



KÜRESELLEŞME VE BİLİŞİM VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNDEKİ SON DÖNEMDEKİ GELİŞMELER

GLOBALIZATION AND DEVELOPMENTS IN INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES

Muharrem ÖZDEMİR*
Nazmi PINAR**

Öz

Bilişim ve iletişim teknolojisi, günlük insan yaşamının ayrılmaz bir parçasıdır. Bilgi önemli bir iş ve insan kaynağıdır, iletişim sağlayan teknolojiyi göz önünde bulundurur, saklar ve iletir. Bilişim ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerden insanlar etkilenmektedir. Büyük ve küçük işletmelerde veri işleme, ofis otomasyonu, iletişim ve işletme yönetiminde kullanılan diğer elektronik teknolojilerde ve stratejilerin geliştirilmesinde ve özellikle sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle birlikte büyük değişiklikler ve gelişmeler bulunmaktadır. İnternet, küreselleşmenin belki de en görünür yönü ve birçok yönden itici gücüdür. Küreselleşme süreci, iletişim teknolojisinin ve sermaye hareketlerinin küresel ulaşımı olarak anlaşılabilir. Finansal piyasaların küreselleşmesi, çeşitli ülkelerdeki döviz kurları, faiz oranları ve hisse senedi fiyatlarındaki hareketlerin birbiriyle bağlantılı olduğu anlamına gelmektedir.

Günümüzde, insanların, bilgi kaynaklarının üretimi, yönetimi ve dağıtımı ile doğrudan bağlantılı ve küresel ekonomi tarafından şekillendirilen küresel bilgi toplumuyla karşı karşıya oldukları tartışılmaktadır. Bu bağlamda, sadece bilgi teknolojilerini araştıran, üreten ve kullanan bilgi toplumu bilgi toplumu olarak kabul edilmektedir. Bilgi çağı ile birlikte değişimin hızlandığı ve baş döndürücü bir hıza ulaştığı gözlenmektedir. Değişim ve hız faktörüne uyum sağlamak için insana, teknolojiye ve eğitime yatırım yapmak gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bilişim ve İletişim Teknolojileri, Küreselleşme, İnternet, Sosyal Medya.

Abstract

Information and communication technology is an integral part of daily human life. Information is an important business and human resource, takes into account the technology that provides communication, stores and transmits. People are affected by the developments in information and communication technology. There are major changes and developments in the development of other electronic technologies and strategies used in data processing, office automation, communication and business management in large and small enterprises, especially with the introduction of social media into our lives. The Internet is perhaps the most visible aspect of globalization and its driving force in many ways. The process of globalization can be understood as the global transport of communication technology and capital movements. The globalization of financial markets means that the movements in exchange rates, interest rates and stock prices in various countries are linked.

Today, it is argued that people are confronted with the global information society, which is directly linked to the production, management and distribution of information resources and shaped by the global economy. In this context, only the information society that researches, produces and uses information technologies is accepted as information society. With the information age, it is observed that the change accelerates and reaches a dizzying speed. In order to adapt to the change and speed factor, it is necessary to invest in people, technology and education.

Keywords: Information and Communication Technologies, Globalization, Internet, Social Media.

1. GİRİŞ

Bilişim ve iletişim teknolojileri, bilgiye erişim ve bilgi yaratmayı sağlayan her türlü görsel, sesli, yazılı ve yazılı araçlardır. Ayrıca, birkaç teknoloji, bilgi ve iletişim teknolojisi, insanlık tarihinde insan yaşamını etkilemiştir. Bilginin toplanmasını, işlenmesini, depolanmasını ve bir yerden diğerine aktarılmasını sağlayan iletişim ve bilgisayar teknolojileri dahil tüm teknolojilere bilişim ve iletişim teknolojisi adı verilir. İletişim teknolojisi, mesajların bir konumdan diğerine hızlı bir şekilde aktarılmasını sağlar ve bilgisayar teknolojisi, bilgi işlem ve bilgi işlem kapasitemizi milyonlarca kez artırır. Bütün bu baş döndürücü gelişmeler göz önüne alındığında, küreselleşme süreci ile beraber iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, sosyal medyadaki değişikliklere de yansımıştır. Bu çalışmada küreselleşen Dünya'da bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesine paralel olarak, İnternet'in gelişimi, sosyal ağlar, sosyal medya kavramı detaylı bir şekilde incelenecektir.

* Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Karpaz Üniversitesi, muharrem.ozdemir@akun.edu.tr

** Gırm Amerikan Üniversitesi Doktora Öğrencisi, nazmi.pinar@gmail.com



2. KÜRESELLEŞME VE İNTERNET

2.1. İnternet Çağı

Gelişmiş ve gelişmekte olan toplumların çoğu şimdi ne tarımın ne de sanayi toplumunun baskın niteliklerini sergilemektedir. Günümüzde, insanların, bilgi kaynaklarının üretimi, yönetimi ve dağıtımı ile doğrudan bağlantılı ve küresel ekonomi tarafından şekillendirilen küresel bilgi toplumuyla karşı karşıya oldukları tartışılmaktadır. Bu bağlamda, sadece bilgi teknolojilerini araştıran, üreten ve kullanan bilgi toplumu bilgi toplumu olarak kabul edilmektedir. Bilgi çağı ile birlikte değişimin hızlandığı ve baş döndürücü bir hıza ulaştığı gözlenmektedir. Değişim ve hız faktörüne uyum sağlamak için insana, teknolojiye ve eğitime yatırım yapmak gerekmektedir.

İnternet, küreselleşmenin belki de en görünür yönü ve birçok yönden itici gücü olduğu bilinmektedir. Küreselleşme süreci, iletişim teknolojisinin ve sermaye hareketlerinin küresel ulaşımı olarak anlaşılmaktadır. Finansal piyasaların küreselleşmesi, çeşitli ülkelerdeki döviz kurları, faiz oranları ve hisse senedi fiyatlarındaki hareketlerin birbiriyle bağlantılı olduğu anlamına gelmektedir. Sosyal açıdan küreselleşme, küresel sosyal ilişkilerin doğasını değiştirmektedir.

