

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**YENİ MEDYA ÜZERİNDEKİ İLETİŞİM ENGELLERİ:
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sevim AKYILDIZ

Enstitü Anabilim Dalı : Halkla İlişkiler ve Reklamcılık

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Aytekin İŞMAN

MART – 2019

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

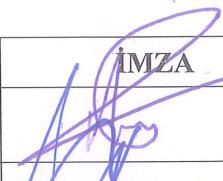
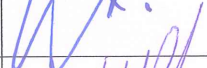
**YENİ MEDYA ÜZERİNDEKİ İLETİŞİM ENGELLERİ:
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sevim AKYILDIZ

Enstitü Anabilim Dalı : Halkla İlişkiler ve Reklamcılık

“Bu tez 04/03/2019 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği / Oyçokluğu ile kabul edilmiştir.”

JÜRİÜYESİ	KANAATİ	İMZA
Prof. Dr. Aytekin İŞMAN	BAŞARILI	
Doc. Dr. Ayda İNANÇ	BAŞARILI	
Doc. Dr. Nihal PAŞALI TAŞOĞLU	BAŞARILI	

 SAKARYA ÜNİVERSİTESİ	T.C. SAKARYA ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ TEZ SAVUNULABİLİRLİK VE ORJİNALLİK BEYAN FORMU	Sayfa : 1/1
--	---	-------------

Öğrencinin

Adı Soyadı	:	SEVİM AKYILDIZ
Öğrenci Numarası	:	1560Y64101
Enstitü Anabilim Dalı	:	HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK
Enstitü Bilim Dalı	:	HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK
Programı	:	☒ YÜKSEK LİSANS ☐ DOKTORA
Tezin Başlığı	:	YENİ MEDYA ÜZERİNDEKİ İLETİŞİM ENGELLERİ: SAKARYA ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ
Benzerlik Oranı	:	%11

SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE,

☒ Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Enstitüsü Lisansüstü Tez Çalışması Benzerlik Raporu Uygulama Esaslarını inceledim. Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi beyan ederim.

04/03/2019
Öğrenci İmza

☐ Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Çalışması Benzerlik Raporu Uygulama Esaslarını inceledim. Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen öğrenciye ait tez çalışması ile ilgili gerekli düzenleme tarafımda yapılmış olup, yeniden değerlendirilmek üzere@sakarya.edu.tr adresine yüklenmiştir.

Bilgilerinize arz ederim.

04/03/2019
Öğrenci İmza

Uygundur

Danışman
Unvanı / Adı-Soyadı: Prof. Dr. Aytekin İŞMAN

Tarih:04/03/2019

İmza:

☐ KABUL EDİLMİŞTİR

☐ REDDEDİLMİŞTİR

EYK Tarih ve No:

Enstitü Birim Sorumlusu Onayı

ÖNSÖZ

“Yeni Medya Üzerindeki İletişim Engelleri: Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği” başlıklı bu tezde, üniversite öğrencilerinin yeni medya platformlarında karşılaştıkları iletişim engellerinin öğrenciler açısından neler olduğunu ortaya çıkarmak, bu engelleri değerlendirip kategorize ederek tanımlamak, engelleri azaltmak ve ortadan kaldırmak için önerilerde bulunmak amaçlanmaktadır. Araştırma boyunca konu ile ilgili literatür taraması ve araştırma sürecinden elde edilen bulgularla araştırmaya bilimsel bir dayanak kazandırmak amaçlanmıştır. Bu tezin temel amacı, yeni medya üzerinde karşılaşılan iletişim engellerinin neler olduğunun ortaya çıkartılmasıdır.

Araştırmam boyunca akademik olarak bana destek sağlayan ve değerli görüşlerini benimle paylaşan danışmanım Sayın Prof. Dr. Aytekin İŞMAN’a, araştırma ölçeğini kullanmama izin veren Sayın Prof. Dr. Zana L. BERGE’ye,

Tezim boyunca benden maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen ve her daim yanımda olan başta annem Meva AKYILDIZ olmak üzere bütün aile fertlerime,

Her zaman yanımda olan ve bana güç veren arkadaşlarım Ahsen ÜYÜK, Kübra KAYA AÇIK, Neslihan AKPINAR, Tuğçe HIRCA ve Ayşegül PATAT’a gönülden teşekkürü bir borç bilirim.

Sevim AKYILDIZ

04.03.2019

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	iii
TABLO LİSTESİ.....	iv
ŞEKİL LİSTESİ.....	viii
ÖZET.....	ix
SUMMARY.....	x
GİRİŞ.....	1
BÖLÜM 1: YENİ MEDYANIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ.....	5
1.1. İnternet Teknolojilerinin Doğuşu ve Gelişimi.....	5
1.1.1. Web 1.0 Teknolojileri.....	6
1.1.2. Web 2.0 Teknolojileri.....	7
1.1.3. Web 3.0 Teknolojileri.....	7
1.1.4. Web 4.0 Teknolojileri.....	8
1.2. İnternetin Türkiye’deki Gelişimi.....	8
1.3. Yeni Medyanın Günlük Hayattaki Yeri.....	10
1.4. Yeni Medya.....	11
1.4.1. Medyanın “Yeni” Özelliği.....	12
1.4.2. Yeni Medyanın Özellikleri.....	13
1.4.2.1.Dijitallik.....	13
1.4.2.2. Etkileşim.....	14
1.4.2.3. Hipermetinsellik (Bağlantılı Metin).....	15
1.4.2.4. Multimedya Biçimselliği.....	16
1.4.2.5. İçerik Üretimi.....	16
1.4.2.6. Yayılım.....	17
1.4.2.7. Sanallık.....	17
1.5. Yeni ve Geleneksel Medya Ayrımı	18
1.6. Yeni Medya ve Sosyal Ağlar.....	21
1.7. Yeni Medya ve Yeni Bir Toplum.....	22

BÖLÜM 2: İLETİŞİM ENGELLERİ.....	24
2.1. İletişim Kavramı ve Tanımı.....	24
2.2. İletişim Sürecinin Yapısı.....	25
2.3. İletişimin Amacı ve Önemi.....	26
2.4. İletişim Engelleri.....	28
2.4.1. Fiziksel, Teknik ve Geçici Engeller.....	29
2.4.2. Psikolojik Engeller.....	30
2.4.3. Sosyal İletişim ve Ortak Çalışma Engelleri.....	32
2.4.4. Kültürel Engeller.....	33
2.4.5. Yapısal Engeller.....	34
2.5. İletişim Engelleri ile İlgili Araştırmalar.....	35
BÖLÜM 3: SAKARYA ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÜZERİNE NİCEL BİR ARAŞTIRMA	41
3.1. Araştırmanın Hipotez Cümlesi.....	41
3.2. Araştırmanın Alt Hipotezleri.....	41
3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	41
3.4. Araştırma Formu ve Ölçüm Araçları.....	42
3.5. Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler.....	42
3.6. Bulgular ve Yorum.....	42
3.6.1. Güvenirlilik Analizi.....	43
3.6.2. İletişim Engellerinin Frekans Analizi.....	43
3.6.3. Araştırmanın Birinci Alt Hipotezi (Cinsiyete Göre t-Test).....	63
3.6.4. Araştırmanın İkinci Alt Hipotezi (Gelir Durumuna Göre Anova)...	64
3.6.5. Araştırmanın Üçüncü Alt Hipotezi (Bölüme Göre Anova).....	65
3.6.6. Araştırmanın Dördüncü Alt Hipotezi (Yaş Durumuna Göre Anova).....	75
3.6.7. Araştırmanın Beşinci Alt Hipotezi (Yaşadığı Yere Göre Anova).....	88
SONUÇ ve ÖNERİLER.....	101
KAYNAKÇA.....	107
EKLER.....	114
ÖZGEÇMİŞ.....	120

KISALTMALAR

ARPANET	:	The Advanced Research Projects Agency Network
BTK	:	Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
CERN	:	Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi
DARPA	:	Defence Advanced Research Project Agency
IP	:	Internet Protocol Address
İTÜ	:	İstanbul Teknik Üniversitesi
MILNET	:	Military Network
NCP	:	Network Control Program
NSF	:	National Science Foundation
NSFNET	:	The National Science Foundation Network
ODTÜ	:	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
RTÜK	:	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
TCP	:	Transmission Control Protocol
TDK	:	Türk Dil Kurumu
TRNET	:	Türkiye Network
TURKNET	:	Türk Nokta Net
TÜBİTAK	:	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	:	Türkiye İstatistik Kurumu
ULAKBİM	:	Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi
ULAK NET	:	Ulusal Akademik Ağ
WWW	:	World Wide Web

TABLO LİSTESİ

Tablo 1	: Cronbach's Alpha testi.....	43
Tablo 2	: Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımları.....	43
Tablo 3	: Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımları.....	44
Tablo 4	: Katılımcıların Yaşadıkları Yere Göre Dağılımları.....	44
Tablo 5	: Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Dağılımları.....	45
Tablo 6	: Katılımcıların Okudukları Bölüme Göre Dağılımları.....	45
Tablo 7	: Yeni Medya Üzerinde Teknik Sorunlar Engeliyle Karşılaşım İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerler.....	46
Tablo 8	: Yeni Medya Üzerindeki Teknik Sorunları Çözerken Engellerle Karşılaşım İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	46
Tablo 9	: Yeni Medyanın Teknik Kullanımı Esnasında Sorunları Engeller Yaşarım İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	47
Tablo 10	: Yeni Medyada İki Yönlü İletişim Kurmada Engeller Yaşarım İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	47
Tablo 11	: Yeni Medyayı Kullanırken Motive Olma Engeli Yaşarım İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	48
Tablo 12	: Yeni Medyayı Kullanmam Heyecanlı Olmamı Engeller İfadesine İlişkin Frekans Ve Yüzde Değerleri.....	49
Tablo 13	: Yeni Medyayı Kullanırken Hislerimi Açıklamada (Kendimi İfade Edebilmemde) Engeller Yaşarım İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	49
Tablo 14	: Yeni Medyada Rahatsız Edilme Engeliyle Karşılaşım İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	50
Tablo 15	: Yeni Medya Ortak Çalışmayı Engeller İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	50
Tablo 16	: Yeni Medya Düşünceli İletişim Kurmayı Engeller İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	51
Tablo 17	: Yeni Medya Bilgi Paylaşımını Engeller İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	51

Tablo 18	: Yeni Medya Doğru Bilgiye Ulaşmayı Engeller İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	52
Tablo 19	: Yeni Medya Sosyalleşmeyi Engeller İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	53
Tablo 20	: Yeni Medya Farklı Kültürleri Öğrenmeyi Engeller İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	53
Tablo 21	: Yeni Medya Kültürel Karakteristikleri(Özellikleri) Yansıtmayı Engeller İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	54
Tablo 22	: Yeni Medya Kültürel Paylaşımı Engeller İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	54
Tablo 23	: Yeni Medya Kültürleri Yaşatmayı Engeller İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	55
Tablo 24	: Yeni medya kültürler arası iletişim kurmayı engeller ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri.....	55
Tablo 25	: Yeni Medya Üzerinde Problemleri Çözerken Engeller Karşılaşım İfadesine İlişkin Frekans Ve Yüzde Değerleri.....	56
Tablo 26	: Yeni Medya Mobil İletişimleri Üzerinde Engellerle Karşılaşım İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	56
Tablo 27	: Yeni Medya Üzerinde Kaynaklara Erişimde(Ulaşabilmede) Engeller Yaşarım İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri...	57
Tablo 28	: Yeni Medya Üzerinde Bilgi Edinmede Sıkıntı Yaşama Engeliyle Karşılaşım İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	58
Tablo 29	: Yeni Medya, Öğrencilerin Kendi Aralarındaki İletişimi Engeller İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	58
Tablo 30	: Yeni Medya, Öğrenciler Ve Öğretim Üyeleri Arasındaki İletişimi Engeller İfadesine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	59
Tablo 31	: Araştırma Sorularının Ortalama Değerleri.....	59
Tablo 32	: Araştırma Faktörlerinin Ortalama Değerleri.....	63
Tablo 33	: Okunan Bölüme Göre Homojenlik Testi.....	65
Tablo 34	: Bölüme Göre Anova.....	67
Tablo 35	: Bölüme Göre Anova- Psikolojik Engeller Faktörü.....	70
Tablo 36	: Bölüme Göre Anova- Psikolojik Engeller Faktörünün- Post Hoc Testi.....	70

Tablo 37	: Bölüme Göre Anova- Sosyal İletişim Ve Ortak Çalışma Engeller Faktörü.....	71
Tablo 38	: Bölüme Göre Anova- Sosyal İletişim Ve Ortak Çalışma Engeller Faktörünün- Post Hoc Testi.....	72
Tablo 39	: Bölüme Göre Anova- Kültürel Engeller Faktörü.....	73
Tablo 40	: Bölüme Göre Anova- Kültürel Engeller Faktörünün- Post Hoc Testi.....	73
Tablo 41	: Bölüme Göre Anova- Yapısal Engeller Faktörü.....	74
Tablo 42	: Bölüme Göre Anova- Yapısal Engeller Faktörünün- Post Hoc Testi.....	74
Tablo 43	: Yaşa Göre Homojenlik Testi.....	75
Tablo 44	: Yaşa Göre Anova.....	78
Tablo 45	: Yaşa Göre Anova- - Fiziksel, Teknik ve Geçici Engeller Faktörü.....	82
Tablo 46	: Yaşa Göre Anova- Fiziksel, Teknik ve Geçici Engeller Faktörünün- Post Hoc Testi.....	82
Tablo 47	: Yaşa Göre Anova- Psikolojik Engeller Faktörü.....	83
Tablo 48	: Yaşa Göre Anova- Psikolojik Engeller Faktörünün- Post Hoc Testi.....	84
Tablo 49	: Yaşa Göre Anova- Sosyal İletişim Ve Ortak Çalışma Engeller Faktörü.....	85
Tablo 50	: Yaşa Göre Anova- Sosyal İletişim Ve Ortak Çalışma Engeller Faktörünün- Post Hoc Testi.....	85
Tablo 51	: Yaşa Göre Anova- Kültürel Engeller Faktörü.....	86
Tablo 52	: Yaşa Göre Anova- Kültürel Engeller Faktörünün- Post Hoc Testi.....	86
Tablo 53	: Yaşa Göre Anova- Yapısal Engeller Faktörü.....	87
Tablo 54	: Yaşa Göre Anova- Yapısal Engeller Faktörünün- Post Hoc Testi.....	87
Tablo 55	: Yaşadığı Yere Göre Homojenlik Testi.....	89
Tablo 56	: Yaşadığı Yere Göre Anova.....	90
Tablo 57	: Yaşanılan Yere Göre Anova- Fiziksel, Teknik Ve Geçici Engeller Faktörü.....	93

Tablo 58	: Yaşanılan Yere Göre Anova - Fiziksel, Teknik Ve Geçici Engeller Faktörünün- Post Hoc Testi.....	93
Tablo 59	: Yaşanılan Yere Göre Anova- Psikolojik Engeller Faktörü	94
Tablo 60	: Yaşanılan Yere Göre Anova- Psikolojik Engeller Faktörünün- Post Hoc Testi.....	94
Tablo 61	: Yaşanılan Yere Göre Anova- Sosyal İletişim Ve Ortak Çalışma Engeller Faktörü.....	95
Tablo 62	: Yaşanılan Yere Göre Anova- Sosyal İletişim Ve Ortak Çalışma Engeller Faktörünün- Post Hoc Testi.....	96
Tablo 63	: Yaşanılan Yere Göre Anova- Kültürel Engeller Faktörü	97
Tablo 64	: Yaşanılan Yere Göre Anova- Kültürel Engeller Faktörünün- Post Hoc Testi.....	97
Tablo 65	: Yaşanılan Yere Göre Anova- Yapısal Engeller Faktörü	98
Tablo 66	: Yaşanılan Yere Göre Anova- Yapısal Engeller Faktörünün- Post Hoc Testi.....	98

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1	:	Yeni ve Geleneksel Medya Ayrımı.....	20
Şekil 2	:	Yeni medya üzerindeki iletişim engelleri.....	29



Tezin Başlığı: Yeni Medya Üzerindeki İletişim Engelleri: Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği

Tezin Yazarı: Sevim AKYILDIZ

Danışman: Prof. Dr. Aytekin İŞMAN

Kabul Tarihi: 04.03.2019

Sayfa Sayısı: x (ön kısım) + 113 (tez) + 6(ek)

Anabilim Dalı: Halkla İlişkiler ve Reklamcılık

Yeni medya teknolojilerinin gelişmesiyle yeni iletişim kanalları, ortamları ve araçları bireylerin kullanımına sunulmuştur. Yeni medya teknolojileri kullanıcılarına birçok fırsat sunmaktadır. Bu fırsatlardan biri de etkili iletişimdir. Etkili iletişim ise iletişim engellerinin ortadan kaldırılmasını gerektirir. İletişim engelleri, iletişim sürecinin etkinliğini sınırlandırarak iletişim süreci için negatif bir boyut yaratmakta olan her şeydir. İletişim engelleri, üretkenliği, becerileri, yetenekleri ve fırsatları azaltmaktadır. Bu nedenle yeni medya üzerinden etkili bir iletişim kurmak için bu süreçte karşılaşılan iletişim engelleri azaltılmalı hatta ortadan kaldırılmalıdır.

