

PAPER DETAILS

TITLE: Günlük Yashamda Internet ve Medya İlliskileri

AUTHORS: Tvolkan YÜZER

PAGES: 86-96

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/177976>

GÜNLÜK YAŞAMDA İNTERNET VE MEDYA İLİŞKİLERİ

T. Volkan Yüzer*

ÖZET

Yirminci yüzyılın son otuz yıllık döneminde geliştirilmeye başlayan ve 1990'lı yıllardan sonra büyük bir ivmeyle dünya çapına yayılan iletişim araçlarından biri internettir. Dünya çapında yayılmaya başladığı 1990'lı yıllardan, yirmibirinci yüzyılın ilk dönemlerine kadar interneti kullanan kişi sayısında devamlı yükselen bir artış gözlenmektedir. Bunun diğer bir anlamı da internetin gün geçtikçe daha fazla insanın günlük yaşam etkinliklerinin içinde yer aldığıdır. Ayrıca, internetten daha önce insanların günlük yaşam etkinlikleri içinde yerini almış olan diğer iletişim ve kitle iletişim araçlarının varlığı da bir gerçektir. Yapılan araştırmada, internet ve günlük yaşam etkinlikleri tanımlanmış ve devamında internetin kitle iletişim araçları (televizyon, radyo, gazete ve sinema) ile karşılıklı ilişkileri incelenmiştir. Sonuçta, internet ve medyanın, internet kullanıcılarının günlük yaşam etkinlikleri içinde beraber yer aldıkları ve birbirleri açısından çok fazla negatif etkiye sahip olmadıkları görülmüştür.

Anahtar sözcükler: İnternet, medya, günlük yaşam, iletişim.

THE INTERNET AND MEDIA RELATIONS IN EVERYDAY LIFE

ABSTRACT

One of the communication media started to be developed in the last thirty years of the twentieth century, and spread out of the world with a huge rapidity from 1990's is the Internet. There has been a continuously increasing number of its users between its spreading out of the world in 1990's, and the early years of the twenty first century. The other meaning of this situation is that the Internet has involved more people's everyday life day after day. Besides, there are different media and mass media in the Internet users' everyday lifes near the Internet. In this study, the Internet and everyday life activities are defined, and the relations of the Internet and mass media (television, radio, newspaper, and cinema) are searched. In conclusion, the Internet and mass media appeared in the Internet users' everyday lifes together, and they do not have a negative effect for each other.

Keywords: The Internet, media, everyday life, communication.

GİRİŞ

İnsanoğlunun çeşitli teknolojik araçlar yardımı ile kişiler arası veya kitlesel olarak uzaktan haberleşmesi konusu, 18. yüzyılda başlayan sanayi devriminden sonra büyük bir gelişim göstermiş ve zaman içinde giderek artan bir ivme kazanmıştır. Özellikle yirminci yüzyıl iletişim alanında büyük gelişmelerin yaşandığı bir dönem olarak insanlık tarihinde yerini almıştır. Sanayi devriminden sonra yaşanan teknolojik gelişmeler üç ayrı dönem olarak ele alınmaktadır (Şaylan 1995: 108-112). İlk iki dönemde kömür ve elektrik enerji türleri sırasıyla başat durumdayken, üçüncü dönem için bilgi ve bilgiyi iletme (information and communication) olguları belirleyici olmuştur. Bu durum, iletişim olgusunun günlük yaşam içindeki önemini vurgulaması açısından önemlidir.

Yirminci yüzyılın ortalarına, 1946 yılına kadar çeşitli iletişim teknolojileri insan hayatı içinde bir kısmı daha az, bir kısmı daha fazla olmak üzere yerini almaya başlamıştır. Telefon, telsiz gibi bireysel iletişim araçlarının yanında, radyo, gazete, sinema ve özellikle İngiltere ve Amerika gibi döneminin teknolojik olarak gelişmiş ülkelerinde televizyon, birer kitle iletişim aracı, medya olarak hizmet vermeye başlamıştır. 1946 yılı, ilk elektronik ve genel kullanımlı bilgisayarın (Folkerts ve Lacy 2004: 326) ortaya çıkışı açısından önemli bir tarihtir. Bu noktadan sonra bilgisayarlar da giderek gelişmeye, iş yapabilme kapasiteleri büyümeye, buna karşılık olarak hacimleri ve maliyetleri düşmeye başlamıştır. 1970'li yıllardan sonra ise kişisel bilgisayarlar (Personel Computers) ortaya çıkmıştır. Bu kişisel bilgisayarlar, ilerleyen yıllarda kullanımlarına göre masaüstü, dizüstü veya avuçiçi gibi isimler almıştır. Artık

* Yrd. Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi

çoğu insanın günlük hayatı içinde yeni bir teknoloji daha vardır: Bilgisayar.

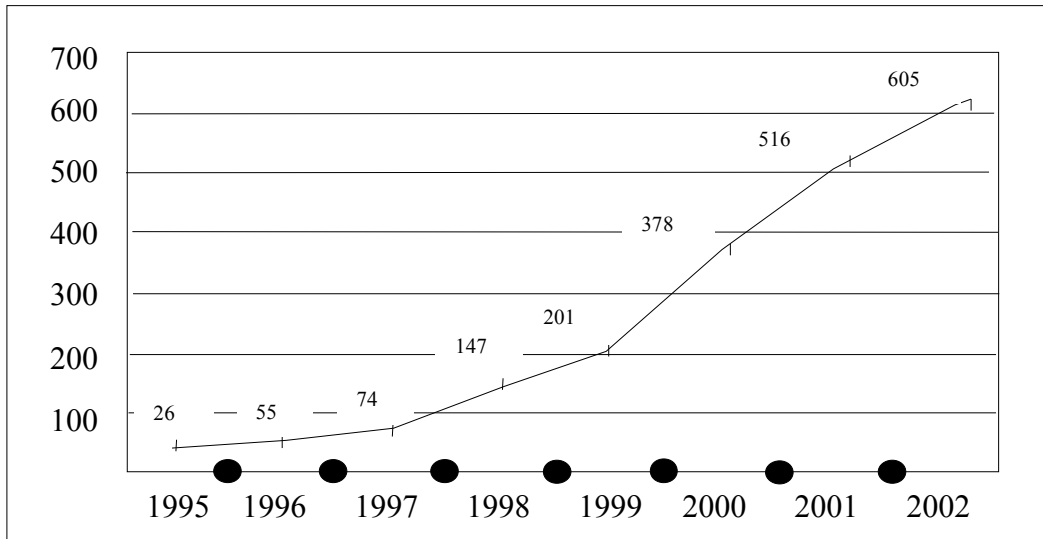
1990'lı yıllar, bilgisayar teknolojileri ile çalışan yeni bir iletişim ortamının büyük bir gelişimle dünya çapında yayılışına tanıklık etmiştir. Bu iletişim ortamı internettir. 1950'li yılların son döneminde kurulan ARPA (Advanced Projects Research Agency- İleri Araştırma Projeleri Dairesi) adlı Amerika Birleşik Devletleri temelli kuruluş, 1960'lı yılların sonlarında ilk bilgisayar ağı kurma çalışmalarını başlatmıştır (Hauben 2005). Kurulan bu ilk ağ ARPANET adıyla anılmıştır. ARPANET ilerleyen yıllarda internet olarak anılacak olan iletişim ortamının habercisi olmuştur. İnternet, 1993 yılından sonra büyük bir hızla gelişmeye ve dünya çapında yaygınlaşmaya başlamıştır (Smith ve Kollock 1999: 3).

