

T.C.
ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

KIRSAL ALANDA KADININ BİLGİ VE İLETİŞİM
TEKNOLOJİLERİ (BİT) KULLANIMINI ETKİLEYEN
FAKTÖRLERİN ANALİZİ: KARS İLİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Neslihan YILMAZ

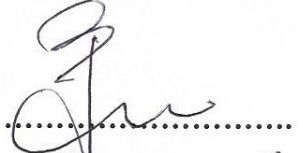
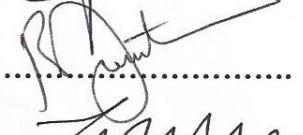
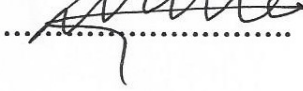
Danışman
Yrd. Doç. Dr. Dilek EROĞLU

BOLU 2015

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Neslihan YILMAZ'a ait "Kırsal Alanda Kadının Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Analizi: Kars İli Örneği" adlı çalışma, jürimiz tarafından Sosyoloji Anabilim Dalında **Yüksek Lisans Tezi** olarak oy birliğiyle/oy çokluğuyla kabul edilmiştir.

11.09.2015

Unvan, Adı, Soyadı	İmza
Üye (Tez Danışmanı) : Yrd. Doç. Dr. Dilek EROĞLU	
Üye : Prof. Dr. Bülent GÜLCUBUK	
Üye : Yrd. Doç. Dr. Zuhal GÜLER	

Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı

Doç. Dr. Erol ÖZTÜRK
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ETİK UYGUNLUK BEYANI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “**Kırsal Alanda Kadının Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Analizi: Kars İli Örneği**” başlıklı çalışmanın yazılmasında, bilimsel ve etik kurallara uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin tamamının ya da bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitede bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Neslihan YILMAZ

11.09.2015

ÖN SÖZ

Bu çalışma varlığıyla her zaman destekçim olan, güzel düşünce ve tebessümlerini benden esirgemeyen insanlar sayesinde şu anki durumuna gelebilmiştir. Bu çalışmanın asıl sahibi olarak gördüğüm katılımcı kadınlara, bana evlerinin kapılarını açtıkları, sorularıma sıklıkla cevap verdikleri ve gösterdikleri misafirperverlik için sonsuz teşekkür ediyorum. Saha çalışması sırasında hep yanımda olan, benden bir an olsun desteğini esirgemeyen sevgili dayım Kadir ÇİL'e teşekkürü bir borç bilirim.

Çalışmanın her aşamasında bana yol gösteren, yardımcı olan burada isimlerini sayamadığım herkese teşekkürlerimi sunarım. Yüksek lisansa başlamamda ve bu noktaya kadar gelmemde büyük katkıları olan Uzm. Nermin KILIÇ ve Yrd. Doç. Dr. Fahri KILIÇ'a bana inandığı ve yardımlarını esirgemediği için canı gönülden teşekkür ederim.

Hayatım boyunca benden maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen, bana güvenen sevgili aileme minnetlerimi sunarım. Son olarak bana kırsal alanda çalışmanın güzelliğini öğreten, tez konusunun belirlenmesi ve tezin bu aşamalara gelmesine büyük emek harcayan danışman hocam Yrd. Doç. Dr. Dilek EROĞLU'na sonsuz teşekkür ederim.

Neslihan YILMAZ

ÖZET

KIRSAL ALANDA KADININ BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ (BİT) KULLANIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ANALİZİ: KARS İLİ ÖRNEĞİ

Neslihan YILMAZ

Yüksek Lisans Tezi

Sosyoloji Anabilim Dalı

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Dilek EROĞLU

Eylül 2015, 185 + XVIII Sayfa

Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT), bilgi yayımını artırarak toplumsal yapıları etkilemekte, toplumsal gelişimi kolaylaştırmakta ve hızlandırmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojileri bugün toplumları etkilediği bileşenler üzerinden sosyoloji, ekonomi, hukuk, eğitim gibi birçok bilim dalının da çalışma alanı içinde yer almaktadır. Kullanıcılarına farklı ağlar oluşturma, sorun çözme, katılımcılık, hızlı bilgi transferi, yeni pazarlara ulaşma gibi birçok imkân sunan bilgi ve iletişim teknolojileri aynı zamanda ona ulaşamayan kitlelerin dezavantajlı konumlarını yeniden üretmektedir. Bugün hâlâ bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimde yoksullar, kırsal alanda yaşayanlar ve kadınlar dezavantajlı durumdadır. Kadınların, özellikle kırsal alanda yaşayan kadınların, bilgi ve iletişim teknolojileri sahipliğinde ekonomik faktörlerin yanı sıra toplumsal cinsiyete bağlı faktörlerin ağırlıklı etkisi vardır.

Bu tezin ana varsayımı, kırsal alanda kadının bilgi ve iletişim teknolojileri (radyo, televizyon, telefon, cep telefonu, bilgisayar, internet) kullanımını etkileyen sosyoekonomik faktörlerin var olduğudur. Tezin amacı Kars ili kırsalında yaşayan kadınların bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımını etkileyen faktörleri tespit etmektir. Araştırma evreni, kırsal alan özelliği taşıyan Kars iline bağlı iki köyden oluşmaktadır.

Kars ili köyleri özelinde geleneklerine bağlı bir yaşam süren Karapapak (Terekeme) Türklerinin yaşadığı köyler içerisinde kırsal kadının konumunun güçlendirilmesi amacıyla proje uygulanmış olan iki köy güdümlü olarak seçilmiştir. Çalışmada nicel veri toplama tekniği olan anket tekniği kullanılmış ve doğrudan görüşme yoluyla iki köyde hanedeki referans birey konumundaki 91 kadına ulaşılarak soru formu uygulanmıştır.

Sonuç olarak bu araştırmada; kırsal alanda yaşayan kadınların bilgi ve iletişim teknolojileri sahiplik durumu, kullanım durumu ve amaçları yanı sıra kadının bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımını etkileyen sosyal, ekonomik ve kültürel unsurlar çözümlenmeye çalışılmış ve literatür taramalarıyla da desteklenerek kadınların bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımında ağırlıklı olarak toplumsal faktörlerin belirleyici rol oynadığı tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Kırsal Alanda Kadın, Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT), Kırsal Alan, Toplumsal Cinsiyet, Karapapak

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE FACTORS HAVING AN EFFECT ON THE USE OF WOMEN’S INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES (ICT) IN RURAL AREAS: EXAMPLE OF KARS PROVINCE

Neslihan YILMAZ

Master Thesis

Sociology Department

Thesis Advisor: Assist. Prof. Dr. Dilek EROĞLU

September 2015, 185 + XVIII Pages

Today, information and communication technology (ICT) has an impact on social structures, facilitates and expedites social development by increasing information dissemination. Today, information and communication technology is included in the fields of sociology, economy, law, education etc. through its components affecting societies. ICT provides a good deal of opportunities such as creating new networks for its users, problem solving, participation, a quick information transfer, accessing new markets as well as regenerating disadvantaged positions of the masses that cannot access to this technology. Today, the poor, people living in rural areas and women are still in a disadvantaged position in terms of accessing information and communication technology. In addition to economic factors, gender-related ones also have weighted effects on women’s, especially women living in rural areas, accession to information and communication technology.

The main supposal of the thesis study is the fact that there are some socio-economic factors affecting women’s use of information and communication technology (radio, television, phone, mobile phone, computer, internet) in rural areas. The purpose

of the study is to determine the factors affecting women's, who are living in rural areas, use of information and communication technology. The population is composed of two villages of Kars province that have the feature of rurality. Two villages, where the project was applied to strengthen the position of the women among the villages in which Karapapak (Terekeme) Turks live in accordance with their traditions, were especially chosen. A quantitative data collection method, questionnaire method, was preferred in the study and the answers were taken for the question forms following the direct interviews with 91 women who are the heads of their families in two villages.

As a result, it was endeavored to determine the women's, who are living in rural areas, possession and use of information and communication technology and their purposes in using this technology in addition to analyzing social, economic and cultural factors affecting women's use of ICT. The results were supported with literature reviews and it was determined that social factors predominantly affect women's use of information and communication technology.

Key words: Women in Rural Area, Information and Communication Technologies (ICT), Rural Areas, Gender, Karapapak

İÇİNDEKİLER

ETİK UYGUNLUK BEYANI.....	iii
ÖN SÖZ	iv
ÖZET	v
ABSTRACT.....	vii
İÇİNDEKİLER	ix
TABLolar LİSTESİ	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xvii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xviii
 GİRİŞ.....	 1
 I. BÖLÜM.....	 7
1. BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ	7
1.1. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Tarihçesi ve Gelişimi	7
1.1.1. Radyo	7
1.1.2. Televizyon.....	9
1.1.3. Telefon	12
1.1.4. Bilgisayar ve İnternet	15
1.2. Dünyada Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanımı	18
1.3. Türkiye’de Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanımının Mevcut Durumu	23
1.4. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Toplumsal Etkileri.....	27
 II. BÖLÜM	 32
2. KIRSAL ALAN TANIMI VE TEMEL ÖZELLİKLERİ	32
2.1. Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanımının Kırsal Alana Etkileri	37
2.2. Türkiye’de Kırsal Alanda Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Kullanımı	43
2.3. Kırsal Alanda Kadının Durumu	47

III. BÖLÜM.....	51
3. BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE KADIN	51
3.1. Dünya’da Kadının Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanımı	53
3.2. Türkiye’de Kadının Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanımı	61
IV. BÖLÜM.....	73
4. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE METODOLOJİSİ	73
4.1. Araştırmanın Konusu ve Önemi.....	73
4.2. Araştırmanın Sınırlılıkları	73
4.3. Araştırmanın Amacı	74
4.4. Araştırmanın Soru Cümleleri	75
4.5. Araştırmanın Kapsamı	75
4.6. Veri Toplama Yolu ve Araçları.....	76
4.7. Verilerin Değerlendirilmesi	77
4.8. Örneklem Kapsamındaki Yerleşim Birimlerine İlişkin Genel Bilgiler.....	77
4.8.1. Terekeme (Karapapak) Türkleri	77
4.8.2. Terekemeler’de (Karapapak) Kültür, İnanç ve Gelenekler	78
4.8.3. Terekeme (Karapapak) Kültüründe Kadın	80
4.8.4. Boğatepe Köyü	81
4.8.5. Küçükboğatepe Köyü	85
4.8.6. Boğatepe Çevre Ve Yaşam Derneği	90
V. BÖLÜM	92
5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI	92
5.1. Demografik Yapı.....	92
5.2. Toplumsal Yapı ve Kadının Konumu	101
5.3. Toplumsal Cinsiyet Rollerı	105
5.4. Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanım Durumu	111
VI. BÖLÜM.....	149
6. SONUÇ VE TARTIŞMA	149

KAYNAKLAR	159
EKLER	171
EK 1: KÖY GENEL BİLGİ FORMU	172
EK 2: BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ KULLANIM DEĞERLENDİRME ANKETİ	178
EK 3: ETİK KURUL KARARI.....	185



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1: 2013 yılı internet kullanıcılarının internet kullanım amaçları	44
Tablo 5.1: Yaş Dağılımı.....	92
Tablo 5.2: Medeni Durum.....	93
Tablo 5.3: Evlilik Türü.....	93
Tablo 5.4: Eğitim Durumu.....	93
Tablo 5.5: Eline geçen bir metni tek başına okuyabilme.....	94
Tablo 5.6: Meslek Durumu.....	94
Tablo 5.7: Doğum Yeri.....	95
Tablo 5.8: Gelin geldiği yer.....	95
Tablo 5.9: Sosyal güvence sahiplik durumu.....	96
Tablo 5.10: Sosyal güvencenin kimin üzerine olduğu.....	96
Tablo 5.11: Ev sahipliği durumu.....	96
Tablo 5.12: Oy tercihini belirleyen kişi.....	97
Tablo 5.13: Hanede yaşayan birey sayısı.....	97
Tablo 5.14: Hanede yaşayan çocuk sayısı.....	97
Tablo 5.15: Hanenin aylık ortalama geliri.....	98
Tablo 5.16: Ailenin ekonomik durumu.....	98
Tablo 5.17: Hane gelirine katkısı olanlar.....	98
Tablo 5.18: Hanenin birincil geçim kaynağı	99
Tablo 5.19: Hanede harcamaları kontrol etme/karar verme hakkı.....	99
Tablo 5.20: Aileye ait tarım için kullanılan arazi varlığı.....	100
Tablo 5.21: Arazi tapu durumu.....	100
Tablo 5.22: Bitkisel/hayvansal üretimle uğraşma durumu.....	100
Tablo 5.23: Bitkisel üretimde son 10 yılda gerçekleşen değişimler.....	101
Tablo 5.24: Hayvansal üretimde son 10 yılda gerçekleşen değişimler.....	101
Tablo 5.25: Köyde ortaklaşa yapılan işler.....	102
Tablo 5.26: Köy içerisinde ortaklaşa yapılan işler.....	102
Tablo 5.27: Köyde yaşama nedenleri.....	103

Tablo 5.28: Kadınların köyden gitmek isteme nedenleri.....	103
Tablo 5.29: Bulunduğu bölgede açılan herhangi bir kursa katılım durumu.....	103
Tablo 5.30: Kadınların katıldığı kurslar.....	104
Tablo 5.31: Kadınların kursa katılmama sebebi.....	104
Tablo 5.32: Köyde uygulanan proje/etkinliğin kadınların hayatına etkisi.....	105
Tablo 5.33: Köy halkına farklı konularda destek veren kurum/kuruluşların varlığı	105
Tablo 5.34: Destek veren kurum/kuruluşlar.....	105
Tablo 5.35: Hane içerisinde görev dağılımı.....	106
Tablo 5.36: Kadının en önemli görevi.....	107
Tablo 5.37: Erkeğin en önemli görevi.....	107
Tablo 5.38: Karapapaklar arasında çalışmak isteyen kadınların karşılaşacağı engeller.....	108
Tablo 5.39: Köyde kadınların yaşadığı en önemli sorunlar.....	108
Tablo 5.40: Köyde kadına miras verilmesi durumu.....	109
Tablo 5.41: Köyde kadına miras olarak verilenler.....	109
Tablo 5.42: Ev dışında gelir getirici bir işte çalışma durumu.....	109
Tablo 5.43: Çalışılan iş.....	110
Tablo 5.44: Çalışmama sebebi.....	110
Tablo 5.45: Çocukların okutulması gerekliliği nedeni.....	110
Tablo 5.46: BİT alımında söz sahipliği durumu.....	111
Tablo 5.47: BİT alımında söz sahibi olmama nedeni.....	111
Tablo 5.48: Hanedeki toplam cep telefonu sayısı.....	112
Tablo 5.49: Kadının kendisine ait cep telefonu sahipliği.....	112
Tablo 5.50: Kadınların yaş dağılımı ve cep telefonu sahiplik durumu ilişkisi.....	113
Tablo 5.51: Kadınların eğitim durumu ve cep telefonu sahiplik durumu ilişkisi....	113
Tablo 5.52: Hanenin aylık geliri ve kadının cep telefonu sahiplik durumu ilişkisi..	114
Tablo 5.53: Cep telefonu olmayan kadının kendine ait bir cep telefonu isteme durumu.....	114
Tablo 5.54: Cep telefonu sahibi olmayı istememe nedenleri.....	115
Tablo 5.55: Cep telefonunun ne amaçla kullanıldığı.....	115
Tablo 5.56: Günlük ortalama cep telefonu kullanım durumu.....	116
Tablo 5.57: Cep telefonunu genellikle kullandığı yerler.....	116

Tablo 5.58: Cep telefonu kullanılarak en çok görüşülen kişiler.....	117
Tablo 5.59: Cep telefonu ile konuşma nedeni.....	117
Tablo 5.60: Cep telefonunun kadınlar için gereklilik durumu.....	117
Tablo 5.61: Kadınlar için cep telefonunun gerekli bir ihtiyaç olmasının sebepleri	118
Tablo 5.62: Kadınlar için cep telefonunun gerekli bir ihtiyaç olmamasının sebepleri.....	118
Tablo 5.63: Kadının cep telefonu olmasına eşin/ailenin izin verme durumu.....	119
Tablo 5.64: Kadının cep telefonu sahipliğine eş/aile neden izin veriyor.....	119
Tablo 5.65: Kadının cep telefonu sahipliğine eş/aile neden izin vermiyor.....	120
Tablo 5.66: Kadın olmanın cep telefonu kullanmaya engel durumu.....	120
Tablo 5.67: Kadın olmanın cep telefonu kullanımına engel olmasının nedeni.....	121
Tablo 5.68: Kadın olmanın cep telefonu kullanımına engel olmamasının nedeni...	121
Tablo 5.69: Cep telefonu deyince akla gelenler.....	122
Tablo 5.70: Cep telefonuna sahip olmamanın sorun olması durumu.....	122
Tablo 5.71: Cep telefonuna sahip olmamanın sorun olduğunu belirtenlerin sebepleri.....	122
Tablo 5.72: Cep telefonuna sahip olmamanın sorun olmadığını belirtenlerin sebepleri.....	123
Tablo 5.73: Cep telefonu ile ilgili kabul edilen görüş.....	124
Tablo 5.74: Hanede sabit telefon sahiplik durumu.....	124
Tablo 5.75: Sabit telefon ile ilgili düşünceleri.....	125
Tablo 5.76: Televizyonun gerekli bir ihtiyaç olması durumu.....	125
Tablo 5.77: Televizyonu ihtiyaç olarak görenlerin sebepleri.....	125
Tablo 5.78: Televizyonu ihtiyaç olarak görmeyenlerin sebepleri.....	126
Tablo 5.79: Televizyon izleme sıklığı.....	126
Tablo 5.80: Televizyonda izlenen program türü.....	126
Tablo 5.81: Yapılan işlerle ilgili program izleme durumu.....	127
Tablo 5.82: Yapılan işlerle ilgili izlenen program türü.....	128
Tablo 5.83: Televizyonda izlenen kanal türü.....	128
Tablo 5.84: Televizyonda çıkan programlardan rahatsızlık duyma durumu	128
Tablo 5.85: Rahatsızlık duyulan program türü.....	129
Tablo 5.86: Rahatsız olma sebebi.....	129

Tablo 5.87: Radyo dinleme sıklığı.....	130
Tablo 5.88: Radyoda dinlenen programlar.....	130
Tablo 5.89: Televizyon ve radyo programlarının veya reklamlarının oy tercihlerini etkileme durumu.....	130
Tablo 5.90: Hanenin bilgisayar sahiplik durumu.....	131
Tablo 5.91: Hanenin aylık geliri ve bilgisayar sahiplik durumu ilişkisi.....	131
Tablo 5.92: Bilgisayar kullanım durumu.....	131
Tablo 5.93: Kadınların yaşı ve bilgisayar kullanımı ilişkisi.....	132
Tablo 5.94: Kadınların eğitim durumu ve bilgisayar kullanımı ilişkisi.....	132
Tablo 5.95: Bilgisayarı kullanma amacı.....	133
Tablo 5.96: Bilgisayar kullanmama nedeni.....	133
Tablo 5.97: Bilgisayar denilince akla ilk gelen şey.....	134
Tablo 5.98: Hanede internet bağlantısı sahipliği.....	135
Tablo 5.99: Hanenin aylık ortalama geliri ve internet sahiplik durumu.....	135
Tablo 5.100: İnternet denilince akla ilk gelen şey.....	136
Tablo 5.101: İnternet kullanım durumu.....	136
Tablo 5.102: Kadınların yaşı ve internet kullanımı ilişkisi.....	137
Tablo 5.103: Kadınların eğitim durumu ve internet kullanımı ilişkisi.....	137
Tablo 5.104: İnternet kullanım amacı.....	138
Tablo 5.105: İnterneti kullanmama nedeni.....	138
Tablo 5.106: Bilgisayar ve internetin gereklilik durumu.....	139
Tablo 5.107: Bilgisayar ve internetin gereklilik nedenleri.....	139
Tablo 5.108: Bilgisayar ve internetin gereksiz görülmesi nedenleri.....	140
Tablo 5.109: Bilgisayar ve internetten günlük hayatta sağlanabilecek faydalar.....	141
Tablo 5.110: Kadın olmanın bilgisayar ve internet kullanmaya engel durumu.....	142
Tablo 5.111: Kadın olmanın bilgisayar ve internet kullanımına engel olması nedeni.....	142
Tablo 5.112: Kadın olmanın bilgisayar ve internet kullanımına engel olmamasının nedeni.....	143
Tablo 5.113: Bilgisayar sahibi olmamayı/kullanmayı bilmemeyi sorun olarak görme durumu.....	144
Tablo 5.114: Bilgisayar kullanmayı bilmemeyi sorun olarak görme nedeni.....	144

Tablo 5.115: Bilgisayar kullanmayı bilmemeyi sorun olarak görmeme nedeni.....	145
Tablo 5.116: İnternette pazarlamadan haber olma durumu.....	145
Tablo 5.117: İnternette alışveriş yapma durumu.....	145
Tablo 5.118: Ürettikleri ürünleri internetten satmayı düşünme durumu.....	145
Tablo 5.119: Ürünleri internetten satmak isteme/istememe nedenleri.....	146
Tablo 5.120: Köyde bilgisayar kursu açılırsa katılım durumu.....	147
Tablo 5.121: Bilgisayar kursuna gitmek isteme nedeni.....	147
Tablo 5.122: Bilgisayar kursuna gitmek istememe nedeni.....	147
Tablo 5.123: İnternette kadın sağlığı ile ilgili araştırma yapmış olma durumu....	148
Tablo 5.124: Bilgisayar ve internetle ilgili kabul edilen yargı.....	148

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 4.1: Araştırma alanının coğrafi konumu.....	89
Şekil 4.2: Köylerin yerleşim alanı görüntüsü.....	89



KISALTMALAR LİSTESİ

BİT	: Bilgi ve İletişim Teknolojileri
BTK	: Bilgi Teknolojileri Kurumu
Çev.	: Çeviren
DAW	: Division for the Advancement of Women
Drl.	: Derleyen
Ed.	: Editör
FAO	: Food and Agriculture Organization of the United Nations
GSMA	: Groupe Speciale Mobile Association
ICT	: Information and Communication Technologies
ITU	: International Telecommunication Union
İTÜ	: İstanbul Teknik Üniversitesi
MEGEP	: Mesleki Eğitim ve Öğretim Sistemini Güçlendirme Projesi
MIT	: Massachusetts Institute of Technology
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development
SETA	: Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı
STK	: Sivil Toplum Kuruluşları
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu

GİRİŞ

Çağımızda toplumsal hayatı yönlendiren ve şekil veren temel unsur bilgidir (Berberoğlu 2010: 113). 1850'lere doğru telgraf, 1850-1880 arasında telefon, 1900'e doğru elektromanyetik dalgalarla iletim, 1920-30 arası radyo, 1950-60 arası televizyon ve 1970'lerde telekomünikasyon ve bilgisayar teknolojilerinin birleşmesinden doğan yeni teknolojiler yaşadığımız dünyayı değiştirmeye başlamış; 21. yüzyılda iletişim teknolojilerinin kitlesel kullanım imkânları artmış, bilgi en önemli değer haline gelmiştir (Binatlı 2011: 13). İletişim teknolojilerindeki gelişmeyle birlikte günümüzde milyonlarca kaynaktan, çeşitli kanallar yoluyla bilgi akmaktadır (Ural 2011: 57).

Bilginin toplanması, işlenmesi, üretilmesi, düzenli ve sistematik olarak depolanması, ilişkilendirilerek doğru ve hızlı bir biçimde erişilmesi ve ağlar aracılığı ile kitlelere iletilmesinde ve kullanıcıya sunulmasında bilgi ve iletişim teknolojileri kullanılmaktadır (Atılgan 2006). Özellikle bilgisayar ve bilgi-işlem alanında kaydedilen gelişmelerin iletişim alanına uyarlanmasıyla biçimlenmeye başlamış olan yeni medya, *Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT ya da ICT-Information and Communication Technologies)* olarak adlandırılmaktadır. "Bilgi ve iletişim teknolojileri, süreklilik kazanmış bu teknolojik dönüşüm sürecinin ya da yöndeşmenin birbiriyle ilişkili, bağlantılı yeniliklerinin laboratuvar ortamından çıkartılıp pazara ya da tüketime sunulmuş; haberleşme etkinliğinin sosyo-ekonomik değerine koşut olarak günlük yaşamın ayrılmaz birer parçası haline gelmiş ürünleri olarak tanımlanabilir" (Törenli 2005: 88).

Bilgi ve iletişim teknolojileri, gündelik yaşamımızın her safhasında temel bir öge haline gelmiştir (Kaynak ve Karaca 2012: 49). BİT, geleneksel olarak yüksek orandaki bilgiyi depolamayı sağlayan, bilgi aramayı ve işlemeyi kolaylaştıran araçlar olarak görülmüştür (Gençer 2007: 34). 20. yüzyılın son çeyreğinde, BİT'in hızlı gelişimi etkili olmuş, küreselleşme süreci ile örtüşen bu gelişme, içinde bulunduğumuz çağın bilgi ve iletişim kavramları ile anılmasını sağlamıştır (Emiroğlu 2007: 333). Yaşadıkları toplum

içerisinde varlığını göstermek isteyen insanlar sosyal ilişkileri devam ettirebilme ve bilgi edinme amacı güderken kullandıkları temel yöntem iletişimdir. İlk çağlardan bu yana insan, iletişim sayesinde vardır, kendini anlatır, diğerlerini anlar, öğrenir, öğretir, bilgi alışverişinde bulunur (Vural ve Sabuncuoğlu 2008: 5-6).

İletişim, toplumsal bir eylemdir ve iletişimin niteliği kültürün parçaları olan sosyal değer ve normlar, sosyal ilişkiler, farklılaşmalar sosyal yapı tarafından belirlenmektedir. İletişim, kültürel bir çerçevede kültür öğelerinin çeşitli formlarda aktarılması sürecidir. Toplumsal ilişkilerde etkili olan teknoloji ile iletişim sistemleri birbirlerini etkiler ve yönlendirir, süreç içerisinde iletişim sistemleri kendi niteliklerine uygun teknolojilerin gelişmesini sağlar, gelişen her teknoloji de yeni iletişim sistemlerinin gelişmesine olanak sağlar (Bal 2004: 8-9). Teknolojiler toplumsal boyutta yayılınca anlam kazanmaya başlarlar. BİT'in her geçen gün daha hızlı bir gelişim göstermesi toplumsal yaşamda değişmelere neden olmaktadır. Toplumsal hayatın her alanında yer alan BİT'in gelişimi, kullanımının yaygınlaşması ve günümüzde küresel iletişime olanak sağlaması bu teknolojilerin sosyolojinin önemli bir konusu olmasını sağlamıştır (Avcıoğlu 2011: 15).

BİT, bilginin herkes tarafından ulaşılabilir olmasında kaçınılmaz öneme sahiptir. 20. yüzyılın son çeyreğinde dünya genelinde yayılan ve etkileri görülmeye başlayan BİT üzerine birçok tartışma yapılmıştır ve tartışmalar günümüzde de devam etmektedir. Bu tartışmalarda olumlu tarafı temsil eden ütopyan bakış açıları, BİT'in tüm dünyaya getireceği etkilerin toplumların gelişimi için yararlı olacağını düşünürken, olumsuz tarafı temsil eden distopyan bakış açıları BİT'in getirilerine iyimser bakmamaktadır. Ütopyanlara göre, BİT insanların günlük yaşamlarını farklı alternatifler sunarak etkileyecek, ekonomik gelişmeyi tetikleyecek sonrasında sırasıyla eğitim anlayışı, iş hayatında işe gitme ve erkeğe ait kabul edilen çalışma ortamı ile ilgili var olan değerler değişecek, siyasal yapının düzeni farklılaşacak daha katılımcı bir demokrasi sağlanacaktır. BİT hızla evlere girecek insanların tüketim anlayışları değişecek, internet tüm medya ve reklam anlayışını tek başına üstlenecek konuma gelecektir. Toplumlarda ırk, vatandaşlık, toplumsal cinsiyet, cinsel tercih, aile yapıları, toplumsal sınıflar, devlet ve yönetim sistemleri değişime uğrayacaktır (Vural ve Sabuncuoğlu 2008).

Günümüzde bilgisayar, internet, cep telefonları ve diğer araçlar çoğu insanın doğal karşıladığı standart tüketim araçları haline gelmiştir (Kaynak ve Karaca 2012: 50). İnsanların günlük hayatlarında en fazla kullandıkları ve ilk akla gelen iletişim araçları radyo, televizyon, telefon, bilgisayar ve internet olarak belirtilebilir. Amerika'da yapılan bir araştırmada, elektrik kullanılmaya başlanmasından ancak 46 yıl sonra evlerin yüzde 30'una girmiştir. Bu süre telefon için 38 yıl, televizyon için 17 yıl, internet için ise sadece 7 yıl olarak belirlenmiştir. Dünyada 50 milyon televizyon sahipliğine 10 yıl içinde ulaşılmış, internete bağlı bilgisayar sayısının 50 milyona ulaşmasının ise sadece 3 yıl sürmüştür. Bu hızlı gelişim sürecinde BİT kullanımı konusunda gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında önemli farklılıkların ortaya çıkması elbette kaçınılmaz olmaktadır (Şen ve Akdeniz 2012: 60).

BİT'in sunduğu olanaklardan yararlanabilmek için kullanıcının teknolojiye sahip olması, bu teknolojiyi kullanacak bilgi altyapısına sahip olması gerekmektedir (Atılgan 2006). BİT'in yayılımcı ve sınırsız gelişim düşüncesinin önündeki en büyük engel ekonomik ve toplumsal gerçeklerdir. Yayılımın ve kullanımın önündeki en büyük engeller okuma yazma bilmeme ve kullanım bedelleridir. Bireyler bilişim teknolojilerinden, tekniğe yakınlaşmaktan ve çalışma baskısını hatırlatacak araçlarla bağlantı kurmaktan çekindikleri için uzak durmaktadır (Maigret 2012: 333). BİT talebini etkileyen temel faktörler arasında; gelir, meslek, cinsiyet, eğitim, yaş, deneyim ve beceriler, sosyal sınıf, satın alma gücü ve iletişim altyapısı gibi faktörler yer almaktadır; ayrıca tüketicilere sağlamış olduğu fayda, sürekli iletişimde kalma arzusu, sosyal statü, yerleşim yeri, kültür ve kullanılan teknolojik aygıtın dili de BİT'in talep edilmesinde önemli faktörler arasında yer almaktadır. Yapılan araştırmalara göre; yaşlılar, BİT ürünlerini ve hizmetlerini talep etmede düşük bir eğilime sahipken gençler bu araçları daha çok talep etmektedir; bununla birlikte yaş ilerledikçe evde internet ve bilgisayar kullanım oranı da düşmektedir. İyi eğitilmiş ve varlıklı tüketicilerin, gençlerin, büyük şehirlerde yaşayanların ve erkeklerin BİT kullanımında daha istekli oldukları görülmüştür. Tüketicilerin BİT'i talep etme nedenleri bilgiye ulaşma, ekonomik unsurlar (gelir elde etme olanağı sunması, BİT fiyatları, gelirin artması), özendirme (çeşitli kampanyalar ile BİT'e özendirme) ve kullanılabilirlik faktörleriyle açıklanmaktadır.

Bilgiye ulaşma faktörünün tüketicilerin taleplerini açıklayan en etkili faktör olduğu sonucuna varılmıştır (Kaynak ve Karaca 2012: 51-60).

Massachusetts Institute of Technology (MIT)'nin ve MIT Media Lab'ın kurucusu Nicholas Negroponte'ye göre eğitim ve BİT iç içe olmalı, iyi bir ekonomi ve yaşam standardı için herkes bilgisayar ve internet ile tanışmış olmalıdır (Aktaran: Vural ve Sabuncuoğlu 2008: 13). Tengtrakul ve Peha'nın (2011) Tayland'da yaptıkları bir araştırmanın sonucuna göre; eğitim düzeyi BİT kullanımında önemli bir göstergedir. Tüketicinin gelirinde meydana gelen artış BİT talebini arttırmaktadır; fakat gelir düzeyi, BİT sahipliği üzerinde önemli bir gösterge değildir. Bireyin dâhil olduğu meslek grubu BİT'in talep edilmesinde etkilidir. Merkeze yakın, eğitim düzeyi yüksek ve nüfusu fazla olan yerleşim yerlerinde sabit hatlı telefonların kullanımı daha fazla iken, televizyonun ve radyonun ise yaygın olarak kırsal alanlarda kullanıldığı tespit edilmiştir (Aktaran: Kaynak ve Karaca 2012: 51).

Kullanıcılarına sorun çözme, katılımcılık, hızlı bilgi transferi, yeni pazarlara ulaşma gibi birçok fırsat sunan BİT aynı zamanda ona ulaşamayan kitlelerin dezavantajlı konumlarını yeniden üretmektedir. Bugün hâlâ BİT'e erişimde yoksullar, kırsal alanda yaşayanlar ve kadınlar dezavantajlı durumdadır. Kadınların, özellikle kırsal alanda yaşayan kadınların, BİT sahipliğinde ekonomik faktörlerin yanı sıra toplumsal cinsiyete bağlı faktörlerin ağırlıklı etkisi vardır. İlerleyen bölümlerde ele alacağımız çalışmalar hem dünya genelinde hem de Türkiye'de kadınların teknoloji kullanımı önünde bireysel, ekonomik ve toplumsal birçok engel bulunduğunu göstermektedir.

Bu araştırmanın amacı, bilgi ve iletişim teknolojilerinin kırsal alanda yaşayan kadınlar tarafından kullanımını etkileyen toplumsal faktörlerin analizini yapmaktır. BİT'in günlük hayata nüfuz etmesi nedeniyle kadınların kullandıkları bilgi ve iletişim teknolojilerini, bu araçları tercih ve talep etme nedenlerini, ne sıklıkla kullandıklarını, kullanım amaçlarını, araçların toplumsal, ekonomik ve demografik faktörlerle olan ilişkisini ortaya koymak gerekmektedir. Özellikle birçok sosyal imkândan uzak olan kırsal kadının BİT'in kendilerine sunduğu fırsatları kullanarak toplumda var olabilmesi,

gelişen ve değişen dünya düzeninde sosyal dışlanmışlıklarını en aza indirebilmeleri için kadınların bu teknolojileri kullanımının önündeki engellerin belirlenmesi gerekmektedir. Bu çalışmada, toplumsal cinsiyet bağlamında BİT'in kullanımı, medya içeriklerinin seçimi ve kadınların BİT kullanımında eril iktidarın rolü ve kadın kimliğinin bunu kendi dünyasında ne şekilde değerlendirdiği açıklanmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın amaçları doğrultusunda Kars iline bağlı Karapapak (Terekeme) Türklerinin yaşadığı, 65 hane olan Boğatepe Köyü ve 40 hane olan Küçükboğatepe Köyü'nde yaşayan 91 kadına tam sayım yoluyla ulaşılmış ve yüz yüze görüşme yapılarak anket yönteminden yararlanılarak soru formları doldurulmuştur. Araştırmada birincil veri kaynağı olarak anketlerden ikincil kaynak olarak farklı araştırma ve raporlardan faydalanılmıştır. İlgili literatür taraması yapıldıktan sonra hazırlanan Köy Genel Bilgi Formu (EK 1) ve Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanım Değerlendirme Anketi (EK 2) anket formları ile araştırma sorularına cevap aranmaya çalışılmıştır.

Kırsal alanda kadının bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımını etkileyen faktörlerin irdelendiği bu çalışmanın giriş bölümünde BİT'in tanımı, günlük hayatımıza ne kadar nüfuz ettiği üzerinde durulmuştur. Araştırmanın birinci bölümde, bilgi ve iletişim teknolojilerinin tarihçesine, toplumsal değişim üzerindeki etkilerine, dünyada ve Türkiye'de kullanım durumuna yer verilmiştir.

İkinci bölümde, kırsal alan tanımı ve özellikleri ile birlikte kırsal alanda kadının durumundan bahsedilerek Türkiye'de kırsal alanda bilgi ve iletişim teknolojileri kullanım durumu ve BİT'in kırsal yapıya etkileri değerlendirilmiştir.

Üçüncü bölümde, bilgi iletişim teknolojileri ve kadın konusuna değinilmiş, toplumsal cinsiyet rollerinin kadının BİT kullanımı üzerindeki etkilerinden bahsedilmiş ve BİT kullanımı ile özellikle kırsal alanda yaşayan kadınların hayatında yol açılan değişimlerden örnekler verilmiştir.

Dördüncü bölümde çalışmanın metodolojisi, konusu ve bulgular değerlendirilmiştir. Araştırma sahası olan köylerin etnik yapıları tarihsel, kültürel

aıllardan ele alınarak kültür içerisinde kadının yeri hakkında bilgiler verilmiştir. Köylerin sosyoekonomik durumu hakkında genel bilgiler ve uydu görüntüleri bu bölümde verilmiştir.

Beřinci bölümde, Kars İli özelinde yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen veriler değerlendirilmiştir.

Sonuç ve Tartışma bölümünde ise, elde edilen bulgulardan hareketle bir sonuca varılmış ve kırsal alanda kadının bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımını etkileyen ekonomik ve toplumsal faktörlerin analizi yapılp önerilerde bulunulmuştur.

I. BÖLÜM

1. BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ

1.1. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Tarihçesi ve Gelişimi

1.1.1. Radyo

Radyo kelimesi, Latince radius (ışınlama) ve Yunanca fone (ses) kelimelerinin bir araya gelmesinden oluşan Radyofoni kelimesinin kısaltılmış şeklidir. Öncesinde elektriğin, telgrafın, telefonun ve radyo dalgalarının bulunmasıyla 20. yüzyılda birbirine yakın zaman dilimlerinde pek çok kişi, radyo alıcıları üzerinde çalışmıştır. Radyonun icadı, radyo dalgalarını keşfeden İngiliz Maxwell, bunu deneylerle ispatlayan Alman Hertz, alıcı cihazları üreten İtalyan Marconi ve sesin daha kaliteli/kesintisiz aktarımını sağlayan Fransız Lee de Forest'e atfedilebilir. 1906'nın Noel akşamı, ilk defa bir konserden radyo aracılığıyla canlı yayın yapıldı ve bu yayın uzak mesafelerden dinlenebildi. Birinci Dünya Savaşı'nda ordunun propaganda yapmak ve moral vermek için kullandığı araçlardan biri olan radyo savaş bitiminde sivil hayata hızlı bir şekilde yayıldı. Radyo, dinleyicilerin kendi kimliklerini bireyler ve bir ulusun üyeleri olarak ortaya koymalarını sağladı. 14 Nisan 1912 gecesi, Titanic, Kuzey Atlantik'te bir buz kütesine çarptığında acil durum sinyalleri, radyo dalgaları bir düzineden fazla geminin felaketten haberdar olmasını sağladı. Titanic battıktan sonra sabahın erken saatlerinde bütün dünya bu olaydan radyo sayesinde haberdar olmuştu (Crowley ve Heyer 2010: 306-317; MEGEP 2008: 2-7).

1920–1930 arasında Asya ve Afrika’daki birkaç küçük ülke dışında çoğu ülke radyo yayınlarını başlattı. Düzenli radyo yayınları İngiltere, Fransa ve Sovyetler Birliği’nde 1922, Almanya’da 1923, Türkiye’de ise 1927’de başladı. 1938’de ünlü yönetmen Orson Welles radyoda H. G. Wells’in “Dünyalar Savaşı” adlı romanından Marshlıların dünyayı işgale başladığıyla ilgili bir bölümü, haber tarzında okuması üzerine insanların radyoyla kurduğu bağ nedeniyle tam bir panik ortamı oluşmuş ve intihar edenler olmuştur (MEGEP 2008: 7). Kitle toplumuna geçiş 1920’lerde radyo yayınının doğuşuyla birlikte daha da hızlandı. Başlangıçta radyo meraklıları yeni teknoloji öğrencileriydi; fakat ses ve müzik yayını arttıkça diğer aile üyelerinin de dinlemeye katılması ile radyo gerçek bir kitle iletişim aracı halini almıştır. Radyonun eğlence adına sağladığı kolaylıkla insanlar, dışarıda eğlenmeye gitmek yerine evde oturup radyo dinlemeyi tercih etmişlerdir. Radyonun altın çağı boyunca yarattığı zengin işitsel enformasyon ve eğlence kültürüne rağmen, birçok gözlemci bu aracın 1950’lerde televizyonun hızla yükselişiyle birlikte ortadan kaybolacağını öngörmüşlerdi; ancak böyle bir şey gerçekleşmemiştir. Ucuz ve taşınabilir radyolar neredeyse her yere götürülebiliyor, televizyonun aksine radyodan keyif alınması için ona bakılması gerekmiyordu. Radyoyu evlere getirenler erkekler ve erkek çocuklarıydı, bu aygıtı tamir etmeye çalışmaları, erkeklikle ilgili belirli baskılardan kaçınabilecekleri bir görünmezlik alanına girmelerini sağlamanın yanında onlara yeni eril üstünlük biçimleri öne sürme olanağı da verdi (Crowley ve Heyer 2010: 304-314). Radyo ve televizyon yayına başladıkları ilk yıllardan itibaren toplumların yaşayışında köklü değişikliklere sebep oldu, eğlence alışkanlıklarını değiştirdi, daha hızlı haber almamızı sağladı ve insanların evde kaldıkları, tek başına geçirdikleri süreyi arttırdı (MEGEP 2008: 1).

Türkiye’de de ilk radyo denemelerini gerçekleştiren amatör radyocular kendi ürettikleri basit alıcılarla yabancı radyoları dinlemiş ve dar kapsamlı yayın denemeleri yapmışlardır. Radyonun, Türkiye’ye resmen girişi PTT yönetiminin 1927 yılında telgraf vericilerine radyo yayını yapmayı sağlayacak donanımı eklemesi ile gerçekleşmiştir. 1937 yılında çıkartılan Telsiz Kanunu ve 2. Dünya Savaşı’nın başlaması, ruhsatlı radyo dinleyici sayısını, dolayısıyla radyonun gelirini arttırdı ve 1939’da ruhsatlı radyo sayısı 50 bini aştı. 1940’a kadar süren PTT dönemi yayınlarında ağırlıklı olarak haberler, eğitici programlar, kültür sanat programları, işçi ve köylü programları, çocuk

programları, kadın ve ev yaşamı programları, dinleyici mektupları ile eğlence ve spor programları yer alıyordu. Radyo yayınları Türkiye’de uzun süre siyasi iktidarların denetiminde bir hayat sürdürmüştür. Radyo yayınları, 1964’de Türkiye Radyo Televizyon Kurumu’na (TRT) devredilerek halka yönelik eğitici yayınlar yapılmaya başlanmıştır. 1974 yılında TRT’nin radyo sayısı TRT-1, TRT-2 ve TRT-3 olmak üzere üçe çıktı ve birden fazla küçük bölüm barındıran kuşak programların yayınına başlandı. Televizyonun 1950’li yıllarda ülkemize gelmesiyle ikinci plana düşen radyo, özel radyo yayınlarının 1990’lı yılların başında başlamasıyla yeniden popüler oldu (MEGEP 2008: 15-21).

1.1.2. Televizyon

Kimilerine göre “*en yaygın ve etkili haber kaynağı*”, kimilerine göre ise “*aptal kutusu*” olan televizyon, 20. yüzyılın insan hayatını en çok etkileyen icadıdır. Televizyon ilk olarak 1873 yılında İrlandalı bir telgrafçı olan Andrew May tarafından yapılmış, 1923’te ABD’li Jenkins, 1925’de ise İngiliz Logie Baird Nipkow tarafından yapılan deneme yayınları belli belirsiz kaba çizgilerden öteye geçmemiştir. 1907 yılında İngiliz Alan Swinton ile Rus Boris Rosing tarafından görüntüyü elektronik olarak tarayacak bir yöntem kullanılmıştır. Televizyonun icadı kendinden önce var olan teknolojilerin (elektrik, telgraf, fotoğraf, sinema, radyo) birleşimi ve gelişimine bağlıdır. Radyo yayıncılığı tüm dünyada neredeyse aynı yıllarda başlarken, daha pahalı bir teknoloji olan televizyon, gelişmekte olan ülkelerde, Avrupa ve ABD’ye göre çok geç yayına girmiştir. ABD’de ilk TV yayını denemeleri 1927 yılında yapılmış, düzenli yayınlara ise İngiltere 1936, ABD 1939 yılında başlamıştır. Televizyon özellikle göçmen işçi sınıfının gruplar halinde izlediği “*inanılmaz, sihirli bir kutu*” olarak görülmüştür (MEGEP 2008: 21-28).

İkinci Dünya Savaşı televizyonun bir kitle iletişim aracına dönüşmesini yaklaşık on yıl geciktirmiştir. 1950’lerin başında televizyon yaygınlaşmaya başlamış, televizyon alıcısı satışları artmış, bununla birlikte bir televizyon kültürü ortaya çıkmıştır. Televizyon 1950’lerde insanları radyoların başından ve sinema salonlarından kendisine doğru çekmişse de, teknolojik bakımdan aksaklıkları zamanla giderilmiş ve

geliştirilmeye devam etmektedir. Nation's Business yazarlarından biri Temmuz 1947'de, *“Televizyon, sıradan Amerikan ailesinin artık onsuz yapamayacağı kararını verdiği bir şey haline gelmişti.”* Mart 1948'de Newsweek, televizyonun *“ateşli kızıl hastalığı gibi yaygınlaştığını”* yazmıştır. Televizyonun ilk yıllarında yorumcular, izleyicilerin televizyona göstereceği ilginin günde bir veya iki saatlik bir süreyi aşmayacağını, televizyonun radyonun yanında ikincil bir önemi olacağını ileri sürmüştü; buna rağmen düşük ve orta gelirli ailelerin televizyonu benimseme hızı birçok gözlemci tarafından şaşkınlıkla karşılanmıştır. Televizyon *“yoksulların tiyatrosu, en son ve en değerli lüksü”* olarak nitelenmeye başlamıştır. Televizyon haberleri izleyicilerde belirli beklentilerin ve bağımlılıkların oluşmasına yol açmıştı. 1947 yılında yorumcular, televizyon kendisine yoğun bir dikkat yöneltilmesini gerektirdiği için radyo dinlerken ev işi yapan kadının televizyon izlerken işlerini aksatacağı savunmuştur (Crowley ve Heyer 2010: 360-370).

Radyo yayınları ülkemizde Batı ülkeleriyle aynı yıllarda başladığı halde, düzenli televizyon yayınlarının bu ülkelere göre epey geriden başlamasının sebebi, hem yayıncılar hem de vatandaşlar için televizyon maliyetinin yüksek olmasıdır. Türkiye’de ilk televizyon deneme yayınları İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ)’nin bir laboratuvar çalışması olarak 1952’de başlattığı çalışmalardır. 1966 yılında evlerde ve iş yerlerindeki alıcı cihaz sayısı iki bin civarındaydı, televizyonun daha çok oteller, pastaneler, kahveler ve okullarda topluca seyredildiği düşünüldüğünde izleyici sayısının iki binin üzerinde olduğu söylenebilir. İTÜ yayınları 1970’e kadar sürdü, siyasi olaylar nedeniyle üniversite yönetimi, teknik cihazları, ilk televizyon yayınlarına 1968 yılında başlayan TRT’ye devretti (MEGEP 2008: 36).

Televizyon programları ve izleyicinin ilgisi bakımından yapılan araştırmalar, televizyonun eğlence içeriklerinin izlendiği ve izleyicinin eğlence aradığını göstermektedir. Toplumlar iletişimde bulundukları araçlar tarafından şekillendirilmektedir ve televizyon sadece bir iletişim aracı değil insan tipi yaratan bir güçtür (Çakır 2005: 124). 1970’li yılların teknolojisi televizyonun kendinden önceki tüm eğlence ve haberleşme yollarını, geleneksel kurumları ve sosyal ilişki biçimlerini, gerçeklikle ilgili temel algılamamızı ve bu nedenle de birbirimizle ve dünya ile olan

ilişkilerimizi, toplumlarımızın ölçeğini ve biçimini, aile yapılarını, kültürel ve sosyal yaşamı değiştirdiğini savunan yaklaşımlar televizyonun gücünü göstermektedir (Williams 2003, Aktaran: Hepkon 2011: 121). Televizyonun çağdaş kültürün utanç verici eklentisi değil, temellerinden biri olduğunu kabullenmek gerekmektedir. Televizyon, geleneksel ozanın işlevini görmekte, anlatılarını sürekli yineleyip değiştiren dizileriyle sözlü kültür geleneğini sürdürmektedir (Maigret 2012: 183).

Televizyon evlere girmeye başladığı andan itibaren ev ortamının bütünleştiricisi rolünü üstlenmiş, olası kullanım alanları belirlenirken televizyon merkezli bir yaklaşıma odaklanılmıştır. Televizyon aile hayatının gündelik vazgeçilmezi ve savaş döneminde parçalanmış ailenin birleştiricisi olarak görülmüştür. Televizyon ticaretin gelişimine katkı sağlama, eğitim ve haber verme işlevlerini yerine getirmek gibi faydaların yanı sıra toplum ve fertler üzerinde bazı zararlı etkileri de yanında getirmektedir. Okul çağındaki çocukların tüm zamanlarını doldurarak sosyalleşmelerini ve eğitim hayatlarını engellemekte, tek amacı eğlendirmek ve izleme oranlarını yüksek tutmak olduğu için toplumsal değerleri aşındırmaktadır. Televizyon ebeveynler tarafından çocuk bakıcısı olarak algılanmış, sorunlu çocuklar için bir çare olarak görülüp, çocukları sokaklardan uzaklaştırmak için kullanılmıştır (Crowley ve Heyer 2010: 387-395; MEGEP 2008: 41).

Televizyon evlerin merkezine girdiği anda tüketim ekonomisi için bir araç olarak tercih edilmiş, insanda var olan pasifliği organize eden ve temsil eden, yeni tip topluma hizmet eden ve sömüren bir araç olmuştur (Williams 2003: 11-13). Gerbner, televizyon müptelalarını kuşatan bir kötü dünya sendromu tanımı yapmakta ve ne denli çok televizyon izlenirse, dış dünyayı her köşe başında ayrı bir kötülük ve tehlikenin pusuya yattığı, suçun kol gezdiği, gettolaştırılmış bir yer olarak görme olasılığının da o denli fazla olacağını ifade etmektedir (Aktaran: Ural 2011: 64). Robins (1999)'e göre, televizyon sonrası teknolojilerde artık gerçeklik yerine, daha rahatlatıcı duyarlılık koşullarına sahip alternatif ve telafi edici gerçeklikler yaratmak söz konusudur. En ilgi çekici örneği sanal gerçeklik olan bu teknolojilerde, tüketim süreci içinde zevk ve güvenliği bir arada yaşama olanağı bulunmaktadır. Bu alanda gerçek dünya iptal edilip, yerine tüketicisinin her şeye gücü yeten arzularına ve fantazyalarına yanıt verebilen

benzeri bir kopyası konulabilmektedir. Sanal gerçeklik, teknolojik devrimin bir sonucu olan kültürel bir yenilik olarak sunulmaktadır (Aktaran: Ural 2011: 69). Postman (1982)'e göre “Televizyon, basılı sözcüğün düz ve sıralı mantığının oldukça ilkel ama dayanılmaz bir seçenek oluşturur ve yazınsal bir eğitimin ağırlığını uyumsuz kılmaya yönelir. Televizyon izlemek yalnızca hiçbir yeteneği gerektirmemekle kalmaz, hiçbir yetenek de gerektirmez”. Baudrillard (1997)'e göre “Televizyonun tek söylediği: ben bir imgeyim, her şey imgedir. İnternet ve bilgisayarın tek söylediği: ben bilgiyim, her şey bilgidir” (Aktaran: Maigret 2012: 37-38).

1.1.3. Telefon

1937 yılında ABD’li araştırmacı C. G. Page, demirin mıknatıslanmasındaki hızlı değişimin müzikal bir ses çıkmasına yol açtığını bunun anlaşılır konuşmaları göndermeyi sağlayacağını düşünmüş, bu düşünce 1876 yılında “telefon” adını verdiği cihazının patentini alan ABD’li Graham Bell ile hayat bulmuştur. İlk dönemlerinde sadece resmî daireler ve basın-yayın kuruluşlarında var olan telefon hattı zamanla iş yerlerine ve evlere de bağlanmıştır (MEGEP 2008: 5). Telefon aynı anda iki yerde birden bulunmaya olanak vermiş, uzak mesafelerdeki insanların birbirleriyle konuşmalarını ve yazılı iletişimin zorunlu kıldığı türden bir karşılık verme süresine gerek kalmadan anında yanıt verilmesini sağlamıştır. Telefon bir kamusal yayın aracı olarak da kullanılmıştır; 1879’da Birleşik Devletler’de telefon hatlarından vaazlar yayınlanmış, 1880’de Zürih’teki bir konser telefon hatları üzerinden dinletilmiş, sonrasında Berlin’de bir opera ve Manchester’da bir yaylı sazlar dördlüsünün verdikleri konserler çevre şehirlere iletilmiştir. Bu sistem sayesinde şehirlerde yaşayan insanların izolasyonunun azaltılması ve herkesin aynı anda aynı şeyi dinleyebilmesi hedeflenmiştir. 1896’da Birleşik Devletler başkanlık seçimi sonuçları telefon hattı üzerinden duyurulmuş ve insanlar kendilerine sunulan bu hizmeti büyüleyici bulduğu için bütün gece telefon ahizesinden sonuçların açıklanmasını beklemiştir (Crowley ve Heyer 2010: 309). 1956 yılında Avrupa ile Amerika arasında telefon kablo çekilmesiyle iletişim ağları genişlemeye başlamıştır (Geray 2003: 53).

Türkiye’de ilk telefon hattı 1881 yılında Posta Nazırı odası ile Fabrika müdürlüğü arasında çekilmiştir. 1892 yılından II. Meşrutiyet’e kadar geçen dönemde ev telefonları bile yasaklanmış, 1908 yılında Meşrutiyet’le bu baskı kalkınca herkes telefon kullanmak istemiş ancak Posta ve Telgraf Nezareti sadece devlet hizmetleri için telefon kullanılmasına izin vermiş, halka ruhsat vermemiştir. Türkiye’de telefon şebekesinin belli bir sisteme oturtulması 4 Şubat 1924 tarihinde Büyük Millet Meclisi’nce kabul edilen Telgraf Telefon Kanunu ile mümkün olabilmıştır. 1926 yılına kadar İstanbul’dan başka bir yerde düzenli bir telefon tesisatı bulunmamaktaydı. Cumhuriyet İdaresi ile birlikte telefonculuğa büyük önem verilmiştir (PTT 2007: 250-254).

1976’da şehirlerarası konuşmaların, 1979’da milletlerarası konuşmaların otomatiğe dönüştürülmesine başlanmıştır. Uydular aracılığıyla haberleşme olanağında yararlanmak için 1979’da Ankara Uydu Haberleşme Sistemi kurulmuştur. Bu istasyon Türkiye’yi 206 telefon 8 telgraf kanalıyla dış ülkelere bağlamıştır. Köylerin şehirlerarası otomatik şebekeye bağlanmasına başlanmış, ilk uygulaması 1984’te kırsal radyo-telefon sistemi yardımıyla Trabzon’un Karlık köyünde gerçekleştirilmiştir (PTT, 2007: 256). TÜİK verilerine göre Türkiye’de sabit telefon kullanımı 1929 yılında 15.262 iken 2004’te en yüksek sayıya ulaşarak 19.125.163 olmuştur, 2013 yılı itibariyle 13.551.705 abone sayısı mevcuttur (TÜİK 2013). 1994 yılında GSM (Cep telefonu) hizmete sunulmuştur (PTT 2007: 257).

Cep telefonu, iletişim işlemlerini “bir yerden bir yere” uzanan bağlantıların sınırından çıkarmış, “kişiden kişiye” iletişime geçilmesini sağlamıştır. Cep telefonu zaman ve mekândan bağımsız iletişim kurabilme yeteneğini arttırmıştır. Gün geçtikçe değişen müşteri ihtiyaçları ile birlikte cep telefonu, arama yapmanın dışında, mesaj gönderme, internet erişimi, fotoğraf çekme ve veri paylaşma gibi işlevleri de yerine getirmeye başlamıştır. İnsanların birbirleri ile daha etkin iletişim sağlaması ve bilgiye erişebilmeleri açısından imkânlar oluşturan mobil teknolojiler yaşam kalitesinin artmasına etki etmektedir. Cep telefonu, bilgisayar erişimi olmayan ya da sınırlı erişimi olan daha düşük gelirli gruplar için, dijital dünyaya girmek ve bilginin güçlü ve zengin olanların hâkimiyetinde olduğu mevcut duruma meydan okumak açısından büyük bir imkân sunmaktadır (mWomen Projesi Raporu 2012: 1).

Mobil medya, özellikle cep telefonları dünya çapında milyonlarca insanın gündelik yaşam ve alışkanlıklarının önemli bir parçası haline gelmiştir. Perlado ve Barvise (2005)'e göre, ülkelerin çoğu mobil iletişimi internetten daha hızlı benimsemişlerdir; 2003 yılında yapılan bir araştırmada İngiltere'de cep telefonuna sahip olanların oranı yüzde 85 iken, internet kullanım oranının yüzde 47'lerde kalmıştır. Cep telefonu piyasasına 3. nesil telefonların girmesi ile cep telefonları kullanıcılarına daha zengin içeriğe sahip, daha interaktif, kullanıcının bulunduğu yere ve zamana uyum sağlayabilen, internet erişimine imkân veren özellikler sunan yeni bir alan sunmuştur (Aktaran: Öztürk 2011: 205). Yüz yüze iletişim sırasında başka şahıslarla cep telefonundan iletişim kurmak, e-postalarını kontrol etmek gibi eylemler farklı sosyal ilişki biçimlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Yeni ilişki biçimleriyle birlikte hızlanan toplumsal hayat içerisinde hız kültürüne uyum sağlayan bireyler, birçok faaliyeti eşanlı olarak gerçekleştirmeye alışık bir zihin yapısına sahip olacaklardır (Uslu 2007: 228).

Türkiye'de cep telefonu, dünyanın bazı bölgelerinde olduğu gibi, piyasaya sürüldüğü andan itibaren farklı kesimlerden farklı demografik özelliklere sahip kişilerin ilgisini çekmeyi başarmış, ülkede o dönemde var olan ekonomik krize rağmen büyük bir hızla yaygınlaşmış ve toplumsal bağımlılığın nesnesi haline gelmiştir. 2000'li yılların başında Türkiye, dünya cep telefonu sahipliği istatistiklerinde ilk sıralara yerleşmiştir. Türkiye'de cep telefonu, bireylerin kendilerine ait farklı bir dünya yaratmak, deneyimlemek ve hissetmek üzere sahip olmaya çalıştıkları, anlam ve değerler yükleyerek yokluğunda yalnız hissettikleri, günlük hayat pratikleri ve hayalleri içerisinde vazgeçilemeyen bir durumdadır. Cep telefonu kişisel, taşınabilir ve çağa uygun imgelerin etkin bir rol oynadığı, kullanıcısının yaşantısında var olan bilgileri saklayabilme ve diğer kişilerle iletişimini her an her yerde sağlayabilme özelliklerine sahiptir (Çelik 2010: 56-59). Türkiye'de 1994'te 81.276 olan cep telefonu abone sayısı 2013 yılı itibarıyla 69.661.108'e ulaşmıştır (TÜİK 2013).

Toplumsal alanda birbirinden ayrı düşenler, cep telefonu tutkunluğunda birleşmektedir. Cep telefonu sahipliği, bireyler arasında güç ve otoritenin simgesi, sınıfsal hareketin ya da ötekinin gözünde kimliğinin, farkının ispatlanması işlevini görmektedir. Cep telefonu teknolojisinin ekonomik, kültürel ve politik açılardan farklı

coğrafyalarda bu kadar kolay benimsenmesinin sebebini diğer iletişim teknolojilerinin altyapı donanımlarının olmaması nedeniyle cep telefonunun kolay ve etkin iletişim kurabilme kapasitesi ile açıklamak yetersizdir. Cep telefonu araçsal yararından öte üretilmek istenen kişisel ve kolektif hikâyelere katkısından dolayı benimsenmiştir, arzu edilen fakat sahip olunamayan toplumsal statüyü gösteren bir sembol olmuştur. Farklı statüdeki insanlar aynı cep telefonuna sahip olarak kendilerini ona eşit görmeye başlaması cep telefonunu özenme ve taklidin nesnesi yapmıştır. Cep telefonu birçok özelliği içinde barındırmasının yanında kişisel olanı üretme, saklama, koruma ve gerektiğinde silme imkânı sunması ile insanların kendilerine özel bir dünya oluşturma ve dünyanın kontrolünü ellerinde tutabilmelerini sağlamaktadır (Çelik 2010: 57). Çelik (2010)'ın araştırmasında görüşülen kişiler, hangi yaş ve eğitimde olurlarsa olsunlar cep telefonunu içselleştirmiş ve onun hayatlarının bir parçası olduğunu kabullenmişlerdir.