Bu araştırmanın amacı, yeni medyada karşılaşılan iletişim engellerini ortaya çıkartmaktır. Bu nedenle, üniversite öğrencilerinin yeni medya platformlarında karşılaştıkları iletişim engellerinin öğrenciler açısından neler olduğunu ortaya çıkarmak, bu engelleri değerlendirip kategorize ederek tanımlamak, engelleri azaltmak ve ortadan kaldırmak için önerilerde bulunmak hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, İletişim Engelleri, Üniversite Öğrencileri

Title of Thesis: Communication Barriers On The New Media: The Sample Of Sakarya University Faculty Of Communication

Author of Thesis: Sevim AKYILDIZ **Supervisor:** Prof. Dr. Aytekin İŞMAN

Accepted Date: 04.03.2019

Number of Pages: x (pre text)+
113 (main body) + 6 (app)

Department: Public Relations and Advertising

With the development of new media technologies, it has been possible to present new communication channels, environments and tools to the use of the individual. New media technologies offer users many opportunities. One of these opportunities is effective communication. It requires the elimination of communication barriers. They are all the things that creates a negative dimension for the communication process by limiting the effectiveness of the communication process. Communication reduces barriers, productivity, skills, capabilities and opportunities. For this reason, the communication barriers encountered in this process should be reduced or even eliminated in order to communicate effectively in the new media.

This research aims to determine the communication barriers on the new media. For this reason, it is aimed to find out what communication barriers faced by university students on new media platforms are in terms of students, to evaluate and categorize these barriers, to make recommendations to reduce and eliminate barriers.

Keywords: New Media, Communication Barriers, University Students

GİRİŞ

Yirminci yüzyılın sonlarına doğru bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan büyük ve hızlı gelişmeler, günümüz dünyasını her alanda etkilemiştir. Her geçen gün yenilenerek değişen özelliklere sahip olan iletişim teknolojilerinin varlığı, günlük hayatın akışında önemli değişiklikler yaratmıştır. Bu durum, yeni tercih ve yeni alanların doğmasına yol açmış ve medya olgusunun da değişimini hızlandırmıştır. Geleneksel medyanın yerini yeni medya sürecine bırakması ve yeni medya araçlarının her alanda etkinleşmesi günümüz koşullarında önemli bir unsur haline gelmiştir. İletişim araçlarının özellikleri artırılarak kullanım alanlarının genişletilmesi, bireylerin farklı iletişim araçları aracılığıyla daha fazla etkileşime girmesini sağlamıştır. “Yeni” olarak ifade edilen bu mecranın geleneksel medyadan farklı olarak sayısal tabanlı bir altyapıya sahip olduğu görülmektedir. İletişim teknolojileri gündelik hayatın birçok alanına önemli işlevler kazandırmıştır. Dolayısıyla iletişim teknolojileri düzleminde yeni medya, incelenmesi ve araştırılması bakımından önemli bir konudur.

Yeni medya kavramının çok sayıda tanımı bulunmaktadır. Yeni medya genel olarak 90’lı yıllarda ivme kazanan internet ve kişisel bilgisayar teknolojilerindeki gelişmeler ile ortaya çıkan bir kavramdır (Peters, 2009’dan aktaran Aslan, 2013:102). Yeni medya, kullanım imkânının giderek arttığı bedenin bir uzantısı haline gelen bilgisayarları, internet ortamlarını, cep telefonlarını, oyun konsollarını, bir başka deyişle tüm dijital teknolojileri içermektedir (Binark, 2007:21). Bilim insanları, yeni medyanın tanımını yaparken dijital hale dönüştürülen medya araçları ve gelişen internet teknolojileri üzerinde hemfikir olmaktadır. Bazı bilim insanlarına göre bir oyun konsolu bile yeni medya aracıyken bazılarına göre de dijital hale dönüştürülmüş fotoğraf makinesi gibi aletler de yeni medya aracı olarak kabul edilmektedir.

Yeni medyanın insan hayatındaki rolü, her geçen gün daha da artmaktadır. Özellikle geleneksel medyayla kıyaslandığında, günlük hayatın akış süreci içerisinde, zaman ve mekân kavramlarına esneklik kazandırması, kullanıcılarına büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Ayrıca yeni medyanın bilgi ve enformasyon sağlaması, bilgiyi depolayabilmesi, bilgiyi üretmesi ve bilgiyi hızlı bir şekilde dolaşıma sokması gibi özellikleri yeni medyanın önemi konusunda önemli bir ölçüt haline gelmektedir. Enformasyon miktarının arttığı günümüz dünyasında insanlar, doğru-yanlış veya

değerli-değersiz birçok bilgiyle yüz yüze gelebilmekte ve bu bilgilere maruz kalabilmektedir (Kırık, 2017: 235).

Yeni medya; ses, görüntü, hareketli görüntü vs. gibi özelliklerle içeriği çeşitlendirerek sunmaktadır. Bilgisayar, internet, akıllı telefonlar gibi teknolojiler, ağ tabanlı iletişime imkân sağlamakta ve böylece küresel bir kapsama alanına erişen yeni medya, çeşitlenen içeriğiyle, küresel çapta etkileşime olanak sağlamaktadır. Teknolojinin sağladığı bu imkânlardan her yaştan, tüm sosyal ve ekonomik sınıftaki insanlar faydalanabilmektedir (İlhan ve Aydoğdu, 2015:53).

Yeni medya; hayatımızı etkilemekte, yönlendirmekte hatta değiştirmektedir. Yeni medya; eğitim, ekonomi, politika gibi birçok alanda kendinden söz ettirmektedir. Günümüzde artık, yeni medya okuryazarı olma konusu bile tartışılmaktadır. Yeni medya okuryazarlığı, üniversite programlarında ders olarak verilmektedir. Dolayısıyla yeni medyanın varlığı ve etkileri insanlar için önemli bir konu olmaktadır. Bundan dolayı yeni medya, daha iyi kavranmalı ve özümsemelidir. Bu sayede yeni medyanın beraberinde getirdiği fırsatlar, daha iyi görülür ve değerlendirilir.

Araştırmanın Konusu

Yeni medya teknolojilerinin gelişmesiyle yeni iletişim kanalları, ortamları ve araçları bireylerin kullanımına sunulmuştur. Yeni medya teknolojileri kullanıcılarına birçok fırsat sunmaktadır. Bu fırsatlardan biri de etkili iletişimdir. Etkili iletişim ise iletişim engellerinin ortadan kaldırılmasını gerektirir. İletişim engelleri; üretkenliği, becerileri, yetenekleri ve fırsatları azaltmaktadır (İşman ve diğerleri, 2003:11).

Yeni medya araç ve ortamlarının kullanımı esnasında karşılaşılan ve istenilen sonuca ulaşılmasını önleyen durumlar ya da şartlar, birer iletişim engelidir. Bu nedenle, yeni medya üzerinde etkili bir iletişim kurabilmek için bu süreçte karşılaşılan iletişim engelleri azaltılmalı hatta ortadan kaldırılmalıdır. Bu araştırma; yeni medya üzerindeki iletişim engellerinin araştırılması, belirlenmesi ve tanımlanmasını içerir.

Çalışmanın birinci bölümünde kavramsal çerçeveye değinilmiş ve tanımlara yer verilmiştir. Yeni medyanın kavramsal tanımı, yeni medyanın özellikleri, yeni medyanın geleneksel medyadan farklılaşan yönleri, internet teknolojilerinin doğuşu, internetin

dünya ve Türkiye’deki gelişim süreci, yeni medya ve sosyal ağlar, yeni medyanın günlük hayattaki yeri ve yeni medyanın toplum üzerindeki etkileri incelenmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde; iletişim olgusu, iletişimin amacı ve önemi, yeni medya üzerindeki iletişim engelleri incelenmiştir. Ayrıca iletişim engelleriyle ilgili Türkiye ve dünyada yapılan benzer akademik çalışmalar da incelenmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde; araştırmanın uygulanması ve örneklem seçimi, araştırma formu, ölçüm araçları, SPSS 22 paket programıyla yapılan frekans analizi, t-test, anova, güvenirlik ve geçerlilik testlerinin veri analizlerinin sonuçlarına yer verilmiştir. Son olarak; bulgular, yorumlar, sonuçlar ve öneriler yazılmıştır.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin yeni medya platformlarında karşılaştıkları iletişim engellerinin öğrenciler açısından neler olduğunu ortaya çıkarmak, bu engelleri değerlendirip kategorize ederek tanımlamak, engelleri azaltmak ve ortadan kaldırmak için önerilerde bulunmaktır. Ayrıca yeni medyada yaşanan iletişim engellerinin neler olduğuna dikkat çekerek bu konuda bir farkındalık yaratılmak da istenmektedir.

Bu çalışmada, Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin yeni medya platformları kullanımında karşılaştıkları iletişim engelleri hakkındaki görüşlerine başvurulmuştur.

Araştırmanın Önemi

İnternet ve ağlar teknolojisi, sosyal medya platformları, akıllı telefonlar vs. gibi teknolojik gelişmeler insanları olumlu ve olumsuz yönde etkilemekte, alışkanlıklarını değiştirmekte, tutum ve davranışlarını etkilemektedir.

Bu araştırma, günlük hayatın bir parçası haline gelen yeni medya platformlarının gerek yapısal gerek kullanıcıdan kaynaklanan sorunlarının incelemesi, anlaşılması ve tartışılması amacıyla önemlidir.

Bu çalışmada öğrencilerin görüşleri doğrultusunda saptanıp kategorize edilen yeni medya üzerindeki iletişim engelleri, bilimsel ve anlamlı bir şekilde ortaya

konulmaktadır. Araştırma kapsamı sonucunda edinilen bulguların çözüm önerileriyle sunulması da araştırma açısından önemlidir.

Yeni medya platformlarında karşılaşılan iletişim engelleri konusu üzerine yeterince araştırma olmaması nedeniyle de bu araştırma ayrıca önem taşımaktadır.

Araştırmanın Metodolojisi

Bu araştırmada, Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerinin yeni medya platformlarında karşılaştıkları iletişim engelleri hakkındaki görüşleri, anket yöntemiyle toplanmıştır.

Çalışmada, likert ölçeği ile hazırlanan araştırma soruları ile cinsiyet, yaş, gelir düzeyi, bölüm ve yaşanan yeri içeren demografik sorular kullanılmıştır. Ölçme aracı olarak hazırlanan anket formu, 29 sorudan oluşmaktadır.

Anket uygulaması sonucunda elde edilen veriler, SPSS 22 paket programında analiz edilmiştir. Elde edilen verilerin yorumlanması amacıyla tanımlayıcı istatistiklerden, frekans, güvenirlik, t-test ve anova testlerinden faydalanılmıştır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma;

1. 2017-2018 eğitim-öğretim yılında Sakarya ilinde, Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde okuyan 454 kadın, 477 erkek olmak üzere toplam 931 öğrenci ile sınırlı tutulmuştur.
2. Araştırmada veri toplamak amacı ile anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket sorularına öğrencilerin verdiği cevaplar, araştırmanın temel veri kaynağını oluşturmaktadır.

BÖLÜM 1: YENİ MEDYANIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. İnternet Teknolojilerinin Doğuşu ve Gelişimi

İnternet, küresel olarak bilgisayar sistemlerinin TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) protokolü ile birbirine bağlanmasını sağlayan, sürekli olarak büyüyen dijital iletişim ağıdır. Türk Dil Kurumunun tanımına göre ise, “genel ağ” anlamına gelmektedir (“İnternet” Sözcüğü, 2018).

İnternet teknolojilerinin temelleri bugün kullanılan birçok teknoloji gibi yakın geçmişte atıldı. İnternetin doğuşu için Soğuk Savaş’ın sert bir şekilde sürdüğü 1960’lı yıllara dek gidilebilir (Bale,1991’den aktaran, Eldeniz, 2010:19). İnternet 20. yüzyılın son çeyreğine doğru, ABD ile Sovyet Rusya arasındaki nükleer başlıklı füzelerin kontrol edilebilmesi için ABD Savunma Bakanlığı tarafından kurulan ARPANET adlı bilgisayar ağına dayanmaktadır (Aydoğan, 2010:11). 1969’da Amerika’da İleri Düzey Savunma Araştırma Projeleri Kurumu’nun (DARPA- Defence Advanced Research Project Agency), askeri araştırmalarına yardım sağlamak amacıyla bir bilgisayar ağı oluşturmaya başlanmıştır (Köksal, 1996:21). ARPANET, Eylül 1969’da Los Angeles Californiya Üniveritesinde kuruldu. Bu durum, internetin ilk ortaya çıkışı olarak kabul edilir. O dönemdeki internet, bugünün internet kullanımından ve anlamından çok uzaktır. Aslında internet Soğuk Savaş Dönemi’nin önemli bir etkisi olarak tasarlanmıştı ve askeri iletişime katkı sağlaması hedeflenmekteydi.

Avrupa Birliği’nin kuruluşunu desteklemek amacıyla Avrupa çapında çok uluslu ağlar inşa etmek için çeşitli girişimlerde söz konusu olmuştur. Bunlar arasında, 1971’de kurulmuş olan Europeon Informatic Network (Avrupa Birliği Ağı) ve ardılı Euronet yer almaktadır (Abbate, 2011:473).

1972’de düzenlenen Uluslar Arası Bilgisayar İletişim Konferansında, ARPANET’in NCP (Netwok Control Progam) ile birleşmesi sağlandı. 1972 yılı içerisinde elektronik posta (e-mail) kullanımı başlamıştır (Çakır ve Topçu, 2005:75).

Bugünün interneti ise 1977 yılında kullanılan birbirinden farklı ağları doğrudan ARPANET’e bağlayan protokol, İletişim Kontrol Protokolü/İnternet Protokolü (TCP/IP) yani haberleşme kurallarının gelişimiyle başlamıştır (Demirkol, 2001:2).

1980’li yılların ortalarında, ABD Savunma Bakanlığına bağlı olan askeri bilgisayar ağı ARPANET’ten ayrılarak “Millitary Net” (Askeri Ağ) adıyla kendi ağını kurdu. 1986’da ARPANET, ABD’nin desteği ile NSFNET olmak üzere düzenlendi (Çakır ve Topçu, 2005:75).

1980’lerde, İsviçre Parçacık Fiziği Araştırma Laboratuvarlarında, CERN araştırma merkezinde, İngiliz mühendis ve bilim adamı Tim Berners Lee ve ekibi tarafından yapılan çalışmalar, 1990’lı yıllarda World Wide Web’in (Dünya Çapında Ağ) keşfedilmesiyle sonuçlanmıştır. Berners-Lee; 1994 yılında, World Wide Web konsorsiyumunu (W3C) kurmuş ve webin bütün insanlar için lisans ücreti ödemediği kullanılabilen bir teknoloji olması hususunda karar verilmiştir (Karakulakoğlu, 2015:114).