İnternetin ortaya çıkardığı iletişim ortamına olan akademik ilgi ilk önce mühendislik ve iletişim disiplinlerinde yoğunlaşmış, daha sonra ise psikoloji, sosyoloji, siyaset bilimi gibi diğer disiplinlerin de ilgi alanı içerisine girmiştir (Timisi 2003: 121). Konu ile ilgilenen bazı araştırmacılar ise, interneti sadece bir iletişim ortamı olarak değil, yeni bir medya olarak da (örn: Folkerts ve Lacy 2004: 316- 317, Atabek 2003: 66) ele almaktadırlar.

Hem bir iletişim ortamı, hem bir medya olarak gündeme gelen internetin, birçok insanın günlük hayatında yeri olan diğer medya ile karşılıklı ilişkilerinin olması da olağan bir durum olarak görülebilir. Bu durumda, internetin, günlük yaşam etkinlikleri içinde diğer medya ile arasında nasıl bir ilişki olduğu sorusu da ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, bu araştırma, internetin tanımı, günlük yaşam etkinliklerinin belirlenmesi ve bu etkinlikler içinde karşılıklı olarak internet ve diğer medyanın ilişkilerinin incelenmesi ve ortaya çıkarılmasını kapsamaktadır.

İNTERNETİN TANIMI VE KULLANICI SAYISI

İnternet, dünyadaki yüzbinlerce bilgisayarı birbirine bağlayan ve bunların birbirleriyle iletişim kurmasını sağlayan bir ağ veya network olarak tanımlanabilir. Bu bağlantı kullanılan teknolojik altyapıya göre kablolu veya kablosuz olarak yapılabilmektedir. Kapsanılan alana göre daha net bilgilendirme yapılabilmesi için farklı tanımlar da kullanılabilir. Örneğin internet tüm networkleri içeren bir meta-network olarak düşünülebilir (Türkoğlu 2001: 4).



Grafik 1. İnternet kullanıcılarının dünya çapında yıllara göre artışı.(milyon kişi) (Benschop 2005)

Daha daraltılmış bir alanda uygulama yapılıyorsa (bir üniversite içindeki bilgisayarların iletişim kurması gibi) bu uygulamaya intranet denilmektedir. Bir intranete ise belli noktaların erişimine izin veriliyorsa (bir üniversitenin diğer üniversitelere erişim sağlaması gibi) bu uygulamaya da extranet adı verilmektedir (Türkoğlu 2001: 4).

Yirminci yüzyılın son dönemlerinde gelişmeye başlayan ve yirmibirinci yüzyılın ilk dönemlerinde dünya çapında bir iletişim ortamı haline gelen internetin kullanıcı sayısı da gün geçtikçe artmaktadır. 1995 yılında yirmialtı milyon olan kullanıcı sayısı, 2002 yılında altıyüzbeş milyona ulaşmıştır (Benschop 2005). Grafik 1’de yıllar içindeki internet kullanıcı artışları verilmiştir.

İnternet içindeki iletişim ortamlarının kullanımı ülkeden ülkeye, kıtadan kıtaya da farklılık göstermektedir. Benschop (2005) bu iletişim ortamının teknolojik altyapıya, ekonomik gelişme düzeyine ve eğitim seviyesine bağlı olarak değiştiğini belirtmektedir. Buna göre bölgelerin internet kullanıcı sayısı da tablo 1’deki gibi şekillenmektedir.

Türkiye’de de internet kullanıcı sayısı dünyadaki eğilime uyarak günden güne artış göstermektedir. DPT’nin tahminlerine göre 2003 yılında altı milyon olan internet kullanıcı sayısının, 2004 yılı sonunda on milyon olması beklenmektedir (aktaran Seçen, 2005). Toplam nüfusun yaklaşık olarak 70 milyon olduğu göz önüne alınırsa, Türkiye’nin %14’lük bir nüfus diliminin 2005 yılı başında interneti kullananlar sınıfında yer alacağı beklenmektedir.

Dünyadaki toplam sayı	605.60 milyon
Afrika	6.31 milyon
Asya/Pasifik	187.24 milyon
Avrupa	190.91 milyon
Orta Doğu	5.12 milyon
Kanada ve ABD	182.67 milyon
Latin Amerika	33.35 milyon

Tablo 1. Bölgelere göre 2002 yılında dünyada internet kullanıcı sayısı (NUA Internet Surveys, 2005)

Rakamlardan da görüldüğü gibi internetin iletişim ortamı dünya çapında giderek genişle-

mektedir. Özellikle şehirler başta olmak üzere gün geçtikçe daha çok insan (yeni bilgi teknolojileri deyimi ile daha çok kullanıcı) bu ortama bağlanmaktadır. Bir başka ifade ile, internet giderek daha fazla insanın günlük yaşam etkinlikleri içinde yerini almaktadır. Ancak, günlük yaşamda yapılan işler, şüphesiz sadece internet ile sınırlandırılmaz. Bunun yanında birçok etkinlikten daha söz etmek mümkündür.

GÜNLÜK YAŞAM ETKİNLİKLERİ

Günlük yaşam ve bunun içinde yapılanların neler olduğu konusu, aslında bunu yanıtlıyacak kişinin kaç yaşında olduğu, nerede yaşadığı, ne ile uğraştığı gibi sorulara vereceği yanıtlara göre değişiklikler gösterebilir. Örnek olarak, endüstriyel ve kültürel anlamda gelişmiş bir şehirde yaşayan bir kişi ile daha küçük bir yerleşim biriminde, bir köyde yaşayan bir kişinin buna vereceği cevaplar arasında farklar olması oldukça doğaldır. Daha fazla ayrıntıya girilecek olursa, yukarıda belirtilen gelişmiş şehirde yaşayan bir kişinin, iş günleri ve tatil günlerindeki yaşamı arasında dahi farklar ortaya çıkabilir.