Toplumlar, ilk oluşumlardan günümüze kadar her zaman bir değişime ve gelişime maruz kalmıştır. Bu değişim ve gelişme ile yeni bilgiler nesiller boyu aktarılmıştır. Yakın tarihte, Rönesans hareketiyle başlayan bu değişiklikler, 18. yüzyılda Endüstri Devrimi'ni doğurmuştur. Savaş endüstrisi, ülkelerin yeni arayışları ve beklentileri doğrultusunda gelişmiştir, özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, ülkeler bilim ve teknolojiye gelişmeler göstermeye başlamıştır. Toplumlar eski zamanlardan günümüze her zaman bir güce ihtiyaç duymuşlardır. Endüstri toplumunda kas gücü ön plandadır ve İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra kas gücü beyin gücü ile değiştirilmiştir. Kas gücü ile çalışan işçiler bilgi çalışanlarıyla değiştirilmiş ve kullanılan araç ve gereçler değişmiş ve gelişmiştir. II. Dünya Savaşı'nda kullanılan teknolojinin yarattığı gücün bir sonucu olarak, toplumlar 1950'lerde bilgi toplumuna yol açan bilgi toplumunun bir sonucu olarak, bunu bir güç olarak benimsemişlerdir. Hammaddenin etkin bir şekilde kullanıldığı ve bilginin kullanıldığı sanayi devrimi ve bilgisayar teknolojisi tarafından geride bırakılan bir bilgi çağı oluşmuştur (Ünal, 2009, 124-125). Bilgisayarların ilk 40-50 yıllarının teknolojik seviyeye ulaşma sürecinde incelenmesinin ilk aşamada hesaplamaların destekleyici makineler olarak görüldüğü görülmektedir. 1970'lerden 1980'lere kadar bilgi toplumuna geçiş süreci, kuruluşların hesap değerleri ile piyasa hesap değerleri arasındaki artan farkın bir sonucu olarak yaşanmıştır. Özellikle, 1990'larda, örgütlerin ve toplumların ekonomik olarak daha gelişmiş olmalarını sağlayacak ve refah düzeyine getirecek hammadde arayışı, kuruluşların maddi varlıkları geride bırakmalarını ve maddi olmayan varlıklara önem vermelerini sağlamıştır (Akyüz, 2005, 41-42).

Bilişim ve iletişim teknolojileri, bilgiye ulaşmanın en etkili ve kolay yoludur. Çağa ayak uydurabilen bireylerin en önemli özelliği nitelikli bilgiye ulaşma ve bilgiyi kullanmadır. Bu noktada en önemli sorun, bilginin nasıl elde edileceği, dağıtılacağı ve saklanacağıdır. Bilişim ve iletişim teknolojilerinin hızlı gelişmesinin ana nedeni budur. Bilişim ve iletişim teknolojileri hem bilgi düzeyini en üst düzeye çıkarmak hem de bilgi çağının sürekli değişen koşullarına uyum sağlamak için vazgeçilmezdir.

2.2 İnternet'in Ortaya Çıkması ve İnternet Teknolojileri

İnterneti çok yalın bir ifade ile anlatmak gerekirse, Dünya üzerindeki en geniş bilgisayar ağıdır. Bu ağ ile, Dünya'nın her bölgesinde milyon belki de milyarlarca bilgisayar ve local ağlar ile birbirlerine bağlanmaktadır. İnternet, pek çok bilgisayar sistemini TCP / IP protokolüne bağlayan aynı zamanda büyüyen bir ağ olma özelliği bulunmaktadır. İnternet, bilgiye kolay, ucuz, hızlı ve güvenli bir şekilde ulaşmanın ve paylaşmanın en geçerli yoludur. 1969'da Savunma Bakanlığı, çeşitli bilgisayar ve askeri araştırma projelerini desteklemek için ARPANET (Gelişmiş Araştırma Projeleri Ajansı Ağı) adlı paket anahtarlamalı bir ağ tasarlamaya başlamıştır. ARPANET dışındaki bilimsel amaçlar için, NSFNET (Ulusal Bilim Vakfı) 1986 yılında ticari amaçlı Compuserve gibi yeni ağlar tanıtılmıştır. 1973 yılında, farklı ağların aralarında veri iletebileceği ve ortak bir dil oluşturabileceği kararlaştırılmıştır. Bu amaçla, TCP / IP (İletim Kontrol Protokolü / İnternet Protokolü) tanıtılmıştır. TCP / IP, İnternet'teki farklı bilgisayarların ve ağların birbirleriyle sağlıklı bir şekilde iletişim kurmasını sağlayan ortak bir dil olarak geliştirilmiştir. İnternetin gelişmesindeki son adım World Wide Web'in gelişimidir. www, İnternet kullanım kolaylığı ve kullanıcı sayısındaki artış ile önemli bir işlevi yerine getirmiştir.

İnternet, bilgi teknolojisi ve iletişiminde daha önce hiç yaşanmadığı bir şekilde devrim yapmıştır. İnternet, coğrafi konum gözetilmeksizin insanlar ve bilgisayarları arasındaki etkileşimi sağlayan dünya çapında bir mekanizmadır. Çok başarılı bir araştırma ve geliştirme programının başarabileceklerinin bir örneğidir (Leiner, 2016). Amaç olarak, internete erişebilen her insanın, istediği zaman, herhangi bir yere bağlanabileceği veya bağlanabileceği veya bir bilgisayar, akıllı telefon veya tablet kullanarak her türlü



bilgiye veya hizmete erişebileceği anlamına gelmektedir. Bu, ticarete, ticarete büyük bir artış sağlamak ve böylece küreselleşmeye dolaylı olarak yardımcı olmaktadır. İlk günlerde, İnternet büyük bir kütüphane ve bilgi kaynağı olarak kullanılmıştır. Günümüzde, yeni uygulamalar ve hizmetler sayesinde eğlence yönü öne çıkmıştır. İnternet kullanıcıları, birbirlerinden farklı olarak, İnterneti insanlarla iletişim, iletişim gibi kendi kurallarına göre sosyal ağlar olarak tanımlamaktadırlar (Kara, 2005).