İnternetin zaman içerisindeki gelişimi, interneti bugünün önemli bir iletişim ağı haline gelmesini sağlamıştır. Özellikle iletişim üzerinde önemli etkiye sahip olan internet, zaman ve mekân kavramlarına esneklik kazandırıp uzaklık kavramını ortadan kaldırmıştır. İnternetin toplum üzerinde önemli etkileri olmuştur. Ekonomi, politika, sağlık, eğitim gibi pek çok alanda değişim ve dönüşümler yaşanmasını sağlamıştır.

1.1. 1. Web 1.0 Teknolojileri

Web 1.0 teknolojisi, web’in ilk dönemini temsil eder. Bu dönemin genel özelliklerine bakıldığında, web sitelerinin statik ve tek yönlü kullanıma açık olduğu görülmektedir. Web 1.0, kullanıcıların yalnızca bilgi aramasına imkan veren, kullanıcılarını var olan içeriğe müdahale ettirmeyen bir web sistemidir.

Web1.0, genel itibarıyla “belgelerin ağı” olarak tanımlanan, internet sitesi sahiplerinin, belirli linklerle ve linklere yerleştirdikleri bilgiler sayesinde kullanıcılara ulaşmaya çalıştıkları ilk dönemdir (Gezgin ve İranlı, 2017:76). Web 1.0’de kullanıcılar yalnızca bilgi arayabilen bir konuma sahiptir. Bütün kontroller web sitesinin elindedir. Genellikle kullanıcılar; web üzerindeki bilgilere ulaşmak, içeriği almak, program ve dosyalara ulaşmak için bu web sistemini kullanmaktadır. Web 1.0’da insan etkileşimi yoktur. Web kullanıcılarının sayfaları müdahalesi söz konusu değildir. İnternet kullanıcısı bu sayfaları etkileyen değil etkilenen konumundadır.

1.1. 2. Web 2.0 Teknolojileri

Web 2.0 kavramına, ilk Darcy DiNucci tarafından değinilmiştir. (DiNucci,1999’dan aktaran, Eldeniz, 2010:19). Ve ardından Tim O’Reilly tarafından gerçekleştirilen “Web 2.0 Konferansı” ile literatürde yerini almıştır. Web 2.0 kavramı, teknolojik olarak dönüşümü anlatmaktan ziyade internet kullanımının gelişimini ve ulaştığı boyutları anlatabilmek adına kullanılır (O’Reilly, 2005’ten aktaran, Eldeniz, 2010:19). Web 2.0; kullanıcılarının etkin bir rolde olduğu, yorum ve önerilerde bulunabildiği, topluluk oluşturabildiği, kullanımı olanaklarının kolay olduğu web uygulamasıdır. Web 2.0 teknolojisi, beraber çalışma ve paylaşımda bulunma amacını taşır (Agopyan ve Beklen, 2008’den aktaran, Işık, 2013:103). Web 2.0, yeni bir teknoloji olarak ortaya çıkmamıştır. Var olan teknolojilerin geliştirilmesi ile oluşturulmuştur. Web 2.0 ile birlikte internet kullanıcıları da web sayfalarına müdahale edebilmeye başlamıştır. Web 2.0 ile birçok internet sitesi de ortaya çıkmıştır (Google Adsense, Wikipedia, Bloglar, sosyalleşme siteleri v.b).

1.1. 3. Web 3.0 Teknolojileri

Web 3.0 teknolojisi, en basit tanımıyla semantik (anlamsal) webi anlatmaktadır. Anlamsal web şeklinde adlandırılan bu teknolojinin web 2.0’dan farkı bilgisayarın bilgileri yorumlayabilmesine imkan sağlamasıdır (Karakulakoğlu, 2015:117). Web 3.0’da veriler, yalnızca insanlar tarafından değil aynı zamanda makineler tarafından da okunabilir durumdadır. Web 3.0 ve web 2.0 arasındaki en belirgin fark, web 2.0’ın içeriğe odaklanmış olmasına karşı web 3.0’ın birbiriyle bağlantılı verilere odaklanmış olmasıdır. Web 3.0 bileşimi; anahtar, terimsel ifadelerle birlikte bilgileri, birbiriyle ilişkilendirerek ortak veri formatları kullanmaktır. Web 3.0 Sistemini, terimlerin anlamını diğerlerine dönüştüren araçlar sağlar. Bu dönüşümler, web çapında daha geniş ve büyük bilgi toplamlarını birleştirmektedir (Berners-Lee, 2007’dan aktaran, Yağcı, 2009:142). Web ortamındaki veri tabanında depolanan bilginin anlamsal olarak tanımlanabilmesi, aranabilmesi, bulunabilmesi, paylaşılabilmesi ve bu bilgilerin arasındaki anlamsal ilişkilerin sağlanabilmesi ihtiyacı web 3.0’ı meydana getirmiştir.

1.1. 4. Web 4.0 Teknolojileri

Web 3.0'ın bugünkü ortaya koyduğu yenilikler ve kolaylıklar, geleceğin web teknolojilerinin de teknik zeminini hazırlamıştır. Web 4.0 olarak adlandırılan ve 2020'li yıllardan sonra kullanılmaya başlanması beklenen bu yapıda, etkileşim ve bütünleşmenin yüksek seviyeye çıkartılacağı öngörülmektedir. Web 4.0 teknolojisinde, sanallaşmanın ön plana çıkarılmasıyla birlikte, web 4.0 uygulamalarının yapay zeka teknolojisine ek olarak artırılmış gerçeklik teknolojisinden de yararlanılması beklenilmektedir. Tüm bu beklentilere karşın sanal yaşam ve akıllı teknolojilerin günlük hayatımızda yer edinmesi bireylerin akıl ve psikolojisine zarar verebilme ihtimalini ortaya çıkartmıştır. Bu tarz ihtimaller endişe ve korku izlenimi vermektedir. Bilimsel araştırmaların bu tarz konular üzerinde başladığına da değinmek gerekmektedir (Bayram, 2008'den aktaran, Yağcı, 2009:143).

Web 1.0 ve web 2.0 üzerinde bulunan verilerin içeriklerinin, yalnızca web kullanım yetisi ve bilgisi olan insanların anlayacağı şekilde tasarlanmıştır. Bu nedenle webin sağladığı bilginin alınması, yorumlanması ve paylaşılması, web kullanım yetisi ve bilgisi olan insanlar tarafından yapılabilmektedir. Web 3.0 ise ilişki ve anlamı yorumlayan veri tabanı sayesinde insanların ne yapmak istediklerini anlayabilen, bu doğrultuda çözüm önerileri sunabilen ve web üzerindeki verilerin makineler tarafından da anlamlandırıldığı bir sistemdir. Web 4.0'dan beklenen ise zaman ve mekan kavramlarının esneklik kazandığı ve devreye yapay zekanın girdiği teknolojik sistemi temsil edeceği öngörüsüdür.

1.2. İnternetin Türkiye'deki Gelişimi

Türkiye'de internetin tarihi, ilk defa 12 Nisan 1993'te 64 Kbit/san hızında Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) ve ABD'deki Ulusal Bilim Kurumu (National Science Foundation) ile TCP/IP protokolü üzerinden kurulan bağlantıya dayanmaktadır (Wolcott ve Çağıltay, 2001:137). Sonrasında; Ege Üniversitesi (1994), Boğaziçi Üniversitesi (1994), Bilkent Üniversitesi (1995), İTÜ (1996) internet bağlantılarını gerçekleştirmiştir.

Daha sonra, Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırmalar Kurumu (TÜBİTAK) ve ODTÜ'nün birlikte yaptıkları çalışmalar sayesinde, internet Türkiye'de yaygın olarak kullanılmaya başlandı.

TR-NET, Türkiye'de internet bağlantısını sağlamak için kurulmuştur. Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve TÜBİTAK tarafından 1991 yılı içinde ortaklaşa oluşturulan bir kurumdur (Köksal, 1996:279). Amacı; Türkiye'deki internet bağlantısını ve İnternetin yaygınlaşmasını sağlamaktır.

Türk Telekomun, 1995 yılı içerisinde düzenlediği ihale ile birçok konsorsiyum tarafından oluşturulan TURKNET, 1996 yılında çalışmalarına başlatılmıştır. Devamın da yine 1996'da, TÜBİTAK'a bağlı olarak Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi (ULAKBİM) adında başka bir merkez daha kurulabilmiştir (Çakır ve Topçu, 2005:75). ULAKBİM'in görevi, teknolojik sistemler aracılığıyla Türkiye genelindeki tüm eğitim ve araştırma kuruluşlarını birbirine bağlayarak Ulusal Akademik Ağ (ULAK NET) ile iletişim ağını kurmak ve bu ağ vasıtasıyla bilgi hizmeti sağlayabilmektir. Türkiye'de, internet servislerinin büyümesi 1990'ların sonlarına doğru olmuştur.

Şu anda Türkiye'deki internet sağlayıcıları üç gruba ayrılmaktadır; Üniversite ve akademik kuruluşlar, ticari kuruluşlar, TURKNET çıkışları, özel şirket ve servis sağlayıcılarının kullandıkları firma bazlı doğrudan yurtdışı internet çıkışlarıdır (İnan, 2000:64).

Türkiye'de, internetin gerekliliği ve önemi kolay bir şekilde, kısa sürede kavranmış ve internetten faydalanılmaya başlanmıştır. 2000 yılındaki internet kullanıcısı 1.785.000 iken 1 yıl sonrasında % 100'den fazla olan artışını, 2003'ten 2004'e geçildiğinde de devam ettirdi. 2005 yılıyla birlikte 12 milyondan fazla kişi Türkiye'de internet kullanıcısıken 2007 yılında kullanıcı sayısı, 16 milyon civarını bulmuştur (Mestçi, 2007:175). TÜİK Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre Türkiye'de internet kullanım oranı, 2016 yılı itibariyle %61,2 iken 2018 yılı itibariyle %73'e kadar çıkmıştır. Tüm bu veriler ışığında, Türkiye'deki internet kullanımının hızlı bir şekilde artarak devam eden bir çizgi yakaladığı görülmektedir.

Türkiye'de internet alanında ilk düzenleme, 23 Mayıs 2007'de yayınlanan, 5651 Sayılı "internet ortamında yapılan yayınların düzenlenmesi ve bu yayınlar yoluyla işlenen

suçlarla mücadele edilmesi hakkında kanun” dur. Bu yasanın amaç ve kapsamı; içerik sağlayıcı, yer sağlayıcı, erişim sağlayıcı ve toplu kullanım sağlayıcıların yükümlülük ve sorumlulukları ile internet ortamında işlenen belirli suçlarla içerik, yer ve erişim sağlayıcıları üzerinden mücadeleye ilişkin esas ve usulleri düzenlemektir (“5651 Sayılı Kanun” BTK, 2018). Artık internet o kadar çok toplumsal hayatın içinde yer almaya ve bir parçası olmaya başlamıştır ki bu konuda hukuki düzenlemeler yapmak durumunda kalınmıştır.

1.3. Yeni Medyanın Günlük Hayattaki Yeri

İçinde bulunulan bu dönemde, teknoloji oldukça gelişmiş ve gelişmeye de devam etmektedir. Bu durum, insanların günlük hayatlarında kullandıkları bütün araçları da etkilemiştir. Teknoloji, kullanılan bütün iletişim araçlarını geliştirmiş ve bunlara yenilerini de ekleyerek kullanıma sunmuştur. Bu bağlamda gelişen teknolojiler, genel anlamda yeni medya olarak adlandırılmaktadır.

Yeni medya, kullanım olanakları ve kolaylıkları sayesinde kullanılmaya başladığı ilk günden itibaren gerek gündelik hayatta gerekse diğer alanlarda oldukça etkili olmaya başlamıştır. Bu etkileşim, toplumsal düzeyde birçok alanda görülmüş ve bu alanlarda kendinden söz ettirmiştir. Hukuk alanında yapılan yasal düzenlemelerle yaptırımlar dahi söz konusudur. Bu gibi durumlar, yeni medyanın insanların hayatını ne denli etkilediğini göstermektedir.

Yeni medya iletişim teknolojileri sayesinde sınırlar oradan kalkmış, bilgiye anında ve kolay erişim sağlanmış, insanlar ve medya arasındaki etkileşim artmış ve medya araçlarının iletişim özellikleri çeşitlenerek insanların kullanımına sunulmuştur. Kısacası, yeni medya araç ve ortamları hayatın bir parçası haline gelmiştir. Öyle ki yeni medya teknolojilerinin içinde doğan ve büyüyen nesiller için teknolojisiz hayat düşünülemez olmuştur. İnsanların hayatında bu kadar önemli bir yere sahip olan yeni medyanın etkili kullanımı da oldukça önemli bir konudur. Özellikle medya araçlarını kullanırken onları olumlu yönde doğru bir şekilde kullanmakta önemlidir. Bu yüzden yeni medya araçlarının kullanımının iyi bir şekilde anlaşılması gerekir.

Yeni medya toplumsal ve sosyal hayatı etkilemektedir. Hukuktan eğitime birçok alana etki etmekte, değiştirmekte ve dönüştürmektedir. Bu yüzden yeni medyanın diğer

disiplinlerle ilişkisi ve bu disiplinler üzerindeki etkisi de iyi bir şekilde analiz edilmelidir. Bu analizler sayesinde yeni medyanın bireylere, toplumsal guruplara ve bir bütün olarak toplum üzerinde yaptığı ve yapabileceği etkiler konusunda önemli fikirler vermektedir. Ayrıca yeni medyayı etkili ve iyi bir şekilde kullanma da daha iyi öğrenilebilir. Yeni medyanın yarattığı olumsuz koşul ve durumlar asgari düzeye indirilebilir hatta ortadan kaldırılabilir. Dolayısıyla yeni medyanın diğer disiplinlerle olan ilişkisi iyi anlaşılmalıdır.

1.4.Yeni Medya

İletişim teknolojilerinin dijitalleşmesi ve toplumsal hayata girmesiyle birlikte “yeni medya” kavramından söz edilmeye başlanmıştır. Bilim insanları tarafından birçok farklı tanımlanması yapılan yeni medyanın, ne anlama geldiği, neleri içerdiği, kimleri ilgilendirdiği gibi pek çok sorunun yanıtı aranmaktadır. Literatürde yeni medyanın birçok tanımı bulunmaktadır. Bu tanımlar aşağıdaki gibidir:

Manovich yeni medyayı tanımlarken; “Var olan bütün iletişim araçlarının bilgisayarın erişebileceği sayısal verilere çevrilerek grafikleri, hareketli görüntüleri, sesleri, şekilleri, alanları ve metinleri hesaplayabilir hale geldi. Yani kısacası bilgisayar verileri öbeği haline dönüştü. Medya yeni medya oldu.” (2011:467-70), ifadelerini kullanır. Bu tanım, yeni medyanın, bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi ve resim-ses-yazı gibi birçok özelliği içinde bir arada barındırması yani dijitalleşmesi özelliğine vurgu yapmaktadır.

Teknik olarak bilgisayar ve enformasyon teknolojileri ile bütünleşen bilginin dijital formda taşınıp iletildiği medya, yeni medyadır (Aslan, 2013:106).

Yeni medya, dijital kodlama sistemiyle hipermetinsellik ve modülerlik niteliği taşıyan, kullanıcılarının karşılıklı olarak etkileşimine imkân tanıyan, etkin bir iletişim alanı olarak görülmekte ve günümüz enformasyon çağının önemli bir aracı olarak tanımlanmaktadır (Yengin, 2012: 128-132’den aktara, Çambay, 2015:241).

Akademik çalışmaların birçoğunda yeni medya; internet ve internet temelli uygulamalara gönderme yapsa da bilgisayar, cep telefonlar ve dijital hale dönüştürülmüş radyo, televizyon, kamera ve fotoğraf makinelerini de yeni medya araçları başlığı altında toplamak mümkündür (Sert, 2014:284).