Bireylerin günlük yaşamlarının içinde yer alan etkinliklerin ortaya çıkarılması yukarıda belirtilen nedenlerden dolayı karmaşık bir konu olarak görülebilir. Ancak, bu durumun, konunun genel olarak ele alınmasıyla ortaya çıkarılabilmesi mümkündür. Yapılabilecek bir genel çerçevenin içinde yer alan etkinliklerin bazıları, kimi bireylerin günlük yaşamı açısından daha önemliyken, bazıları daha önemsiz olabilir. İnsanların genel olarak bağımsız yaşam becerilerinin ele alınarak incelenmesi, günlük yaşam etkinliklerinin neler olabileceği konusuna da bir açıklama getirmesi açısından önemlidir. Bireylerin iletişim, özbakım, ev yaşamı, sosyal beceriler, toplumsal yararlılık, kendini yönetme, sağlık ve güvenlik, işlevsel akademik beceriler, boş zaman ve iş gibi uyumsal beceri alanları başarılı bir yaşam sürdürmelerinin temelinde yer almaktadır (Cavkaytar 2000: 117). Bu alanlar bir yandan bağımsız bir yaşam sürdürmenin temel taşlarını oluştururken, bir yandan da bireylerin günlük yaşam etkinlikleri hakkında ipuçları vermektedir. Bağımsız yaşam becerileri, bireyin doğumundan başlayarak yaşamını sürdürebilmesi için gerekli olan beslenme, barınma ve sevgi gibi birincil gereksinimleri

dışındaki tüm gereksinimleri karşılamaya dönük geniş kapsamlı bir tanım olarak ele alınmaktadır (Cavkaytar 2000: 117). Günlük ya-

şam etkinliklerinin içinde yer alan bağımsız yaşam becerilerinin kapsamlı bir sınıflandırması tablo 2’de verilmiştir.

Başarı için Gerekli Temel Beceriler	Uyum için Gerekli Beceriler	Toplumsal Uyum Becerileri	Meslek Öncesi ve Mesleki Beceriler
Temel gelişim becerileri	Kendini tanıma	Özbakım becerileri	İşe hazır olma
Yaşamda gerekli sayısal bilgiler	Kişisel ve duygusal uyum	Tüketici becerileri	Mesleki davranışlar
Yaşamda gerekli okuma	Bireyler arası sosyal beceriler	Ev içi beceriler	İşe uygun sosyal davranışlar sergileme
İletişim		Sağlık bilgisi	
		Topluma ilişkin bilgi	

Tablo 2. Bağımsız yaşam becerileri (Cavkaytar 2000: 118)

Tablo 2’de görüldüğü gibi kişi, günlük yaşamını devam ettirebilmek için tüketici ya da ev işi becerilerinden sağlık bilgisine ya da iletişime kadar çeşitli becerileri yerine getirme ve gerekirse bunları daha da geliştirme çalışmalarında, çabalarında bulunabilir. Ayrıca, yukarıda belirtilen tüm özellikler veya bazıları sosyoloji, iletişim bilimleri, psikoloji, eğitim bilimleri gibi çeşitli disiplinler, alanlar açısından ele alınarak daha ayrıntılı olarak incelenebilir ve bu ana başlıkların alt başlıkları ortaya çıkarabilir. Bu sayede günlük yaşam etkinliklerinin daha ayrıntılı olarak ortaya çıkarılabilmesi mümkün olabilir. (Ancak başta da belirtildiği gibi, çok detaylı ayrıntılara girilmesinin, günlük yaşam etkinlikleri açısından insanların da yaş grubu, yaşadığı yer, yaptığı iş gibi sınıflandırılması sonucunu doğurabileceği unutulmamalıdır).

İnternet de bir iletişim ortamı olarak, bir önceki başlık altında belirtilen rakamlar doğrultusunda insanların günlük yaşamlarında yerini almaktadır. Ancak, bu iletişim aracının yanında şüphesiz çeşitli iletişim araçlarının olduğu da unutulmamalıdır. Bireyler, günlük yaşamları içinde yüzyüze, telsiz ve telefon gibi araçlarla kişilere olarak uzaktan, veya medyanın kullanımı ile kitlesel olarak haberleşebilir, iletişim kurabilirler. O halde internet de, bir iletişim ortamı ve aracı olarak günlük yaşama entegre olurken şüphesiz diğer iletişim araçları ile bir ilişki içinde olacaktır.

İNTERNETİN MEDYA İLE İLİŞKİLERİ

İnsanlar, ondokuzuncu yüzyılın sonlarında sinema ile, 1920’li yıllarla beraber radyo ile ve 1930’lu yıllarla beraber televizyon ile tanıştılar. Gazete ise, bu kitle iletişim araçlarından çok önce, onyedinci yüzyılda ortaya çıkmıştır. İnternetin ortaya çıktığı dönem olan yirminci yüzyılın son on yılında, sayılan bütün bu kitle iletişim araçları, artık bütün dünya tarafından bilinen, büyük bir çoğunluk tarafından takip edilen, dolayısıyla iletişim açısından günlük yaşam etkinlikleri arasında yer alan araçlar durumuna gelmişlerdir. Günlük yaşam etkinlikleri açısından medya ve internet arasında nasıl bir ilişki olacağı veya olabileceği ise ayrı bir konu olarak ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, internetin, birer kitle iletişim aracı olan televizyon, radyo, gazete ve sinema ile karşılıklı ilişkilerinden söz etmek mümkündür.

TELEVİZYON VE İNTERNET İLİŞKİLERİ

Robinson ve ark. (2000: 491), günlük yaşam içinde, eğer yeni bir etkinlik veya teknoloji karşısında daha fazla zaman harcanıyorsa, bu yeni etkinlik veya teknolojinin, daha önce varolan etkinlik veya teknolojilerin bir veya birkaçının zamanlarından alabileceğini belirtmektedirler. Bu açıklama, internet veya daha farklı teknolojilerin günlük yaşama girişi açısından önemli bir ayrıntıyı da vurgulaması

açısından önemlidir. Bu da “zaman” kavramıdır. Medyayı kullanmak, onu tüketmek, yaşam ritmi içinde belli bir zamanın ona ayrılmasını da ifade etmektedir. Benzer şekilde internete dahil olmak da, kişinin belli bir zamanını ona ayırmasını belirtmektedir. Bu bağlamda, medyaya ayrılan zamanların ortaya konması, internetin günlük yaşam içinde medya ile ilişkilerini belirlemedeki faktörlerden biri olarak ortaya çıkmaktadır. (Ancak, görüleceği gibi, zaman ile internet ve medya ilişkileri, her kitle iletişim aracı açısından farklılıklar gösterebilmektedir).

Televizyon, her ne kadar siyah-beyaz olarak 1930 yılında tam anlamıyla çalışabilir duruma geldiyse de, özellikle ikinci dünya savaşından sonraki dönemde dünya çapında büyük bir yayılma göstermiştir (Volti 1988). Ayrıca, televizyon seyretme sürecinin, genelde ev ortamında sürdürülen bir günlük etkinlik olduğu söylenebilir. (Nie ve ark. 2002: 231) İnternete ise, günlük yaşam etkinlikleri içinde çok farklı ortamlarda bağlanılabilir. Örneğin, insanlar, işyerlerinde çeşitli işleri açısından, internet cafe’lerde eğlence açısından, evlerinde eğlence, iş gibi herhangi bir konu açısından ya da kablo-suz internet bağlantısının sunulduğu yerlerde, herhangi bir ortamdan bağımsız olarak yanlarındaki bir bilgisayarla (dizüstü veya avuçiçi) internete bağlanabilirler. Bu durumda, internete ev ortamından bağlanan kişiler açısından televizyon izleme süreleri oranının, günlük yaşamda internet ve televizyon ilişkileri açısından önemli bir konu olarak ortaya çıktığı söylenebilir.