Bilgi yönetimi ve paylaşımında kullanılan iletişim ve işbirliği teknolojilerinin sınıflandırılması gerekirse; iletişim ve işbirliği teknolojileri, bilgi ana kapıları (portallar), Intranets ve Extranets olarak sınıflandırılabilir. İletişim ve işbirliği teknolojileri, bireylerin bilgi iletişiminde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanmalarını sağlamaktadır. Bilginin ana kapıları, birçok bilgi kaynağına tek bir noktadan erişim sağlayan yapılarıdır. İnternetler, kurum içinde çalışan kişilerin bilgiye ulaşip bilgi paylaştığı ve kurum içi bilgi yönetiminin yapıldığı yerlerdir.

Bilgisayarı oluşturan fiziksel parçaları ifade eden donanım alanındaki donanımların tam kullanımı, donanım faaliyetlerini yönlendiren ve yönlendiren komutlar olarak ifade edilen yazılım alanını da geliştirmiştir. Zaman içinde bilgisayar ve iletişim teknolojilerinde hızlı gelişmeler olmuştur. Gelişmelerin tamamlanmadığı ve bugün ulaşılan noktada devam edeceği anlaşılmaktadır. Bilgi teknolojilerindeki bu değişimin iki ana faktörü, yeni teknolojilerin hızla ortaya çıkması ve iş ortamlarının bilişim teknolojilerinin desteklenmesi konusundaki talebidir. Küresel rekabet ortamında, işletmelerin farklı amaç ve beklentilerle bilişim teknolojilerinin desteğine ihtiyacı bulunmaktadır. Bu bağlamda, bilgi teknolojilerinin kuruluşlara sunduğu stratejik avantajları anlamak, doğru kararı vermede bilgiyi kullanmak ve gelecekle ilgili belirsizliği azaltmada en önemli faktör olmak önemlidir (Mutsaers ve diğerleri, 1998).

İletişim teknolojisi ve bilgisayarları, iletişim kanallarındaki ve mesaj aktarımındaki gelişmelerin yanı sıra, 1960'larda bütünleşmeye başlamış ve bilgisayarlar arasında iletişimi sağlayan ağlar ortaya çıkmıştır. Bu noktada, genel olarak iletişim teknolojilerinin gelişimi; Telgrafın 1837'de icadıyla başlayan yolculuk, 1875'te telefonla ve 1927'de teleksin icadıyla devam etmiştir. 1950'lerde bilgisayarların ve transistörlerin gelişimini 1960'larda modern izlemiştir. 1970'lerde ilk veri ağları ile tanıtıldı ve ulaştırma sektöründe elektronik veri değişimi kullanılmıştır. 1980'lerden sonra katma değerli ağlar ortaya çıkmış ve kuruluşlar arasında hızlı bir büyüme gözlenmiştir. İletişim teknolojisindeki en önemli gelişmelerden biri, internetin halka arz ile birlikte askeri ve akademik amaçlı tanıtımı olmuştur (Pawar ve Driva, 2001).

İletişim teknolojileri, iletişimdeki tüm teknolojileri ve teknolojileri içeren bir kavramdır. Bu nedenle iletişim teknolojileri; iletim, telekomünikasyon, iletişim, bilgi yayıncılığı ve basımıdır. İletişim teknolojileri, telgraf, telefon, faks, teleks, radyo, televizyon, uydu, interaktif televizyon, kablolu televizyon, uzaktan kumanda, çağrı cihazı, GSM, alıcı-verici, gövde radyosu, bilgisayar, modem, video oynatıcı, video kamera, video projektörü, amplifikatör CD-ROM, VCD, DVD, yazıcı, yazıcı, fotokopi gibi teknolojilerini içermektedir.

2.3 Küreselleşme ve İnternet Çağı

Toplumlar, ilk oluşumlardan günümüze kadar her zaman bir değişime ve gelişime maruz kalmıştır. Bu değişim ve gelişme ile yeni bilgiler nesiller boyu aktarılmıştır. Yakın tarihte, Rönesans hareketiyle başlayan bu değişiklikler, 18. yüzyılda Endüstri Devrimi'ni doğurmuştur. Savaş endüstrisi, ülkelerin yeni arayışları ve beklentileri doğrultusunda gelişmiştir, özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, ülkeler bilim ve teknolojiye gelişmeler göstermeye başlamıştır. Toplumlar eski zamanlardan günümüze her zaman bir güce ihtiyaç duymuşlardır. Endüstri toplumunda kas gücü ön plandadır ve İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra kas gücü beyin gücü ile değiştirilmiştir. Kas gücü ile çalışan işçiler bilgi çalışanlarıyla değiştirilmiş ve kullanılan araç ve gereçler değişmiş ve gelişmiştir.

II. Dünya Savaşı'nda kullanılan teknolojinin yarattığı gücün bir sonucu olarak, toplumlar 1950'lerde bilgi toplumuna yol açan bilgi toplumunun bir sonucu olarak, bunu bir güç olarak benimsemişlerdir. Hammaddenin etkin bir şekilde kullanıldığı ve bilginin kullanıldığı sanayi devrimi ve bilgisayar teknolojisi tarafından geride bırakılan bir bilgi çağı oluşmuştur (Ünal, 2009, 124-125). Bilgisayarların ilk 40-50 yıllarının teknolojik seviyeye ulaşma sürecinde incelenmesinin ilk aşamada hesaplamaların destekleyici makineler olarak görüldüğü görülmektedir. 1970'lerden 1980'lere kadar bilgi toplumuna geçiş süreci, kuruluşların hesap değerleri ile piyasa hesap değerleri arasındaki artan farkın bir sonucu olarak yaşanmıştır. Özellikle, 1990'larda, örgütlerin ve toplumların ekonomik olarak daha gelişmiş olmalarını sağlayacak ve refah düzeyine getirecek hammadde arayışı, kuruluşların maddi varlıkları geride bırakmalarını ve maddi olmayan varlıklara önem vermelerini sağlamıştır (Akyüz, 2005, 41-42).

