, C. (2014). "Çevrimiçi Finansal Habercilikte Sosyal Medyanın Benimsenmesi", *Sosyal Medya Devrimi*, (Çev. Akin Emre Pilgir), Haz. Barış Çoban, İstanbul: Su yayınevi., 233-246.

Bas, O., M. E. Grabe.(2013). Emotion-Provoking Personalization of News: Informing Citizens and Closing the Knowledge Gap, *Communication Research* 201X, Vol.XX(X), Sage, 1 –27.

Binark, M., Löker, K. (2011). *Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi*. Birinci Baskı. Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi, 9.

Binark, M., (2007). *Yeni Medya Çalışmaları*. Birinci Baskı. Ankara: Dipnot Yayınları, 21.

Bonfadelli, H. (2002). "The Internet and Knowledge Gaps, A Theoretical and Empirical Investigation", *European Journal of Communication*, Sage Publication, 17(1), 65-84.

Bonfadelli, H. (2003) "Online Communication: Putting the Knowledge Gap Theory into Perspective", *Communication Research and Media Science in Europe*, S. Angela, William Campbell, Michael Schenk Walter de Gruyter (Eds). Copyright 2003 by Walter de Gruyter GmbH & Co. KG, 10785, Berlin, 1 January 2002, p.291-297, Web:[http://books.google.com.tr/books?id=rBWOAgAAQBAJ&pg=PA136&lpg=PA136&dq=Viswanath,+K.,+Breen,+N.,+Meissner,+H.,+Mosser,+R.+P.,+Hesse,+B.,+Steele,+W.+R.,+et+al.+\(2006\).+Cancer+knowledge+and+disparities+in+the+information+age.+Journal+of+Health+Communication,+11,&source=bl&ots=5BXD3bL8K&sig=BWOIZUph_LTX1bCZa4_z2j4ck&hl=tr&sa=X&ei=OeFpVNIrouHLA6vcgKgP&ved=0CCwQ6AEwAw#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.tr/books?id=rBWOAgAAQBAJ&pg=PA136&lpg=PA136&dq=Viswanath,+K.,+Breen,+N.,+Meissner,+H.,+Mosser,+R.+P.,+Hesse,+B.,+Steele,+W.+R.,+et+al.+(2006).+Cancer+knowledge+and+disparities+in+the+information+age.+Journal+of+Health+Communication,+11,&source=bl&ots=5BXD3bL8K&sig=BWOIZUph_LTX1bCZa4_z2j4ck&hl=tr&sa=X&ei=OeFpVNIrouHLA6vcgKgP&ved=0CCwQ6AEwAw#v=onepage&q&f=false), Erişim Tarihi:10 Mart 2017.

Brantgarde, L. (1983). "The Information Gap and Municipal Politics in Sweden", *Communication Research*, 10(3), 357-373.

Cacciatore, M. A., D. A. Scheufele, E. A. Corley, (2012, June). Another (methodological) look at knowledge gaps and the Internet's potential for closing them. *Public Understanding of Science*, 23(4), 376-395.

Chenn, X. (2013). "The Influence of Social Media Use on Knowledge Gaps About Science and Technology Among Chinese Audiences, Master of Science", *Journalism and Mass Communication*, Iowa State University Ames.

Dimitrova, D. V., A. Shehata, J. Strömbäck, and L. W. Nord. (2014). "The Effects of Digital Media on Political Knowledge and Participation in Election Campaigns: Evidence From Panel Data", *Communication Research*, 2014, 41(1), (originally published online 2 November 2011), 95-118,.

Dilmen, N. E. (Ocak, 2007). "Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları", *Marmara İletişim Dergisi*, 12, 113-122.

Donohue, George A., C. N. Olien, and P. J. Tichenor. (1987). "Media access and Knowledge Gaps", *Critical Studies in Mass Communication*, 4, 87-92.

Donohue, George A., J. T. Phillip and N. O. Clarice. (1975, Jan). "Mass Media and The Knowledge Gap: A Hypothesis Reconsidered", *Communication Research*, 2(1), 3-23.

Ettema, James S., F. G. Kline. (1977 April). Deficits, Differences, and Ceiling: Contingent Conditions for Understanding the Knowledge Gap. *Communication Research*, 4(2), 179-199.

Eveland, W. P., D. A. Scheufele. (2000) "Connecting News Media Use with Gaps in Knowledge and Participation". *Political Communication*, 17(3), 215-237.

Gaziano, C., (2014). Components of the Belief Gap: *Ideology and Education*. Sage Open, 4 (1), 1-18

Genova, B.K.L., B. S. Greenberg. (1979). "Interests in News and The Knowledge Gap", *Public Opinion Quarterly*, 43 (1), 79-91.

Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji*. Birinci Baskı. Ankara: Ütopya Yayınevi, 18.

Gibson, Rachel K., I. McAllister (June 2014) "New media, elections and the political knowledge gap in Australia", *Journal of Sociology* Web: <http://jos.sagepub.com/content/early/2014/05/06/1440783314532173.full.pdf+html>, Erişim Tarihi:25 Nisan2017.

Hargittai, E., A. Hinnant. (2008). "Digital Inequality: Differences in Young Adults' Use of the Internet", *Communication Research*, 35(5), 602-62.