1.1.4. Bilgisayar ve İnternet

Başlangıçta elektronik bilgisayarların hesap makinelerinin yaptığı işin aynısını daha hızlı bir şekilde yapmaları hedeflenmiştir. II. Dünya Savaşı sırasında ordu top ateş cetvellerinin hesaplanması için yüksekokul mezunu yüzlerce kadın çalıştırılıyordu; fakat bu kadınlara en gelişmiş elektromekanik hesap makineleri verilmiş olsa bile her cetvelin hesaplanması yaklaşık üç ayı buluyordu. 1942'de John Mauchly, Ordu Donatım Departmanına, mermi uçuş yolu denklemlerini birkaç saniyede çözebilecek yüksek hızlı vakum tüpleriyle çalışan elektronik bir hesap makinesi yapabileceğini belirtmişti. 1943'te başlanan ENIAC üç yılda tamamlandı. 1944 yılında ancak basit işlemler yapabilen makine, 1945-46 kışında çok hızlı hesap yapabilir duruma geldi. Soğuk savaş döneminde yetkililer makinenin bir hidrojen bombasının yapılıp yapılmayacağını hesaplayacak şekilde yeniden programlanmasını talep etmesi üzerine hesaplamalar birkaç hafta içinde tamamlandı. 1946 sonbaharında birçok kuruluş kendi bilgisayarlarını yapmaya başlamıştı. 1947 yılı sonlarında Birleşik Devletler ve İngiltere'deki çeşitli laboratuarlarda en az dokuz bilgisayar yapılmıştı. 1980'lerin sonu ve 1990'larda ev bilgisayarları yayılırken bu aygıtı benimseyenler ve ailelerinin geri kalanına tanıtanlar genellikle erkek çocuklar olmuştur. Kısmen devlet destekli çeşitli araştırmalarda çok sayıda genç insanın bilgisayar tasarımı eğitimi almış olması yüzünden bilgisayar

alanındaki yeniliklerin hızı geçmişteki başka teknolojik alanlarda olduğundan daha fazla olmuştur. Her yeni bilgisayar kuşağı, kendinden önce gelen kuşaktan “daha iyi daha hızlı, daha güçlü, daha esnek ve daha az masraflı” oluyordu, ayrıca kuşakların ömrü artık onyıllarla değil sadece yıllarla ölçülüyordu (Crowley ve Heyer 2010: 461-464).

Bilgisayarın sadece bilimsel amaçlarla kullanım profilinden çıkıp her kesimden kullanıcıya ulaşmaya başlaması teknolojik bir devrimdir. BİT’in merkezinde önemli sosyal etkilere sahip olan bilgisayar bulunmaktadır (Avcıoğlu 2011: 21). Bilgisayarların, dolayısıyla BİT’in genel olarak gelişimini hızlandıran en önemli olay internettir. İnternet, doğuşundan bu yana hızlı ve sürekli bir gelişim göstermiş, herkesin kullanımına ve bilgi paylaşımına açık olması sebebiyle küresel bir veri havuzuna dönüşmüştür (Özbilgin ve Çalış 2012: 2). İnternet, dünyanın her yerinde insanların giderek artan bilgiyi paylaşma, saklama ve bilgiye ulaşabilme istekleri doğrultusunda ortaya çıkmış, bilgiye erişimi kolaylaştıran ve bulunduğumuz yerden dünyada var olan bilgiye ulaştıran, gelişimi ve yayılımı en hızlı olan bilgi teknolojisidir. Yaşadığımız çağ bilgi toplumu olarak nitelendirilmekte ve bu toplumda teknolojinin özellikle bilgisayar ve internetin kullanılması vazgeçilmezdir (Şen ve Akdeniz 2012: 63; Yılmaz ve Horzum 2005: 104-113). İnternet, var olan toplumsal hiyerarşiye son verecek, ortak bir akıl oluşmasını sağlayacak, televizyonun bireylere sunduğu tek taraflılıktan kurtaran yeni bir sistem olarak ortaya çıkmıştır (Maigret 2012: 328).

İletişim sistemleri içinde en hızlı yaygınlaşan açık ağ sistemi internettir. Başlangıcı 1970’ler olan ve askeri strateji gereği geliştirilen internet, daha sonraları dijital dilin evrenselliği ve iletişim sisteminin ağ oluşturma mantığı gereği küresel bir iletişim teknolojisi olmuştur. 20. yüzyılın ikinci yarısında internetin ortaya çıkışı ve gelişimi, Soğuk Savaş dönemi askeri strateji, bilimin katkısı, teknolojik girişimcilik ve kültürel karşıt yeniliğin bütünleşmesinin ürünüdür. 1969’da ilk bilgisayar ağı denebilecek olan ARPANET oluşturulmuştur. Askeri amaçla yola çıkan internet zamanla bilim adamlarının iletişim, mesajlaşma ve kişisel sohbet ortamı haline gelmiştir. İnternete olan ilginin artması ile iskelet iletişim sistemi ARPANET olan başka ağlar oluşturulmaya başlanmış, 1980’lerden sonra ARPANET artık İNTERNET adıyla anılmaya başlamıştır (Castells 2008: 58-59; Geray 2003). Amerika’da ortaya

çıkan internetin küresel çapta yayılması ağ geliştirmeye yönelik birçok farklı akımın etkisi altında gerçekleşmiştir. 1970'lerden başlayarak ülkeler, kendi yerel kültürleri tarafından şekillendirilmiş ve çoğunlukla ekonomik gelişimin ve ulusal egemenliğin araçları ve simgeleri olarak iş görmüş olan büyük veri ağları kurmuşlardı (Crowley ve Heyer 2010: 472). Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU)'nin 1999 yılı verilerine göre, telefonun 50 milyon kişiye ulaşması 74 yıl, radyonun 38 yıl, televizyonun 13 yıl sürmüştür; internet ise bu sayıda insana 4 yılda ulaşmıştır (Aktaran: Sarmaşık 2011: 23).

Her şeyi yapan medya olan internet, işlevsel, ekonomik üstünlükleri ve duyguların, kızgınlıkların, mutlulukların yansıtılabileceği kişilerarası iletişimi sağlayarak toplumsallığın güçlenmesi eğilimini desteklemektedir (Maigret 2012: 343). İnternet sağladığı yeni ve interaktif mecralarla, düşük maliyet, anında iletişim ve geri bildirim ile alıcı-gönderen arasında eşzamanlı mesajlaşma imkânı vermiştir (Dikmen 2011: 160). İnternet toplumsal hayatta kendinden önceki teknolojileri dışlamadan yerini almıştır. Elektronik ileti daha özel ve içten olan mektubun yeniden değer kazanmasını sağlamıştır. İnternetin televizyonla rekabeti, internet kullanıcılarının televizyona daha az zaman ayırdıkları görüşüyle desteklenebilir. Televizyon izlerken yemek yiyen, sohbet eden, iş yapan bireylerin internette gezinirken televizyon izlemeleri de uzak bir ihtimal değildir (Maigret 2012: 339). Bugün diziler ve programlar devam ederken eşzamanlı olarak bireyler sosyal medyada eleştiriler, yorumlar yapmaktadır. İnternet televizyon gibi tek taraflı bir iletişim aracı değildir, bu nedenle yoksul hanelerde evin dışı ile artı ücret ödmeden iletişim kurmanın yolu internet olarak belirlenmeye başlamıştır (Ergül, Gökalp ve Cangöz 2010: 140).

İnternet, toplumsal hayatın pek çok alanını olumlu yönde dönüştürebilecek niteliklere sahip bir teknolojidir. Toplumsal iletişim açısından baktığımızda kaliteli, çoksesli, demokratik, katılıma açık bir ortam yaratma olanağına sahiptir (Çevikel, 2007: 39). İnternet hayatımıza girmesiyle birlikte bireylere sunduğu hak ve özgürlükler, sosyal, ekonomik ve kültürel hayatımızda büyük değişikliklere yol açmıştır. İnternet, bilginin paylaşımına yönelik sağladığı olanakların yanı sıra hukuki ve yönetsel bazı sorunları da beraberinde getirmiştir (Sarmaşık 2011: 21). Bir bilgi kaynağı olan internette yer alan bilgilerin doğruluğu, kullanıcıların beklentilerini ve ihtiyaçlarını

karşılayabilmesi açısından önemlidir (Yeğenoğlu ve Sözen 2007: 46). İnternet olumlu ve olumsuz tüm eleştirilerle birlikte internete bağlanan bireylerle bağlanmayan bireyler arasında bir uçurum oluşturacağı ve toplumu parçalayacağı kaygısıyla karşı karşıyadır (Maigret 2012: 328). Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de internet kullanımı hızla yaygınlaşmaktadır; TÜİK verilerine göre Türkiye’de internet abone sayısı 1998 yılında 229.885 iken 2013 yılı itibariyle bu sayı 32.613.930’a ulaşmıştır (TÜİK 2013).

1.2. Dünyada Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanımı

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ve tüm dünyada daha aktif olarak kullanılması sonucu sağlık, enerji, eğitim, finans gibi farklı sektörler bu teknolojilerin avantajlarından artarak faydalanmaya başlamışlardır. BİT birçok farklı sektörün gelişmesinde de etkin bir güç oluşturması ve ülkelerin gelişmesine sağladığı katkı nedeniyle etki alanı geniş bir sektör olarak değerlendirilmektedir. Günümüzde, ülkelerin birbirine karşı üstünlük elde etmeleri ve dünya pazarında söz hakkına sahip olmalarında BİT en belirgin etmenlerden biri haline gelmiştir. Bunun gereği olarak birçok ülke BİT alanında gelişim için ülke stratejileri ortaya koymakta, büyük yatırımlar yapmakta ve yatırım-talep artırıcı birçok düzenlemeyi vatandaşlarına sunmaktadır (Özbilgin ve Çalış 2012: 1-2). 1980 sonrası dönemde uluslararası ekonomide ortaya çıkan değişiklikler BİT’in yoğun olarak kullanımını gerektirmektedir (Geray 2003: 95).

Sayısal uçurum kavramı, bireysel sosyoekonomik farklılıklar ve coğrafi bölgeler arasındaki eşitsizlikleri vurgularken BİT’i etkin biçimde kullananlar ile kullanamayanlar arasındaki farklara dikkat çekmektedir. Kullanıcıların gelir dengesizlikleri, coğrafi engellerin aşılammaması, özellikle geniş bantlı ağ sistemlerinin tüm bölgelere dengeli dağılımının sağlanamamış olması eşitsizliğin nedenidir. Sayısal uçurumun ölçülmesinde kullanılan en önemli göstergeler bilgisayar, televizyon, cep telefonu sayısı ve internet erişim miktarıdır. Ev kullanıcıları açısından sayısal bölünmede gelir, eğitim seviyesi, hane halkı büyüklüğü, yaş, cinsiyet, konum gibi temel öğeler yer almaktadır (Şen ve Akdeniz 2012: 55-61). Colby ve Graham’a göre, “Sayısal uçurum, BİT olan telefon, bilgisayar, internet gibi araçlara fiziksel erişimsizlik

göstergeleriyle sayısallaştırılmaktadır; fakat bu yaklaşım sınırlı bir yaklaşımdır. Bu nedenle enformasyonun ticarileşmesinin yarattığı sonuçların ve teknolojik mimariye sızmış yapıların da hesaba katılması gerekmektedir” (Aktaran: Geray 2003: 136).

Dünya geneline bakıldığında ülkelerin internet bağlantısı ve mobil iletişim olanaklarından aynı oranda yararlanamadığı açıktır (Bingöl ve Tanrıver 2011: 135). BİT ile gelişmiş ülkeler ve gelişmemiş ülkeler arasında var olan sayısal uçurum giderek artmakta; hatta sayısal uçurum aynı ülkede kentler ve cinsiyetler arasında eşitsizliğin giderek artmasına, bilgiden yoksun ülkelerde yaşayan yoksul nüfusun marjinal kabul edilmesine neden olmaktadır (Uslu 2007: 226-227; Özer vd. 2005: 214). BİT’e sahiplik konusunda hem ülkeler hem de bölgeler arasında belirgin bir eşitsizlik bulunmaktadır. Bilgisayar ve internet teknolojilerine erişimde yaşanan eşitsizlikler bilgi yoksulluğu kavramını ortaya çıkarmıştır. Bilgi yoksulu olan ülkeler BİT’i aktif şekilde kullanan ve en güncel bilgilere ulaşan ülkelerin elde ettiği kazanımların hepsinden mahrum kalmaktadır (Kılıç 2011, 84).

BİT ile gerçekleştirilen işler her geçen gün artarken yoksullukla mücadele eden birçok toplum bu gelişmeleri uzaktan seyretmekte; üstelik teknolojinin işleyiş biçimi üzerinde kontrol sahibi olanlar, bundan yoksun olanlar karşısında gücü ellerinde bulundurmakta ve bu güçten yoksun olanlara karşı bir düzen oluşturmaktadır (Şen ve Akdeniz 2012: 74; Postman 2004: 18). OECD üyesi ülkelerin sayısal eşitsizliği giderme politikaları; genel politikalar (evrensel hizmet fonu), bireylere ve hanelere teknoloji yaygınlaştırma (maliyetleri düşürme), işyerlerine yaygınlaştırma, devlet geliştirme ve uygulama projeleri başlatılması (e-devlet uygulamaları), eğitim ve öğretim girişimlerinin başlatılması (bilgisayar ve internet okuryazarlığının arttırılması), uluslararası işbirliği oluşturulması şeklinde belirlenmiştir (Geray 2003: 137).

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, ülkelerin ekonomik ve sosyal yaşamlarında köklü değişikliklere yol açmaktadır. BİT büyük bir pazara sahiptir; ekonomik anlamda bu teknolojileri üreten az sayıdaki ülke ve üretmeyen ülkeler arasındaki mesafe giderek artmaktadır (Şen ve Akdeniz 2012: 53; Ege 2008: 46). BİT kırsal kesimde yaşayanlar ve engellilerin başka şekilde erişemediği kaynaklara erişim

imkanı sağlar, marjinal ya da alt kültürdeki kişilerin sanal topluluklarda bir engel ya da utanca maruz kalmadan yer alabilmelerini sağlar (Starr 1996, Aktaran: Edles 2006: 99). BİT ile insanlık tarihi boyunca görülmemiş bir şekilde kültürel ürün düşünce ve fikir daha geniş halk kitlelerine ulaşmaya başlamıştır; bu sayede kültürde ve toplumda demokratikleşme sürecine katkı sağlayan en önemli araçlardan biri olmuştur (Timisi 2003: 41). BİT'in artması ile birlikte toplumdaki sosyal hareketler giderek artmakta, sosyal grupların paylaşımları farklılaşırken ve artarken iletişim araçlarına erişemeyenler dışlanmaktadır. BİT'in her biri kendi başına bazı bağları güçlendirip organize olmayı kolaylaştırabilmektedir (Geray 2003). Eğitimli ve zengin olanların bilgisayara yoksul ve eğitimsiz olanlardan daha fazla erişim olanakları vardır; bu nedenle yeni teknolojiler zengini fakirden ayırmanın bir aracı olarak görülebilir. Yeni teknolojiler daha fazla çocuk tarafından okul ve kütüphane aracılığıyla kullanılabilir olsa dahi evde erişim imkânı olmayanlar dezavantajlıdır (Edles 2006: 100). Prof. Dr. Jan A. G. M. Van Dijk bireylerin bilgiye erişmesinin önündeki engellerin dört sebebi olduğunu belirtmektedir (Aktaran: Şen ve Akdeniz 2012: 56):

1. Düşünsel engel (sayısal ortama erişimde deneyimsizlik, bilgisayarlara karşı duyulan rahatsızlık, yeni teknolojilere karşı ilgisizlik ya da kayıtsızlık vb.).
2. Maddesel engel (bilgisayara ya da İnternet'e erişimin eksikliği vb.).
3. Beceri engeli (sayısal alanların kullanım kolaylığı taşımaması, kişinin eğitim düzeyinin erişilen alanı kullanmaya yetmemesi vb.).
4. Kullanım engeli (sınırlı erişim tanınmış alanlar, özelleşmiş kullanımla erişime sunulmuş alanlar vb.).

BİT'e erişim sorunu olarak, fiziksel olarak erişim eksikliği, kullanabilecek durumdayken öğretilmediği için kullanamama ve ulaşılan bilginin yararlı olacak şekilde düzenlenmemiş olması sayılabilir. Toplumun güçsüz kesimini oluşturan engelli, yaşlı, kırsal alanda yaşayanlar, kent yoksulları ve kente yeni göç edenlerin erişim sorunlarına çözüm getirici çalışmaların gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bilgi ve iletişim araçlarının kullanımında bugüne kadar hâkim olan görüş “*Sızıntı Paradigması*”dır. Sızıntı paradigması, iletişim araçlarının toplumun kent merkezlerinde yaşayan ve sosyoekonomik açıdan en üst kesimde yayılmaya başlaması ve yıllar içinde

teknolojideki ucuzlama nedeniyle kıra ve daha alt sosyoekonomik statüdeki kesimlere yayılmasını anlatır (Geray 2003: 135-136).

Radyo ve televizyon kolaylıkla evlere girmiş, insanların gündelik hayatlarındaki diğer etkinliklerle birleşerek tek başına dikkat gerektirmeden yapılan bir eğlence halini almıştır. Televizyon diğer araçlara da hükmetmekle beraber, televizyon izlemeye günümüzdeki eğilim devam ederse, bugün doğan bir çocuk on sekiz yaşına geldiğinde uyku dışında bütün etkinliklere ayırdığı zamandan daha fazlasını televizyon izlemeye ayıracaktır. Birleşik Krallık'ta yaşı dört ve üzeri olan bireyler haftada ortalama yirmi beş saat televizyon izlemektedir; yaşlı olanlar eğitim hayatları ve iş hayatları olmadığı ve daha geç uyudukları için çocuklardan iki kat fazla televizyon izlemektedirler, alt sosyal sınıflar üst sosyal sınıflardan daha fazla televizyon izlemektedirler (Giddens 2008: 635-636). Televizyon sahibi haneler tüm ülkelerde yüksek orandadır, ülkeler içinde yüzde 92 ile en az yüzde ye sahip İsviçre'dir (Seyfullahoğulları ve Akbaş 2013: 205).

Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU) 2011 yılı verilerine göre, Dünya üzerinde yaşayan 7 milyar insanın üçte biri internet kullanmaktadır. 2011 yılı itibarıyla internet kullanan yüzde 35'lik kısmın yüzde 62'si gelişmekte olan ülkelere, yüzde 38'i ise gelişmiş ülkelere olmaktadır. Çin internet kullanım oranıyla dünyada toplam internet kullanıcılarının neredeyse yüzde 25'lik kısmını, gelişmekte olan ülkeler arasında ise yüzde 37'lik bir kısmı temsil etmektedir. Gençler hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelere, yaşlı insanlardan daha fazla internet kullanma eğilimindedir. Dünya genelinde 25 yaş altında olanların yüzde 36'sı, 25 yaş üstünde olanların ise yüzde 34'ü internet kullanmaktadır. Gelişmiş ülkelere 25 yaş altında olanların yüzde 77'si, 25 ve yaş üzeri olanların yüzde 71'i internet kullanmaktadır. Gelişmekte olan ülkelere 25 yaşın altında olanların yüzde 30'u 25 yaş ve üzeri yüzde 23 oranla internet kullanmaktadır; bununla birlikte gelişmekte olan ülkelere 25 yaş altı grubun yüzde 70'i yani yaklaşık 1,9 milyar insan internet kullanmamaktadır, okullaşma ve okullarda internete bağlanma sorununun çözümü ile bu potansiyele ulaşılabilmesi mümkündür (ITU 2011: 1).

İnternet kullanımı ile ilgili rakamlar genel bir biçimde incelendiğinde bu kullanımın üst düzey oranlara ulaşmış olduğu, mevcut bilgiler ile dünya üzerinde her üç kişiden birinin internete bağlı bulunduğu görülmektedir. Bu oran dünya nüfusuna göre değerlendirildiğinde 2,3 milyar kişinin internet kullandığı bilinmektedir. Bu kullanım oranlarını ülkelerin gelişmişlik ayrımı içinde ele alırsak; gelişmiş ülkelerde nüfusun yüzde 70'i ve gelişmekte olan ülkelere ise nüfusun sadece yüzde 20'i bağlantı halindedir (Özbilgin ve Çalış, 2012: 2). Her 100 kişi için internet kullanıcısı sayısı en az olan ülke Türkiye (35,3 kişi) iken en fazla kullanıcıya sahip ülke İsveç (90,3)'tür (Seyfullahoğulları ve Akbaş 2013: 204).

Dünya çapında 1,8 milyar hanenin 700 milyonu bir bilgisayara sahipken 600 milyonu internet erişimine sahiptir. Gelişmekte olan ülkelere evlerin yüzde 25'inde bir bilgisayar ve yüzde 20'sinde internet bulunmaktadır (ITU, 2011: 2). 100 kişi başına düşen en az bilgisayar Türkiye (6,1)'de iken en fazla bilgisayar İsveç (96,2)'de bulunmaktadır. Türkiye (8,5) 100 kişi başına düşen sabit internet aboneleri sıralamasında son sırada yer alırken, İsveç (46,3) en fazla sabit internet abonesine sahip ülke konumunda yer almaktadır. Sabit geniş bant internet erişimi aylık tarifesi en düşük ülke Polonya (13,70\$) olarak görülürken, Almanya (43,40\$) en fazla ücret ödeyen ülkedir. Türkiye(18,2\$) ise en az aylık internet erişimi tarifesine sahip ülkelere biridir (Seyfullahoğulları ve Akbaş 2013: 205). OECD ülkelerinde bilgisayar sahipliğine bakıldığında en düşük bilgisayar sahipliği oranı Meksika, Türkiye ve Şili'de; en yüksek bilgisayar sahipliği oranı İskandinav ülkelerindedir (Şen ve Akdeniz 2012: 64).

ITU 2013 verilerine göre, dünya üzerinde her 100 haneden 41,3'ünde internet erişimi bulunmaktadır. Gelişmiş ülkelere her 100 haneden 77,7'sinde gelişmekte olan ülkelere ise 28'inde internet erişim imkânı bulunmaktadır. İnternet kullanan birey sayısı dünya genelinde her 100 kişiden 38,8 iken bu oran gelişmiş ülkelere 76,8 gelişmekte olan ülkelere ise 30,7'dir. 2012 verilerine göre dünya genelinde her 100 haneden 40,7'sinde, gelişmiş ülkeleredeki hanelerin 75,5'inde ve gelişmekte olan ülkeleredeki hanelerin 27,6'sında bilgisayar bulunmaktadır (ITU 2013).

Dünya genelinde cep telefonu aboneliği 2013 yılında her 100 kişi için 96,2; gelişmiş ülkelerde 128,2; gelişmekte olan ülkelerde ise 89,4'tür. Dünya genelinde 2013 yılında sabit telefon aboneliği sayısı her 100 hanede 16,5'dir, bu oran gelişmiş ülkelerde 41,6; gelişmekte olan ülkelerde ise 11,1'dir. Sabit telefon abone sayısı yıllara göre gittikçe düşmektedir (ITU 2013). Dünya genelinde cep telefonu kullanım oranlarındaki hızlı artışa rağmen gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında ve sosyoekonomik sınıf ve toplumsal cinsiyete dayalı olarak cep telefonuna erişim ve kullanım oranlarında büyük eşitsizlikler bulunmaktadır (mWomen Projesi Raporu 2012: 1).

Cep telefonu kullanıcı sayısı İran'da son on yılda önemli ölçüde artmıştır. Uluslararası Telekomünikasyon Birliği 2008 raporuna göre, 1998 yılında cep telefonu kullanıcı sayısı 239.000 olarak tahmin edilmiştir bu sayı on yıl sonra 180 kat arttı. İranlılar birçok farklı sosyal ortamda iletişim ve siyasi seferberlik aracı olarak SMS mesajlaşmayı kullanmıştır; bunun en büyük örneği 2005 ve 2009 cumhurbaşkanlığı seçimleri boyunca milyonlarca İranlı genç seçimleri boykot etmek, muhalif adayları desteklemek için siyasi mesajlar göndererek ve hızlı ve etkin bir siyasal iletişim kanalı olarak SMS'i kullanmışlardır. Tehran Times (2009)'a göre "Seçim kampanyası sırasında kısa mesaj alışverişi sayısı günde 110 milyonluk bir rekora ulaşmıştır". BİT araçları, bloglar ve sosyal ağ siteleri yaygın olarak başkanlık kampanyaları sırasında kullanılmıştır. ITU 2010 raporuna göre cep telefonu kullanıcı sayısı aynı yıl 43 milyon gibi yüksek bir sayıya ulaşmıştır, 2008 yılında 23 milyondan fazla İranlı'nın internete erişimi vardı, internet ve cep telefonu kullanıcılarının sayısı cumhurbaşkanlığı seçimleri sırasında daha da yükseldi. Bu önemli rakamlar göz önüne alındığında, SMS, e-posta, bloglar ve sosyal ağ siteleri 2009 başkanlık seçim kampanyası sırasında kitlelerin seferber olmasında yadsınamaz bir rol oynamıştır (Shirazi 2012: 45-46).

1.3. Türkiye'de Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanımının Mevcut Durumu

"Teknoloji, Türkiye için genellikle dışarıdan alınan bir araç olduğu için toplumsal değişimde etkili olan dış faktörlerin başında gelir" (Avcıoğlu 2011: 25). SETA'nın yaptığı "Türkiye'nin Gençlik Profili" araştırması verilerine göre,

katılımcıların boş zamanlarında en sık yaptıkları etkinlik, televizyon izlemektir (yüzde 56,8); bunun dışında kitap, dergi, gazete okuma (yüzde 40,8), internette sosyal medya ağlarına katılma (yüzde 37,2), spor yapma (yüzde 29,6), tiyatroya, sinemaya ve konsere gitme (yüzde 15,6), kıraathane ve kafe gibi mekânlarda arkadaşlarla buluşma (yüzde 13,4) tercih edilmektedir. Katılımcıların televizyonda en çok izledikleri program türü, yerli dizilerdir. Yerli dizilerden sonra en çok izlenen program türleri, haber bültenleri ve haber programları; spor programları; belgeseller; müzik, eğlence güldürü ve talk show programları ile yabancı filmlerdir (SETA 2012).

ITU verilerine göre, Türkiye’de 2000 yılı sabit telefon abonesi her 100 hane için 29,12 iken bu oran 2012 yılında 18,73’e düşmüştür. Türkiye’de cep telefonu aboneliği 2000 yılında her 100 kişiden 25,54 iken 2012 yılında ise 91,46 kişiye yükselmiştir. Türkiye’de 2000 yılında her 100 kişiden 3,76’sı internet kullanıcısıyken 2012 yılında bu oran 45,13’e yükselmiştir (ITU 2013). Kaynak ve Karaca (2012: 53-56) tarafından tüketiciler arasında doğrudan ve hızlı iletişim imkânı sağlayan BİT’in artan talebini araştırmak amacıyla Erzurum il merkezinde yapılan çalışmanın sonucuna göre, BİT’e olan talep düzeyleri bakımından cinsiyetler arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bilgiye ulaşma faktörü, ekonomik unsurlar ve kullanılabilirlik erkeklerin BİT’e olan talebinde kadınların talebine göre daha etkilidir. En çok talep edilen BİT aracı cep telefonudur. İnterneti kullananların büyük bir kısmı alışveriş yapma amacı ile interneti kullandıklarını belirtmişlerdir. Çalışmada erkeklerin kadınlardan, gençlerin yaşlı bireylerden ve şehir merkezinde yaşayanların kırsal kesimde yaşayanlardan daha sık interneti talep ettikleri tespit edilmiştir. Bununla birlikte eğitim düzeyi yükseldikçe, ailenin geliri ve ailede çalışan sayısı arttıkça interneti kullanma sıklığı artmaktadır.

Ergül, Gökalp ve Cangöz (2010: 133-134) tarafından Eskişehir kent merkezine bağlı iki mahallede alt gelir grubunda yer alan hanelerde yapılan çalışmada, telefon, cep telefonu ve internetin yoksulluktan kurtulmak için kullanılan birer iletişim ortamı haline geldiği gözlemlenmiştir. Hanelerde sabit telefonun çoğunlukla olmadığı, olanların zaman içinde telefon faturaları nedeniyle kapatıldığı ya da borcundan dolayı kapalı olduğu gözlemlenmiştir. Sabit telefon sahibi 2 hanede arayanı gösterme özelliği olan

telefonu hiç açmadan kendi aralarında çaldırıp kapatma ve bu sayede karşılıklı mesaj bırakmaya dayalı olarak kullanılmaktadır.

Cep telefonu sahipliğinin yoksul hane üyelerinin toplamında yüzde 70,1 oranında olduğu; hanelerde ortalama 4,43 birey sayısı bulunduğu, hane başına düşen telefon sayısının 2,68 olduğu gözlenmiştir. Hane üyeleri bazında yüzde 70,1 olan cep telefonu sahipliği babada yüzde 89,6; annede yüzde 58,5; kız çocuklarda yüzde 69,1 ve erkek çocuklarda yüzde 63 oranında dağılım göstermiştir. Pahalı cep telefonu sahipliği yoksul hanelerde yaşamsal ihtiyaçların önüne geçmesine rağmen sahip olunan cep telefonuna kontör alacak para bulunmamaktadır. Hanelerde cep telefonu sahipliğinin temizlik işi, inşaat işçiliği, hamallık gibi geçici işlerden haberdar olmak için kullanıldığı belirtilmiştir. İletişim teknolojilerinin yoksul hanelere kadar girmesi telefonun günlük hayatın ve iletişimin vazgeçilmezi olmasıyla telefon hem bir tüketim unsuru olarak yoksulluğu pekiştirir hem de yoksullukla baş edebilmede bir çare olarak görülmektedir. Yoksul hanelerde yemek yapacak bir ocak olmadığı halde internet ve bilgisayar sahipliğinin olmasından BİT ile oluşan sayısal uçurumu kapatmaya çalıştıkları sonucunu çıkarılamaz. Ekonomik yoksulluk BİT'e erişimi güçleştirmekte, pekiştirmekte; bu eşitsizlik bilgi yoksulluğunun da yeniden üretilmesini sağlamaktadır. Tek başına bilgisayar ve internet sahipliği bilgi ve ekonomik yoksulluğun giderilmesinde yeterli olamaz; fakat bir araç olarak kullanılıp giderilmesine yardımcı olabilir (Ergül, Gökalp ve Cangöz 2010).

Türkiye'de artan internet erişiminde önde gelen kullanıcılar gençler ve çocuklardır. Türkiye'de internet erişim oranı, batılı ülkelere göre düşük olmakla beraber coğrafi bölgeler, cinsiyet ve toplumsal sınıflar açısından erişimde büyük eşitsizlikler bulunmakta bu da eşitsizlikleri derinleştirmektedir. İnsanlar internetin bireye olan katkısından tam olarak haberdar olmamakla birlikte gençler ve çocuklar internetin risklerini bilmemektedir. Yöneticilerin teknoloji kullanmayı özendirirken internete karşı önyargılı olmaları ve interneti bir tehlike gibi görmeleri gençler ve çocukların internetin fayda ve zararlarını öğrenmelerinin önünde bir engel olmuştur. Çocuklar ve gençler internete ilk olarak evlerden sonrasında okullar, arkadaş evleri ve özellikle erkek çocuklar internet kafelerden erişmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı'nın, çocukların

bilgisayar ve internet kullanımını arttırmak adına aktif çalışmaları bulunmaktadır (UNICEF 2012: 65).

“Türkiye’nin Gençlik Profili” araştırması verilerine göre, araştırmaya katılanların yüzde 20,4’ü internet kullanmamaktadır. Katılımcıların internet kullanma durumu, bölgeye, cinsiyete, yaşa, medeni duruma ve eğitim düzeyine göre farklılaşmaktadır. Doğu Anadolu Bölgesinin internetin en az kullanıldığı bölge olması genel kalkınmışlık düzeyi ile ilişkilendirilebilir. İnternet kullanım oranı yaş arttıkça azalmakta, eğitim düzeyi yükseldikçe artmaktadır. Katılımcılar interneti, eğitim ve araştırmadan daha çok sosyal iletişim ve haberleşme ile eğlence amaçlı kullanmaktadır. İnternet kullandığını belirten katılımcılar, internete erişimi genellikle evde (yüzde 71,5), işyerinde (yüzde 12), internet kafede (yüzde 14,8), okulda (yüzde 2,1), her yerde (yüzde 2,7) ve yurttan (yüzde 1,1) sağladığını belirtmişlerdir. Katılımcıların önemli bir kısmının öğrenci olmasına rağmen okuldan internet kullanımının az olması Türkiye’de eğitim kurumlarında internet altyapısı sorunlarının tam olarak çözülmediğini göstermektedir (SETA 2012). İnternet kullanan çocukların neredeyse hepsinin bir e-posta hesabı var ve çoğu başta Facebook olmak üzere sosyal medya aracılığıyla iletişim kurup bilgi paylaşmaktadır. Çocuklar ve gençler, interneti arkadaşlarıyla iletişim kurmak, çevrimiçi oyunlar ve ev ödevlerinde yoğun biçimde kullanmaktadır (UNICEF 2012: 65).

Televizyon günümüz Türk toplumunun gündelik hayatının bir parçası haline gelmiştir; öyle ki Türk ailesi günlük ortalama 5-7 saat televizyon izlerken diziler ve reklamlar günlük konuşma konusu olmaktadır. Radyo haber kaynağı olarak en sık kullanılan, topluma haber ulaştırmada en etkili bilgi ve iletişim teknolojisidir (Cüceloğlu 2002: 550). Radyo tamamen yok olmamakla birlikte televizyon, cep telefonu, mp3 gibi müzik aletlerinin içerisinde evrilmeye devam etmektedir. Televizyon dinlenebilir bir araç olarak radyonun işlevini de üstleniyor, neredeyse radyonun yerine geçip onu işlevsizleştiriyor (Ergül, Gökalp ve Cangöz 2012: 95). Çakır (2005) tarafından Konya merkezde üç ilçede 18 yaş üstü 700 kişi ile üzerinde yapılan araştırmaya göre; araştırmaya katılanların en önemli boş zaman aktivitesi yüzde 34,3 oranla televizyon izlemektir. Eğlenmek için yapılan aktivitelerin başında yüzde 45,2 ile televizyon izlemek gelmektedir. Canöz (2011: 129-130) tarafından yerel televizyon

izleme alışkanlıkları ve motivasyonlarını ortaya koymak amacıyla Konya merkeze bağlı üç ilçede yapılan araştırmada katılımcıların günlük ortalama televizyon izleme süreleri ortalama 3,51 saattir. Araştırmaya katılanları yerel televizyon izlemeye yönelten ilk ve en önemli faktör, boş zamanları değerlendirme, rahatlama ve eğlence motivasyonudur. Katılımcılar gündelik yaşantılarında kendilerine rehberlik edecek, sosyalleştirecek ve rol model oluşturacak güvenilir kaynaklara ihtiyaç duymaları nedeniyle yerel televizyonları izlemektedirler.

Yoksulların, genel olarak medya özel olarak televizyon vasıtasıyla oluşturulan “gerçekliğin” kendi gerçeklerinden farklı olduğuna dair bir kanaatleri bulunmaktadır. Televizyon sahiplik oranı, tüketim miktarı ve aile bireyleri ile kurduğu iletişim gibi değişkenler açısından kesin olarak diğer bilgi iletişim teknolojilerinden daha öndedir. Televizyon sosyalleşme olanağı bulamayan, eğlenceye ulaşma imkânı kısıtlı olan insanlar için eğlence kaynağı sayılsa da diğer yandan yoksul mahallelerde, geleneksel komşuluk ilişkisini yok etmek ve sosyal yaşamı zayıflatmakla suçlanmaktadır. Televizyon gün boyu açık tutulan izlenmese bile dinlenen, teleteks özelliğiyle okunabilen bir araçtır. Özellikle sokağın sosyalleşme alanı özelliğini yitirdiği kış aylarında televizyon izlenen, dinlenen, okunan ve ücretsiz içerik sunan bir eğlence aracı olarak konumunu pekiştirmektedir. Düzenli olarak gazete okuma alışkanlığı olmayan, internet kullanımının sınırlı olduğu ve çevrimiçi sayfalardan haber okuma alışkanlığı olmayan hanelerde televizyon haberleri, dünyadaki gelişmelere ulaşmak için temel kaynak olmaktadır (Ergül, Gökarp ve Cangöz 2012: 71-120).

1.4. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Toplumsal Etkileri

21. yüzyılda dünya çapında yaşanan ekonomik, bilimsel, teknolojik gelişmeler günlük hayatımızı toplumsal, kültürel ve ekonomik açıdan etkilemektedir (Tutkun 2007: 209). Çağdaş toplumun en önemli özelliklerinden biri, iletişim teknolojisinin bireyin günlük yaşamında yoğun biçimde yer alması ve toplumda neredeyse herkesin kitle iletişimin kapsamı içerisine girmesidir (Cüceloğlu 2002: 549). Çağımız insanının özgün düşünebilen, sorunlara farklı bakış açıları ile yaklaşabilen ve bu sorunların çözümünde

BİT'ten faydalanabilen yapıda olması beklenmektedir (Atılğan 2006). BİT'in giderek artan kullanıcılığı ve gelişen işlevselliği toplumsal yaşamı dönüştürmektedir. İnsanlar, değişen ve gelişen televizyonlar, cep telefonları, internet ve tüm iletişim yöntemlerinin birbirinin uzantısı olduğu, iç içe geçtiği bir sosyal atmosferde yaşamaktadır. Giderek tüm dünyayı saran iletişim teknolojileri çalışma hayatından siyasete, eğlenceden bireyler arası iletişime kadar her alana girmiş ve hayatın vazgeçilmezi haline gelmiştir. Hayatımızın her alanına yayılan BİT sosyal hayatı etkileyen yeni imkânlar ve sorunları da beraberinde getirmiştir (Uslu 2007: 224-225).

Günlük hayatımızda yer etmiş ve vazgeçilmez tüketim araçları haline gelmiş olan BİT, bilginin aktarıldığı ve kültürler arası değişimin sağlandığı en önemli kaynaklar olarak gösterilebilir. BİT sayesinde insanların daha önceleri yerel ya da bölgesel nitelikte üretip, koruyup, aktardıkları bilgiler yerel ve bölgesel olmaktan çıkmaktadır. BİT bireyin sosyalizasyon sürecinde aile, okul, arkadaş grupları ile birlikte rol almaktadır. Her yeni teknoloji toplumda yeni kullanım alanı yaratmakta, meslekler doğurmakta, sosyal ilişkileri düzenlemekte, toplum yapılarını belirlemektedir. Gelişen BİT'in tetikleyici bir unsur olduğu toplumsal değişim, teknoloji kullanımıyla toplum arasındaki ilişki ve bu ilişkinin sonuçları sosyal bilimciler açısından incelenmesi gereken bir alandır (Avcıoğlu 2011: 21-26). Teknolojiler toplumsal bir deneyim olarak içinden çıktıkları toplumun ekonomik, kültürel, politik ve hatta duygusal tüm koşulları ile etkileşim halindedir (Çelik 2010: 57). BİT'in kültür ve toplumun üzerinde büyük bir etkisi olduğu tartışılmazdır (Edles 2006: 101). BİT kültürlerin dünyayı algılayış biçimlerini etkileyen düşünce sistemlerimizi değiştirir, insanların gerçeği algılayış biçimini etkiler ve sosyal, zihinsel hayatın çeşitli biçimlerini anlamının yollarını belirler (Postman 2004: 21-30).

Gelişen BİT toplumdaki bireylerin ve bireye ilişkin değerlerin daha çok önem kazanmasına yol açmıştır. Bozkurt (1997)'a göre gelişen BİT bir taraftan bireyin konumunu güçlendirirken, öte yandan sanayi toplumunun “otorite, disiplin, bağlılık, erkeklik, fiziki kabiliyetler, rekabet, saldırganlık, tutumluluk, hırs, güvenlik” gibi değerlerinin yerini; “bilgi değişimi, özgürlük, bireysellik, gerçek, güzellik” gibi iyimser bakış açısını ifade eden değerlerin almasına yol açmıştır (Aktaran: Özkan 2004: 29).

Kullanılan her yeni teknolojinin bireyi, toplumsal yaşamı ve ilişkileri değiştirdiği bilinmektedir. İnsanlar teknolojiyi ilişkilerin nasıl değişeceğini, tam olarak neyin yükseleceğini, neyin yer değiştireceğini, neyin azalacağını düşünmeden kullanıma sunmaktadırlar. Teknolojinin insanlık üzerindeki etki alanı anlaşılmadan ilerlemeye devam edildiğinde, yeni teknolojilerin bilinmeyen sonuçlarının ne gibi etkiler doğuracağını hesaplamak zordur (Ural 2011: 57; Atılğan 2006).

Naisbitt, sorgulamadan, bilinçsizce hayatımıza dâhil ettiğimiz teknoloji ile içinde yaşadığımız toplumu “Teknolojik Olarak Zehirlenmiş Bölge” olarak tanımlamakta ve özelliklerini şöyle ifade etmektedir (Naisbitt 2004: 13):

- İbadetten beslenmeye kadar her şeyde hızlı çözümler tercih edilir.
- Teknolojiden korkulur ve teknolojiye tapılır.
- Gerçek ve sahte bulanık görülür.
- Şiddet normal kabul edilir.
- Teknoloji bir oyuncak gibi sevilir.
- Hayatlar mesafeli ve çılgın bir şekilde yaşanır.

Bilişim teknolojileri alanındaki bu hızlı gelişmeler, beraberinde toplumsal yapılar ile bunlara bağlı değerleri ve uygulamaları getirmiştir. Küreselleşen dünyada bu değer ve uygulamalardan uzak kalmak mümkün görünmemektedir (Erkul 2007: 194). BİT’in özgürlükçü ortamının her türlü içeriğe kolay erişimi sağlaması toplumsal zihinde var olan ancak sosyal sınırlamalar içerisinde açığa vurulamayan merak ve ihtiyaçların açığa çıkmasını sağlamaktadır. BİT ile ortaya çıkan ev merkezli yaşam, boş zaman kullanımından tüketime, sağlıktan eğitime, eğlenceden çalışma hayatına kadar tüm yaşam alışkanlıklarımızı değiştirecektir. BİT ile birlikte hızlanan yaşama uygun olarak sosyal yaşamın seremonileri ve uygulama biçimleri de değişmeye başlamıştır (Örn: Yemek siparişleri verebilmek için www.yemeksepeti.com, çiçek siparişleri verebilmek için www.ciceksepeti.com gibi adreslerin kullanılması) (Uslu 2007: 229-230).

İçinde bulunduğumuz çağda kültürün belirleyicisi olan teknolojilerin toplum açısından giderek öneminin arttığını, teknolojinin adeta tanrılaştığını söylemek mümkündür. Postman (2006)’a göre, “...Artık eski dünya inançlarının,

alışkanlıklarının, geleneklerinin her biri için teknolojik alternatif bulunmaktadır. Duanın alternatifi penisilin, okumanın alternatifi televizyon... Kavramlar enkazında inanılacak tek bir şey kalmıştır, o da teknolojidir... Ne de olsa uçaklar uçmakta, radyolar konuşmakta ve bilgisayar hesap yapmaktadır” (Aktaran: Ural 2011: 57). Artık insanlar eskiden hissettiklerinin aynısını hissetmedikleri gibi gözler, kulaklar ve öte ki duyular da aynı kalmamaktadır. Günümüzde teknoloji, duyular arasındaki etkileşimi ortadan kaldırmakta, duyu organlarından gözü ön plana çıkarmakta, diğer duyular üzerinde anestezi etkisi yaparak adeta görmeye dayalı bir “*imaj kültürü*” yaratmaktadır. Teknolojinin etkisinde kalan Avrupalılar için genelde görmek inanmakken, kırsal Afrikalılar için gerçekliğin daha çok işitilen ve söylenen şeylerde bulunduğu görülmektedir (McLuhan 2007: 31-38).

Bilgi ve iletişim teknolojileri kişisel, siyasal, ekonomik, estetik, psikolojik, ahlaki ve etik hayat alanlarını öylesine yaygın biçimde etkilemektedir ki; ilişmedikleri, dokunmadıkları, değiştirmedikleri hiçbir şey kalmamıştır (Ural 2011: 57-59). BİT karmaşılaşan siyasal sistemin halk tarafından anlaşılması, kamuoyu oluşturulması, organize olamayan toplumun sözcülüğünü yaparak siyasal bir sosyalizasyon sağlamaktadır. Siyasal partiler, baskı grupları, eğitim sistemi, ekonomik seçkinler ve özellikle medya siyasal toplumsallaşmada belli rollere sahiptir (Bal 2004: 153). Golding (2003)’e göre, “Yeni iletişim ve enformasyon teknolojilerinin elde edilmesiyle girilen bu kaçınılmaz sürecin daha fazla eşitlik, katılımcılık ve ilerici yapılar getireceği söylenmiş ancak pratikte bu teknolojiler hızla, gerçek eşitsizliğe ve sömürünün bilindik yapıları ile işbirliğine yönelmiştir” (Aktaran: Hepkon ve Aydın 2011: 151). Birçok araştırmacıya göre siyasal davranışlar ve BİT ile sağlanan bilgi akışı arasında güçlü bir bağ bulunmaktadır. Dijital devrim sadece bize ifade özgürlüğü getirmek ve yaygın kültürel katılım ve etkileşimi sağlamakla kalmaz, aynı zamanda ulusal ve yerel hükümete demokrasiyi geliştirmek için fırsat tanımaktadır. Demokratik olmayan ülkelerde, hükümetler interneti bir tehdit olarak algırlar ve bu nedenle filtre için mümkün olan tüm mekanizmaları kullanır ve içeriğe sansür uygulayabilirler (Shirazi 2012: 46).

İnsanların karar verme aşamalarında etkili olan BİT günümüzde; haber ve bilgi verme, eğitim, eğlence, toplumsal değişim ve gelişim, toplumsallaşma, tartışma ortamı oluşturma işlevlerini yerine getirme görevi üstlenmiştir. Günlük hayattaki her türlü eylem, boş zaman değerlendirme, iş hayatı, eğlence, siyasi karar verme gibi davranışlar BİT tarafından şekillendirilmektedir. BİT'in toplumu yönlendirdiği ve şekillendirdiği gerçeğiyle birlikte insanların bu araçları kendi yararına kullandığı gerçeği de ortaya çıkmıştır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre, insanlar kitle iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanmakta ve bu etkinlik sürecine insanlar aktif olarak katılmaktadır (Canöz 2011: 114).



II. BÖLÜM

2. KIRSAL ALAN TANIMI VE TEMEL ÖZELLİKLERİ

Türkiye’de kırsal yapı sosyoekonomik ve kültürel özellikler açısından karmaşık bir yapıya sahip olduğu için genel bir kırsal alan tanımı yapılamamaktadır. Türk Dil Kurumu (TDK) kırsalı, “Az insanın barındığı, genellikle kır durumunda olan yer” şeklinde tanımlamaktadır. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Kırsal Kalkınma Özel İhtisas Komisyonu Raporu’nda (2001-2005), kırsal alan; kentsel yerleşimler dışında kalan, yaşam ortamı ve ekonomik aktiviteleri doğal üretim kaynaklarına dayanan, kültürel, ekonomik ve toplumsal gelişme süreci geleneksel yapı nedeniyle görece yavaş ilerleyen, teknolojik gelişmelerin günlük hayata dâhil edilmesinin gecikmeli olduğu, gelenek ve törelere bağlı bir yaşam biçiminin olduğu, insan ilişkilerinin yüz yüze olduğu yerler olarak tanımlanmaktadır. Kırsal alanlar, kendine özgü doğal coğrafi özelliklere sahip, sayıca fazla, küçük ve dağınık yerleşimlerin yaygın, nüfus yoğunluğunun düşük olduğu alanlar olarak tanımlanmaktadır. Kırsal alan tanımı yapılırken esas alınan parametreler çoğunlukla; nüfus büyüklüğü ve yoğunluğu, kentleşme düzeyi, kent merkezine olan mesafe, temel ekonomik faaliyet veya kırsallık endeksidir. OECD kırsal alanların tespit ve sınıflandırılmasında nüfus yoğunluğunu esas almaktadır; idari sınırları itibarıyla nüfus yoğunluğunun km² başına 150 kişinin altında olduğu yerleşim birimleri kırsal alan olarak sayılmaktadır (Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 2000).

Türkiye’de kırsal alan tanımı yapılırken dikkate alınan il ve ilçe merkezleri dışında kalan yerlerin köy kabul edilmesi ve kent olabilmesi için yerleşim yeri nüfusunun 20.000 eşiğini geçmesi gerektiği kabul edilmekteydi. Bu gerekçeler “6360 sayılı On Dört İlde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi Yedi İlçe Kurulması İle Bazı Kanun

ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun“ ile birlikte büyükşehir belediyesi sınırları kırsal alanları da kapsayacak şekilde genişletilmiş, 30 ilde tüzel kişiliği kaldırılarak mahalle yapılan köyler ve beldeler nedeniyle ülke genelinde gerek kırsal alan gerek kırsal nüfus tanımının yapılması zorlaşmıştır (Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi 2014). Yapılan son düzenlemelerle birlikte Türkiye’de kırsal alanda var olan sorunlar daha da belirginleşmiştir. Kırsal yapının durumunun anlaşılabilmesi için sorunların tespit edilmesi ve çözüm odaklı çalışmaların yapılması gerekmektedir.

Nüfus: Ülkelerin sosyoekonomik açıdan durumunun belirlenmesinde nüfus ve nüfus hareketlerinin zaman içindeki değişiminin önemli olması, nüfusun işgücü ve üretim üzerindeki etkisinden kaynaklanmaktadır. Onuncu Kalkınma Planına (2014-2018) göre, kırsal nüfustaki azalma ve yaşlanma eğilimi devam etmekte, 2007- 2012 döneminde ülke nüfusu toplamda yüzde 7,1 artarken, kırsal nüfus yüzde 8,8 oranında azalarak yaklaşık 22,9 milyondan 20,9 milyon kişiye düşmüştür. 2012 yılı itibariyle kırsal kesimde 65 yaş ve üzeri nüfus yüzde 9,6’dan yüzde 11,3’e yükselmiş, 0-14 yaş grubu yüzde 27,8’den yüzde 25,5’e gerilemiştir. Kırsal nüfusun toplam nüfus içindeki payı yüzde 32,5’den yüzde 27,7’ye gerilemiştir (TÜİK 2013).

Gelir ve İstihdam: Kırsal kesimde yaşayan insanların gelir durumu onların yaşam kalitelerini, sosyal statülerini ve kültürel yapılarını şekillendirmede etkili bir faktördür. Kırsal alanda nüfusun çoğunluğunu oluşturan küçük toprak sahipleri, topraksız köylüler ve tarım işçileri kırsalda en yoksul kesimi oluşturmaktadırlar. Topraksız olan köylüler tarım işçisi olarak, düşük ücret karşılığında, mevsimlik ve hiçbir sosyal güvenceleri olmadan çalışmaktadırlar (Öztürk 2008: 619). Tarım istihdamındaki artışa rağmen kırsal yoksulluk önemini korumaya devam etmektedir. Kırsal nüfustaki azalmaya ve yaşlanmaya rağmen “Hane Halkı İşgücü Araştırması”na göre, kırsal alanda işgücüne katılım yüzde 53,6 oranında; işsizlik yüzde 6,1 oranındadır. Kırsal işgücü ağırlıklı olarak tarım sektöründe istihdam edilmektedir. 2007-2012 döneminde kırsal kesimde tarımın istihdam içindeki payı yüzde 61’dir (TÜİK 2013). Türkiye’de çayır ve meralar hariç toplam tarımsal alan varlığı 2013 yılı itibariyle 23,8 milyon hektar, ortalama işletme büyüklüğü 6,1 hektardır. Küçük ve parçalı işletme

yapısı tarımda işgücü verimliliğini düşürmekte, teknoloji kullanımını güçleştirmekte, tarımsal kredi kullanma ve yeterli sermaye birimlerini engellemektedir. Tarımsal istihdam, atıl işgücü barındıran geçimlik ve pazarlama sorunu yaşayan, düzenli işletme geliri olmayan işletmelerde yapılmaktadır. Süreç beraberinde yoksulluk ve göç sorunlarını getirmektedir. Tarım istihdamındaki olası çözülme karşısında, kırsal alanda tarım dışı istihdam imkânlarının artması ve kırsal işgücünün tarım dışı sektörlerdeki istihdam edilebilirliği önemli hale gelmektedir (Onuncu Kalkınma Planı 2014).

Yoksulluk: Kırsal alanda yaşayanların içinde bulunduğu en önemli sorun yoksulluk ve eğitim, sağlık gibi birçok imkândan yoksun olmaktır. Dünya üzerinde bulunan 1,2 milyar yoksul insanın yaklaşık 900 milyonu kırsal alanda yaşamaktadır ve bunların tamamına yakınının temel geçim kaynağı tarım ve tarımla ilgili alanlardan oluşmaktadır. Tarım, azgelişmiş ülkelerde temel ekonomik faaliyeti oluşturmakta, temel istihdam yaratan alan olarak öne çıkmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde tarım ve yoksulluk birbiri ile bağlantılıdır. Tarım ile uğraşan kesim yoksulluğun olumsuz etkilerinden diğer kesimlere göre daha çok etkilenmektedir (Oğuz vd. 2010: 287-288). Kırsal alanda yoksulluğu belirginleştiren faktörler arasında, büyük toprak sahipleri ve ticari üretim sistemleri ile geçimlik arazisi olan küçük toprak sahibi köylülerin bir arada bulunması, merkezi ve başarısız yönetimler ile kırsal kesimde üretim maliyetlerinin arttırılması ve kamusal hizmetlerin yetersizliği kırsalda yaşayanların yaşam standardını düşürmesi, kırsal kesimi dışlayan iktisadi ve sosyal politikalar nedeniyle altyapı ve sosyal güvenlik gibi hizmetlerde önceliğin kentlere verilmesi, çiftçilerin gelir ve eğitim seviyesinin düşüklüğü, eğitim için gerekli fiziki yapı ve donanım eksikliği, bilgiye erişim olanaklarının yetersizliği, bilgi ve iletişim teknolojilerinden yeterince yararlanamamak, örgütlenme ve desteklerin olmaması, hane halkı sayısının fazla olması, bilinçli çiftçi sayısının azlığı, üretim etkinlikleri içinde yer almak ve karar alma süreçlerine katılmak açısından sosyal dışlanmaya maruz kalmak, ithalat yapılırken yerli üreticinin düşünülmemesi sayılabilir. Yoksulluğu belirginleştiren faktörlere bakıldığında tek çözüm, tarımın ekonomideki yerinin netleştirilmesi, yoksulluğun önlenmesinde tarım ve tarımla ilgili faaliyetlerin yeterliliği belirlenmelidir (Kızılaslan ve Gönültaş 2011: 7; Öztürk 2008: 615-616; Yakışık ve Zülfiyar 2013).

Eğitim: Kırsal yoksullukla mücadelenin etkili ve sürdürülebilir yollarından biri eğitim hizmetlerine erişimdir. Türkiye’de 2012 yılında okuma yazma bilmeyen erkek nüfus oranı yüzde 1,4 iken, kadınlarda bu oran yüzde 7’dir. Köylerde okul öncesi eğitim hizmetlerinde belirgin bir iyileşme görülmesine rağmen, köylerde azalan nüfusla birlikte okul çağındaki nüfusun düşmesiyle örgün eğitim kurumu sayısı azalmıştır. Azalan nüfusla beraber kapatılan okullar nedeniyle bölgedeki öğrenciler taşınmalı eğitime mecbur kalmakta veya ailelerinden uzakta il ve ilçe merkezlerinde barınmaları gerekmektedir. Taşınmalı eğitim çocuklar için, özellikle de kız öğrenciler için güvenlik, iklim koşulları, öğrencileri taşıyan servislerin sağlıklı olmaması, taşıtları kullanan sürücülerin yeterli özeni göstermemeleri noktasında sorun oluşturmaktadır. Kırsal alanda yeterli eğitim elemanı ve donanım bulunmaması en önemli sorunlardan biridir (Onuncu Kalkınma Planı 2014). Türkiye’de yaygın eğitim faaliyetleri kapsamında 2013 yılında 72 bin 321 kurs düzenlenmiş bu kurslara 3 milyon 415 bin 233 kişi katılmış ve 3 milyon 294 bin 418 kişi kursları tamamlamıştır (TÜİK 2014).

Sağlık: Sağlık hizmetlerine erişim için herhangi bir sosyal güvenceye sahip olmayan kırsal nüfus bu hizmetlere ulaşabileceği sağlık kurumlarına çoğunlukla uzaktır. Kırsal alanlarda sağlık kuruluşları personel yetersizliğinden dolayı aktif hale getirilememektedir. Ulaşım koşullarından dolayı birçok hastalık ertelenmekte, aile hekimliği kapsamında köye gelen gezici sağlık hizmetleri halk sağlığı için yetersiz kalmaktadır. Henüz aile hekimliği hizmeti alamayan köylerle birlikte, bazı köylerde aile hekimi olmasına rağmen kullanılacak sağlık mekânı olmadığı için cami veya okullar muayene için kullanılmaktadır. Bazı kırsal bölgelerde evde doğumlar ve bebek ölümleri yüksek oranlardadır. Evde üretilen ürünlerin hijyen kurallarına uygun olarak hazırlanması ve tüketilmesine yönelik bilgi eksikliğinden dolayı hayvansal gıdalardan bulaşan hastalıkların önüne geçilememektedir. Bitkisel ve hayvansal üretim sonucu elde edilen ürünler kırsal halk tarafından bilinçli bir şekilde tüketilmemektedir (Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı 2011: 50).

Altyapı: Kırsal alanlarda altyapı problemleri kırsalda yaşayan insanların temel ihtiyaçlarını karşılamalarını zorlaştırmaktadır. Kırsal alanda eğitim ve sağlık kuruluşları eksikliği en önemli altyapı sorunudur. Kırsal altyapı içerisinde tarımsal ürünlerin pazara

ulaştırılması ve pazarlanması bakımından köy yolları büyük önem taşımaktadır. Plansız ve dağınık bir yerleşime sahip kırsal yapıda kanalizasyon sistemi bulunmamaktadır. Kanalizasyon sisteminden kaynaklanan sorunlar, evsel ve hayvansal atıkların toplanmaması ve güvenli içme suyuna erişimde yetersizlikler kırsal hayatı olumsuz etkilemektedir. Temel altyapı hizmetlerine sahip olmayan kırsal alanlarda hijyen koşullarının sağlanamaması birey ve çevre sağlığı açısından olumsuz etkilere sebep olmaktadır. Yol, su ve kanalizasyon altyapısının yanında kırsal alanlarda BİT altyapısı da üzerinde durulması gereken bir sorundur. Kırsal nüfusun bilgiye erişiminde bilişim teknolojileri altyapısının ve mobil uygulamaların önemi giderek artmaktadır. Dokuzuncu Kalkınma Planı döneminde bireysel internet erişimi kırsal alanda 15'ten yüzde 26'ya, hanelerde bilgisayar sahipliği ise yüzde 11'den yüzde 28'e yükselmiştir. Bu gelişmelere rağmen bilgisayar sahipliği ve internet erişimi bakımından kır ve kent arasındaki farkın azaltılması önemini korumaktadır (Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı 2006).

Örgütlenme: Kırsal kesimde üretici örgütlenmesinin temel amacı, tarımsal üretimi arttırmak, ürün kalitesini arttırmak, çiftçi ve ailelerinin yaşam düzeyini ve kalitesini yükseltmektir. Kırsal alanda üreticiler ürünlerini satarken ya da ürün satın alacakları zaman, oldukça örgütlü bir ticaret ve sanayi kesimi ile karşı karşıya kalmaktadır. Üreticilerin örgütlenmemiş, dağınık ve güçsüz olmasına rağmen pazarda karşılarında olan kesim örgütlü ve güçlü olduğu için üreticilerin mesleki ve ekonomik çıkarlarını korumaları oldukça zordur. Kırsal alanda üreticilerin ürün satarken ya da satın alırken güçlü olabilmeleri için örgütlenmeleri gerekmektedir. Tarım sektöründe en yaygın ve sektöre en uygun örgütlenme şekli kooperatifçilik olarak gösterilmektedir. Mal arz ederken ya da girdi tedarik ederken söz konusu olan ve dağınıklıktan kaynaklanan zayıflığı güce dönüştürmek, toplu pazarlık gücü elde etmek amacıyla üreticilerin örgütlenmesi şart olmaktadır (İnan 2002).