Sanayi sonrası toplumun istikrarı ve arayışının hızlı bilginin üretilmesine kanalize edildiği ve bu nedenle, şu ana kadar bilgide bir artış gözlemlendiği görülmektedir. Bilginin artması sonucu biriken büyük



bilginin, iletişim kurarak, paylaşarak ve kullanarak toplum yaşamında olduğu kadar bireyin ve kurumun yaşamında da önemli değişikliklere yol açtığı söylenebilir. Bilgi ve teknolojinin üretiminde ve yönetiminde etkili olan toplumların bilgi satmaya yönelik olduğu görülmektedir. Bilgi çağındaki örgütsel yönetim, insan kaynakları ve müşterilerin ihtiyaçlarını sürekli araştırıp değerlendirmeli ve bu ihtiyaçlar karşılanmalıdır. Bilgi çağına geçişte, geleneksel yönetim yaklaşımı yetersizleşmekte ve gittikçe daha fazla tükenmektedir. Bilgi çağında, yöneticiler teknoloji, organizasyon ve insan kaynakları arasındaki etkileşimi tanımlamalı ve anlamalıdır. Bununla birlikte, öğrenme alışkanlıkları her kurumda geliştirilmeli ve işletmeler de öğrenme kurumları olmalıdır.

Gelişmiş ülkeler her zaman bireylerin değerli olduğu zamanlardan bir adım öndedir, zamanla bilgiye erişebilir ve bilgiyi doğru kullanabilir. Bu nedenle bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki gereksinimleri iyi bir şekilde belirlemek, doğru çözümleri geliştirmek, çözümleri iyi uygulayabilmek ve doğru stratejiye sahip olmak gerekmektedir. Eleştirel düşünebilen bireyleri eğitmek, karar vermek, yaratıcı düşünmek, sorunları çözmek, bilgisayar programlarını kullanabilecek yeniliklere açık bireyleri eğitmek için bilişim ve iletişim teknolojilerine ihtiyaç duyulmaktadır.

Bilişim teknolojileri, bilgisayar ve iletişim teknolojilerini birlikte kullanarak yaratılan sistemlerdir. Bilişim Teknolojileri; mikro-elektronik ve veri iletiminin yanı sıra, faks makineleri, cep telefonları, kablolu televizyon, bilgisayarlar, bilgi ağları, videotex, yazılım ve çevrimiçi veritabanlarını içeren teknolojilerdir. Örgütsel yazışmalarda, bilişim ve iletişim teknolojilerinden elde edilen veriler, bilgiye dönüştürülecek ve karar süreçlerinde kullanılacak şekilde toplanır, sınıflandırılır, kaydedilir ve işlenir.

Günümüzde iletişim ve bilgisayar teknolojilerini birlikte düşünmek mümkündür. Bilgisayar ve iletişim teknolojisinin hızlı gelişimi, üretim için bilgi akışını hızlandırmış ve kolaylaştırmış, zaman kullanımında sağladığı avantajlarla üretimdeki verimliliği ve verimliliği arttırmıştır. Yönetimde iletişimi sağlayan bilgi ve iletişim teknolojileri hızla gelişmektedir. Video kayıt cihazları, tele-sekreter cihazları, kapalı devre televizyon sistemleri, faks makineleri, yönetimde yeni iletişim esnekliği. İletişim teknolojisinin en önemli yararı, yazılı iletişime büyük kolaylık sağlamasıdır.

Bilişim ve iletişim sistemleri konsepti ile; bilgi (bilgisayar, veri depolama cihazları, ağ ve iletişim araçları, yazılım geliştirme araçları), uygulamalar ve hizmetler (bilgi işlem, uygulama yazılımı geliştirme, bilgi bankaları ve bilgi erişim hizmetleri) toplama, saklama, işleme, erişme ve dağıtma hizmeti veren teknolojileri sistem ve insan kaynakları hakkında bilgi (davranış temelleri) kastedilmektedir (Öğüt, 2003). Bilgi sistemlerinin tümü, bir kurumda karar alma ve kontrol mekanizmasını desteklemek için bilgi toplama, işleme, saklama ve dağıtmaya hizmet eden birbiriyle ilişkili unsurlardır. Karar alma, koordinasyon ve kontrol faaliyetlerine ek olarak, bilişim ve iletişim sistemleri yöneticilere ve çalışanlara sorunları analiz etme, karmaşık sorunları inceleme ve yeni ürünler belirleme konusunda yardımcı olmak için de tanımlanmaktadır (Laudon ve Loudon, 1996).

3. BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE SOSYAL MEDYA

3.1. Bilişim Çağı ve Bilgi Toplumu

Teknolojik yeniliklere dayalı üretilen yeni malzemeler elektronik, bilgi, iletişim, mekan, otomotiv ve tıp alanlarında geniş ve yaygın olarak kullanılmaktadır. Gelişmelerin bir bilgi patlaması yarattığı ve bilgi çağındaki dönüşümü hızlandırdığı iddia edilmektedir. Bu bağlamda teknolojik yenilikler ve gelişmeler bireyleri güçlendirmekte ve insanlık için büyük fırsatlar yaratmaktadır (Öğüt, 2003). Hızla büyüyen teknoloji, küresel rekabet, bölgesel ve ulusal gelenekleri aşan ulusötesi ve etkileşimli kültür, bilgi çağını şekillendiren unsurlardır. Teknolojinin ve bilginin yeni bir ivme kazandırdığı bilgi çağı hızla ilerlemektedir. Bu gelişme sosyal, ekonomik ve kültürel değişimi beraberinde getirmektedir. Bilgi çağında, çeşitli yöntemlerle bilginin depolanması ve aktarılması, insanların ve kurumların gücü ve avantajıdır. Stratejik olarak önemli bir fark yaratmak, bilgiyi elde etmek ve rakiplere karşı avantaj sağlamak için bilginin gücü inkar edilmemektedir. Ancak, bilginin var olduğu ve edinildiği ölçüde, bilgi değerli ve anlamlıdır. En değerli bilgiye sahip ancak bunları nasıl kullanacaklarını bilmeyen kurumlar için bilginin değeri söz konusu değildir (Goh, 2002). Bu nedenle kurumlar bilgiyi doğru kullanabilecek kadar akıllı olmak zorundadırlar.