İnternette web sitelerine ve bilgisayar oyunlarına, CD-ROM'lardan sanal gerçeklik uygulamalarına, dijitalleşen televizyonlara üç boyutlu animasyon uygulamaları dahil olmak üzere birçok şey yeni medya adı altında nitelendirilmektedir (Manovich, 2001:19'dan aktaran, Aytekin ve Sütçü, 2012:4).

Yeni Medya kavramsal olarak 1970'lerde, bilgi ve iletişim tabanlı araştırmalarda sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalarla ilgilenen araştırmacılar tarafından ortaya atılmıştır. 90'larda önemli hale gelen bilgisayar ve internet teknolojisi ile kendini göstermiştir (Thompson, 1995'den aktaran, Dilmen, 2014:114). 90'lar boyunca Avrupa ve Japonya yeni medya çalışmalarının en önemli yerleri haline geldi (Manovic, 2014:158). Yeni medya 90'lı yıllardan itibaren toplumsal hayatta yer edinmeye ve tartışılmaya başlanmıştır.

Yeni medyanın tanımlarında genel olarak internet teknolojileri ve dijitalleşme üzerinde durulmaktadır. Ayrıca yeni medyada, zaman ve mekân kavramları esneklik kazanmıştır. Yeni medya araç ve ortamlarında, bireyler ve kitleler etkileşim içerisindedir. Yeni medyada kullanıcılar, iletişim sürecini etkilemekte, aynı şekilde süreçten etkilenmekte ve aynı zamanda içerik sağlayıcısı pozisyonuna geçmektedir. Bütün bu etkenler, yeni medyanın tanımlanmasında etkili olmaktadır.

Yeni medya tanımlanırken geleneksel medyayla bir kıyasta söz konusudur. Yeni medyayı tam olarak anlayabilmek için geleneksel medyayı ve geleneksel medyanın özelliklerini de iyi anlamak gerekir. Yeni medyanın “yeni” özelliğine vurgu yaptıran geleneksel medya ve geleneksel medyanın taşıdığı özelliklerdir.

1.4.1. Medyanın “Yeni” Özelliği

Anlam olarak “yeni” kelimesinin neyi ifade ettiğine bakıldığında TDK’ da dokuz farklı tanımla karşılaşılmaktadır. Bu tanımlar; “En son edinilen, o güne kadar söylenmemiş, görülmemiş, düşünülmemiş olan, eskisinin yerine gelen, oluş veya çıkışından sonra çok zaman geçmemiş olandır.” (“Yeni” Sözcüğü, 2018). Tüm bu tanımlar, aslında yeni medyanın içerisinde var olan özelliklere işaret etmektedir.

Yeni medya teriminin yapılan ilk kullanımı, McLuhan’ın 1953 tarihli Queen’s Quarterly dergisindeki “The Later Innis” adlı makalesindedir (Mc Luhan, 1953’ten aktaran Aslan,

2013:103). McLuhan makalesinde, yeni medyanın Karakteristik özelliklerine vurgu yapmıştır. Bu karakteristiklerden bazıları, elektronik bilgi ve küresel erişim gücüdür (Aslan, 2013:103). Günümüz için bu özellikler belki sıradan kabul edilebilir fakat geleneksel medyanın özellikleriyle kıyaslandığında daha anlaşılır hale gelmektedir.

Yeni medyanın sadece, teknolojik özelliği üzerinde durulması yeni medya kavramının anlamını eksik bırakmaktadır. Yeni medyanın kişiler ve toplum üzerindeki etkisine değinmek gerekir.

Yeni medya teknolojileri sayesinde iletişim tek yönlü bir süreç olmaktan çıkıp çok yönlü bir süreç haline gelmiştir. Alıcılar aynı zamanda üretici, tüketici ve enformasyon sağlayıcısı konumundadır. Artık sıradan insanlarda medyada söz sahibidir. Öyle ki toplum kendi gündemini yine kendi yaratır hale gelmiştir. Yeni medya; teknolojik, toplumsal, ekonomik ve politik değişkenlerin birbirini etkilemesi ve birbirinden etkilenmesiyle adından söz ettirmeyi başarmıştır.

1.4.2.Yeni Medyanın Özellikleri

Yeni medyayı geleneksel medya araçlarından ayıran ve medyanın yeni olarak adlandırılmasını sağlayan bir takım özellikleri mevcuttur. Yeni medya araç ve ortamlarını oluşturan bu özellikler ise dijitallik, etkileşim, hipermetinsellik, multimedya (çoklu ortam) biçimselliği, kullanıcı odaklı içerik üretimi, sanallık ve yayılım (Binark ve Löker, 2011:9-12) olarak tanımlanmaktadır.

1.4.2.1.Dijitallik

Dijitaleşmeyi anlamak için öncelikle sayısallaşma kavramını irdelemek gerekir. Sayısallaşma; analog mesajların (söz, resim) aktarılabilen, işlenebilen ve elektronik ortamda saklanabilen, ayrı ayrı vuruşlardan oluşan sinyallere dönüştürülmesini içeren bütün bir süreci kapsar (Ormanlı, 2012:32). Görüntü, metin ve ses şeklindeki mesajları sayısallaştırarak mecralar arasında kolaylıkla aktarılması, paylaşılması ya da bu mesajlara ulaşılabilir olması bilginin dijitalleşmesini sağlamaktadır. Görüntünün, sesin ve metinlerin beraber işlenmesi, bilgisayar teknolojileriyle tasarlanan büyük ve geniş bir multimedya uygulamalar alanı oluşturmuştur. Ayrıca telefon, fotoğraf, müzik,

televizyon, radyo ve bilgisayar vs. gibi iletişim için kullanılan araçlarının da sayısallaşması söz konusudur.

Sayısallaşma, bilgisayar teknolojilerinin gelişmesiyle var olmaya başlamıştır. Bilgisayar ve internet teknolojilerinin gelişip sosyal hayatta yer edinmesiyle birlikte dijitalleşme söz konusu olmaya başlamıştır. Yeni medyayı tanımlayan en temel yapısal özelliklerden biri, dijital (sayısal) iletişime dayalı olmasıdır.

Yeni medya tanımlanırken gelişen teknolojiler, internet ve bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi, dijitalleşmeyle birlikte gibi ifadelerle rastlanmaktadır. Bu ifadeler, yeni medyanın temelini aslında dijital teknolojilere dayandığını göstermektedir.

1.4.2.2. Etkileşim

Yeni medya ortam ve araçlarının en önemli özelliklerinden biri de iletişim süreci içerisinde karşılıklı etkileşime olanak sağlamasıdır. Etkileşim, yeni medyanın ana özelliği olarak düşünülmektedir. Yeni medya teknolojileri, kullanıcılarına medya içeriğini tüketmenin yanında aynı zamanda medya içeriğini üretme olanağını da sunmaktadır. Bu etkileşim kullanıcıyı sadece tüketmeye değil aynı zamanda üretmeye de teşvik eder. Yeni medya üzerindeki etkileşim, iletişim sürecine katılan alıcının teknik düzenlemeler yardımıyla aynı zamanda verici olabilmesi veya kullanıcının mesaj üzerindeki kontrolünü artırmasıdır.

Yeni medya araç ve ortamları, alıcı ve kaynak arasındaki karşılıklı etkileşimi sağlamak üzerine tasarlanmıştır. Kullanıcı aracın sağladığı bilgiyi istediği zamanda ve istediği şekilde kontrol edebilmekte, veri kaynağına geri bildirim anında göndermekte ve bu şekilde kaynağın alıcı, alıcının kaynak olduğu, sürekli ve çok yönlü bir iletişim sağlanabilmektedir (Sanlav, 2014:32).

Etkileşimsellik; uzamsal boyut, zamansal boyut, davranışsal boyut ve zihinsel boyut olmak üzere birbiriyle ilişkili aşamalardan oluşmaktadır (Sert, 2014:286). Öncelik olarak içinde pek çok anlamı barındıran uzamın neyi ifade ettiğine bakılmalıdır. Uzam, bütünüyle ele geçirilemeyen sonsuz olarak uzanmış bir boyuttur (internet şebekeleri arasında yer alan elektronik verilerin sınırsızlığı gibi). Uzam, özgür hareket düşüncesine çağrışım yapar. Uzam; bir geometridir ve mesafe, yön, boyut kavramlarını içerir

(Timisi, 2014:91). Etkileşimselliğin iki veya çok yönlü iletişim kurulmasına olanak sağlaması uzamasal boyutta gerçekleşmektedir. Zamansal boyutu eş zamanlılığa ve anındalığa, davranışsal boyutu; gönderici ve alıcının herhangi bir zamanda birbirlerinin rollerini değiştirebilmesi, etkileşim anı içindeki oluşları kontrol edebilmesi ve yönlendirebilmesidir. Etkileşimselliğin son boyutu olan zihinsel boyutu ise katılımda bulunan tarafların anlamsal ve bağlamsal kavrayışlarını davranış ve tepkilere dökebilmesini içerir.

Yeni medya üzerindeki bu etkileşime örnek verilir ise internet üzerinden yayınlanan haberlere yapılan yorumlar, sosyal medya hesaplarındaki kullanıcıların birbirlerinin gönderilerini beğenip yorumlaması ve tekrar aynı gönderiyi kendi hesaplarında paylaşmaları vb. gibi durumlar yeni medyanın etkileşim özelliğini göstermektedir.

1.4.2.3. Hipermetinsellik (Bağlantılı Metin)

Yeni medya içeriğinin sunulmasındaki temel farklılık hipermetinselliktir. Bilgisayar teknolojisinin gelişim sürecinden bakıldığında; herhangi bir görsel, sözel ya da işitsel bilgi, kendi içerisinde başka bilgileri ağ yoluyla gönderiyor ve bu bilgilere ulaşım imkanı tanıyorsa bu bir hipermetindir (Sanlav, 2014:34).

Hipermetinsellik; arayüz veya ağ üzerinden başka alternatif mecralara, metinlere linkler ve etiketler aracılığıyla kolay bir şekilde erişim sağlanması (Narin, 2016:119) olarak tanımlanır. Hipermetinselliğin bu özelliği sayesinde kullanıcılar metinlere kolaylıkla ulaşabilmekte, bir metinden bir diğerine rahatça geçebilmekte yani metinler üzerinde dolaşım yapabilmektedir. Diğer medya türlerindeki metinlerde başlangıç ve son olguları varken yeni medya ortamının sahip olduğu hipermetinsellik özelliği ile son olgusu sona ermektedir (Binark, 2014:17). Bu durum, yeni medya metinlerinde başlangıç ve son sınırının ortadan kalkışını göstermektedir. Yeni medyadaki hipermetinsellik ortamının varlığı kullanıcılarına rahat ulaşım, kolay gezinme, üretime katkı, etkileşim gibi pek çok avantaj da sağlamaktadır.

Hipermetin yapısı, internet ortamlarına etkileşimsellik özelliği kazandırmıştır. Medya üzerinde farklı veri tabanlarında bulunan web sayfalarının hipermetinsellik ile birbirine bağlanmasıyla, dünya çapında küresel bir yapıya sahip olan bir olgu oluşmuştur. Sayısal olarak kodlanan metinlerin istenilen parçaları kolay bir şekilde sayısal olan başka

metinlere veya parçalara geçiş yaptırılabilmekte veya dönüştürülebilmektedir. Böylelikle metinlerin bütün parçaları gönderici ve alıcıda eşit mesafede durabilmektedir.

1.4.2.4. Multimedya Biçimselliği

İnternette farklı metin biçimlerinin bir arada bulunduğu görülmektedir. Yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla kullanıcılara sunulan yazı, görüntü ve sesin kurgulanmış yeni hali multimedya yani çoklu ortamdır (Bingöl, 2014:160). Multimedya yani çoklu ortam, iki veya daha fazla sayıdaki duyuya etki eden animasyon, grafik, metin, ses, video gibi sayısallaşan medyanın bir sentezi, bilgisayar kontrollü, bütünleşmiş medya, sunum, depolama, saklama şekli olarak tanımlanmış, kategorize edilmiştir (Fluckiger, 1996:268'den aktaran, Bingöl, 2014:160).

Yeni medyadaki içeriğin kolay bir şekilde kavranması ve içeriğin etkin bir şekilde ifade edilmesi bağlamında multimedyaalar büyük önem taşıtmaktadır. İnternette okunan bir haberde, haber metninin bulunduğu sayfada aynı haberle ilgili videolara ulaşmak ya da cep telefonumuza gelen bir markanın reklamını içeren videolu mesajı vs. gibi durumlar multimedyanın yeni medya üzerinde ne denli sık kullanıldığını göstermektedir. Bir başka deyişle multimedyanın yeni medya içinde var olduğunun bir göstergesidir.

1.4.2.5. İçerik retimi

Yeni medya, içeriğin oluşturulması ve sunumu bağlamında da incelenmektedir. Yeni medyada, içeriğin oluşturulmasında kullanıcılar aktif rol oynamaktadır. Yeni medya ortamında, kişiler hem kullanıcı hem de içerik sağlayıcısı konumundadır.

Yeni medya teknolojileri sayesinde cihazların kendileri birer medya ortamı haline gelmiştir. Akıllı cep telefonları, bilgisayarlar, tabletler vb. veri depoları halini aldı. Bireyler, çeşitli yeni medya araç ve uygulamalarıyla kendi gazetelerini, kendi TV kanallarını oluşturarak, kendilerine sunulanları değil, seçtiklerini izlemekte, istedikleri şeyleri paylaşmaktadır. Ekranlar arasındaki geçişin kolaylaştığı, bütünleşmiş yeni medya ortamları; bireylerin iletişimine, esneklik, hız ve kolaylık kazandırmaktadır (Uğurlu, 2016:216).

Kullanıcılarının özellikleri, yeni medyanın içeriğine de yansımaktadır. Yeni medya kullanıcılarının sıkılgan, değişim odaklı, hızlı ve görselliğe karşı duyarlı olması, yeni medya içeriğinin belirli bir süreden sonra çok çabuk eskimesi ve yenilenme ihtiyacının hissedilmesine neden olmaktadır.

Yeni medya içeriğini zenginleştiren ve çekici kılan özelliği ise içeriğin tek bir kanal üzerinden ses, hareket, görüntü gibi özelliklerle çeşitlendirilerek kullanıcılara hızlı bir şekilde sunulmasıdır.

Günümüzde yeni medyanın en önemli kaynağı olarak görülen internet, aynı kanal üzerinden içeriği ses, hareket, görüntü gibi özelliklerle çeşitlendirerek herhangi bir sınırlama olmaksızın kullanıcılarına sunabilmektedir. İnternet sayesinde içerik zaman, mekân sınırlamasından arınmıştır. Kullanıcılar, istedikleri zamanda istedikleri yerde istedikleri içeriğe ulaşabilmektedir.

1.4.2.6. Yayılım

Yayılım dijital verilerin ağ üzerinden dolaştığı ve verilere ağ üzerinden ulaşıldığı uygulamalardır. Bu yapı, verinin ve içeriğinin yayılımını kolaylaştırmaktadır. Farklı veri türlerinin, farklı uygulamalar tarafından kullanılmasını olanaklı hale getirmektedir. İletişimin gerçekleştiği bu ağ, çoğunlukla internet gibi birbirine bağlanmış ağlardan oluşan büyük ya da yerel ağlar gibi daha küçük ağlarda çalışan uygulamalardır. Ağların yayılım özelliği sayesinde kullanıcılar, farklı uygulamalara erişebilmekte ve aynı anda bu uygulamalarla çalışabilmektedir. Kısacası yayılım, ağ üzerinden arayüzdeki herhangi bir metnin hızlı bir biçimde dağılması, bu metne farklı zamanlarda ve uzamlarda tekrar ve tekrar erişilebilmesidir (Binark ve Löker, 2011:12). Yeni medyanın yayılım özelliği sayesinde alıcılar, hem etkin durumdadır hem de aynı anda üretici ve tüketici olma konumuna sahiptirler.

1.4.2.7. Sanallık

Yeni medyanın bir diğer özelliği olan sanallık, medya kullanıcısının medyayla kurduğu iletişiminin niteliğini tanımlar. Kullanıcıya, orada olma hissini sağlayan sanallıktır. Sanallık, aslında kişilerin çevrimiçi iletişim halindeyken kendilerinin bulunduğunu hissettikleri uzamdır.