Bütün bu değişkenler incelendiğinde görülmektedir ki; kırsal kesimdeki asgari refah düzeyinin ülke ortalamasına yaklaştırılması gerekmektedir. Kırsal alana yapılacak hizmetlerde kırsalın demografik yapısını ve coğrafi dezavantajlarını gözetken yenilikçi yöntemler geliştirilmeli; halkın ihtiyaçlarına yönelik bir hizmet sunumu için gerekli

kurumsallaşmanın oluşturulması, merkezi ve yerel yönetimlerin işbirliği içerisinde olması gerekmektedir. Kırsal kalkınmanın sağlanabilmesi için kırsal kesimin iş ve yaşam koşullarının bulunduğu yörede iyileştirilmesi gerekmektedir. Kırsal ekonominin ve istihdamın güçlendirilmesi, insan kaynaklarının geliştirilmesi için eğitime önem verilmesi ve yoksulluğun azaltılması, sosyal ve fiziki altyapının iyileştirilmesi ile çevre ve doğal kaynakların korunması kırsal kalkınma için gereklidir (Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı 2011; Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi 2014).

2.1. Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanımının Kırsal Alana Etkileri

Çağımızda özellikle küçük yerleşim alanları/köylerde yaşayan kişilerin karar verme aşamasında etkin olan komşu, akraba, arkadaş gruplarının yerini gazete, dergi, televizyon ve internet gibi kitle iletişim araçları almaya başlamıştır. Kırsal toplumlarda iletişim sözel kanallar üzerinden gerçekleşmekte, genellikle kanaat önderleri ya da hane reisinden diğerlerine şeklinde tek yönlü bir etkilenme mevcuttur. Kırsal kesimde ağırlıklı olarak yüz yüze iletişim var olmakla birlikte kitle iletişim kanalları da etkinliklerini arttırmaktadır. BİT'e sahip olma oranı artan kırsal kesimde kanaat önderi, yaşlı ve hane reisinin aktif rolü azalırken medyanın etkinliği artmaktadır (Bal 2004: 53-57). Kırsalda yaşayan insanlar için muhtar, imam, öğretmen, ağa; kentlerde yaşayanlar için basın kuruluşları, iş adamları, ticaret odaları, dernek ve birlikler kanaat önderleridirler. Kanaat önderleri, toplumun herhangi bir konuyu anlaması, yorumlaması, belirli bir amaç doğrultusunda harekete geçmesini sağlayan kişi veya araçlardır (Canöz 2011: 119).

Ekonomide tarımın önemli bir yere sahip olduğu ülkelerde bilginin yaygınlaştırılması önemlidir. Tarımsal içerikli bilgilerin tarımsal eğitim kurumları ve kırsal alanlarda hızlı bir şekilde yayılması ve etkinliğinin artırılabilmesi uygulanacak eğitim metoduna bağlıdır. Tarımsal eğitim faaliyetleri yayımcılar tarafından, yüz yüze görüşme yoluyla ya da BİT aracılığıyla yürütülmektedir (Berk, Önder ve Gül 2003: 76). Kırsal kesime hızlı, etkin ve düşük maliyetle erişebilmek için bilişim araçlarından yararlanılmaktadır. Bilgi ve haberleşme sistemleri olarak etkin kullanılan radyo,

televizyon, telefon, bilgisayar ve internet teknolojisi eğitim araçları olarak işlev görmektedir. Kırsal alanlarda okuma yazma düzeyinin düşüklüğü, çiftçilerin basılı yayınlara erişiminin sınırlı olması, basılı yayın yetersizliği tarımsal bilişimde basılı yayınlardan yararlanma oranını düşürmektedir. Kırsal kesimi bilgilendirmenin en kolay yolu geniş kitlelere ulaşabilen ve maliyeti düşük olan radyo ve televizyonun kullanılmasıdır. Radyo ve televizyon tarımsal yayımı desteklemekte, yayıma olan talebi arttırmakta, bireyleri gelişmelerden haberdar etmekte ve değişime karşı olumlu etki uyandırmakta etkilidir. Özellikle okuma yazma oranının düşük olduğu ve okuma alışkanlığının olmadığı bölgelerde televizyon ve radyo gibi araçların etkinliği fazladır. Televizyonun görsel ve işitsel olarak etkili olmasıyla beraber programlarda daha açık ve anlaşılır ifadeler kullanılmalı, programlarda soru sorma olanağı verilmelidir (Çavdar 2009: 569-579).

BİT son birkaç on yılda toplumların bir bölümünü değiştirmiştir; fakat ağırlıklı yoksullar ve kadınlar BİT tarafından sunulan imkânlardan uzaktır. Özellikle sanayileşmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kırsal yoksul sayısal bölünmenin kaybeden tarafında yer almaktadır (Kırlıdoğ ve Gür 2005: 205). Kırsal toplumlarda kalkınma hedeflerine ulaşabilmek için sürdürülebilir bilgi akışına ihtiyaç vardır bu da BİT sayesinde gerçekleştirilebilir. Kırsal kalkınmada BİT, iki yönlü yatay bir iletişim, gelişim ihtiyaçlarının açık bir şekilde dile getirilmesi, destek politikası ve savunuculuk, fikir birliği kurmaya yardım etme, medya ile ortaklığı geliştirmek gibi fırsatlar sağlayabilir. Kırsal topluluklara sosyal ve ekonomik yönden sağladığı faydalara rağmen BİT devriminden dünya üzerinde birçok ülke uzak kalmaktadır (Özer vd. 2005: 213).

Kırsal alanda yaşayanlar, özellikle kırsal kadın hem bilgiye erişim açısından hem de sosyoekonomik açıdan sıkıntılar yaşamaktadır. Bu nedenle BİT özellikle kadınlar başta olmak üzere herkesin bilgiye erişimini sağlayacak ve onların sosyoekonomik yapısında değişimlere yol açabilecektir (Gülçubuk ve Aluftekin 2007: 3). Kırsal alanda yaşayanlara BİT'in faydalı yönleri gösterildiği zaman gelişimleri için bu kaynaklardan faydalandıkları yapılan araştırmalarla anlaşılmaktadır. Bununla birlikte kırsal alanda yaşayan insanların BİT'e önyargılı yaklaştıkları ve kullanmayı kabullenmedikleri de gözlemlenen gerçekler arasındadır. Dünya genelinde yoksul insanların çoğunluğu kırsal

alanlarda yaşamakta ve bilgiye dayalı çağdaş teknolojilerden yararlanmayı eğitilmiş olmadıkları için göze alamamaktadırlar. BİT kullanmayan çiftçilerin kullanmama sebepleri arasında bilgi eksikliği, beceri ve güven eksikliği, donanım eksikliği, maliyet ve yaşadıkları bölgenin konumu yer almaktadır. Birçok araştırma gösteriyor ki konumsal nedenler çiftçiler için ürün pazarlamada endişelere neden olurken BİT ile bu aşılmıştır (Gollakota, Pick ve Sathyapriya 2012).

Kırsal toplulukların birçoğunda yaşlı insanlar BİT bilgisine ihtiyaçları olmadığını düşünmektedirler. Genellikle BİT'i kabul etmek ve kullanmak çok zordur bu da teknolojiye çekinme, yanlış yapmaktan utanma ve teknoloji korkuları olduğunu göstermektedir. Kırsal alanlarda BİT kullanımı için uygun yer ve zaman olmaması önemli bir sorundur. Uygulamada yer alan açıklıklar ve zayıflıklar giderilerek gerekli bilinç seviyesine ulaşana kadar BİT'in sağlayacağı ekonomik yararın sadece tahmin boyutunda kalması da çiftçiler için önemli çekincelerden birisidir. Geleneksel yöntemlerle üretim ve pazarlamaya alışmış olan insanların kendilerine nasıl bir fayda sağlayacağını bilmedikleri teknolojik yenilikleri kullanmakta önyargılı davranmaları BİT eğitiminin ve uygulamaların devlet aracılığıyla uzmanlar tarafından verilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır (Abdul Rashid ve Hassan 2012).

Yoksul hanelerde temel birtakım gereksinimlerden yoksun olduğu halde teknolojiye sahip olabilmek için çaba gösterilmesi, BİT'e olan ilgi bu teknolojilerin yoksulluğun olumsuz koşullarını hafifletmedeki işlevinden kaynaklanmaktadır. Yoksulların yaşamsal ve öncelikli gereksinimlerini belirleyen politikalar, yoksulların düşüncelerinden bağımsız onlar adına tespitler yapan çalışmalardır. Bireyler bu araçlarla bireysel, toplumsal, kültürel bağlamlarda ilişkiler kurabilmekte ve bu araçlar gereksiz görüldüğü sürece onların sosyalleşme bağları koparılmaktadır. Yoksulların BİT'e gereksinimlerinin olmadığı ya da bu teknolojilerin yaşamsal önem taşımadığı varsayımı, yoksulun gerçekliğinden kopuk bir mittir. Yoksullar, yoksul olmalarına rağmen değil, tam da yoksul oldukları için, yoksulluğun dayattığı sayısız sınırlılıkla kısmen de olsa baş edebilmek ve günlük yaşam giderlerini bir ölçüde düşürebilmek için BİT'i tercih etmektedir. Yoksulların temel ihtiyaçlar listesi yeniden hazırlanmalı ve bu listede BİT kesinlikle yer almalıdır (Ergül, Gökalp ve Cangöz 2012: 123-124). Bu

açından bakarsak kırsalda yaşayan insanların içinde bulundukları imkânsızlıkları kısmen de olsa bertaraf edebilmeleri için bilgi ve iletişim teknolojilerine ihtiyaçları vardır.

Wolff ve MacKinnon (2002)'a göre, gelişmekte olan ülkelerin çoğunda bir kişisel bilgisayarın maliyetinin bir işçinin ücretiyle karşılanamayacağı, Kamerun'da saati 3\$ olan internetten, ortalama maaşı 200\$ olan bir çalışanın ne kadar faydalanabileceği BİT'e erişim konusunda yoksulların dezavantajlı durumunu göstermektedir. Gelişmekte olan ülkelerde sıradan eğitim olanağına erişemeyen insanların BİT eğitimine erişimleri imkânsız görünmektedir. BİT'in gelişmekte olan ülkeler için büyük fırsatlar sağlayacağı düşüncesinin yanında birçok ülkede her 30 dakikada bir çocuğun yetersiz sağlık hizmetleri nedeniyle öldüğü gerçeği hükümetlerin BİT'e ne kadar öncelik vereceğini tartışmalı hale getirmektedir (Aktaran: Şen ve Akdeniz 2012: 55).

Ekonomisi tarıma bağlı olan kırsal bölgelerdeki çiftçilerin bilgi ve teknolojiye erişimi artık kolay ve ucuz şekilde sağlanabilmektedir. Kırsal alanlarda çiftçileri, hava durumu, girdi fiyatları, gübre kullanımı, bitki yetiştirme gibi konularda bilgilendirmek amacıyla kullanılan BİT kırsal hayat için önemli bir rol üstlenmektedir. Günümüzde tarımsal üretimle uğraşanların çoğunun internete bağlanabileceği bir cep telefonuna sahip olması BİT'in gelişimine kayıtsız kalmadıklarını göstermektedir (Ünal ve Topakcı 2013). Kırsal alanda yaşayanların sahip oldukları bu teknolojiler onların günlük hayatlarında ve sosyoekonomik durumlarında değişiklik yapılabilmesi adına önemli bir anahtar konumundadır.

Kırsal alanda yaşayanlara BİT ile ihtiyaç duydukları bilgi öğretilecek, yardımcı olunacak ve toplum güçlendirilecektir. Mevcut BİT ürünleri ile kırsal topluluklar tarafından harcanan maliyet ve zamandan tasarruf edilecektir. Kırsal toplulukların gelir düzeyini değiştirmek ve onları geliştirmek amacıyla BİT merkezleri oluşturulması gerekmektedir. Oluşturulan BİT altyapısı ile kırsal toplulukların ihtiyaçlarına cevap verilebilecek, mevcut fiyatlar ve piyasa hakkında bilgi alma olanaklarını elde edecekler ve çiftçiler ile hükümet yetkilileri arasında bir iletişim kanalı oluşturulacaktır. Kırsal

alanda BİT ile sosyal ve ekonomik kalkınma sağlanarak yaşam kalitesinin artırılması sağlanabilecektir (Abdul Rashid ve Hassan 2012).

Bilgisayar ve internet sağladığı çoklu ortam teknolojisi ile uzaktan eğitime olanak sağlamıştır ve kırsal alanlarda yaşayanların sorunlarının çözümünde yeni bir araç olarak kabul görmüştür. Hızla gelişen ve devamlı değişen teknolojinin gereklerinin yerine getirilmesi, kırsal toplumun eğitim seviyesi ne olursa olsun devamlı bilgilendirilmesini ve eğitilmesini zorunlu kılmaktadır. Ülkemizin tarım ülkesi olması sebebiyle tarım içerikli yayınlara ağırlık verilmesi, kırsal kesimin eğitimi açısından önem taşımaktadır (Çavdar 2009: 570-579). Tarımda uzaktan eğitim modelinin kullanılacağı alanlar arasında; tarımsal yayım ve eğitim, tarımsal ürün pazarlama, tarımsal uygulamalar için uydu ve küresel konum belirleme sistemlerinin kullanımı, insansız tarım aracı kullanımı, internet ve bilgiye erişim servisleri gösterilebilmektedir (Berk, Önder ve Gül 2003: 76). Bilişim teknolojileri ile tanışma ve yeni teknolojilerin tarımsal pazarlama alanında kullanımının kabullenilmesi ne kadar hızlı gerçekleşirse, kırsal alanda yaşayanların yaşam kalitelerinin iyileşmesi de o kadar hızlı olacaktır. Tarımsal bilişim; tarımsal üretim, araştırma vb. faaliyetlerden elde edilen bilginin toplanması, sınıflandırılması, depolanması, geri edinimi, analizi ve yayınlanması işlemlerini konu edinen bir disiplindir. Tarımsal piyasalarda devamlılık sağlayabilmek için bilgi teknolojileri; uzaktan algılama ile yıllık ürün tahminlerinden, tarım alanları ve ürünlerinin planlamasına, internet üzerinden gübre ve yem satın almaktan, ürün satışına kadar pek çok alanda kullanılabilmektedir (Kızılaslan ve Gönültaş 2011: 2-4).

Tengtrakul ve Peha'nın (2011) Tayland'da yaptıkları çalışmaya göre merkeze yakın, eğitim düzeyi yüksek ve nüfusu fazla olan yerleşim yerlerinde sabit hatlı telefonların kullanımı daha fazla iken, televizyonun ve radyonun ise yaygın olarak kırsal alanlarda daha çok kullanıldığı tespit edilmiştir (Aktaran: Kaynak ve Karaca 2012: 51). Jensen (2007), Hindistan'da balıkçılık sektöründe fiyatlarda önemli farklılıklara neden olan ve bilgi akışından kaynaklanan sorunların, cep telefonu teknolojisi yoluyla anında bilgi akışı sağlanarak önemli ölçüde önlenebildiğini, hava durumu, günlük olarak yakalanan balık miktarı benzeri bilgilere anında ulaşılabildiğini belirtmiştir. Myhr (2006), Tanzanya'da balıkçılık sektöründe balıkçıların cep telefonu

sayesinde balık piyasası hakkında bilgi edinebildiklerini ve pazarlık güçlerinin arttığını belirtmiştir (Aktaran: Ergül, Gökalp ve Cangöz 2010: 141).

Kırsal alanda BİT kullanımı birçok ülkede birçok proje ile yaygınlaştırılmaya çalışılmıştır. Kenya’da tarımın desteklenmesi amacıyla erişimin kapsamını genişletmek için çağrı merkezlerinden faydalanılmış olması kırsal alanda BİT kullanımı adına güzel bir örnektir (Dünya Kalkınma Raporu 2012: 32-33). Malezya’da kırsal topluluklar için BİT kullanımının yaygınlaştırılması amacıyla hükümet, sivil toplum kuruluşları ve özel şirketler tarafından geliştirilen BİT tabanlı projeler bulunmaktadır. Hükümet yerel toplulukların en iyi şekilde geliştirilebilmesi için olanakların sınırlı olması nedeniyle tüzel sorumluluklar vermiş, bu faaliyetlerde yer alan sektörler vergi muafiyeti getirmiştir. Malezya’daki Kırsal İnternet Merkezi, 2006 yılında Büyük Yenilik Ödülü’nü almıştır. Kırsal İnternet Merkezi, yerel halkın mevcut ve gelecekteki yaşantılarının şekillenmesinde ve gelişiminde BİT ile farkındalık yaratma amacıyla kurulmuştur. Kırsal İnternet Merkezi, kırsal topluluklara BİT’e erişim için bir yer sağlamak, ücretsiz internet erişimi sağlamak, kırsal toplulukların okuma yazma becerilerini geliştirmek için temel eğitim sağlamak, yerel topluluklar için ilginç ve yararlı bilgiler sağlayan web siteleri geliştirmek, web sitelerinin nasıl güncellendiğini öğretmek, yerel topluluklarda BİT tesislerine dayanan sosyal ve ekonomik faaliyetleri teşvik etmek hedefleri ile kurulmuştur. İnternet merkezleri, öğrenciler, gençler, yaşlılar ve yalnız kadınlar gibi gruplar için oluşturulmuştur; çünkü bu gruptaki insanlar kırsal yoksul olmaları nedeniyle bilgisayar sahibi olmayı göze alamamaktadır. Bu tesisin amacı hedef grupların internet teknolojisi ve çevrimiçi hizmetler ile sosyoekonomik düzeylerinin arttırılmasını sağlamaktır. Özellikle kırsal bölgelerde çeşitli BİT merkezlerinin kurulmasındaki amaç kentsel ve kırsal arasındaki sayısal uçurumun kapatılması ve dengeli bir gelişim sağlamaktır (Abdul Rashid ve Hassan 2012).

Hindistan’da yapılan bir çalışmaya göre, kırsal alanda halkın kullanımına açılan çağrı merkezlerinin sağladıkları imkânlarla rağmen kullanımı düşük orandadır. Kırsal bir BİT merkezinde amaç kırsal toplum için bilgisayar ve internet erişimi sağlamak ve çiftçilere karşılaştıkları sorunlarda yardımcı olmaktır. Kırsal çağrı merkezlerinin amacı, tarım toplumuna yardım edecek destekleyici organizasyonlar sağlamak, bu

sayede çiftçiler ve tedarikçiler arasında daha iyi ilişkiler kurarak kaliteli girdi, düşük maliyet ve kaliteli bir tedarik zinciri sağlamaktır. Çiftçiler artan piyasa fiyatlarının farkında olacak, ürün verimliliğini ve gelirlerini artırmak için bilgi erişiminden faydalanabilecektir. Kırsal yoksulluk tarımsal faaliyet döngüsü içerisinde tüm noktalarda ortaya çıkmaktadır; çünkü tarım gelirden önce üstlenilmesi gereken giderleri (tohum, gübre vb.) içermektedir. Kırsal bir çağrı merkezi, üretim kalitesini arttırmak için son teknoloji üretim tekniklerinden habersiz olan çiftçileri bilgilendirir, çiftçiler arasında ekimin yeni ve faydalı teknikleri hakkında bilgi akışını internet üzerinden sağlayabilir, uzmanlar ve çiftçiler arasında iletişim kanalları sağlar. İnternet kullanıcısı olan çiftçilerin en yararlı, ekonomik girdileri ve donanımları araştırıp bulmaları mümkündür. Yapılan araştırmada BİT kullanıcısı çiftçilerle yapılan görüşmelerde; şeker kamışı ekimi, yetiştirme yöntemleri ve gübre kullanımı gibi pratik konular hakkında bilgi almak için çağrı merkezine geldiklerini belirtmişlerdir; yalnızca iki kullanıcı bireysel amaçlı kullanımlar için çağrı merkezine geldiklerini belirlenmiştir (Gollakota, Pick ve Sathyapriya 2012). Kırsal alanda yaşayanların imkânsızlıktan dolayı BİT'e erişimi sorunludur; bununla birlikte imkân olduğu halde bu teknolojileri neden kullanmadıkları ya da önyargılı olma sebepleri irdelenmesi gereken bir konudur.

2.2. Türkiye’de Kırsal Alanda Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Kullanımı

Kırsal alanda bilgisayar kullanımının yaygınlaştırılmasında karşılaşılan sorunlar bilgisayara gereksinim duymama ve satın alma gücü ile ilişkilidir. Türkiye’de tarım kesimine bakıldığında satın alma gücü düşük ve bilişim kavramına uzak oldukları görülmektedir. Bilişim teknolojilerindeki hızlı gelişimin tarım sektöründeki gelişmelere uyum sağlayarak sektöre katkıda bulunması beklenmektedir (Berk, Önder ve Gül 2003: 76-77). TÜİK 2012 yılı “Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması” verilerine göre Türkiye genelinde hanelerin yüzde 47,2’si evden internet erişim imkânına sahiptir. İnternet erişimine sahip olan hane oranı kentte yüzde 55,5; kırsal alanlarda yüzde 27,3; Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi’nde yüzde 41,5’tir. Bilgisayar kullanım oranı kentsel alanlarda yüzde 57,8; kırsal alanlarda yüzde 27,6; internet

kullanım oranları kentsel alanlarda yüzde 56,6; kırsal alanlarda yüzde 26,4'tür (TÜİK 2012).

TÜİK 2013 yılı "Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması" verilerine göre Türkiye genelinde bilgisayar kullanım oranı toplamda yüzde 49,9'dur. Kentsel alanlarda yaşayanlar için bilgisayar kullanım oranı toplam yüzde 59, kırsal alanlarda yaşayanlar için bilgisayar kullanım oranı toplamda yüzde 29,5'tir. Türkiye genelinde internet kullanım oranı toplamda yüzde 48,9; kentsel alanlarda yaşayanlar için internet kullanım oranı toplam yüzde 58; kırsal alanlarda yaşayanlar için internet kullanım oranı toplamda yüzde 28,6'dır. Türkiye genelinde hiç bilgisayar kullanmayanların oranı yüzde 50,1 iken kentsel alanda yüzde 41; kırsal alanda yüzde 70,5'tir. Hiç internet kullanmayanların oranı Türkiye genelinde ortalama yüzde 51,1 iken kentsel alanda yüzde 42; kırsal alanda yüzde 71,4'tür (TÜİK 2013).

Tablo 2.1: 2013 yılı internet kullanıcılarının internet kullanım amaçları % (TÜİK, 2013)

Amaçlar	Kent	Kır
İnternet üzerinden sosyal gruplara katılmak	72,1	78,3
E-posta gönderme/alma	63,8	56,1
Online haber, gazete ya da dergi okuma	76,4	71,8
Sağlıkla ilgili bilgi arama	62,4	46,2
Eğitim ve kurslarla ilgili bilgi arama	47,7	37,5
Mal ve hizmetler hakkında bilgi arama	62,7	46,3
Web siteleri aracılığıyla toplumsal veya siyasal konular ile ilgili görüşleri okuma veya paylaşma	28,9	28,0
Herhangi bir konuda bilgi almak için wikipedia, online ansiklopedi vb. kullanma	33,8	26,2
Seyahat veya seyahat ile ilgili konaklama için online hizmet kullanma	27,4	25,5
İnternet üzerinden telefonla görüşme/video görüşmesi	56,6	47,4

Kırsal alanda 2013 yılı evden internet erişimi olmayanların nedenleri sırasıyla; hanede internet kullanmaya ihtiyaç yok (içerik faydasız, zararlı vb.) yüzde 30,9, fiyatlar yüksek olduğu için bilgisayar vb. cihazlar alamıyor yüzde 27, internete bağlantı ücretinin yüksek olması yüzde 25,2, kullanmayı yeterince bilmiyor yüzde 25,1, internet hakkında hiçbir fikri yok yüzde 19, interneti başka yerde kullanıyor (iş, okul, internet kafe) yüzde 11,7 oranlarında dağılım göstermektedir (TÜİK 2013). Sonuçlar kırsal alanda internetin faydaları hakkında bilinçsizlik olduğunu, maddi kaynaklı engellerinin devam ettiğini ve bilgisayar okuryazarı olmamanın verdiği tedirginliklerin yüksek

oranda BİT kullanımını etkilediğini göstermektedir. Tablo 2.1’de Türkiye’de internet kullanıcılarının internet kullanım amaçları kır ve kent ayrımı yapılarak verilmiştir. İnternet kullanım amaçlarında kır ve kent arasında dikkat çeken en önemli konu internetin bilgi arama ve bilgiye ulaşma amaçlı olarak kullanım oranlarının kırsal alanda daha düşük olmasıdır.

Türkiye’de cep telefonu, dünyanın bazı bölgelerinde olduğu gibi, piyasaya sürüldüğü andan itibaren farklı kesimlerden farklı demografik özelliklere sahip kişilerin ilgisini çekmeyi başarmış, ülkede o dönemde var olan ekonomik krize rağmen büyük bir hızla yaygınlaşmış ve toplumsal bağımlılığın nesnesi haline gelmiştir. 2000’li yılların başında Türkiye, dünya cep telefonu sahipliği istatistiklerinde ilk sıralara yerleşmiştir (Çelik 2010: 56). 2013 yılı cep telefonu sahipliği oranı Türkiye genelinde yüzde 93,7; kentlerde yüzde 95,6; kırsal alanda ise yüzde 89,1’dir (TÜİK 2013). Cep telefonu sahiplik oranında kır ve kent arasında çok büyük farklar olmadığı, cep telefonunun bilgisayar ve internete oranla kabullenilmesinin daha kolay olduğu belirgindir.

“Kadın Çiftçiler Yarışıyor Etki Değerlendirme Araştırması” sonuçlarına göre kırsal alanda iletişimin ve bunun sağladığı olanakların “haberleşme” amacıyla da olsa yaygınlaştığı ve bundan herkesin kendi olanakları ölçüsünde yaralandığını göstermektedir. Yarışmaya katılan kadınlarla yapılan görüşmelerde, hanelerin yüzde 60,7’sinde bilgisayar ve yüzde 51,3’ünde internet erişimi olduğu tespit edilmiştir. Televizyon sahibi olmak artık ekonomik bir gerçeklikten çıkıp toplumsal bir gerçeklik haline dönüşmüştür. Bireylerin televizyon programlarını seçmelerinde eğitim, ekonomik koşullar ve içerisinde bulunduğu toplumsal yapı etkilidir. İlginin giderek azalmasına rağmen radyo halen önemli bir iletişim ve bilgilenme aracıdır. Araştırmaya katılan hanelerin sadece yüzde 11,5’inde radyo bulunmamaktadır (Gülçubuk 2012: 28-36).

İletişim ve bilgi akışını sağlayan bilişim teknolojisi gittikçe yaşamın her alanını kapsar duruma gelmektedir; fakat özellikle Türkiye’de tarımsal pazarlama açısından yeterli bilişim teknolojisi kullanılmamaktadır. Türkiye’de tarım sektörü, tarımsal ürün kaynaklı ticarete uluslararası piyasalardaki yerini koruyabilmek ve rekabet koşullarına uyum sağlayabilmek için, hızla gelişen bilişim teknolojisine ayak uydurmak zorundadır.

Bu uyumu üreticiye güncel bilgi sağlama, yeni piyasalarda talep düzeylerini ölçme, üretim tekniklerindeki gelişmelerin takibi gibi tarımla ilgili her alanda gerçekleştirmek zorunluluğu bulunmaktadır. Türkiye kırsal alanda var olan, tarımsal potansiyelin sağladığı avantajları, yeni teknoloji ve girişimcilik anlayışı paralelinde daha etkin bir şekilde kullanılmalıdır. BİT'in tarım ürünlerinin pazarlanmasındaki önemi yadsınamaz bir gerçekken Türkiye'nin pazardaki yerini korumak adına e-tarımsal pazarlamanın sunduğu fırsatlardan yararlanması gerekmektedir. Tarımla uğraşan kesimin bilişim teknolojileri ile yapacağı üretim ve pazarlama faaliyetlerine devlet yardımları verilmesi, gerekli eğitim faaliyetlerinin ücretsiz sağlanması gerekmektedir (Kızılaslan ve Gönültaş 2011: 2-10).

Türkiye'de e-tarımsal pazarlama konusunda atılan en büyük adımlardan biri www.tarimsalpazarlama.com sitesinin kurucusu Tülin Akın'a aittir. Bu site ile çiftçilerin sanal ortamda alıcılarla buluşması sağlanarak, Tarımsal Pazarlama Platformu'nda çiftçilerin hayatını kolaylaştıracak tarımsal içerikler üretilmekte ve bunlar iletişim araçlarıyla çiftçilere ulaştırılmaktadır. Site üzerinden tarım firmaları ve çiftçiler, ücretsiz olarak tanıtım sayfası oluşturup, ürünlerinin satış ilanlarını, tarımsal haberlerini, fikirlerini ve ürün fiyatlarını paylaşp, tarımdaki yeniliklerden ve ürün fiyatlarından haberdar olmaları sağlanmaktadır. Sitenin 200'ü yabancı olmak üzere 250 bine yakın üyesi bulunmaktadır. Platformun diğer bir hizmeti Çiftçi Kulübü aracılığıyla çiftçilerin hiçbir ücret ödmeden cep telefonlarından yaklaşan sel, yağmur gibi doğa olaylarının bilgisi, ürettikleri ürünün haldeki fiyatından, bakanlığın tarım alanındaki desteklerine kadar ihtiyaçları olan her türlü bilgi kısa mesajla cep telefonlarına gelmektedir. Çiftçiler Kulübü sistemine kayıtlı 750 bin üyesine her gün tarım ve hayvancılıkla ilgili kısa mesajlar göndermektedir. Tarımsal Pazarlama ve Çiftçiler Kulübü aracılığıyla 1 milyon çiftçiye hizmet ulaştırılmaktadır (www.tarimsalpazarlama.com).

2.3. Kırsal Alanda Kadının Durumu

Kırsal alanda üretimin her aşamasına katılan kadınlar, kaynaklara erişim, kamusal yaşama katılım, istihdam ve sosyal güvenlikle yararlanma, kamusal hizmetlerden yararlanma gibi konularda erkeklere oranla dezavantajlı durumdadırlar. Kırsal alanda kadının emeğinin karşılığını alamaması, girişimci olarak algılanmaması, eğitim seviyesinin düşüklüğü, üzerindeki iş yükünün erkeğe göre yüksekliği, iş yükünü hafifletecek teknoloji kullanımının düşüklüğü, gelir elde edebileceği alternatif iş imkânlarının yetersizliği, tarımsal üretim kararlarını vermesinde yol gösterecek bilgi kaynaklarının yetersizliği, devlet politikalarının üretimi özendirmemesi ve kadınların bağımsız karar verme güçlükleri bulunmaktadır. Kırsal alanda yaşayan kadınlar tarımsal üretimde etkin rol üstlenerek gündelik hayatın devamlılığını sağlamasına rağmen, daha iyi yaşam koşullarına ulaşabilmesini sağlayacak modern araç ve gereçlerden ya haberdar değil ya da kullanmayı bilmemektedir. Bu nedenle modernleşme sürecinin dışında kalan kadınlar emeğe dayalı düşük statülü işlerde çalışmak zorunda kalarak, yönetim ve karar alma süreçlerine erkeklere oranla daha az katılmakta, kamusal hizmetlerden daha az faydalanmakta ve gelir kaynaklarına ulaşmakta zorluklar yaşamaktadırlar (Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı 2012).

Toplumda geleneksel cinsiyete dayalı tabakalaşma olması nedeniyle kadınlar topluluk düzeyinde söz sahibi olamamakta, karar alma sürecinde bulunamamaktadır. Toplumun genel eğilimi hangi eğitim seviyesi ve gelir gurubuna dâhil olunursa olunsun toprak sahipliğinin erkekte olması gerektiği yönündedir, bu durum kırsalda daha yoğun bir biçimdedir. Toprak önemli bir üretim faktörü olduğu için erkekler için toprak mülkiyeti güç göstergesidir. (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı: 3).

Kırsal alanda yaşayan kadınlar dayanışma ve ortak iş yapma konusunda daha iyi olmalarına rağmen fırsatlara erişim konusunda kent kadınına göre dezavantajlıdır. Kırsal alanda doğum, ölüm, düğün gibi günlerde bir araya gelerek sosyal dayanışmayı sağlayan kadınlarken kurumsal bir örgütlenmeyi gerektiren durumlarda erkek egemen bakış açısı nedeniyle kadınlar yer alamamaktadır. Kadınlar kooperatifçilik yapısı içerisinde ya kadın kooperatifçiliğine yönlendirilmekte ya da genel üye sayısı

tamamlamak amacıyla kooperatif yapılarına dâhil edilmektedir. Kırsal alanda kadının üretime katılım oranı ailenin toprak ve hayvan varlığı, üretilen ürün çeşitliliğine göre değişmekte, tarımda mekanizasyon artışı kadını ev kadınlığına yöneltmektedir. Kırsal kesimde kadın emeği vasıfsız işgücü olarak görünürken, erkekler çiftçi olarak adlandırılmaları, gelişmelerden haberdar olma, az da olsa eğitimlerden geçme durumları ile vasıflı oldukları sonucunu görünür kılar (Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı 2012). Kırsal alanda kadınlar ev içi gündelik işleri yaparken tarla, bahçe işlerine dâhil olmakta bununla birlikte sağım ve süt ürünlerinin üretiminde yer almaktadır. Sahip olunan beyaz eşyalar kadının ev içerisindeki iş yükünü azaltırken tarımsal üretime dâhil olmasını sağlamaktadır, tarımsal üretim sürecinde yer alan kadın hayvan ve ürün satma sürecinde yer bulamamaktadır. Kadınların yaptığı işler genellikle ev eksenli emeğe dayalı mevsimlik, yarı zamanlı, ücretsiz işler olmaktadır. Kadınların ürettikleri ürünler genellikle ev içi tüketim için olduğundan ekonomik olarak bir değer ifade etmemekte ve kadın emeği değersiz görülmektedir (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı: 5).

Kırsal alanda kadının girişimciliği, istihdama katılması ve toplumsal statüsünü etkileyen unsurlardan biri eğitimidir. İlköğretim düzeyinde kız ve erkek çocuklarının okullaşma oranlarında bir fark olmamakla birlikte kırsal alanda orta ve yükseköğretimde kız çocuklar dezavantajlı durumdadır. Kırsal alanda ailelerin geçim kaynakları ve gelir düzeyleri, ücretsiz işgücü oluşturmaları, kız çocuklarının erken yaşta evlendirilmeleri nedeniyle çocukların ilköğretimden sonra eğitim hayatlarına devam etmelerini engellemektedir. Kırsal alanda geleneksel yapının kız çocuklarını namus objesi olarak algılaması, kültürel yapının kadının rolünü çocuk bakmak, ev işi yapmak şeklinde belirlemesi nedeniyle kız çocukları eğitim konusunda dezavantajlı durumdadır. Kadın eğitimini teşvikte sivil toplum örgütleri, medya ve toplum önderlerine görev düşmektedir. Kırsal kadın için örgün ve yaygın eğitimde insan ve kadın hakları, toplumsal cinsiyet eşitliği gibi konularda farkındalık yaratılması gerekmektedir. Kırsal kadın kırsal ekonominin temel dinamiklerinden biri olmasına karşın eğitim-yayım hizmetlerinden faydalanma konusunda ev içi rollerine ilişkin eğitimlere yönlendirilmektedir (Özgen ve Ufuk 2011).

Türkiye’de giderek çözülmekle birlikte kent merkezlerinden kırsal alanlara gidildikçe varlığını koruyan geleneksel yaşam biçimi ve toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri, kadınların sağlık hizmetlerine erişiminin önünde engeldir. Kırsal alanda yaşayan kadınlar yetersiz beslenme, erken yaşta evlenme, sık aralıklarla hamile kalma gibi olumsuzluklarla birlikte sağlık hizmetlerinden faydalanabilecekleri kuruluşlar ve kişilere erişebilme konusunda da dezavantajlı durumdadırlar. Kırsal alanda kadınların sağlık sorunlarının çözümünde sağlık güvencesine sahip olabilmeleri önemli bir etkiye sahiptir (Şavran 2014; Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı).

Kırsal alanda kadınlar ücretsiz aile işçisi olarak istihdam edilmektedir fakat göç gibi sebeplerden dolayı işgücüne katılım oranları düşmekte ve düşük statülü işlerde istihdam edilmektedirler. Kırsal alanda kadınların herhangi bir sosyal güvencesi bulunmamakta, tarımsal destek hizmetlerinden sınırlı oranda faydalanmaktadırlar. Kadınların ekonominin talep ettiği işgücü nitelikleriyle donatılması gerekmektedir. TÜİK 2014 yılı verilerine göre nüfusun yüzde 21,1’i tarım sektöründe istihdam edilmektedir. Tarımda istihdam edilen erkeklerin oranı yüzde 16,1; kadınların oranı yüzde 32,9’dur. Tarımda istihdam edilen kadın oranının erkeklere oranlara yüksek olması kadının kırsal alan için kilit rol oynadığını göstermektedir. Türkiye’de sosyal güvenlik sistemine kayıtlı olmayan birey sayısının en fazla olduğu sektör tarım sektörüdür. Tarımsal faaliyette bulunan kadınların yüzde 1,5’i, erkeklerin yüzde 20,4’ü sosyal güvenlik sistemine kayıtlı olarak çalışmaktadır. Bu sonuçlara göre tarımda çalışan kadınların büyük çoğunluğunun sosyal güvencesinin olmadığı anlaşılmaktadır (Peker ve Kubar 2012).

Kırsal alanda kadının yoksullaşmasında toplumsal cinsiyet temelli eşitsizlikler etkilidir. Cinsiyete dayalı iş bölümü, kırsalda yaşayan kadınların ücretli olarak işgücü piyasasına katılmasını engellemektedir. Kadın emeği genel olarak bilgi ve teknoloji kullanımı gerektirmeyen vasıfsız işgücü olarak değerlendirilmektedir. Kırsal alanda kadının dezavantajlı durumunu düzeltebilmek için yapısal, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerine ve stratejik gereksinimlere yönelik uzun vadeli politikaların oluşturulması ve uygulanması gerekmektedir. Kırsal alanda yaşayan kadınların eğitim, sağlık ve yoksulluğa ilişkin sorunlarının ele alınması fırsatlardan yararlanabilmeleri

adına uzun vadeli çözümler bulunması gerekmektedir. Kırsal kadının toplumdaki dezavantajlı durumunu iyileştirebilmek amacıyla BİT her alanda çözüm sürecine dâhil edilmelidir. Kırsal alanda kadınların yaşam standartlarını yükseltecek teknolojik gelişmelerin tanıtımı ve kullanımının teşvik edilmesiyle zaman, emek ve kaynak tüketimi sorunları engellenebilir (Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı 2012). Kadınların kamusal alandan dışlanmalarının nedeni bir meslek ve düzenli bir gelire sahip olmamaları, eğitim olanaklarından yararlanamamalarıdır. Kadının kamusal alanda ve üretim sürecinde bulunmaması yoksulluğunu arttırmaktadır. Yoksul kadının sosyalleşmesi medya tüketimi, komşuluk, arkadaşlık, akrabalık ilişkileriyle gerçekleşebilmektedir (Ergül, Gökalp ve Cangöz 2012: 142-144).

Kırsal alanda yaşayan kadınların BİT kullanımı önündeki engeller okuma yazma oranındaki düşüklük, teknolojilere erişim imkânlarının kısıtlı olması, gelenekler, toplumda karar verme sürecinde yer bulamamaları ve ağır iş yüküdür. Kırsal alanlarda uygulanan internet tabanlı kırsal kalkınma pilot projelerinde erkeklerin öncelikli olarak bu teknolojilere eriştiği, kadınların ise erkeklerin gerisinde kaldığı gözlemlenmektedir. Kırsal alanlardaki okuma yazma oranlarının düşüklüğü kırsal halkın özellikle kadınların bilgiye ve habere ulaşmasında büyük engel oluşturduğu için daha çok fotoğraf, resim ve video gösterimine dayalı bilgi aktarımı tercih edilmelidir. Kırsal alanlarda yaşayanlar, özellikle kırsal kadın sadece bilgiye erişim açısından değil sosyoekonomik açıdan da birçok kısıtlılıklara sahiptir. Bu bağlamda, BİT özellikle kadın, gençler, engelliler ve yoksullar başta olmak üzere tüm paydaşların bilgiye erişimini sağlayacak ve onların sosyoekonomik yapısında gelişmelere imkân sağlayacaktır (Gülçubuk ve Aluftekin 2007: 3-6).

III. BÖLÜM

3. BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE KADIN

Bilgi ve iletişim teknolojileri üretilirken ideal kullanıcı hedefiyle üretilmekte; fakat bu teknolojileri kullanacak ideal kullanıcı tipi olarak genellikle erkekler gösterilmektedir. BİT'in erkeklerle ilgili, onların ilgi alanı olarak görülmesi var olan cinsiyet eşitsizliğini teknolojik araçlar üzerinden yeniden pekiştirmektedir. Kadın ve erkeğin toplumsal yaşamda aldığı rol, var oldukları alanlar ve özellikle iş gücünün toplumsal cinsiyete göre farklılaşan uygulama biçimi bu ilişkinin toplumsal olarak nasıl kurulduğuyla yakından ilişkilidir. Evrensel düşünce kadın ve erkeğin teknolojiyle farklı bir ilişki içerisinde olduğuna yöneliktir; bu ilişki çocuk doğduğu anda oynadığı oyuncaklarla başlar ve teknolojilere yüklenen anlamlar toplumsallaşma sürecinin her anında devam eder. BİT'in kadınlar tarafından kullanımı sınırlı olmakla beraber, kadınlar teknolojiyi sadece kadınlık rollerine uygun işleri gerçekleştirmek için kullanırken erkekler teknolojinin üreticisi rolünü üstlenmektedir. Teknolojiler egemen toplumsal yapı ve ilişkileri yeniden üreten araçlardır ve kesinlikle tarafsız değillerdir. Hâkim cinsiyetçi ideoloji toplumsallaşma süreci içerisinde kadının teknolojiye ilgisiz ve uzak olduğu bir tablo çizer ve kadınlık kültürünü değersizleştirir (Demiray 2009). Eril dil ve ataerkil ideolojinin hâkim olduğu medya, kadına yönelik bakışı ve toplumsal algıyı şekillendirmektedir. Yazılı ve görsel basında yer bulan yayınlar nedeniyle var olan ataerkil düzenin devamlılığı ve yeniden üretimi sağlanmaktadır. Medya kadına ve erkeğe nasıl kadın ve erkek olunacağını öğretmekte bunu içselleştirmelerini sağlamaktadır (Karapanca 2012).

Bilgi ve iletişim teknolojileri her ne kadar toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri üzerine inşa edilmiş olsa da kadınlar yararına ve kadınlar için olma özelliğini de

taşımakta, kadınlara özgürleşme ve kendini gerçekleştirme olanağı sunmaktadır (Göker 2007: 268). Kadınlar, ülkelerin sosyoekonomik kalkınmaları için önemli aktörlerdir ve BİT kadınların kalkınmada üzerine düşen rolü gerçekleştirebilmeleri için yaşam boyu öğrenme, eğitim ve öğretim hizmetlerine erişimini sağlamakta gereklidir (Dlodlo 2009: 168). OECD tarafından 2007 yılında yayınlanan "ICTs and Gender" isimli rapora göre, sosyal normlar, zamanın kısıtlı olması, eğitim, çalışma ve kültür gibi faktörler kadınların BİT kullanmaları önünde engeller oluşturmaktadır. Genç kuşağın bilgisayar kullanma konusuna daha alışkın olduğu, cinsiyet ve yaşın bu teknolojilerin kullanımında önemli faktörler olduğu, kadınların interneti daha çok sağlık konusunda bilgi almak ve alışveriş yapmak için kullandıkları belirtilmektedir (<http://www.oecd.org/internet/ieconomy/38332121.pdf>, 24.09.2014'te erişildi). BİT kadınların maruz kaldığı toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin azaltılmasında, kadınların güçlendirilmesinde, dezavantajlı grupların sosyal kampanyalardan haberdar olmasında, eğitim olanaklarına ulaşabilmesinde, yeni fırsatlar hakkında bilgi sahibi olabilmesinde etkili olacaktır. BİT erkek egemenliği var olan hanelerde kız çocuklarının kültürel, fiziksel, ekonomik engelleri aşması, karşı cinsle iletişim kurabilmesi, sosyalleşmesi ve sınırlı da olsa özgürleşmesine olanak sağlamaktadır (Ergül, Gökalp ve Cangöz 2012: 133-149).

Kadınların teknolojiye erişim sorunları, eğitim düzeyleri, teknoloji okuryazarı olmamaları, erkek egemen kültürün yönlendirmeleri, teknolojileri benimseme konusunda destek alamamaları, ekonomik ve zaman kısıtlılıklar, iş yükleri, kamusal alanda kısıtlı söz sahibi olmaları onların bilişim teknolojilerine ulaşması önündeki en büyük engellerdir. Kadınlarda var olan teknoloji korkusunun yenilebilmesi için yeni iletişim teknolojilerini kullanma ve becerilerine ilişkin özgüvenleri beslenmeli ve artırılmalı, bilişim teknolojilerinin erkeklere yönelik olduğu algısı kırılmalı, uygulamalı eğitim programları benimsenmeli, kadınların iletişim biçimleri ve araçlarına ilişkin tercihleri ortaya çıkarılmalıdır (Demiray 2009: 5-16).

BİT yaşamımızın her alanına müdahale ederek işlerimizi kolaylaştırmakta ve yoğunlaşmamızı sağlamakta, zaman ve mekân farkının yok olduğu bir dünya yaşamamızı sağlamakta ve toplumu yeniden şekillendirmektedir (Demiray 2009: 4).

BİT'in sağladığı e-posta, haber alma, bilgi bankalarına ulaşma, forumlara katılma, haber ve sohbet grupları, sanal eğitimler kadınlar için faydalı olmaktadır. Birey olarak kadının kendi düşüncelerini herkesle paylaşabilme olanağına sahip olması BİT ile mümkün olabilmektedir. Kadınların BİT vasıtasıyla bilgi kaynaklarına ulaşabilmesi ve iletişime geçmesi, kendilerine olan özgüveni arttırmakta ve yalıtılmışlıklarına son vermektedir (Göker 2007: 268). BİT'in yayılması, kadınlar için daha fazla iş ve piyasayla daha güçlü bağlar sağlamış, kadınların ekonomik fırsatlara erişimini artırarak ekonomik olarak güçlenmelerine katkıda bulunmuştur. Bilgiye erişimin artması, gelişmekte olan ülkelerde birçok insanın, dünyanın çeşitli yerlerindeki yaşamı ve gelenekleri öğrenmesine olanak vererek, kadınların rolü de dahil olmak üzere insanların tutum ve davranışlarında değişiklik yapmıştır (Dünya Kalkınma Raporu 2012: 24).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, kadının bilinçlenmesini sağlamış, yeni fikirler ve yeni toplumsal kimliklerin ortaya çıkışını ve yayılma gücünü arttırmış ve kadınların dünya çapında örgütlenme ve kamuoyu yaratma potansiyeline sahip olduğu güçlü kadın hareketleri oluşmasına yardımcı olmuştur. Kadınlara yönelik sivil toplum örgütleri BİT etkisi ile daha kolay ve hızlı bir şekilde ulusal ya da küresel işbirliği içine girebilmekte, kaynak yaratabilmekte, kadınların sorunlarını belirlemekte, tartışarak çözüm için çeşitli yollar sunmaktadır (Eşkinat 2013: 289-290). BİT gelişmekte olan ülkelerde ataerkil toplumlarda, otoriter toplumsal ve politik figürler hegemonyasına kadınların itirazı için altyapı oluşturmaktır. BİT sayesinde kadınlar uluslararası gruplar ve daha fazla etkileşime elverişli ortamlara ulaşabilmekte, ittifaklar kurabilmektedir (Toprak, Banar ve Özkanal 2009: 138).

3.1. Dünya'da Kadının Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanımı

Gambiya hükümeti tarafından yayınlanan rapora göre, eğitim, içeriği yerel dillerde olmayan teknolojiler, coğrafi konumun getirdiği olumsuzluklar, cinsiyet rolleri ve kültürel faktörler kadınların BİT kullanmalarında olumsuz sonuçlar doğurmaktadır (Government of the Gambia 2007: 60). Kırsal bölgelere teknolojinin geç gelmesi, kişilerin bu teknolojilere aşina olmaması, teknolojilerin özelliklerinden ve faydalarından

haberlar olunmaması daha az kullanılmasına neden olmaktadır. Kadınların güçlendirilmesi olumlu ekonomik ve sosyal değışimlere yol açmakta, kadına yönelik yatırımlar ailenin ve toplumun refahını artırmaktadır; bununla birlikte BİT ekonomik büyüme için bir araç olarak işlev görebilir ve kadınların BİT ile güçlendirilmesi, sosyal ve ekonomik gelişmeyi hızlandırabilir (GSMA 2013: 10)

Kadınlar BİT kullanmada birçok sorun yaşarken aynı zamanda bu teknolojiler onların hayatlarını yönlendirecek şekilde idealize edilmekte ve kullanılmaktadır. II. Dünya Savaşı sonrası dönemde evlere giren televizyon kadınlara, değışen toplumsal cinsiyet rolleri bakımından son derece kısıtlayıcı bir alan dayatmıştır. Savaş sırasında orta sınıftan ve işçi sınıfından kadınlar medya tarafından geleneksel olarak erkeklere özgü olduğu kabul edilen mesleklere girmeleri yönünde teşvik edilmişlerse de, savaş sonrası dönemde çocuk sahibi olmaları, ev işi yapmaları için evlerine dönmeleri gerektiği söyleniyordu. Savaş dönemi yaşamından savaş sonrası yaşamına geçiş, toplumsal cinsiyetin ve aile biriminin kuruluşuyla ilgili bir dizi ideolojik ve toplumsal çelişkiyi de beraberinde getirmiştir. Televizyon başında toplanmış aile reklamları, banliyö yaşamının kendisi gibi, bir dizi karmaşık politik, ekonomik ve toplumsal soruna karşı getirilmiş geçici bir tüketici çözümüydü (Crowley ve Heyer 2010: 392-393).

Dünya GSM Birliğı ve Cherie Blaire Vakfı, dünyada mobil iletişim konusunda kadınların aleyhine olan 300 milyon kişilik farkın azaltılmasını amaçlayan “Mobile Women Global = mWomen” adlı projeyi Ekim 2010’da başlatmıştır. Proje kapsamında düşük ve orta gelirli ülkelerde cep telefonu kullanımında cinsiyetler arası uçurumun boyutunu ortaya koymak amacıyla “Kadınlar ve Cep Telefonları: Küresel Bir Fırsat” adlı raporu yayımlayan program, üç yıl içinde cinsiyetler arasındaki uçurumu yarıya indirmeyi hedeflemiştir. Rapora göre, düşük ve orta gelirli ülkelerde cep telefonu sahibi kadınların oranı erkeklerin oranından yüzde 21 daha düşüktür; bu oran kadın abone sayısının erkeklerden 300 milyon az olduğu anlamına gelmektedir. Cep telefonu kullanımında cinsiyetler arasındaki uçurum Afrika’da yüzde 23’e, Ortadoğı’da yüzde 24’e ve Güney Asya’da yüzde 37’ye çıkmaktadır. Güney yarımküredeki birçok ülkede, gelir dağılımında en altta bulunan hanehalkları, kırsal alanda yaşayanlar ve kadınlar mobil teknoloji sahipliğinde dezavantajlı grupta yer almaktadır. Kadınlar daha az cep

telefonu sahibi olmakla birlikte genellikle ailenin erkek bireylerinden daha sonra cep telefonu sahibi olmaktadır (GSMA 2013: 4).

Aynı yaş, gelir, eğitim düzeyine ve mesleğe sahip iki kadından kentsel bölgede yaşayan kadının kırsal bölgede yaşayan bir kadına göre cep telefonuna sahip olma oranı yüzde 23 fazladır. Gelirin cep telefonu sahipliği üzerinde etkisi bulunmaktadır; aylık hanehalkı gelirindeki 100 dolarlık her artış bir kadının cep telefonuna sahip olma olasılığını yüzde 13 artırmaktadır. Düşük ve orta gelirli ülkelerde ödünç alma yoluyla cep telefonlarına erişen yaklaşık yarım milyar kadın bulunmaktadır; çeyrek milyardan fazla kadınsa henüz cep telefonu kullanmamış durumdadır. Kırsal alanda kadınlar kentsel alanlara nazaran daha fazla ödünç alma yöntemi ile cep telefonu kullanmakta; fakat sahiplik oranında bu fark kullanım açısından düşüktür. Kadınların cep telefonuna sahip olmama nedeni olarak yüzde 42 “cihazın çok pahalı olması”, yüzde 20 “herkesin yakın olması nedeniyle cep telefonuna ihtiyaç duymama”, yüzde 10 “sabit telefon kullanma sebebiyle cep telefonuna gerek duymama”, yüzde 8 “aylık hizmet ücretlerinin yüksek olması”, yüzde 3 “teknolojiyi kavrayamama çekincesi”, yüzde 3 “eşin/ailenin izin vermemesi” sebepleri sıralanabilir. Kadınların toplum içindeki geleneksel rolleri ve kültürel yapı kadınların cep telefonuna sahip olmasını etkilemekte ve bir kadının cep telefonu edinmesini geciktirmekte hatta engellemektedir (GSMA 2013: 6-10).

Kadınlar için cep telefonu sahibi olmak eğitim, sağlık, iş ve istihdam imkânlarına daha kolay ulaşabilmek gibi önemli faydalar sağlamaktadır. Araştırmaya katılan kadınlar, cep telefonunun onlara daha güvenli, bağlantılı ve üretken bir yaşamın kapılarını açtığını düşünmektedir. Kırsal alanda yaşayan ve ev dışında çalışan kadınlar cep telefonlarını hayat standartlarını yükseltmek için kullanmaktadır. Kadınlar cep telefonunun gücünden yararlanarak ekonomik fırsatları değerlendirmekte, cep telefonunu vazgeçilmez bir üretkenlik aracı olarak görmekte ve kadınların yarısından fazlası ek gelir elde etmek için cep telefonundan faydalandığını belirtmiştir. Cep telefonu sağladığı bilgi, iletişim ve hizmetler ile kadınların para ve zamandan tasarruf etmesini, üretkenliği artırmasını, işlerini geliştirmesine yardımcı olmaktadır. Araştırmaya katılan ve düşük ve orta gelirli ülkelerde yaşayan on kadından dördü cep telefonu sayesinde “ekonomik ve profesyonel olanaklarının arttığını” ifade ediyor. Aile

bireyleri, akrabalar ve arkadaşlarla aradaki mesafenin artması, cep telefonunu insanların birbirleri ile temas kurmasını sağlayan önemli bir araç haline getirmiştir. Araştırmaya katılan her on kadından dokuzu “cep telefonu sayesinde aile ve arkadaşları ile bağlantısının daha kuvvetli” olduğunu belirtmiştir. Araştırmaya katılan kadınların yüzde 85’i “cep telefonum olduğu için kendimi daha bağımsız hissediyorum” demiştir. Araştırmaya katılan kadınlar cep telefonu sahibi olsun ya da ödünç yoluyla kullansın aldıkları çağrı sayısı yaptığı çağrılardan fazladır, cep telefonundan internete girmemişlerdir ve cep telefonu sahibi kadınların yüzde 80’i SMS hizmetini kullanabilmektedir. Kırsal alanda yaşayan daha fazla kadının cep telefonu sahibi olmasını sağlamak için, cihazın hayat standartlarını geliştiren bir araç olduğunu göstermek gerekmektedir (GSMA 2013: 4-24).

BİT yeni eğitim ortamları ve fırsatlar anlamında kadınlar için yeni ufuklar açan bir ortam olmuştur. Örneğin; Filistinli kadınların sosyal hayatta daha iyi bir statü arayışlarında yeni iletişim teknolojileri büyük öneme sahiptir. 1967 yılından bu yana süren İsrail işgali, Filistinliler için yaşam koşullarını kötüleştirmiş ve Filistin aile yapısındaki değişikliklere neden olmuştur. Büyüyen işsizlik sebebiyle erkekler için göç kaçınılmazken kadınlar için hiç imkân yoktur. Filistin’in içinde bulunduğu siyasi ve askeri koşulları nedeniyle kadınlar hızlı bir şekilde geçim sağlayıcı durumuna gelmiştir. Kadınlar çevrelerindeki bu zorlukları aşmak için BİT ile karşı karşıya kalmıştır. Filistin’in içinde bulunduğu durumda siyasi çatışmalar devam ederken cinsiyet eşitliğine engel olmaya devam edilmesine rağmen feminist hareketler boy göstermiştir. Filistin’de ekonomik zorluklar ve sayısal uçuruma rağmen, BİT kullanımı ve özellikle bilgisayar okuryazarlığı istatistikleri kadınlar için umut verici sonuçlar göstermektedir. Sosyal zorluklar nedeniyle eğitimden uzaklaşan kadınlar için eğitim amaçlı BİT kullanımı bir çare olmuştur. Filistin İstatistik Merkez Bürosu 2006 yılı rakamlarına göre, Filistin’de nüfusun yüzde 49,3’ü çoğunluğu genç olan kadınlardan oluşmaktadır. Kadınların yüzde 53,6’sı erkeklerin yüzde 44,7’si bilgisayar kullanmayı bilmemektedir. Kadınların yüzde 52,4’ü evden, yüzde 29,6’sı okuldan, yüzde 6,1’i iş yerinden internete bağlanmaktadır. İnternete bağlanma sebebi yüzde 50,7 oranından “eğitim ve ders için” olarak belirtilmiştir. Filistin’de kadınlar ağırlıklı olarak eğitim amaçlı ve bilimsel sorunları için internet kullanmaktadır. Filistin’in ekonomik ve siyasi koşulları nedeniyle

kadınların eğitimine engel olan mesafeler, BİT aracılığıyla aşılmaya çalışılmıştır (Toprak, Banar ve Özkanal 2009).

Kudüs Açık Üniversitesi (QOU) 1991'den bu yana hizmet vermektedir, 50.000'den fazla öğrenciye (2006-2007 öğretim yılı) sahip olan üniversite, öğrencilerine hizmet sunumunda multimedya öğretim ortamlarını kullanmaktadır. Üniversite öğrenci dağılımı yüzde 44,28 erkek ve yüzde 55,72 kız öğrencilerden oluşmaktadır. Cinsiyet eşitsizliği bölgenin gelişme potansiyeline zarar veren faktörler arasında olduğundan toplumsal cinsiyet konuları Ortadoğu için çok önemlidir. Eğitim ve yaşam boyu öğrenme için fırsatlar, ataerkil Filistin toplumunda kadınların, ekonomik ve sosyal geleceği için hayati önem taşımaktadır. E-Öğrenme, daha büyük kitlelere ulaşmak ve multimedya ortamları ile etkileşim sağlamak için büyük bir potansiyele sahiptir. Bu noktada, en büyük engel olan dijital bölünmenin üstesinden gelinmesi gerekmektedir (Toprak, Banar ve Özkanal 2009: 145).

İran'da internetin sunulmasıyla, İranlı kadınlar interneti sadece bilgi erişim ve yayma aracı olarak değil, aynı zamanda ayrımcı kanunlar hakkında endişelerini dile getirmek, kamusal söyleme katılmak için bir araç olarak kullanmışlardır. İran'da internet, bastırılmış ve sıra dışı gruplar, özellikle gençler ve eğitimli kadınlara bir ses olmuştur. ITU (2008) raporuna göre 2003 yılında İran'da kadın internet kullanıcılarının sayısı, ülkedeki toplam internet kullanıcılarının yüzde 49'unu oluşturmaktadır. Ortadoğu İslam ülkeleri arasında internetin yayılım oranı en üst düzeyde olan İran'da 11,5 milyon kadın internet kullanıcısıdır. Bir İran gazetesinde yayınlanan rapora göre, İranlılar bir günde 60 milyon SMS göndermektedir, genç kız ve erkek öğrenciler SMS kullanıcılarının en büyük grubu oluşturmaktadır. İran'da birçok orta sınıf aile güvenlik nedeniyle okul çağındaki kızlarına cep telefonu almaktadır, genç kızlar ve erkekler arasında artan SMS popüleritesi muhafazakâr toplum içerisinde fanatikler tarafından "ahlaksızlık" olarak değerlendirilmektedir. İran'da kadınlar medyada farklı kanallar, destekleyici sivil toplum kuruluşları ve bloglar aracılığıyla sosyo-ekonomik ve siyasi durum hakkında endişelerini açıkça dile getirebilecek bir ortam oluşturdular. İlk Farsça blog 2001 yılında oluşturulduktan sonra İran'da kadınların sorunları ile ilgili bloglar dâhil olmak üzere binlerce blog oluşturulmuştur. Bu bloglar ve web sitelerinde İran'da

kadınları özgürleştirecek konular tartışılmaktadır, internet ve bilgi teknolojilerinin bu işte ne kadar büyük role sahip olduğu açıkça görülmektedir. İranlı kadın blogcuların orta sınıf ailelerden gelen, büyük şehirlerde aktif hayat yaşayanlardan oluşuklarına dikkat çekmek gerekmektedir (Shirazi 2012: 45-49).