Bilgi çağını önceki dönemlerden ayıran beş temel özellik vardır. Bu özellikler (Senn, 1995);

- Bilgi çağı bilgi temelli toplumun yükselişinden oluşmaktadır.
- Bilgi çağında, işletmeler bilgi teknolojilerine dayanarak çalışmaktadır.
- Bilgi çağındaki iş süreçleri verimlilik artışına dönüşmektedir.
- Bilgi çağının başarısı, bilgi teknolojilerinin kullanımının etkinliği ile ölçülmektedir.
- Bilgi çağında, birçok ürün ve hizmet bilgi teknolojileri ile iç içe geçmiştir.



Rekabet avantajı elde etmek için oldukça rekabetçi bir bilgi çağında, kurumsal bilgiler daha iyi ve daha hızlı elde edilmeli ve bu bilgiler rakiplerden daha iyi ve daha hızlı bir sonuç haline getirilmelidir (Powel, 2014). Bilgi çağındaki yeniliklerin yayıldığı günümüz dünyasında, toplumların çoğunun tarım, sanayi ve ileri sanayi toplumu evrelerinde yaşadığı, ancak küreselleşme bağlamında egemen olan ülkeler olduğu bilinmektedir.

Bilgi toplumu, dinamizmini bilgiden alan, toplumun ve ana üretim sektörünün talep ettiği becerilerle öncüyü eğiten bir toplumdur (Dura ve Atik, 2002). Bu toplum, yaşam standardının bir göstergesi olarak, yaşam kalitesi tarafından, mal miktarı tarafından tanımlanan sanayi toplumunun aksine hizmetlerin, sağlık, eğitim, dinlenme ve sanat faaliyetlerinin bir göstergesi olarak tanımlanmaktadır. Bilgi toplumu, bilgilerin toplanması, işlenmesi ve yayılması ile ilgili faaliyetlerin daha önce görülmemiş bir hızda arttığı bir kültürdür. Sanayi sonrası toplum iki anlamda bir bilgi toplumu: Birincisi, toplumdaki tüm yeniliklerin kaynağı araştırma ve geliştirme. İkincisi, hem toplam üretim hem de istihdam açısından, ekonominin ana ağırlığı bilgisidir.

3.2. Sosyal Medya Kavramı

Tüm bilgi işlem sistemleri ve dolayısıyla tüm web uygulamaları ve ayrıca tüm medya biçimleri sosyal olarak değerlendirilebilir çünkü toplumdaki sosyal ilişkilerden kaynaklanan insan bilgisini depolamakta ve iletmektedirler. İnternetin gelişmesiyle birlikte, kamu ve özel medya arasındaki bu kutuplaşma değişmeye başlamıştır. Bir gruba bir e-posta gönderilebilir, daha geniş kitlelere hitap eden bülten panoları, özel forumlar, sohbet odaları ve bloglar ile radyo gibi diğer grup medyaları bulunmaktadır. Bununla birlikte, medya aracılığıyla günlük iletişimin çoğunda önceki iki biçim, kamu yayıncılığı ve özel yayınların baskısı devam etmiştir. Sosyal paylaşım sitelerinin başlangıçtaki gelişimi, aslında, gruplara gönderen bireyler haline gelmek için kamu yayıncılığının azaltılması olarak karşımıza çıkmıştır. Genellikle bu gruplar birkaç yüz kişiden fazlasını içermemekteydi. Ek olarak, bu grupları oluşturan insanlar kendi aralarında etkileşime girecek, örneğin başkalarının yorumlarına yorum yapacaktır. Aynı zamanda metin mesajlaşma ve MSM ve AOL gibi internet hizmetlerinin gelişimi gerçekleşmiştir. Bunlar, akıllı telefonun, özellikle Blackberry telefonlarına yönelik özel mesajlaşma platformu olan Black Berry Messenger'ın (BBM) yükselişiyle daha da gelişmiştir. Küresel etkisi ilk zamanlarda genel olarak dikkate alınmamıştı, ancak WhatsApp gibi uygulamalarla ne kadar etkili ve güçlü olduğu anlaşılmıştır. Bu tür servisler özel mesajlaşma ve çeşitli grup fonksiyonlarını da içerecek şekilde yukarı doğru ölçeklendirilmiştir. Bu trend, son üç yılda WhatsApp ve WeChat gibi platformların oldukça hızlı yükselişi ile konsolide edilmiştir. Bunlar QQ veya Facebook'tan daha küçük, daha özel gruplar oluşturmak için, genellikle 200 ya da daha az kişi için kullanılırlar. Herhangi bir bireye merkezli olmayabilirler. Genel olarak tüm üyeler eşit olarak gönderebilir; bunlar herhangi bir kişinin ağından ziyade oluşturulmuş gruplardır. Bunlar özellikle önemlidir, çünkü gençler için bu tür metin tabanlı iletişim telefonun ses tabanlı kullanımını büyük ölçüde değiştirmiştir.

Sosyal medya her yerde yayıldıkça, eğilim sosyal medyanın doğası hakkında yazmaktan ziyade belirli olayları incelemeye başlamıştır. Bugün sosyal medya üzerine yapılan literatürün kapsamlı bir araştırması, din, ekonomik yaşam, devlet kurumları, bilim pratiği vb. Üzerindeki etkilerini örtmeye çalıştığı zaman kendisini çok yakında bulacaktır.