Hindman, D.B. (2012) "Knowledge Gaps, Belief Gaps and Public Opinion about Health Care Reform", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 89(4), 585-605.

<http://webrazzi.com/2013/10/07/twitterin-internet-kullanicilari-arasinda-en-yaygin-oldugu-ulke-turkiye/>, 17 Mayıs 2017'de alınmıştır.

Jeffres, Leo W., N. Kimberly and J. A. David. (2012, March). "Acquiring Knowledge From the Media in the Internet Age". *Communication Quarterly*, 60 (1), January-March, 59-79.

Jerit, J., (2009). "Understanding the Knowledge Gap: The Role of Experts and Journalist", *The Journal of Politics*, 71(2), 442-45

Karabulut, N. (2009). *Yeni Medya Teknolojileri ve Halkla İlişkiler*. İstanbul: Beykoz Lojistik Meslek Yüksekokulu Yayınları, 89.

Kwak, N. (1999). "Revisiting the Knowledge Gap Hypothesis: Education, Motivation, Media Use". *Communication Research*, 26(4), 1999, 385-413.

Lee, C. (2009). "The Role of Internet Engagement in the Health- Knowledge Gap", *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53(3), 365-382.

Martin, J. A. (2013). "Closing Gaps in International Knowledge and Participation: News Attention, Online Expression, and the 2010 Haiti Earthquake". *Mass Communication and Society*,16(3), 417-440.

Mcleod, D. M., E. M. Perse. (1994). "Direct and Indirect Effects of Socioeconomic Status on Public Affairs Knowledge". *Journalism Quarterly*,71(2), 433-432

Miyo, Y. (1983, May) "Knowledge-Gap Hypothesis and Media Dependency". *Paper presented to the international communication association*, Texas, Dallas, 626-650.

Özçağlayan, M. (1998). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişimi*. Birinci Baskı. İstanbul: Alfa Yayınları, 146.

Özgen, E. (2011). "Halkla İlişkiler ve Yeni Medyanın İşaret Ettiği Sorunlar Üzerine Bir Tartışma". *Global Media Journal*, 2, 81-102.

Özutku, F., H. Çopur, İ. Sığın, K. İlter, M. M. Küçükyılmaz, Y. Arı. (2014). *Sosyal Medyanın ABC'si*. Birinci Baskı. İstanbul: ALFA Basım Yayım Dağıtım, 41.

Pavlik, J. V. (2001). *Yeni Medya ve Gazetecilik*. (Çev. M. Demir ve B. Kalsın). Ankara: Phoenix Yayınevi. (Eserin orijinali 2001'de yayımlandı), 28-33.

Prior, M. (2005). "News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout". *American Journal of Political Science*, 49(3), 577-592.

Kim, S. (2008). "Testing the Knowledge Gap Hypothesis in South Korea: Traditional News Media, the Internet, and Political Learning". *International Journal of Public Opinion Research*, 20(2), 193-210.

Severin, J. W., W. J. Tankard. (1994). *İletişim Kuramları*. (Çev. A. A. Bir, S. Sever) Üçüncü Baskı. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Kible Sanat Merkezi Yayını., (Eserin orijinali 1988'de yayımlandı), 409.

Shim, M. (2008). "Connecting Internet Use with Gaps in Cancer Knowledge", *Health Communication*, 23(5), 448-461.

Şeker, T. B. (2005). *İnternet ve Bilgi Açığı*. Konya: Çizgi Yayınları, 16.

Tichenor, P. J., A. D. George, C. N. Olien. (1970). "Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge". *Public Opinion Quarterly*, 34, 159-170.

Törenli, N. (2005). *Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat, 83.

UCDP. (2011). Timeline Arab Spring, Web: (<http://www.ucdp.uu.se/gpdatabase/info/chronologic%20timeline%20arabian%20spring.pdf>). Erişim Tarihi:04 Mayıs 2017.

Dijk, J. V. , Hacker, K. (2003) The digital divide as a complex and dynamic phenomenon. *The Information Society*, 19 (4). pp. 315-326. ISSN 0197-2243.

Viswanath, Kasisomayajula, G. M. Kosicki, E. S. Fredin, E. Park (2000). "Local Community Ties, Community-Boundedness, and Local Public Affairs Knowledge Gaps". *Communication Research*, 27(1), 27-50.

Wang, K. Y., D. J. Atkin, T. Lau. (2014). Media Versus Individual Frames and Horizontal Knowledge Gaps: A Study of the 2010 Health Care Reform Debate Online. *Electronic News*, 8(1), 30-48.

Wei, L., D. B. Hindman. (2011) . "The Digital Divide Matter More? Comparing the Effects of New Media and Old Media Use on the Education-Based Knowledge Gap", *Mass Communication and Society*, 1 (2), 216-235.

Yang, J., M. E. Grabe. (2011). "Knowledge Acquisition Gaps: A Comparison of Print Versus Online News Sources". *News Media & Society*, sage, 13(8), 1211-1227.

Yaylagül, L. (2013). *Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Beşinci Baskı. Ankara: Dipnot Yayınları, 85.

Yi-Fan Su, L., M. A. Cacciatore, D. A. Scheufele, D. Brossard, M. A. Xenos. (2014). "Inequalities in Scientific Understanding: Differentiating Between Factual and Perceived Knowledge Gap". *Science Communication*, 36 (3), 352-378