Nie ve Hillygus (2002: 6) Amerika Birleşik Devletleri’nde yaptıkları bir araştırmada, evden 60 dakikadan fazla internete bağlanan kişilerin ortalama televizyon izleme oranlarının günlük 121.3 dakika olduğunu belirtmektedirler. Hiç bağlanmayanlarda ise bu oran günlük 130.2 dakikaya çıkmaktadır. Robinson ve ark. (2000: 496) ise, yaptıkları araştırmada (bu araştırmada evden mi, yoksa başka bir ortamdan mı internete bağlanıldığı belirtilmemiştir) hiç internet kullanmayanların günde 153 dakikalarını televizyona ayırdıklarını (TV haberleri ve eğlence olarak), 60-120 dakika internet kullananların ise 159 dakikalarını televizyona ayırdıklarını belirtmişlerdir. 180 dakikadan fazla internet kullananların ise 141 dakikalarını televizyona ayırdıklarını gözlemişlerdir. Hem kendi çalış-

malarını, hem yukarıda bahsedilen diğer çalışmayı göz önüne alarak, Robinson ve ark. (2002: 254), evden internete bağlanma süreçlerindeki artışın, evde yapılan diğer günlük etkinlikleri etkileyebileceği gibi, televizyon izlemeyi de etkileyebileceğini, ancak bu oranın çok yüksek olmadığını da belirtmişlerdir.

İnternete kullanma ve televizyon izleme süreçlerinin birbirlerini çok yüksek oranda etkilemediğini belirten önemli çalışmalardan biri de Eurodata TV Worldwide’in dünya çapında yaptığı bir yaptığı bir araştırmadır. Araştırma, 72 ülke ya da bölge, ikibuçuk milyar izleyici ve 600’den fazla televizyon kanalına dayanılarak yapılmıştır (Indiantelevision 2005). Bu araştırmaya göre, televizyon seyretme oranının 2003 yılında tüm dünyada arttığı belirtilmektedir. Televizyon izleyicilerinin 2002 yılına oranla, günde ortalama 15 dakika daha fazla televizyon izledikleri belirtilmektedir. Böylece, günlük televizyon izleme oranı ortalama 3 saat 39 dakikaya çıkmaktadır. Bu araştırmada dikkati çeken bir başka konu da, tablo 1’de belirtilen en çok internete bağlanan bölgelerin, kendi aralarında sıralamaları değişse de, televizyon izlemede de yine ilk üç sırayı aldıklarıdır. Bunlar sırasıyla, Kuzey Amerika (4 saat 21 dakika), Avrupa (3 saat 33 dakika) ve Asya-Pasifik (3 saat 23 dakika) bölgeleridir. Daha sonra sırasıyla, Orta Doğu (3 saat 15 dakika), Latin Amerika (3 saat 14 dakika) ve Güney Afrika (2 saat 59 dakika) gelmektedir (Indiantelevision 2005).

Televizyon izlemek ve internete bağlanmak arasında, günlük yaşam etkinlikleri içinde ayrı sürelerin kullanıldığını söylemek mümkündür. Televizyon hem görsel, hem işitsel olarak iletişimlerini gönderdiğinden dolayı, kişilerin, izleyicilerin dikkatlerini çekmeye ve onları sadece kendisine yoğunlaştırmaya çalışır. Dolayısıyla, kişi eğer gerçekten televizyona yoğunlaşmışsa, bu kişinin televizyon izlemenin yanında dikkatini çok fazla çekecek başka bir konuyla veya işle meşgul olması mümkün değildir. Benzer durumun, genel anlamda internetteki iletişim ortamına girildiği zaman da ortaya çıktığı söylenebilir. İnternet de kişiden, kullanıcıdan kendisinin tüketilmesi için zamanını harcamasını talep etmektedir. Çoğu iletişimsel eylem açısından (söyleşi grubuna katılmak, e-posta okumak, haber grubundan gelen bilgileri takip

etmek veya Web sayfaları arasında dolaşmak, sörf yapmak gibi) internete bağlananlar da dikkatlerini internet içindeki ortama yoğunlaştırmak zorunda kalırlar. Bu durum, etkileşimli, iki-yönlü iletişimin bir özelliği olduğundan ve internet ortamının da etkileşimli iletişime çok açık olması açısından da normal olarak kabul edilebilir. Bu bağlamda, aynı anda hem televizyona dikkati yoğunlaştırmak, hem de internete dikkati yoğunlaştırmak neredeyse mümkün olmayan bir hale gelir. Bir kere daha belirtmek gerekirse, bu tür bir zamansal ayrılık içinde dahi, yukarıdaki sonuçların da gösterdiği gibi, internet, yirmibirinci yüzyılın ilk dönemleri açısından, televizyon izlemeyi çok fazla etkilememektedir.

Sanal dünya ile ilk etkileşimi kuranlar başlangıçta çoğunlukla fiziksel dünyadan bildikleri iş yapış modelini, tecrübelerini buraya taşımaya çalışmışlardır. Bazıları ise bu sanal dünyanın kendi kuralları olduğunu ilk andan itibaren kavramış ve ona göre hareket etmeye çalışmıştır (Türkoğlu 2001: 213). Dünyada ya da Türkiye’de kendilerini internet ortamına taşıyan televizyon kanallarının da sanal dünyanın kendi kurallarına adapte olduğunu söylemek mümkündür. Bu durum aşağıdaki başlıklar altında incelenebilir.

İlk olarak, interneti sadece televizyon yayını seyretmek için kullanmak, yirmibirinci yüzyılın başları açısından dünyanın büyük bir geneli için neredeyse imkansızdır. Bunun nedeni, bilgisayar ekranının tamamında ve hareketli olarak seyredilecek görüntülerin çok büyük bir bağlantı hızına ihtiyaç duymalarıdır. Bu da yüksek bir maliyeti ortaya çıkarmaktadır. Bunun yerine televizyon ekranını kullanmanın daha doğru olacağı söylenebilir. Eğer yüksek hızlar olmadan televizyon yayını seyredilmek istenirse, bu durum, görüntüde uzun süreli duraklamalar, seste oluşan çeşitli bozukluklara neden olacaktır ve sonuçta internetten televizyon seyretmek sevimsiz ve neredeyse olanaksız bir hale gelecektir. (Bu açıklama sadece internet ortamından yapılan televizyon yayınlarını kapsamaktadır. Kullanıcıların bilgisayarlarına TV kartı takıp alıcı antenlerden aldıkları yayını seyretmeleri yönteminden bahsedilmemektedir). Görüntüyü küçültüp izleyicilere sunmak bir seçenek olarak ortaya çıksa da (günümüzde çoğu televizyon kanalı bu yöntemi tercih edip