Bilişim sistemleri alanı, bilişim teknolojilerinin bireysel, örgütsel ve toplumsal seviyelere etkilerinin araştırılmasıyla ilgilidir (Lucas Jr ve diğ., 2013). En etkileyici bilişim teknolojilerinin fenomenlerinden biri, sosyal medya olarak adlandırılan bir dizi bilişim teknolojilerinin teknolojisinin ortaya çıkması ve yayılmasıdır (Kapoor ve diğ., 2017). Kişilerarası web tabanlı iletişim teknolojileri uzun zamandır bilişim sistemi araştırmacıları tarafından incelenmektedir (Kent ve Taylor, 1998). Ancak sosyal medya, geleneksel medya ve çevrimiçi iletişim sistemlerinden niteliksel olarak farklıdır. Sosyal medya, profil oluşturma ve kullanıcılar arasındaki ilişkilerin görünürlüğünü sağlayan web siteleri olarak tanımlanmıştır (Boyd ve Ellison, 2008). Paylaşım, ilişkiler, grup, konuşma ve profiller için işlevsellik sağlayan web tabanlı uygulamalardır (Kietzmann ve diğerleri, 2011). Sosyal medyanın bir başka tanımı ise Web 2.0 üzerine inşa edilmiş İnternet tabanlı uygulamalar, Web 2.0 ise ortak zekâyı kullanmak için bir platformun yanı sıra bir konsept de işaret etmektedir (Huang ve Benyoucef, 2013, 246). Facebook, Twitter ve LinkedIn gibi sosyal medya, insanlara yaygın bir ağ bağlantısı sağlamaktadır (Asur ve Huberman, 2010). Sosyal medyanın tüm tanımları, sosyal medyanın çevrimiçi veya internet teknolojilerinin kullanılması anlamına geldiği konusunda hemfikirdir.

"Sosyal medya" terimini kimin oluşturduğuna dair tartışmalı iddialar olsa da, terimin 1990'ların başında çevrimiçi etkileşimi kolaylaştıran web tabanlı iletişim araçlarına atıfta bulunarak ortaya çıktığı görülmektedir (Bercovici, 2010). Bununla birlikte, sosyal medyanın belirli bir kapsam, format, konu, izleyici



veya kaynak tarafından tanımlanmadığı için, sosyal medya ile ilgili tüm teknolojileri ve faaliyetleri kapsayan tek bir tanım sağlamak son derece zordur. Sosyal medyanın bu potansiyel geniş tanımı, sosyal medya teorisyenlerinin doğasını dikkate alarak, üç sosyalliğin herhangi birini odak noktası olarak kabul edebileceğini belirten Trottier ve Fuchs (2015) tarafından gösterilmektedir: a) biliş, b) iletişim, ve c) işbirliği. Neyin sosyalliği oluşturduğuna dair bu görüşlerin her biri analitik dikkati farklı sosyal süreçlere ve farklı medya türlerine yönlendirir. Sosyal medyanın geniş tanımları için potansiyele rağmen, pratikte sosyal medyayı isteyen birçok bilim adamı ve uygulayıcı, bloglar, sosyal paylaşım siteleri ve mikroblog dahil olmak üzere son otuz yılda ortaya çıkan belirli bir çevrimiçi teklifler grubuna atıfta bulunmaktadır. Bu teknolojilerin ve ilgili spesifik uygulamaların ortaya çıkması, genellikle, tüm kullanıcılara içerik gönderme yoluyla yazma ve katkıda bulunma fırsatı sunan ve bunlara erişilebilen bir web tabanlı uygulama sınıfının varlığını ifade eden Web 2.0'in kurulması olarak tanımlanmaktadır (Beer and Burrows, 2007a). Özellikle, bilim insanları sosyal medya arasındaki farkları ve sosyal ağlar veya sosyal ağ siteleri gibi daha dar terimler aramışlardır. Örneğin, Murthy (2012), Twitter'ın profesyonel olmayan aktörler tarafından kullanıcının oluşturduğu kamusal iletişimi kolaylaştırması için bir sosyal medya biçimi olduğunu, ancak Twitter'ı, çoğunlukla çevrimdışı tanıdıkları kişilerle etkileşime giren kişilerin Facebook veya LinkedIn gibi sosyal paylaşım sitelerinden ayırdığını öne sürmektedir. Benzer şekilde, Beer (2008), öncelikle aktif olarak ağ kurma bireyleri (sosyal ağ siteleri) - ve sadece sosyal ağın tanımına girecek olan kişilerin çevrimiçi bağlantılarını açıkça ifade eden platformlar - sosyal ağ siteleri - arasında ayırım yapmada değer olduğunu ileri sürmektedir. Ağ siteleri ise sosyal medyayı sınıflandırmanın, başvuru türleri ve bunların kullanımları arasındaki benzerlik ve farklılıkları inceleyen daha ayrıntılı bir burs sağlayabildiğini belirtmiştir.

Günümüzde sosyal medya alışverişi yapmaktan elektronik postalara, eğitim ve iş araçlarına kadar birisinin hayatının önemli bir parçası olmuştur. Sosyal medya, insanların yaşam tarzını dönüştürmede hayati bir rol oynamaktadır. Sosyal medya, insanların birbirleriyle kolayca bağlantı kurabilecekleri sosyal ağ siteleri ve bloglar içermektedir. Twitter ve Facebook gibi bu sosyal paylaşım sitelerinin haberlerin anahtar aracı olarak ortaya çıkmasından bu yana, gazeteciler ve örgütleri yüksek bir iletişim hareketi gerçekleştirmiştir. Hepimiz toplumumuz üzerinde çok büyük bir etkisi olan sosyal medyanın farkındayız. Sosyal medya sitelerinin çoğu web üzerinde en popüler olanlarıdır. Bazı sosyal medya siteleri, insanların web'de iletişim kurma ve sosyalleşme biçimini değiştirmiştir. Sosyal ağ siteleri, insanların eski arkadaşları, iş arkadaşları ve arkadaşları ile yeniden bağlantı kurma fırsatını vermektedir. Aynı zamanda insanların yeni arkadaşlar edinmelerine, aralarında içerik, resim, müzik ve videoları paylaşmalarına yardımcı olmaktadır. Sosyal medya aynı zamanda bir toplumun yaşam biçimini de değiştirmiştir (Neelamalar ve Chitra, 2009, 130).