Medyanın ağ tabanlı olma özelliğinin önemli etkisinden biri de, sanal mevcudiyeti dolayımına yoluyla bir yerde bulunma hissi ve bu durumla ilişkili olarak başkalarıyla birlikte mevcudiyeti dolayımına yoluyla diğerleriyle birlikte olabilme hissini yaşamak ve paylaşmaktır (Coleman 2012:1'ten aktaran Çomu ve Binark, 2013:14).

Sanal gerçeklik (virtual reality); somut bir nesne ya da mekandan daha farklı olarak bilgisayar sistemindeki veriler vasıtası ile kullanıcılarına işitsel, görsel ve dokunma hissi, gerçek bir fiziksel uzamdaki gibi bir hareket imkânı ve yönlendirme gücü veren deneyimlerin olduğu ortamlardır (Reid, 1995:164'ten aktaran Timisi, 2005:91).

Sanal gerçeklik ortamları, temel mekanizma mentalitesi açısından belirli amaçlarla kurgulanmış ortamlardır. Bu ortamlar, yeni medyanın sayısal ortam cihazları ile aralarındaki birbirini destekleyici güç olma özelliğini üstlerinde bulundurmaktadır (Gezgin ve İranlı, 2017:96).

Siber uzam ise kullanıcıların bilgisayar ve internet sistemleri aracılığıyla herhangi bir fiziksel sınırlamadan etkilenmeden tamamen birbiriyle bağlı olabilme durumuna denir (Hildreth, 2001:1'den aktaran Gürkaynak ve İren, 2011:265). Örnek verilerek açıklanır ise siber uzam; bir telefon konuşmasının olduğu, ne telefonun içerisinde ne de diğer konuşulan kişinin telefonunda, iki insanı buluşturan belirsiz/sınırsız bir yerdir. İçinde olunan ama hiçbir yerde olmayan bir yerdir (Timisi, 2005:92).

Yapılan görüntülü aramalar, alınan e-postalar gibi iletişim deneyimleri gerçektir ve bu iletişimler sanal uzamda gerçekleşmiştir. Sanal uzam, kullanıcıya orada olma hissini vermektedir. Akıllı telefonlarla yapılan görüntülü aramada arada mesafeler olmasına rağmen yüz yüze iletişimin etkisi yapılan konuşmada hissedilmektedir. Bu durum, sanallığı yeni medyanın önemli bir özelliği haline getirmiştir.

1.5. Yeni ve Geleneksel Medya Ayrımı

Geleneksel medya; gazete, dergi, televizyon, radyo, sinema gibi görsel ve yazılı iletişim unsurlarını içeren medyalardır. Olaylar, haberler gibi iletişim sürecindeki mesaj unsurları bu medyalar kanalıyla alıcılara iletilir. Bu medya organları, genel olarak tek yönlü iletişime sahiptir. Yayın içerikleri, reklamlar, duyurular, haberler gibi iletilerin

tam olarak hangi kitleye nasıl ulaştığı bilinmemektedir. Geleneksel medyada iletişim çabalarının sonuçları ölçülemez, analiz edilemez bir yapıdadır.

Geleneksel medyada bireyler, sadece alıcı durumundadır. Medya içeriğini (haberler, görüntüler vs.) sağlayanlar, içerikleri alıcılara izlemesi ve tüketmesi için gönderirler. İzleyici veya alıcılar gönderiyi yorumlayamaz, gönderi üzerinde değişiklik yapamaz veya aynı mecrada paylaşamaz. Medyayla alıcı arasında doğrudan bağlantı yoktur. Üretenler ile tüketiciler farklı kişilerdir. Ayrıca televizyon, radyo, gazete gibi geleneksel medya mecralarında; üreticiler, yayıncılar, editörler gibi eşik bekçileri iletinin ve içeriğin ne olup ne olmaması gerektiği konusunda karar vermekte yani içeriği filtrelemektedir. Ayrıca geleneksel medya kurum ve kuruluşlarının siyasi ve ekonomik yapılarından dolayı filtreleme ve sansürleme gibi işlemler alıcıya gönderilen iletilerin içeriğine yansıtılmaktadır.

“Etkileşim ve eş zamansız olabilme” özellikleriyle geleneksel medyadan farklılaşan yeni medyada herkes, katılımcı, enformasyon tüketicisi ve üreticisidir (Ata, 2018:835). Rasmussen (2008) yeni medyanın, eski kitle iletişim araçları ve ortamlarından en büyük ayrımını anlatırken eski/geleneksel medyanın merkeziyetçi olma özelliği üzerine vurgu yapar. Rasmussen’e göre radyo, televizyon ve yazılı basının yeni medyaya kıyasla merkeziyetçi ve içeriği gönderen ile içeriği alanın daha net olduğu araç ve ortamlardır. (Rasmussen, 2008:74’ten aktaran, Özçetin ve diğerleri, 2014:54). Buna karşın yeni medya aktif katılımın oldukça rahat bir şekilde gerçekleştiği bir mecradır.

Yeni medya, geleneksel medyayla kıyaslandığında, yeni medyanın yapısal özellikleri sayesinde, alıcı kontrollü çok sayıda iletişim kanalı içeren ve iki yönlü etkileşime izin veren bir yapıya sahip olduğu görülür.

Yeni medya içerikleri; ses, görüntü, hareketli görüntü gibi özelliklerle çeşitlendirilmiştir. Yeni medyada küresel çapta bir ağ söz konusudur. Bu ağ sayesinde iletiler çok hızlı bir şekilde yayılmakta, depolanmakta ve kullanılmaktadır.

Yeni medya ortamlarında ve araçlarında zaman ve mekân esneklik kazanmıştır. Asenkron olabilme özelliği sayesinde yeni medya iletişim imkân ve olanaklarını kullanan kullanıcılar; iletişimi süreçlerini başlatma, dondurma veya bitirebilme gibi

durumlara istedikleri anda kendileri karar vermektedirler. İletişim sürecinin kontrolü ve etkinliği göndericiden alıcıya doğru yön değiştirmektedir (Topçu ve Türk, 2016:461).

	Geleneksel Medya	Yeni Medya
Kanal	Az sayıda	Çok sayıda
Kontrol	Kaynak	Alıcı
İletişim	Tek yönlü	Etkileşimli
İçerik	Sınırlı	Çeşitlendirilmiş
Kapsama alanı	Bölgesel	Küresel
Toplumsal kontrol	Kanunlar, meslek ve ahlak ilkeleri	Teknik araçlar, izlenme
Zaman	Senkron	Asenkron
Yapısı	Merkeziyetçi (bir noktadan-çok noktaya)	Merkeziyetçi olmayan (çok noktadan-çok noktaya)

Şekil 1: Yeni ve Geleneksel Medya Ayrımı

Kaynak: (Aktaş, 2015:117)

Şekil 1’de, yeni medya ve geleneksel medyanın farklılaşan yönleri gösterilmiştir. Bu şekilde, yeni medya ve geleneksel medyanın ayrımı çok net ve sade bir şekilde gösterilmektedir.

İletişim süreci içerisinde, geleneksel medyadaki az ve sınırlı sayıdaki kanal, yeni medyada çeşitlenerek daha çok sayıya ulaşmıştır. Gönderilen mesajın kontrolü, geleneksel medyada, tamamen gönderendeyken yeni medyada, bunun yerini alıcı almıştır. Geleneksel medyada, içerikler sınırlandırılırken yeni medyada, sınırlar ortadan kalkmıştır.

Geleneksel medyada, iletişim tek yönlüken yeni medyada, iletişim çok yönlü hale gelmiştir. Geleneksel medyada, içerik sınırlandırılırken yeni medyada, sınırlar ortadan kalkmıştır. Geleneksel medyanın zaman ve mekân sınırlaması, yeni medyada daha

esnek bir hal almış hatta ortadan kalkmıştır. Yapısal olarak geleneksel medya, tam anlamıyla merkezîyetçiyken yeni medya, merkezîyetçi olmayan bir yapıya sahiptir.

1.6. Yeni Medya ve Sosyal Ağlar

Yeni iletişim araçlarının internet içerikli oluşu sosyal hayatta büyük değişimlere neden olmuştur. İnternetin, cep telefonu teknolojisine dâhil olması ve kişisel bilgisayarların kullanımının yaygınlık kazanması ile birlikte iletişim olanakları artmıştır. Bu durum, internet temelli yeni olanaklar yaratmıştır.

Yeni medyanın yarattığı bir diğer olgu sosyal paylaşım siteleri, sosyal medyadır (Bulunmaz, 2013'ten aktaran, Şendeniz, 2014:159). Sosyal medyanın ne gibi bir anlam içerdiğine bakılır ise kullanıcıların sınırlandırılmış sistemde açık ya da kapalı bir profil oluşturmalarına, aynı sistem içerisinde bağlantı kurabildikleri diğer kullanıcıların dahil olduğu birbiriyle bağlantılı listelere bakmalarına ve de takip etmelerine olanak tanıyan web servis sağlayıcılarıdır (Erkayhan, 2013:17'den aktaran, Şendeniz, 2014:159).

Sosyal medyanın bir başka tanımı ise sosyal medya; kişilere, düşünce, ilgi ve bilgi alanlarını paylaşmasına olanak sağlayan, karşılıklı etkileşime izin veren çevrimiçi uygulamalar ve web siteleri için ortak bir ad olarak kullanılabilen bir ifadedir (Kuşay 2010:67'den aktaran, Dikmen, 2011:160). Bu tanımda, daha çok bilgi ve paylaşım üzerinde durulmuştur.

Sosyal medya, kullanıcılarına hem alıcı hem verici olabilme olanağı sunması, iletişim sürecinde etkileşim düzeyinin artırılabilir olması, eş zamanlılık ve topluluk oluşturma gibi bir takım olanaklar sağlamasından dolayı kısa sürede popüler olmuştur.

Sosyal medyada bilgi, birey veya herhangi bir marka tarafından üretilerek genellikle yoğun bir incelemeye tabi tutulmadan, iki yönlü iletişim imkanı sağlanarak alıcılara gönderilir (Altunbaş, 2014:46). Sosyal medyada, içeriklerin yoğun bir incelemeye tabi tutulmaması, doğruluğu tartışılan bilgilerin sayısını da artırmıştır.

1.7.Yeni Medya ve Yeni Bir Toplum

Bilim insanları arasında, sanayi toplumundan enformasyon veya ağ toplumuna doğru bir dönüşüme tanık olup olmadığımıza dair bir tartışma yaşanmaktadır. İlk olarak, sosyolog Daniel Bell tarafından ortaya atılan bu argüman ile ekonomik ve toplumsal gelişmenin bilgi ve enformasyonun başlıca etmenleri haline geldiği öne sürülür (Bell, 1973'ten aktaran, Stevenson, 2008:297-298). Buradaki temel etken, ekonomideki üretim ve dağıtım süreçlerinin gittikçe artan bir şekilde bilgi temelli girdiler tarafından yüklenmesidir.

Bugünün koşullarında çoğu insan artık iletişim kurmanın, çalışmanın veya boş zaman geçirmenin yollarının değiştiğini ve insanlık tarihinin en büyük teknoloji devrimlerinden birinin ortasında olduğunu farkındadır. Bilgisayar, enformasyon, iletişim ve çoklu medya teknolojilerini merkezine alan teknolojik devrim, genel olarak bilgi ve enformasyon toplumunun başlangıcı olarak yorumlanır (Kellner, 2014:413).

Yeni medya araştırmalarında önemli bir yere sahip olan gelişmiş internet teknolojilerinin bir terimini ifade eden “ağ” olgusu, kuşkusuz toplum üzerinde de etkilere ve etkileşime neden olmaktadır. Ağ toplumu, kitle iletişim araçlarına karşın yeni medyanın yükselişini ve bilgiyi temel alan bir toplumsal sürece geçişini sosyal bir teori olarak sunulmasını ifade eder. Yeni bilgi ve iletişim teknolojileri, yeni bir toplum oluşturmakta ve bunu sağlayabilen araçları gerektirebilmektedir (Stevenson, 2008:28).

Mcluhan ve Meyrowitz, gelişen iletişim teknolojilerinin zaman ve mekân kavramını ortadan kaldırdığını ve mekânın içeriğini yitirdiği ya da mekân hissinin kaybolduğu sonu olmayan küresel bir köyde yaşamaya olanak sağladığını söyler (1964:1985'ten aktaran Timisi, 2005:89). Gelişen teknolojiler sayesinde zaman ve mekân kavramı ortadan kalkmaktadır ve bu durum şüphesiz ağ teknolojileri sayesinde gerçekleşmektedir. Bütün bunların, ağ teknolojilerinin insan ve toplum hayatına birer yansımaları olduğu da söylenebilir.

Castell, ağların toplumu ne şekilde ve hangi alanlarda etkilediğini şöyle anlatıyor:“ Bilgi çağında, temel işlevler ve süreçler ağlar çevresinde toplanmakta ve iktidar, kültür, üretim ve deneyim gibi olguların işleyişlerini önemli ölçüde değiştirmektedir.” (2008:621). Devamın da ise “Ağların kapsama alanları sayesinde, kendi aralarındaki

ilişkilerde ışık hızında işleyen bilgi teknolojilerine temellendirilmesi toplumları yeniden yapılandırmaktadır.” (Castell, 2008:623) diyerek ekliyor. Ağ toplumunu yeni bir toplumsal örgütlenme sistemi şeklinde değerlendirmektedir. Ağ toplumunun gelişmesine bağlı olarak toplumsallaşma, iletişim ağlarıyla birlikte yapılmaktadır.

Ağ toplumu, sanal bir gerçekliği göstermektedir. Bu durum, gelişen yeni iletişim teknolojilerinin aslında hayatları ne denli değiştirip dönüştürdüğünün bir göstergesidir. Bu süreç içerisinde önemli olan, teknolojinin dinamiklerinden doğru bir şekilde faydalanabilmektir.



BÖLÜM 2: İLETİŞİM ENGELLERİ

2.1. İletişim Kavramı ve Tanımı

Günlük hayatta ve bilimsel literatürde yaygın olarak kullanılan iletişim kavramı, kökeni Latince “cominunis” kelimesinden gelen ve İngilizcede “communication” olarak kullanılan, Türkçeye iletişim olarak geçen bir olgudur. İletişim olgusu, içerisinde bir çok alanı barındırmaktadır. Bu yüzden iletişim kavramının tanımı konusunda çok fazla ifadeyle karşılaşılmaktadır. Bu tanımlar aşağıdaki gibidir:

- Türk Dil Kurumu iletişimi; “duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, komünikasyon” biçiminde tanımlamaktadır (“İletişim” Sözcüğü, 2018).
- İletişim canlılar arasında belirli ortaklaşa unsurları içeren bir süreci ifade eder (Fidan, 2011:24).
- İletişim kısa tanımıyla kişiler arasındaki anlamları ortak kılma sürecini ifade etmektedir (Akman, 2011:13).
- İletişim yüz ifadesini, tutum ve jestleri, ses tonunu, kelimeleri yazmayı, basımı, demir yollarını, telgrafi, telefonu ve de mekân ve zamanı fethetmede en son başarılan her ne ise onu içerir (Erdoğan, 2008:34).
- İletişimin gerçekleşmesi için gerekli olan şey iki sistemdir. Bu sistemler iki insan, iki hayvan, iki makine veya bir insan ile bir hayvan, bir insan ile bir makine (örneğin bir bilgisayar) olabilir. Özellikleri ne olursa olsun, iki sistem arasındaki bilgi alışverişi “iletişim” olarak tanımlanabilir (Dökmen, 2005:19).
- İletişim, iki birim arasında birbiriyle ilişkili mesaj alışverişi sürecini ifade eder (Cüceloğlu, 2000:68).

Tanımlardan da anlaşılacağı üzere iletişim kavramı içerisinde pek çok özelliği barındırmaktadır. İletişim; semboller veya simgeler aracılığıyla, duyguların, düşüncelerin, bilgilerin, ortak zaman ve mekân da alıcıya (kişi, kişiler, kurum, kuruluşlar) aktarılması ve bilgilerin, düşüncelerin üretilmesi, karşı tarafa iletilmesi ve algılanması sürecidir. İletişim, kaynak (gönderici) ve hedef arasındaki mesajın (bilgi, düşünce, duygu) aktarım sürecidir.