internetten TV yayını sunmaya başlamışlardır), bu durumlarda dahi yukarıda bahsedilen sorunlarla karşılaşmak mümkündür. Dolayısıyla, televizyon ekranındaki kadar kaliteli görüntü ve sesle, interneti sadece televizyon seyretmek için kullanmak yirmibirinci yüzyılın ilk dönemleri açısından çok fazla mümkün değildir. (Bu durum da yukarıda belirtilen internet ve televizyon zamanları açısından ayrılığı destekleyen bir durumdur). Ancak, ikinci olarak, bu durum televizyon kurumlarının, şirketlerinin internette yer almasını tamamen yok eden bir durum olarak görülmemelidir. Eğer bir kullanıcı, dünyadan ya da Türkiye’den herhangi bir televizyon kanalının sitesine bağlanırsa, şüphesiz oldukça zengin bir içerikle karşılaşacaktır. Bunun içinde ekonomi dünyasından haberler, spor ya da hava durumu bilgileri gibi televizyonda görmeye alışık olduğumuz çeşitli başlıkları görebileceği gibi, daha önce yayınlanmış programların veya televizyon dizilerinin çeşitli alt başlıklara ayrılarak kendisine sunulduğunu da görebilir. Dolayısıyla, kişi herhangi bir nedenle izleyemediği programı, televizyon ekranından daha düşük görüntü ve ses kalitesi ile de olsa izleme şansını da yakalamış olacaktır. Televizyon kanallarının daha neleri kapsayabileceği ise, gün geçtikçe gelişen internet ortamlarının sundukları ve insanların yaratıcılıkları ile çok çeşitli şekillerde olabileceği söylenebilir.

RADYO İLE İNTERNET İLİŞKİLERİ

Radyo, sadece işitsel bir kitle iletişim aracı olduğundan televizyondan daha farklı bir ortam sunar. Dinleyicileri, günlük yaşam içinde radyoyu dinlerken, aynı zamanda başka bir konuyu işle daha kolay bir şekilde meşgul olabilirler. Örneğin, bir kişinin araba sürerken aynı zamanda radyo dinlemesi, şehir yaşamı içinde karşılaşılacak olağan bir durumdur. Ancak, bir karşılaştırma yapmak gerekirse, aynı kişinin bu etkinliği yerine getirirken televizyon seyretmesi ise, bu kişinin hayatına neden olabilecek sonuçlarla karşılaşması durumunu doğurabilir. Çünkü televizyon onun görsel olarak da dikkatini yoğunlaştırmasına neden olacaktır. Dolayısıyla, radyo başka etkinlikler yerine getirilirken, aynı zamanda kendisinin de dinlenmesi açısından daha geniş bir yelpaze sunmaktadır.

İnterneti başka amaçlar için kullanırken de, kişinin radyo dinlemesi mümkündür. Dolayısıyla, günlük yaşam etkinlikleri açısından aynı anda bu iki araçtan da yararlanmak mümkündür. Hatta, bir kişi müzikten veya radyo programlarından hoşlanıyorsa, internete bağlandığı çoğu zaman her iki araçtan da yararlanmayı tercih edecektir. Yapılan araştırmalar da bu durumu desteklemektedir. Robinson ve ark. (2000: 496) yaptıkları araştırmada radyo haberlerine, hiç internet kullanmayanların 17.7 dakika ayırdıklarını, günde üç saatten fazla internet kullananların ise 22.4 dakika ayırdıklarını görmüşlerdir. Nie ve Hillygus (2002: 6) ise radyo/müzik zamanı olarak niteledikleri günlük yaşam etkinlikleri açısından, bu etkinliklere, hiç internet kullanmayanların günde 18.1 dakika, günde altmış dakikadan fazla internet kullananların ise 18.8 dakika ayırdıklarını belirtmişlerdir.

Radyo ve internet arasındaki ilişkiler bir adım daha ileriye de götürülebilir. Bir kişinin internetteki iletişim ortamlarına bağlandığı zaman, aynı ortamı, internet ortamını kullanarak bir radyo kanalını bulması ve onu dinlemesi de mümkündür. Böylece, internetten önce olmayan bir durum da ortaya çıkmaktadır. İnternet ortamına bağlı bir kişinin yanında mutlaka bir radyo alıcı cihazının bulunması zorunluluğu da ortadan kalkmaktadır. İnternet tek başına kullanıcılarına radyo dinleme imkanını da sunmaktadır. (Burada şunu da eklemek gerekir ki, Digiturk gibi dijital yayın yapan kuruluşlar da yayınları arasında çeşitli radyo kanallarına veya müzik yayınlarına yer vermektedirler. Bu da televizyon alıcısından radyo dinlemeyi olanaklı hale getirmektedir. Ancak internetin sağladığı geniş yelpaze yanında bunların daha dar kapsamda oldukları söylenebilir). Bu da ikinci bir durumu ortaya çıkarmaktadır. Kısaca açıklamak gerekirse, radyo alıcılarını kullanarak dinleyiciler, sadece belli gücü olan vericilerin sundukları yayınları stereo veya mono olarak dinleyebilirler. Radyo yayınları arasında kısa dalga yayınlar gökyüzünün iyonosfer tabakasından yansıtılarak dünyanın neredeyse her tarafına ulaştırılabilirler. Ancak, bu durumda da parazitler, yayının kalitesinin oldukça düşmesine neden olabilir. Oysa internet, radyo yayıncılığında verici gücü ve yayın kalitesi sorununu tamamen ortadan kaldırmaktadır. Kişi, dünyanın neresinde olursa olsun, eğer internet bağlantısı varsa ve istediği radyo kana-

lı, internet ortamından yayın yapıyorsa, stereo radyo yayını kalitesinde veya CD kalitesinde bu kanalı dinleyebilmektedir. Radyo yayınları açısından, www.windowsmedia.com'dan radyo kanalları linki ile bağlanılan site örnek verilebilir. (Bu siteye windows media player programı da direk hat vermektedir). Radyo dinlemek isteyen bir kişi, bu siteye bağlanarak yayınladığı müzik türüne göre sıralanmış binlerce radyo kanalı arasından birini seçerek dinleyebilir. Bunun yanında gelişmiş aramayı seçerek herhangi bir tür (klasik müzik, caz müziği gibi), herhangi bir bölge (Türkiye, İngiltere gibi), herhangi bir dil, eğer internet hızı düşerse herhangi bir bağlanma hızına göre radyo kanalını da seçebilir. Şüphesiz kişi sadece bu tür sitelerle de sınırlı değildir. Eğer dinlemek istediği kanalın internet adresini biliyorsa, dünyanın neresinde olursa olsun, bu adrese bağlanarak da istediği radyo kanalını dinleyebilir. Ayrıca, radyo kanallarının sitelerine bağlanıldığında, televizyon kanallarında olduğu gibi, çeşitli konular ve olanaklar da kişinin beğenisine sunulur. Bu internet sayfalarından, çeşitli müzik gruplarından bilgiler alınması, yeni çıkacak olan ya da daha önce çıkmış olan albümler hakkında değerlendirmeler, radyo sunucularıyla veya aynı müzikten hoşlanan kişilerle sohbet odaları veya e-posta aracılığıyla iletişim kurulması gibi durumlar da mümkün olabilir.