Kırsal alanlarda yaşayan kadınların günlük yaşamlarında karşılaştıkları ile ilgili düşüncelerini ve görüşlerini ifade etmek için BİT araçları ve hizmetleri kullanmak için yeterli beceri, eğitim ve internet altyapısı sahiplikleri bulunmamaktadır. İran'da sayısal uçurumun sebebi sadece fakir ve zengin ayrımından kaynaklanmamakta muhafazakâr yapının koyduğu engeller de BİT'e erişimi kısıtlamaktadır, bu da uçurumun sadece kent ve kırsal arasında olmadığını açıkça göstermektedir. Kadınların BİT erişimi onlara sadece cinsiyetler arası dijital uçurumu kapatma yeteneği sağlamamış, aynı zamanda toplumdaki rolü ve varlığını geliştirmek için eğitmiştir (Shirazi 2012: 49-52).

Bilgi ve iletişim teknolojileri kadınların piyasalarda var olma konusunda karşılaştıkları zaman ve mobilité kısıtlarının azaltılmasına yardımcı olabilir. Buna örnek olarak; Hindistan'da, bir STK olan Foundation of Occupational Development (Mesleki Gelişim Vakfı) tarafından yürütölen projede kadınların ekonomik olarak güçlendirilmesi için BİT kullanımına teşvik amacıyla 100 köyde cep telefonu üzerinden işleyecek şehirlerarası pazarlama ağı oluşturulmuştur. Proje kadınları pazarlamaya odaklanacak şekilde gruplar halinde örgütlemiş, onlara cep telefonu ve internet erişimi sağlamış, böylece kadınların hem ürünlerini doğrudan pazarlamasına hem de karlarını arttırmalarına yardımcı olmuştur (Dünya Kalkınma Raporu 2012: 30; DAW 2002: 31).

Kosova 2008 yılı Şubat ayında bağımsızlığını ilan ettikten sonra yeni oluşturulacak anayasada herkesin söz sahibi olacağı bir forum oluşturmuştur. Anayasa hazırlanmasında özellikle kırsal kadının sorunları ve düşüncelerine yer verilmediğı onların görüşleri alınmadığı gerçeğini ortaya koyan “Women for Women International” örgütünün aktivistleri 250 kadına cep telefonu aracılığıyla ulaşip onların foruma katılarak anayasaya katkıda bulunmalarını sağlamıştır (GSMA 2013: 20). Kırsal ve Tarımsal Kalkınma İletişim Ağı (RADCON), Mısır'da 2004-2008 yılları arasında uyguladığı VERCON projesi ile geleneksel ve yeni medya kanallarını kullanarak

çiftçiler ve uzmanlar arasındaki tek yönlü iletişimin yönünü değiştirmeyi amaçlamıştır. Çiftçilerin değişen ihtiyaçlarına yönelik yerel kapasiteyi arttırmak, haberleşme altyapısını güçlendirmek ve tarımsal bilgi akışını sağlamak amacıyla uygun teknolojiler kullanılarak farkındalık yaratılmış ve tarımın sürdürülebilirliği sağlanmıştır. Proje ile özellikle kadınların tarımla ilgili karar verme düzeyindeki temsil eksikliği giderilmeye çalışılmış, BİT kullanımı ile karar verme süreçlerine katılımları sağlanmıştır (FAO 2010: 237).

Kenya’da tarımın desteklenmesi amacıyla ulaşım kapsamını genişletmek için çağrı merkezlerinden faydalanılmıştır. Kenya’daki M-PESA gibi mobil bankacılık sistemleri, kadınların küçük finansal ve bankacılık işlemlerini daha verimli bir şekilde gerçekleştirmesine olanak vererek tasarrufu desteklemekte ve özellikle kadın girişimciler için faydalar getirmektedir (Dünya Kalkınma Raporu 2012: 32-33). Kenya Çiftçi Destek Hattını (Huduma Kwa Wakulima) çiftçilik ve hayvancılık ile ilgili bilgi almak için arayanların yüzde 43’ü kadınlardan oluşmaktadır, kadınlar uzmanlardan çok nadir destek isterken bu hat ve telefon sayesinde talepleri artmıştır. (GSMA 2013: 18).

Senegal’de uygulanan bir projede iki telefon şirketi tarafından tarımsal üretici kadınlara üretim ve piyasa fiyatları hakkında bilgi edinebilmeleri için internet erişimi olan cep telefonları sağlanmıştır. Kadınlar cep telefonlarını taşınabilir olma özelliği nedeniyle bilgisayara göre daha fazla tercih etmektedir. Projeye katılan kadınlar teknolojinin onlara sağladığı ekonomik faydalardan dolayı mutlu olduklarını belirtirken, bölgedeki diğer kadınlar da projenin bir parçası olmak istediklerini belirtmiştir. Arjantin’de bir STK tarafından uygulanan proje ile aynı topluluktaki yetişkin kadınları bir kooperatif etrafında toplayarak el sanatlarının tasarımı ve pazarlanması konusunda BİT kullanımıyla eğiterek kırsal kadın yoksulluğuna çözüm üretilmeye çalışılmıştır. Proje kapsamında bir web sitesi tasarlanmış ve paketleme işlemleri iyileştirilerek site üzerinden satışlar yapmaları sağlanmıştır. Bu proje ile satışlar artmış, şehir merkezlerinde kendilerine iş arayan kadınlar kendi işlerini yapmaya devam ederek kârlı bir iş sahibi olmuştur (DAW 2002: 30-31).

Pakistan’da gerçekleştirilen bir proje ile kırsalda yaşayan genç kızların okuryazarlık oranını yükseltmek amaçlanmıştır. Bu amaçla 2009 yılında temel bir okuryazarlık eğitimi almış 15-24 yaş arası 240 genç kızı kapsayan projede kızların her birine düşük maliyetli bir cep telefonu ve faturasız hat verilerek daha önceden bu konu ile ilgili eğitim almış öğretmenlerin yardımı ile çalışmaya başlanmıştır. SMS yardımı ile okuyacak materyal bulamayan kızlara kendi dillerinde din, sağlık ve beslenme gibi konularda mesajlar gönderilerek bu mesajları okuyup yazması ve öğretmenlere SMS yoluyla cevap verilmesi istenmiştir. Bölgenin toplumsal yapısı kızların cep telefonu edinmesi ve kullanması konusunda direnç gösterilmesine neden olsa da mesajların içerikleri ve programın faydalarının anlaşılması düşünceleri değiştirmiştir. Öğrenme hızını ölçen sınavlarda okuryazarlık oranlarında ilerleme gözlenmiştir. İlerleyen aşamalarda cep telefonlarının hesap makinesi benzeri özellikleri kızlar ve aileleri tarafından kullanıldığı ve cep telefonunun sağladığı rahat iletişim olanağının güveni arttırdığı gözlenmiştir. Programın başarısı cep telefonunun temel eğitim programlarının etkisi ve kapsamını arttırmada yardımcı olabilecek bir nitelikte olduğunu ispatlamıştır (GSMA 2013: 16).

İngiltere’de avukat gerektirmeyen bilgisayar ve akıllı cep telefonları üzerinden internet bağlantısı ile kullanılan “kendin boşan” sistemi aracılığıyla boşanan çiftlerin sayısı 12 aylık dönemde dünya üzerinde boşanmaların oranlarında yüzde 2’lik bir düşüş olduğu halde yüzde 50 artış göstermiştir. Geleneksel boşanma başvurularının yüzde 65’ini kadınlar yaparken bilgisayar üzerinden boşanma başvurusu yapan kadınların oranı yüzde 49; akıllı telefonları kullanarak boşanan kadınların oranı ise yüzde 35’tir. Cep telefonu ve bilgisayar aracılığıyla boşanma başvurularında erkeklerin oranı kadınların oranından daha fazladır ve gelecek yıl içerisinde boşanan her beş çiftten birinin internet aracılığıyla boşanacağı tahmin edilmektedir (Sabah 2013).

Afrika’da kırsal kadının bilgi erişim ihtiyaçlarına cevap verebilmek için “Para Kazanmak İçin Fikirler” başlıklı bir CD-ROM hazırlanmıştır. Ugandalı kırsal kadınların yerel dilde bilgiye erişim sağlayarak kırsal kadının kalkınması için öncelikleri ele alan bu proje kadının ekonomik güçlenmesinde BİT’in yaratıcı ve etkin kullanılmasına bir örnektir. Uganda’nın Nakaseke bölgesinde kadınların birçoğu okuma yazma ve BİT’in

faidalarını bilmemektedir. Nakaseke’de bulunan çağrı merkezi tarafından yapılan kırsal ihtiyaç değerlendirmesi araştırmasında kadınların gelir getirici faaliyetler, ürünleri ve el sanatlarını pazarlama ve pazar fiyatları hakkında bilgi talep etmekte oldukları belirlenmiştir. Yüksek internet ücretleri ve kadınların eğitim seviyeleri göz önüne alınarak kolayca erişebilecekleri ve anlayabilecekleri CD-ROM’lar hazırlanmıştır. Kadınlar evlerinde ya da çağrı merkezlerinde kendileri için hazırlanan CD-ROM’ları kullanarak bilgi almaya başlarken piyasa fiyatları, pazarlama konusunda bilgi edinmek ve karar vermek için cep telefonu edinmeye başlamışlardır. Gelirlerini kullanarak tarım ve hayvancılıktaki durumlarını iyileştirmeye başlamışlardır. Uygulanan çalışma ile kadınlar toplumda daha güçlü bir konuma sahip olmuş, yoksulluğu azaltmak için birlikte çözümler üretmeye başlamışlardır (DAW 2002: 30).

3.2. Türkiye’de Kadının Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanımı

Türk toplumunda, özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin önemli bir bölümünde, yoğun bir cinsiyet ayrımcılığı bulunmakta, kadınlar üzerinde erkeklerin baskısı yoğun olarak kendini hissettirmektedir. Bölgede yaşayan kadınlar bu sebeple sosyal yaşamdan izole ve dışlanmış bir yaşam sürmektedirler. Gelenek, göreneklere bağlı kendine özgü bir yaşam tarzı bulunan bölgelerde, kızların eğitim hayatına dâhil edilmemesi, ekonomik kazanç sağlayacakları ortamlardan uzak tutularak ev eksenli bir yaşama mecbur kılınmaları cinsiyet eşitsizliğini göstermektedir (Bölükbaş ve Yıldız 2005: 103-107). Eğitim alanındaki eksiklik ve sorunların çözülmesiyle, BİT’in kırsal kadın yoksulluğunu ve dışlanmışlığını azaltıcı bir araç olarak kullanılması mümkün olabilir (Öztürk ve Çetin 2009). Kırsal alanda var olan yoksulluğun nedenlerinden biri bireylerin eğitim durumu, hatta cinsiyetler arası eğitim eşitsizliğidir. Konya ili kırsalında yapılan bir araştırmaya göre okuma yazma bilmeyen kadınların oranı yüzde 5,30 iken erkeklerin oranı yüzde 1,63’tür (Oğuz vd. 2010: 292).

TÜİK 2013 yılı “Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması” verilerine göre Türkiye genelinde bilgisayar kullanım oranı toplamda yüzde 49,9; erkeklerde 60,2; kadınlarda ise 39,8’dir. Kentsel alanlarda yaşayanlar için bilgisayar

kullanım oranı toplam yüzde 59; erkeklerde yüzde 69; kadınlarda yüzde 49,1'dir. Kırsal alanlarda yaşayanlar için bilgisayar kullanım oranı toplamda yüzde 29,5; erkeklerde yüzde 40,1; kadınlarda 19,3'tür. Türkiye genelinde internet kullanım oranı toplamda yüzde 48,9; erkeklerde 59,3; kadınlarda ise 38,7'dir. Kentsel alanlarda yaşayanlar için internet kullanım oranı toplam yüzde 58; erkeklerde yüzde 68,1; kadınlarda yüzde 48'dir. Kırsal alanlarda yaşayanlar için internet kullanım oranı toplamda yüzde 28,6; erkeklerde yüzde 39,2; kadınlarda 18,4'tür. Hiç bilgisayar kullanmayanların oranı Türkiye genelinde ortalama yüzde 50,1 iken kentsel alanda yüzde 41; kırsal alanda yüzde 70,5'tir. Kentsel alanlarda hiç bilgisayar kullanmayan kadınların oranı yüzde 50,9; kırsal alanda yüzde 80,7 olarak belirlenmiştir. Hiç internet kullanmayanların oranı Türkiye genelinde ortalama yüzde 51,1; kentsel alanda yüzde 42; kırsal alanda yüzde 71,4'tür. Kentsel alanlarda hiç bilgisayar kullanmayan kadınların oranı yüzde 52; kırsal alanda yüzde 81,6 olarak belirlenmiştir (TÜİK 2013). Türkiye İstatistik Kurumu araştırmasına göre 16-24 yaş grubundan erkeklerin yüzde 76,6'sı internet kullanırken aynı yaş grubundan kızlar arasında bu oran yalnızca yüzde 49,9'dur. Bu durumdan anlaşıldığı üzere ebeveynler, kız çocuklarının internet kullanmalarına sıcak bakmamaktadır. Bu durum, geleneksel toplumsal cinsiyet rolleri yanı sıra internetin bir risk kaynağı olarak algılanması ile açıklanabilir (UNICEF 2012: 65).

Demiray (2009) tarafından Eskişehir'de çoğunluğu çalışma hayatına devam eden 1100 kişi ile yapılan "Bilişim Teknolojileri ve Kadın" başlıklı araştırmada kadının bilişim teknolojileri ile ilişkisi ve erkeklere göre farklılıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmaya katılan kadınlar ve erkeklerin hepsi bir cep telefonuna sahiptirler, masaüstü bilgisayara sahip olanların oranı kadınlarda yüzde 70, erkeklerde yüzde 80; taşınabilir bir bilgisayara sahip olma oranı kadınlarda yüzde 34, erkeklerde yüzde 47 olarak tespit edilmiştir. Araştırmada bilişim teknolojilerine sahiplik oranında, bilgisayar kullanım süresi ve kullanım sıklığı açısından kadınlar ve erkekler arasında belirgin bir farklılık görülmemiştir. Kadınlar bilgisayarı daha çok haberleşme, işleri gereği, araştırma yapmak, internette gezinmek ve yazı yazmak amacıyla kullanmaktadır. Demiray'a göre, kadınların evde bilgisayar kullanmaya zamanlarının olmadığını ve evdeki bilgisayarın kendilerine ait olmaması nedeniyle rahat kullanmadıklarını ifade etmeleri çalışma hayatında olmalarına rağmen evdeki

geleneksel rollerinin devam ettiğini, özel yaşamlarına erkeklere oranla daha az zaman ayırdıklarını göstermektedir. Araştırmaya katılan kadınların yarıdan fazlası bilişim teknolojilerinin hayatlarında önemli bir yeri olduğunu ve kullanmaları gerektiğini ifade etmişlerdir. Araştırmaya katılan kişilerin BİT ile ilişkileri sorgulandığında kadınların hayatlarında BİT'in önemli bir yeri olduğunu ifade etmelerine karşın, BİT ürünlerini sevmediklerini ama ihtiyaçtan kullandıklarını, BİT'in kendilerine uzak olduğunu, BİT ürünlerini kullanmaktan korktuklarını ve yeterli bilgi sahibi olmadıkları için sınırlı kullandıklarını belirtmeleri teknoloji korkusunun sürmekte olduğunun göstergesidir. Kadınlarda ve erkeklerde eğitim düzeyi yükseldikçe, çalışma yaşamına girildikçe BİT kullanma oranında artış gözlenmektedir (Demiray 2009)

Ergül, Gökalp ve Cangöz (2012) tarafından Eskişehir kent merkezindeki yoksul hanelerde yapılan araştırmaya göre, kadınların günlük ortalama televizyon izleme süreleri 3,91 saattir. Kadınlar en çok izlenen program türü olarak yüzde 42'si haberleri, yüzde 36'sı diziler, yüzde 32'si yarışma programları, yüzde 22'si manevi içerikli programları izlediklerini belirtmişler. Bireylerin televizyon programlarını seçmelerinde eğitim, ekonomik koşullar ve içerisinde bulunduğu toplumsal yapı etkilidir. Televizyon programları seçerken kadınlar içinde bulundukları hayattan başka bir hayat gösterdiği için dizileri takip ettiklerini ifade etmektedir. Aile bireyleri arasında güç ilişkileri eşit değildir, herkesin evde olduğu saatte kumanda babanın elinde olduğundan ne izleneceğine o karar vermektedir. Erkeğin tercih ettiği yayınlar genellikle bilgi yoğun olarak kabul edilen haberler ve tartışma programları olarak görülürken, onun evde olmadığı gündüz kuşağında ise tercih hakkı kadına kalsa da bu saatteki yayınlar erkekler tarafından niteliksiz olarak değerlendirilmektedir. Kadın programlarıyla kadınlara geleneksel rollerinin devamlılığı sağlayacak namuslu kadın; fedakâr, iyi eş ya da anne olmaları öğretilmektedir. Yoksul hanelerde kadınlar arasında internet kullanımının yaygın olmamasında yoksulluğun, geleneksel/muhafazakâr sınırların etkisi varken kadınlar için internet erkek egemen aile yapısının kadını hapsettiği alandan çıkıp kamusal ortam ve dış dünyaya açılmaya yardımcı olan bir arka kapı işlevi görmektedir (Ergül, Gökalp ve Cangöz 2012).

“Kadın Çiftçiler Yarışıyor Etki Değerlendirme Araştırması” sonuçlarına göre kadınların yüzde 91,8’inde cep telefonu bulunmaktadır. Bu durum kırsal alanda iletişimin ve bunun sağladığı olanakların “haberleşme” amacıyla da olsa yaygınlaştığı ve bundan herkesin kendi olanakları ölçüsünde yaralandığını göstermektedir. Görüşme yapılan hanelerin yüzde 60,7’sinde bilgisayar ve yüzde 51,3’ünde internet erişimi bulunmaktadır. Araştırmada kadınlar internetten daha fazla yaralanmak istediklerini fakat bilgisayar kullanım düzeylerinin ve zamanlarının yetersiz olduğunu belirtmişlerdir. Kadınların internet ile buluşturulmaları bilgiye erişim ve dış dünyada olup bitenleri öğrenmeleri açısından önemlidir. Araştırma kapsamındaki ailelerin tamamının televizyon sahibi olması, televizyon sahibi olmanın artık ekonomik bir gerçeklikten çıkıp toplumsal bir gerçeklik haline dönüştüğünü göstermektedir. Kadınların yüzde 47,5’i her gün televizyon izlediğini belirtmiştir. Kadınların televizyonda izlediği programlar arasında sırasıyla haberler, tarım programları, filmler-diziler yer almaktadır. Kadınlar arasında sadece kadın programlarını izlediğini söyleyen kimse bulunmamaktadır. İlginin giderek azalmasına rağmen radyo halen önemli bir iletişim ve bilgilendirme aracıdır. Araştırmaya katılan hanelerin sadece yüzde 11,5’inde radyo bulunmamaktadır ve kadınların yüzde 6,1’i hiç radyo dinlemediklerini belirtmiştir. Her gün radyo dinleyen kadınların oranı yüzde 18’dir ve en fazla dinlenen programlar arasında yüzde 34,4 ile dini programlar ve yüzde 31,2 ile haberler gelmektedir; kadınların yalnız yüzde 9,4’ü tarım programları dinlemektedir. Kadınların yüzde 52,5’i boş zamanlarında televizyon izlediklerini, yüzde 13,1’i internette haber sayfalarında gezindiklerini, yüzde 3,3’ü bilgisayarda oyun oynadığını belirtmiştir. Kadınlar özellikle görsel iletişim araçlarından faydalanmaktadırlar. Kadınların televizyonda tarım programlarına ve tarım kanallarına ilgi gösteriyor olmaları, kırsalda yaşayan kadınlar için programlar oluşturulup yayınlanması gerektiğini göstermektedir (Gülçubuk 2012).

Özer (2005: 214-216) tarafından yapılan araştırmada, Şanlıurfa il merkezinde Çok Amaçlı Toplum Merkezleri’nde gelir getirici faaliyetlerin geliştirilmesi için eğitim alan 100 kadın ile görüşülmüştür. Görüşme yapılan kadınların yaş ortalaması 20 ve yüzde 60’ı ilköğretim mezunudur. Katılımcıların tümü televizyon izlediğini özellikle müzik ve eğlence programlarını takip ettiğini belirtmiştir. Katılımcıların yüzde 99’unun

evlerinde bilgisayar yoktur ve yüzde 75'i bilgisayar görmüştür. Katılımcıların yüzde 74'ü internet farkındalığına sahiptirler, interneti duymuşlardır; fakat hiçbiri internet kullanmamıştır. Kadınların yüzde 34'ü kadın olmanın bilgisayar kullanımına engel olduğunu ve yerel halk tarafından bilgisayar kullanmak kadınlar için utanç verici olarak değerlendirilmekte kültürel olarak kabul edilmemektedir. Katılımcılar “dünyada bilgisayar kullanımı ile ne değişmiştir” soruna yüzde 49 “bilmiyorum”, yüzde 49 “teknoloji gelişmiştir” ve yüzde 2 “bilgisayar işleri kolaylaştırdı” cevaplarını vermiştir. Bilgisayar ve internet kullanımının günlük hayata ne etkisi olduğu konusunda yüzde 83 “hiçbir şey” yüzde 17 “hiçbir fikrim yok” cevabını vermiştir. Bölgede bilgisayar ve internet kullanımı konusunda farkındalık düzeyi çok düşüktür; bunun nedeni olarak altyapı eksikliği ve kültürel engeller gösterilebilir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde BİT kullanımı düzeyi kadınlar arasında düşüktür. Bölgede internet kafe imkânı var olmasına rağmen evden internet erişimi imkânı çok sınırlıdır ve internet kafelerde erkek egemen bir ortam mevcuttur. Televizyon her kırsal evde mevcut olan en yaygın teknolojidir.

İnternetin ülkemizde gelecek için umut verici bir gelişim süreci içerisine girmesiyle başta kadınlar için olmak üzere, daha özgür, daha yaşanılabilir bir dünya oluşmaya başlamıştır. Toplumsal yaşamın her alanında karşılaştığımız cinsiyet eşitsizliği internet kullanımında da karşımıza çıkmaktadır. İnternetin yayılmaya başladığı dönemde, internet kullanan kadınların sayısının erkeklerden daha az olması cinsiyet eşitsizliğinin en önemli kanıtıdır. Günümüzde internetin sunduğu fırsatlara olan farkındalık ile kadın kullanıcıların sayısının artmaya başladığı görülmüştür. Dünyada pek çok kadın, internet bilgi erişim sistemini ve e-posta iletişimini, kendi ürünlerini pazarlama, bilgi alışverişi ya da elektronik alışveriş amacıyla kullanabilmektedir. Ülkemizde ise, kadınların bu kolaylıklara erişmesi, ekonomik, kültürel vb. nedenlerden dolayı güçlük taşımaktadır. Kadınların BİT olanaklarından uzak tutulması, özgürlükçü, katılımcı, demokratik ve insan haklarına dayalı toplum düzenini sekteye uğratmaktadır (Bölükbaş ve Yıldız 2005: 105-110).

Bölükbaş ve Yıldız (2005: 106-109) tarafından Diyarbakır kent merkezinde internet kafelerde internet kullanıcıları üzerine yapılan araştırmaya göre, internet kafe

kullanıcılarının yüzde 94,7'si erkek, yüzde 5,3'ü kadındır. İnternet kullanıcıları arasında cinsiyet yönünden bir eşitsizlik olduğu görülmektedir. İnternet kafeler erkek egemen mekânlar olduğu için kadınlar bu mekânlarda sınırlı zaman geçirebilmektedir bu da kullanım oranlarını düşürmektedir. İnternete bağlanma süresi arttıkça kadın internet kullanıcılarının sayısı azalmaktadır. Araştırmada internette sanal sohbet yapma sıklığında kadın kullanıcılarının yüzde 50'sinin erkeklerin ise yüzde 33,8'inin hiç sohbet yapmadığı görülmüştür. Kadınların erkeklerden daha az sanal sohbetlere katılmasındaki etkenlerden biri, uzun zaman alan sohbetin ekonomik bedelinin yüksek olmasıdır. Araştırmada, kadın internet kullanıcılarının eve geç gelme, arkadaşlarıyla buluşma, internet kafeleri kullanma gibi konularda erkeklerin yaşadığı özgürlüğü yaşayamamanın öfkesini taşıdıkları görülmektedir.

Kadınların internet, e-posta kullanımı ve sıklığı, sanal ortamda sohbet ve ilişkiler, e-ticaret ve kadınların internete bakışlarıyla ilgili sorulardan oluşan bir anket 81 kadın tarafından cevaplandırılmıştır. Araştırmaya katılan kadınların üçte ikisi internet kullanmaktadır. Katılımcı kadınların yüzde 67'si internet kullanıcısıdır; yüzde 77'si interneti evde yüzde 37'si işte, yüzde 2'si internet kafede kullanmaktadır. Araştırmaya katılan internet kullanıcısı kadınlar genellikle lise ve üniversite mezunlardır. İnternet kullanıcısı kadınlar orta seviye gelire sahiptirler, dar gelirlilerde internet kullanım oranı düşüktür. İnternet kullanıcısı olan grup genellikle 18-40 arası yaşta; bu da internetle en fazla gençlerin ilgilendiğini göstermektedir. Evli internet kullanıcıları yüzde 56'lık bir grup oluştururken bekârlar yüzde 44'ü oluşturmaktadır. Kadınların birçoğu evinde internet bağlantısı olduğu halde çok nadir, ara sıra internet kullandıklarını ifade etmişlerdir. Kadınların yüzde 35'i kendi merakı ile yüzde 31'i iş nedeniyle internet kullanmaya başlamışlardır. Araştırmaya katılan kadınların yüzde 76,2'si interneti e-posta, yüzde 57'si eğitim araştırma, yüzde 46'sı internette sörf, yüzde 43'ü haberler, yüzde 41'i hobiler, yüzde 33'ü seyahat için kullandığını belirtmiştir. (Akman ve Sevdik 2003: 93-96).

Araştırma sonuçlarına göre kadınların birçoğu arama motorlarını kullanmış, internet üzerinden dosya indirmiş ve müzik dinlemiştir; bu rağmen web sayfası hazırlamak, internet üzerinden telefon görüşmesi yapmak, sanal müzeleri gezmek,

elektronik haber topluluklarına katılmak, internet bankacılığı kullanmak çok daha az kadın tarafından tercih edilmektedir. Kadınların internetin olanaklarından haberdar olmadıkları, faydalanmadıkları ve bu konuya fazla ilgi göstermedikleri söylenebilir. Araştırmaya katılan kadınların yüzde 54'ü daha önce hiç sanal sohbet yapmadıklarını; sanal sohbete katılan kadınların yüzde 20'si her gün sohbet ettiklerini belirtirken İnternette sohbet ettikleri biri ile yüz yüze görüşen kadınların oranı yüzde 32'dir. Kadın internet kullanıcılarının yüzde 96'sı internet üzerinden alışveriş yapmadıklarını bunun nedeni olarak ise kişisel bilgilerin güvenliği, yüz yüze görüşmemenin vermiş olduğu huzursuzluk, ürünün kalitesini anlamanın mümkün olmamasını göstermişlerdir. Katılımcıların yüzde 94'ü internetin hayatı kolaylaştırdığını düşünmekte, kadınların çoğunlukla ziyaret ettikleri siteler sırasıyla haber, kültür/sanat, kadın, sağlık, bilim/teknoloji, eğlence, ekonomi siteleridir. Kadınlar internet kullanmama sebebi olarak sırasıyla zaman yetersizliği, kullanmayı bilmeme, bilgisayar sahibi olmama, ilgilerini çekmeme gibi sebepler belirtmiştir (Akman ve Sevdik 2003: 97-105).

Kadınların internet kullanımında, internetin olanaklarından sınırlı düzeylerde yararlandıkları, öğrenim düzeyinin artması ve evde internet erişimi olmasının etkili olduğu görülmektedir. Toplumsal cinsiyet ayrımı, bireysel, toplumsal ve kültürel anlamda kadının etkinlik düzeyini etkilemekte; eğitim, bilgi düzeyinin yükselmesi ve toplumsal değer ve normlarda değişim yaşanması sonucu, olumlu yönde bir gidiş söz konusu olmaktadır (Bölükbaş ve Yıldız 2005: 111). Ergül, Gökalp ve Canöz (2010: 141) yaptığı araştırmada kadınlar internette oyun oynadıklarını, buldukları farklı elişli örneklerinin çıktılarını alıp onları yapıp sattıklarını söylemişlerdir. İnternet, televizyon gibi tek taraflı bir iletişim aracı değil etkileşimlidir; bu nedenle yoksul hanelerde ev dışı ile artı ücret ödmeden iletişim sağlamak için kullanılan internet, telefon işlevi görmeye başlamıştır.

Canöz (2011: 129-131) tarafından yerel televizyon izleme alışkanlıkları ve motivasyonlarını ortaya koymak amacıyla Konya merkeze bağlı üç ilçede yapılan araştırmada cinsiyet faktörlerine bağlı bazı değerlendirmeler ortaya konulmuştur. Katılımcıların günlük ortalama televizyon izleme süreleri 3,51 saattir. Araştırmaya katılanları yerel televizyon izlemeye yönelten ilk ve en önemli faktör, boş zamanları

değerlendirme, rahatlama ve eğlencedir. Kadın izleyicilerin erkek izleyicilere göre boş zamanları değerlendirme, rahatlama ve eğlence motivasyonu nedeniyle yerel televizyonları daha çok kullandıkları belirlenmiştir. Katılımcılar gündelik yaşantılarında kendilerine rehberlik edecek, sosyalleştirecek ve rol model oluşturacak güvenilir kaynaklara ihtiyaç duymaları nedeniyle yerel televizyonları izlemektedir. Kadın izleyiciler erkek izleyicilere göre rehberlik ve sosyal etkileşim motivasyonu nedeniyle yerel televizyonları daha çok kullanmaktadır. Kullanıcıların bilgi arama motivasyonu ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılaşma olmadığı görülmektedir. Yerel televizyon izlemede bilgi arama faktörüne verdikleri önem bakımından erkekler ve kadınlar birbirine yakın değerlere sahiptir. Kadın izleyiciler erkek izleyicilere göre; ev hanımları ise memur ve öğrencilere göre “Rehberlik ve Sosyal Etkileşim” motivasyonu nedeniyle yerel televizyona daha çok yönelmektedir.

Kadınların televizyonu gündelik sıkıntılardan uzaklaşma ve arkadaş olarak görme eğilimleri erkeklerden daha fazladır. Moral destek motivasyonuna (insanları etkileme, yeni sohbet konuları bulabilme, ahlaki değerleri güçlendirme, dini değerleri güçlendirme, hayata bakış açısını değiştirme, toplumsallaşmayı sağlama) verilen önem arttıkça katılımcıların günlük televizyon izleme süreleri de artmaktadır. Televizyonu bilgi edinme aracı olarak görme eğiliminde, erkekler televizyonda enformasyon motivasyonuna kadınlardan daha fazla önem vermektedirler. Televizyon izlemede alışkanlık motivasyonu faktöründe eğitim düzeyi arttıkça alışkanlık motivasyonuna verilen önem azalmaktadır. Televizyon izlemede alışkanlık motivasyonuna verilen önem arttıkça televizyon izleme süresi artmaktadır. Yerel eğlence topluluklarına katılanlarda katılmayanlara göre televizyon izleme oranı düşüktür. Erkekler haber, belgesel, açık oturum gibi enformasyon ağırlıklı programları daha çok tercih ederken, kadınlar dizi, magazin, müzik-eğlence programları gibi eğlence ağırlıklı programları daha çok tercih etmektedirler (Çakır 2005: 130-140).

Cep telefonu kullanım oranlarındaki hızlı artışa rağmen gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında ve sosyoekonomik sınıf ve toplumsal cinsiyete dayalı olarak cep telefonuna erişim ve kullanım oranlarında büyük eşitsizlikler bulunmaktadır. Teknolojilerin benimsenmesi ve kullanılması üzerine yapılan araştırmalar, teknolojilerin

zaman içerisinde benimsendiğini, teknolojilerin sağladığı faydaların ise erkeklerin teknoloji kullanım oranını kadınlara göre daha fazla etkisi olduğunu göstermektedir. Kadınların teknoloji merkezli işlerde çalıştırılmaması, ev merkezli yaşama mecbur bırakılması bilgi ve iletişim teknolojilerini benimsemelerinde sıkıntı yaşamalarına neden olmaktadır. BİT’e erişim ve sahiplikte yaşanan eşitsizlik, aslında toplumsal hayatta var olan cinsiyet eşitsizliklerinin bir uzantısıdır (mWomen Proje Raporu 2012).

Dünya’daki adı “Mobile Women Global = mWomen” olan projenin Türkiye ayağı Türkiye Vodafone Vakfı, Kadın Girişimcileri Derneği (KAGİDER) ve Türkiye Bilişim Vakfı (TBV) işbirliğiyle “Teknolojide Kadın Hareketi” projesi olarak gerçekleştirilmiştir. Türkiye’deki kadınlara iletişim teknolojilerini sunarak onların sosyal ve ekonomik hayata kazandırılması amacıyla bir platform oluşturulması, bu platformun uzun soluklu olması ve böylece Türkiye’de kadınların ekonomiye katılımlarına yönelik fırsat eşitliği yaratılması, sosyo-ekonomik durumlarının iyileştirilmesi ve bölgesel/küresel açılımlar yapmaları için gerekli zeminin hazırlanması hedefleyen “Teknolojide Kadın Hareketi” projesi aşağıdaki 5 aşamadan oluşmaktadır (<http://www.kagider.org/?Dil=0&SID=1&HID=314>, 01.11.2014’te erişildi.):

- Türkiye’deki ihtiyacın tespit edilmesi,
- Teknoloji kullanımı, kişisel gelişim fırsatları ve girişimcilik eğitimleri ile kadınların bilinçlendirilmesi,
- Kadınların mobil teknolojileri kullanarak etkin ve verimli yeni iş yapış biçimlerinin oluşturulması,
- Mobil teknolojilerle daha geniş bir coğrafyada iş yapabilecek yetkinliğin desteklenmesi,
- Eğitimler sonunda kadınlara istihdam ve girişimciliğe yönelik teşvik mekanizmaları sunulması.

Teknolojide Kadın Hareketi’nin ilk aşamasında yürütülen araştırma ile Türkiye’de kadın, teknoloji ve girişimcilik ilişkisinin haritasının çıkartılması amaçlandı. mWomen Projesi kapsamında Ağustos 2011’de gerçekleştirilen çalışmada Türkiye’de 16 ilde, 15-64 yaş arası 1607 kadın ile görüşülerek kadınların mobil teknoloji kullanım alışkanlıkları, kullanımlarının arkasında yatan nedenler ve kullanmalarını engelleyen

faktörler tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan kadınların yüzde 68'inin kendine ait bir cep telefonu var, yüzde 6'si cep telefonunu hane halkından biriyle ortak kullanıyor, yüzde 26'sı cep telefonuna sahip değildir. Araştırmaya göre cep telefonu kullanan kadınlar kullanmayanlara göre daha genç, kullanıcıların yaş ortalaması 34, kullanıcı olmayanların yaş ortalaması ise 40'tır. Araştırmaya katılan kadınlarda eğitim ve cep telefonu sahiplik oranı, okuryazar olanlarda yüzde 12,7; okuryazar fakat ilköğretim diploması olmayanlarda yüzde 27,2; 5-8 yıllık ilköğretim eğitimi almış olanlarda yüzde 51,8; lise mezunlarında yüzde 74,3 ve üniversite mezunlarında yüzde 90,4 şeklinde ortaya çıkmıştır (mWomen Projesi Raporu 2012).

Cep telefonu sahibi olmayan kadınların yüzde 79'u ev kadınıdır. Kadınların işgücüne katılımı cep telefonu kullanımının artmasını sağlamakta; bir üst düzeyde eğitim almış kadınların seviyesine yükseltmektedir ve cep telefonu sahibi olmak ile çalışan bir kadın olmak arasında derin bir bağ kurmaktadır. Cep telefonu kullanıcısı kadınlar herhangi bir tehlike anında cep telefonlarının olması kendilerini güvende hissetmelerini sağladığını belirtmiştir. Kadınlar cep telefonunu eş ve çocuklarla, uzaktaki aile bireyleri ile iletişim sağlamak ve dış dünya ile bağlantı kurabilmek için gerekli görmektedir. Kadınlar mobil teknolojiler ile işlerini daha iyi yaptıklarını, iş ve aile arasında daha dengeli bir iletişim kurabildiklerini belirtmişlerdir. Kadınlar cep telefonu ile kurdukları bağın çok güçlü olduğu ve onu artık vücutlarının bir parçası olarak görmeye başladıkları, onsuz hareket etmelerinin imkânsız olduğunu belirtmektedir. Cep telefonu hem kullanıcı olanlar hem de olmayanlar için kendini güvende hissetme, korunma ve özgürlük anlamına gelmektedir. Kadınların cep telefonu kullanmama sebepleri başında ekonomik nedenler gelmektedir; ev merkezli yaşam, aile ve arkadaşların yakında olması ve sabit telefon varlığından dolayı cep telefonuna gerek duyulmamaktadır. Cep telefonu kullanımının zor olduğunu düşünmeleri, eş ve aile kısıtlamaları da kadınların cep telefonu kullanmama nedenleri arasındadır. Cep telefonu kullanıcısı olmayan kadınların yüzde 42'si cep telefonu kullanmak istediğini, yüzde 44,7'si gerek duymadıklarını, yüzde 13,3'ü kararsız olduğunu söylerken ancak kendilerine ücretsiz cep telefonu sağlandığında, arama ücretleri düşük olursa ve çalışmaya başlarsa cep telefonu kullanabileceklerini belirtmişlerdir (mWomen Proje Raporu 2012).

Şanlıurfa il merkezinde yapılan araştırmada, cep telefonu sahipliği ve kullanımı konusunda kadınların yüzde 20'sinin cep telefonu sahibi olduğu ve yüzde 75'inin cep telefonu sayesinde akraba ve arkadaşları ile bağlantının kolaylaştığını ve iletişimin geliştiğini belirtmiştir. Katılımcıların yüzde 25'i cep telefonunun işlevi hakkında fikir sahibi olmadıklarını, yüzde 10'u ise cep telefonu kullanmanın erkek işi olduğunu, yüzde 30'u kadın olmanın cep telefonu kullanmak için kültürel bir engel ve yerel toplum için kadının cep telefonu kullanımının utanç olduğunu düşünmektedir (Özer vd. 2005: 216). Ergül, Gökalp ve Canöz (2010: 137)'ün yaptığı araştırmada, kadınların eve giden araştırmacıya yaptıkları el işlerini gösterip “telefonunla fotoğrafını çek arkadaşlarına gösterirsin belki almak isteyen olur” demeleri teknolojinin fiziksel uzaklığı giderdiğinin farkında olduklarını ve olanaklar dâhilinde iletişim teknolojilerini işlevsel olarak kullanarak potansiyel müşterilere ulaşmaya çalıştıklarını ve yoksullukla mücadele ettiklerini göstermektedir.

Özbek ve Koç (2009: 151) tarafından yapılan bir araştırmada “Ailenizde dayanıklı tüketim mallarını satın alma kararını kim verir?” sorusunun 5'li Likert ölçeğine göre (Her zaman, çoğunlukla, ara sıra, nadiren, asla) yanıtlanması istenmiştir. Bu sıklara verilen cevapların analizinde en olumlu (her zaman) 1 olmak üzere 5'e (asla) kadar değerler verilmiştir. Kırsal alanda yaşayan kadınlar için bu değer 3,68 iken kentsel alanda bu oran 3,04 olarak belirlenmiştir. Kadınlar evlerine alınan eşyalarda her zaman tam olarak söz sahibi olamamakta ve söz sahipliği oranı kırsalda daha da azalmaktadır.

Sonuç olarak kırsal alanda yapılan çalışmalar göstermektedir ki; kadınların BİT kullanımının arkasındaki kültürel sınırlanmaların nedenleri araştırılmalıdır. Kadınların günlük hayatlarında BİT kullanımının yararlarından haberdar edilmeleri gerekmektedir. Kırsal alanda çiftçi eğitimi ve iletişimin geliştirilmesi için BİT'in olumlu etkilerine odaklanmak gerekmektedir. BİT eğitime özellikle kırsal alanda yaşayan kadınların ihtiyacı vardır. Kadınların BİT'i sadece eğlence amaçlı bir araç olarak görmekte, bu araçların kendilerine sunduğu faydalardan habersizdir. Kırsal alanda yaşayan kadınların yaşadıkları ortam nedeniyle internet ve bilgisayarla tanışmaları için özel ortamlara ihtiyaçları vardır (Özer vd. 2005: 216-217). Toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin

giderilmesi, kadınların daha güçlü kılınması, sosyal kampanyaların yoksullara ulaştırılması, uygulamalı eğitim desteği sağlanması ve yeni beceriler geliştirilmesinde BİT merkezleri büyük öneme sahiptir (Ergül, Gökarp ve Cangöz 2010: 141). BİT'e erişimde ve kullanımda karşılaşılan kadın ve erkekler arasındaki farklılıkların giderilmesi, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin yeniden üretilmesinin önüne geçmek adına önem taşımaktadır (mWomen Projesi Raporu 2012: 8).



IV. BÖLÜM

4. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE METODOLOJİSİ

4.1. Araştırmanın Konusu ve Önemi

Çalışmanın konusu kırsal alanda yaşayan kadınların bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımını etkileyen toplumsal ve ekonomik faktörlerdir. Bu çalışma ile Türkiye kırsalında kadın özelinde bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımı ve toplumsal etkileri ile ilgili literatür boşluğunun doldurulması, kırsal alanda yaşayan kadınların hayatında bilgi ve iletişim teknolojileriyle değişime yol açacak yeni çalışmalar için farkındalık uyandırmak hedeflenmiştir.

4.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Kırsal alanda kadının bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımını etkileyen sosyoekonomik faktörlerin analiz edilmeye çalışıldığı bu çalışma, Karapapak (Terekeme) Türklerinin yoğun olarak yaşadıkları Kars ili ile sınırlandırılmıştır. Kars ilinde Karapapakları temsil edebilmesi amacıyla nüfusunun tamamı Karapapak olan köyler seçilmiştir. Köyler belirlenmeden önce bölgedeki Karapapak köylerinin genel yapısını belirlemek amacıyla muhtarlarla görüşmek için köylere gidilmiş, sonrasında görüşme yapılan köyler içerisinde kadının konumunun güçlendirilmesi amacıyla proje uygulanmış iki köy seçilmiştir. Köylerin şehir merkezine uzak olması ve gün içerisinde herhangi bir toplu taşıma aracı olmaması nedeniyle ulaşım özel araçla sağlanmıştır. Çalışma toplam 12 günde tamamlanmış, görüşmeler tek kişi tarafından gerçekleştirilmiş ve her bir görüşme 30 dakika ve 1 saat aralığında zaman almıştır. Öncelikle muhtarlar

ve dernek başkanları ile görüşüldükten sonra katılımcı kadınlarla görüşmelere başlanmıştır.

Köylerde görüşmeler sırasında sadece bir hane sert bir üslupla görüşmeyi reddederken görüşmeyi kabul etmeyen diğer kadınlar genellikle işlerinin olmasını, eşlerinin katılımlarına izin vermeyeceğini ya da yaşlı oldukları için anlamayacaklarını belirtmiştir. Görüşmeler sırasında kadınların verdikleri cevaplara belli noktalarda eşlerinin müdahale ettiği gözlemlenmiştir. Kadınlar daha önce bölgede yapılan saha çalışmalarında kendilerine çeşitli vaatlerde bulunulduğu ve gerçekleştirilmediği için çalışmamıza ilk olarak tepkili yaklaşmıştır. Kendilerine çalışmanın amacı ve sadece akademik bir çalışma olduğu, bunun kendilerine herhangi bir maddi geri dönüşü olmayacağı açıklanarak çalışmaya katılmak isteyenlerle görüşme yapılmıştır.

4.3. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, bilgi ve iletişim teknolojilerinin kırsal alanda yaşayan kadınlar tarafından kullanımını etkileyen toplumsal ve ekonomik faktörlerin analizini yapmaktır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin günlük hayata nüfuz etmesi nedeniyle kullanıcıların kullandıkları bilgi ve iletişim teknolojilerini, bu araçları tercih ve talep etme nedenlerini, ne sıklıkla kullandıklarını, kullanım amaçlarını, araçların toplumsal, ekonomik ve demografik faktörlerle olan ilişkisini ortaya koymak gerekmektedir. Özellikle birçok sosyal imkândan uzak olan kırsal kadının bilgi ve iletişim teknolojilerinin kendilerine sunduğu fırsatları kullanarak toplumda var olabilmesi, gelişen ve değişen Dünya düzeninde sosyal dışlanmışlıklarını en aza indirebilmeleri için kadınların bu teknolojileri kullanımının önündeki engellerin belirlenmesi gerekmektedir.

Kırsal alanda yaşayan kadınlar için bilgi ve iletişim teknolojileri sahipliğinin neyin eksikliğini sakladığı, sahip olunamayan bu teknolojilerin onların hayatında neyin yokluğunu belirginleştirdiği, hissettikleri eksiklik duygusunun nelere karşılık geldiğini, teknolojilere karşı olan çekincelerinin sebepleri onların yaşam alanlarındaki deneyimleri

gözlemlenerek, yapılan anketlerle ve kültürün etkisiyle anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Bu çalışma ile bilgi ve iletişim teknolojilerinin kırsal kadının bireysel yaşamında, gündelik hayatın örgütlenişinde ve hanenin kuruluşunda ne tür işlevlere sahip olduğu anlaşılmaya çalışılmıştır. Toplumsal cinsiyet bağlamında bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı, medya içeriklerinin seçimi ve kadınların teknoloji kullanımında eril iktidarın rolü ve kadın kimliğinin bunu kendi dünyasında ne şekilde değerlendirdiği açıklanmaya çalışılmıştır.

4.4. Araştırmanın Soru Cümleleri

- 1) Kırsal alanda yaşayan kadınlar hangi bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanmaktadır?
- 2) Kırsal alanda yaşayan kadınların bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanma sıklığı nedir?
- 3) Kırsal alanda yaşayan kadınlar bilgi ve iletişim teknolojilerini hangi nedenlerle kullanmaktadır?
- 4) Kırsal alanda yaşayan kadınlar bilgi ve iletişim teknolojilerini toplumsal ve ekonomik değerler açısından ne şekilde değerlendirmektedir?
- 5) Kadınlar bilgi ve iletişim teknolojilerini günlük hayatlarında kendilerine fayda sağlayacak bir araç olarak görebiliyor mu?
- 6) Kadınların bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımını etkileyen faktörler nelerdir?

4.5. Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın evren ve örnekleme belirlenirken kırsal alanda yaşayan kadınların bilgi ve iletişim teknolojisi kullanımı ve teknoloji kullanımı önündeki engeller tespit edilmeye çalışılacağından kırsal yapı özelliği gösteren Kars iline bağlı 2 köy evren olarak belirlenmiştir. Kars ili köyleri özelinde geleneklerine bağlı bir yaşam süren Karapapak (Terekeme) Türklerinin yaşadığı köyler içerisinde kırsal kadının

konumunun güçlendirilmesi amacıyla proje uygulanmış olan iki köy güdümlü olarak seçilmiştir. Karapapak (Terekeme) Türkleri, Kars ilinde birçok köyde dağınık olarak yaşamaktadır. Ulaşım ve zaman sorunları göz önünde bulundurularak Kars ili merkezine bağlı köyler saha çalışması için seçilmiştir. Yapılan literatür taramaları ve görüşmeler sonucunda Kars ili merkezine bağlı Karapapakların (Terekeme) yaşadığı 16 adet köy olduğu tespit edilmiştir. Kars ili merkez belediyesi özel kalemi ile yapılan görüşme sonucunda 16 köy muhtarının iletişim bilgilerine ulaşılmıştır. Köyler arasında seçim yaparken tamamı ya da çoğunluğu Karapapak nüfusuna sahip olan köylere öncelik verilmiştir. Köy muhtarları ile yapılan telefon görüşmeleri sonucunda kendisine ulaşılabilen ve görüşmeyi kabul eden 6 köy muhtarı ile yüz yüze görüşülüp "Köy Genel Bilgi Formu" (EK 1) doldurulmuş köyler hakkında bilgiler alınmıştır. Köy muhtarları ile önceden yapılan görüşmeler ve birçok köyün şehir merkezine çok yakın olması nedeniyle şehir merkezine uzak, nüfusunun tamamına yakını Karapapak olan, birbirine komşu Boğatepe ve Küçükboğatepe köylerinde hanedeki referans birey konumundaki 91 kadına ulaşılarak görüşülmüştür. Bu köylerin seçiminde köylerin dışarıdan Karapapaklar dışında göçe izin vermemesi, şehir merkezine uzak olmaları, Serhat Kalkınma Ajansı ve Birleşmiş Milletler Bin Yıl Kalkınma Hedefleri tarafından desteklenen bir proje ile bir dernek kurularak bölge halkına özellikle kadınlara yaşadıkları bölgenin doğal kaynaklarını kullanarak hayatlarında değişim yaratabilecek eğitimlerin verilmesi etkili olmuştur.

4.6. Veri Toplama Yolu ve Araçları

Çalışmada nicel araştırma tekniği olan anket tekniği kullanılmış ve doğrudan görüşme yoluyla iki köyde hanedeki referans birey konumundaki 91 kadına ulaşılarak soru formu uygulanmıştır. Araştırmada birincil veri kaynağı olarak anketlerden ikincil kaynak olarak farklı araştırma ve raporlardan faydalanılmıştır. İlgili literatür taraması yapıldıktan sonra hazırlanan Köy Genel Bilgi Formu (EK 1) ve Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanım Değerlendirme Anketi (EK 2) anket formları ile araştırma sorularına cevap aranmaya çalışılmıştır.

4.7. Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırma alanında nicel veri toplama yöntemi olan anket yöntemi ile elde edilen verilerin analizi amacıyla öncelikle kod planı oluşturulmuştur. Araştırma sonrasında elde edilen veriler uygun istatistik analiz programından yararlanılarak bilgisayar ortamında değerlendirilmiştir. GÜDÜMLÜ olarak belirlenen köylerde yaşayan hanedeki referans birey konumundaki 91 kadından elde edilen veriler frekans, ortalama ve yüzde dağılımı kullanılarak analiz edilmiş ve tablolar kullanılarak sonuçlar özetlenmiştir.

4.8. Örneklem Kapsamındaki Yerleşim Birimlerine İlişkin Genel Bilgiler

4.8.1. Terekeme (Karapapak) Türkleri

Terekemeler (Karapapak) Kafkas halklarından. Terekemeler'in (Karapapak), ilk ataları olarak kabul edilen İ.S. 100 yıllarında iki boy olarak Kür Irmağı bölgesine yerleşen Borçalı ve Kazaklı boylarının isimlerinden dolayı Türk kökenli oldukları kabul edilir. Karapapak ismi, giyim tarzını tanımlayan bir üst kimlik özelliği taşımakta ve Oğuz boyundan gelen Terekemeler de giyim tarzları nedeniyle Karapapak adını almaktadırlar. Türkler arasında siyah başlık (papak, kalpak) giyen Türk boyunun adı Karapapak'tır. Karapapaklar Şah İsmail'in babası Şeyh Haydar'ın müritlerine giydirdiği "taç" adlı kızıl kavukları reddederek Sünniliklerini belirtmek adına "kara papak" giymişlerdir. Terekeme sözcüğünün nereden geldiğine dair farklı yorumlar bulunmaktadır. Birincisi, "Terekeme" sözcüğü "Türkmen" sözcüğünden türemiştir. İkincisi, ataları Kuzey Kafkasya'da yaşayan Terekemeler bazı sebeplerden dolayı buraları terk ederek Gürcistan ve Türkiye'ye yerleşmişlerdir. Bu bölgelere geldiklerinde yerli halk tarafından "yurtlarını terk edenler" anlamına gelen Terekeme adı ile anılmışlardır (Dündar ve Çetinkaya 2002: 5; Kemaloğlu 2012: 57-58). Bir diğeri, Kumukların hayvancılık, tarımla uğraşanlarına "Terekme" denmiş zamanla Terekeme'ye dönüşmüştür. Bir başka görüşe göre ise Terek Irmağı çevresinde yaşayanlara Terekeme adı verilmektedir (Papakçı 2010: 13-14). Terekemeler'in anlattıkları hikâyeler ve kullandıkları atasözlerinde geçen simgeler Orta Asya

coğrafyasının anayurtları olduğunu işaret etmektedir. Osmanlı Devleti döneminde devlet adamları bu kavim için “konar-göçer köylü halk” anlamına gelen “Türük” kelimesini kullanmışlardır (Kemaloğlu 2012: 58).

Terekemeler yerleşim alanı olarak, Gürcistan’ın başkenti Tiflis, Dağıstan, Azerbaycan ve Anadolu’ya yoğunlukla Kars ve Ardahan illerine yayılmışlardır. Kars ili merkezinde ve birçok ilçesinde Terekeme köyleri bulunmaktadır. Kars ili merkezine bağlı Terekeme köyü olarak bilinen köyler: Dikme, Kümbetli, Cumhuriyet, Çağlayan, Büyükboğatepe, Küçükboğatepe, Yolaçan, Esenkent, Hacıveli, Aydınalan, Mağaracık, Bozkale, Çakmak, Melikköy, Azat, Maksutçuk’tur (Dündar ve Çetinkaya 2002: 11).

Araştırma yapılan Kars’ın Boğatepe ve Küçükboğatepe köylerindeki halk Terekeme (Karapapak)’dır. Bu bölge daha önceleri Çarlık döneminde savaşa karşı çıkan Malakanlar’ın sürgün edildiği bölgedir. 1917’de Rusya’da devrim olunca Malakanlar geri çekiliyor ve sosyalist düzeni benimseyemeyen, Gürcistan’da yaşayan kişilerden zengin ve gözü kara olanlar Türkiye’ye göç ederek ilk olarak Selim ilçesine yerleşmişlerdir. Selim ilçesini beğenmeyip yeni bir arayışa girdiklerinde Malakanlar’dan boşalan bu köylerde mera alanlarının ilgilerini çekmesi ve Malakan evlerini boş bulmaları sonucu bu bölgeye yerleşip Malakanlar’dan kalan mandıralarda gravyer ve kaşar peynir üretimine başlamışlardır.

4.8.2. Terekemeler’de (Karapapak) Kültür, İnanç ve Gelenekler

Terekemeler’in genel yerleşim alanları dağ eteklerine kurulmuş küçük köy birimleri (avul) şeklindedir. Ev sahibi Müslüman ve zengin ise ev iki bölümden oluşmaktaydı. En iyi odalar erkek odasıdır ve bu odalarda ipek işlemeli nakışlı minderler, yastıklar ve geniş yataklar bulunmaktadır. Büyük odada yemek yapılan ocaklar bulunmakta ocağın üstünde tavana zincirle asılı tencereler bulunmaktadır. Terekeme kültüründe ocak ve zincir kutsal sayılır, ona el sürülerek yemin edilir, gelin eve geldiğinde ilk önce kocasıyla birlikte zinciri öperdi. Dut ve ceviz ağaçları da ocak sayılır üzerlerine yemin edilirdi, ağaç eski inanç sisteminde bir kült oluşturan ocak olarak algılanmıştır. Terekemeler bir veya birkaç ailenin oluşturduğu boylar halinde

yaşayan bir millettir. Bir kişinin yaptığı hata ya da bir kişiye yapılan hakaret tüm boyu ilgilendirirdi. Terekemeler yetiştirilme tarzı ile geleneklere çok hâkim oldukları için herkes bir olay karşısında nasıl davranacağını bilmekteydi. Terekeme kültüründe at ve silah çok önemli bir yere sahiptir. Kafkasya’da var olan savaş ortamı at ve silah konusunun önemini arttırmaktadır (Papakçı 2010: 44-45).

Terekemeler’in ilk inançları Şamanizm’dir. İslamiyet’i kabul etmelerinden sonra Hristiyanlık ve Şamanizm’den gelen gelenek ve ayinleri yeni dinleriyle birlikte devam ettirmişlerdir (Dündar ve Çetinkaya 2002: 93). Doğu Kafkasya’da Arapların görülmeye başlaması üzerine İslamiyet yayılmaya başlamıştır. Terekemeler ilk zamanlar Hristiyanlığa uzak durdukları gibi İslamiyet’e de uzak durmuşlardır; fakat zamanla benimsemişlerdir (Papakçı 2010: 48)

Terekemeler’de, bir kızı beğenen erkek kızı yakınları aracılığıyla bir düğüne davet eder ve kız orada oynatılırken erkek kızın boynuna ya da koluna bir şal sarar, kız erkeği iterse, erkek istetmeci göndermez eğer itmezse “falanca filancanın nişanlısıdır” diye laf yayılır sonrasında kız istenmeye gidilir (Papakçı 2010: 95). Terekemeler’de evlenme yaşı erkeklerde 24-26, kadınlarda 18 yaş ve üzeridir. Genellikle tek eşlilik yaygındır ve evliliklerde “Gebın” adı verilen imam nikâhı da mutlaka yapılır. Büyü ya da nazara karşı korunmak amacıyla nikâh gizli kıyılır, imam nikâhı kıyılmadan gelin evinde yemek yenmez verdiği su içilmez, nikâhsız kadının elinin değdiği şey haram kabul edilir (Papakçı 2010: 81-82).

Terekeme düğünlerinde bugün birçok yerde kaybolmaya yüz tutmuş “Şah bezeme ve kaldırma” geleneği bulunmaktadır. Şah çam dalı ya da açılmış ağaç dalları şekli verilmiş tahtalardan oluşan dik şekilde duran bir objedir. Şahın yörenin en bilgili kadını tarafından çeşitli meyve, şeker vb. malzemelerle süslenmesine “Şah bezeme” denilmektedir. Kız ve oğlan şahı olarak iki şah hazırlanır, oğlan şahı kız şahına göre daha ihtişamlı olur. Kız şahı gündüz erkek evinden gelenler tarafından alınırken, erkek şahı gelin erkek evine geldikten sonra gece karanlığında meşaleler yakılarak kalabalık bir grupla damadın sağdıcının evinden alınarak erkek evine getirilir. Anadolu geleneği olan yüzgörümlüğü Terekemeler’de de vardır (Dündar ve Çetinkaya 2002: 83-88).

Gelin eve girmeden ateşin etrafında 7 kez dolaştırılıp, üzerinden atlatılarak uğursuzluk ve ağırlıkların atılması sağlanır. Gelin eşinin evine geldiğinde tatlı dilli olsun diye dudağına bal sürülür, bereket eski evinde kalsın yeni evi bereketli olsun diye ikiye böldüğü ekmeğin bir parçası baba evine diğer parçası kayınbabasının evine gönderilir (Papakçı 2010: 83).

Terekeme kültüründe ölüm haber verecek olan kişi papağını ön tarafa doğru düşürür, yavaş ve yüzü yere eğik yürüyerek gelir, bu kişiyi gören ölüm habercisi olduğunu anlar. Ölü helvası cenaze defnedilmeden kavrulup dağıtılır. Ölen kişinin yakını olan kadınlar bir yıl boyunca siyah giyerek yas tutarlar (Papakçı, 2010, 89). Kuraklık olduğu zamanlarda yağmur yağması yağmur duasına çıkılması ile birlikte siyah bir eşek bulup yakındaki bir dereye yıkanması, sahipsiz bir kişinin mezarından siyah bir taş alıp akan suyun içine atılması, Godi (tahta ve bezlerden hazırlanan bebek) gezdirme gibi gelenekler yerine getirilince yağmurun yağacağına inanılır (Dündar ve Çetinkaya 2002: 109).