Çok sayıda tanım ve görüş noktası olmasına rağmen, birçok uygulamanın mevcut olmasına rağmen, sosyal medya olarak "doğal olarak algıladığımız" web siteleri, platformlar bu tanımların kapsamında değildir. Bu uygulamalar;

- Uygulamalar yoluyla erişilebilir ve web siteleri aracılığıyla (yalnızca) değil - ör. "Sosyal medya sitesi" terimini çok dar yapan WhatsApp veya Facebook;

- Masaüstü uygulamalarında ve her iki tanımda belirtilmeyen ve "müdahaleci" olmaları nedeniyle "varlık" yapı taşı tarafından kapsanmayan cep telefonlarındaki bildirimler yoluyla her zaman çevrimiçi olmak gerekmektedir (Kietzmann ve diğerleri, 2011);

- Basit "etkileşimlerin" ötesine geçen Entegre ve Medya Zenginliği;

- İçerik oluşturucu aktif olarak yapmadan kullanıcılara bilgi aktarıldığında içeriğin "pasif paylaşımını" destekleyen; bu, "ilişkileri" açıkça yapılan bağlantıların ötesine genişletmektedir.

Diğer önemli bir husus ta, sosyal medya üzerinde sosyal mevcudiyet hususudur. Sosyal mevcudiyet, sosyal medyanın önemli bir parçasıdır (Kietzmann ve ark., 2011). Sosyal mevcudiyet, bir web sitesinde "sıcaklık" ve sosyalleşme duygusudur (Gefen ve Straub, 2003). Sosyal mevcudiyet, "bir ortamın, kullanıcıların başkalarını psikolojik olarak mevcut olarak deneyimlemesine ne ölçüde izin verdiği" olarak tanımlanmaktadır (Hassanein & Head, 2005). Mevcudiyeti, "orada olma yanılması ya da fiziksel olarak başka bir yerde konumlanmış bir çevrede olma deneyimi" olarak tanımlanabilir (Li, Daugherty, & Biocca, 2002). Short ve arkadaşları (Short, Williams ve Christie, 1976), samimiyet ve yakınlığın medyanın sıcaklığını arttırdığını ve kişilerarası ve senkron iletişim için varlığın aracılı ve asenkronen daha yüksek olduğunu öne sürmektedir (Kaplan ve Haenlein, 2010). Medya, insan etkileşimi, girişkenlik ve duyarlılık sağlarsa sıcak olarak algılanmaktadır (Hassanein ve Baş, 2005). Bilgi arama, sosyal var olma algısını artırır (Hajli, Sims, Zadeh ve Richard, 2017) ve Cheung, Chiu ve Lee (2011), sosyal mevcudiyeti, kullanıcıların sosyal medyayı kullanmaya devam etmelerini arttırdığını tespit etmektedir.



Son olarak, sosyal medya kullanıcıları orijinal veya remixlenmiş (örneğin, memler, gifler, mashuplar) içerik oluşturabilir ve bu içeriği çevrimiçi olarak yayımlayabilir, bu da genellikle ilgili kullanıcılar tarafından açıkça görülebilir. Kullanıcı tarafından oluşturulan içerik için bu olasılık, sosyal medyanın farklı bir yönünü düşündürmektedir ve kullanıcıların üretim araçlarına benzer erişime sahip olmadığı televizyon veya radyo gibi kitle iletişim araçlarıyla karşılaştırılabilmektedir. Sosyal medyada oluşturulan içeriğin genellikle herkese açık olmasına rağmen, çoğu sosyal medya uygulamasının, içerik sağlayıcı tarafından seçilen bireylere veya gruplara materyale erişimi kısıtlamak için tasarlanmış özellikler sunduğunu not etmek önemlidir. Uygulamada, bireyler farklı sosyal medya biçimlerini kullanırken az ya da çok görünür ya da eforlu davranışların karışımına katılabilir ve belirli gruplarla etkileşime girmeyi (ya da etkileşimi kısıtlamayı) isteyebilir. Bu nedenle, sosyal medya katılımını yalnızca görünür medya kullanımına yansımamış birbirine bağlı davranışlar ağıyla oluşturulduğu anlaşılabilir.

Sosyal medyada bulunan tüm TV kanalları bilinçaltı reklamlara ve ilişkisel görsellere daha fazla önem vermeli, böylece çoğu mesaj markalarıyla ilişkili olarak algılanmalıdır. Seyircilere (muhtemelen) en önemli ve ilginç olanı hatırlatma şansını görmezden gelmek akıllıca olmamaktadır, ancak kullanıcılar aşırı ve tekrarlayan içeriklerden rahatsız olmaktadır. Sosyal ağlar çok hızlı gelişmektedir. TV kanallarının tanıtımına yönelik bazı araçların daha gelişmiş olduğu, diğerlerinin daha az etkili olduğu açıktır. Bir TV kanalının sosyal medya hesabının popüleritesini ve ilerlemesini korumak için, hesabın yöneticileri yakın gelecekte başarısız olabilecek veya verimsiz olabilecek tek bir promosyon aracı, strateji veya taktiğe odaklanamamaktadırlar. Her an yeni promosyon araçları keşfedilebilir. Sosyal ağ siteleriyle çalışırken, TV kanallarına bağlı medya profesyonellerininmektedir. Resmi olarak onaylanmış kurallara uymaları gerekmektedir. Ancak, kesilmesi İnternet topluluğunun hemen olumsuz yanıt vermesine neden olabilecek söylenmeyenler de bulunmaktadır.

4. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

İçinde bulunduğumuz iletişim ve bilişim çağında insanlığın geldiği nokta itibariyle sosyal değişimler tarih boyunca hiç olmadığı kadar hız kazanmıştır. İnsanlık, tarım toplumu ve sanayi toplumundan sonra bilgi toplumu dönemini yaşamaktadır. Bilgi toplumunun tarım ve sanayi toplumundan farkı, 'insan ve makine' gücü, bilgi toplumunda yerini 'düşünce ve akıl' gücüne bırakmıştır. Haberleşme bilgisayarın yaygın kullanılmasıyla hızlanmış ve daha kolay hale gelmiştir. Dünyada üretilmekte olan bilgiye daha hızlı erişebilmek için bilgi ağları ve veri tabanları oluşturulmuştur.