Yukarıdaki açıklamalarda görüldüğü gibi internet, radyo yayıncılığına yeni bir boyut getirmiştir. Bütün bunların yanında, fark edileceği gibi, bir internet kullanıcısı, sadece radyo dinlemek için de internete bağlanabilir. Belli bir süre için bu iletişim ortamı üstünde başka hiçbir şey yapmaz ve sadece radyo dinleyebilir. Bu açıdan süre olarak, internet kullanımı ve radyo dinleme sürelerinin zaman zaman iç içe geçtiği ve günlük yaşam etkinlikleri açısından aynı süre içinde yer aldıkları söylenebilir. Bütün bunların yanında internet, radyo dinlemeyi kısıtlamayan, aksine şimdiye kadar olmayan bir şekilde, insana nerede olursa olsun istediği radyoyu dinlemesine fırsat veren bir iletişim ortamı olarak da görülebilir.

GAZETE İLE İNTERNET İLİŞKİLERİ

Gazete ile internet arasında da radyo benzeri bir ilişki kurulabilir. Radyodaki gibi, daha önce olmayan bir durumu internetin, gazete açısın-

dan da yarattığı söylenebilir. Bir okuyucu, dünyanın neresinde olursa olsun, istediği gazete-yi okuyabilir. Bunun için tek gerekli şart, o gazetenin internet sayfasını bilmesi ve oraya bağlanmasıdır. Buna örnek olarak, Türkiye’de ulusal yayın yapan neredeyse tüm gazetelerin internet sayfaları verilebilir. O gazetenin internet sayfası bilinmesi dahi, Google, Yahoo gibi herhangi bir arama motorunda gazetenin adı girilerek yapılabilecek basit bir arama yeterli olacaktır. (Bu sadece gazete için değil, radyo, TV kanallarının da dahil olduğu hemen her konu açısından geçerlidir). Örnek gazete sayfaları açısından Hürriyet gazetesinin ana sayfası [hurriyetim \(www.hurriyetim.com.tr\)](http://www.hurriyetim.com.tr), Milliyet [\(www.milliyet.com.tr\)](http://www.milliyet.com.tr) ve Sabah [\(www.sabah.com.tr\)](http://www.sabah.com.tr) gazetelerinin internet sayfaları verilebilir. Ayrıca, radyoda olduğu gibi, internet kullanıcısı sadece gazete okumak için belli süre internete bağlı kalabilir. Bu durum da, günlük yaşam içinde aynı süreyi hem gazete okumak, hem internete bağlanmak için kullandığını gösterir.

İnternet ve gazete arasındaki günlük yaşamdaki ilişkilerini daha farklı boyutlarda da incelemek mümkündür. Özellikle gazetecilik açısından bu sanal iletişim ortamının çeşitli yenilikleri ve yeni kuralları ortaya çıkardığı söylenebilir. Bunlar aşağıdaki başlıklar altında toplanabilir:

İlk olarak, internetin gazetecilik anlayışına getirdiği bir yenilik “son dakika” bölümüdür. Bu bölüm aracılığıyla gazetenin eline geçen en son haberler, gelişmeler anında okuyucusuna ulaştırılabilmektedir. İnternette önceki dönemlerde, kitlelere anında haber ulaştırma özelliği sadece televizyon ve radyo yayınlarında vardı. İzleyiciler ve dinleyiciler en son gelişmeleri, en çabuk şekilde bu kitle iletişim araçlarından elde edebiliyorlardı. Günümüz açısından da bu özellik hala devam etmektedir. Ancak, gazete okuyucuları, internette önce bu haberlere ancak bir sonraki baskıda ulaşma şansına sahipti. Bu bağlamda, internetin, gazete yayıncılığindeki haberciliğe bir “anıdalık” getirdiği söylenebilir. Günlük yaşam içinde, televizyon ve radyonun yanına internet sayesinde haberleri, olayları, bilgileri çok hızlı olarak iletme şansına ulaşmış olan gazete de eklenmiştir.

İkinci olarak, bir gazetenin, sadece internet sayfası oluşturması, bu sayfadan okuyucularına

hizmet vermesi her zaman için yeterli bir durum olarak görülmeyebilir. Schultz (2000: 205, 221) bu duruma bir eleştiri getirmekte ve internetin sahip olduğu etkileşimli yolların, internette yer alan gazete sayfalarında daha aktif biçimde kullanılmasını önermektedir. Örnek olarak, gazetede ki köşe yazarlarının direk olarak okurlarıyla bu sayfalardan hat verilen sohbet odalarında buluşabileceklerini ve ilk elden okurlarından geri bildirim, yorum, eleştiri alabileceklerini belirtmektedir. Ancak, yine kendisi, köşe yazarlarının, günümüz koşullarında bunun için çok fazla zaman ayıramayacaklarını belirtmektedir (Schultz 2000: 213-214). Her ne kadar bu konu için zaman bir sorun olarak ortaya çıksa da, internetin getirdiği bir yenilik daha ortaya çıkmaktadır. Bir gazeteci, sohbet odalarının yardımıyla bir anda birçok okuruyla buluşabilme ortamına sahip olmuştur. Tabii bu durum eşzamanlı iletişim koşulları altında yapılmaktadır. Eşzamansız olarak da, internet iletişimini kullanarak, okuyucuları istedikleri yazarlara ulaşabilirler. Bunun için tek yapmaları gereken o yazarın e-posta adresine yazı yazmalarıdır. Ancak, burada da o yazarın, büyük bir zaman ayırıp, her e-postayı okuyup okumayacağı ve sonrasında hepsine bir yanıt verip veremeyeceği gibi sorunların ortaya çıkması mümkündür.

Üçüncü bir özellik olarak, sadece gazete yazarı-okuyucu ilişkileri ile sınırlı kalmayıp, internetin sohbet odaları ortamlarının kullanımının, belli konularda belli kaygılar güden insanların bir araya gelmelerini ve fikir alış verişinde bulunmalarını kolaylaştıracağı da göz önünde tutulmalıdır. Bu bakımdan gazetelerin internet sayfalarında oluşturabilecekleri sohbet odaları, okuyucularının da bir araya gelmelerini ve fikir alışverişinde bulunmalarını sağlayacaktır. Bu bir araya gelmede, internet, gazetenin okuyucuları açısından mesafeleri bir sorun olmaktan çıkarmaktadır.