4.8.3. Terekeme (Karapapak) Kültüründe Kadın

Kafkasya'da sürekli savaş ortamının varlığı önceleri var olan kadın-erkek eşitliğini bozmuş, savaşacak insan gözüyle bakıldığı için erkek çocuklar doğuştan itibaren üstün tutulmuştur. Bir çocuğun erkek doğması ne kadar sevinçle karşılanırsa kız doğması bir o kadar üzüntüye sebep oluyordu. Savaşlar nedeniyle iş yükü kadınlara yüklenmiş ve kadınlar doğal işçiler olarak görülmüştür. Bir kızı nikâhına almak ailesini bir işçiden mahrum bırakmak olarak görüldüğü için başlık parası çok önemlidir ve bu ödemeler binek hayvanı olarak verilir. Yeme içme, çocuk bakımı ve eğitimi, ahır hayvanlarının bakımı, kıyafet yapma, çamaşır, bulaşık, tarla bahçe işleri genellikle kadınların işi olarak görülür kadınlar küçük yaşta bu konularda eğitilirler. Gerekli görüldüğünde bu işlerde köle ve hizmetçiler kullanılır, savaşlarda kazanılan ganimetler arttıkça köle ve cariyeler de artmış bu sayede kadınların işgücü önemi azalmıştır (Papakçı 2010: 46-47).

Terekeme kültüründe zamanla artan kadının önemine örnek olarak en büyük kavgaların bile köyün kadın, gelin ve kızlarının başörtülerini çatışan taraflar arasına, yere atmaları ile bir anda bitirilmesi gösterilebilir. Bu gelenek zamanla halk arasında “Terekeme Kıskancı” adı verilen bir oyuna dönüşmüştür (Dündar ve Çetinkaya 2002: 156). Terekeme kültüründe yakın zaman kadar erkeğin eşinin adını söylemesi uğursuzluk, uygunsuzluk olarak kabul edilirdi, erkek özellikle yabancıların yanında eşini adı ile çağırılmaz, ona “Ey”, “O” diye seslenirdi. Saygısızlık olarak kabul edildiği için gelin kayınbabasının yanında eşinin adını ağzına almazdı (Papakçı 2010: 92). Terekemeler kültüründe kadınlar aile büyüklerinin yanında çocuklarını kucaklarına alamazlardı. Yolda genç, yaşlı fark etmez bir erkek gören kadın kenara çekilip onlara yol verirdi. Gelinler uzunca süre eşlerinin erkek akrabalarının yanında ağızlarını bağlar (yaşamak), onlarla oturmazdı. Kız çocuğu çok olan ailelerin zengin olacağına, onları terbiye ile büyütüp evlendiren ana babanın Cennete gireceğine inanılırdı (Dündar ve Çetinkaya 2002: 104).

4.8.4. Boğatepe Köyü

Araştırma yapılan köylerde (Boğatepe Köyü, Küçükboğatepe Köyü) kadınlarla görüşme yapılmadan önce köy hakkında genel bilgiler almak amacıyla köy muhtarları ile yüz yüze görüşme yapılmış ve önceden belirlenmiş olan “Köy Genel Bilgi Formu” (EK 1) doldurulmuştur. Boğatepe Köyü’nün yeni muhtarına işlerinin yoğunluğu nedeniyle ulaşılamamış olup kısa bir süre önce görevini devreden eski muhtar Şennik Ayvazoğlu ile görüşme yapılmıştır. Görüşme yapılan kişinin verdiği bilgilere göre köy toplam 65 haneden oluşmakta ve köyün toplam nüfusu yaklaşık 300 kişiden (TÜİK 2013 kayıtlarına göre 236 kişi) oluşmaktadır. Nüfusun cinsiyetlere göre dağılımı yaklaşık olarak 150 kadın 150 erkek (TÜİK verilerine göre 97 kadın, 139 erkek) şeklinde belirtilmiştir.

Boğatepe köyünde son 5 yıl içerisinde köy dışına göç gerçekleşmediği gibi tersine son 5 yılda köye dışarıdan 1 aile göç etmiş, bununla birlikte 1 aile de İstanbul’dan köylerine geri göç etmiştir. Eğitim için köy dışına çıkan gençler tekrar köye dönmekte şehir merkezlerine yerleşmektedir, köyde ilkökul dışında eğitim

kurumu olmadığı için genellikle aileden bir kişi çocuklarla birlikte çocukların daha iyi eğitim alabileceği bir yere dönemsel olarak gidip gelmektedir, bu da köyde eğitim amaçlı göçlerin olduğunu göstermektedir. Köyde akrabalık bağlarını, kültürel yapıyı bozmamak adına köye göç edenlerin Karapapak olmasına dikkat edilmektedir. Köy dışında çalışmaya ailecek gidilmemekte, genellikle gençler gitmekte, onların da çoğunlukla şehir merkezinde çalışmayı tercih ettikleri belirtilmiştir.

Köyün toplam yerleşim alanı 59.000 dekar olarak belirtilmiş bu alanın 32.500 dekarı tarım arazisi, 23.000 dekarı mera, 2000 dekarı evlerin yerleşim alanı ve 1500 dekarı hazineye ait kullanılmayan alandan oluşmaktadır. Toplam arazinin 34.500 dekarı şahıslara ait, 23.000 dekarı köy ortak malı, 1500 dekarı kamu arazisidir. Kırsal alan için önemli bir gösterge olan arazi sahipliği durumuna bakıldığında köyde arazisi olmayan 13 hane olduğu belirtilmiştir. Köyde en fazla arazisi olan kişinin 600 dekar, en az arazisi olanın ise 15 dekar arazisi bulunduğu belirtilmiştir. Köy genelinde arazi büyüklüğüne göre dağılımda haneler arasında uçurum olduğu görülmektedir. Kuru arazilerde yulaf, fiğ yetiştirilmekte hava şartları ve kuraklık olmadıkça verimde sıkıntı yaşanmamaktadır. Köyde sulu tarım yapılmamaktadır. Modern tarım için önemli bir gösterge olan makine sahipliği durumu 90 adet traktör, 30 adet biçer, 20 adet balya makinesi olarak belirtilmiştir. Köyde toplam hayvan varlığı 4000 adet sığır (montofon), 650 adet koyun, 300 adet tavuk şeklinde belirtilmiştir. Köyde tarım dışı gelir kaynağı olarak köyden ve çevre köylerden süt toplanarak gerçekleştirilen mandıracılık, kadınların için yerel bitkilerin satışı ve kırsal pansiyonculuk gösterilebilir. Muhtar tarafından köyün gelir düzeyi orta olarak tanımlanmıştır.

Bir bölgenin yaşanılabilirliği adına önem taşıyan altyapı ve ulaşım şartları araştırma yapılan köyde Türkiye kırsalının genel profilinden farklı değildir. Köyde şebekeli içme suyu bulunurken, kanalizasyon altyapısı bulunmamaktadır. Köyde 1 ilkokul (lojman yok), 1 öğretmen ve bu okula devam eden 21 öğrenci (iki köyün öğrenci toplamı) bulunmaktadır. Öğrenci sayısının az olma sebebi olarak, lojman imkânı sağlanamadığı için köyde devamlı bir öğretmen olmaması ve görev yapan öğretmenlerin de genellikle ücretli olması nedeniyle eğitim öğretimde devamlılık olmadığı için ailelerin çocuklarını şehir merkezine ya da merkeze yakın eğitimi sürekli

olan okullara göndermeyi tercih ettikleri görülmektedir. Köyde bulunan sağlık ocağı nüfusun az olması gerekçe gösterilerek kapatılmıştır. Köyde ulaşımı sağlamak adına 15 adet özel taksi, 1 adet minibüs (köy ve şehir merkezi arasındaki yolcu taşımakta), 5 adet kamyon (mandıracılıkta kullanılmakta) bulunmaktadır.

Köyle ilgili kararlar alınırken muhtar, azalar ve yaşlılar yani tamamı erkeklerden oluşan bir grup beraber karar verir, kararların karar defterine yazılıp ve uygulandığı belirtilmiştir. Köyde birlikte hareket etme, karar vermenin göstergesi olan kooperatif kapatılmıştır, köyde tarımla ilgili işlerde ortaklaşa çalışıldığı zamanlar olmaktadır. Köyün en çok ilişkide bulunduğu, kurumlarla ilgili işler, günlük olarak alışveriş ve hayvan alım satımı amacıyla gidilip gelinen yerleşim yeri Kars merkez olarak belirtilmiştir. Küçükboğatepe Köyü akrabalık bağları, düğün, cenaze gibi nedenlerle en fazla ilişkide bulunulan köydür. Çevre köylerden Gölbaşı köyü ile mera yeri nedeniyle mahkeme sorunu yaşanmış, kazanılmasına karşın diğer köyün itirazı nedeniyle dava sonuçlanmamıştır, bunun dışında köyün çevre köylerle herhangi bir anlaşmazlığı bulunmadığı belirtilmiştir. Köy halkı içerisinde herhangi bir anlaşmazlık bulunmamaktadır. Köyde okul olmazsa kız ve erkek çocuklar için eğitime devam edebilecekleri yer şehir merkezidir. Köyde eğitime devam etmek isteyen kızlar genellikle engellenmiyor fakat lise çağına gelen kızlarını okula göndermek istemeyen birkaç aile olduğu belirtilmiştir.

Köy muhtar görüşmesinde köyün en önemli sorunları kanalizasyon altyapısının olmaması, sağlık ocağının kapatılması, öğretmen ve lojman eksikliği olarak tespit edilmiştir. Bu sorunların çözümü amacıyla vali ile görüşülmüş, gereken bakanlıklara dilekçeler gönderilmiş çözüm beklendiği belirtilmiştir. Lojman yapımı için köylü kendi arazisini bağışlamış olmasına rağmen lojman yapımıyla ilgili herhangi bir sonuç alınamamıştır. Köy halkının devletten beklentileri köyde yaşamı zorlaştıran altyapı, öğretmen, sağlık ocağı sorunlarının kısa zamanda çözüme ulaştırılmasıdır. Köyde düğünler ve sünnet törenleri kadın ve erkeğin bir arada olduğu ortak bir törenle gerçekleşmektedir, bu törenlerde Karapapak gelenekleri devam etmemektedir. Düğünlerde gelinin ayağının önünde kurban kesilmektedir. Doğum ve çocukla ilgili uygulanan bir gelenek olarak kurban kesiminden sonra çocuğun ismi konulduğu

belirtilmiştir. Köyde kullanılan köye ya da kültüre has bir kıyafet bulunmamaktadır. Köyde devam eden Karapapak kültür özellikleri Türkçenin kendilerine has bir şivesi olan Terekemece konuşmaları ve yemek kültürü gösterilebilir.

Köyde hiç kadın muhtar seçilmemiştir. Köy muhtarının gözüyle köyde kadınların en önemli sorunu şehir merkezinin uzak olması nedeniyle sürekli gidip gelememek, sosyal alan eksikliği ve hayvan bakımı konusunda sıkıntılar yaşanmalarıdır. Köyde kadınlara yönelik herhangi bir kısıtlama bulunmadığı belirtilmiştir. Kadınlar ev dışında çalışmaz, pazara satış yapmaya gitmez fakat kendi aralarında köyün çevresindeki yaylalardan bitki toplayıp kurutarak Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneği aracılığıyla satmaktadır.

Köyde sözü dinlenen lider vasıflı kadınlar olmadığını belirten köy muhtarı önceden lider kadınların olduğunu yeni neslin kimseyi dinlemediğini belirtmiştir. Köyde lider kadın olarak Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneği Eş Başkanı Zümran Ömür'ün kadınlara örnek olduğu söylenebilir. Miras paylaşımında kadınlara istedikleri (arazi/para) verilmektedir fakat bu durum her aile için geçerli değildir, varlıklı ailelerde sorun olmayan kadına miras meselesi daha alt gelir grubundaki ailelerde kabul görmemektedir. Köyde başlık parası, berdel, çok eşlilik gibi uygulamalar bulunmaması, böyle şeylerin kabul görmemesi kadının statüsü adına önemlidir. Köyde eşi vefat eden kadınların, ailenin devamlılığını sağlamak için genellikle evlenmedikleri belirtilmiştir. Köy genelinde hoş karşılanmaması ve genellikle karşılıklı fedakârlıklar olduğu için boşanmaya gerek duyulmadığı belirtilmiştir. Köyde ortalama evlilik yaşı kadınlar için 20, erkekler için 25 yaşdır. Köyde kabul görmüş evlilik türü imam nikâhı ile birlikte resmi nikâhtır. Köyde çocuk bakımı, yemek yapmak, ev ürünü peynir ve yağ yapımı, çamaşır, bulaşık yıkamak, dikiş nakış işleri kadın işi; tarlaya gitmek (kadınlar tarlaya gitmez), traktör sürmek erkek işidir; hayvanlara bakmak, yakacak taşımak, çarşı pazara gitmek kadınlar ve erkekler için ortak işidir; çocuklar tarla ve hayvan işlerine yardımcı olmaktadır.

Muhtar görüşmelerinde araştırma konumuz olan BİT'e karşı genel tutumu öğrenmek amaçlı sorular yöneltilmiştir. Köye ait köyü tanıtan, akrabalık bağlarını

devam ettirme ve köy dışındakilerle orada yaşayanlar arasında bağlantı sağlama amaçlı kurulan bir web sitesi bulunmamakta; fakat bu işlevleri yerine getirdiği söylenen bir Facebook sayfası bulunmaktadır. Görüşme yapılan muhtara göre, televizyon köyde her şeyden haber almayı sağlayan, bir nevi açık öğretim fakültesi gibi benzetmesini yaptıkları bir araçtır. Televizyon ve telefonun zaruri bir ihtiyaç olmaları nedeniyle bunlar üzerinde tartışmaya bile gerek duymadığını belirtmiştir. Özellikle televizyonda gösterilen tarımla ilgili programların hayatlarında çok büyük yeri olduğunu, kendilerini yönlendirdiğini düşünmektedir. Görüşme yapılan muhtara göre, köyde internet gerekli bir ihtiyaç olmamakla birlikte zaman kaybına neden olduğu düşünülmektedir. Teknolojilerin eskiden daha güçlü olan aile yaşantısı ve komşuluk bağlarını zayıflatması nedeniyle sınırı belirlenerek kullanılması gerektiği düşüncesi vurgulanmıştır. Telefon ve internet üzerinden üretilen ürünlerin satışı konusunda önyargılar bulunmakta, elden satış daha güvenilir olarak kabul edilmektedir. Bilgisayar ve internet eğitim hayatına devam eden gençler için gerekli olarak kabul edilirken, evdeki kızlar için cehaletinden ve ondan gelecek zararları bilmemesinden dolayı kötü kullanıma neden olabileceği, kızların aklının çelinebileceği birçok tehlikesi bulunması gerekçeleriyle gereksiz olarak görülmekte ve kullanımına sıcak bakılmamaktadır. Cep telefonu ve internet kız kaçırmalarında araçların yerini dolduran birer araç olarak yorumlanmıştır.

4.8.5. Küçükboğatepe Köyü

Küçükboğatepe Köyü'nde köy ile ilgili bilgilere köy muhtarı Süleyman Karayazı ile görüşülerek ulaşılmıştır. Muhtarın verdiği bilgilere göre köy toplam 40 haneden oluşmakta ve köyün toplam nüfusu yaklaşık 200 kişiden (TÜİK 2013 kayıtlarına göre 180 kişi) oluşmaktadır. Köyde nüfusun cinsiyetlere göre dağılımı yaklaşık olarak 100 kadın 100 erkek (TÜİK verilerine göre 87 kadın, 93 erkek) şeklinde belirtilmiştir. Köyden son 5 yıl içinde İstanbul'a göç edenler olmuştur. Köye son 5 yılda dışarıdan göç olmamıştır, 5 yıldan daha önce gelenler komşu köylerden göç etmişlerdir. Köyde düzeni ve akrabalık bağlarını korumak adına köye göç edenlerin Karapapak olmasına önem verildiği belirtilmiştir. Köy genelinde çalışmak için köy dışına gidenler bulunmamaktadır. Boğatepe Köyü'nde olduğu gibi bu köyde de eğitim amaçlı göçler olmaktadır.

Köyün toplam yerleşim alanı 18.300 dekar olarak belirtilmiş bu alanın 8.000 dekarı tarım arazisi, 10.000 dekarı mera, 300 dekarı evlerin yerleşim alanından oluşmaktadır. Toplam arazinin 8.300 dekarı şahıslara ait, 10.000 dekarı köy ortak malıdır. Köyde tarım arazisi olmayan 4 hane bulunmakla birlikte köyde en fazla arazisi olan kişinin 1000 dekar, en az arazisi olanın ise 20 dekar arazisi olduğu belirtilmiştir. Köy genelinde arazi dağılımı açısından haneler arasında uçurum olduğu görülmektedir. Köyde sulu tarım yapılmamakla birlikte kuru arazilerde yulaf, fiğ yetiştirilmekte hava şartları ve kuraklık olmadıkça verimde sıkıntı yaşanmadığı belirtilmiştir. Köyde makineli tarım için kullanılan araçların sayısı 50 adet traktör, 50 adet biçer, 15 adet balya makinesi, 10 adet patoz şeklinde belirtilmiştir. Bazı hanelerde çift traktör bulunurken bazıları traktör ve diğer tarım makinelerinin hiçbirine sahip değildir. Köydeki toplam hayvan sayısı 1000 adet sığır(kültür) olarak belirtilmiş, küçükbaş hayvancılık yapılmamakla birlikte kümes hayvanı sayısı için bir sayı verilmemiştir. Kümes hayvanı her evde bulunmamakta ve olan hanelerde günlük ihtiyaçları karşılayacak sayıdadır. Köyde tarım dışı gelir kaynağı olarak köyden ve çevre köylerden süt toplanarak gerçekleştirilen mandıracılık, kadınların için yerel bitkilerin satışı ve kırsal pansiyonculuk gösterilebilir. Köy muhtarı tarafından köyün gelir düzeyi düşük olarak tanımlanmıştır.

Bir bölgenin yaşanılabilirliği adına önem taşıyan altyapı ve ulaşım şartları araştırma yapılan köyde birçok kırsal alanda karşılaşılan durumdan farklı değildir. Köyde şebekeli içme suyu bulunurken, kanalizasyon altyapısı bulunmamaktadır. Köydeki ilkokul yeni yapılmış olmasına ve lojmanı bulunmasına rağmen öğrenci yetersizliğinden dolayı kapatılmıştır. Öğrenciler en yakın köy olan Boğatepe Köyü'ndeki okulda eğitim görmektedir. Öğrenci yetersizliğinin sebebi öğretmen olmadığı ve devamlılık olmadığı için ailelerin çocuklarını şehir merkezine ya da merkeze yakın eğitimi sürekli olan okullara göndermeleridir. Köyde bir adet sağlık evi vardır; fakat aile hekimi dışında personeli bulunmamakta, aile hekimi ise haftada bir gün köye gelmektedir. Köy ile şehir arasındaki ulaşım 1 adet servis aracı ile sağlanmakta, 15 adet özel taksi, 1 adet (mandıracılıkta kullanılmakta) kamyonet bulunmaktadır.

Köyle ilgili kararlar alınırken muhtar, azalar ve yaşlılar yani tamamı erkeklerden oluşan bir grup beraber karar vermektedir. Köyde birlikte hareket etme, karar vermenin göstergesi olan kooperatif kapatılmıştır, köyde tarımla ilgili işlerde ortaklaşa çalışıldığı zamanlar olmaktadır. Köyün en çok ilişkide bulunduğu, kurumlarla ilgili işler, günlük olarak alışveriş ve hayvan alım satımı amacıyla gidilip gelinen yerleşim yeri Kars merkez olarak belirtilmiştir. Boğatepe, Esenyayla, Balçesme köyleri akrabalık bağları, düğün, cenaze gibi nedenlerle en fazla ilişkide bulunulan köydür. Çevre köylerden Çobanköy köyü ile mera yeri nedeniyle mahkemede dava devam etmektedir, bunun dışında köyün çevre köylerle herhangi bir anlaşmazlığı bulunmadığı belirtilmiştir. Köy halkı içerisinde herhangi bir anlaşmazlık bulunmamaktadır. Köyde okul olmazsa kız ve erkek çocuklar için eğitime devam edebilecekleri yer şehir merkezidir. Köyde eğitime devam etmek isteyen kızlar genellikle engellenmiyor; fakat lise çağına gelmiş kızlarını okula göndermek istemeyen birkaç aile olduğu belirtilmiştir.

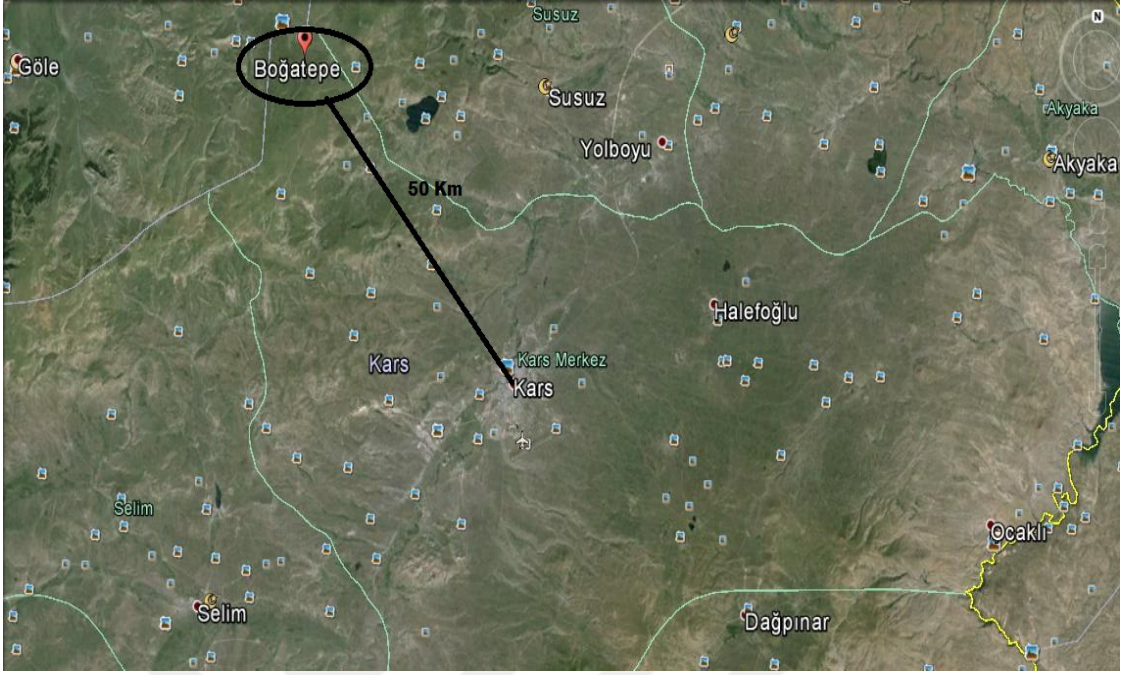
Köyün en önemli sorunları mera alanı sıkıntısı, kanalizasyon altyapısının olmaması, lojmanı olmasına rağmen köye öğretmen gelmemesi bu nedenle ilkokulun kapalı olması, su şebekesinin çok eski olmasıdır. Bu sıkıntılarla ilgili olarak İl Özel İdaresi ile görüşülmüş gereken dilekçeler verilmiş çözüm beklenilmektedir. Köy halkının devletten beklentileri köyde yaşamı zorlaştıran altyapı ve eğitim sorunlarının kısa zamanda çözüme ulaştırılmasıdır. Köyde düğünler ve sünnet törenleri kadın ve erkeğin bir arada olduğu ortak bir törenle kutlanmakta fakat bu törenlerde Karapapak gelenekleri devam etmemektedir. Doğum ve çocukla ilgili uygulanan herhangi bir gelenek bulunmamaktadır. Köyde kullanılan köye ya da kültüre has bir kıyafet bulunmamaktadır. Köyde Karapapak kültürüne has olarak Türkçenin bir şivesi olan Terekemece kullanılmakta ve yemek kültürü devam etmektedir.

Köyde hiç kadın muhtar seçilmemiştir. Köy muhtarının gözüyle köyde kadınların en önemli sorunu şehir merkezinin uzak olması nedeniyle sürekli gidip gelememek, sosyal alan eksikliği ve hayvan bakımı konusunda sıkıntılar yaşanmaktadır. Köyde kadınlara yönelik herhangi bir kısıtlama bulunmadığı belirtilmiştir. Kadınlar ev dışında çalışmaz, pazara satış yapmaya gitmez fakat kendi aralarında köy çevresindeki yaylalardan toplayıp kuruttukları bitkileri Boğatepe Çevre

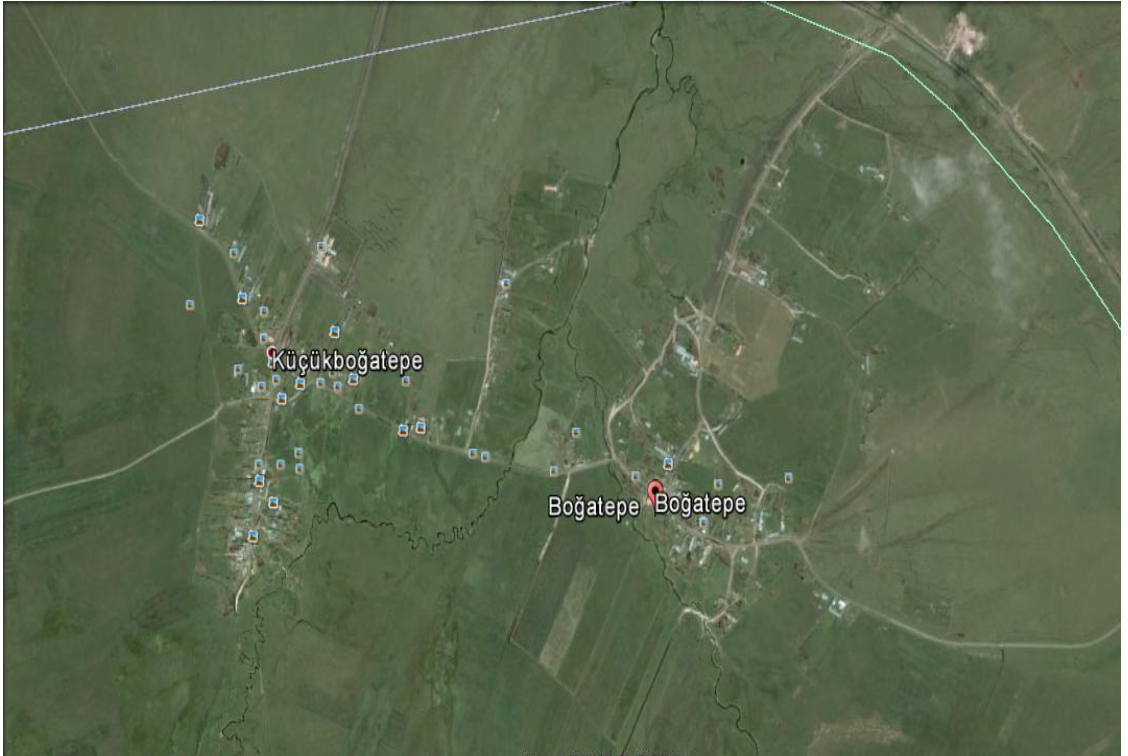
ve Yaşam Derneği aracılığıyla satmaktadır. Dernekle birlikte kadınların bu kısıtlamalardan kurtulacağı, maddi katkı sağlayabilecek girişimlerde bulunabilecekleri düşünülmektedir.

Köyde sözü dinlenen lider vasıflı kadınlar olmadığı böyle kadınların eskiden var olduğu belirtilmiştir. Miras paylaşımında kadınlara istedikleri (arazi/para) verilmektedir; fakat bu durum her aile için geçerli değildir, varlıklı ailelerde sorun olmayan kadına miras meselesi daha alt gelir grubundaki ailelerde kabul görmemektedir. Köyde başlık parası, berdel, çok eşlilik gibi uygulamalar kabul görmemektedir. Yalnızca bir ailede ikinci evlilik gerçekleşmiş bunun nedeni olarak çocuk olmaması ve ilk eşinde çocuk istemesi nedeniyle kabul edildiği belirtilmiştir. Köyde eşi vefat eden kadınların, ailenin devamlılığını sağlamak için genellikle evlenmemektedirler. Köy genelinde hoş karşılanmaması ve genellikle karşılıklı fedakârlıklar olduğu için boşanmaya gerek duyulmadığı belirtilmiştir. Köyde ortalama evlilik yaşı kadınlar için 20, erkekler için 25 yaştır. Köyde kabul görmüş evlilik türü imam nikâhı ile birlikte resmi nikâhtır. Köyde çocuk bakımı, yemek yapmak, ev ürünü peynir ve yağ yapımı, çamaşır, bulaşık yıkamak, dikiş nakış işleri kadın işi; tarlaya gitmek (kadınlar kesinlikle tarlaya gitmez), traktör sürmek erkek işidir; hayvanlara bakmak, yakacak taşımak, çarşı pazara gitmek kadınlar ve erkekler için ortak iştir; çocuklar tarla ve hayvan işlerine yardımcı olmaktadır.

Araştırma konusu olan BİT'e karşı genel tutumu öğrenmek amacıyla köy muhtarına bazı sorular yöneltilmiştir. Köye ait köyü tanıtan, akrabalık bağlarını devam ettirme ve köy dışındakilerle orada yaşayanlar arasında bağlantı sağlama amaçlı kurulan bir web sitesi bulunmamakta; fakat bu işlevleri yerine getirdiği söylenen bir Facebook sayfası bulunmaktadır. Görüşme yapılan muhtara göre, bilgi ve iletişim teknolojileri dünyadan haber almalarını sağlayan, köyü dışarıya bağlayan bir araçtır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kültürlerinde bir değişime yol açtığı düşünülmemektedir. Telefon ve internet üzerinden üretilen ürünlerin satışı konusunda önyargılar bulunmakta, elden satış daha güvenilir olarak kabul edilmektedir. Köy halkı arasında gençlerin bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımı ile ilgili olumsuz bir yargı ya da engelleme bulunmadığı belirtilmiştir.



Şekil 4.1: Araştırma alanının coğrafi konumu



Şekil 4.2: Köylerin yerleşim alanı

4.8.6. Boğatepe Çevre Ve Yaşam Derneği

Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneği, Kars'ın merkez köyü olan 2300 rakımlı Boğatepe Köyü'nde 2007 yılında dernek başkanı İlhan Koçulu'nun girişimleri ile kurulmuştur. Derneğin eş başkanı Zümran Ömür ile birlikte 5 kadın, 2 erkek kurucu üyesi, toplamda 45 kadın 15 erkek üyesi bulunmaktadır. Dernek kapsamında öncelikli olarak bölgede bulunan bitkiler tespit edilerek tıbbi amaçlı kullanılabilecek olan 30 bitkinin toplanması, kurutulması, yağlarının çıkarılması, tedavi ve koruyucu amaçlı kullanılması adına kadınlara eğitimler verilmiştir. Dernek kapsamında bir adet bitki kurutma atölyesi ve Serhat Kalkınma Ajansı ve Birleşmiş Milletler Bin Yıl Kalkınma Hedefleri desteğiyle kurulan geçmişten bugüne yörede üretilen peynirlerin tüm üretim aşamalarının, araç gereçlerle birlikte sergilendiği bir peynir müzesi bulunmaktadır. Peynir müzesi, Türkiye'de ilk Dünyada ikinci peynir müzesi olma özelliği taşımaktadır.

Bölgedeki yerel tohumların korunması ve yaygınlaştırılması amacıyla kurulan derneğin, bölgede çevre bilincinin oluşmasını sağlamak, çiftçi eğitimleri vermek, bitki örtüsünü korumak, yerel etno-botanik bilgilerin derlenmesini sağlamak, yöre kadınlarına tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanımını öğretmek ek gelir sağlamak, bölgede var olan eko-turizmi geliştirerek yöre halkına ek gelir sağlayacak imkanlar sağlamak gibi mesleki eğitimlerin verilmesi, bölgenin somut olmayan kültürel mirasını ortaya çıkarmak ve görünür kılmak, yörede yaşam kalitesini yükseltmek amaçları bulunmaktadır. Bu kapsamda köyde organik tarım ve örtü altı yetiştiricilik, tıbbi ve aromatik bitkiler, evde turizm, turistlerle iletişim kurabilmek için Fransızca, üreme sağlığı ve vücudu tanıma, ev hijyeni, doğru iletişim kural ve yöntemleri gibi kurslar ve eğitimler düzenlenmiştir. Dernek kapsamında açılan kurslar ve verilen eğitimlere katılım durumları:

- Örtü altı yetiştiricilik ve organik tarıma geçiş kursları yaklaşık 40 kişi katılmıştır
- Şifalı ve yenilebilir bitkilerin tanınması, toplanması, kurutulması, muhafazası ve kullanımı (toplam 50 bitki üzerinde çalışılmış) kursuna yaklaşık 35 kişi başladı 19 kadın sonuna kadar devam etti

- Ev hijyeni 28 kadın katılımcı
- Ev pansiyonculuğu 5 kadın belge almıştır
- Doğru iletişim kural ve yöntemleri 13 kadın katılımcı
- Bitkilerden yağ çıkarma, krem ve sabun yapımı 13 kadın 2 erkek katılımcı
- Üreme sağlığı ve vücudumuzu tanıma 27 kadın katılımcı
- Fransızca dil kursu 23 kişi başlamış 12 kişi kursu tamamlamıştır
- Şifalı bitkilerin doğru kullanımı ve yoga, masaj yöntem ve uygulamaları 11 kadın katılımcı
- Organik tarım ve hayvancılık uygulamaları 38 erkek 4 kadın katılımcı
- Organik hayvancılık örneklerini yerinde görmek, deneyimlerinden yararlanmak (Kelkit Doğan Holding Çiftliği ziyareti) 37 erkek 1 kadın katılımcı

V. BÖLÜM

5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

5.1. Demografik Yapı

Araştırma yapılan Boğatepe köyü toplam 65 haneden oluşmakta ve köyün toplam nüfusu 236 kişidir. Nüfusun cinsiyetlere göre dağılımı 97 kadın, 139 erkek şeklindedir. Küçükboğatepe köyü toplam 40 haneden oluşmakta ve köyün toplam nüfusu 180 kişidir. Köyde nüfusun cinsiyetlere göre dağılımı 87 kadın, 93 erkek şeklindedir (TÜİK 2013). Saha araştırması köyde yaşayan kadınları kapsadığı için iki köyde toplam 91 kadına ulaşılmıştır. Boğatepe ve Küçükboğatepe köylerinde araştırmaya katılan kadınların yaş dağılımı yüzde 5,5'i 16-24 yaş; yüzde 18,7'si 25-34 yaş; yüzde 29,7'si 35-44 yaş arası; yüzde 26,4'ü 45-54 yaş; yüzde 12,1'i 55-64 yaş ve yüzde 7,7'si 65 yaş üzeri şeklindedir (Tablo 5.1).

Tablo 5.1: Yaş Dağılımı

Yaş Aralığı	Sayı	%
16-24	5	5,5
25-34	17	18,7
35-44	27	29,7
45-54	24	26,4
55-64	11	12,1
65+	7	7,7
Toplam	91	100,0

Kadınların yüzde 90,1'i "evli"; yüzde 8,8'i "eşi vefat etmiş", yüzde 1,1 ise "bekâr" olduğunu belirtmiştir (Tablo 5.2). Bekâr olduğunu belirten kişi, annesi vefat ettiği için babası ile birlikte yaşadığından dolayı görüşmeye dâhil edilmiştir. Kadınlardan yalnızca biri sadece imam nikâhı ile evlilik yapmış, köyde kuma olan tek kadındır, onun dışında 89 kadın hem imam nikâhı hem resmi nikâhları olduğunu belirtmiştir (Tablo 5.3). Köylerde kumalık ve yalnızca imam nikâhı ile yaşayan hane bulunmamaktadır.

Tablo 5.2: Medeni Durum

Medeni durum	Sayı	%
Evli	82	90,1
Eşi vefat etmiş	8	8,8
Bekâr	1	1,1
Toplam	91	100,0

Tablo 5.3: Evlilik Türü

Evlilik Şekli	Sayı	%
İmam nikâhı	1	1,1
İmam+Resmi nikâh	89	98,9
Bekâr	1	1,1
Toplam	91	100,0

Tablo 5.4: Eğitim Durumu

Okul Türü	Sayı	%
Hiç okula gitmedi	21	23,1
Okuryazar	9	9,9
İlkokul mezunu	39	42,9
Ortaokul terk	1	1,1
Ortaokul mezunu	13	14,3
Lise terk	2	2,2
Lise mezunu	5	5,5
Yüksekokul/Üniversite mezunu	1	1,1
Toplam	91	100,0

Araştırma kapsamında görüşülen kadınların yüzde 23,1'i "hiç okula gitmediği ve okuma yazma bilmediğini", yüzde 9,9'u "okuryazar" olduğunu belirtmiştir. Görüşülen kadınların 39'u "ilkokul mezunu", 1'i "ortaokul terk", 13'ü "ortaokul mezunu", 2'si "lise terk", 5'i "lise mezunu" ve yalnızca 1'i "lisans mezunu" olduğunu belirtmiştir (Tablo 5.4). Lisans mezunu olan kişi köye İzmir'den gelin geldiğini belirtmiştir. Araştırmaya katılan hanelerde ilköğretim sonrasında eğitime devam etmek isteyen kızların çoğunlukla engellenmediği gözlemlenmiştir. Kadınların 70'i "ellerine geçen bir

metni kolaylıkla tek başına okuyabileceklerini” belirtirken 21’i “okuyamayacağını” belirtmiştir (Tablo 5.5).

Tablo 5.5: Eline geçen bir metni tek başına okuyabilme

	Sayı	%
Evet	70	76,9
Hayır	21	23,1
Toplam	91	100,0

Tablo 5.6: Meslek Durumu

Meslek	Sayı	%
Ev hanımı	84	92,3
Çiftçi	6	6,6
Muhasebeci	1	1,1
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yaptıkları işi ve kendilerini tanımlama şekillerini anlamak amacıyla “Mesleğiniz nedir?” sorusu sorulmuştur. Kadınların yüzde 92,3’ü mesleğinin “ev hanımı”, yüzde 6,6’sı “çiftçi”, yüzde 1,1’i “muhasebeci” olduğunu belirtmiştir. Mesleğini köy kadını ve çiftçi olarak tanımlayan kadınlar, “*Ev hanımı şehirde evde oturan, sadece ev işi yapan kadına denir, biz toprakla hayvanla uğraşıyoruz, ev hanımı değiliz, üretime dâhil olup emek veriyoruz*” açıklamasını yapmışlardır. Muhasebeci olduğunu belirten kişi ise köydeki tek üniversite mezunu kadındır (Tablo 5.6).

Araştırmaya katılan kadınlar doğum yerlerini yüzde 47,20 araştırma yapılan köy; yüzde 34,1 başka köy; yüzde 14,3 il merkezi; yüzde 3,3 başka il şeklinde belirtmiştir. Araştırma yapılan ilden başka bir ilde doğduğunu söyleyenler doğum yeri olarak Diyarbakır, Erzurum ve Nevşehir’i belirtmiştir (Tablo 5.7). Araştırmaya katılan kadınların yüzde 47,20’si kendi köylerine gelin olduklarını; yüzde 34,1’i başka ilin başka köylerinden gelin geldiklerini; yüzde 14,3’ü il merkezinden gelin geldiklerini; yüzde 3,3’ü başka bir ilden gelin geldiğini belirtmiştir. Başka bir ilden gelin geldiğini söyleyenler bu illeri İstanbul, İzmir, Erzurum olarak belirtmiştir (Tablo 5.8). İzmir’den gelin geldiğini belirten kişi bu köy doğumlu olup ailesinin İzmir’e göç etmesiyle evlenerek köyüne gelin gelmiştir. Diyarbakır doğumlu olan kadın İstanbul’da çalışırken bu köylü olan eşi ile tanışıp evlendiği için İstanbul’dan gelin geldiğini belirtmiştir.

Nevşehir doğumlu olduğunu belirten kadın ise ailesinin bu köye göç etmesi sonucu buraya gelip burada evlendiğini belirtmiştir. Diğer yüzde 1,1’lik orandaki kişi ise Gürcistan’da doğup büyüyen ve eşi ile internet üzerinden tanışıp evlenerek bu köye gelin gelen bir kadındır.

Tablo 5.7: Doğum Yeri

	Sayı	%
Aynı Köy	43	47,20
Başka Köy	31	34,1
İl merkezi	13	14,3
Başka İl	3	3,3
Diğer	1	1,1
Toplam	91	100,0

Tablo 5.8: Gelin geldiği yer

	Sayı	%
Aynı Köy	43	47,20
Başka Köy	31	34,1
Aynı İl	13	14,3
Başka İl	3	3,3
Diğer	1	1,1
Toplam	91	100,0

Görüşme yapılan kadınların yüzde 35,2’si “BAĞ-KUR”; yüzde 25,3’ü “SSK”; yüzde 20,9’u “Yeşil kart” sahibi olduğunu belirtirken yüzde 18,7’si herhangi bir “sosyal güvenceye sahip olmadığını” belirtmiştir (Tablo 5.9). Kırsal alanda yaşayanların en önemli sorunlarından biri olan sosyal güvenceye sahip olmama durumundan en çok etkilenenler genellikle kadınlardır. Kadınların yüzde 50,5’i sosyal güvenceden “eşi üzerinden”; yüzde 9,9’u “çocukları üzerinden” faydalanmaktadır (Tablo 5.10). Herhangi bir sosyal güvenceye sahip olan kadınlar genellikle bu sosyal güvenceden eşleri ya da çocukları üzerinden faydalanmakta, kendi adına bir sosyal güvencesi bulunmamaktadır. Sosyal güvencesi SSK olanlar genellikle köy dışında yaşayan ve çalışan çocukları üzerinden bu haktan faydalanırken, bir kısmı da eşinin köy korucusu olması nedeniyle bu haktan faydalandıklarını belirtmiştir.

Tablo 5.9: Sosyal güvence sahiplik durumu

Sosyal Güvence	Sayı	%
Bağ-kur	32	35,2
SSK	23	25,3
Yeşil kart	19	20,9
Sahip değil	17	18,7
Toplam	91	100,0

Tablo 5.10: Sosyal güvencenin kimin üzerine olduğu

	Sayı	%
Eşin üzerine	46	50,5
Çocukları	9	9,9
Sahip değil+Yeşil kart	36	39,6
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 81,3'ü yaşadıkları evin “kendilerine ait” olduğunu, yüzde 11'i “yakınlarına ait” olduğunu, yüzde 4'ü “kira” olduğunu ve yüzde 3,3'ü evin “başkasına ait” olduğunu geçici olarak para ödmeden yaşadıklarını belirtmiştir (Tablo 5.11). Kadınlardan hiçbiri yaşadığı evin tapusunun kendi üzerine olduğunu belirtmemiştir. Kadınların yüzde 39,6'sı yaşadıkları evin yeni yapı olduğunu, yüzde 60,4'ü eski yapı olduğunu belirtmiştir. Köyde görüşme yapılan tüm evlerde ısınma için soba kullanılmaktadır.

Kadınların yüzde 97,8'i “oy kullandıklarını”, yüzde 2,2'si ise ikamet adresi bu il olmadığı için “oy kullanamadıklarını” belirtmiştir. Oy kullandıklarını belirten kadınların oy tercihlerinde özgür olup olmadıklarına bakıldığında yüzde 65,2'si “oy tercihimizi kendim belirlerim”, yüzde 23,6'sı “ailecek karar veririz”, yüzde 11,2'si “eşim karar verir” cevabını vermiştir (Tablo 5.12).

Tablo 5.11: Ev sahipliği durumu

	Sayı	%
Kendimize ait	74	81,3
Yakına ait	10	11,0
Kira	4	4,4
Diğer	3	3,3
Toplam	91	100,0

Tablo 5.12: Oy tercihini belirleyen kişi

	Sayı	%
Kendim	58	65,2
Ailecek	21	23,6
Eşim	10	11,2
Toplam	89	100,0

Tablo 5.13: Hanede yaşayan birey sayısı

Hanede yaşayan birey sayısı	Hane sayısı	%
1	4	4,4
2	15	16,5
3	13	14,3
4	12	13,2
5	21	23,1
6	10	11,0
7	7	7,7
8	4	4,4
9	5	5,5
Toplam	91	100,0

Araştırma yapılan köylerde hanelerde yaşayan birey sayısına bakıldığında daha çok çekirdek aile yapısına sahip haneler olduğu görülmektedir (Tablo 5.13). Hanede yaşayan çocuk sayılarına bakıldığında en fazla çocuk sahibi olan 4 hanede 4'er çocuk olduğu bunun dışında köy genelinde sahip olunan çocuk sayısının az olduğu görülmektedir. 14 hanede 1'er çocuk, 22 hanede 2'ser çocuk, 30 hanede ise 3'er çocuk yaşamaktadır. 19 hanede hiç çocuk bulunmamaktadır, bunlardan yalnızca bir tanesi çocukları olmadığını belirtirken diğerleri çocuklarının evlilik ya da iş gibi sebeplerle artık kendileri ile birlikte yaşamadıklarını belirtmiştir (Tablo 5.14).

Tablo 5.14: Hanede yaşayan çocuk sayısı

Hanedeki çocuk sayısı	Hane sayısı	%
0	19	20,9
1	14	15,4
2	22	24,2
3	30	33,0
4	4	4,4
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınların beyanlarına göre hanelerin tüm gelir kaynakları dikkate alınarak aylık ortalama gelirleri, 500 TL'den az olanlar tüm hanelerin yüzde 13,2'sini; 501-1000 TL arası olanlar yüzde 46,2'sini; 1001-2000 TL arası olanlar yüzde 29,7'sini; 2001-3000 TL arası olanlar yüzde 9,9'unu; 3001 TL ve üzeri olanlar yüzde

1,1'ini oluşturmaktadır. Günlük ihtiyaçlarını karşılamaya yetmeyecek miktarlarla geçinen haneler olduğu görülmekle birlikte genel olarak gelirler asgari ücret sınırında toplanmış durumdadır (Tablo 5.15). Ekonomik durumu iyi olduğu halde bunu net bir şekilde belirtmeyenler olduğu da gözlenmiştir. Kadınlar ailelerinin ekonomik durumunu yaşadıkları bölgenin koşullarına göre, yüzde 57,1 oranında “orta halli-kendine yeten” olarak nitelerken, yüzde 28,6’sı “zayıf-yoksul”, yüzde 14,3’ü “İyi” olarak değerlendirmiştir, araştırmaya katılanlar arasında kendini “zengin” olarak tanımlayan kimse bulunmamaktadır (Tablo 5.16).

Tablo 5.15: Hanenin aylık ortalama geliri

Aylık gelir	Hane sayısı	%
500 TL'den az	12	13,2
501-1000 TL arası	42	46,2
1001-2000 TL arası	27	29,7
2001-3000 TL arası	9	9,9
3001 TL ve üzeri	1	1,1
Toplam	91	100,0

Tablo 5.16: Ailenin ekonomik durumu

Ekonomik durum	Hane sayısı	%
Zayıf-yoksul	26	28,6
Orta halli-kendine yeten	52	57,1
İyi	13	14,3
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınlar arasında hane gelirine “yalnızca erkeklerin” katkısı olduğunu düşünen yüzde 40,7’lik bir oranla kadınların kendi emek verdikleri hayvan bakımı, sağımı, peynir vb. üretimi ve bahçe işlerini haneye gelir getirici bir faaliyet olarak görmediklerini göstermektedir. “Yalnızca kadın” cevabını veren yüzde 5,5’lik oranı oluşturan kadınlar eşi vefat etmiş, tek yaşayan kadınlardır. Gelire katkının kadın ve erkek tarafından ortak olduğunu söyleyenler yüzde 23,1’lik bir oranken, ailecek olduğunu belirtenler yüzde 30,8’lik bir orandır (Tablo 5.17).

Tablo 5.17: Hane gelirine katkısı olanlar

Katkı sağlayan	Hane sayısı	%
Yalnızca erkek	37	40,7
Yalnızca kadın	5	5,5
Kadın+Erkek	21	23,1
Ailecek	28	30,8
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınlar hanelerinin birincil geçim kaynağı olarak yüzde 57,1 oranında “Çiftçilik”; yüzde 18,7 oranında “Başkası hesabına çalışma”; yüzde 14,3 oranında “Emekli”; yüzde 5,5 oranında “Korucu”; yüzde 4,4 oranında “Köy dışında çalışıyor” cevabını vermiştir (Tablo 5.18). Kadınların yüzde 54,9’u “Başka bir geçim kaynaklarının olmadığı” belirtirken ikinci bir geçim kaynakları olduğunu belirtenler ise yüzde 19,8 oranında “Çiftçilik”; yüzde 8,8 “Köy dışında çalışma”; yüzde 6,6 “Hayvansal üretim”; yüzde 2,2 “Bitkisel üretim ve satış”; yüzde 2,2 “Emekli maaşı”; yüzde 1,1 “Başkası hesabına çalışma” cevaplarını vermiştir.

Tablo 5.18: Hanenin birincil geçim kaynağı

Geçim kaynağı	Hane sayısı	%
Çiftçilik	52	57,1
Başkası hesabına çalışılıyor	17	18,7
Emekli	13	14,3
Korucu	5	5,5
Köy dışında çalışıyor	4	4,4
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınlar hane içerisinde maddi konularda karar veren ve harcamaları kontrol edenin yüzde 51,6 oranında “kadın erkek beraber”; yüzde 28,6 oranında “erkek”; yüzde 12,1 “aile büyükleri”; yüzde 7,7 “kadın” olduğunu belirtmiştir (Tablo 5.19). Yalnızca kendisinin karar verici durumda bulunduğunu belirten kadınlar, eşi vefat etmiş olan kadınlardır.

Tablo 5.19: Hanede harcamaları kontrol etme/karar verme hakkı

Karar verici	Sayı	%
Kadın+Erkek	47	51,6
Erkek	26	28,6
Aile büyükleri	11	12,1
Kadın	7	7,7
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 81,3’ü “ailelerine ait tarım için kullanılan arazilerinin olduğunu” yüzde 18,7’si “tarım için kullanabilecekleri bir arazilerinin olmadığını” belirtmiştir (Tablo 5.20). Kırsal alanda yaşayanlar ve tarımla uğraşanlar için arazi sahipliği, önemli bir etken olmasının yanında bu arazilerin tapu durumu ve arazi sahipliğinde kadına ne derece hak verildiği konusu da dikkat edilmesi gereken bir noktadır. Araştırmaya katılan kadınların yalnızca yüzde 6,8’inin tapusu kendisine ait

tarım için kullanılacak bir arazisi bulunduğunu belirtmiştir. Arazi tapusunun erkek üzerine olduğunu belirtenlerin oranı yüzde 68,9; aile büyükleri üzerine yüzde 18,9; kadın ve erkek ortak yüzde 5,4 oranındadır (Tablo 5.21). Arazi tapusunun yalnızca kadına ait olduğu yanıtını veren kadınlar eşi vefat eden kadınlardır; bunun dışında bir kadın babasından miras olarak kalan arazinin tapusunun kendi üzerine olduğunu belirtmiştir.

Tablo 5.20: Aileye ait tarım için kullanılan arazi varlığı

	Sayı	%
Var	74	81,3
Yok	17	18,7
Toplam	91	100,0

Tablo 5.21: Arazi tapu durumu

	Sayı (n=74)	%
Kadın	5	6,8
Erkek	51	68,9
Kadın+Erkek	4	5,4
Aile büyükleri	14	18,9
Toplam	74	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 83,5'i bitkisel ve/veya hayvansal üretimle uğraştıklarını, yüzde 16,5'i uğraşmadıklarını belirtmiştir (Tablo 5.22). Bitkisel üretim ile ilgili yorum yapan 73 kişinin üretimdeki değişimler hakkındaki düşünceleri Tablo 5.23'de verilmiştir. Kadınların verdiği cevaplara bakıldığında tamamının tarımsal üretimi artık geçimlik bir faaliyet olarak yeterli bulmadığı, bitkisel üretimin kırsal alanda yaşayanların beklentilerini karşılayacak durumda olmadığı görülmektedir. Verilen cevaplara bakıldığında genelin kanaati verimliliklerin azaldığı, emeklerinin karşılıklarını alamadıkları şeklindedir.

Tablo 5.22: Bitkisel/hayvansal üretimle uğraşma durumu

	Hane sayısı	%
Evet	76	83,5
Hayır	15	16,5
Toplam	91	100,0

Hayvansal üretimde son 10 yılda meydana gelen değişime yönelik görüşlerini belirten 74 kadının yüzde 51,4 "Hayvansal gider arttı, kâr getirmiyor" ve yüzde 25,7

“Emeğimizin karşılığını alamıyoruz” şeklindeki cevaplarına bakıldığında son zamanlarda uygulanan yanlış politikaların, hayvancılığın maliyeti yüksek girdilerine karşı para etmeyen hayvan ve hayvansal ürünlerin çiftçiyi maddi zorluğa düşürdüğünü göstermektedir (Tablo 5.24). Bitkisel ve hayvansal üretimin yapıldığı bir bölgede yüzde 6,8’lik bir oranda kadın hem bitkisel hem hayvansal üretim için “Benim gelir giderden haberim olmaz” cevabını vererek kendi yetiştirdiği, bakımını yaptığı hayvandan ve toprağında üretilen üründen, kazancından habersiz olduğunu belirtmiştir.

Tablo 5.23: Bitkisel üretimde son 10 yılda gerçekleşen değişimler

Bitkisel üretimdeki değişim	Sayı (n=73)*	%
Verimlilik düştü	37	50,7
Bir değişiklik yok gayet iyi durumda	8	11,0
Sattığımız ürün kâr getirmiyor	7	9,6
Emeğimizin karşılığını alıyoruz, gayet iyi	7	9,6
Benim gelir giderden haberim olmaz	5	6,8
Arazi sahipliğine göre gelir değişir	4	5,5
Emeğimizin karşılığını alamıyoruz	3	4,1
Devlet desteği dışında hiçbir getirisi yok	2	2,7
Toplam	73	100,0

*Bitkisel/hayvansal üretimle uğraştığını belirten 76 bireyden 73’ü bitkisel üretimdeki değişimle ilgili yorum yapmıştır.

Tablo 5.24: Hayvansal üretimde son 10 yılda gerçekleşen değişimler

	Sayı (n=74)*	%
Hayvansal gider arttı kâr getirmiyor	38	51,4
Emeğimizin karşılığını alamıyoruz	19	25,7
Emeğimizin karşılığını alıyoruz, gayet iyi	7	9,5
Benim gelir giderden haberim olmaz	5	6,8
Hayvan sayısına göre gelir değişiyor	3	4,1
Bir değişiklik yok gayet iyi durumda	2	2,7
Toplam	74	100,0

*Bitkisel/hayvansal üretimle uğraştığını belirten 76 bireyden 74’ü hayvansal üretimdeki değişimle ilgili yorum yapmıştır.

5.2. Toplumsal Yapı ve Kadının Konumu

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 12,1’i köyde kadınlar arasında ortaklaşa yapılan işler olduğunu, yüzde 85,7’si ortaklaşa iş yapılmadığını, yüzde 2,2’si bazen ortaklaşa işler yaptıklarını belirtmiştir (Tablo 5.25). Köy içerisinde ortaklaşa yapılan işlerin olmadığını belirtenlerin oranının yüksek olması sosyal ilişkilerde zayıflamalar

olduğunu göstermektedir. Köy içerisinde ortaklaşa iş yaptıklarını belirten kadınlar ortaklaşa yaptıkları işleri yüzde 36,4’ü “Doğal bitkilerin toplanması ve satışı”; yüzde 45,5’i “Kırsal pansiyonculuk”; yüzde 9,1’i “Düğün hazırlıkları”; yüzde 9,1’i “Kışlık hazırlıkları” olarak belirtmiştir (Tablo 5.26).

Tablo 5.25: Köyde ortaklaşa yapılan işler

	Sayı	%
Var	11	12,1
Yok	77	85,7
Bazen	2	2,2
Toplam	91	100,0

Tablo 5.26: Köy içerisinde ortaklaşa yapılan işler

	Sayı (n=11)*	%
Doğal bitkilerin toplanması ve satışı	4	36,4
Kırsal pansiyonculuk	5	45,5
Düğün hazırlıkları	1	9,1
Kışlık hazırlıkları	1	9,1
Toplam	11	100,0

*Yalnızca köy içerisinde ortaklaşa yapılan işler olduğunu belirten bireyler bu soruyu cevaplamıştır.

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 95,6’sı “Sizi bu köye bağlayan en önemli nedenler nelerdir?” sorusuna cevap vermiştir. Soruya cevap veren kadınların yüzde 35,6’sı “Köyü seviyorum, burada mutluyum”; yüzde 28,7’si “Eşim ve çocuklarım için buradayım”; yüzde 24,1’i “Geçim kaynağımız, evimiz burada”; yüzde 3,4’ü “Tüm tanıdıklarım burada yaşıyor” cevabını vermiştir. Geri kalan yüzde 8,0’lik grup “Köyde özgür olduğum için kalıyorum”, “Eşim hasta köy havası iyi geldiği için gidemiyoruz”, “Köy hayatı güzel, şehirden geri göç ettik”, “İkinci evliliğim, eşim beni kaçırdı burada kalmaya mecburum” cevaplarını vermiştir (Tablo 5.27). Kadınların köyde yaşama sebeplerine baktığımızda köyü sevenler ve burada özgür olduğunu hissedenlerden çok buraya eşi, çocukları ve geçim kaynağı burada olduğu için bağlı olanların daha fazla olduğunu görüyoruz. Araştırmaya katılan kadınların yüzde 40,7’si bu köyden gitmek istediklerini belirtmiştir. Köyden gitmek istediğini belirten kadınların yüzde 35,1’i “Daha iyi koşullarda yaşamak için gitmek isterim”; yüzde 21,6’sı “Çocukların eğitimi için gitmek isterim”; yüzde 18,9’u “Köyü sevmiyorum, gitmek istiyorum”; yüzde 10,8’i “Geçim kaynağım olmadığı için gitmek isterim”; yüzde 13,5’i “Şehirde iş bulursam giderim” cevabı vermişlerdir (Tablo 5.28).

Tablo 5.27: Köyde yaşama nedenleri

	Sayı (n=87)	%
Köyü seviyorum, burada mutluyum	28	35,6
Eşim ve çocuklarım için buradayım	25	28,7
Geçim kaynağımız, evimiz burada	21	24,1
Tüm tanıdıklarım burada yaşıyor	3	3,4
Diğer	7	8,0
Toplam	87	100,0

Tablo 5.28: Kadınların köyden gitmek isteme nedenleri

	Sayı (n=37)	%
Daha iyi koşullarda yaşamak için gitmek isterim	13	35,1
Çocukların eğitimi için gitmek isterim	8	21,6
Köyü sevmiyorum, gitmek istiyorum	7	18,9
Şehirde iş bulursam giderim	5	13,5
Geçim kaynağım olmadığı için gitmek isterim	4	10,8
Toplam	37	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 29,7'si bulunduğu bölgede açılan bir kurs ya da eğitime katıldığını, yüzde 70,3'ü katılmadığını belirtmiştir (Tablo 5.29). Kurs ya da eğitime katıldığını belirten kadınların katıldıklarını belirttikleri kurslar ve katılımcı sayıları Tablo 5.30'da verilmiştir. Kadınlardan bazıları farklı kurs ve eğitimlere katıldıklarını belirtirken, bazıları katıldıkları tüm eğitimleri belirtmedikleri için Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneği'nin açtığı kurslara katılımlar ile ilgili bilgiye dernekten ulaşılmış ve dernekle ilgili bilgiler verilirken net sayılar yazılmıştır.

Tablo 5.29: Bulunduğu bölgede açılan herhangi bir kursa katılım durumu

	Sayı	%
Evet	27	29,7
Hayır	64	70,3
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 69,2'si herhangi bir kurs ya da eğitime katılmadığını belirtirken eğitimlere katılmama sebeplerini yüzde 42,9'u "Haberim olmadı"; yüzde 20,6'sı "Ev işleri ve çocuklardan dolayı vaktim yok"; yüzde 12,7'si "Katılmak istemedim, gerekli görmedim"; yüzde 7,9'u "Eşim izin vermedi"; yüzde 6,3'ü "Yaşlıyım gidemem" ve geri kalan yüzde 9,6'sı "Kurs açıldığında burada değildim", "Aile büyükleri izin vermedi", "Eve uzak" şeklinde belirtmiştir (Tablo 5.31). Kadınların kursa katılımlarındaki engellerden biri yeterli derecede haberdar edilmemiş olmalarıdır, bununla birlikte ne derece faydalı olduğunun bilgisine sahip olmadıkları

için kurslara katılımı gereksiz görmüşlerdir. Ev işleri ve çocukların bakımı kadın işi olarak kabul edildiği için ve eşleri/aile büyükleri izin vermediğinden kadınların ev dışı hayatlarının kısıtlandığı görülmektedir.