Bilgi toplumunun etkileşimde bulunduğu en önemli kavram 'bilgi teknolojileri'dir. Teknoloji alanındaki yenilikler, toplumsal yaşamda önemli değişikliklere yol açmıştır. Özellikle iletişim alanındaki hızlı gelişme ve bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ile küreselleşme yaygınlaşmıştır. Bilgi, insanların sadece yakın çevresiyle değil, uluslararası çevrede paylaşılan bir ürün haline gelmiştir. Ayrıca teknolojik gelişmeler ekonomi, sanat, kültür, eğlence alanlarında yeni ilişkilere yol açmış ve ülkelerin gelişimi için yeni fırsatlar sunmuştur. Sosyal medya, günümüzde özel ve tüzel kişiliklerin kendilerini yansıttığı, özellikle kurumları daha ulaşılır ve iletişim kurulabilir hale getiren bir araçtır. Kişisel bilgisayarların, tabletlerin ve akıllı telefonların yaygınlaşması ile birlikte sosyal medyanın hayatımızda edindiği yer günden güne artmaktadır.

Sonuç olarak, sosyal medya, insanların yaşam tarzını dönüştürmede hayati bir rol oynamaktadır. Sosyal medya, insanların birbirleriyle kolayca bağlantı kurabilecekleri sosyal ağ siteleri ve bloglar içermektedir. Küreselleşen ve bilgi ve iletişim teknolojilerinin her geçen gün daha fazla geliştiği bu çağda, sosyal medyanın gücü tartışılmayacak şekilde önemlidir. Konuyla ilgili daha fazla araştırma yapılarak, somut etkileri ortaya konmalıdır.

KAYNAKÇA

- Arora, Payal. (2012). Typology of Web 2.0 Spheres: Understanding the Cultural Dimensions of Social Media Spaces. *Current Sociology*, 60, 599-618.
- Asur, S., & Huberman, B. (2010). Predicting the future with social media. Paper presented at the Web Intelligence and Intelligent Agent Technology (WI-IAT). 2010 IEEE/WIC/ACM International Conference on.
- Bardhan, P (2006). Does Globalization Help?. *Scientific American*, Volume 294.
- Beer, David and Roger Burrows. (2007b). Consumption, Prosumption and Participatory Web Cultures. *Journal of Consumer Culture*, 10(1): 3-12
- Berger, A. A. (1996). *Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Billington, M. G., & Billington, P. J. (2012). Social Media Tools for Leaders and Managers. *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, 9(6), 11-19.
- Bertot, John C., Paul T. Jaeger and Justin M. Grimes. (2010). Using ICTs to Create a Culture of Transparency: E-government and Social Media as Openness and Anti-Corruption Tools for Societies. *Government Information Quarterly* 27(3): 264-271
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.



- Brown, V. R., & Vaughn, E. D. (2011). The Writing on the (Facebook) Wall: The Use of Social Networking Sites in Hiring Decisions. *Journal of Business and Psychology*, 26, 219-225.
- Crawford, Kate. (2009). Following you: Disciplines of listening in social media. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 23(4): 525-535.
- Cheung, C. M., Chiu, P.-Y., & Lee, M. K. (2011). Online social networks: Why do students use facebook? *Computers in Human Behavior*, 27(4), 1337-1343.
- Fuchs, Christian. (2014). *Social Media: A Critical Introduction*. London: Sage.
- Friedman, T. L. (2005). *The World Is Flat A Brief History Of The Twenty-First Century*. New York: Douglas & McIntyre.
- Gilbert, E., & Karahalios, K. (2009). Predicting tie strength with social media. Paper presented at the *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems*.
- Harboe, G. (2009). In search of social television. In Cesar, P., Geerts, D., and Chorianoopoulos, K. (eds), *Social Interactive Television: Immersive Experiences and Perspectives*, IGI Global.
- Hauptmann, S., & Steger, T. (2013). "A brave new (digital) world?", Effects of Inhouse Social Media on HRM. *Zeitschrift für Personalforschung*, 27(1), 26-46.
- Huang, J., Baptista, J., & Galliers, R. D. (2013). Reconceptualizing rhetorical practices in organizations: The impact of social media on internal communications. *Information and Management*, 50(2), 112-124.
- Huang, Z., & Benyoucef, M. (2013). User-centered investigation of social commerce design. Paper presented at the *International Conference on Online Communities and Social Computing*.
- Heinonen, K. (2011). Consumer Activity in Social Media: Managerial Approaches to Consumers' Social Media Behavior. *Journal of Consumer Behavior*, 10(6), 356-364.
- Hogan, Bernie. (2010). The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30, 377-386.
- Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. (2017). Advances in Social Media Research: Past, Present and Future. *Information Systems Frontiers*, 1-28
- Kara, H. (2005). Bilgisayar / İnternet Teknolojisi ve Değişen Gazetecilik. (Der.), Sevda Alankuş, *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*, İstanbul: İPS İletişim Vakfı Yayınları, 2005.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
- Leonardi, P. M., Huysman, M., & Steinfeld, C. (2013). Enterprise Social Media: Definition, History, and Prospects for the Study of Social Technologies in Organizations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 1-19.
- Lim, M. (2012). Clicks, Cabs, and Coffee Houses: Social Media and Oppositional Movements in Egypt, 2004-2011. *Journal of Communication*, 62, 231-248.
- Waters, R. D., Burnett, E., Lamm, A., & Lucas, J. (2009). Engaging stakeholders through social networking: How nonprofit organizations are using Facebook. *Public Relations Review*, 35, 102-106.
- Wolf, M. V., Sims, J., & Yang, H. (2017). Value Creation Through Relationships Building On Private And Public Social Media. Paper presented at the *11th Multi Conference on Computer Science and Information Systems (MCCSIS 2017)*, Lisbon Portugal.