İnternetin, gazete satışlarında bir etkiye neden olduğu söylenebilir. Christian Science Monitor adlı gazetede yayınlanan bir araştırmanın sonuçlarına göre, ABD’de basılı gazete okuyan yetişkinlerin sayısı 1964 yılında % 81 olarak gösterilirken, 2004 yılında bu oranın % 52’ye düştüğü belirtilmektedir. Gazeteye göre gençlerin tercihi "internet medyası" olmaktadır (HyperTV 2005). Dolayısıyla, gazete tirajlarındaki

düşüş, insanların gazete okumayı bıraktığı anlamına gelmemektedir. Bunun yerine daha çok gençler ve internet ulaşımına sahip olan yetişkinlerin bir kısmının internet aracılığı ile gazeteleri takip ettiği söylenebilir. Türkiye'deki duruma bakıldığında ise gazete tirajlarında büyük düşüşler yaşanmadığı gözlenmektedir. Örneğin, Dördüncü Kuvvet Medya adlı internet sitesinde (2005) 13-19 Haziran 2005 tarihleri arasında Hürriyet gazetesinin tiraj ortalaması 503883 olarak gösterilirken, 19-23 Aralık 2001 tarihleri arasında bu rakam 426424 olarak verilmiştir. (Diğer gazete tirajları için de bu sayfada veriler mevcuttur. Ancak diğer ulusal gazetelerde de büyük düşüşler göze çarpmadığı için tek örnek verilmiştir). Bu durum göstermektedir ki, gazete satışlarındaki yükseklik ile internet arasındaki ilişki ülkeler, bölgeler açısından değişim göstermektedir. Ancak, Türkiye'de de internet kullanımının artmasının ilerleyen yıllarda gazete satışlarını etkileyebileceği gibi bir öngöründe bulunulabilir. Tekrar belirtmek gerekirse, bu durum daha az gazete okunacağını değil, okurların bir kısmının internette yayınlanan gazetelere kayacağını belirtmektedir.

SİNEMA İLE İNTERNET İLİŞKİLERİ

Sinema ile internetin dolaylı yoldan da olsa ilişkileri olduğu söylenebilir. Sinemaseverler de internet sayesinde bekledikleri filmler, sevdikleri yönetmenler hakkında, çeşitli internet sayfalarından birçok bilgiyi istedikleri zaman ve anında alabilmektedirler. Bunun ötesinde, eğer istenirse, vizyona gelecek günlerde çıkacak olan filmlerin bazılarının kısa tanıtım filmleri veya kamera arkası görüntüleri internet ortamında izleyicilere sunulabilmektedir. Böylece izleyicinin büyük bir heyecan ve hevesle beklediği filmle görsel-işitsel olarak ilişkisinin, o film daha ortaya çıkmadan önce başladığı söylenebilir.

Sadece yukarıda belirtilenlerle sınırlı olmayıp, internet-sinema filmi ilişkisinin yasal ve yasal olmayan yönleri de bulunmaktadır. Eğer istenirse, bazı filmlerin üretici firmalar tarafından yasal olarak, DVD, VCD gibi saklama ortamlarında sipariş üzerine izleyicilere gönderilmesi mümkündür. Ayrıca, bazı yasal siteler (www.internetmovies.com gibi), bu filmlerin internet sayesinde izleyicilerin direk kendi

bilgisayarlarına yüklemelerini de sağlamaktadır. Bu sayede, internet bazı filmleri çeşitli nedenlerden dolayı sinemada izleyemeyen izleyicilere, hiç zorlanmadan, örneğin sadece evinden internete bağlanıp, sipariş verme veya bilgisayarına yükleme gibi özellikler sunarak, izleyicilerin o filmi izlemelerine olanak sağlamaktadır. Görüldüğü gibi, belirtilen örnekler, günlük yaşam içinde sinema-internet ilişkilerinin yasal olan örnekleridir. Bazı sitelerde çok yakın bir zamanda vizyondan çıkmış ya da hala gösterimde olan filmlerin tamamının kopyaları da internet kullanıcılarına sunulabilmektedir. Bunun için çoğunlukla hiçbir ücret talep edilmediği gibi, üretici firmalara veya bu sinema filminin ortaya çıkması için emek vermiş kişilere de hiçbir ödeme yapılmamaktadır. Bu da günlük yaşamda internet-sinema filmi ilişkilerinin yasal olmayan boyutunu oluşturmaktadır. Ayrıca, burada sinema izleyicisine yapılan bir haksızlığın olduğu da söylenebilir. Sinema salonunda bir film, görsel-işitsel açıdan yüksek kalitede izlenir. Burada belirtilmek istenen hem görüntü, hem ses açısından izleyicinin, genelde, mümkün olan en iyi şekilde filmi izlediğidir. Ancak, yeni vizyondan çıkmış ya da vizyonda olan ve bedava olarak internetten indirilen filmlerde ise, genelde bu kalite olmamaktadır. Bu nedenle seste, görüntüde ya da her ikisinde de problem çıkma olasılığı çok yüksektir. Herhangi bir sinema filminin kötü kopyalarını izleyen bir kişinin, sinema salonunun sunduğu görsel şöleni yakalaması neredeyse imkansızdır. Bu da sinema seyircisi tarafından istenmeyecek (en azından istenmemesi gereken) bir durum olarak ortaya çıkmaktadır.

Her ne kadar internette yasal ya da yasal olmayan yollarla sinema filmi bulmak mümkün olsa da, sinema seyircisinin sinemaya gidişi ya da gitmeyişi konusunu sadece internet-sinema ilişkisiyle açıklamak mümkün değildir. Ekonomik şartlar, sinema salonunda film izlemekten alınan zevk gibi olguların yanında, sinema seyircisi film izlemek için belli bir zamanını, belli bir ortamda (sinema salonunda) geçirmek için günlük yaşamının belli bir kısmını ayırmaktadır. Örnek olarak, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın istatistikleri, Türk sinemasının, 2004 yılını rekorlarla bitirdiğini göstermektedir (Sinematek, 2005). Yapılan değerlendirme, 2004 yılında sinema filmlerine giden seyirci sayısının, bir önceki yıla göre yüzde 115.3

oranında arttığını ortaya koymuştur. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre, 1991 yılında 272 sinema ve 10 milyon seyirciyle yaşama savaşı veren Türk sinema sektörü, 2004 yılının sonuna kadar, sinema sayısını 424'e yükseltmiştir. İzleyici sayısını ise yaklaşık yüzde 200 oranında artırarak, 2004 yılında, 29 milyon 500 bine çıkaran sinema sektörü, 207 yerli ve yabancı yapımla seyirciyi sinema salonlarına çekmiştir. Artışın en önemli etkenleri olarak, sinema filmlerinin ABD ve Avrupa ile eş zamanlı vizyona girmesi, sinema salonlarının fiziki yapılarının değişmesi ve klasik işlevlerinin haricinde birer kültür, eğlence ve alışveriş merkezine dönüşmesinin olduğu belirtilmiştir (Sinematek 2005).