Tablo 5.30: Kadınların katıldığı kurslar

	Sayı (n=27)
Dikiş nakış kursu	11
Yerel bitkilere yönelik eğitim	11
Evde turizm	4
Organik tarım	4
Fransızca kursu	2
Halicilik kursu	2
Kuran kursu	2
Okuma yazma	2
Toplam	38*

*Kadınlardan bazıları birden fazla kursa katıldıkları için toplam 27'den büyüktür.

Tablo 5.31: Kadınların kursa katılmama sebebi

	Sayı (n=63)	%
Haberim olmadı	27	42,9
Ev işleri ve çocuklardan dolayı vaktim yok	13	20,6
Katılmak istemedim, gerekli görmedim	8	12,7
Eşim izin vermedi	5	7,9
Yaşlıyım gidemem	4	6,3
Diğer	6	9,6
Toplam	63	100,0

Araştırmaya katılan kadınların tamamı “Köyde uygulanan herhangi bir proje ya da etkinlik var mı?” soruna “Evet” yanıtını vermişlerdir. Araştırmaya katılan kadınlar, köyde uygulanan proje ve etkinliklerin kadınların hayatında bir değişime yol açıp açmadığı sorusuna yüzde 25,3 oranında “Fikrim yok” ve yüzde 7,7 oranında “Bir etkisi olmadı, değişiklik yok” cevabını vermişlerdir. Proje ve etkinliklerin kadınların hayatına etkisi olduğunu düşünenler yüzde 26,4 “Sosyal hayatta aktif hale geldiler”, yüzde 15,4 “Maddi kazanç sağladılar”, yüzde 13,2 “Katılanlar kendilerini belli konularda yetiştirdiler”, yüzde 5,5 “Ev içinde söz sahibi olmaya başladılar”, yüzde 4,4 “Bitkilerin faydalarını öğrenme” şeklinde cevaplar vermiştir. Diğer yüzde 2,2 bu soruya “Emeğimin karşılığını alamadığım için dernek kapsamındaki kurstan ayrıldım” cevabını vermiştir (Tablo 5.32). Kurslardan haberdar olmayan kadınlar dışında kurslardan haberdar olanlar verdikleri cevaplarla genellikle kurslar ve eğitimlerin katılım gösteren kadınların hayatında yol açtığı pozitif yönlü etkilerden bahsetmiştir.

Tablo 5.32: Köyde uygulanan proje/etkinliğin kadınların hayatına etkisi

	Sayı	%
Sosyal hayatta aktif hale geldiler	24	26,4
Fikrim yok	23	25,3
Maddi kazanç sağladılar	14	15,4
Katılanlar kendilerini belli konularda yetistirdiler	12	13,2
Bir etkisi olmadı, değişiklik yok	7	7,7
Ev içinde söz sahibi olmaya başladılar	5	5,5
Bitkilerin faydalarını öğrenme	4	4,4
Diğer	2	2,2
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 86,8'i kendilerine farklı konularda destek veren, yol gösteren herhangi bir kurum/kuruluşun olmadığını belirtirken kendilerine destek olan kurum/kuruluşlar olduğunu belirten yüzde 13,2'dir (Tablo 5.33). Katılımcılar kendilerine destek veren kurum/kuruluşları şu şekilde sıralamaktadır: yüzde 50,0 Serhat Kalkınma Ajansı (SERKA); yüzde 16,7 Kaymakamlık; yüzde 16,7 Birleşmiş Milletler; yüzde 16,7 İl Tarım Müdürlüğü (Tablo 5.34).

Tablo 5.33: Köy halkına farklı konularda destek veren kurum/kuruluşların varlığı

	Sayı	%
Evet	12	13,2
Hayır	79	86,8
Toplam	91	100,0

Tablo 5.34: Destek veren kurum/kuruluşlar

	Sayı (n=12)	%
Birleşmiş Milletler	2	16,7
SERKA	6	50,0
Kaymakamlık	2	16,7
İl Tarım Müdürlüğü	2	16,7
Toplam	11	100,0

5.3. Toplumsal Cinsiyet Roller

Araştırmaya katılan kadınlardan Karapapaklar arasında kadın olmanın güzel yanlarını belirtmelerini istedik, kadınlardan bazıları Karapapak kadınının diğer kadınlardan bir farkı olmadığını bu bölgede genel olarak tüm kadınlarla aynı durumda olduklarını belirtirken, birçoğu kadına değer veren, saygı gösteren, söz hakkı tanıyan, ağır işlerde kadını çalıştırmayan bir millet içinde kadın olduklarını belirtmiştir. Kadınlar Karapapak kadınının özgüveni yüksek, çalışkan, becerikli, kendini ezdirmeyen, cesur, kararlı, lider ve aktif bir yapıya sahip olduğunu belirtmiştir. Karapapak kadınları

arasında sözü geçen, lider kadınlar geçmişte daha çokken şimdi kadınlar arasında erkeklere de sözünü dinleten lider olarak görülen kadınların sayısının az olduğunu belirtilmiştir. Liderlik vasfı olan kadınların özellikleri, kendilerini yetiştirmiş, bilgili, tecrübeli, kültürlü ve bazılarının eğitilmiş olması, akıl verici, yol gösterici olmaları, sırdaş, dürüst, haklarını arayan, otoriter ve konuşkan olmaları, yaşlı olmaları olarak belirtilmiştir. Araştırmaya katılan kadınlara göre köyde varlıklı olan ailelere mensup kadınların dedikleri daha çok dikkate alınmakta, bu kadınlar daha ön planda tutulmaktadır.

Araştırmaya katılan bazı kadınlar, Karapapaklar arasında kadın olmanın eski gelenekler, ağır iş yükü, bazı konularda bir şey bilmedikleri için pasif kalmaları nedeniyle sıkıntılı olduğunu belirtirken, bazıları bu kültürün onlara yüklediği herhangi bir sıkıntı olmadığını belirtmiştir. Karapapaklar arasında ev işleri, el işi, ahır işleri, bahçe ve tezek işleri genellikle kadın işi olarak benimsenmiş ve istisnaları olmakla birlikte birçok erkeğin bu işleri kadın işi olarak gördüğü için karışmadığı belirtilmiştir. Araştırmaya katılan kadınların verdikleri cevaplara göre, çocuk bakmak, yemek yapmak, çamaşır, bulaşık yıkamak, dikiş işleri, aile içi uyum ve huzuru sağlamak çoğunlukla kadının işi olarak görülürken; tarlada çalışmak, traktör sürmek, aile bütçesine katkı sağlamak, ailenin güvenliğini sağlamak çoğunlukla erkeğin işi olarak görülmektedir. Hayvanlara bakmak, çarşı pazara gitmek çoğunlukla kadınların ve erkeklerin birlikte yaptıkları işler arasında sayılabilmektedir (Tablo 5.35). Araştırma yapılan hanelerde cinsiyetçi işbölümünün katı bir biçimde varlığını sürdürmekte olduğu görülmektedir.

Tablo 5.35: Hane içerisinde görev dağılımı

Yapılan işler	Kadın%	Erkek%	Kadın+Erkek%
Çocuk bakmak	92,3		7,7
Yemek yapmak	97,8		2,2
Çamaşır, bulaşık	100,0		
Hayvanlara bakmak	2,2	19,8	78,0
Tarlada çalışmak		91,2	8,8
Traktör sürmek		97,8	2,2
Aile içi uyum ve huzuru sağlamak	62,6	11,0	26,4
Çarşı, pazara gitmek	2,2	34,1	63,7
Dikiş işlerini yapmak	98,9		1,1
Aile bütçesine katkı sağlamak	1,1	73,6	25,3
Ailenin güvenliğini sağlamak	2,2	82,4	15,4

Tablo 5.36: Kadının en önemli görevi

	Sayı	%
Ev işleri	63	69,2
Ailesi	19	20,9
Çocukları ve eşine saygı göstermek	2	2,2
Aileyi bir arada tutmak	2	2,2
Ev içinde huzuru sağlamak	2	2,2
Diğer	3	3,3
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınlar kadının en önemli görevini yüzde 69,2 “Ev işleri”; yüzde 20,9 “Ailesi”; yüzde 2,2 “Çocukları ve eşine saygı göstermek”; yüzde 2,2 “Aileyi bir arada tutmak”; yüzde 2,2 “Ev içinde huzuru sağlamak” ve kalan yüzde 3,3 “Bulunduğu şartları iyileştirmek”, “Eşine destek olmak”, “Dürüst olmak” şeklinde belirtilmiştir (Tablo 5.36). Kadınların verdikleri cevaplardan görüldüğü üzere kadınlar ev işi, çocuk bakmak, eşine saygı göstermek, aileyi bir arada tutmak gibi görevleri kadının işi olarak benimsemiş durumdadır.

Tablo 5.37: Erkeğin en önemli görevi

	Sayı	%
Gelir sağlamak	66	72,5
Evine sahip çıkmak	11	12,1
Evini korumak	4	4,4
Ev içinde huzuru sağlamak	3	3,3
Diğer	7	7,7
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınlara göre erkeğin en önemli görevi yüzde 72,5 “Gelir sağlamak”, yüzde 12,1 “Evine sahip çıkmak”, yüzde 4,4 “Evini korumak”, yüzde 3,3 “Ev içinde huzuru sağlamak” ve geri kalan yüzde 7,7 “Çocukları ve eşine saygı”, “Evine bağlı olması”, “Dürüst olmak”, “Aileyi bir arada tutmak” olarak belirtilmiştir (Tablo 5.37). Kadının kendine yüklediği roller içerisinde ev içi hayatı işaret eden ev işleri, çocukları varken; erkeklere ev dışını işaret eden gelir sağlamak, evini korumak, evine sahip çıkmak gibi toplum tarafından işlenen toplumsal cinsiyetçi roller yer almaktadır.

Araştırmaya katılan kadınlara göre Karapapaklar arasında çalışmak isteyen bir kadının karşılaşacağı sorunlar, yüzde 44 “Erkekler (eşim) izin vermez”; yüzde 39,6 “Engellenmez”; yüzde 6,6 “Çocuklar ve ev işleri var”; yüzde 5,5 “Eşin izni olmadan çalışılmaz” ve geriye kalan yüzde 4,4 “Köy içerisinde iş imkânı olmaması”, “İş iyi ise

izin verirler” şeklinde belirtmişlerdir (Tablo 5.38). Cevaplardan anlaşılabacağı üzere kırsal alanda yaşayan Karapapakların kültüründe de erkek baskın ve onun izin olmadan kadın dışarıda gelir getirici herhangi bir işte çalışmıyor; bununla birlikte ev işleri ve çocuklara bakmak kadının rolü olarak belirlenmiş ve kadının dış dünyaya açılmasına engel olan nedenler arasında yer almaktadır.

Araştırmaya katılan kadınlar köyde kadınların yaşadığı sorunları, yüzde 25,3 “Çok çalıştığı halde emeğinin karşılığını alamamak”; yüzde 15,4 “Maddi kısıtlamaların olması”; yüzde 14,3 “Erkekler tarafından ezilmek”; yüzde 11,0 “Altyapı eksikliklerinin (sağlık ocağı, kanalizasyon, su) olması”; yüzde 8,8 “Maddi ve manevi hiçbir sorunumuz yok”; yüzde 8,8 “Sosyal yaşantının olmaması”; yüzde 6,6 “Büyük aile olarak yaşamak”; yüzde 4,4 “Eğitim seviyelerinin düşük olması” ve diğer yüzde 5,5’e göre, “Öğretmen sıkıntısı nedeniyle çocukları eğitim için başka yerlere göndermek”, “Kış şartlarının zor olması” olarak belirtmiştir (Tablo 5.39). Kadınların cevaplarından görüldüğü üzere, kadınlar kırsal alanda yaşayan kadınların karşılaştıklarını bildiğimiz görünmeyen emek, erkekler tarafından kısıtlamalar, şiddet ve hor görülmeye maruz kalma, sosyal yaşantılarının olmaması ve kırsal alanın yol açtığı altyapı, eğitim, sağlık sorunlarını dile getirmişlerdir.

Tablo 5.38: Karapapaklar arasında çalışmak isteyen kadınların karşılaşılabacağı engeller

	Sayı	%
Erkekler (eşim) izin vermez	40	44,0
Engellenmez	36	39,6
Çocuklar ve ev işleri var	6	6,6
Eşin izni olmadan çalışılmaz	5	5,5
Diğer	4	4,4
Toplam	91	100,0

Tablo 5.39: Köyde kadınların yaşadığı en önemli sorunlar

	Sayı	%
Çok çalıştığı halde emeğinin karşılığını alamamak	23	25,3
Maddi kısıtlamaların olması	14	15,4
Erkekler tarafından ezilmek	13	14,3
Altyapı eksikliklerinin olması	10	11,0
Maddi ve manevi hiçbir sorunumuz yok	8	8,8
Sosyal yaşantının olmaması	8	8,8
Büyük aile olarak yaşamak	6	6,6
Eğitim seviyelerinin düşük olması	4	4,4
Diğer	5	5,5
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 38,5'ine göre köyde kadınlara miras verilmekte; yüzde 61,5'ine göre miras verilmemektedir (Tablo 5.40). Kadınlara miras verilir diyenlere göre, kadınlara miras olarak yüzde 17,1 “Arazi”; yüzde 2,9 “Para”; yüzde 80 “Arazi+Para” verilmektedir (Tablo 5.41). Köyde kadınlara miras verilmesi genel olarak her ailenin uyguladığı bir şey değil daha çok varlıklı ailelerde gerçekleştiği görülen bir eylemdir.

Tablo 5.40: Köyde kadına miras verilmesi durumu

	Sayı	%
Miras verilir	35	38,5
Miras verilmez	56	61,5
Toplam	91	100,0

Tablo 5.41: Köyde kadına miras olarak verilenler

	Sayı (n=35)	%
Arazi	6	17,1
Para	1	2,9
Arazi+Para	28	80,0
Toplam	35	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 8,8'i ev dışında gelir getirici bir işte çalıştığını, yüzde 91,2'si çalışmadığını belirtmiştir (Tablo 5.42). Ev dışında bir işte çalıştığını belirten kadınların yüzde 62,5'i yaptığı işi “Yerel bitkilerin toplanması ve dernek üzerinden satışı”; yüzde 37,5'i “Köydeki başka evlere gündelik işlere gitmek” olarak ifade etmiştir (Tablo 5.43). Ev dışında gelir getirici bir işte çalışmayanlar çalışamama sebeplerini, yüzde 34,9 “İş imkânı yok”; yüzde 22,9 “Ev işleri, çocuklar var”; yüzde 19,3 “Eşim izin vermez”; yüzde 12,0 “İhtiyaç yok”; yüzde 8,4 “Yaşlıyım” ve geri kalan yüzde 2,4 “Evlenmeden önce çalıştım, şimdi imkân yok”, “Ev içinde el işi yapıp satıyorum” şeklinde sıralamıştır (Tablo 5.44). Kadınların ev işleri ve çocuklarını birinci görevi kabul etmeleri, eşlerinin sınırlamaları ve köy içerisinde kendilerine uygun iş imkânının olmaması çalışmaları önündeki en büyük engeller olarak ortaya çıkmaktadır.

Tablo 5.42: Ev dışında gelir getirici bir işte çalışma durumu

	Sayı	%
Çalışıyor	8	8,8
Çalışmıyor	83	91,2
Toplam	91	100,0

Tablo 5.43: Çalışılan iş

	Sayı (n=8)	%
Doğal bitkilerin toplanması ve dernek üzerinden satışı	5	62,5
Köydeki başka evlere gündelik işlere gitmek	3	37,5
Toplam	8	100,0

Tablo 5.44: Çalışmama sebebi

	Sayı (n=83)	%
İş imkânı yok	29	34,9
Ev işleri, çocuklar var	19	22,9
Eşim izin vermez	16	19,3
İhtiyaç yok	10	12,0
Yaşlıyım	7	8,4
Diğer	2	2,4
Toplam	83	100,0

Araştırmaya katılan kadınların tamamı kız ve erkek çocukların ayırım yapılmaksızın okutulması gerektiğini belirtmiştir. Kadınlar çocukların okutulmasının nedenlerini, yüzde 40,7'si "Eğitim iş sahibi olmalarını sağlar, kimseye muhtaç olmazlar"; yüzde 22,0'si "Bizim gibi olmasın güzel bir hayatı olsun"; yüzde 15,4'ü "Özellikle kız çocukları okusun kendini kurtarsın"; yüzde 15,4'ü "Cahil kalmasın, bilgili olsun"; yüzde 6,6'sı "Ayrımcılık olmadan hepsi okutulmalı" cevaplarını vermişlerdir (Tablo 5.45). Kadınlar eğitimin çocukların hayatında fark yaratacağının ve çocuklarının daha iyi bir hayat yaşamasında anahtar olduğunun bilincindedirler. Kadınlar eğitimi dikey sosyal hareketliliğin temeli olarak görmektedir. Bu algı özellikle kız çocuklarının okumaya teşvik edilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Kadınlar değişim ve dönüşüm arzularını kız çocukları üzerinden gerçekleştirmeye çalışmaktadır.

Tablo 5.45: Çocukların okutulması gerekliliği nedeni

	Sayı	%
Eğitim iş sahibi olmalarını sağlar, kimseye muhtaç olmazlar	37	40,7
Bizim gibi olmasın güzel bir hayatı olsun	20	22,0
Özellikle kız çocukları okusun kendini kurtarsın	14	15,4
Cahil kalmasın, bilgili olsun	14	15,4
Ayrımcılık olmadan hepsi okutulmalı	6	6,6
Toplam	91	100,0

5.4. Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanım Durumu

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 67'si bilgi ve iletişim teknolojileri (radyo, televizyon, cep telefonu, bilgisayar) alımında eşlerinin kendisine danıştığını, alınacak olan eşyaya birlikte karar verdiklerini belirtirken; yüzde 33'ü bu teknolojilerin alımında söz sahibi olmadıklarını belirtmiştir (Tablo 5.46). Bilgi ve iletişim teknolojileri alımında söz sahibi olmadığını belirten kadınlar buna sebep olarak, yüzde 50,0 “Eşim bana danışmaz kendi karar verip alır”; yüzde 36,7 “Aile büyükleri karar verirler”; yüzde 13,3 “Ben anlamadığım için eşim ve çocuklar karar verir” cevaplarını vermişlerdir (Tablo 5.47). Kadınlar eşlerinin kendilerine danışmaması, büyük aile yapısı içerisinde söz haklarının olmaması ve teknolojik bilgi eksikliğinden dolayı BİT alımında söz sahibi olamamaktadır.

Tablo 5.46: BİT alımında söz sahipliği durumu

	Sayı	%
Evet	61	67,0
Hayır	30	33,0
Toplam	91	100,0

Tablo 5.47: BİT alımında söz sahibi olmama nedeni

	Sayı (n=30)	%
Eşim bana danışmaz kendi karar verip alır	15	50,0
Aile büyükleri karar verirler	11	36,7
Ben anlamadığım için eşim ve çocuklar karar verir	4	13,3
Toplam	30	100,0

Araştırmaya katılan kadınların verdikleri bilgilere göre hanelerdeki cep telefonu sayısı dağılımı, 1 adet cep telefonu olan hane yüzde 23,1; 2 adet cep telefonu olan yüzde 33,0; 3 adet cep telefonu olan hane yüzde 22,0; 4 adet cep telefonu olan hane yüzde 12,1; 5 adet cep telefonu olan hane yüzde 8,8 ve 6 adet cep telefonu olan hane yüzde 1,1 şeklindedir (Tablo 5.48). Araştırmaya katılan kadınların yüzde 53,8'i kendine ait bir cep telefonu olduğunu belirtirken yüzde 46,2'si kendine ait bir cep telefonu olmadığını belirtmiştir (Tablo 5.49). Kadınların verdiği cevaplara göre köyde yaşayan toplam birey sayısı 412, toplam cep telefonu sayısı 231 iken bu telefonların yalnızca 49'u kadınlara aittir. Hane başına düşen cep telefonu sayısı 2,53'tür. Kadınların genel içerisindeki cep telefonu sahiplik oranı yüzde 21'dir.

Tablo 5.48: Hanedeki toplam cep telefonu sayısı

Cep telefonu sayısı	Hane Sayısı	%
1	21	23,1
2	30	33,0
3	20	22,0
4	11	12,1
5	8	8,8
6	1	1,1
Toplam	91	100,0

Tablo 5.49: Kadının kendisine ait cep telefonu sahipliği

	Sayı	%
Evet	49	53,8
Hayır	42	46,2
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yaş dağılımına göre cep telefonuna sahip olanlar 16-24 yaş yüzde 2,2; 25-34 yaş yüzde 14,3; 35-44 yaş yüzde 12,1; 45-54 yaş yüzde 13,2; 55-64 yaş yüzde 5,5; 65 yaş ve üzeri yüzde 6,6'dır. Cep telefonuna sahip olmayan kadınların yaş dağılımı 16-24 yaş yüzde 3,3; 25-34 yaş yüzde 4,4; 35-44 yaş yüzde 17,6; 45-54 yaş yüzde 13,2; 55-64 yaş yüzde 6,6; 65 yaş ve üzeri yüzde 1,1'dir (Tablo 5.50). 16-24 yaş arası kadınlarda cep telefonu sahiplik oranı yüzde 2,2 iken 65 yaş ve üzeri kadınlarda cep telefonu sahiplik oranı yüzde 6,6'dır. 35-44 yaş ve 45-54 yaş arası kadınlarda cep telefonu sahiplik oranı birbirine yakınken bu yaş grubu kadınların genellikle çocuklarından sonra cep telefonu sahibi olduğu ya da cep telefonlarını çocukları ile paylaştıkları gözlemlenmiştir.

Araştırmaya katılan kadınların eğitim durumuna göre cep telefonuna sahip olanlar "Hiç okula gitmedi" yüzde 13,2; "Okuryazar" yüzde 3,3; "İlkokul mezunu" yüzde 19,8; "Ortaokul mezunu" yüzde 11,0; "Lise terk" yüzde 1,1; "Lise mezunu" yüzde 4,4; "Yüksek okul/Üniversite mezunu" yüzde 1,1'dir. Eğitim durumuna göre cep telefonu sahibi olmayan kadınlar "Hiç okula gitmedi" yüzde 9,9; "Okuryazar" yüzde 6,6; "İlkokul mezunu" yüzde 23,1; "Ortaokul terk" yüzde 1,1; "Ortaokul mezunu" yüzde 3,3; "Lise terk" yüzde 1,1; "Lise mezunu" yüzde 1,1'dir (Tablo 5.51). Kadınların yüzde 13,2'si hiç okula gitmemiş ve okuma yazma bilmediği halde cep telefonu kullandığını belirtmiştir. Kadınlardan en fazla cep telefonuna sahip olanlar yüzde 19,8

ile “İlkokul mezunu” iken en az cep telefonuna sahip olanlar yüzde 23,1 ile yine “İlkokul mezunu” kadınlardır.

Tablo 5.50: Kadınların yaş dağılımı ve cep telefonu sahiplik durumu ilişkisi

Yaş	Cep telefonu sahiplik durumu		Toplam%
	Evet %	Hayır %	
16-24	2,2	3,3	5,5
25-34	14,3	4,4	18,7
35-44	12,1	17,6	29,7
45-54	13,2	13,2	26,4
55-64	5,5	6,6	12,1
65+	6,6	1,1	7,7
Toplam	53,8	46,2	100,0

Tablo 5.51: Kadınların eğitim durumu ve cep telefonu sahiplik durumu ilişkisi

Eğitim Durumu	Cep telefonu sahiplik durumu		Toplam %
	Evet %	Hayır %	
Hiç okula gitmedi	13,2	9,9	23,1
Okuryazar	3,3	6,6	9,9
İlkokul mezunu	19,8	23,1	42,9
Ortaokul terk	0	1,1	1,1
Ortaokul mezunu	11,0	3,3	14,3
Lise terk	1,1	1,1	2,2
Lise mezunu	4,4	1,1	5,5
Yüksek okul/Üniversite mezunu	1,1	0	1,1
Toplam	53,8	46,2	100,0

Araştırmaya katılan kadınların aylık ortalama hane gelirlerine göre cep telefonu sahiplik oranları “500 TL’den az” yüzde 4,4; “501-1000 TL arası” yüzde 25,3; “1001-2000 TL arası” yüzde 17,6; “2001-3000 TL arası” yüzde 5,5; “3001 TL ve üzeri” yüzde 1,1’dir. Kadınların aylık ortalama hane gelirine göre cep telefonuna sahip olmayanların oranları “500 TL’den az” yüzde 8,8; “501-1000 TL arası” yüzde 20,9; 1001-2000 TL arası yüzde 12,1; “2001-3000 TL arası” yüzde 4,4’tür (Tablo 5.52). Araştırmaya katılan kadınların beyanlarına göre çoğunluğunun aylık ortalama hane gelirleri 501-1000 TL ve 1001-2000 TL aralığında toplanmıştır. Kadınlar arasında en fazla ve en az cep telefonuna sahip olanların hane geliri 501-1000 TL aralığında toplanmıştır.

Tablo 5.52: Hanenin aylık geliri ve kadının cep telefonu sahiplik durumu ilişkisi

Hanenin aylık ortalama geliri	Cep telefonu sahiplik durumu		Toplam%
	Evet%	Hayır%	
500 TL'den az	4,4	8,8	13,2
501-1000 TL arası	25,3	20,9	46,2
1001-2000 TL arası	17,6	12,1	29,7
2001-3000 TL arası	5,5	4,4	9,9
3001 TL ve üzeri	1,1	0	1,1
Toplam	53,8	46,2	100,0

Araştırmaya katılan kadınlar arasında cep telefonu sahibi olmadığını söyleyen 49 kişinin yüzde 69'u kendine ait bir cep telefonu olsun isterken yüzde 31'i kendine ait bir cep telefonunun olmasına gerek duymadığını belirtmiştir (Tablo 5.53). Araştırmaya katılan kadınlar arasında kendine ait bir cep telefonu olmadığı ve kendine ait bir cep telefonuna sahip olmak istediğini belirten kadınlar buna sebep olarak, yüzde 17,2'si "Konuşmak istediğim zaman daha rahat olurum"; yüzde 17,2'si "Çocuklarıma, akrabalarıma istediğim her an ulaşabilmek için"; yüzde 13,8'i "Eşimle ortak kullanıyoruz kendime ait olsun istiyorum"; yüzde 13,8 "Acil bir durumda ya da evde tek başıma olduğum zaman cep telefonunun varlığı bana güven veriyor "; yüzde 6,9'u "İstiyorum fakat eşim izin vermiyor"; yüzde 6,9'u "Eşim telefonunu benimle paylaşmak istemiyor"; yüzde 6,9'u "Haber almak konusunda sıkıntı yaşamamak için cep telefonum olsun isterim", yüzde 6,9'u "Vardı bozuldu" derken geri kalan yüzde 10,4'ü ise "Kullanmayı bilmiyorum, öğrenip ailemi ararım", "Erkekler kullanıyorsa ben de kullanabilmeliyim", "İstiyorum fakat maddi durum yetersiz" cevaplarını vermişlerdir. Cevaplara bakıldığında kadınlar cep telefonu sayesinde konuşmak istedikleri zaman daha rahat olacaklarını, cep telefonunun varlığı ile kendilerini güvende hissedeceklerini ve cep telefonunun güvenlik için gerekliliğini belirtirken, yüzde 13,8 oranında erkeklerin kadınların cep telefonu sahibi olmaları önünde bir engel oldukları görülmektedir.

Tablo 5.53: Cep telefonu olmayan kadının kendine ait bir cep telefonu isteme durumu

	Sayı (n=42)	%
Evet	29	69
Hayır	13	31
Toplam	42	100,0

Araştırmaya katılan kadınlar arasında kendine ait bir cep telefonu olmadığı ve kendine ait bir cep telefonuna sahip olmak istemediğini belirten kadınlar buna sebep

olarak yüzde 38,5 “Eşin, çocukların var yeterli “; yüzde 15,4 “İhtiyaç duymuyorum”; yüzde 15,4 “Kullanmayı bilmiyorum”; yüzde 15,4 “Varlığı beni rahatsız ediyor”; yüzde 15,4 “Ev telefonu yeterli” cevaplarını vermişlerdir (Tablo 5.54). Kadınların cevaplarına bakıldığında, cep telefonunun olmamasını sorun olarak görmeyen kadınlar, kullanmayı bilmemekle birlikte öğrenme korkusu yaşamakta, bunu kendilerine bir ihtiyaç olarak değil varlığının kendilerini tehlikelere açık hale getirecek bir araç olarak görmektedirler.

Tablo 5.54: Cep telefonu sahibi olmayı istememe nedenleri

	Sayı (n=13)	%
Eşin, çocukların var yeterli	5	38,5
Kullanmayı bilmiyorum	2	15,4
Varlığı beni rahatsız ediyor	2	15,4
Ev telefonu yeterli	2	15,4
İhtiyaç duymuyorum	2	15,4
Toplam	13	100,0

Cep telefonu sahibi olan ve cep telefonu kullanıcısı olan kadınların cep telefonu kullanmalarındaki birincil amaçları, yüzde 54,1 “Haberleşme (Çocuklar+Akrabalar)”; yüzde 32,8 “Arama ve Mesajlaşma”; yüzde 6,6 “Acil durumda arama yapmak”; yüzde 4,9 “Yalnızca gelen aramaları cevaplamak”; yüzde 1,6 “İnternet” olarak belirtmiştir (Tablo 5.55).

Tablo 5.55: Cep telefonunun ne amaçla kullanıldığı¹

	Sayı (n=61)	%
Haberleşme (Çocuklar+Akrabalar)	33	54,1
Arama+Mesajlaşma	20	32,8
Acil durumda arama	4	6,6
Sadece biri ararsa cevaplamayı biliyorum	3	4,9
İnternet	1	1,6
Toplam	61	100,0

Cep telefonunun birçok fonksiyonundan yararlandığını belirten 18 kadın cep telefonu kullanmadaki ikincil amaçlarını ise yüzde 61,1 oranında “Fotoğraf çekmek”; yüzde 22,2 oranında “İnternet”; yüzde 16,7 oranında “Müzik dinlemek” olarak belirtmişlerdir. Cevaplardan görüldüğü üzere kadınlar cep telefonunu çoğunlukla

¹ Kadınların cep telefonu kullanım amacı, günlük ortalama cep telefonu kullanım durumu gibi veriler sadece cep telefonu sahibi olan kadınlar değil cep telefonu kullanan kadınların tamamı dikkate alınarak hesaplanmıştır

konuşma amaçlı kullanılmaktadır. Araştırmaya katılan cep telefonu kullanıcısı olduğunu belirten 59 kadının günlük ortalama cep telefonu kullanım oranları, yüzde 49,2’si “Günde 1-3 kez”; yüzde 18,6’si “Günde 4-6 kez”; yüzde 13,6’sı “Haftada 1-2 kez”; yüzde 8,5’i “Gerektiği zaman” cevabını verirken geriye kalan yüzde 3,4’erlik oranlarla “Mümkün oldukça az”, “Günde 7-10 kez”, “Günde 10+” şeklinde dağılım göstermektedir (Tablo 5.56). Kadınlar cep telefonunu yüzde 64,4 oranında “Ev içerisinde”; yüzde 30,5 oranında “Ev dâhil her yerde”; yüzde 3,4 oranında “Ev dışında”; yüzde 1,7 oranında “Ahrda” kullandıklarını belirtmişlerdir (Tablo 5.57). Kadınların verdikleri cevaplara bakıldığında cep telefonunu günlük hayatlarının bir parçası haline getirdikleri ve ihtiyaç duydukça ondan yararlandıkları görülmektedir.

Tablo 5.56: Günlük ortalama cep telefonu kullanım durumu

	Sayı (n=59)	%
Mümkün oldukça az	2	3,4
Gerektiği zaman	5	8,5
Haftada 1-2 kez	8	13,6
Günde 1-3 kez	29	49,2
Günde 4-6 kez	11	18,6
Günde 7-10 kez	2	3,4
Günde 10 +	2	3,4
Toplam	59	100,0

Tablo 5.57: Cep telefonunu genellikle kullandığı yerler

	Sayı (n=59)	%
Ev içinde	38	64,4
Ev dâhil her yerde	18	30,5
Ev dışında	2	3,4
Ahrda	1	1,7
Toplam	59	100,0

Araştırmaya katılan kadınlar cep telefonu kullanarak en fazla görüştükleri kişileri yüzde 55 oranında “Akrabalar”; yüzde 35 oranında “Çocuklar”; yüzde 10 oranında “Eş” şeklinde sıralamışlardır (Tablo 5.58). Kadınların cep telefonu ile konuşma nedenlerini, yüzde 76,6 oranında “Haberleşme (Çocuklar+Akrabalar)”; yüzde 13,3 oranında “Eşim dışarıda olduğunda haber almak”; yüzde 6,7 oranında “Can sıkıntısını gidermek”; yüzde 3,3 oranında “Yemek tarifi almak” şeklinde belirtmişlerdir (Tablo 5.59). Kadınlar cep telefonunu daha çok mesafeleri ortadan kaldırmak için kullanılmaktadır, az da olsa cep telefonunu eğlence amaçlı kullananlar vardır.

Tablo 5.58: Cep telefonu kullanılarak en çok görüşülen kişiler

	Sayı (n=60)	%
Akrabalar	33	55,0
Çocuklar	21	35,0
Eş	6	10,0
Toplam	60	100,0

Tablo 5.59: Cep telefonu ile konuşma nedeni

	Sayı (n=60)	%
Haberleşme (Çocuklar+Akrabalar)	46	76,6
Eşim dışarıda olduğunda haber almak	8	13,3
Can sıkıntısını gidermek	4	6,7
Yemek tarifi almak	2	3,3
Toplam	60	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 81,3'üne göre cep telefonu kadınlar için gerekli bir ihtiyaçken, yüzde 18,7'sine göre cep telefonu kadınlar için gerekli bir ihtiyaç değildir (Tablo 5.60). Kadınlar kendileri için cep telefonunun gerekli bir ihtiyaç olmasının sebeplerini, yüzde 29,8 oranında "İstediğim anda istediğim yeri arayabilmek için"; yüzde 17,7 oranında "Güvenlik için"; yüzde 16,2 oranında "Aile ve tanıdıklarla irtibat kurabilmek için"; yüzde 10,8 oranında "Dışarı çıktığımda kendimi güvende hissetmek için"; yüzde 9,5 oranında "Zaman bunu gerektiriyor, olmaması garip"; yüzde 8,1 oranında "Kadın özgürdür, erkek kullanıyorsa kadında kullanır" cevabını verirken geriye kalan yüzde 8,1 ise "Ev telefonu yoksa gerekli", "Ev telefonu olsa da cep telefonu şart", "Gizli de olsa alıp kullanırdım eşimden önce ben kullanmaya başladım" cevaplarını vermişlerdir (Tablo 5.61). Kadınların cevaplarından da görüleceği üzere kadınlar cep telefonunu güvenlik için gerekli görürken, iletişimin hayatlarının bir parçası olduğunu ve özgür kadın vurguları yaparak cep telefonu kullanmanın hayatlarındaki yerini göstermeye çalışmıştır.

Tablo 5.60: Cep telefonunun kadınlar için gereklilik durumu

	Sayı	%
Evet	74	81,3
Hayır	17	18,7
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınların cep telefonunu kadınlar için gerekli bir ihtiyaç olarak görmeme sebepleri, yüzde 35,3 "Olmazsa olmaz bir ihtiyaç değil, eksikliğini hissetmem"; yüzde 29,5 "Cep telefonu özellikle kız çocukları için tehlikeli"; yüzde 11,8

“Cep telefonuna güvenmiyorum”; yüzde 11,8 “Sevmiyorum”; yüzde 11,8 “Acil bir şey olursa belki” şeklinde sıralanabilir (Tablo 5.62). Kadınlar toplumda oluşan yanlış yargılardan dolayı cep telefonunu tehlikeli olarak kabul etmekte, kullanmaya mesafeli durmaktadırlar. Cep telefonunun kötü yönlerinin öne çıkarılması nedeniyle gençlerin aklını çelebileceğini, özellikle kız çocuklarının evden kaçmalarında bir sebep olduğunu düşünülmektedir. Görüşmeler sırasında bir hanede baba konuşma esnasında *“Eskiden kızlar araçlarla en fazla yakın köylere kaçırdı araya tanıdıklar girer iş tatlıya bağlanırdı, şimdi cep telefonu ile kızlar hiç tanımadıkları bilmedikleri insanlarla konuşup şehir hayatına özenip evden kaçıyor, tehlikeli işlere kalkışıyorlar. Adam belki yalancı, düzenbaz nereden bileceksin...”* diyerek kadınların cep telefonu kullanımı üzerindeki ataerkil yönlendirmeyi özetlemektedir.

Tablo 5.61: Kadınlar için cep telefonunun gerekli bir ihtiyaç olmasının sebepleri

	Sayı (n=74)	%
İstediğim anda istediğim yeri arayabilmek için	22	29,8
Güvenlik için	13	17,7
Aile ve tanıdıklarla irtibat kurabilmek için	12	16,2
Dışarı çıktığımda kendimi güvende hissetmek için	8	10,8
Zaman bunu gerektiriyor, olmaması garip	7	9,5
Kadın özgürdür, erkek kullanıyorsa kadında kullanır	6	8,1
Diğer	6	8,1
Toplam	74	100,0

Tablo 5.62: Kadınlar için cep telefonunun gerekli bir ihtiyaç olmamasının sebepleri

	Sayı (n=17)	%
Olmazsa olmaz bir ihtiyaç değil, eksikliğini hissetmem	6	35,3
Cep telefonu özellikle kız çocukları için tehlikeli	5	29,5
Cep telefonuna güvenmiyorum	2	11,8
Sevmiyorum	2	11,8
Acil bir şey olursa belki	2	11,8
Toplam	17	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 84,6’sı eşinin ya da ailesinin kendisine ait bir cep telefonu olmasına izin verdiğini, yüzde 15,4’ü eşinin ya da ailesinin kendisine ait bir cep telefonu olmasına izin vermediğini belirtmiştir (Tablo 5.63). Araştırmaya katılan kadınlar cep telefonu sahibi olmalarına eş ya da ailelerinin izin verme nedenlerini, yüzde 19,5 “İhtiyaç olduğu için”; yüzde 15,6 “Eşim bana güvenir”; yüzde 15,6 “Cep telefonumu eşim aldı ihtiyaç olarak görüyor”; yüzde 14,3 “Aile içinde haberleşmek için kullanmama izin verir”; yüzde 9,1 “Kadın kendini bildikten sonra

sorun olmaz”; yüzde 6,5 “Maddi imkânlar izin vermiyor imkân olsa kullanırım”; yüzde 5,2 “Güvenlik için”; yüzde 5,2 “Kullanmak herkesin hakkı sınırlama olamaz”; yüzde 5,2 “Eşim karışmaz, ben onun telefonunu karıştırırım” ve geri kalan yüzde 3,9 ise “Hatam olmadığı için izin veriyor”, “Telefonum var ama eşim denetler” şeklinde belirtmiştir (Tablo 5.64). Kadınların verdikleri yanıtlara bakacak olursak eş ya da ailenin telefonu ihtiyaç olarak kabul edip kullanılmasına izin vermesi dışında kadınların verdikleri “Eşim bana güvenir”, “Kadın kendini bildikten sonra sorun olmaz”, “Hatam olmadığı için izin veriyor” cevaplarının altında toplumun kadına öğrettiği nasıl davranması gerektiği bilinciyle şekillenmiş bir otokontrol vardır. Kadınlar cep telefonunu bir eğlence aracı olarak görmekte bunun yanı sıra güvenliği için cep telefonuna ihtiyaç duymaktadır. Verilen cevaplara baktığımızda kadınların cep telefonunun izne bağlı olarak kullanılması gerektiğini onayladığı görülmektedir.

Tablo 5.63: Kadının cep telefonu olmasına eşin/ailenin izin verme durumu

	Sayı	%
Evet	77	84,6
Hayır	14	15,4
Toplam	91	100,0

Tablo 5.64: Kadının cep telefonu sahipliğine eş/aile neden izin veriyor

	Sayı (n=77)	%
İhtiyaç olduğu için	15	19,5
Eşim bana güvenir	12	15,6
Cep telefonumu eşim aldı ihtiyaç olarak görüyor	12	15,6
Aile içinde haberleşmek için kullanmama izin verir	11	14,3
Kadın kendini bildikten sonra sorun olmaz	7	9,1
Maddi imkânlar izin vermiyor imkân olsa kullanırım	5	6,5
Güvenlik için	4	5,2
Kullanmak herkesin hakkı sınırlama olamaz	4	5,2
Eşim karışmaz, ben onun telefonunu karıştırırım	4	5,2
Diğer	3	3,9
Toplam	77	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 15,4’ü kendisine ait bir cep telefonu olmasına eş ya da ailesinin izin vermediğini belirtmiş buna sebep olarak yüzde 71,4 “Eşim gereksiz gördüğü için izin vermiyor”; yüzde 7,1 “Genç kızımız var o yüzden istemiyoruz”; yüzde 7,1 “Eşim beni kıskanıyor”; yüzde 7,1 “Eşi yanıdaysa gerek yok, cep telefonu güvenilir değil”; yüzde 7,1 “Şiddet görüyorum, telefona izin vermez” seçeneklerini sıralamışlardır (Tablo 5.65). Kadınların verdikleri cevaplara baktığımızda

eşlerin cep telefonunu kadınlar için gereksiz olarak görmesi, eşin kadını kıskanması nedeniyle cep telefonunu yasaklaması, kadınları cep telefonunu güvenilir bulmamaları ve kadının şiddet gördüğünü birilerine duyurmasını engellemek adına başkalarıyla iletişimine izin verecek her şeyi yasaklamak gibi durumlar ortaya çıkmaktadır.

Tablo 5.65: Kadının cep telefonu sahipliğine eş/aile neden izin vermiyor

	Sayı (n=14)	%
Eşim gereksiz gördüğü için izin vermiyor	10	71,4
Genç kızımız var o yüzden istemiyoruz	1	7,1
Eşim beni kıskanıyor	1	7,1
Eşi yanındaysa gerek yok, cep telefonu güvenilir değil	1	7,1
Şiddet görüyorum, telefona izin vermez	1	7,1
Toplam	14	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 9,9'u kadın olmanın cep telefonu kullanmaya engel olduğunu belirtirken, yüzde 90,1'i kadın olmanın cep telefonu kullanmaya engel olmadığını belirtmiştir (Tablo 5.66).

Tablo 5.66: Kadın olmanın cep telefonu kullanmaya engel durumu

	Sayı	%
Evet	9	9,9
Hayır	82	90,1
Toplam	91	100,0

Kadın olmayı cep telefonu kullanmaya engel olarak gören kadınlar bunun sebeplerini yüzde 44,4 “Kadınlar biraz kısıtlı kullanmalı tehlikeli yönleri var”; yüzde 33,3 “Kız çocukları için tehlikeli”; yüzde 22,2 “Kadının aklını çeliyorlar, kandırıyorlar” şeklinde açıklamışlardır (Tablo 5.67). Kadınların verdikleri cevaplara baktığımızda cep telefonunun kendilerini tehlikeye açık bir hale getireceği düşüncesine odaklandıkları, bu tehlikelerden kendilerini korumak için tamamen telefondan uzak durdukları ve cep telefonunun kendilerine sağlayacağı faydaların bilincinde olmadıkları görülmektedir. Aynı şekilde yine toplum tarafından öğretilmiş bir gerçek olarak cep telefonundan uzak durmayı kendilerini korumak adına ve kandırılmamak adına doğru bulmaktadırlar.

Tablo 5.67: Kadın olmanın cep telefonu kullanımına engel olmasının nedeni

	Sayı (n=9)	%
Kadınlar biraz kısıtlı kullanmalı tehlikeli yönleri var	4	44,4
Kız çocukları için tehlikeli	3	33,3
Kadının aklını çeliyorlar	2	22,2
Toplam	9	100,0

Tablo 5.68: Kadın olmanın cep telefonu kullanımına engel olmamasının nedeni

	Sayı	%
Düzenli, namuslu kullanırsa engel değil	29	35,4
Normal bir şey, artık bir ihtiyaç	16	19,5
Ayrımcılık olmamalı	11	13,4
Cep telefonu ile alakası yok hata yapan her şartta yapar	8	9,8
Yanlış bir şeyde kullanmıyorum	6	7,3
Karşı çıkanlar yanlış durumlarla karşılaşmamak için istemiyor	5	6,1
Haberleşmek için gerekli	4	4,9
Diğer	3	3,7
Toplam	82	100,0

Araştırmaya katılan kadınlar, kadın olmanın cep telefonu kullanımına engel olmadığına sebeplerini, yüzde 35,4'ü "Düzenli, namuslu kullanırsa engel değil"; yüzde 19,5'i "Normal bir şey, artık bir ihtiyaç"; yüzde 13,4'ü "Ayrımcılık olmamalı"; yüzde 9,8'i "Cep telefonu ile alakası yok hata yapan her şartta yapar"; yüzde 7,3'i "Yanlış bir şeyde kullanmıyorum"; yüzde 6,1'i "Karşı çıkanlar yanlış durumlarla karşılaşmamak için istemiyor"; yüzde 4,9'u "Haberleşmek için gerekli" ve geriye kalan yüzde 3,7 "Ben yaşıyım, bu yaştan sonra benim için engel değil", "Aile düzgün yetiştirmemişse kız tabi telefonu yanlış kullanır", "Ailem izin vermez, kadın telefon kullanmaz diyorlar" şeklinde belirtmiştir (Tablo 5.68). Kadınların verdiği cevaplara baktığımızda kadın olmanın cep telefonu kullanmaya engel olmadığını belirttikleri halde verdikleri "Düzenli, namuslu kullanırsa engel değil", "Ben kendimi bildikten sonra engel değil", "Yanlış bir şeyde kullanmıyorum", "Yanlış durumlarla karşılaşmamak için", "Aile düzgün yetiştirmemişse kız telefonu yanlış kullanır" şeklindeki cevaplar ataerkil yapının çizdiği namus algısı ile kadınların cep telefonu kullanımında kendilerini sınırlandırdıklarını göstermektedir.

Araştırmaya katılan kadınlar, cep telefonu deyince akıllarına ilk gelen şeyleri, yüzde 50,6 "Her an her yerde iletişim kurabilmek"; yüzde 17,6 "Yerinde kullanılınca ihtiyaç"; yüzde 11 "Haberleşme; fakat çocuklar özellikle kız çocukları için tehlike"; yüzde 7,7 "Sevdiklerimle bağlantılı, yakın olmak"; yüzde 5,5 "Tehlikelere açık olduğu

için korkutuyor”; yüzde 4,4 “Can sıkıntısı için meşguliyet”; yüzde 3,3 “Aklı olan telefonu haberleşme dışında kötü bir amaç için kullanmaz” şeklinde belirtmişlerdir (Tablo 5.69). Kadınların verdikleri cevaplara baktığımızda cep telefonunu mesafeleri kısaltan ve çağın gerektirdiği bir ihtiyaç, eğlence için bir araç olarak görmekle birlikte cep telefonunun kötü ve çeldirici, kandırılmalarına neden olan bir araç olduğunu belirtilmektedir.

Tablo 5.69: Cep telefonu deyince akla gelenler

	Sayı	%
Her an her yerde iletişim kurabilmek	46	50,6
Yerinde kullanılınca ihtiyaç	16	17,6
Haberleşme; fakat çocuklar özellikle kız çocukları için tehlike	10	11,0
Sevdiklerimle bağlantılı, yakın olmak	7	7,7
Tehlikelere açık olduğu için korkutuyor	5	5,5
Can sıkıntısı için meşguliyet	4	4,4
Aklı olan telefonu haberleşme dışında kötü bir amaç için kullanmaz	3	3,3
Toplam	91	100,0

Tablo 5.70: Cep telefonuna sahip olmamanın sorun olması durumu

	Sayı	%
Evet	41	45,1
Hayır	50	54,9
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 45,1’i kendilerine ait bir cep telefonu olmamasının sorun olduğunu belirtirken, yüzde 54,9’u bunun bir sorun olmadığını belirtmişlerdir (Tablo 5.70).

Tablo 5.71: Cep telefonuna sahip olmamanın sorun olduğunu belirtenlerin sebepleri

	Sayı (n=41)	%
Parçam gibi yokluğunda kendimi yalnız, eksik hissederim	14	34,2
Tek başına olduğumda korkuyorum	6	14,6
Acil bir durum olduğunda gerekli	5	12,2
Cep telefonu ev içerisinde vakit geçirmeyi sağlar	4	9,8
Uzaktakilerle haberleşmemi sağlıyor	4	9,8
Başkasından istemem, daha rahat konuşabilirim	4	9,8
Bu devirde gerekli	2	4,9
Dünya ile bağ kurmamı sağlıyor	1	2,4
Dışarıda olunca önemli bir sorun	1	2,4
Toplam	41	100,0

Cep telefonunun olmamasını sorun olarak gören kadınların sayısının neredeyse yarıya yakın olması kadınlar adına bir farkındalık oluştuğunu gösteriyor diyebiliriz.

Araştırmaya katılan kadınlardan kendine ait bir cep telefonunun olmamasını sorun olarak görenler sebeplerini, yüzde 34,2 “Parçam gibi yokluğunda kendimi yalnız, eksik hissederim”; yüzde 14,6 “Tek başına olduğumda korkuyorum”; yüzde 12,2 “Acil bir durum olduğunda gerekli”; yüzde 9,8 “Cep telefonu ev içerisinde vakit geçirmeyi sağlar”; yüzde 9,8 “Uzaktakilerle haberleşmemi sağlıyor”; yüzde 9,8 “Başkasından istemem, daha rahat konuşabilirim”; yüzde 4,9 “Bu devirde gerekli”; yüzde 2,4 “Dünya ile bağ kurmamı sağlıyor”; yüzde 2,4 “Dışarıda olunca önemli bir sorun” şeklinde açıklamışlardır (Tablo 5.71). Kadınlar cep telefonunu yalnızlıklarını giderecek bir arkadaş ve neredeyse bir parçaları olarak görmekte ve güvenlik açısından yalnız kaldıklarında cep telefonunun kendilerine güven verdiğini belirtmişlerdir.

Araştırmaya katılan kadınlardan kendine ait cep telefonu olmamasını sorun olarak görmeyenler sebeplerini, yüzde 34,0 “Kullanabileceğim başka iletişim aracı varsa cep telefonu şart değil”; yüzde 18 “Eşimin/çocukların telefonunu kullanıyorum gerekli değil”; yüzde 18,0 “Daha önemli sorunlarımız var”; yüzde 12,0 “İhtiyaç duymuyorum, bana bir faydası yok”; yüzde 10 “Olmasa aramam bağımlılığım yok”; yüzde 4 “Cep telefonu her yeri berbat etti”; yüzde 2 “Bekârken önemliydi evlendikten sonra önemli değil”; yüzde 2 “Gece evde tek kalmasam gerekli olduğunu düşünmem” şeklinde açıklamışlardır (Tablo 5.72). Kadınların verdikleri cevaplara baktığımızda, ihtiyaçlarını giderecek başka araçlar olduğunda kendilerine ait bir cep telefonu olmasının şart olmadığını, tek kaldıkları zaman dışında cep telefonuna ihtiyaç duymadıklarını, cep telefonunun kendilerine sağlayacağı bir faydanın olmadığını ve cep telefonunun toplumsal düzeni bozduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir.

Tablo 5.72: Cep telefonuna sahip olmamanın sorun olmadığını belirtenlerin sebepleri

	Sayı (n=50)	%
Kullanabileceğim başka iletişim aracı varsa cep telefonu şart değil	17	34,0
Eşimin/çocukların telefonunu kullanıyorum gerekli değil	9	18,0
Daha önemli sorunlarımız var	9	18,0
İhtiyaç duymuyorum, bana bir faydası yok	6	12,0
Olmasa aramam bağımlılığım yok	5	10,0
Cep telefonu her yeri berbat etti	2	4,0
Bekârken önemliydi evlendikten sonra önemli değil	1	2,0
Gece evde tek kalmasam gerekli olduğunu düşünmem	1	2,0
Toplam	50	100,0

Araştırmaya katılan kadınlardan “Cep telefonu kullanmak kadın işidir”, “Cep telefonu kullanmak erkek işidir”, “Kadın da erkek de cep telefonu kullanabilir” yargılarından hangisini doğru olarak kabul ettiklerini belirtmeleri istenmiştir. Kadınlardan hiçbiri “Cep telefonu kullanmak kadın işidir” yanıtını vermezken, yüzde 91,2’si “Kadın da erkek de cep telefonu kullanabilir”; yüzde 8,8’i ise “Cep telefonu kullanmak erkek işidir” yanıtını vermiştir (Tablo 5.73). Cep telefonu kullanmayı erkek işi olarak görenler az da olsa vardır ve karşılaştıkları ya da duydukları bazı olaylardan dolayı cep telefonuna karşı önyargılı yaklaşmaktadırlar.

Tablo 5.73: Cep telefonu ile ilgili kabul edilen görüş

	Sayı	%
Cep telefonu kullanmak kadın işidir	0	0
Cep telefonu kullanmak erkek işidir	8	8,8
Kadın da erkek de cep telefonu kullanabilir	83	91,2
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 23,1’i hanede sabit telefonun olduğunu; yüzde 76,9’u ise sabit telefonlarının olmadığını belirtmiştir (Tablo 5.74). Kadınlar sabit telefon ile ilgili düşüncelerini, yüzde 46,1’i “Cep telefonu olunca sabite gerek kalmadı”; yüzde 29,2’si “Faturalar yüksek kapattırdık”; yüzde 7,9’u “Evde olması şart vazgeçmem”; yüzde 6,7’si “Evde haberleşmek için sabit telefon kullanıyoruz”; yüzde 3,4’ü “Cep telefonumuz yok sabit telefon kullanıyoruz” geriye kalan yüzde 6,7’si “Sabit hatları aramak için ücreti daha uygun”, “Komşularla aramızda çaldır kapat ile haberleşiyoruz”, “İnternet için açık duruyor”, “Eşim ben konuşmayım diye kapattırdı” olarak belirtmişlerdir (Tablo 5.75). Hanelerde sabit telefonlar genellikle yüksek faturalar ve cep telefonunun varlığı ile birlikte kapatılmıştır. En dikkat çekici veri kadınların kendi aralarında sabit telefon ile çaldır kapat yaparak birbirleri ile haberleştiklerini belirtmeleridir, kadınlar telefonu kullanarak kendilerine has bir haberleşme dili oluşturmuşlardır.

Tablo 5.74: Hanede sabit telefon sahiplik durumu

	Sayı	%
Evet	21	23,1
Hayır	70	76,9
Toplam	91	100,0

Tablo 5.75: Sabit telefon ile ilgili düşünceleri

	Sayı	%
Cep telefonu olunca sabite gerek kalmadı	41	46,1
Faturalar yüksek kapattırdık	26	29,2
Evde olması şart vazgeçmem	7	7,9
Evde haberleşmek için sabit telefon kullanıyoruz	6	6,7
Cep telefonumuz yok sabit telefon kullanıyoruz	3	3,4
Diğer	6	6,7
Toplam	89	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 96,7'si televizyonu gerekli bir ihtiyaç olarak görürken yüzde 3,3'ü gereksiz olduğunu belirtmiştir (Tablo 5.76). Araştırmaya katılan kadınlar arasında televizyonu gerekli bir ihtiyaç olarak görenler sebeplerini, yüzde 20,5'i "Dünyada neler olduğunu haber almak"; yüzde 19,3'ü "Can sıkıntısı gidermek"; yüzde 18,2'si "Eğlenmek"; yüzde 14,8'i "Zaman geçirmek"; yüzde 6,9'i "Her şeyi görüp öğrenmemizi sağlıyor"; yüzde 5,7'si "Çocuk bakıcısı gibi, çocukları evde tutuyor"; yüzde 5,7'si "Köyde yapılacak başka aktivite yok" ve geriye kalan yüzde 9,0'u ise "Dünya ile bağlantını sağlıyor", "Dışarıya kapalıyım tek eğlencem", "Komşuluk bittiği için televizyon bu kadar önemli" şeklinde belirtmişlerdir (Tablo 5.77). Kadınlar televizyonu, köy hayatı içerisinde can sıkıntısı giderecek bir eğlence aracı, dış dünyayla bağlantılarını sağlayan ve görsel olarak her şeyi sunan bir arkadaş, haber ve bilgi kaynağı olarak görmektedir, bununla birlikte kadınların dışarıya kapalı olmaları, komşularla görüşmemeleri sonucu açığa çıkan yalnızlığı dolduran araç kadınlar için televizyon olmuştur.

Tablo 5.76: Televizyonun gerekli bir ihtiyaç olması durumu

	Sayı	%
Evet	88	96,7
Hayır	3	3,3
Toplam	91	100,0

Tablo 5.77: Televizyonu ihtiyaç olarak görenlerin sebepleri

	Sayı	%
Dünyada neler olduğunu haber almak	18	20,5
Can sıkıntısı gidermek	17	19,3
Eğlenmek	16	18,2
Zaman geçirmek	13	14,8
Her şeyi görüp öğrenmemizi sağlıyor	6	6,9
Çocuk bakıcısı gibi, çocukları evde tutuyor	5	5,7
Köyde yapılacak başka aktivite yok	5	5,7
Diğer	8	9,0
Toplam	88	100,0

Televizyonu ihtiyaç olarak görmeyen kadınların yüzde 33,3'ü “İlgimi çekmiyor”; yüzde 33,3'ü “Kapatıp kafayı dinlemeyi seçiyorum”; yüzde 33,3'ü “Televizyon insanlar arasındaki iletişimi kopardı” yanıtını vermişlerdir (Tablo 5.78).

Tablo 5.78: Televizyonu ihtiyaç olarak görmeyenlerin sebepleri

	Sayı	%
İlgimi çekmiyor	1	33,3
Kapatıp kafayı dinlemeyi seçiyorum	1	33,3
Televizyon insanlar arasındaki iletişimi kopardı	1	33,3
Toplam	3	100,0

Tablo 5.79: Televizyon izleme sıklığı

	Sayı	%
Günde 1 saatten az	3	3,3
Günde 2-4 saat	68	74,8
Günde 5-7 saat	12	13,2
Gün boyu	8	8,8
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınların televizyon izleme sıklıkları, yüzde 3,3 “Günde 1 saatten az”; yüzde 74,8 “Günde 2-4 saat”; yüzde 13,2 “Günde 5-7 saat” ve yüzde 8,8 “Gün boyu” şeklinde dağılım göstermektedir (Tablo 5.79). Cevaplardan görüldüğü üzere kadınlar televizyonu hayatlarında önemli bir yere oturtmuş ve günlerinin önemli bir kısmını onun başında geçiriyor durumdalar.

Tablo 5.80: Televizyonda izlenen program türü

	Sayı	%
Dizi	46	51,1
Kadın programları	17	18,9
Haberler	16	17,8
Dini programlar	6	6,7
Diğer	5	5,5
Toplam	91	100,0

Kadınların televizyonda izlemeyi en çok tercih ettiği program türü yüzde 51,1'lik oranda “Dizi”; yüzde 18,9 oranında “Kadın programları”; yüzde 17,8 oranında “Haberler”; yüzde 6,7 oranında “Dini programlar” ve geriye kalan yüzde 5,5'lik oran ise “Yarışma programları”, “Eğlence programları”, “Tartışma programları”, ve “Televizyondan radyo dinliyorum” yanıtlarını vermiştir (Tablo 5.80). Kadınların en çok tercih ettikleri programlar arasında yer alan dizi, kadın programları ve haberler,

kadınların televizyonu bir ihtiyaç olarak görme nedenleri olarak ilk sıralarda gösterdikleri dünyadan haberdar olmak, zaman geçirmek, can sıkıntısı gidermek cevaplarıyla uyumluluk göstermektedir.

Kadınlar izledikleri programlar arasında özellikle takip ettikleri programların isimleri (herkes belirtmedi) “Esra Erol”, “Müge Anlı”, “Ben Bilmem Eşim Bilir” ve “Kaynana Gelin Sedaya Gelin”, “Zahide Yetiş”, “Doktor Feridun”, “İbrahim Saraç” programlarını saymışlardır. İlerleyen cevaplarda karşımıza çıkacak olan kadın programları (“Esra Erol”, “Müge Anlı”, “Ben Bilmem Eşim Bilir” ve “Kaynana Gelin Sedaya Gelin”) birçok kişi tarafından özellikle takip edilirken bazı kadınlar tarafından toplumsal yapıya uymadığı için uygunsuz programlar olarak nitelendirilmiştir.