Bütün bu yapılan tanımlar iletişim olgusunu genel hatlarıyla ortaya koymaktadır. İletişim süreci; bir kaynak bu kaynağın gönderdiği bir mesaj, mesajı alan bir hedef ve bütün bu eylemlerin gerçekleştiği ortak bir zaman ve mekânı içerir. Bütün bu olgular iletişim sürecinin ana hatlarını ve temel öğelerini ortaya koymaktadır.

2.2. İletişim Sürecinin Yapısı

İletişimin gerçekleşmesini sağlayan temel öğeler ve iletişimin gerçekleşmesi için kullanılan araç ve teknikler vardır. İletişim sürecinin gerçekleşmesi için bu süreç içerisinde bazı temel öğelerin (kaynak, mesaj, hedef) mutlaka bulunması gerekir. Bu süreç içerisinde iletişimi başlatan bir kaynak, bu kaynağın göndermek istediği bir mesaj ve bu mesajı alan bir alıcının olması gerekir. Bu üç temel unsur iletişimin olmazsa olmazıdır.

Kaynak (Gönderici): İletişim sürecinin başlamasını sağlayan, iletiyi karşı tarafa gönderendir. Kaynak bir kişi, bir grup, kurum veya kuruluş olabilir (Yüksel, 2008:14). Kaynağın iletişim sürecini başlatmaktaki amacı herhangi bir düşünce, duygu, davranış veya bilgiye herhangi bir anlam yükleyerek karşıya yani alıcıya aktarmaktır. Kaynak iletişim sürecini başlatan olduğu gibi aynı zamanda da yönlendirendir.

Mesaj (İleti): İletişim süreci içerisinde kaynağın hedefe iletmek istediği şeydir. Mesaj, kaynak tarafından oluşturularak bir kanal aracılığıyla alıcıya gönderilmesi amaçlanan her türlü bilgi, duygu, düşünceler olarak ifade edilebilir (Işık, 2015:21). Mesaj kaynağın hedefe aktarmak istediği her şey olabilir. Bir iletişim sürecinin başarılı olabilmesi için mesajın kaynak ve alıcı tarafından aynı anlamı taşınması gerekir.

Kanal (Araç): Gönderici ve alıcı arasında yer alan ve işaret haline dönüşmüş mesajın gitmesine imkân tanıyan yol veya geçittir (Çağlar ve Kılıç, 2014:6). Kanal mesajın alıcıya sunulmuş şeklidir. İletiler kanallar aracılığıyla alıcıya ulaştırılır. Kanal mesajı bozmadan alıcıya iletebilecek özellikte olmalıdır. İletişimin gerçekleşmesinde ve etkili olabilmesinde kanal seçimi büyük önem taşır. İletişim kanalları; telefon, internet, gazete, televizyon vs. gibi ortamlardır.

Hedef (Alıcı): İletişim sürecinde, kaynağın gönderdiği mesajın hedefi olan kişi, grup ya da kitleye alıcı (hedef) olarak adlandırılır (Gürgen, 1997:20). Alıcı kaynak tarafından kodlanarak gönderilen mesajı alan, kodu açan, mesajı anlamlandıran ve daha sonra bir tepkide bulunandır. Alıcının mesaja olumlu veya olumsuz tepki vermesi iletişim sürecinin devamlılığını sağlar. Aynı zamanda alıcı mesajı aldıktan sonra kaynak durumuna geçer, böylelikle iletişim süreci bir dolaşım haline dönüşür.

Filtre Etme (Mesajı Algılama): Kaynak tarafından gönderilen iletinin içeriğinin, hedef tarafından zihinsel olarak anlamlı simgelere dönüştürülme sürecidir (Gökçe, 2013:53). Alıcının mesajı algılayış biçiminde alıcının, cinsiyet, eğitimin, kültür, inanç ve değer yargılarının önemli bir etkisi vardır.

Geri Bildirim (Feedback): İletişim süreci içerisinde alıcıdan kaynağa yönelen her türlü tepkiye geribildirim denir. Geri bildirim, iletişimde bulunan kişinin diğerleri ile olan ilişkisini düzenler (Aziz, 2010:28). Geri bildirimler sayesinde kaynak gönderdiği mesajın alıcı tarafından alınıp alınmadığını, ya da ne düzeyde alındığını anlayabilmektedir. Geri bildirim, olumlu, olumsuz ve tepkisiz olmak üzere üçe ayrılır.

Gürültü: İletişim süreci içerisinde mesajın özelliklerini etkileyen, doğru ve etkili bir şekilde karşı tarafa aktarılmasını engelleyen etmenlerin bütünü “gürültü” olarak ele alınmaktadır (Tuna, 2012:11). İletişimi engelleyen ya da kalitesini azaltan olumsuz çevre koşullarına gürültü denir.

2.3. İletişimin Amacı ve Önemi

İnsan için iletişim kurmak bir ihtiyaç ve zorunluluk halidir. İletişim, bireylerin birbirlerine duygu ve düşüncelerini aktarım sürecidir. Ve bu süreç bireylerin özel hayatından toplumsal hayatına uzanan bir alanda gerçekleşir. İletişim sürecinin başarılı bir şekilde gerçekleşmesi bireylerin yaşamlarından, mutluluk, tatmin ve haz almalarını sağlar. Toplumsal yaşamın içerisinde bireylerin karşılarındaki kişileri tanımaları, etkilemeleri, onlardan etkilenmeleri, toplumdaki diğer kişilerin varlığını kabul etmeleri, önemli ve değerli olmayı hissetmek ve hissettirmek için iletişim kurmaya ihtiyaç duyulur.

İletişimin her zaman, belirli bir amaç tarafından yönlendirildiği söylenebilir. Ve de biraz daha ileriye gidilerek, amaçsız iletişimin düşünülemeyeceğini ya da olmayacağı öne sürülebilir (Gökçe, 2013:24). Toplumlar diğer topluları, bireyler de başkalarını etkilemek ister.

İletişim insanları birbirine bağlayan ve birlikte yaşamaya teşvik eden güçlü bir bağıdır. Bu nedenle sosyal hayat içerisinde iletişim kurmadan yapılabilecek hemen hemen hiçbir şey yoktur. İletişim sadece göndericiden alıcıya bir mesaj gönderim süreci olarak düşünülür ise yanlış bir kanıya varılmış olunur. Çünkü iletişim bir amaç taşır. Kaynağın amacı sadece mesaj göndermek değildir. Kaynak, mesajın alıcı tarafından algılanmasını, alıcıyı etkilemesini ve alıcının davranışta bulunmasını bekler.

İletişim kurmadaki temel etken, anlaşılabilir mesajların gönderilmesi ve karşı tarafın tutum ve davranışlarında değişiklik yapılması istediğidir. İletişimin amacı gereksinimi giderilmeyi amaçlayan faaliyetin ve ilişkinin giderilmesini içerir (Erdoğan, 2008:68). İnsanların neden iletişim kurduğu sorusunun cevabı beş temel amacı içerir. Bu amaçlar; insanlar iletişim kurar çünkü iletişim var olmanın bir getirisidir. İletişim haberleşmeyi, paylaşmayı, etkilemeyi ve yönlendirmeyi, eğlenmeyi ve mutlu olmayı sağlar (Fidan, 2011: 28-29).

Bir başka ifadeyle iletişimin amaçları genel amaçlar ve özel amaçlar olmak üzere ikiye ayrılır. Bu amaçların neleri içerdiğini ve hangi amaçların özel hangilerinin genel olduğu aşağıda ayrıntılı bir şekilde açıklanmaktadır (Açıkgöz, 2015:38-39):

İletişimin Genel Amaçları

- Kişilerin kendilerini, toplumsal, kültürel ve bireysel olarak göstermelerini sağlamaktır.
- Örgütlerin, grupların, kurum ve kuruluşların ve ülkelerin kendilerini ortaya koymalarını sağlamaktır.
- Bilginin ve teknolojinin üretilmesini, depolanmasını ve iletilmesini sağlamaktır.

İletişimin Özel Amaçları

- Bireylerin kendilerini tanımasını sağlamaktır.
- Bireylerin düşünce, duygu, davranış, söylem, hissediş ve eylemlerini geliştirmeyi sağlamaktır.
- Bireylerin kendi ve başkalarının davranışlarını kontrol etmelerini sağlamaktır.
- Bireylerin mesleki olarak kendilerini ifade etme ve geliştirmelerini sağlamaktır.

Tüm bu yapılan tanımlar çerçevesinde iletişimin, iletişim kurmanın bir amaca yönelik olduğu, kişileri ve toplumu etkilediği görülmektedir.

2.4. İletişim Engelleri

İletişim; duyguları, düşünceleri ya da hisleri karşı tarafa aktarmak ve karşı taraftan herhangi bir tepki beklemektir. Ancak iletişim süreci her zaman beklenildiği gibi gerçekleşmeyebilir. Gönderici ve alıcı arasında eğitim, kültür, çevre, psikoloji ve alışkanlık gibi farklılıklar varsa başarılı bir iletişim kurulamayabilir. Çünkü bu gibi faktörler iletişim sürecini olumsuz yönde etkiler. Bu faktörler iletişim engeli olarak adlandırılır. Engeller iletişim sürecinin etkinliğini ve başarısını azaltır.

Türk Dil Kurumuna göre engel; “ Bir şeyin gerçekleşmesini önleyen sebep, mâni, mahzur, müşkül, pürüz veya handikap” anlamına gelmektedir (“Engel” Sözcüğü, 2018). İletişim süreci içerisinde iletişimi engelleyen faktörlere iletişim engelleri denir. İletişim sürecini negatif yönde etkileyen engellerden dolayı iletişim etkin bir şekilde gerçekleşmez. İletişim engelleri, iletişim sürecinin etkinliğini sınırlandırarak iletişimin kalitesini olumsuz yönde etkiler.

Etkili iletişim, iletişim engellerinin ortadan kaldırılmasıyla gerçekleşebilir. İletişim engellerini azaltmak ve ortadan kaldırabilmek için iletişim engelleri tanımlanmalı, iletişim engelleri hakkında farkındalık yaratılmalı ve daha sonra bu engelleri ortadan kaldırmak için çözüm yolları bulunmalıdır.

Yeni medya kullanıcıları yeni medya araç ve ortamlarını kullanırken iletişim engelleri ile karşılaşmaktadır. Yeni medya üzerindeki iletişim engellerini belirlemek için yapılan bir araştırmada beş temel engelin yeni medya üzerinde var olduğu saptanmıştır.



Şekil 4: Yeni medya üzerindeki iletişim engelleri

Kaynak: (Berge, 2013:375)

Yeni medya üzerindeki iletişim engelleri (şekil:4); fiziksel-teknik ve geçici engeller, yapısal engeller, psikolojik engeller, sosyal engeller ve kültürel engeller (Berge, 2013:375) olmak üzere beş kategoride sınıflandırılmıştır. Bu engellerin tanımları, neler oldukları hangi durumlarda ortaya çıktıkları araştırılıp incelenmiştir.

2.4.1. Fiziksel, Teknik ve Geçici Engeller

İletişim süreci içerisinde kaynak ve hedefin yüz yüze görüşemediği durumlarda mutlaka arada bir iletişim aracı bulundurmaktadır. Özellikle yeni medya üzerinden kurulan iletişimlerde, kullanılan araçların yapısından ve kullanma tekniğinden dolayı kullanıcılar iletişim sorunlarıyla karşılaşmaktadır.

Kullanıcının kullandığı aracın teknik ve fiziksel yapısını yeterli düzeyde anlamaması, araç hakkında eksik bilgiye sahip olması veya aracı kullanma becerisinin yeterli olmaması gibi durumlar yaşanmaktadır. Bu gibi etkenler kullanıcının, yeni medya aracını kullanımı esnasında veya sonrasında sorunlarla karşılaşmasına neden olmaktadır.

İletişim kanalları bazen teknik sorunlardan ötürü, mesajın gecikmesine, anlaşılamamasına ya da kaybolmasına neden olabilir. Teknik engeller iletişimde o kadar önemli bir konudur ki iletişimde teknik engelleri ortadan kaldırmak için sibernetik adı altında yeni bir bilim dalı ortaya çıkmıştır (Tutar ve Yılmaz, 2012:157).

Yeni medyada kullanıcılar, teknik sorunlar ve bunları çözmede teknik destek eksikliği ile karşılaşmaktadır. Telekomünikasyon sistemleri arasındaki istikrarsızlık, kopuk

çevrimiçi iletişim sorunları, internetin bireylere maliyeti de iletişim engellerine neden olmaktadır.

Yeni medya üzerindeki iletişimi kopartan veya bölen bir etki, iletişim sürecinin gerçekleşmemesine neden olabilir. Örneğin internet üzerinden yapılan bir iletişim esnasında kaynağın veya hedefin her ikisinden birinin internet kotasının dolması nedeniyle internet erişiminin kesilmesi. Bu durum, iletişim sürecini bölmüş kesintiye uğratmıştır. Bu tarz bir engelle başa çıkmanın yolu internet bağlantısının yeniden sağlanmasıdır. Fakat daha karmaşık ve çözülmesi zor engellerle de karşılaşmaktadır.

Yeni medya üzerinden yapılan iletişimlerde mesajların araçların yapısına uygun ve doğru bir şekilde kodlanmaması, mesajları gönderirken veya alırken gerekli özenin gösterilmemesi de iletişim engellerine yol açmaktadır.

Yeni medya üzerindeki iletişimde, kişilerin mesajları algılama farklılıkları iletişimi engelleyen etkenlerden birini oluşturur. Yeni medya üzerindeki mesajların tekrarlanma sıklığı, benzerliği, yeniliği veya eskiliği gibi durumlar kullanıcılarda olumsuz etkiler yaratır. Aynı mesajın sürekli tekrarlar halinde gönderilmesi, mesajın etkisini ve iletişimin etkinliğini azaltır.

2.4.2.Psikolojik Engeller

İletişim süreci içerisinde insanlar genel olarak kendi inançları ile çatışan mesajları kolay kabul etmezler. İleti alıcının inancına uygun değilse alıcı iletiyi reddeder. Sadece alıcının psikolojik özellikleri değil aynı zamanda göndericinin de psikolojik özellikleri iletişim engellerini oluşturmaktadır.

Psikolojik engeller iletişim sürecine katılan insanların kendi kişisel özelliklerinden kaynaklanır. İletişim süreci içerisindeki engel ve bozukluklar, bireylerin sahip oldukları duygular, düşünceler ve değer yargılarından; onların amaçları tutum ve davranışları, düşünce çevreleri, iletişimin konusuna duyulan ilgiye, algılama ve dinleme becerilerine dayanmaktadır (Acar, 2014:19).

Kullanıcılar psikolojik olarak yeni medya üzerinden gerçekleştirilen iletişim sürecinden etkilenir. İletişim sürecine psikolojik olarak yansıyan engeller, iletişimin etkinliğini ve kalitesini azaltır.

Yeni medya platformlarını kullanan kullanıcıların bu platformlarındaki hesaplarında, uygulamalarında ve paylaşımlarındaki tepkilerinde, tutum ve davranışlarında gerçekçi olmama gerçek kimliğini saklama gibi durumlar söz konusu olmaktadır. Yine yeni medya olgusunun, sanal bir ortamı işaret ediyor oluşu, bireylerin bu ortamdaki davranışlarıyla gerçek hayattaki davranışlarını birbirine adapte edememe problemini ortaya çıkartmaktadır. Bu durum bireylere motivasyon eksikliği yaşatır. Kişilerin bu platformlara karşı güven duymaması, kişilerin bu platformlardaki iletişim, paylaşım ve etkileşim sürecine olumsuz olarak yansımaktadır.