SONUÇ

Görüldüğü gibi, internet, insanların günlük yaşamları içinde, çeşitli yönleriyle, medya ile bir ilişki içindedir. Yeni bir iletişim ortamı olarak internet, kendisinden önce olmayan durumlar yaratarak, medyaya yeni olanaklar sağlamakta, kendi sanal ortamı içinde kitle iletişim araçlarının da yer almasına fırsat vermektedir. İnsanlar, yeni bir iletişim ortamı olarak, gün geçtikçe artan bir sayıda interneti kullanırken, medyayı bir kenara bırakmamışlardır. Aksine, televizyon, radyo, gazete ve sinema örneklerinde görüldüğü gibi, günlük yaşam etkinlikleri içinde medyaya da ilgi göstermektedirler.

Günlük yaşam etkinlikleri içinde, medyaya, interneti kullanan insanların, hiç internet kullanmayan insanlara göre, birbirine yakın ya da daha fazla süre ayırmaları, internet ortamını kullananlar açısından, bu ortamın kullanılma süresinin medya zamanından alınmadığını göstermesi açısından önemlidir. Bu durumda, internetin kullanılma süresinin nereden geldiği gündeme gelebilir. Bunu iki şekilde açıklamak mümkündür.

Birincisi, doğal olarak, internet ve insanların günlük yaşam etkinlikleri arasındaki ilişkiler sadece medya ile sınırlı tutulamaz. Buradan yapılacak bir çıkarımla, günlük yaşam etkinlikleri başlığının altında belirtilen etkinliklerden bazılarına daha az zaman ayrılarak, internet iletişimi zamanının ortaya çıktığı söylenebilir. Ancak, bu ayrı bir araştırma konusudur.

İkinci olarak, internetin, günlük yaşam içinde, kendisinden önceki zamanlarda daha fazla tutan bazı etkinliklerin sürelerini oldukça kısalttığı ve bu sayede kendisine ve diğer bazı etkinliklere süre ayrılmasını sağladığı söylenebilir. Bu duruma bir örnek olarak, bankacılık işlemlerinin internet üzerinden yapılması verilebilir. Özellikle şehirlerde yaşayan kişilerin, günün belli bir kısmını ayırarak bankaya gitmeleri, sıraya girerek işlemlerini yapmaları ve daha sonra işyerlerine veya evlerine dönmelelerinin alacağı süre ile, aynı işlemi evlerinde ya da işyerlerinde bulunan bilgisayarları ve internet aracılığı ile yapmaları arasında belirli bir zaman farkının olacağı şüphesizdir. İkinci bir örnek olarak mektup ve e-postaların kullanılması verilebilir. Bir postaneye giderek mektup atma ile, internetin e-posta hizmetlerinin kullanılması da benzer şekilde bir zaman farkına sahip olacaktır. Bu gibi durumlar da insanlara günlük yaşam etkinlikleri içinde ekstra süreler yaratabilecektir. Bu süreler de yukarıda belirtildiği gibi internetin kullanılması ya da farklı diğer etkinliklerin yerine getirilmesi için zaman yaratılması durumunu doğuracaktır.

İnternetin medya ile ilişkileri bir durumu daha ortaya çıkarması açısından önemlidir. McQuail ve Windahl (1997: 233) yeni dağıtım teknolojilerinin gelişmesinin, iletişim kanallarının ve biçimlerinin yaklaşmasına yol açtığını belirtmektedirler. Benzer şekilde Mutlu da (1999: 41, 43) enformasyon toplumunun ayırt edici özelliklerinden birinin, iletişim araçlarının birbirine yaklaşması olduğunu söylemektedir. İnternet de, kendi içinde medyanın kullanılmasına olanak sağlamakla bu yaklaşmayı ortaya çıkaran iletişim ortamlarından biri olarak görülebilir.

Son olarak, medyaya sağladığı yeni olanaklar, gün geçtikçe daha fazla kişinin tercihi olmakla, internetin, gelip geçici bir iletişim ortamı olmadığı, gelecekte diğer iletişim ve kitle iletişim araçlarının yanında kalıcı bir şekilde yer alacağının sinyallerini vermekte olduğunu söylemek mümkündür.

KAYNAKLAR

Atabek Ü (2003) İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya için Olanaklar, Sevdâ Alankuş (der), Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul.

- Benschop A (2005) Internet Users: Demography and Geography of the internet, <http://www2.fmg.uva.nl/sociosite/websoc/demography.html>
- Cavkaytar A (2000) Zihinsel Engellilerin Eğitim Amaçları, Anadolu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Derg, 10 (1), ss: 115-121.
- Folkerts J ve Lacy S (2004) The Media in Your Life: An Introduction to Mass Communication, Pearson, Boston.
- Hauben M (2005) History of ARPANET, <http://www.dei.isep.ipp.pt/docs/arpa.html>
- Hyper TV (2005) İnternet Gazete Tirajlarını Altüst Etti, <http://www.hypertv.web.tr>
- Indiantelevision (2005) Global TV Viewing Up by 15 Mins a Day: Eurodata Survey, <http://www.indiantelevision.com/mam/headlines/y2k4/apr/aprmam.htm>
- McQuail D ve Windahl S (1997) Kitle İletişim Modelleri, Konca Yumlu (çev), İmge Kitabevi, Ankara.
- Mutlu E (1999) Televizyon ve Toplum, TRT Genel Sekreterlik Basım ve Yayım Müdürlüğü Ofset Tesisleri, Ankara.
- Nie N H ve Hillygus D (2002) Where does Internet Time Come from?: A Reconnaissance, IT& Society, 1 (2), pp: 1- 20.
- Nie N H, Hillygus D ve Erbring L (2002) Internet Use, Interpersonal Relations, and Sociability: A Time Diary Study, B. Wellmann and C. Haythornwaite (eds), The Internet in Everyday Life, Blackwell Publishing, Oxford.
- NUA Internet Surveys (2005) How Many Online?, http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/index.html
- Schultz T (2000) Mass Media and the Concept of Interactivity: an Exploratory Study of Online Forums and Reader e-mail, Media, Culture & Society, 22, pp: 205-221.
- Seçen T (2005) İnternet Kullanıcı Sayısı DPT'ye Göre On Milyon, <http://turk.internet.com/haber/>
- Sinematek (2005) Türk Sineması 2004'ü Rekorla Kapattı, <http://www.sinematek.org/haberler.htm>
- Smith A ve Kollock P (1999) Communities in Cyberspace, Routledge, London and New York.
- Şaylan G (1995) Değişim, Küreselleşme ve Devletin Yeni İşlevi, İmge Kitabevi, Ankara.
- Robinson J P, Kestnbaum M ve ark (2000) Mass Media Use and Social Life Among Internet Users, Social Science Computer Review, 18 (4), p: 490, 501.
- Robinson J P, Kestnbaum M ve ark (2002) The Internet and Other Uses of Time, B. Wellmann and C. Haythornwaite (eds), The Internet in Everyday Life, Blackwell Publishing, Oxford.
- Timisi N (2003) Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi, Dost Kitabevi, Ankara.
- Türkoğlu T (2001) İnternetin Kitabı, Beyaz Yayınları, İstanbul.
- Volti R (1988) Society and Technological Change, St. Martin's Press, New York.