Kırsal alanda yaşayan kadınların tarımla ilgili televizyon programlarını takip ediyor olmaları, durumlarını iyileştirmek adına önemli olarak görülmesine rağmen araştırmaya katılan kadınların yüzde 53,8’i bu programları izlemediklerini, yüzde 30,8’i izlediklerini, yüzde 15,4’ü ise ara sıra izlediklerini belirtmiştir (Tablo 5.81). Yaptıkları işler ile ilgili programları takip ettiklerini belirten kadınlara izledikleri programların türü sorulmuş yüzde 40 “Bereket TV”; yüzde 32,5 “Tarım ile ilgili programlar” yüzde 15 “Hayvan bakımı ile ilgili programlar”; yüzde 7,5 “Hayvan fiyatları ile ilgili programlar” ve yüzde 5 “Köy TV” cevapları alınmıştır (Tablo 5.82). Hanelerde televizyon, özellikle erkekler tarafından doğrudan bilgi almanın aracı olarak görülmektedir. Çoğunlukla erkeklerin bilgi yoğun haber, tartışma programları ve tarımsal faaliyetlerle ilgili yayınları izlemesi buna karşılık kadınların kurmaca olan kadın programları ve dizileri seçmesi toplumsal cinsiyet rollerinin devamı olarak değerlendirilebilir.

Tablo 5.81: Yapılan işlerle ilgili program izleme durumu

	Sayı	%
Evet	28	30,8
Hayır	49	53,8
Ara sıra	14	15,4
Toplam	91	100,0

Tablo 5.82: Yapılan işlerle ilgili izlenen program türü

	Sayı (n=40)*	%
Bereket TV	16	40,0
Tarım ile ilgili programlar	13	32,5
Hayvan bakımı	6	15,0
Hayvan fiyatları	3	7,5
Köy TV	2	5,0
Toplam	40	100,0

* Bu soru köyde yapılan işlerle ilgili programları izleme durumuna “Evet” ve “Ara sıra” cevaplarını veren toplam 42 kadına sorulmuş ve 40 kadından cevap alınmıştır.

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 97,6’sı “Ulusal kanalları” izlemeyi tercih ettiğini belirtirken yüzde 2,4’ü “Yerel kanalları” izlediklerini belirtmiştir (Tablo 5.83).

Tablo 5.83: Televizyonda izlenen kanal türü

	Sayı (n=84)	%
Ulusal kanallar	82	97,6
Yerel kanallar	2	2,4
Toplam	84	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 78’i televizyonda çıkan programlardan rahatsızlık duyduklarını belirtirken, yüzde 22’si herhangi bir programdan rahatsız olmadıklarını belirtmiştir (Tablo 5.84).

Tablo 5.84: Televizyonda çıkan programlardan rahatsızlık duyma durumu

	Sayı	%
Evet	71	78,0
Hayır	20	22,0
Toplam	91	100,0

Kadınlar rahatsızlık duydukları programları yüzde 28,2 “Cinsel içerikli yayınlar”; yüzde 15,5 “Cinayet, şiddet haberleri”; yüzde 12,7 “Kadın bedenini konu alan reklamlar”; yüzde 12,7 “Kadın programları”; yüzde 9,9 “Evlilik programları”; yüzde 5,6 “Gençlik dizileri” ve geriye kalan yüzde 15,4’ü ise “Ürün pazarlama reklamları”, “Sohbet hatları”, “Terör dizileri”, “Rap müzik” olarak belirtmiştir (Tablo 5.85).

Tablo 5.85: Rahatsızlık duyulan program türü

Program türü	Sayı (n=71)	%
Cinsel içerikli yayınlar	20	28,2
Cinayet, şiddet haberleri	11	15,5
Kadın bedenini konu alan reklamlar	9	12,7
Kadın programları	9	12,7
Evlilik programları	7	9,9
Gençlik dizileri	4	5,6
Diğer	11	9,8
Toplam	71	100,0

Araştırmaya katılan kadınlar televizyonda yayınlanan programlardan rahatsız olma nedenlerini yüzde 55,2 “Örf adetlerimize ters”; 13,4 “Utaniyorum”; yüzde 11,9 “İnsanın psikolojisini etkiliyor” yüzde 9 “Üzülüyorum” ve geriye kalan yüzde 10,5 “İnsanları kandırıyorlar”, “Sıkılıyorum”, “İnsanlarla dalga geçiyorlar” şeklinde belirtmişlerdir (Tablo 5.86). Kadınlar televizyon yayınlarında daha çok kadın bedeni ile ilgili olarak gösterilen yayınlardan rahatsız olmaktadır, cinsel içerikli yayınlar ve kadın bedenini konu alan reklamların utanmalarına neden olduğunu, örf adetlerin bunları kabul etmediğini belirtmişlerdir. Kadın programları, evlendirme programları ve gençlik dizilerinin toplumsal düzene zarar verdiğini, özellikle kadına yönelik cinayet ve şiddet haberlerinden psikolojik olarak etkilendiklerini, üzüldüklerini belirtmişlerdir.

Tablo 5.86: Rahatsız olma sebebi

	Sayı (n=67)	%
Örf adetlerimize ters	37	55,2
Utaniyorum	9	13,4
İnsanın psikolojisini etkiliyor	8	11,9
Üzülüyorum	6	9,0
Diğer	7	10,5
Toplam	67	100,0

Araştırmaya katılan kadınlar günlük radyo dinleme durumlarını yüzde 78’i “Hiç”, yüzde 12,1’i “Ara sıra”; yüzde 7,7’si “1-2 saat”; yüzde 2,2’si “Sürekli” şeklinde belirtmişlerdir (Tablo 5.87). Radyo dinlediğini belirten kadınların radyoda dinlemeyi tercih ettiği programlar yüzde 95 “Müzik programları” ve yüzde 5 “Dini programlar” olarak dağılım göstermektedir (Tablo 5.88). Radyo dinlediğini belirten kadınların tamamı genellikle ev işleri yaparken radyo dinlemeyi tercih ettiğini belirtmişlerdir, ahırda ya da bahçede çalışırken radyo ya da müzik dinlediğini belirten olmamıştır.

Tablo 5.87: Radyo dinleme sıklığı

	Sayı	%
Hiç	71	78,0
Ara sıra	11	12,1
1-2 saat	7	7,7
Sürekli	2	2,2
Toplam	91	100,0

Tablo 5.88: Radyoda dinlenen programlar

	Sayı (n=20)	%
Dini programlar	1	5,0
Müzik programları	19	95,0
Toplam	20	100,0

Araştırmaya katılan kadınlar televizyon ve radyo programlarının veya reklamlarının seçim dönemlerinde oy tercihleri etkileme durumu yüzde 15,4 “Evet etkiliyor”, yüzde 84,6 “Hayır etkilemiyor” olarak belirtmiştir (Tablo 8.89). Seçim dönemlerinde çıkan reklam ve tanıtımların oy tercihlerini etkilediğini söyleyen kadın sayısı bilgi ve iletişim teknolojilerinin toplumu etkileme ve yönlendirme özelliğine örnek olabilir.

Tablo 5.89: Televizyon ve radyo programlarının veya reklamlarının oy tercihlerini etkileme durumu

	Sayı	%
Evet	14	15,4
Hayır	77	84,6
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınların verdikleri bilgilere göre katılımcıların yüzde 29,7’si hanelerinde bilgisayar olduğunu, yüzde 70,3’ü hanelerinde bilgisayar olmadığını belirtmişlerdir (Tablo 5.90). Araştırma yapılan hanelerin aylık gelirine göre bilgisayara sahip olanlar, “500 TL’den az” yüzde 1,1; “501-1000 TL arası” yüzde 9,9; “1001-2000 TL arası” yüzde 13,2; “2001-3000 TL arası” yüzde 5,5’tir. Araştırma yapılan hanelerin aylık gelirine göre bir bilgisayara sahip olmayanlar, “500 TL’den az” yüzde 12,1; “501-1000 TL arası” yüzde 36,3; “1001-2000 TL arası” yüzde 16,5; “2001-3000 TL arası” yüzde 4,4; “3001 TL ve üzeri” yüzde 1,1’dir.

Tablo 5.90: Hanenin bilgisayar sahiplik durumu

	Sayı	%
Evet	27	29,7
Hayır	64	70,3
Toplam	91	100,0

Tablo 5.91: Hanenin aylık geliri ve bilgisayar sahiplik durumu ilişkisi

Hanenin aylık ortalama geliri	Bilgisayar sahiplik durumu		Toplam%
	Evet%	Hayır%	
500 TL'den az	1,1	12,1	13,2
501-1000 TL arası	9,9	36,3	46,2
1001-2000 TL arası	13,2	16,5	29,7
2001-3000 TL arası	5,5	4,4	9,9
3001 TL ve üzeri	0	1,1	1,1
Toplam	29,7	70,3	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 14,3'ü bilgisayar kullandığını, yüzde 85,7'si bilgisayar kullanmadığını belirtmiştir (Tablo 5.92). Köyde bilgisayar sahibi hane sayısı 27 olduğu halde hanelerinde bilgisayar olmasına rağmen kullanan kadınlar yalnızca yüzde 14,3'tür.

Tablo 5.92: Bilgisayar kullanım durumu

	Sayı	%
Evet	13	14,3
Hayır	78	85,7
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yaş dağılımına göre bilgisayar kullananlar 25-34 yaş yüzde 5,4; 35-44 yaş yüzde 4,4; 45-54 yaş yüzde 4,4'tür. Bilgisayar kullanmayan kadınların yaş dağılımı 16-24 yaş yüzde 5,5; 25-34 yaş yüzde 13,2; 35-44 yaş yüzde 25,3; 45-54 yaş yüzde 22,0; 55-64 yaş yüzde 12,1; 65 yaş ve üzeri yüzde 7,7'dir (Tablo 5.93). 16-24, 55-64 ve 65 yaş ve üzeri kadınların hiçbiri bilgisayar kullanmamaktadır. Kadınlarda en fazla bilgisayar kullanım oranı 25-34 yaş grubundayken en az bilgisayar kullanım oranı 35-44 yaş grubundadır.

Tablo 5.93: Kadınların yaşı ve bilgisayar kullanımı ilişkisi

Yaş	Bilgisayar kullanım durumu		Toplam %
	Evet %	Hayır %	
16-24	0	5,5	5,5
25-34	5,4	13,2	18,7
35-44	4,4	25,3	29,7
45-54	4,4	22,0	26,4
55-64	0	12,1	12,1
65+	0	7,7	7,7
Toplam	14,3	85,7	100,0

Araştırmaya katılan kadınların eğitim durumuna göre bilgisayar kullanımı “Hiç okula gitmedi” yüzde 1,1; “İlkokul mezunu” yüzde 5,5; “Ortaokul mezunu” yüzde 3,3; “Lise mezunu” yüzde 3,3; “Yüksekokul/Üniversite mezunu” yüzde 1,1’dir. Eğitim durumuna göre bilgisayar kullanmayan kadınlar “Hiç okula gitmedi” yüzde 22,0; “Okuryazar” yüzde 9,9; “İlkokul mezunu” yüzde 37,4; “Ortaokul terk” yüzde 1,1; “Ortaokul mezunu” yüzde 11,0; “Lise terk” yüzde 2,2; “Lise mezunu” yüzde 2,2’dir (Tablo 5.94). Kadınlarda en fazla bilgisayar kullanım oranı yüzde 5,5 ile “İlkokul mezunu” kadınlardayken, en az bilgisayar kullanım oranı yüzde 37,4 ile yine “İlkokul mezunu” kadınlardadır.

Tablo 5.94: Kadınların eğitimi ve bilgisayar kullanımı ilişkisi

Eğitim durumu	Bilgisayar kullanım durumu		Toplam %
	Evet %	Hayır %	
Hiç okula gitmedi	1,1	22,0	23,1
Okuryazar	0	9,9	9,9
İlkokul mezunu	5,5	37,4	42,9
Ortaokul terk	0	1,1	1,1
Ortaokul mezunu	3,3	11,0	14,3
Lise terk	0	2,2	2,2
Lise mezunu	3,3	2,2	5,5
Yüksekokul/Üniversite mezunu	1,1	0	1,1
Toplam	14,3	85,7	100,0

Bilgisayar kullandıklarını belirten kadınların bilgisayar kullanım amaçları, yüzde 25 “Facebook hesabım var”; yüzde 16,7 “Geçmişte kullandım”; yüzde 16,7 “Okulda öğrendim” yüzde 8,3 “Araştırma yapmak için”; yüzde 8,3 “İnternet için”; yüzde 8,3 “Çocuğum için öğrendim, onun bilgilenmesi için”; yüzde 8,3 “Akrabalarla görüşmek için”; yüzde 8,3 “Oyun oynuyorum” olarak belirtmiştir (Tablo 5.95). Bilgisayar kullandığını söyleyen kadınlar internetten, sosyal paylaşım sitelerinden ve görüntülü görüşmelerden haberdar durumdadırlar ve bunları kullanmaktadırlar.

Araştırmaya katılan kadınlar arasında bilgisayar kullanmadığını belirtenlerin sebepleri, yüzde 30,4 “Evde yok kullanacak başka yer yok”; yüzde 25,3 “Gereksiz zaman kaybı, ilgimi çekmiyor”; yüzde 12,7 “Kullanma ihtiyacı duymuyorum”; yüzde 11,4 “Yaşlıyım kullanamam”; yüzde 8,9 “Okuma yazmam yok kullanamam”; yüzde 3,8 “Kullanmayı bilmiyorum” ve yüzde 7,6 “Diğer” (“Cinayet, kandırmaca var insanı yanıltıyor”; “Tek başıma kullanamıyorum başkalarından yardım alıyorum”; “Ben kullanmıyorum ama gelinlerim kullanıyor”; “Kullanmama izin verilmez”) şeklinde belirtmişlerdir (Tablo 5.96). Kadınların bilgisayar kullanması önündeki en büyük engel ev içerisinde bilgisayar olmadığı için kullanacak başka bir yer bulamamak, bilgisayarın faydalı yönlerinden habersiz oldukları için zaman kaybı olarak görmeleri; buna rağmen tehlikeli olabilecek yönlerinin kendilerine başkaları tarafından özellikle haber programları aracılığıyla sürekli hatırlatılması, kırsal alanda yaşayan kadının en büyük sıkıntılarından biri olan okuma yazma bilmeme, teknoloji korkularının olması ve eşin/ailenin kullanmasına izin vermemesi faktörleri ortaya çıkmaktadır.

Tablo 5.95: Bilgisayarı kullanma amacı

	Sayı (n=12)*	%
Facebook hesabım var	3	25,0
Geçmişte kullandım	2	16,7
Okulda öğrendim	2	16,7
Araştırma yapmak için	1	8,3
İnternet için	1	8,3
Çocuğum için öğrendim, onun bilgilenmesi için	1	8,3
Akrabalarla görüşmek için	1	8,3
Oyun oynuyorum	1	8,3
Toplam	12	100,0

*Bilgisayar kullandığını belirten 13 kadından 1'i bilgisayar kullanmayı bilmesine rağmen evinde bilgisayar olmadığı için şu an kullanmadığını belirtmiştir; o nedenle kadınların bilgisayar kullanım amacı 12 birey üzerinden hesaplanmıştır.

Tablo 5.96: Bilgisayar kullanmama nedeni

	Sayı	%
Evde yok kullanacak başka yer yok	24	30,4
Gereksiz zaman kaybı, ilgimi çekmiyor	20	25,3
Kullanma ihtiyacı duymuyorum	10	12,7
Yaşlıyım kullanamam	9	11,4
Okuma yazmam yok kullanamam	7	8,9
Kullanmayı bilmiyorum	3	3,8
Diğer	6	7,6
Toplam	79	100,0

Araştırmaya katılan kadınlar bilgisayar denilince akıllarına gelen ilk şeyi, yüzde 19,8 “Çocukların eğitimi için gerekli”; yüzde 15,4 “Bilmediğin şeyleri öğreniyorsun”; yüzde 9,9 “İnsanlar birbirleri ile konuşuyor, fotoğraf gönderiyorlar, sosyal paylaşım siteleri”; yüzde 7,7 “İnsanları bağımlı hale getiriyor, insanlar arasındaki iletişimi koparıyor”; yüzde 6,6 “Bilmediğim bir dünya, dipsiz bir kuyu”; yüzde 5,5 “Tehlikeli içerikler var”; yüzde 5,5 “Benim için hiçbir anlamı yok, anlamıyorum”; yüzde 5,5 “Her şeyin içinde olduğu kutu”; yüzde 4,4 “Sadece duydum hiç görmedim”; yüzde 4,4 “İnsanlar arasındaki iletişimi koparıyor, herkes bağımsız davranıyor”; yüzde 4,4 “Her şeye çözüm üreten bir alet”; yüzde 3,3 “Televizyon gibi bir şey ama ne işe yaradığını bilmiyorum”; yüzde 3,3 “Korkuyorum, insanı yoldan çıkarıyor”; yüzde 3,3 “Çağın tüm gelişmelerini önümüze seriyor” ve yüzde 8,8 “Diğer” (“Teknoloji”, “Sohbet ediyorlar, yalan söylüyorlar, kötü”, “Oyun, eğlence”, “Zaman kaybı”, “İletişim aracı ama zengin işi”, “Bilgisayar keşke hiç olmasa, eve almam”) olarak belirtmişlerdir (Tablo 5.97).

Tablo 5.97: Bilgisayar denilince akla ilk gelen şey

	Sayı	%
Çocukların eğitimi için gerekli	18	19,8
Bilmediğin şeyleri öğreniyorsun	14	15,4
İnsanlar birbirleri ile konuşuyor, fotoğraf gönderiyorlar, sosyal paylaşım siteleri	9	9,9
İnsanları bağımlı hale getiriyor, insanlar arasındaki iletişimi koparıyor	7	7,7
Bilmediğim bir dünya, dipsiz bir kuyu	6	6,6
Tehlikeli içerikler var	5	5,5
Benim için hiçbir anlamı yok, anlamıyorum	5	5,5
Her şeyin içinde olduğu kutu	5	5,5
Sadece duydum hiç görmedim	4	4,4
Her şeye çözüm üreten bir alet	4	4,4
Televizyon gibi bir şey ama ne işe yaradığını bilmiyorum	3	3,3
Korkuyorum, insanı yoldan çıkarıyor	3	3,3
Çağın tüm gelişmelerini önümüze seriyor	3	3,3
Diğer	8	8,8
Toplam	91	100,0

Kadınların bilgisayarın ne olduğunu bilmemeleri onları bilgisayara karşı bazen çok ilgili fazla anlam yükler, bazen de korku ile yaklaşır bir hale getirmiştir. İnsanlar arasındaki bağı kopardığı, bağımlılık nesnesi olduğu, tehlikelere açık olduğu, insanı kandıran ve dolandıran bir kapı olduğu algısı bilgisayar ve internetin yararlı yanlarından çok dolandırılma ve kandırılma yönleri ile haber olarak topluma sunulmasından kaynaklanmaktadır.

Araştırmaya katılan kadınların verdikleri yanıtlara göre hanede internet bağlantısı olanlar yüzde 27,5; internet bağlantısı olmayanlar yüzde 72,5’lik bir orandadır (Tablo 5.98). Bilgisayar sahibi olduğunu belirten 27 haneden 25’inde internet bulunmaktadır.

Tablo 5.98: Hanede internet bağlantısı sahipliği

	Sayı	%
Evet	25	27,5
Hayır	66	72,5
Toplam	91	100,0

Tablo 5.99: Hanenin aylık ortalama geliri ve internet sahiplik durumu

Hanenin aylık ortalama geliri	İnternet sahiplik durumu		Toplam %
	Evet %	Hayır %	
500 TL'den az	0	13,2	13,2
501-1000 TL arası	11,0	35,2	46,2
1001-2000 TL arası	12,1	17,6	29,7
2001-3000 TL arası	4,4	5,5	9,9
3001 TL ve üzeri	0	1,1	1,1
Toplam	27,5	72,5	100,0

Araştırma yapılan hanelerin aylık gelirine göre internete sahip olanlar, “501-1000 TL arası” yüzde 11,0; “1001-2000 TL arası” yüzde 12,1; “2001-3000 TL arası” yüzde 4,4’tür. Araştırma yapılan hanelerin aylık gelirine göre internete sahip olmayanlar, “500 TL'den az” yüzde 13,2; “501-1000 TL arası” yüzde 35,2; “1001-2000 TL arası” yüzde 17,6; “2001-3000 TL arası” yüzde 5,5; “3001 TL ve üzeri” yüzde 1,1’dir (Tablo 5.99). 1001-2000 TL arası gelire sahip hanelerde internet sahiplik oranı yüzde 12,1 ile en yüksekken, 501-1000 TL arası gelire sahip hanelerde yüzde 35,2 ile internet sahiplik oranı en düşüktür.

Araştırmaya katılan kadınlar internet denilince akıllarına gelen ilk şeyi, yüzde 13,2 “İyi yönünden çok kötü yönü var, olmaması daha iyi”; yüzde 12,1 “Bilgi kaynağı”; yüzde 11,0 “Tanımadıkları kişilerle konuşuyorlar, sevgili buluyorlar”; yüzde 11,0 “Çocuklarım adına korkuyorum, internette yanlış şeyler var”; yüzde 8,8 “Sohbet edilebiliyor”; yüzde 6,6 “Sosyal paylaşım siteleri”; yüzde 5,5 “Birçok işinizi halledebileceğiniz bir yer”; yüzde 5,5 “Dünya ile bağlantı”; yüzde 4,4 “Bağımlılık yapıyor”; yüzde 3,3 “Çocukların dersleri için gerekli”; yüzde 3,3 “İyi yönüyle

kullanırsan ihtiyaç”; yüzde 3,3 ve yüzde 16,5 “Diğer” (“Dolandırılmak gibi tehlikeleri var”, ”Zararlı içerikleri olan sayfaların kapatılması gerekiyor”, “İnsanları yoldan çıkarıyor”, “Hiç görmedim, ne olduğunu bilmiyorum”, “Bütün kötülükler internette”, “Çocuklar oyun oynuyorlar”, “Zaman kaybı”, “Sıkıntı gidermek, paylaşımda bulunmak”, “Kendim kullanmam, yasaklarım”, “Her şeyden haberiniz oluyor”) olarak belirtmişlerdir (Tablo 5.100).

Tablo 5.100: İnternet denilince akla ilk gelen şey

	Sayı	%
İyi yönünden çok kötü yönü var, olmaması daha iyi	12	13,2
Bilgi kaynağı	11	12,1
Çocuklarım adına korkuyorum, internette yanlış şeyler var	10	11,0
Tanımadıkları kişilerle konuşuyorlar, sevgili buluyorlar	10	11,0
Sohbet edilebiliyor	8	8,8
Sosyal paylaşım siteleri	6	6,6
Birçok işinizi halledebileceğiniz bir yer	5	5,5
Dünya ile bağlantı	5	5,5
Bağımlılık yapıyor	3	3,3
Çocukların dersleri için gerekli	3	3,3
İyi yönüyle kullanırsan ihtiyaç	3	3,3
Diğer	15	16,5
Toplam	91	100,0

Kadınlar interneti bilgi kaynağı, çocukların ödevleri için gerekli ve her şeyi öğrenmek için bir fırsat olarak görürken yerleşmiş bazı yanlış kaygılar nedeniyle zaman kaybı, çocukları ve kendileri için bazen tehdit olarak da görebilmektedirler. Özellikle kız çocukları için internetin korkulacak bir şey olarak değerlendirilmesi kız çocuklarının teknolojiden izole bir hayat içerisine çekilmesine neden olmaktadır.

Tablo 5.101: İnternet kullanım durumu

	Sayı	%
Evet	11	12,2
Hayır	80	87,8
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 12,2’si internet kullanmakta, yüzde 87,8’i internet kullanmamaktadır (Tablo 5.101). Araştırmaya katılan kadınların yaş dağılımına göre internet kullananlar, 16-24 yaş yüzde 1,1; 25-34 yaş yüzde 4,4; 35-44 yaş yüzde 3,3; 45-54 yaş yüzde 3,3’tür. İnternet kullanmayan kadınların yaş dağılımı 16-24 yaş yüzde 4,4; 25-34 yaş yüzde 14,3; 35-44 yaş yüzde 26,4; 45-54 yaş yüzde 23,1; 55-64

yaş yüzde 12,1; 65 yaş ve üzeri yüzde 7,7’dir (Tablo 5.102). 55-64 yaş ve 65 yaş ve üzeri kadınların hiçbiri internet kullanmamaktadır. Kadınlarda en fazla internet kullanım oranı 25-34 yaş grubundayken en az internet kullanım oranı 35-44 yaş grubundadır.

Araştırmaya katılan kadınların eğitim durumuna göre internet kullanımı “Hiç okula gitmedi” yüzde 1,1; “Okuryazar” yüzde 1,1; “İlkokul mezunu” yüzde 3,3; “Ortaokul mezunu” yüzde 2,2; “Lise terk” yüzde 1,1; “Lise mezunu” yüzde 2,2; “Yüksek okul/Üniversite mezunu” yüzde 1,1’dir. Eğitim durumuna göre internet kullanmayan kadınlar “Hiç okula gitmedi” yüzde 22,0; “Okuryazar” yüzde 7,8; “İlkokul mezunu” yüzde 40,0; “Ortaokul terk” yüzde 1,1; “Ortaokul mezunu” yüzde 12,2; “Lise terk” yüzde 1,1; “Lise mezunu” yüzde 2,2’dir (Tablo 5.103). Kadınlarda en fazla internet kullanım oranı yüzde 3,3 ile “İlkokul mezunu” kadınlardayken, en az bilgisayar kullanım oranı yüzde 40,0 ile yine “İlkokul mezunu” kadınlardadır.

Tablo 5.102: Kadınların yaşı ve internet kullanımı ilişkisi

Yaş	İnternet kullanım durumu		Toplam
	Evet%	Hayır%	
16-24	1,1	4,4	5,5
25-34	4,4	14,3	18,7
35-44	3,3	26,4	29,7
45-54	3,3	23,1	26,4
55-64	0	12,1	12,1
65+	0	7,7	7,7
Toplam	12,1	87,9	100,0

Tablo 5.103: Kadınların eğitim durumu ve internet kullanımı ilişkisi

Eğitim durumu	İnternet kullanım durumu		Toplam %
	Evet %	Hayır %	
Hiç okula gitmedi	1,1	22,0	23,3
Okuryazar	1,1	7,8	8,9
İlkokul mezunu	3,3	40,0	43,3
Ortaokul terk	0	1,1	1,1
Ortaokul mezunu	2,2	12,2	14,4
Lise terk	1,1	1,1	2,2
Lise mezunu	2,2	3,3	5,6
Yüksek okul/Üniversite mezunu	1,1	0	1,1
Toplam	12,2	87,8	100,0

İnternet kullandığını belirten kadınlar internet kullanım amacını, yüzde 27,3 “Görüşme yapmak”; yüzde 18,2 “Araştırma yapmak”; yüzde 18,2 “Sıkıntı gidermek

için”; yüzde 9,1 “Yemek tarifi”; yüzde 9,1 “Dersler için”; yüzde 9,1 “Ara sıra bir şey öğrenmem gerekirse kullanıyorum”; yüzde 9,1 “Var olan imkânların üstüne çıkmamı sağlıyor” olarak belirtmiştir (Tablo 5.104). İnternet kullanan kadınlar internetin onlara sağladığı araştırma yapmak, görüşme yapmak, yeni bir şeyler öğrenmek gibi faydaları kullanarak bulundukları imkânların üstüne çıktıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 5.104: İnternet kullanım amacı

	Sayı	%
Görüşme yapmak	3	27,3
Araştırma yapmak	2	18,2
Sıkıntı gidermek için	2	18,2
Yemek tarifi	1	9,1
Dersler için	1	9,1
Ara sıra bir şey öğrenmem gerekirse kullanıyorum	1	9,1
Var olan imkânların üstüne çıkmamı sağlıyor	1	9,1
Toplam	11	100,0

Araştırmaya katılan kadınlar arasında internet kullanmadığını belirtenler kullanmama sebeplerini, yüzde 43,2 “İnternetimiz yok”; yüzde 13,6 “Yaşlıyım”; yüzde 9,9 “Tehlikelere açık olduğu için korkuyorum kullanmam”; yüzde 8,6 “İlgimi çekmiyor”; yüzde 7,4 “İhtiyaç duymuyorum, gereksiz”; yüzde 6,2 “Çocuklar kullanıyor”; yüzde 3,7 “Başkaları açınca bakıyorum”; yüzde 2,5 “Hiç görmedim” ve yüzde 4,8 “Diğer” (“Kullanmayı bilmiyorum”, “Bağımlılık yapar”, “Kızım internetten biriyle tanışıp evden kaçtı, okulunu bıraktı”, “Sınırlı olduğu sürece iyi bir şey”) şeklinde sıralamışlardır (Tablo 5.105).

Tablo 5.105: İnterneti kullanmama nedeni

	Sayı	%
İnternetimiz yok	35	43,2
Yaşlıyım	11	13,6
Tehlikelere açık olduğu için korkuyorum kullanmam	8	9,9
İlgimi çekmiyor	7	8,6
İhtiyaç duymuyorum, gereksiz	6	7,4
Çocuklar kullanıyor	5	6,2
Başkaları açınca bakıyorum	3	3,7
Hiç görmedim	2	2,5
Diğer	4	4,8
Toplam	81	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 37,4'üne göre bilgisayar ve internet kendileri için gerekliyken, yüzde 62,6'sına göre bilgisayar ve internet kendileri için gereksizdir (Tablo 5.106).

Tablo 5.106: Bilgisayar ve internetin gereklilik durumu

	Sayı	%
Evet	34	37,4
Hayır	57	62,6
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınlar arasından bilgisayar ve internetin kendileri için gerekli olduğunu söyleyenler, yüzde 32,4 “Merak ettiğim konularda bilgi alma”; yüzde 32,4 “Çocukların eğitimi için gerekli”; yüzde 20,6 “Uzaktakilerle görüşmek için”; yüzde 5,9 “Vakit geçirmek için bakarım” ve yüzde 8,8 “Diğer” (“İhtiyaç duyulduğunda bir şey satın almak için”, “Her şeyden haberim olur”, “Sıkıntıyı gidermek için”) şeklinde gerekçeler sıralamıştır (Tablo 5.107). Kadınlar merak ettiklerini öğrenmek, uzaktakilerle görüşmek, vakit geçirmek için bilgisayar ve interneti kendileri için gerekli görmektedirler.

Tablo 5.107: Bilgisayar ve internetin gereklilik nedenleri

	Sayı (n=34)	%
Çocukların eğitimi için gerekli	11	32,4
Merak ettiğim konularda bilgi alma	11	32,4
Uzaktakilerle görüşmek için	7	20,6
Vakit geçirmek için bakarım	2	5,9
Diğer	3	8,8
Toplam	34	100,0

Araştırmaya katılanlar kadınlardan bilgisayar ve interneti kendileri için gerekli görmeyenler sebeplerini, yüzde 19,3 “Benim için gerekli değil gençler kullansın”; yüzde 12,3 “Bana bir faydası olmaz, bağımlılık yapar”; yüzde 10,5 “Evimde istemem iyi bir şey değil tehlikeli, insan korkuyor”; yüzde 8,8 “Köyde bir işime yaramaz”; yüzde 8,8 “Zaman kaybı”; yüzde 7 “Kadınlar için gereksiz”; yüzde 7 “Çocuklar için tehlikeli bana faydası olmaz”; yüzde 7 “Çok gerekli bir şey değil önceden internet mi vardı”; yüzde 5,3 “Okuma yazmam yok kullanamam” ve yüzde 14,1 “Diğer” (“Telefon bize yetiyor, bilgisayar boş insan işi”, “Beyin yıkıyor, olmaması daha iyi”, “Maddi durumum

izin vermez”, “Evdeki huzuru bozuyor”, “Daha öncelikli ihtiyaçlarım var”) şeklinde açıklamıştır (Tablo 5.108).

Tablo 5.108: Bilgisayar ve internetin gereksiz görülmesi nedenleri

	Sayı (n=57)	%
Benim için gerekli değil gençler kullansın	11	19,3
Bana bir faydası olmaz, bağımlılık yapar	7	12,3
Evimde istemem iyi bir şey değil tehlikeli, insan korkuyor	6	10,5
Köyde bir işime yaramaz	5	8,8
Zaman kaybı	5	8,8
Kadınlar için gereksiz	4	7,0
Çocuklar için tehlikeli bana faydası olmaz	4	7,0
Çok gerekli bir şey değil önceden internet mi vardı	4	7,0
Okuma yazmam yok kullanamam	3	5,3
Diğer	8	14,1
Toplam	57	100,0

Kadınlar bilgisayar ve internetin onlar için gerekli olmadığını zaman kaybı ve bağımlılık yapıcı yönü olduğunu, huzuru bozduğu ve beyin yıkadığı için evlerinde bilgisayar ya da internet olmasını istemediklerini belirtmiştir. Kadınların bir kısmı bilgisayar ve internetten önce daha önemli ihtiyaçlarının olduğunu bilgisayar ve internetin lüks şeyler olduğu ve zenginler için olduğunu belirtmişlerdir.

Araştırmaya katılan kadınların günlük hayatta bilgisayar ve internetten sağlayabilecekleri faydalara verdikleri cevaplar, yüzde 39,6 “El işi örnekleri ve yemek tarifi almak için”; yüzde 9,9 “Sağlık ile ilgili sorunları araştırmak”; yüzde 9,9 “Bir değişiklik yapabileceğine inanmıyorum”; yüzde 8,8 “Bu yaştan sonra benim bir işime yaramaz”; yüzde 7,7 “İşimizi engeller, zaman kaybı”; yüzde 5,5 “Uzaktakilerle internet üzerinden sohbet ederim”; yüzde 4,4 “Benim bilgim bana yeter oradan öğrenecek bir şey yok”; yüzde 3,3 “Bazı konularda bilgi almak için”; yüzde 2,2 “Hayvan hastalıkları ile ilgili”; yüzde 2,2 “Bilgisayardan bilgi almama eşim/aile büyükleri izin vermez”; yüzde 2,2 “Köyde bir işime yaramaz”; yüzde 2,2 “Dünyada olup bitenden haberdar olmak”; yüzde 1,1 “Ne olduğunu bilmediğim için sağlayacağı faydayı bilmiyorum”; yüzde 1,1 “Bitki ve peynir satışı için gerekli, insanlar talep ediyor” şeklinde sıralanabilir (Tablo 5.109).

Tablo 5.109: Bilgisayar ve internetten günlük hayatta sağlanabilecek faydalar

	Sayı	%
El işi örnekleri ve yemek tarifi almak için	36	39,6
Sağlık ile ilgili sorunları araştırmak	9	9,9
Bir değişiklik yapabileceğine inanmıyorum	9	9,9
Bu yaştan sonra benim bir işime yaramaz	8	8,8
İşimizi engeller, zaman kaybı	7	7,7
Uzaktakilerle internet üzerinden sohbet ederim	5	5,5
Benim bilgim bana yeter oradan öğrenecek bir şey yok	4	4,4
Bazı konularda bilgi almak için	3	3,3
Hayvan hastalıkları ile ilgili	2	2,2
Bilgisayardan bilgi almama eşim/aile büyükleri izin vermez	2	2,2
Köyde bir işime yaramaz	2	2,2
Dünyada olup bitenden haberdar olmak	2	2,2
Ne olduğunu bilmediğim için sağlayacağı faydayı bilmiyorum	1	1,1
Bitki ve peynir satışı için gerekli, insanlar talep ediyor	1	1,1
Toplam	91	100,0

Kadınların el işi ve yemek tarifi almak için internetten yararlanma konusunda ilgilidir, kendi aralarında bunu konuştukları ve internette farklı el işi örnekleri ve yemek tarifleri olduğu için kendilerine fayda sağlayabileceğini düşünmektedir. Genel olarak kadın işi olarak görülen el işi ve yemeklerin güzel ve farklı olması kadının beğeni toplamasına neden olacağı için kadınlar interneti bu noktada kullanmayı uygun bulmaktadır. Doktor bulamamak, sağlık konularını ertelemek ve doktora gitmeye çekinmelerinden dolayı internetten sağlık konusunda yararlanmayı düşünenler bulunmaktadır. Bilgisayarın köy hayatı içerisinde bir işlerine yaramayacağını düşünceleri onun sağlayacağı faydalar konusunda bilinçli olmadıklarını göstermektedir. Bunun dışında kırsal alana has tarım ve tarımla ilgili alt alanlarda bilgi almak için kullanacağını söyleyenlerin oranı yok denecek kadar azdır.

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 27,5'ine göre kadın olmak bilgisayar ve internet kullanmaya engelken, yüzde 72,5'ine göre engel değildir (Tablo 5.110). Kadın olmanın bilgisayar ve internet kullanmaya engel olduğunu düşünenler bunun sebeplerini, yüzde 38,5 “Kadınların aklını çelebilecek birçok tehlikesi var”; yüzde 19,2 “Zaman kaybı çocuklar ve evi ihmal etmeye neden olur”; yüzde 11,5 “Eşim kullanmama izin vermez”; yüzde 7,7 “Genç kızların beynini yıkıyor”; yüzde 7,7 “Kadınlar sınırlı kullanmalı arkadaşlık siteleri onlara kapalı olmalı”; yüzde 3,8 “Köy yerinde boş zamanı ayarlamak zor olur”; yüzde 3,8 “Evimde istemiyorum, insana verebileceği zararlardan korkuyorum”; yüzde 3,8 “Aile izin vermez işlere engel olarak

görür”; yüzde 3,8 “Kadınlar bazen nasıl hareket edeceklerini bilmiyor, hata yapmalarına neden olabilir” şeklinde sıralamışlardır (Tablo 5.111).

Tablo 5.110: Kadın olmanın bilgisayar ve internet kullanmaya engel durumu

	Sayı	%
Evet	26	27,5
Hayır	65	72,5
Toplam	91	100,0

Tablo 5.111: Kadın olmanın bilgisayar ve internet kullanımına engel olması nedeni

	Sayı (n=26)	%
Kadınların aklını çelebilecek birçok tehlikesi var	10	38,5
Eşim kullanmama izin vermez	3	11,5
Zaman kaybı çocuklar ve evi ihmal etmeye neden olur	5	19,2
Genç kızların beynini yıkıyor	2	7,7
Kadınlar sınırlı kullanmalı arkadaşlık siteleri onlara kapalı olmalı	2	7,7
Köy yerinde boş zamanı ayarlamak zor olur	1	3,8
Evimde istemiyorum, insana verebileceği zararlardan korkuyorum	1	3,8
Aile izin vermez işlere engel olarak görür	1	3,8
Kadınlar bazen nasıl hareket edeceklerini bilmiyor, hata yapmalarına neden olabilir	1	3,8
Toplam	26	100,0

Kadınların bilgisayar ve internet kullanımına engel olarak kadınların kandırılması, kızların evden kaçmaya yeltenmesi, erkeklerin yerleşmiş bu yargılardan dolayı kullanıma izin vermemesi gibi etkenler sayılabilir. Veriler arasında dikkat çekici olan kadınlar için internette sınırlamalar olmalı, özellikle arkadaşlık siteleri kadınlara kapalı olmalı cevapları kadınların toplumsal sınırlamaların keskin çizgilerle belirlenmesi konusunda istekli olduklarını gösteren farklı bir durum olarak ortaya çıkmıştır. Bilgisayar ve internetin ev işi ve çocukları ihmal etmeye neden olacağı düşüncesi, kadınların kadının işi olarak belirlenen bu işleri fazlaca benimsediği ve hatta bunları yapmaktan kendini alıkoyacak şeylere koşullu bir bilinçle yaklaştığı görülmektedir. Kadınların nasıl hareket etmesi gerektiğini bilmediği şeklindeki cevaplar kadının çeşitli kısıtlamalara maruz bırakılmasının normal olduğu toplumsal bir düşüncenin kadına kabul ettirildiğini göstermektedir.

Araştırmaya katılan kadınlara göre kadın olmanın bilgisayar ve internet kullanımına engel olmamasının sebepleri, yüzde 41,5 “Kadın kendini bildikten sonra engel değildir”; yüzde 20,0 “Kullanmayı biliyorsa hiçbir şey engel değildir”; yüzde 18,5

“Herkes eşit, özgür kadınlar da kullanmalı”; yüzde 4,6 “Kadınların da her şeyden haberi olmalı”; yüzde 4,6 “Fark etmez, çok gerekli değil” ve “Diğer” (“Kadın hata yapacaksa bilgisayar olmadan da yapar”, “Yeni bir şeyler öğrenip çevremdekilerle paylaşırım, bu iyi bir şey”, “Devir bunu gerektiriyor”, “Engel değil ama bilgisayardan önemli sorunlarımız var”) şeklinde açıklanabilir (Tablo 5.112). Kadınların verdikleri cevaplara bakıldığında kadınların toplum tarafından konulan sınırları benimsediği hatta kendilerini sınırladıkları “*kadın kendini bildikten sonra, kadın kullanırken dikkat etmeli, iyi yönüyle kullanırsa sorun olmaz*” gibi cevapların kadınlarda bu konuda otokontrol oluştuğunu göstermektedir. Kadınların eşitlik, özgürlük ve kadına her şeyin kullanımını hak gördüğü cevapların varlığı bazı noktalarda kadınlar adına umut verici kırılmaların olduğunu göstermektedir. Kadınların bilgisayar ve internetin faydalarını bilmemelerinden dolayı yokluğunu bir sorun olarak görmediği temel ihtiyaçlara bağlı sorunları olduğu için bu teknolojilerin yokluğunu önemsemediği görülmektedir.

Tablo 5.112: Kadın olmanın bilgisayar ve internet kullanımına engel olmamasının nedeni

	Sayı	%
Kadın kendini bildikten sonra engel değildir	27	41,5
Kullanmayı biliyorsa hiçbir şey engel değildir	13	20,0
Herkes eşit, özgür kadınlar da kullanmalı	12	18,5
Kadınların da her şeyden haberi olmalı	3	4,6
Fark etmez, çok gerekli değil	3	4,6
Diğer	7	10,8
Toplam	65	100,0

Araştırmaya katılan kadınlar arasında bilgisayar sahibi olmamak ya da bilgisayar kullanmayı bilmemek yüzde 37,4’ü tarafından sorun olarak görülürken yüzde 62,6’sı için sorun değildir (Tablo 5.113). Bilgisayar kullanmayı bilmeyen ya da bilgisayar sahibi olmayan kadınların bunu önemli bir sorun olarak görme nedenleri, yüzde 55,8 “Kendimi çağdan geri kalmış hissediyorum”; yüzde 11,8 “Kendimi eksik hissediyorum”; yüzde 8,8 “Bizim için gerekli bilmediklerimizi öğreniriz” ve yüzde 23,3 “Diğer” (“Köyde her şeyden geri kalıyoruz belki internetle bir şeyler öğreniriz”, “Birinde görünce özeniyorum”, “Çocuklar bana sen anlamazsın dediklerinde utanıyorum”, “İhtiyaç duyuluyor”, “Cahil olduğumu hissediyorum”, “Farklı şeyler bilmek önemli”, “Çocuklarımla ilgili her şeyi öğrenebilirdim, takip ederdim”) şeklinde açıklamışlardır (Tablo 5.114). Kadınlar bilgisayar kullanmayı bilmedikleri için

kendilerini çağdan geri kalmış, eksik, cahil olarak gördüklerini başkalarının bilgisayar kullandığını gördükleri zaman özendiklerini dile getirmişleridir.

Tablo 5.113: Bilgisayar sahibi olmamayı/kullanmayı bilmemeyi sorun olarak görme durumu

	Sayı	%
Evet	34	37,4
Hayır	57	62,6
Toplam	91	100,0

Tablo 5.114: Bilgisayar kullanmayı bilmemeyi sorun olarak görme nedeni

	Sayı	%
Kendimi çağdan geri kalmış hissediyorum	19	55,8
Kendimi eksik hissediyorum	4	11,8
Bizim için gerekli bilmediklerimizi öğreniriz	3	8,8
Diğer	8	23,3
Toplam	34	100,0

Araştırmaya katılan kadınlar arasında bilgisayar sahibi olmamayı ya da bilgisayar kullanmayı bilmemeyi kendisine sorun olarak görmeyenlerin sebepleri, yüzde 22,8 “Daha büyük sıkıntılarımız var”; yüzde 17,6 “Ben eksiklik hissetmiyorum”; yüzde 17,6 “Benim işime yaramaz”; yüzde 10,5 “Köy şartlarında sorun değil ama dışarıda gerekli”; yüzde 8,8 “Kadınlar için gerekli değil, gençler kullansın”; yüzde 5,3 “Sorun değil ama bilse daha iyi cahil kalmaz”; yüzde 5,3 “Kullanılmasa daha iyi kadınların psikolojisini etkiliyor” ve yüzde 12,2 “Diğer” (“Bilmiyorum ve kendimi eksik hissetmiyorum”, “Bilgisayara ayıracak zamanım yok”, “Bilgisayarım olsaydı bilmemem sorun olurdu”, “Çocuğum olmadığı için sorun değil”, “Karnımızı doyuramaz”, “İnternet olmadıkça bilgisayar iyi”) şeklinde açıklamışlardır (Tablo 5.115). Kadınlar bilgisayar ve internetten önce daha önemli sorunları olduğunu, bilgisayar ve internetin kendileri için lüks olduğunu, köy içerisinde bir işlerine yaramayacağını, kadınlar için gerekli bir araç olmadığını hatta eksikliğini hissetmemenin yanında kadınların psikolojisini etkilediğini düşünmeleri bilgisayar ve internet hakkında önyargılarının olduğunu, faydalarını bilmediklerini göstermektedir.

Tablo 5.115: Bilgisayar kullanmayı bilmemeyi sorun olarak görmeme nedeni

	Sayı	%
Daha büyük sıkıntılarımız var	13	22,8
Ben eksiklik hissetmiyorum	10	17,6
Benim işime yaramaz	10	17,6
Köy şartlarında sorun değil ama dışarıda gerekli	6	10,5
Kadınlar için gerekli değil, gençler kullansın	5	8,8
Sorun değil ama bilse daha iyi cahil kalmaz	3	5,3
Kullanılmasa daha iyi kadınların psikolojisini etkiliyor	3	5,3
Diğer	7	12,2
Toplam	57	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 60,4'ü "İnternette pazarlama" diye bir şeyden haberdar olduklarını, yüzde 39,6'sı böyle bir şey duymadıklarını belirtmişlerdir (Tablo 5.116). Kadınların yüzde 12,1'i internetten alışveriş yaptığını, yüzde 87,9'u internetten alışveriş yapmadığını belirtmiştir (Tablo 5.117). İnternette alışveriş yaptığını söyleyen kadınlar genelde gelen şeylerden pek memnun kalmadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 5.116: İnternette pazarlamadan haber olma durumu

	Sayı	%
Evet	55	60,4
Hayır	36	39,6
Toplam	91	100,0

Tablo 5.117: İnternette alışveriş yapma durumu

	Sayı	%
Evet	11	12,1
Hayır	80	87,9
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 39,6'sı imkân sağlanırsa ürettikleri ürünleri internet üzerinden satmayı düşünebileceklerini, yüzde 60,4'ü kesinlikle internet üzerinden satış yapmayı düşünmediklerini belirtmişlerdir (Tablo 5.118).

Tablo 5.118: Ürettikleri ürünleri internetten satmayı düşünme durumu

	Sayı	%
Evet	36	39,6
Hayır	55	60,4
Toplam	91	100,0

Tablo 5.119: Ürünleri internetten satmak isteme/istememe nedenleri

	Sayı	%
İnternete güvenmem, dolandırılmaktan korkarım	24	26,4
Elden satmak daha güvenli	21	23,1
Ek gelir sağlamak için yaparım	17	18,7
Güvenilirse yaparım	8	8,8
Gözümle görmediğim şeye güvenmem	8	8,8
Öncü olacak biri olursa satarım	5	5,5
Diğer	8	8,8
Toplam	91	100,0

Kadınlar ürettikleri ürünleri internetten satmak isteme ve istememe nedenlerini, yüzde 26,4 “İnternete güvenmem, dolandırılmaktan korkarım”; yüzde 23,1 “Elden satmak daha güvenli”; yüzde 18,7 “Ek gelir sağlamak için yaparım”; yüzde 8,8 “Güvenilirse yaparım”; yüzde 8,8 “Gözümle görmediğim şeye güvenmem”; yüzde 5,5 “Öncü olacak biri olursa satarım” ve geriye kalan yüzde 8,8’i “Denerim”, “İmkân sağlanırsa satarım”, “Eşim ilgileniyor ben karışmam”, “Ürettiğim ürünlere güvenirsem bu işe girerim” şeklinde sıralamışlardır (Tablo 5.119). Kadınların verdikleri cevaplara baktığımızda internete karşı güvensizlik, dolandırılma korkusu, kendilerine olan güven eksikliğinden dolayı ancak bir lider olması şartıyla bu işe girebileceğini şart koşmaları bilgisayar ve internet ile ilgili önyargıları tekrar ortaya koymaktadır.

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 59,3’ü köyde açılacak bilgisayar kursuna “Evet katılırım” derken yüzde 40,7’si “Hayır katılmam” cevabını vermiştir (Tablo 5.120). Kadınlar imkân sağlanması halinde bile bilgisayara karşı önyargılarını aşamamakta ve kursa katılmayacaklarını belirtmektedirler. Köyde bilgisayar kursu açılırsa kursa katılacağını belirten kadınlar sebeplerini, yüzde 30,2 “Merak ettiğim için öğrenirim belki faydası olur”; yüzde 13,2 “Eşim/aile büyükleri izin verirse giderim”; yüzde 9,4 “Nasıl olduğunu görmek için giderim”; yüzde 9,4 “Bir işime yarayacaksa öğrenmek isterim”; yüzde 9,4 “Bilgim artsın diye giderim”; yüzde 5,7 “Sosyal aktivite” ve geriye kalan yüzde 22,8 ise “Öğrenirsem belki çocukların kullanmasına da izin veririm”, “Kurs açılırsa vakit geçirmek için giderim”, “Kızım ile birlikte giderim”, “Bence önemli bir ihtiyaç”, “En azından korkularımı yenmeme yardımcı olur”, “Kendim katılmam ama kızımı/gelinimi gönderirim”, “İleride iş imkânı olursa kullanmak için” şeklinde belirtmişlerdir (Tablo 5.121).

Tablo 5.120: Köyde bilgisayar kursu açılırsa katılım durumu

	Sayı	%
Evet	54	59,3
Hayır	37	40,7
Toplam	91	100,0

Tablo 5.121: Bilgisayar kursuna gitmek isteme nedeni

	Sayı	%
Merak ettiğim için öğrenirim belki faydası olur	16	30,2
Eşim/aile büyükleri izin verirse giderim	7	13,2
Nasıl olduğunu görmek için giderim	5	9,4
Bir işime yarayacaksa öğrenmek isterim	5	9,4
Bilgim artsın diye giderim	5	9,4
Sosyal aktivite	3	5,7
Diğer	12	22,8
Toplam	53	100,0

Köyde bilgisayar kursu açılırsa katılmayacağını belirten kadınlar nedenlerini, yüzde 29,7 “Yaşlıyım bu yaştan sonra öğrenemem”; yüzde 21,6 “Eşim/aile büyükleri izin vermez”; yüzde 10,8 “Benim işlerim daha önemli”; yüzde 8,1 “Bildiğim için gitmem”; yüzde 8,1 “İlgimi çekmiyor”, yüzde 5,4 “Dikiş nakış kursu olsa gidilir bilgisayar bizim işimize yaramaz”; yüzde 5,4 “Gitmem gelinimi de göndermem, ev işleri var”; yüzde 5,4 “Bilgisayarım yok öğrensem de unutacağım” ve geriye kalan yüzde 5,4’ü ise “Beceremem” ve “İbadetime engel olur” şeklinde belirtmiştir (Tablo 5.122). Kadınlar bilgisayar kursuna katılmama nedeni olarak yaşlarını ve teknoloji korkularını ön plana çıkarırken bilgisayarın kendilerine ve günlük hayatlarına bir faydası olmayacağını düşünmeleri, işlerine engel olarak görmeleri ve eş/aile faktörünün kadın üzerinde belirleyici olduğu gerçeği kadının kendi isteğinden önce kendisine belirlenen sınırları dikkate aldığını göstermektedir.

Tablo 5.122: Bilgisayar kursuna gitmek istememe nedeni

	Sayı	%
Yaşlıyım bu yaştan sonra öğrenemem	11	29,7
Eşim/aile büyükleri izin vermez	8	21,6
Benim işlerim daha önemli	4	10,8
Bildiğim için gitmem	3	8,1
İlgimi çekmiyor	3	8,1
Dikiş nakış kursu olsa gidilir bilgisayar bizim işimize yaramaz	2	5,4
Gitmem gelinimi de göndermem, ev işleri var	2	5,4
Bilgisayarım yok öğrensem de unutacağım	2	5,4
Diğer	2	5,4
Toplam	37	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 18,7’si internetten kadın sağlığı ile ilgili bilgi aradığını belirtirken, yüzde 81,3’ü internetten kadın sağlığı ile ilgili herhangi bir bilgi aramadığını belirtmiştir (Tablo 5.123). Sağlık ile ilgili bilgi aradığını belirten kadınlar sağlık imkânlarının sınırlı olması nedeniyle internetten aldığı bilgilerin kendisine yararlı olduğunu, sağlık merkezlerinin uzaklığı nedeniyle ertelemiş olduğu bazı sorunlarını araştırarak ertelememesi gerektiği için hemen bir doktora başvurduğunu belirtmiştir.

Tablo 5.123: İnternetten kadın sağlığı ile ilgili araştırma yapmış olma durumu

	Sayı	%
Evet	17	18,7
Hayır	74	81,3
Toplam	91	100,0

Araştırmaya katılan kadınlara “Bilgisayar/internet kullanmak kadın işidir”, “Bilgisayar/internet kullanmak erkek işidir” ve “Kadın da erkek de bilgisayar/internet kullanabilir” yargılarından hangisini doğru olarak kabul ettikleri sorulmuştur. Kadınların hiçbiri “Bilgisayar/internet kullanmak kadın işidir” cevabını vermezken, yüzde 25,3’ü “Bilgisayar/internet kullanmak erkek işidir”; yüzde 74,7’si “Kadın da erkek de bilgisayar/internet kullanabilir” yargısının doğru olduğunu belirtmiştir (Tablo 5.124).

Tablo 5.124: Bilgisayar ve internetle ilgili kabul edilen yargı

	Sayı	%
Bilgisayar/internet kullanmak kadın işidir	0	0,0
Bilgisayar/internet kullanmak erkek işidir	23	25,3
Kadın da erkek de bilgisayar/internet kullanabilir	68	74,7
Toplam	91	100,0

VI. BÖLÜM

6. SONUÇ VE TARTIŞMA

Kırsal alanda kadının bilgi ve iletişim teknolojileri kullanım durumu ve bu teknolojileri kullanmalarını etkileyen sosyoekonomik faktörler arasındaki ilişkinin ele alındığı bu araştırmanın verileri Kars'ın Boğatepe ve Küçükboğatepe köylerinde görüşülen 91 kadına uygulanan anketten elde edilmiştir. Araştırmaya katılan kadınların demografik, kırsal alanda yaşam ve toplumsal cinsiyete ilişkin sunduğu veriler, Kars ili kırsalında kadının genel durumuna ilişkin yorum yapmamızı sağlayan verilerdir. Ankete katılanlar ağırlıklı olarak 35-44 ve 45-54 yaş aralığında toplanmıştır. Kadınların çoğunluğu evli ve evlilik türü olarak resmi nikâh ile birlikte imam nikâhı tercih edilmektedir. Kadınlar arasında okuma yazma bilmeyenlerin oranı yüzde 23,1'dir. Kırsal alanda yaşayan kadınların karşılaştığı en önemli sorunlardan biri olarak değerlendirilen eğitim imkânlarından yararlanamama, okuma yazma bilmeme sıkıntısı göz ardı edilmemesi gereken bir sorun olarak bu araştırma ile tekrar doğrulanmıştır. Kadınlar genel olarak bu köyde ve bu ilin diğer köylerinde doğup bu köye evlenerek gelmiştir. Kadınların yüzde 18,7'si herhangi bir sosyal güvenceye sahip olmadıklarını ve bu sebeple sağlık sorunlarını sürekli ertelediklerini belirtmiştir. Hanelerin aylık ortalama geliri genellikle asgari ücret sınırında toplanmıştır; buna rağmen hanelerin yüzde 57,1'i maddi durumunu orta halli olarak tanımlamıştır. Hanelerin çoğunluğu birincil geçim kaynağını çiftçilik olarak tanımlamalarına rağmen tarımsal faaliyetlerin artık kâr getirmediğini belirtmiştir. Kendine ait arazisi olduğunu belirten aile oranı yüzde 81,3 olmasına rağmen kadının arazi sahipliği yüzde 12,2'dir. Hanelerde cinsiyetçi işbölümü yüksek oranda kendini gösterirken kadınlar tarafından kadının en önemli

görevi “ev işleri ve çocukları”, erkeğin en önemli görevi “gelir sağlamak” olarak tanımlanmıştır.

Araştırma sorularına bağlı olarak elde edilen verilerde kırsal alanda yaşayan kadınların bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımında sosyoekonomik faktörlerin etkisi ve yönlendirmesi olduğu görülmüştür. Kadınlar eşlerinin kendilerine söz hakkı vermemesi, büyük aile yapısı içerisinde söz haklarının olmaması ve teknolojik bilgi eksikliğinden dolayı BİT alımında söz sahibi olamamaktadır. İki köyde yaşayan toplam birey sayısı 412, toplam cep telefonu sayısı 231 iken bu telefonların yalnızca 49’u kadınlara aittir. Hane başına düşen cep telefonu sayısı 2,53’tür. Köy genelinde kadınların cep telefonu sahiplik oranı yüzde 21’dir. Sonuçlara göre kadınların cep telefonu sahiplik oranı düşüktür. Araştırmaya katılan kadınların beyanlarına göre çoğunluğunun aylık ortalama hane gelirleri 501-1000 TL ve 1001-2000 TL aralığında toplanmıştır. Hane gelirinin kadının cep telefonu sahipliği üzerinde etkisi vardır, gelir arttıkça kadınların cep telefonu sahiplik durumu da oransal olarak artmaktadır. Hane geliri 501-1000 TL aralığında olan kadınların yüzde 35’i cep telefonuna sahipken bu oran gelir arttıkça artmakta 1001-2000 TL ve 2001-3000 TL arası gelire sahip hanelerde yaklaşık yüzde 55’e çıkmaktadır.

Kadınlar içerisinde cep telefonu sahiplik oranı 16-24 yaş arası yüzde 2,2 iken 65 yaş ve üzeri kadınlarda cep telefonu sahiplik oranı yüzde 6,6’dır. Kadınların cep telefonu sahipliği üzerinde yaşın belirgin bir etkisi olmadığı söylenebilir. 65 yaş ve üzeri kadınlar genelde tek başına yaşadıkları veya aile bireyleri uzakta yaşadığı için çoğunluğu cep telefonu sahibidir. 35-44 yaş ve 45-54 yaş arası kadınlarda cep telefonu sahiplik oranı birbirine yakinken bu yaş grubu kadınlar genellikle eşleri ve çocuklarından sonra cep telefonu sahibi olduğunu ya da cep telefonlarını çocukları ile paylaştıklarını belirtmiştir. Bu durumda kadının ev merkezli bir yaşam sürmesi etkilidir. Kadınların yüzde 13,2’si hiç okula gitmemiş ve okuma yazma bilmediği halde cep telefonu kullandığını belirtmiştir, hiç okula gitmeyen kadınlar arasında cep telefonu sahiplik oranı yüzde 57’dir. Kadınların cep telefonu sahipliği üzerinde eğitim durumunun belirgin bir etkisi olmadığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan kadınlar cep telefonunun varlığı ile kendilerini güvende hissedeceklerini ve cep telefonunun güvenlik için gerekli olduğunu düşünmektedir. Kadınlar cep telefonunu çoğunlukla konuşma amaçlı kullanmaktadır. Cep telefonu kullanıcısı olan kadınların cep telefonunu günlük hayatlarının bir parçası haline getirdikleri ve ihtiyaç duydukça yararlandıkları görülmektedir. Kadınlar cep telefonunu daha çok çağın gereği olarak görüp mesafeleri ortadan kaldırmak için kullanırken, eğlence amaçlı kullananlar, yalnızlıklarını giderecek bir arkadaş ve neredeyse bir parçaları olarak görmektedir. Kadınlar cep telefonunu güvenlik açısından özellikle yalnız kaldıklarında kendilerini güvende hissetmelerini sağladığı için gerekli görürken, iletişimin hayatlarının bir parçası olduğunu ve daha özgür bir hayat sunduğunu düşünmektedir. Cep telefonu sahibi olmamayı bir sorun olarak gören kadınların sayısının neredeyse yarıya yakın olması kadınlar adına bir farkındalık oluştuğunu göstermektedir.