İletişim süreci içerisinde yeni medya araç ve ortamlarını kullanan kullanıcılar, yeni medyanın yapısal özelliklerinden psikolojik olarak etkilenmektedir. Yeni medya yapısı gereği zaman ve mekân kavramlarını esnek hale getirmiştir. Bu durum geleneksel iletişimin temel öğelerinden biri olan mekânın kaybını göstermektedir. İçinde bulunulan mekân iletişim sürecini etkiler. Mekânın kaybı yeni medya üzerindeki iletişim sürecine mekân olgusunun getireceği katkıyı da yok eder. Bu durum yeni medya üzerindeki iletişimin etkinliğini azaltır.

Hızlı bir şekilde bilgilere ve ihtiyaçlara erişim sağlaması yeni medyanın bir diğer getirisidir. Fakat yeni medya araç ve ortamlarından edinilen bilgilerin doğruluğunun tartışılması bu araç ve ortamlara duyulan güveni azaltmaktadır. Bu durum kişilerin iletişim süreçlerine de yansımaktadır. Doğru bilgiye ulaşma hususunda kullanıcıların yeni medya araç ve ortamlarından kaçması da söz konusu olmaktadır.

Hisler iletişimi olumlu ve olumsuz yönde etkilemektedir. Yüz yüze iletişim esnasında heyecan, isteklilik gibi hisler duyulmaktadır. Yeni iletişim araç ve ortamları hisleri azaltmış hatta ortadan kaldırmıştır. Fakat isteklilik, heyecan ve motivasyon gibi hislerin iletişim sürecinin sürdürülmesinde olumlu etkileri vardır. Bu olumlu etkilerin azaltılması veya ortadan kaldırılması iletişim sürecini olumsuz yönde etkilemektedir.

Yeni medya ortam ve araçlarında kullanıcılarının karşılaştığı bir başka hususta kişisel bilgilerin güvenliğinin azalması ve rahatsız edilme olgusudur. Bu gibi durumlar özellikle yeni medyanın bir uzantısı olan sosyal medya ortamlarında sıkça yaşanmaktadır. Bu tarz eylemler kullanıcıları ve iletişim sürecini olumsuz olarak etkilemektedir. Medya yapılarının bu tarz eylemlere imkân tanıyan koşulları

kullanıcılarını istenmeyen durumlara düşürebilmektedir. Bu gibi durumlar iletişim engellerini meydana getirmektedir.

Yeni medya araç ve ortamlarında; yeni medya içeriklerinin aldatıcı ve yanıltıcı olarak etiketlenmesi, bireylerin yoğun bir şekilde reklama maruz bırakılması, kişilerin yeni medya üzerinde tüketici olarak görülmesi (Vardal, 2015:99) gibi durumlar kullanıcıların yeni medya araç ve ortamlarındaki iletişimlerini sınırlandırmalarına ya da kesmelerine neden olmaktadır. Bu gibi durumlarda kişilerin yeni medya üzerinden kurdukları iletişime olumsuz olarak yansımaktadır.

2.4.3. Sosyal İletişim ve Ortak Çalışma Engelleri

İnsanlar birbirleriyle sosyal çevre içerisinde devamlı olarak iletişim halindedirler. İnsanın kendini “sosyal bir varlık” olarak nitelemesi, sosyal çevre içerisinde varlığını hissetmesi ve yaşamını sürdürmesi, sosyal çevreyi insan için önemli kılmaktadır. İnsanlar iletişim sayesinde sosyalleşir, medenileşir ve gelişirler. Ancak sosyal çevrenin genişliğine ve çevrede kazanılan rollere bağlı olarak katılımcılar tarafından birbirlerine yapılan baskılar, iletişim sürecinde karşılıklı birer engel olarak çıkmaktadır.

Yeni medya üzerinden sosyal iletişim öğeleri yorumlandığında, yeni medyanın, kullanıcılarının iletişim tarzlarını, tavır ve davranışlarını değiştirdiği görülmektedir. Özellikle sosyal iletişim anlamında yeni medyanın bir uzantısı olan sosyal medyanın, insanları sosyalleştirmekten ziyade asosyal bir hale getirdiği düşünülmektedir.

Yeni medya platformlarını kullanan kullanıcıların iletişim süreci yüz yüze iletişimden çevrimiçi iletişime dönüşmüştür. Yani gerçek zamanlı bir geribildirim eksikliği yaşanmaktadır. Bu da kullanıcılarına iletişimlerini kontrol edememe sorununu yaratmaktadır. Ayrıca yeni medya platformlarında karşı tarafla iletişim kurarken aynı mekânda, aynı şehirde ya da aynı ülkede olmaya gerek kalmamıştır. Bu durum, iletişim anlamında kolaylık sağlarken bir yandan da geleneksel iletişimin temel ögesi olan mekânın kaybını göstermektedir. Geleneksel iletişimde, iletişime geçilen kişilerle, guruplarla duygusal bir bağ kurulabilmektedir. Aynı şeyi yeni medya platformları üzerinden yapma olanağı geleneksele oranla daha kısıtlıdır.

Yeni medya ortamlarında birçok bilgiye hızlı ve kolay bir şekilde ulaşılmaktadır. Çok fazla bilgi bombardımanına sahip olan yeni medya teknolojileri, kullanıcılarının doğru bilgilere ulaşabilmesi aşamasında engeller yaratmaktadır. Yeni medya içerisinde çok fazla doğruluğu veya yanlışlığı tartışılan bilgi bulunmaktadır. Bu durum kullanıcıyı hangi bilgiyi seçmesi ve hangisinin doğru bilgi olduğu konusunda çelişkide bırakmaktadır. Bu da yeni medya üzerinde doğru bilgiye erişim noktasında engeller yaratmaktadır.

Yeni medya ortamları; toplumdaki cinsiyet eşitsizliğine katkı sağlamak, bireylerin nefret söyleminde bulunmasına imkan tanımak (Vardal, 2015:99) gibi insanları birbirinden uzaklaştıran, birbirine düşman eden durum ve şartlara izin vermektedir. Bu yeni medyanın getirdiği olumsuz etkilerden biridir. İnsanların birbirleriyle iletişimlerini kesmelerine neden olan bu etkenler iletişim sürecine olumsuz olarak yansımaktadır.

Sosyal ortam içerisinde insanlar sosyalleşir. Sosyal ortam içerisinde insanlar birbirleriyle fikir alışverişinde bulunmakta veya ortak çalışması gerektiği durumlar ortaya çıkmaktadır. Yeni medya yapısı gereği daha çok insanları bireyselleşmeye itmektedir. Bu durumda sosyal bir varlık olan insanın toplumsallaşma yönünü eksik bırakmaktadır. Yeni medya; insanların birbirleriyle ortak çalışma, işbirliği yapma, fikir alışverişinde bulunma gibi imkânlarını azaltır ve insanları bu olgulardan uzaklaştırır.

2.4.4.Kültürel Engeller

Kültür; seçkin sanatsal faaliyetlere, bir halkın ya da grubun tüm yaşam biçimlerine, paylaşılan sistemlere veya şablonlara gönderi yapılacak şekilde açıklanabilir (Edles, 2006'dan aktaran, Çağırkan, 2017:149). Kültür toplumların, davranışları, tutumları kısaca tüm yapıp etiklerinin bir toplamıdır.

Kültürel çevreden kaynaklanan iletişim engelleri daha kalıcı, daha etkili ve iletişim sürecine daha fazla zararlı olabilir. İletişim sürecindeki kültürel unsur farklılıkları ister aynı kültür ister farklı kültür çevresinden kaynaklansın iletişim sürecinde bilişsel, ruhsal, fiziksel engellere dönüşebilir. Yani iletişim süreci içerisindeki kültürel engeller beraberinde bir çok engeli de getirmektedir.

Dil, bir kültürü tanımlayan en önemli özelliklerden biridir. İnternet temelli yeni teknolojiler çok sayıda İngilizce içerik barındırmaktadır. İngilizcenin internet temelli yeni teknolojiler üzerindeki egemenliği, çoğunlukla Amerikan kültür ve dil emperyalizmi olarak değerlendirilmiş ve politik tartışmalara neden olmuştur (Abbate, 2011:475). Bu durum kültürün en önemli olgusu olan dilin yeni medya üzerinde sınırlandırılmasını göstermektedir. Ve bu durum, yeni iletişim teknolojisini kullanan farklı kültürdeki kullanıcıların iletişim süreçlerine olumsuz olarak yansımaktadır.

Yeni medyayı kullanmak ve yeni medya üzerinden iletişim kurmak için kullanıcılar ortak bilgiler ortak beceriler geliştirmiştir. Kullanıcıların benzer davranışları benzer eğilimleri olmaya başlamıştır. Kısacası yeni medya kendi kültürünü yaratmıştır.

Yeni medya araç ve ortamlarının küresel çapta kullanımı farklı kültürlerden farklı kullanıcılarının olduğu anlamına gelmektedir. Fakat bu kullanıcılar yeni medya ortamlarında kendi kültür ve anlayışlarıyla değil, internet kültürü ve anlayışıyla var olmaya başlamıştır. Bu durum yeni medyanın kültürel karakteristikleri ortadan kaldırdığı ve kullanıcılarının kültürel karakteristiklerini yansıtmasına yeterince olanak vermediğini göstermektedir.

Yeni medya ortam ve araçları farklı kültürleri yaşatmayı ve paylaşmayı olanaksız hale getirmektedir. İngilizce temelli ortak bir dil ve belirli bazı davranışlar yeni medyada iletişim kurmak için yeterli görülmektedir. Farklı kültürlerin ve o kültürden gelen kullanıcıların kendilerine özgü iletişim becerilerini yansıtabilmesi ve farklı kütllüleri etkileyip onlardan etkilenebilmesi iletişim süreci için önemlidir. Yeni iletişim teknolojilerinin bu farklılıkları azaltması iletişim sürecine olumsuz olarak yansımaktadır.

2.4.5.Yapısal Engeller

Yeni medya araçlarının kendi yapısal özellikleri ve kullanıcıların bu özellikleri iyi bir şekilde anlayamaması, araçlar hakkında eksik bilgiye sahip olmaları ve araçların özelliklerini doğru bir şekilde kullanamamaları da beraberinde iletişim engellerini getirmiştir. İletişim süreci i çerisindeki hedefin yani alıcının, medya aracını kavrayacak kadar bilgi sahibi olmaması durumunda mesajın bazı bölümlerini atlayarak algılaması, hiç algılayamaması ya da yanlış algılaması iletişim engellerine neden olmaktadır.

Yeni medya ara  ve ortamlarında dilin kullanımındaki özensizlik de önemli bir konudur. Konuşma ve yazışmalarda kullanılan yeni medya araçlarında, mesajlar açık bir şekilde ifade edilmelidir. Anlamsal olarak mesajlarda boşluklar bırakıldığında, alıcı bu boşlukları kendi anlam ve bilgisi dâhilinde doldurma eğiliminde olmaktadır. Bu durumda, mesajın yanlış anlaşılmasına ve yorumlanmasına neden olmaktadır. Ve iletişim sürecini olumsuz nde etkilemektedir.

Her yeni medya aracının kendine özgü bir kullanım şekli ve dili vardır. Bu da iletişimin engelleyici faktörleri arasındadır. Kullanıcıların, bütün yeni medya araçlarının kullanım şekli ve diline hâkim olması mümkün değildir. Yinede kullanıcılar bu araçlara yönelmek isteyebilir. Böyle durumlarda, iletişim engelleriyle karşılaşmak kullanıcılar için kaçınılmaz olmaktadır. Bu gibi durumlar, iletişim sürecine olumsuz olarak yansır ve iletişimin başarısını ve etkisini azaltır.

Yeni medya araç ve ortamlarını kullanmak telekomünikasyon altyapısını gerektirir. İnsanların yaşadıkları beldelerdeki alt yapı eksiklikleri kişilerin yeni teknolojilere ulaşmasına ve kullanmasına engel olmaktadır. Altyapı sorunları, kişilerin yeni medya araçlarıyla kurmak istedikleri iletişimlerinde engeller yaratmaktadır.

2.5. İletişim Engelleri İle İlgili Araştırmalar

Literatür incelendiğinde iletişim engelleri üzerine farklı alanlarda farklı çalışmalar yapıldığını görülmektedir. Yapılan araştırmalarda iletişim engellerinin neler olabileceğinin belirlenmesi, bu konuda çözüm yollarının sunulması ve tavsiyelerde bulunulması üzerine öneriler sunulmuştur. Farklı alanlarda iletişim engelleri üzerine yapılan bu çalışmalar, bu sorunla ne kadar geniş bir alanda karşılaşıldığını ve bu durumun geniş bir bakış açısıyla ele alındığını göstermektedir.

Dabaj ve İşman'ın (2004) araştırmasında, uzaktan eğitim programlarında yaşanan iletişim engelleri incelenmiştir. Uzaktan eğitim kurslarını etkileyen iletişim engellerinin doğası araştırılmış ve bu engellerin öğrencilerin demografik yapısı ile ilgili olup olmadığı incelenmiştir. Araştırma nicel bir araştırmadır. Öğrencilerin üzerinde anket formu uygulanmıştır. Anket formu beşli likert lğine göre hazırlanmıştır. Araştırmanın sonucunda internet üzerinden uzaktan eğitim alan öğrencilerde zaman, uzaktan eğitim kavramından korku hissi ve deneyim eksikliği etkenleri öğrencilerin

kendi aralarındaki iletişim sürecinin etkinliğini azaltmıştır. Uzaktan eğitim kurumları uzaktan eğitim kullanıcılarını programa başlatmadan önce, çok basit bir şekilde tasarlanmış bir başlangıç oryantasyonu programı organize etmeleri, öğrencilere uzaktan eğitim kavramının ve web sitesinin kısa bir açıklamasının yapılmasının gerektiğini, öğrencilere işlerini nasıl organize edeceğine dair yöntemler ve ders çizelgesinin verilmesi ve değerlendirme kriterlerinin belirtilmesi, bütün öğrenci ve öğretmenlerin fikirlerini, sorularını ve bilgilerini paylaşabileceği platformlar oluşturulması önerilmektedir. Uzaktan eğitim programlarında öğrenci-içerik ilişkileri, öğrenciyi öğrenim ve öğretim sürecine kaydettirerek maksimize etmek ve öğrencileri teşvik eden öğretim kaynaklarına erişim yeteneği, kurs sitesini daha çok ziyaret etmek, öğrencinin bir pay sahibi olduğunu hissetmesini sağlamak gibi öneriler de getirilmiştir.

İşman ve Altınay'ın (2005) araştırması; uzaktan eğitimde başka bir deyişle çevrimiçi programlar ve çevrimiçi kurslarda öğrencilerin ve öğretim üyelerinin karşılaştıkları zorlukları belirlemek amacıyla yapılmıştır. Çevrimiçi sistem ve ortamlarda katılımcılar arasındaki nitelikli iletişimin olması için mevcut sistemin zayıflıklarını ortadan kaldırarak sistemin yenilenmesini, öğretmen ve öğrencilerin bu yeniliklere uyum sağlamasına yardımcı olmak istenmektedir. Araştırma nitel ve nicel verilerden yararlanan karma bir araştırmadır. Anket ve görüşme tekniğinden faydalanılmıştır. Karma yaklaşıma dayalı araştırmanın bulgularına ilişkin olarak Doğu Akdeniz Üniversitesi online programında, öğrenci ve öğretim üyelerinin iletişiminin zayıf olduğu görülmüştür. Psikolojik anlamda ise öğrenciler üzerindeki online eğitime karşı duyulan korku faktörü saptanmıştır. Online programın kullanımında yüz yüze iletişimin getirmiş olduğu avantajlardan yoksunluk hissedilmiştir. Öğrencilerde online eğitim programına adaptasyon problemleri görülmüştür. Fiziksel olarak katılımcılar, erişim ve internet bağlantısında alt yapı sorunları yaşamakta olduklarını ve çevrimiçi programlarda dil sorunlarıyla karşılaştıklarını ifade etmektedir.