Cep telefonu sahibi olmak istemeyen kadınlar, teknoloji korkusu yaşamakta, kullanımının kendisine sağlayacağı faydaları bilmemekte, cep telefonunu bir ihtiyaç olarak değil varlığıyla kendilerini tehlikelere açık hale getirecek bir araç olarak düşünmektedir. Kadınlar toplumda oluşan yanlış yargılardan dolayı cep telefonunu tehlikeli olarak kabul etmekte, kullanmaya mesafeli durmaktadır. Cep telefonunun gençlerin aklını çelebileceği, özellikle kız çocuklarının evden kaçmalarında bir sebep olduğu düşünülmektedir. Genç kızlar tarafından cep telefonu içinde bulundukları şartları yok sayıp kendilerine özel bir alan oluşturabilmek için bir araç olarak kabul görmektedir. Kadınların cep telefonu kullanımında temiz, namuslu, hata yapmayan kadın imajını fazlasıyla dile getirmiş olmaları ataerkil yapıyla şekillenmiş bir otokontrolün varlığını göstermektedir. Cep telefonu kullanımı eşler tarafından kadınlar için gereksiz olarak görülmekte, kadını kıskanma nedeniyle cep telefonu yasaklanmakta, kadınlar için cep telefonunu güvenilir bulmadıkları fikri kadınlara benimsetilmekte ve kadının şiddet gördüğünü birilerine duyurmasını engellemek adına başkalarıyla iletişimine izin verecek her şeyi yasaklamak gibi durumlar görülmektedir. Kadınlar cep telefonunun toplum tarafından öğretilen tehlikeli yönlerine odaklanmış, bu tehlikelerden kendilerini korumak için tamamen telefondan uzak durmayı tercih etmiş, kandırılma korkusunun tek çözümü olarak cep telefonu kullanmamayı seçmiş ve cep

telefonunun kendilerine sağlayacağı faydaların yeterince bilincinde olmadıkları için de bu teknolojiyi büyük oranda reddetmiştir.

Kadın olmanın cep telefonu kullanmaya engel olmadığını belirttikleri halde verdikleri düzenli, namuslu, kurallara uygun, kendini bilen, yanlış yapmayan kadın cep telefonu kullanabilir düşüncesi kadınların kendilerine cep telefonu üzerinden namus ile ilgili bir sınır çizdiğini göstermektedir. Kadınların verdikleri cevaplara baktığımızda, ihtiyaçlarını giderecek başka iletişim araçları olduğunda kendilerine ait bir cep telefonu olmasının şart olmadığını, tek kaldıkları zaman dışında cep telefonuna ihtiyaç duymadıklarını, cep telefonunun kendilerine sağlayacağı bir faydanın olmadığını ve cep telefonunun toplumsal düzeni bozduğunu düşündüklerini belirtmiştir. Cep telefonu kullanmayı erkek işi olarak görenler az da olsa vardır. Hanelerde sabit telefonlar genellikle yüksek faturalar ve cep telefonunun varlığı ile birlikte kapatılmış olmakla birlikte sabit telefonun evin vazgeçilmezi olduğunu belirtenler de bulunmaktadır. Kadınların kendi aralarında sabit telefon ile çaldır kapat yaparak birbirleri ile haberleşmeleri karşımıza çıkan sonuçlardandır ki, bu durum kadınların telefonu kullanarak kendilerine has bir haberleşme dili oluşturduklarını göstermektedir.

Katılımcı kadınlar arasında cep telefonunun iletişim ağlarını güçlendirmek, bilgi kanallarını arttırmak ve kadının konumunu güçlendirmek üzerine bir etkisi görülmemektedir. Cep telefonunun kırsal alanda yaşayan kadınların bilgi ihtiyaçlarını karşılamada önemli olduğu bilinci kadınlara verilmelidir. Katılımcı kadınların cep telefonu kullanım oranlarının artırılması onların aldıkları girişimcilik eğitimlerini fırsata çevirmelerinde etkili olacaktır. Kadınlar cep telefonu sayesinde bireysel olarak ürettikleri ürünleri satabilecekleri potansiyel pazara ulaşabilecektir. Cep telefonu sayesinde kendilerini daha güvende hissedeceklerini paylaşmış olmaları onların sosyal hayatta daha aktif olabilmelerinde cep telefonunun önemli olduğunu göstermektedir. Kadınlar aynı zamanda cep telefonu sayesinde sosyal ağlarını genişletebilecek evlerinde ağırladıkları yabancı misafirlerle daha iyi iletişim kurabilecektir.

Araştırmaya katılan kadınlar, televizyonu köy hayatı içerisinde can sıkıntısı giderecek bir eğlence aracı, dış dünyayla bağlantılarını sağlayan ve görsel olarak her

şeyi sunan bir arkadaş, haber ve bilgi kaynağı olarak görmektedir. Kadınlar televizyonu hayatlarında önemli bir yere oturtmuş olup günlerinin önemli bir kısmını televizyon seyrederek geçirmektedir. Kadınların en çok tercih ettikleri programlar arasında yer alan diziler, kadın programları ve haberler; kadınların televizyonu bir ihtiyaç olarak görme nedenleri arasında ilk sıralarda gösterdikleri dünyadan haberdar olmak, zaman geçirmek, can sıkıntısı gidermek cevaplarıyla uyumluluk göstermektedir. Kadın programları birçok kadın tarafından özellikle takip edilirken bazı kadınlar tarafından toplumsal yapıya uymadığı düşünülmesine rağmen izlenmektedir.

Araştırma yapılan hanelerde televizyon, özellikle erkekler tarafından doğrudan bilgi almanın aracı olarak görülmektedir. Çoğunlukla erkeklerin bilgi içerikli haber, tartışma programları ve tarımsal faaliyetlerle ilgili yayınları izlemesi buna karşılık kadınların kurmaca olan kadın programları ve dizileri seçmesi toplumsal cinsiyet rollerinin yönlendirmesi olarak değerlendirilebilir. Kadın programları kadınlara geleneksel rollerinin devamlığını sağlamayı, namuslu kadın, fedakâr, ideal eş ya da anne olmalarını öğretir. Kadınlar televizyon yayınlarında daha çok kadın bedeni ile ilgili olarak gösterilen yayınlardan rahatsız olduklarını, cinsel içerikli yayınlar ve kadın bedenini konu alan reklamların utanmalarına neden olduğunu, örf ve adetlerin bunları kabul etmediğini belirtmiştir. Kadınlar toplum tarafından öğretilen kadın bedeninden utanma durumunu burada açığa vurmaktadır. Kadınlar, kadın programları, evlendirme programları ve gençlik dizilerinin toplumsal düzene zarar verdiğini, özellikle kadına yönelik cinayet ve şiddet haberlerinden psikolojik olarak etkilendiklerini, üzüldüklerini belirtmiştir. Seçim dönemlerinde çıkan reklam ve tanıtımların oy tercihlerini etkilediğini söyleyen kadın sayısı bilgi ve iletişim teknolojilerinin toplumu etkileme ve yönlendirme özelliğine örnek olabilir. Diğer dikkat çekici durum ise kadınlar bu soru sorulduğu anda ilk olarak hangi partiye oy verdiklerini söylemiştir.

Araştırmaya katılan kadınların televizyonu daha çok zaman geçirmek ve eğlenmek amaçlı kullanması, televizyonun eğitici rolünün etkin olmaması kırsal alan için dikkat çeken bir durumdur. Kırsal alan, bilgiye ulaşmada dezavantajlı durumda olması nedeniyle özellikle tarımsal faaliyetlerin gerçekleştirilmesi konusunda gerekli bilgiye ulaşmak için televizyonun önemi büyüktür. Tarımsal faaliyetlerle ilgili

programları takip etmediği belirten kadınlar doğal bitkiler üzerine aldıkları eğitimle ilgili olarak bitkilerin kullanım alanları ile ilgili programları takip ettiklerini belirtmiştir. Bu durum televizyonun kırsal kadının bilgiye ulaşma, ulaştığı bilgiyi kullanarak konumunu güçlendirmesinde etkili olduğunu göstermektedir.

Araştırmada, 1001-2000 TL arası gelire sahip hanelerde bilgisayar sahiplik oranı yüzde 13,2 ile en yüksekken, yüzde 36,3'ü bilgisayara sahip olmayan 501-1000 TL arası gelire sahip hanelerde bilgisayar sahip olmama oranı en yüksektir. Kadınlarda en fazla bilgisayar kullanım oranı 25-34 yaş grubundayken en az bilgisayar kullanım oranı 35-44 yaş grubundadır. 16-24, 55-64 ve 65 yaş ve üzeri kadınların hiçbiri bilgisayar kullanmamaktadır. Özellikle 16-24 yaş arası yeni evli kadınların bilgisayar kullanmadıkları görülmektedir. Kadınlarda bilgisayar kullanımı oransal olarak en fazla “Lise mezunu” kadınlardayken, en az bilgisayar kullanım oranı “sadece okuryazar” olan kadınlardadır. Araştırmada, 1001-2000 TL arası gelire sahip hanelerde internet sahiplik oranı yüzde 12,1 ile en yüksekken, yüzde 35,2'si internete sahip olmayan 501-1000 TL arası gelire sahip hanelerde internet sahip olmama oranı en yüksektir. 55-64 yaş ve 65 yaş ve üzeri kadınların hiçbiri internet kullanmamaktadır. Kadınlarda internet kullanım oranı en fazla 25-34 yaş grubundayken internet kullanım oranı en az 35-44 yaş grubundadır. Özellikle 16-24 yaş arası yeni evli kadınların internet kullanmadıkları görülmektedir. “İlkokul mezunu” kadınlarda internet kullanım oranı yüzde 3,3 ile en yüksekken, yüzde 40'ı bilgisayar kullanmayan yine “İlkokul mezunu” kadınlarda bilgisayar kullanım oranı en düşüktür. Hiç okula gitmeyenler ve okuma yazma bilmeyenlerin cep telefonu kullanım oranı yüzde 13,2 iken aynı grupta bilgisayar ve internet kullanım oranı yüzde 1,1'dir. Kadınlar cep telefonuna, bilgisayar ve internetten daha önce sahip olabilmekte ve kullanabilmektedir.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre bilgisayar kullandığını söyleyen kadınlar internetten, sosyal paylaşım sitelerinden ve görüntülü görüşmelerden haberdar durumda ve kullanmaktadır. Kadınların bilgisayar kullanması önündeki en büyük engel ev içerisinde bilgisayar olmaması, bilgisayarı zaman kaybı olarak görmeleri, okuma yazma bilmeme, teknoloji korkularının olması ve eşin/ailenin kullanmasına izin vermemesi olarak belirtilebilir. Kadınların bilgisayarın ne olduğunu bilmemeleri onları bilgisayara

karşı bazen çok ilgili, fazla anlam yükler; bazen de korku ile yaklaşır bir hale getirmiştir. İnsanlar arasındaki bağı koparması, bağımlılık nesnesi haline gelmesi, tehlikelere açık, insanı kandıran ve dolandıran dış dünyadan evin içine açılan bir kapı olduğu düşüncesi bilgisayar ve interneti bilmemekten kaynaklanmaktadır. Kadınların bir kısmı da interneti bilgi kaynağı, çocukların ödevleri için gerekli ve her şeyi öğrenmek için bir fırsat olarak görmektedir.

Kadınlar için internette sınırlamalar olmalı, özellikle arkadaşlık siteleri kadınlara kapalı olmalı şeklindeki cevaplar kadınların toplumsal sınırlamaların keskin çizgilerle belirlenmesi konusunda istekli olduklarını göstermektedir. Özellikle kız çocukları için internetin korkulacak bir şey olarak değerlendirilmesi kız çocuklarının teknolojiden izole bir hayat içerisine çekilmesine neden olmaktadır. Kırsal alanda teknolojiye erişim olanaklarının sınırlı olması kadınları teknolojiden uzaklaştırmaktadır. Kadınlar bilgisayar ve internetin onlar için gerekli olmadığını zaman kaybı ve bağımlılık yapıcı yönü olduğunu, huzuru bozduğu ve beyin yıkadığı için evlerinde bilgisayar ya da internet olmasını istemediklerini belirtmiştir. Kadınların bir kısmı bilgisayar ve internetten önce daha önemli ihtiyaçlarının bulunduğunu bilgisayar ve internetin lüks ve zenginler için olduğunu belirtmiştir. Bilgisayarın köy hayatı içerisinde bir işlerine yaramayacağını düşünmeleri onun sağlayacağı faydalar konusunda bilinçli olmadıklarını göstermektedir. Tarımla ilgili bilgi almak için bilgisayar ve interneti kullanacağını söyleyenlerin oranı azdır. Araştırmada elde edilen verilere göre, bilgisayar ve internetin ev işi ve çocukları ihmal etmeye neden olacağı düşüncesi, kadınların kadının işi olarak belirlenen bu işleri fazlaca benimsediği ve bunları yapmaktan kendini alıkoyacak şeylere koşullu bir bilinçle yaklaştığı görülmektedir. Kadınların verdikleri cevaplara bakıldığında kadınların toplum tarafından konulan sınırları benimsediği hatta kendilerini sınırladıkları “*kadın kendini bildikten sonra, kadın kullanırken dikkat etmeli, iyi yönüyle kullanırsa sorun olmaz*” gibi cevapların kadınlarda bu konuda otokontrol oluştuğunu göstermektedir.

İnternet kullanan kadınlar, internetin sağladığı araştırma yapmak, merak ettiklerini öğrenmek, görüşme yapmak, vakit geçirmek gibi faydalarını kullanarak bulundukları imkânların üstüne çıktıklarını belirtmiştir. Kadınlar el işi ve yemek tarifi

almak için internetten yararlanma konusunda ilgilidir, internette farklı el işi örnekleri ve yemek tarifleri olduğu için kendilerine yararlı olacağını düşünmektedir. Kadın işi olarak kabul edilen el işi ve yemek tarifleri için kadınlar interneti kullanmayı uygun bulmaktadır. İnternette sağlık ile ilgili bilgi aradığını belirten kadınlar, sağlık imkânlarının sınırlı olması ve çekinmelerinden dolayı internette bu konudaki bilgilerin kendisine yararlı olduğunu belirtmiştir. Kadınlar bilgisayar kullanmayı bilmedikleri için kendilerini çağdan geri kalmış, eksik, cahil bulduklarını başkalarının bilgisayar kullandığını gördükleri zaman özendiklerini dile getirmiştir. Kadınların bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımında kadınlar için eşitlik ve özgürlükten bahsetmeleri umut vericidir.

Kadınların teknolojilerin faydalarını bilmedikleri için yokluğunu bir sorun olarak görmediği, daha önemli sorunları olduğu için teknolojilerin yokluğunu önemsemediği görülmektedir. Kadınlar bilgisayar ve internetin kendileri için lüks olduğunu, köy içerisinde bir işlerine yaramayacağını, kadınlar için gerekli bir araç olmadığını, eksikliğini hissetmemenin yanında kadınların psikolojisini etkilediğini düşünmeleri bilgisayar ve internet hakkında önyargılarının olduğunu göstermektedir. İnternete karşı güvensizlik, dolandırılma korkusu, kendilerine olan güven eksikliğinden dolayı tek başlarına internet üzerinden bir ürünün satışını yapmayacaklarını ancak bir lider olması şartıyla bu işe girebileceğini belirtmeleri bilgisayar ve internet ile ilgili önyargılarına örnektir.

Araştırmaya katılan kadınlar tarafından bilgisayar ve internetin bilgiye erişim için bir olanak ve çağın gerekliliği olarak görülmesi kırsal alanda bilgisayar ve internete karşı olumlu bir algının da var olduğunu göstermektedir. Kadınların, bilgisayar ve interneti evlerinde olmasa da kullanmayı öğrenmeleri onların önyargılarında değişime neden olacaktır. Kırsal alanda kadının bilgisayar ve internete kendi günlük hayatında değişim sağlayabilmek, fırsatlardan ve tarımsal gelişmelerden haberdar olmak, pazara yönelik faaliyetlerini sürdürebilmek ve kendi konumunu güçlendirebilmek için ihtiyacı vardır. Araştırmaya katılan kadınların aldıkları girişimcilik eğitimleri ve bölgenin kadınlara sunduğu evde turizm, doğal bitkilerin değerlendirilmesi gibi olanaklar bilgisayar ve internet kullanımı ile satış ve tanıtım anlamında kadınlara olumlu katkılar

sağlayacaktır. Kadınlar bilgisayar ve internet sayesinde hem bilgiye ulaşabilecek hem de var olan bilgi, birikim ve kaynaklarını erişmek isteyenlerle paylaşabileceklerdir. Kadınlar bu sayede sosyal hayatta daha etkin hale gelecek söz sahibi olma olanağını elde edecektir.

Kadınların köyde uygulanan proje kapsamında aldıkları eğitimlerin, az sayıda kadının bilgi ve iletişim teknolojilerine yaklaşımlarını etkilemiş, onları bu teknolojileri kullanarak bitkiler hakkında araştırma yapmaya, cep telefonu ve internet üzerinden sipariş ile satış yapılabileceği düşüncelerinin oluşmasına, gündelik hayatlarını değiştirmek adına bu araçlardan faydalanmaya yönlendirmiştir. Kadınlar bilgisayar kursuna katılmama nedeni olarak yaşlarını ve teknoloji korkularını bahane ederken bilgisayarın kendilerine ve günlük hayatlarına bir faydası olmayacağını düşünmeleri, işlerine engel olarak görmeleri ve eş/aile faktörünün kadın üzerinde belirleyici olduğu gerçeği kadının kendi isteğinden önce kendisine belirlenen sınırları dikkate aldığını göstermektedir. Kadınların yüzde 25,3'ü bilgisayar ve internet kullanmanın erkek işi olduğunu belirtmiştir. Kadınlar içerisinde bilgisayar kullanmanın erkek işi olduğunu kabul edenlerin kendilerine kabul ettirilmiş bazı sınırlılıkları sorgulama gereği duymadan savunmaya devam etmekte olduklarını göstermektedir.

Sonuç olarak kırsal alanda yaşayan kadınlar bilgi ve iletişim teknolojileri içerisinde en çok televizyonu kullanmakta, sonrasında cep telefonu gelmektedir. Bilgisayar ve internet kullanımı sınırlı olmakla birlikte radyodan daha çoktur. Kırsal alanda yaşayan kadınların teknoloji kullanımı önündeki engeller; sayısal ortama erişimde deneyimsizlik ve ilgisizlikten doğan düşünsel engel, teknolojilere sahip olamamaktan kaynaklanan maddesel engel, kişinin eğitim düzeyinin eksikliğinden kaynaklanan beceri engeli şeklinde belirginleşmektedir. Kırsal alanda bir değişim yaratmak isteniyorsa bilgi ve iletişim teknolojilerinin sunduğu fırsatlar göz ardı edilmemelidir. Özellikle kırsal kadının toplumsal sistem içerisinde maruz kaldığı baskı, yönlendirmeler, bir birey olarak tek başına bir şey gerçekleştirmesine izin verilmemesi ve karar verme mekanizması dışında tutulması gibi olumsuzluklar bilgi ve iletişim teknolojilerinin kadınlara sunduğu eğitim, bilgiye erişim, güven duygusu ile aşılabılır. Dünyada uygulanan projeler göstermiştir ki bilgi ve iletişim teknolojileri ile kırsal

alanda büyük değişimler yapılabilmektedir. Bu nedenle Türkiye kırsalında kadınların teknolojilere erişim sorunları çözölmeli ve teknoloji eğitimi ile çağa ayak uydurmaları sağlanmalıdır.



KAYNAKLAR

- Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, “Kırsal Alanda Yoksulluğun Gerçek Yüzü: Kadınlar”. (<http://sgb.aile.gov.tr/data/5434f2ee369dc31d48e42dc3/kirsalalankadinlari1.pdf>, 13.05.2015’te erişildi).
- Akıncı Vural, Beril ve Sabuncuoğlu, Ayda (2008). “Bilgi İletişim Teknolojileri ve Ütopyan Bakış Açısı”. *Selçuk İletişim* 5(3): 5-19.
- Akman, Varol ve Sevdik, Ayışığı B. (2003). “İnternetin Türk Kadınının Hayatındaki Yeri”. *Karizma*, 1: 92-107.
- Atılgan, Doğan (2006). “İletişim Teknolojileri Çağında Değişen Bilgi Hizmetleri”. *1. Uluslararası Bilgi Hizmetleri Sempozyumu*. İstanbul: İletişim.
- Avcıoğlu, Gürkan Şevket (2011). *Küresel Bilgi Teknolojileri ve Toplumsal Değerler*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Bal, Hüseyin (2004). *İletişim Sosyolojisi*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Yayınları
- Berberoğlu, Bahar (2010). “Yaşam Boyu Öğrenme İle Bilgi ve İletişim Teknolojileri Açısından Türkiye'nin Avrupa Birliği'ndeki Konumu”. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 5(2): 113-126.
- Berk, Ali, Önder, Hasan, Gül, Aykut (2003). “İletişim Teknolojileri ve Tarım”. *Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 18(4): 71-78.

- Binatlı, Cüneyt (2011). “Yeni Teknolojiler ve Kitabın Geleceği Üzerine Birkaç Söz”. *İletişim ve Teknoloji Olanaklar, Uygulamalar, Sınırlar*. Ed. Z. Hepkon. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınları. 13-20.
- Bingöl, Yılmaz, Tanrıver, Nihal (2011). “Bilgi Çağında Değişen Sosyal Hareketler: Sanal Eylemler”. *The Journal of Knowledge Economy & Knowledge Management*, 6(1): 131-141.
- Bölükbaş, Kenan, Yıldız, M. Cengiz (2003) “İnternet Kullanımında Kadın-Erkek Eşitsizliği” (<http://sbe.dumlupinar.edu.tr/12/103-112.pdf>, 09.07.2013’te erişildi).
- Canöz, Kadir (2011). “Yerel Televizyon İzleme Alışkanlıkları ve Motivasyonları: Konya Örneği”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 33: 113-136.
- Castells, Manuel (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*. I. Cilt Çev. E. Kılıç. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları
- Crowley, David ve Heyer, Paul (2010). *İletişim Tarihi: Teknoloji, Kültür, Toplum*. Çev. B. Ersöz. Ankara: Phoenix.
- Cüceloğlu, Doğan (2002). *İnsan ve Davranışı*. İstanbul, Remzi Kitabevi.
- Çakır, Vedat (2005). “Bir Sosyal Etkinlik Olarak Eğlence ve Televizyon (Konya Örneği)”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 13: 123-142.
- Çavdar, Göknur (2009). “Tarımsal Bilişim-Radyo ve Televizyon”. *Akademik Bilişim 2009 – 11. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*. Şanlıurfa: Harran Üniversitesi. 569-579.
- Çelik, Burçe (2010). Türkiye’de Cep Telefonu, Melankoli ve Teknoloji. *Toplum ve Bilim*, 117: 56-74.

Çevikel, Tolga (2007). “İnternette Spor Medyası: Spor Siteleri Üzerine Bir Değerlendirme”. *12. Türkiye’de İnternet Konferansı*. (8-10 Kasım 2007). Ankara: Bilkent Üniversitesi Yayınları. 39-45.

DAW (2002). “Information and Communication Technologies and Their Impact on and Use as an Instrument for the Advancement and Empowerment of Women. Report of the Expert Group Meeting Seoul, Republic of Korea 11-14 November 2002. (www.un.org/womenwatch/daw/egm/ict2002/ 19.10.2014’te erişildi.

Demiray, Emine (2009). “Teknoloji ve Kadın”. *Uluslararası Multidisipliner Kadın Kongresi* (13-16 Ekim 2009). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.

Dikmen, Gözde Öymen (2011). “Tüketen Üreticiden Üreten Tüketiciye Dönüşümde Sosyal Medyanın Rolü”. *İletişim ve Teknoloji Olanaklar, Uygulamalar, Sınırlar*. Ed. Z. Hepkon. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınları. 156-175.

Dlodlo, Nomusa (2009) “Access to ICT Education for Girls and Women in Rural” *Technology in Society*, 31: 168–175.

Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Kırsal Kalkınma Politikaları Özel İhtisas Alt Komisyonu Raporu (2006), Ankara.

Dündar, Selahattin ve Çetinkaya, Haydar (2002). *Terekemeler (Karapapaklar) Tarih, Yaşam, Halk Kültürü, Tasavvuf*. Ankara: Alf Matbaası.

Dünya Kalkınma Raporu (2012). “Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Kalkınma Genel Bakış”. (<http://www.oka.org.tr/NewsDownload/2012DunyaKalk%C4%B1nmaRaporuYoneticiOzeti.pdf>, 27.09.2013’te erişildi.

Edles, Laura Desfor (2006). *Uygulamalı Kültürel Sosyoloji*. Çev.: C. Atay. İstanbul: Babil.

- Ege, Göknur Bostancı (2008). “Dijital Ayrım”. *Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Dergisi*, 19: 43-57.
- Emiroğlu, Bülent Gürsel (2007). “Türkiye’de ve Dünya’da Bilgi Toplumu ve Ekonomisi: Süreçler ve Değişimler”. *12. Türkiye’de İnternet Konferansı*. (8-10 Kasım 2007). Ankara: Bilkent Üniversitesi Yayınları. 333-337.
- Ergül, Hakan, Gökalp, Emre, Cangöz, İncilay (2010). “Eski Yoksulluk, Yeni Medya: Yoksullukla Baş Etmede Yeni Medya Nasıl Kullanılıyor (Mu)?”. *Uluslararası Yoksullukla Mücadele Stratejileri Sempozyumu Bildiriler Kitabı* 13-15 Ekim 2010 İstanbul , 1. Cilt: 133-144.
- Erkul, R. Erdem (2007). “Bilişim Teknolojisinin Aşıl Topuğu: Güvenlik ve Mahremiyet; E-Devletin Görünmeyen Yüzü”. *12. Türkiye’de İnternet Konferansı*. (8-10 Kasım 2007). Ankara: Bilkent Üniversitesi Yayınları. 194-195.
- Eşkinat, Rana (2013). “Türkiye’de Kadına Yönelik Ekonomik Şiddet”. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 37: 289-301.
- FAO (2010). “The Application of Information and Communication Technologies in Agricultural and Rural Development in Egypt” (www.fao.org/docrep/013/i1930e/i1930e00.pdf, 19.10.2014’te erişildi).
- Gedik, Ömer (2007). “Kitle İletişim Özgürlüğünün Yeni Boyutu “İnternet Özgürlüğü” ve 5651 Sayılı “İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun”a Eleştiri”. *12. Türkiye’de İnternet Konferansı*. Ankara: Bilkent Üniversitesi Yayınları. 122-127.
- Gençer, Mehmet (2007). “Bilişim ve Kuramsal Zeka”. *12. Türkiye’de İnternet Konferansı*. (8-10 Kasım 2007). Ankara: Bilkent Üniversitesi Yayınları. 34-38.

Geray, Haluk (2003). *İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya.

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı (2012). “Kırsal Alanda Kadının Güçlendirilmesi Ulusal Eylem Planı (2012-2016)” (http://www.tarim.gov.tr/EYYDB/Belgeler/Duyurular/Ulusal_Eylem_Plan%C4%B1.pdf, 03.03.2015’te erişildi).

Giddens, Anthony (2008) *Sosyoloji*. İstanbul: Kırmızı.

Gollakota, Kamala, Pick , James ve Sathyapriya, P. (2012). “Using technology to alleviate poverty: use and acceptance of telecenters in rural India”. *Information Technology for Development*, 18(3): 185-208.

Government of the Gambia/Uneca Scan-Ict Country Report (2007). “Status Of Ict Access, Usage And Exploitation In The Gambia: Final Report” (<http://www.scanict-gbos.gov.gm/docs/scan/scanictreport.pdf>, 03.10.2014’te erişildi).

Göker, Gamze (2007). “İnternetin Türkiye’de Kadın Hareketi Üzerindeki Etkisi: Kadın Kurultayı E-Grubu Örneği”. *12. Türkiye’de İnternet Konferansı*. (8-10 Kasım 2007). Ankara: Bilkent Üniversitesi Yayınları.

GSMA (2013). Kadınlar ve Cep Telefonları: Küresel Bir Fırsat Düşük ve Orta Gelirli Ülkelerde Cinsiyetler Arası Mobil İletişim Uçurumu Üzerine Bir Araştırma. (http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wpcontent/uploads/2013/02/Turkish_Translation-GSMA_mWomen-Women__MobileA_Global_Opportunity.pdf, 27.09.2013’te erişildi).

Gülçubuk, Bülent (2012). *Kadın Çiftçiler Yarıyor Etki Değerlendirme Araştırması*. Ankara: Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Eğitim Yayın ve Yayınlar Dairesi.

- Gülçubuk, Bülent ve Aluftekin, Nilay (2006). “Kırsal Kalkınmada İnternet Tabanlı Bilgi Sistemlerinin Kullanımı”. *11. Türkiye’de İnternet Konferansı* (21-23 Aralık 2006, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi) (inet-tr.org.tr/inetconf11/bildiri/87.doc, 24.07.2014’te erişildi).
- Hepkon, Zeliha (2011). “Yeni İletişim Teknolojileri Tartışmalarının Yeni Olmayan Boyutu: Teknolojik Determinizm”. *İletişim ve Teknoloji Olanaklar, Uygulamalar, Sınırlar*. Ed. Z. Hepkon. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınları. 122-144.
- Hepkon, Zeliha ve Aydın, Oya Şakı (2011). “Küreselleşme, Medya ve Demokrasi: Kalkınma İçin İletişim Teknolojileri Yeniden”. *İletişim ve Teknoloji Olanaklar, Uygulamalar, Sınırlar*. Ed. Z. Hepkon. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınları. 142-155.
- International Telecommunication Union (ITU) (2011). “The World in 2011 ICT Facts and Figures”. (<http://www.itu.int/en/ITU-/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2011.pdf>, 04.07.2013’te erişildi).
- İnan, Hakkı (2002). “Kırsal Kesimde Üretici Örgütlenmesi ve Orman Köyleri Kalkınma Kooperatifleri”, *1. Ulusal Ormancılık Kooperatifleri Sempozyumu*. Kastamonu. (www.orkoop.org.tr/uploads/files/09.doc 16.05.2015’te erişildi).
- Karahan Uslu, Z. (2007). “Yeni İletişim Araçları ve Toplumsal Etkileri”. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 1: 224-234.
- Karapanca, Zülal (2012). Kadına Yönelik Şiddet İçerikli Haberlerin “Erkeklik” Algısı Ekseninde Değerlendirilmesi: İzmir Ekonomi Üniversitesi Erkek Öğrencilerin Haber Okumaları Üzerine Bir Çalışma. (<http://iletisim.ieu.edu.tr/karine/?p=288> 07.11.2013’te erişildi).
- Kaynak, Selahattin ve Karaca, Zeynep (2012). “Bilgi İletişim Teknolojileri Talebi: Bir Uygulama”. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23: 49-68.

- Kemaloğlu, Muhammet (2012). “Terekeme-Karapapak Türkleri Yerleşim Alanları”. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Eğitim Kültür Dergisi*, 1(3): 55-81.
- Kılıç, Çiğdem (2011). “Küreselleşen Dünyada Dijital Bölünme Sorunu”. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19: 81-91.
- Kırlıdoğ, Melih ve Gür, Öymen (2005). “Existing Rural ICT in Turkey and ICT for Development: Is Transformation Possible?”. *International Congress on Information Technology in Agriculture, Food and Environment*. 205-212.
- Kızılaslan, Halil ve Gönültaş, Hayati (2011). “Bilişim Teknolojisinin Tarım Ürünlerinin Pazarlamasındaki Konum ve Önemi (E-Pazarlama)”. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28(1): 1-11.
- Maigret, Éric (2012). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. Çev.: H. Yücel. İstanbul: İletişim. 2bs.
- MEGEP (2008). “Gazetecilik, Radyo TV Tarihi”, (http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/gazetecilik/moduller/radyo_televizyon_tarihi.pdf, 20.11.2013’te erişildi).
- mWomen Projesi Raporu (2012). “Türkiye’de Mobil Teknoloji Alanında Toplumsal Cinsiyet Eşitliğini Sağlamak: Zorluklar ve Fırsatlar”, (www.teknolojidekadinhareketi.org/mWomenProjesi.aspx, 27.09.2013’te erişildi).
- Naisbitt, John, Naisbitt, Nana ve Philips, Douglas. (2004). *İnsan ve Teknoloji: Gelişim, Değişim ve Geleceği Anlama Arayışı*. Çev: O. Ayaz, H. Yıldırım ve M. Şayan Kileci. İstanbul: CSA Global Yayın Ajansı.
- Oğuz, Cennet vd. (2010). “Türkiye’de Kırsal Alanda Tarımda Yoksulluk, Yoksulluğun Nedenleri ve Çözüm Önerileri: Konya İli Örneği”. *Uluslararası Yoksullukla Mücadele Stratejileri Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. İstanbul, I. Cilt: 287-298.

Onuncu Kalkınma Planı (2013) (<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/12/Onuncu%20Kalk%C4%B1nma%20Plan%C4%B1.pdf>, 12.01.2014'te erişildi).

Özbek, Volkan ve Koç, Fatih (2009). “Kırsal Kesimde ve Kentlerde Yaşayan Ailelerin Dayanıklı Tüketim Malları Satın Alma Kararlarının Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Araştırma”. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(21): 139-156.

Özbilgin, İzzet Gökhan ve Çalış, Kübra (2012). “Bilgi ve İletişim Teknolojileri Açısından Türkiye ve Azerbaycan’ın Genel Karşılaştırılması” (<http://ab.org.tr/ab13/bildiri/227.pdf>, 22.01.2014'te erişildi).

Özer, Dilek vd. (2005). “Do Information and Communication Technologies (ICTs) Have any Meaning for Rural Woman?”. *International Congress on Information Technology in Agriculture, Food and Environment*. 213-218.

Özgen, Özlen ve Ufuk, Hatun (2011). “Kırsal Kesimde Kadın Eğitimi” (http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/6121d1f782d29b6_ek.pdf?tipi, 03.06.2015'te erişildi).

Özkan, Özen (2004). *Yeni İletişim Teknolojilerinin Siyasal Hayatta Uygulanması ve Türkiye Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Öztürk, Gülay (2011). “Yeni Medyanın Reklamcılığa Etkileri: Olanaklar, Riskler ve Sınırlar”. *İletişim ve Teknoloji Olanaklar, Uygulamalar, Sınırlar*. Ed. Z. Hepkon. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınları. 196-216.

Öztürk, Mustafa ve Çetin, Başak Işıl (2009). “Dünya’da ve Türkiye’de Yoksulluk ve Kadınlar”. *Journal of YasarUniversity* 3(11): 2661-2698.

- Öztürk, Şinasi (2008). “Kırsal Yoksulluk ve Neo-Liberal Ekonomi Politikaları” *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 1(5): 605-634.
- Papakçı, Zihni (2010). *Terekemeler (Karapapaklar) Kökeni, Tarihi, Gelenek ve İnançlar*. İstanbul: Su Yayınları.
- Peker, Esra ve Yeşim, Kubar (2012). “Türkiye’de Kırsal Kesimde Kadın İstihdamına Genel Bir Bakış”. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi* 2(14): 173-188.
- Postman, Neil (2004) *Teknopoli*. Çev.: M. E. Yılmaz. İstanbul: Gelenek Yayıncılık.
- PTT (2007). *Geçmişten Günümüze Posta*. Ankara: PTT Genel Müdürlüğü.
- Rosliah Abdul Rashid, Siti Masayu ve Hassan, Fatimah (2012). “Information and Communications Technology Development Products Towards Strengthening Rural Communities in Malaysia”. *Canadian Social Science*, 8(5): 91-98.
- Sabah Gazetesi, “Cep telefonuyla boşanma davası” (<http://www.sabah.com.tr/dunya/2013/07/16/cep-telefonuyla-bosanma-davasi>, 16.07.2013’te erişildi).
- Sarmaşık, Jale (2011). “İnternet ve Hukuk”, *İletişim ve Teknoloji Olanaklar, Uygulamalar, Sınırlar*. Ed. Z. Hepkon. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınları. 21-49.
- Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2000). “Kırsal Kalkınma Özel İhtisas Komisyonu Raporu”. (<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/zel%20htisas%20Komisyonu%20Raporlar/Attachments/109/oik538.pdf>, 21.12.2013’te erişildi).
- SETA (2012). “Türkiye’nin gençlik profili”. (<http://arsiv.setav.org/public/HaberDetay.aspx?Dil=tr&hid=111670&q=turkiye-nin-en-buyuk-genclik-arastirmasi>, 27.09.2013’te erişildi).

- Seyfullahoğulları, Ayhan ve Akbaş, Mustafa Emre (2013). “Ekonomide Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Önemi: Ülkeler Bazında Karşılaştırmalı Bir Analiz”. *Öneri*, 10(40): 201-212.
- Shirazi, Farid (2012). “Information and Communication Technology and Women Empowerment in Iran”. *Telematics and Informatics*, 29: 45-55.
- Şavran, Temmuz Gönç (2014) “Sağlıkta Toplumsal Cinsiyet Eşitsizlikleri: Eskişehir’de Kırsal ve Kentsel Alanlarda Kadın Sağlığı”. *Fe Dergi* 6(1): 98-116.
- Şen, Ali ve Akdeniz, Sıdıka (2012). “Sayısal Uçurumla Başetmek: OECD Trendleri ve Türkiye”. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 7(1): 53-75.
- Timisi, Nilüfer (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost.
- Toprak, Elif, Banar, Seçil ve Özkanal, Berrin (2009). “Opportunities of Information and Communication Technologies for Palestinian Women: Media and Distance Education”. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1): 137-148.
- Törenli, Nurcan (2005). *Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimleniş: Yeni Medya Yeni İletişim Ortamı*. Ankara, Bilim Sanat Yayınları.
- Tutkun, Ceren (2007). “Devletin Kısa Yolu”. 12. *Türkiye’de İnternet Konferansı*. Ed. M. Akgül vd. Ankara: Bilkent Üniversitesi Yayınları. 209-213.
- TÜİK (2013). “Hane Halkı İşgücü Araştırması”. (http://www.tuik.gov.tr/jsp/duyuru/upload/yayinrapor/HIA_2013.pdf, 25.06.2014’te erişildi).
- TÜİK (2012). “Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2012” (www.tuik.gov.tr, 10.04.2013’te erişildi).

- TÜİK (2013). “Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2013”. (www.tuik.gov.tr, 04.11.2013’te erişildi).
- Türk Dil Kurumu Sözlüğü (http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.555883ebd648e8.87094909, 17.05.2015’te erişildi).
- Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi (2014-2020). (<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/02/20150221-12-1.pdf>, 04.03.2015’te erişildi).
- UNICEF (2012). *Türkiye’de Çocuk ve Genç Nüfusun Durumunun Analizi 2012*. (panel.unicef.org.tr/vera/app/var/files/sli/sitan-tur-final-2012.pdf, 27.09.2013’te erişildi).
- Ural, Ebru Güzelcik (2011). “Teknolojinin Etkileri ve Halkla İlişkiler: Eleştirel Bir Yaklaşım”. *İletişim ve Teknoloji Olanaklar, Uygulamalar, Sınırlar*. Ed. Z. Hepkon. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınları. 50-82.
- Uslu, Zeynep Karahan (2007). “Yeni İletişim Araçları ve Toplumsal Etkileri”. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 1: 224-234.
- Ünal, İlker ve Topakcı, Mehmet (2013) “Tarımsal Üretim Uygulamalarında Bulut Hesaplama (Cloud Computing) Teknolojisi” (<http://ab.org.tr/ab13/bildiri/230.pdf>, 10.10.2013’te erişildi).
- Williams, Raymond (2003). *Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim*. Çev: A. U. Türkbağ. Ankara: Dost.
- Yakışık, Harun ve Zülfikar, Berna Şafak (2013). “2000 Sonrası Türkiye’de Kırsal ve Kentsel Yoksulluk: Kırsal Yoksullukla Mücadele Uygulama Örnekleri” *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi* 17 (2): 29-49.

Yeğenoğlu, Selen ve Sözen, Bilge (2007). “Türkiye’de Eczacılıkla İlgili Web Sitelerinin Bazı İlkeler Işığında Değerlendirilmesi”. 12. *Türkiye’de İnternet Konferansı*. Ed. M. Akgül vd. Ankara: Bilkent Üniversitesi Yayınları. 46-50.

Yeşil, Sezen ve Alkan, Mustafa (2007). “İnternet Yönetişimi ve İçerik Düzenlemeleri”. 12. *Türkiye’de İnternet Konferansı*. Ed.: M. Akgül vd. Ankara: Bilkent Üniversitesi Yayınları. 128-135.

Yılmaz, Kürşad ve Horzum, Mehmet Barış (2005). “Küreselleşme, Bilgi Teknolojileri ve Üniversite”. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(10):103-121.

İnternet Kaynakları

<http://www.kagider.org/?Dil=0&SID=1&HID=314>, 01.11.2014’te erişildi.

<http://www.oecd.org/internet/ieconomy/38332121.pdf>, 24.09.2014’te erişildi.

Görüşme yapılan kişiler

İlhan Koçulu (Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneği Başkanı) Mail yoluyla

Süleyman Karayazı (Küçükboğatepe Köyü Muhtarı)

Şennik Ayvazoğlu (Boğatepe Köyü Muhtarı)

Zümran Ömür (Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneği Eş Başkanı)



EK 1: KÖY GENEL BİLGİ FORMU

KÖYÜN ADI
GÖRÜŞÜLEN KİŞİ
GÖRÜŞMEYİ YAPAN
TARİH
NÜFUS

0. Köydeki hane sayısı nedir(mezralar dahil)?
1. Köyün toplam nüfusu(Mezralar dahil) ne kadar?
3. Köye bağlı yerleşim yeri (mezra, mahalle vs.) sayısı (asıl köy dahil) ve nüfusları ne kadardır?

Adı: _____ **Köye mesafesi(km.):** _____ **Hane Sayısı:** _____ **Nüfus**

4. Kadın ve erkek nüfusun oranı nedir?

Kadın:.....

Erkek:

5. Son beş yıl içinde köyünüzden kaç kişi köy dışına göç etti ve nerelere gittiler?

6. Son beş yıl içinde köy dışından köyünüze göçüp yerleşenler oldu mu?

Evet ise kaç kişi geldi?..... Hayır ise neden?.....

7. Nerelerden geldiler?

0. _____ Komşu köylerden 2. Uzak köylerden 3. Başka
yerlerden

8. Köyünüzden geçici olarak köy dışına çalışmaya gidenler var mıdır?

Evet Hayır

9. En çok hangi nüfus grubu köy dışına geçici olarak çalışmaya gider?

0. Gençler 2. Erkekler 3. Ailecek gidilir 4. Başka

10. Ne tür işler yapmaya gidilir?

1. Mevsimlik tarım işleri 2. Kentlere inşaat işçiliğine
3. Kentlere satıcılık işlerine 4. Diğer

11. En çok nerelere giderler?

1.....

2.....

3.....

DOĞAL KANAKLAR VE EKONOMİ

12. Köyün toplam kullanım alanı

Kullanım Şekli	Dönüm
Yerleşim Alanı	
Tarım Arazisi: Kuru Sulu	
Mera	
Orman	
Kullanılmayan	
Toplam	

13. Toplam arazi mülkiyet durumu

Mülkiyet şekli	Dönüm
Şahıslara ait	
Köy ortak malı	
Kamu arazisi	
Toplam	

14. Köydeki topraksız hane sayısı?.....

15. En fazla toprağı olanın toplam arazi miktarı nedir (dönüm)?.....

16. En az toprağı olanın toplam arazi miktarı nedir (dönüm)?

17. Kuru arazilerde ne yetiştirilir, ekiliş durumu ve dönüm başına alınan verim ürüne harcanan emek ve masrafı karşılar nitelikte midir?

18. Sulu arazilerde ne yetiştirilir, ekiliş durumu ve dönüm başına alınan verim ürüne harcanan emek ve masrafı karşılar nitelikte midir?

19. Köydeki tarım makinesi sayısı

Tarım makinesi	Sayı

20. Köydeki toplam hayvan varlığı

Hayvan Çeşidi	Sayı
Sığır (Yerli)	
Sığır (Melez)	
Sığır (Kültür)	
Koyun	
Keçi	
Tavuk	
Hindi	
Kaz ve Ördek	

21. Eğer varsa, köyünüzde tarım dışı başka gelir kaynakları nelerdir?

ALTYAPI- ULAŞIM

22. Köyünüzde şebekeli içme suyu var mı?

23. Cevabınız hayır ise, içme suyunu nereden alıyorsunuz?

24. Köyünüzde kanalizasyon var mı?

25. Köyünüzde okul var mı? Kaç derslikli? Kaç öğretmen var?

26. Köyünüzde sağlık evi var mı? Personel durumu nedir?

27. Köyünüzdeki taşıt sayısı nedir?

Taksi (Ticari)	
Taksi (Özel)	
Minibüs	
Kamyon	
Diğer	

ÖRGÜTLENME

28. Köyünüzde kooperatif vb. herhangi bir çiftçi örgütü var mı? Hangileri? Kaç üyesi var?

29. Köyünüzde ortaklaşa ne tür işler yapılır?

SOSYAL İLİŞKİLER

30. En çok ilişkide bulunduğunuz ilçe hangisidir? Hangi amaçla?

31. En çok hangi köylerle ilişkiniz var? Ne türden ve hangi amaçla?

32. Çevre köylerden herhangi biriyle bir anlaşmazlığınız var mı? Hangileri? Neden?

33. En çok anlaşabildiğiniz çevre köyler hangileridir? Neden?

34. Köy halkı içinde herhangi bir anlaşmazlık var mı? Neden?

35. Eğer köyünüzde okul olmasa erkek çocukları okula gönderebilmek için en uzak mesafe ne kadar olmalıdır?

36. Kız çocuklarınızı okula gönderebilmek için en uzak mesafe ne kadar olmalıdır?

SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

37. Köyünüzün en önemli sorunları nelerdir?

38. Bunların çözümü için köy halkı olarak siz ne yapabilirsiniz?

39. Devletten beklentileriniz nelerdir?

BİR KARAPAPAK KÖYÜNDE

40. Köyünüzde ortaklaşa kutladığınız bir günü anlatır mısınız? Bu günlerde kadınlar da yer alır mı?

41. Köyünüze has bir kıyafet/halk oyunu veya etkinlik var mı? Varsa nedir?

42. Köyünüzde kadınların yaşadığı sorunlar sizce nedir?
43. Köyünüzde hiç kadın muhtar olmuş mu? Evetse yılı/yaşı?
44. Köyünüzde kadınlar hane gelirine katkıda bulunmak için herhangi bir iş yapar mı, ne tür işler yaparlar?
45. Köyünüzde kadınlar pazara ürün satma vb. çıkarlar mı? Evetse ne ve nerelere?
46. Köyle ilgili bir karar alırken kimler etkili olur ve süreç nasıl işler?
47. Köyünüzde lider/sözü dinlenen kadınlar var mı? Kim ve neden onlar dinlenir?
48. Köyünüzde kız çocuklarına miras konusunda nasıl bir yol izlenir, neler verilir?
49. Köyünüzün gelir düzeyini nasıl tanımlarsınız?
50. Sizce Karapapak kültürünün temel özellikleri nelerdir?
51. Geleneklerinize göre baştan sona bir evlilik merasimi (düğünleriniz) nasıl olur?
52. Köyünüzde yapılan evlilikleri dikkate aldığınızda sayacaklarımdan hangileri uygulanmaktadır?
- Başlık parası -Çok eşlilik -Berdel -Diğer.....
53. Doğum ve çocuk gelenekleriniz nasıldır?

54. Köyünüzde günlük hayatta hangi işlerle kimler ilgilenir?

	Kadın	Erkek	Çocuklar
Çocuk bakmak			
Yemek yapmak			
Çamaşır, bulaşık yıkamak			
Hayvanlara bakmak			
Tarlaya gitmek			
Traktör sürmek			
Yakacak odun vb. taşımak			
Çarşıya, pazara gitmek			
Dikiş nakış işlerine bakmak			

55. Köyünüzde evlilik yaşı ortalama kaçtır? Kadın..... Erkek.....

56. Köyünüzde evlilik türü genel olarak hangisidir?

a) İmam nikahı b) İmam+Resmi nikah c) Resmi nikah d) Diğer.....

57. Köyünüzde eşi ölen ya da boşanmış kaç kadın var?

58. Köyünüzün web sitesi var mı? Kurucuları burada mı yaşıyor? Site ne amaçla kuruldu?

59. Bilgi ve iletişim teknolojileri (televizyon, cep telefonu, bilgisayar, internet) günlük hayatınıza ne ölçüde etki ediyor? Size sağladıkları faydalar nelerdir?

59. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kültürünüz üzerinde değişime yol açacak herhangi bir etkisi olduğunu düşünüyor musunuz? Ne gibi değişimler?

60. Köy halkı olarak bu teknolojileri kullanarak yaptığınız işleri geliştirecek, size katkı sağlayacak bir düşünceniz veya girişiminiz oldu mu? (internette satış)

61. Köy halkı tarafından gençlerin bu teknolojileri kullanması nasıl karşılanmaktadır?

EK 2: BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ KULLANIM DEĞERLENDİRME ANKETİ

DEMOGRAFİK SORULAR

Adı Soyadı:

0. Yaşınız

)16-24 b)25-34 c) 35-44 d) 45-54 e) 55-64 f) 65+

0. Medeni durum

a) Evli b) Eşi ölmüş c) Eşinden ayrılmış d) Diğer.....

0. Evlilik türü

)İmam nikahı b) Resmi nikah c) İmam+Resmi nikah d) Diğer.....

0. Eğitim durumunuz nedir?

)Hiç okula gitmedi
)İlkokul terk
)İlkokul mezunu
)Ortaokul terk
)Ortaokul mezunu
)Lise terk
)Lise mezunu
)Yüksek okul/Üniversite terk
)Yüksek okul/Üniversite mezunu
)Okuryazar
)Okuryazar değil

0. Elinize geçen bir metni rahatlıkla okuyabilir misiniz? () evet () hayır

0. Doğum yeriniz.....

0. Şu an ikamet ettiğiniz yere nereden gelin geldiniz?.....

0. Mesleğiniz nedir?

0. Sosyal güvenlik durumunuz nedir?

()ssk ()bağ-kur ()yeşil kart ()sahip değil ()diğer
Kimin üzerine? ()Eşimin üzerine () kendimin ()diğer.....

0. Oturduğunuz ev,

1.()Kira ()size ait ()akraba yanı ()diğer....
2.() apartman () müstakil ()gecekondu ()diğer.....
3.()doğalgazlı ()kaloriferli ()sobalı ()diğer.....

0. Oy kullanır mısınız? ()evet ()hayır

0. Hanede yaşayan kişi sayısı

Kadın..... Erkek..... Çocuk..... Toplam.....

Yakınlık Derecesi	Yaşı	Öğrenim Durumu	Cep telefonu sahipliği
Kendisi			

0. Hanenin aylık ortalama geliri nedir?

-)500 TL'den az
-)500-1000 TL arası
-)1000-2000 TL arası
-)2000-3000 TL arası
-)3000 TL ve üzeri

0. Gelire kimlerin katkısı var? Nasıl?

0. Ailenizin ekonomik durumunu bulduğunuz yerin koşullarına göre nasıl tanımlarsınız?

-)Zayıf-yoksul b)Orta halli-kendine yeten c) İyi d)
- Zengin

0. Evinizde yapılan harcamaları kim kontrol eder/ kim karar verir/para kimde durur?

- ()eşim () eşimle ortak ()ben ()aile büyükleri

0. Ailenizin tarım için kullanılan bir toprağı var mı? Varsa kimin üzerine kayıtlı?

.....

0. Bitkisel ve/veya hayvansal üretimle uğraşıyor musunuz? Son 10 yılda bu işlerde bir değişiklik oldu mu?

.....

0. Köyünüzde ortaklaşa yaptığınız işler var mı? Örnek verir misiniz?

.....

0. Hangilerinin alınmasında evde söz sahibisiniz? Hayırsa neden?

Televizyon	
Radyo	
Cep telefonu	
Bilgisayar	

0. Kadınlar arasında eşya sahibi olmak önemli midir? (bulaşık-çamaşır mak. vb)

.....

0. Sizi bu köye bağlayan en önemli nedenler nelerdir?

0. Köyünüzde kadınların yaşadığı sorunlar nelerdir?

0. Karapapaklar arasında kadın olmanın güzel tarafları nelerdir?

.....

0. Karapapaklar arasında kadın olmanın sıkıntılı tarafları nelerdir?

.....

0. Karapapak kadınlarının yaptığı ve erkeklerin kesinlikle karışmadığı işler nelerdir?

.....

0. Karapapak kadınları arasında en çok sözü geçen (saygı gören) kadınlar hangi özelliklerdedir?

.....

0. Bulduğunuz bölgede açılan herhangi bir kursa ve ya eğitime katıldınız mı? Belirtiniz.

() evet () hayır.....

0. Köyünüzde uygulanan bir proje/etkinlik var mı? Evetse bunun kadınlar için ne gibi faydaları oldu?

0. Size farklı konularda destek veren kurum veya kuruluş var mı? (eğitim, yol gösterme, iş bulma gibi)

.....

31. Evinizde günlük hayatta hangi işlerle kimler ilgilenir?

	Kadın	Erkek	Çocuklar
Çocuk bakmak			
Yemek yapmak			
Çamaşır, bulaşık yıkamak			
Hayvanlara bakmak			
Tarlada çalışmak			
Traktör sürmek			
Aile içi uyumu ve huzuru sağlamak			
Çarşıya, pazara gitmek			
Dikiş nakış işlerine bakmak			
Aile bütçesine katkı sağlamak			
Ailenin güvenliğini sağlamak			

32. Size göre kadın ve erkeğin en önemli görevleri nelerdir ?

33. Köyünüzde kadınlara miras verilir mi? Evetse neler verilir?

34. Karapapaklar arasında çalışmak isteyen kadınların karşılaşacağı engeller nelerdir?

.....

35. Ev dışında para kazandığınız herhangi bir işte çalışıyor musunuz?

a) Çalışıyorum (Ne iş yapıyorsunuz:

b) Çalışmıyorum (Neden:

36. Kız ve erkek çocuklar okutulmalı mı? Neden?

Evet okutulmalı:.....

Hayır okutulmamalı:.....

37. Karapapak adı size ne çağrıştırıyor?

.....

BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ KULLANMA DURUMU

38. Kendinize ait bir cep telefonunuz var mı?

a) Evet

b) Hayır

39. Hayır, ise kendinize ait bir cep telefonunuz olsun ister misiniz? Neden?

)Evet.....

)Hayır.....

0. Cep telefonunu ne amaçla kullanıyorsunuz?

0. Cep telefonunu günde kaç defa kullanırsınız? Nerede kullanıyorsunuz? (tarla vb...)

0. En çok kimlerle konuşursunuz? Neden?

0. Cep telefonu kadınlar için gerekli bir ihtiyaç mıdır?

b) Evet (Neden:.....)

b) Hayır (Neden:.....)

0. Eşiniz ya da aileniz sizin kendinize ait bir cep telefonunuz olmasına izin veriyor mu?

b) Evet (Neden:.....)

b) Hayır (Neden:.....)

0. Kadın olmak cep telefonu kullanmanıza engel mi?

)Evet (Neden:.....)

b) Hayır (Neden:.....)

0. Cep telefonu deyince aklınıza ilk gelen şey nedir?

0. Cep telefonunuzun olmaması sizce önemli bir sorun mudur?

)Evet (Neden:.....)

)Hayır (Neden:.....)

0. Sizce aşağıdakilerden hangisi doğrudur?

Cep telefonu kullanmak erkek işidir ()

Cep telefonu kullanmak kadın işidir ()

Kadın da erkek de cep telefonu kullanabilir ()

0. Evinizde sabit telefon var mı?

b) Evet b) Hayır

0. Sabit telefonu hangi amaçla kullanmaktasınız?

51. Sizce televizyon gerekli bir ihtiyaç mıdır?
 a) Evet (Ne konuda?.....
 b) Hayır (Ne konuda?.....
52. Televizyon izleme sıklığınız nedir?
53. Televizyonda en çok izlediğiniz programlar nelerdir?
54. Yaptığınız işlerle ilgili programlar seyrediyor musunuz? Evetse neler?
55. Hangi tür kanalları izliyorsunuz?
 a) Ulusal kanallar (Özellikle isim verirse.....
 b) Yerel kanallar (Özellikle isim verirse.....
56. Televizyonda çıkan programlardan rahatsızlık duyduklarınız oluyor mu?
 a) Evet (Hangileri? Neden?.....
 b) Hayır
57. Günde radyo dinlerim. Hiç () Arada sırada ()
58. Radyoda hangi programları dinliyorsunuz? Hangi işleri yaparken radyo dinlersiniz?
59. Televizyon ve radyo programları veya reklamları genel seçim dönemlerinde oy tercihinizi etkiliyor mu?
 a) Evet b) Hayır
60. Evinizde bilgisayar var mı?
 a) Evet b) Hayır
61. Bilgisayar denilince aklınıza gelen ilk şey nedir?
62. Bilgisayar kullanıyor musunuz?
 a) Evet (Ne için.....
 b) Hayır (Neden.....
63. İnternet deyince aklınıza ne geliyor?
64. Evinizde internet bağlantısı var mı?
 a) Evet b) Hayır
65. İnternet kullanıcısı mısınız?
 a) Evet (Ne amaçla.....
 b) Hayır (Neden.....

66. Bilgisayar ve internetin sizin için gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?
 b) Evet (Ne konuda.....)
 b) Hayır (Neden.....)
0. Bilgisayar ve internet sizin günlük hayatınızda ne işinize yarayabilir?
0. Kadın olmak sizce bilgisayar ve internet kullanmanıza engel midir?
 a) Evet (Neden.....)
 a) Hayır (Neden.....)
0. Bilgisayar sahibi olmamak ya da bilgisayar kullanmayı bilmemek sizce önemli bir sorun mudur?
 b) Evet
 (Neden.....)
 b) Hayır
 (Neden.....)
0. “İnternette Pazarlama” duydunuz mu? a) Evet b) Hayır
0. İnternette hiç alışveriş yaptınız mı? a) Evet b) Hayır
0. Ürettiğiniz ürünleri (peynir, yağ, vb.) imkan sağlanırsa haneye gelir sağlamak için internet üzerinden satmayı düşünür müsünüz?
 a) Evet b) Hayır Neden?.....
0. Köyünüzde bilgisayar kursu düzenlense katılır mısınız?
 a) Evet b) Hayır Neden?.....
0. Kadın sağlığı ile ilgili konularda internette faydalaniyor musunuz?
 a) Evet b) Hayır
0. Sizce aşağıdakilerden hangisi doğrudur?
 Bilgisayar/internet kullanmak erkek işidir ()
 Bilgisayar/internet kullanmak kadın işidir ()
 Kadın da erkek de bilgisayar/internet kullanabilir ()

EK 3: ETİK KURUL KARARI

Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kurulu

Neslihan YILMAZ
 Abant İzzet Baysal Üniversitesi
 Sosyal Bilimler Enstitüsü
 Sosyoloji Bölümü

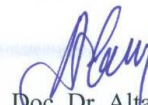
Sayın Neslihan YILMAZ

“Kırsal Alanda Kadının Bilgi ve İletişim Teknolojileri (ICT) Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Analizi: Kars İli Örneği ” konulu araştırmanızla ilgili olarak Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kuruluna yapmış olduğunuz başvuru (Protokol NO. 2014/69) Kurulumuzun 20.06.2014 tarihli ve 2014/69 toplantısında değerlendirilerek etik olarak uygun bulunmuştur. Bilgilerinize sunarız.


 Prof. Dr. Hamit COŞKUN (Başkan)


 Doç. Dr. Mehmet ER YİĞİT(Üye)

Doç. Dr. Mithat DURAK(Üye)izinli


 Doç. Dr. Altay EREN (Üye)

Yrd. Doç. Dr. Dilşad ÇOKNAZ (Üye)izinli Yrd. Doç. Dr. Seval ALKOY(Üye)

Av. Zuhale DEMİRCİ(Üye)