Yalçın'ın (2012) araştırmasının konusu, teknolojinin eğitimde ve diğer faaliyetlerde kullanıldığında bazı iletişim engelleriyle karşılaşılması ve yüksek öğretim kurumlarında kalite süreci önemli bir role sahip olmasıdır. Yüksek eğitim enstitüsü bir kalite yönetim sistemi izlemeye çalışır. Bu süreçte bazı sorunlar ortaya çıkabilir. Bu çalışma, öğretim elemanlarının kalite süreçlerinde karşılaştığı iletişim sorunlarını ortaya çıkarmak için

yapılmıştır. Bu çalışma  ğretim üyelerinin karşılaştığı iletişim problemlerini kalite sürecinde ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Öğretim  yelerinin yaşadığı iletişim engellerini cinsiyet, bilgisayar eğitimi, akademik unvan, bilgisayar kullanım deneyimleri olarak kategorize edilmiştir. Veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan veri toplama aracı demografik özellikleri tanımlayan altı sorudan oluşmaktadır. Kalite çerçevesinde eğitmenler tarafından karşılaşılan engelleri belirleyen  l me aracı on altı sorudan oluşmaktadır. Araştırmanın sonuçlarına göre, katılımcıların çoğunluğu erkektir. On altı soru içeren değerlendirme ölçeğinde yapılan istatistiksel analiz sonucunda cinsiyete göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Öğretim elemanlarının kalite sürecinde farklılık gösterdiği madde ise araştırma görevlilerinin kalite sürecinde teşvikler ve serbest kalma sürelerinin eksik olduğunu, çünkü sosyal olarak yalıtılmış olduklarını vurgulanmasıdır. Sonuç olarak kalite süreçleri çerçevesinde  ğretim elemanlarının karşılaştığı engeller saptanmıştır.

Marchetti, Foster, Long ve Stinson'ın (2012)  alışması, iletişim engeli yaşayan öğrencilerin grup çalışmalarından yararlanma olasılıkları daha az olduğu konusundadır. Bu  alışma ana dili İngilizce olan işitme engelli karma bir gruptaki öğrencilerin iletişimini geliştirmek için yapılmıştır. Öğrencilerin kimi sağır kimiye işitme zorluğu çekmektedir. Araştırma, sağır ve işitme zorluğu yaşayan öğrencilerin sözlü iletişimin olduğu ortamlar ve gruplardan faydalanmaktan güçlük çektiğini vurgulamaktadır. Kullanılan dilin, öğrencilerin iletişimleri üzerinde engeller yaratarak öğrencilerde pasifliğe yol açtığı görülmektedir. Sağır ve işitme engeli yaşayan öğrenciler bir sınıf içerisinde çalışma gruplarına entegre edilmiştir. Altı sağır ve sekiz işitme zorluğu çeken öğrenciden oluşturulan gruba araştırma yöntemlerinden anket ve görüşme tekniği uygulanmıştır. Düşük ve yüksek teknolojik sınıfların karşılaştırılmasına göre, öğrenciler akıllı tahtanın, tabletin, bilgisayarın bulunduğu sınıflarda kendilerini daha rahat hissettiği görülmüştür. Fakat bu tip sınıflar için erişim gerektiren uygulamalar ve yazılım, sınıf dışı eğitim ve teknik destek gibi ihtiyaçların gerekliliği saptanmıştır.

Berge'nin (2013) yılında yayınlanan makalesi hem genel hem de uzaktan eğitime odaklanmaktadır. Çalışmada iletişim engelleri ile ilgili literatürün kapsamlı bir incelenmesi yapılmış, uzaktan eğitimdeki iletişim engellerinin teknik, psikolojik, sosyal, kültürel ve yapısal engeller olarak belirtilmiştir. Uzaktan eğitimdeki iletişim

engellerinin hiyerarşisi açıklanmıştır. Uzaktan eğitimin içinde olduğu teknolojik çevre iletişimde yapılan yeniliklerin büyük bir kısmı ve eğitimciler için dil, kültür farklılıklarına ve iletişim engellerinin üstesinden gelinmesi üzerinde durulmuştur. Sonuç olarak uzaktan eğitimde iletişim engellerinin hiyerarşisinin varlığı, fiziksel-teknik, psikolojik, sosyal, kültürel ve yapısal olarak kategorize edilmiştir. Bu kategoriler iletişim engellerinin araştırılması ve teşhis edilmesinde, potansiyeli azaltan çevrimiçi kursların nasıl tasarlanacağı ve uygulanacağı konusunda önemli ipuçları vermektedir.

Newbury, Humphreys ve Fruess'in (2014) çalışmasında, sosyal medya kullanımında algılanan engeller araştırılmıştır. Nicel ve nitel verilerden yararlanan karma yaklaşım kullanılan araştırma iki bölümden oluşturulmuştur. Nitel çalışmada röportaj verileri kullanılmıştır. Nicel çalışmada New York eyaletindeki geniş çaplı anket çalışmalarından elde edilen veriler toplanmıştır. Her iki çalışmada eğitimciler üzerine yapılmıştır. Sonuç olarak sosyal medyanın diğer sosyal yardım yöntemleri ile birleştğinde değerli bir araç olabileceği görülmüştür. Araştırmada, sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasını kritik olarak görmenin yanı sıra, sosyal medyayı kullanmamanın doğuracağı sonuçlara inanmak arasında bir kopukluk olduğu görülmektedir. Eğitim araçlarını tanıtmak için, google, facebook ve diğer yazılımlar gibi sosyal medya araçlarının etkisini nasıl çözecekleri konusunda eğitimcilerin eğitilmesi vurgulanmaktadır. Sosyal medyanın etkili ve etkin bir sosyal iletişim aracı olarak görülmesi ve sosyal sermayenin paydaşları ile birlikte oluşturulmasına yönelik bir araç olarak kullanılması araştırma açısından önemli görülmektedir. Sosyal medyayı bir erişim platformu olarak benimsemenin önündeki en önemli engellerin zaman ve kontrol etrafındaki algıları içermesi olduğu savunulmaktadır. Sonuç olarak uzantı destekleyicilerinin eğitim ve sosyal yardım çabaları için sosyal medyayı daha verimli ve etkin bir şekilde kullanmaları için odaklanmış, uygulamalı eğitim olması önerilmektedir.

Al-Said'in (2015) çalışması, öğrencilerin eğitim ortamı ve mobil öğrenme konusundaki algı düzeylerini ve karşılaştıkları engelleri tespit etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma 2013-2014 öğretim yılının ikinci döneminde Taibah Üniversitesinde gerçekleştirilmiştir. Kullanılan iki araştırma ölçeği örneklem üzerinde test edilmiştir. İlk ölçek otuz altı ifadeden oluşmuştur. Öğrencilerin eğitim ortamı ve mobil öğrenmeye yönelik algılarını ölçmek için yapılmıştır. İkinci ölçek on yedi ifadeden oluşmuştur. Eğitim ortamı ve

mobil öğrenmeye yönelik engelleri belirlemek amacıyla yapılmıştır. Bulgulara göre öğrencilerin, eğitim ortamı (edmodo) ve mobil öğrenmenin algıları genel olarak yüksek seviyededir ve öğrencilerin çoğunluğu olumlu görüştedir. Edmodo ve mobil öğrenim öğrenmeyi kolaylaştırdığı için öğrencilerin algılarını pozitif yönde etkilemektedir. Edmodo ve mobil öğrenmenin öğrencileri karşı karşıya getirdiği sorunlar ise, düşük batarya sorunlarıyla karşı karşıya kalmaları ve cep telefonlarında büyük dosyalar saklamalarına rağmen daha sonra kullanmamaları ve mobil cihazların küçük ekran boyutlarına bilgi girme zorunluluğudur. Araştırma, üniversitede mobil öğrenme ve öğretmeye yönelik bir kılavuz kitap çıkartılmasını önermektedir.

Florescu ve Pop-Pacurar'ın (2016) çalışması, öğrencilerin ve öğretim üyelerinin iletişimin dinamiklerinin öğretilmesi konusundaki bakış açılarını artırabilmeyi amaçlamaktadır. Özellikle yanlış cevap verme korkusunu ve hataların başarısızlık olarak görülmesi ile öğrenciler ve öğretim üyeleri arasında daha az etkili iletişim kurulmasını ne gibi ölçütlerin sağladığı öğrenilmek istenmiştir. Çalışma iki yüz elliden fazla lisans, yüksek lisans ve öğretim üyesini hedef alan çoktan seçmeli anketlere dayanan bir araştırma olarak tasarlanmıştır. İlk pilot çalışma, öğrencilerin sınıflarda, seminerlerde ve laboratuvarlardaki dersler esnasında öğretim diyaloguna katılmamalarının en önemli nedenin yanlış cevap verme korkusu olabileceğini ortaya koymuştur. Pilot çalışmadan sonra geliştirilen ikinci anket, bu etkinliği etkileyen mekanizmalara odaklanacak şekilde tasarlanmış ve sonuçlar hipotezi doğrulamıştır. Yüksek öğretimde öğrenciler ve öğretim üyeleri arasında zayıf ya da iletişim eksikliğine neden olan temel engel, hata yapma korkusudur. Bu çalışma, öğrencilerin sorulara sürekli olarak cevap vermesi ve yanlış cevap verebilecek olsalar bile ya da yanıtları en doğru olanı olmasa bile cevap vermeye aktif olarak teşvik edilmeleri gerektiğini ortaya koymuştur.

Farklı alanlarda farklı örneklerde yapılan bütün bu araştırmalar iletişim engelleriyle ne kadar büyük bir alanda karşılaşıldığını göstermektedir. İletişimin olduğu her yerde iletişim sürecini olumsuz olarak etkileyen etkenlerde olmaktadır. Önemli olan iletişim engellerinin zamanında fark edilmesi, iletişim engellerinin iyi bir şekilde analiz edilmesi ve çözümlenmesidir. Böylelikle iletişim süreci daha etkili ve sağlıklı bir şekilde sürdürülebilir. Yapılan bütün bu araştırmalarda iletişim sürecini olumsuz olarak

etkileyen iletişim engelleri ortaya çıkartılmış, irdemiş ve çözüm önerileriyle sunulmuştur.



BÖLÜM 3:SAKARYA ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÜZERİNE NİCEL BİR ARAŞTIRMA

Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri evreninde yeni medya üzerindeki iletişim engellerinin araştırılmasını ve değerlendirilmesini amaçlayan bu çalışmada öncelikli olarak betimsel analizler yapılmış, daha sonrasında ise ilişkisel analizler uygulanmıştır.

3.1.Araştırmanın Hipotez Cümlesi

Yeni medya üzerinde, iletişim engelleri vardır.

3.2.Araştırmanın Alt Hipotezleri

1. Yeni medyada, iletişim engelleriyle karşılaşma ile cinsiyet farkına göre anlamlı bir fark vardır.
2. Yeni medyada, iletişim engelleriyle karşılaşma ile gelir düzeyine göre anlamlı bir fark vardır.
3. Yeni medyada, iletişim engelleriyle karşılaşma ile bölüm değişkenine göre anlamlı bir fark vardır.
4. Yeni medyada, iletişim engelleriyle karşılaşma ile yaşa göre anlamlı bir fark vardır.
5. Yeni medyada, iletişim engelleriyle karşılaşma ile yaşanan yere göre anlamlı bir fark vardır.

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine araştırmasının değerlendirilmesi amacıyla İletişim Fakültesi binasında tesadüfi örnekleme yoluyla anket tekniği uygulanmıştır. Araştırmanın evrenini Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi oluşturmaktadır. Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrenci sayısı 454 kadın, 477 erkek olmak üzere toplam 931'dir. Tesadüfî örnekleme yoluyla 102 öğrenciye anket tekniği uygulanmıştır.

3.4. Araştırma Formu ve Ölçüm Araçları

Çalışmada likert ölçeği ile hazırlanan sorular ve cinsiyet, yaş, gelir düzeyi, bölüm ve yaşanılan yeri içeren demografik sorular kullanılmıştır. Ölçme aracı olarak hazırlanan anket formu 29 sorudan oluşmaktadır.

Anketin araştırma sorularını içeren 24 soruluk kısmı, deneklerin yeni medya üzerindeki iletişim engelleriyle karşılaşma düzeyini ölçmek amacıyla likert ölçeği kullanılarak hazırlanmış ve deneklerin 1 ve 5 arasında (1= tamamen katılmıyorum, 5= tamamen katılıyorum) belirtilen tutumlara değer vermesi istenmiştir. Yeni medya üzerindeki iletişim engellerini belirlemek amacıyla hazırlanan bu sorular daha önce yapılmış olan “Uzaktan eğitim üzerindeki iletişim engelleri (Barriers to communication in distance education)” (Berge, 2013) adlı araştırma ölçeğinden yararlanılarak oluşturulmuştur. Berge’nin (2013) araştırma ölçeği iletişim engellerini 5 faktöre ayırmaktadır. Bu faktörler; fiziksel- teknik ve geçici engeller, psikolojik engeller, sosyal etkileşim ve ortak çalışma engeli, kültürel engeller ve yapısal engeller faktörüdür.

Anketin diğer soruları ise deneklerin kendileri hakkında bilgi verecekleri demografik (cinsiyet, yaş, bölüm, yaşanılan yer ve gelir düzeyi) sorulardan oluşturulmuştur.

3.5.Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Araştırmanın evrenini oluşturan Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinden seçilen örneklem grubuna 26 Şubat 2018- 02 Mart 2018 tarihleri arasında anket uygulanmıştır. Anket uygulaması sonucunda elde edilen veriler SPSS 22.0 programında analiz edilmiştir. Elde edilen verilerin yorumlanması amacıyla: Frekans, güvenilirlik, t-test ve anova testleri yapılmıştır.

3.6. Bulgular ve Yorum

Frekans, güvenilirlik, t-test ve anova testleri sonuçları kapsamında öğrencilere uygulanan ankettten elde edilen verilere (öğrencilerin, yeni medya üzerindeki iletişim engelleri hakkındaki düşünceleri) yönelik yapılan istatistiksel analizler ve bulgulara bu bölümde yer verilmiştir.

3.6.1. Güvenirlik Analizi

Geçerlilik, bir ölçeğin ölçülmesini istediğimiz özelliği ne derece ölçtüğünün bir göstergesidir (Alpar 2003'ten aktaran, Yaratın 2017:241). Bu doğrultuda araştırma ölçeğine uygulanan güvenilirlik analizi aşağıdaki gibidir:

Tablo 1. Cronbach's Alpha Testi

Güvenirlik İstatistikleri

Cronbach's Alpha	N of Items
,931	24

Cronbach's Alpha: 0,931 değerinde olduğu yapılan test sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu değer, ölçeğin oldukça yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir.

3.6.2. İletişim Engellerinin Frekans Analizi

Yeni medya üzerindeki iletişim engellerinin ölçüldüğü anketteki ifadelerle öğrencilerin verdiği cevaplara ilişkin frekans ve yüzdelik değerlere tablolar halinde yer verilmiştir. Frekans dağılımı; bir ya da daha çok değişkene ait değerlerin ya da puanların dağılımına ait özelliklerini betimleyebilmek amacıyla verileri sayı ve yüzde olarak verir (Büyükoztürk, 2016:21). Frekans değeri her bir cevabın karşılığı olan öğrenci sayısını, yüzdelik değer ise frekans değerinin toplam öğrenci sayısına oranını göstermektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımları

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kadın	51	50,0	50,0	50,0
Erkek	51	50,0	50,0	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Tablo 2’de katılımcıların cinsiyete göre dağılımları incelendiğinde, %50’sinin (51 kişi) kadın, %50’sinin (51 kişi) erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların cinsiyet oranının birbirine eşit olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımları

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümüllü % Yüzde
Geçerli 18-20 yaş arası	31	30,4	30,4	30,4
21-23 yaş arası	41	40,2	40,2	70,6
24-26 yaş arası	27	26,5	26,5	97,1
27 yaş ve üzeri	3	2,9	2,9	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Tablo 3’te katılımcıların yaşlarına göre dağılımları incelendiğinde, %30,4’ü (31 kişi) 18-20 yaş arası, %40,2’si (41 kişi) 21-23 yaş arası, %26,5’i (27 kişi) 24-26 yaş arası ve %2,9’u (3 kişi) 27 yaş ve üzeri olduğu görülmektedir. Genel olarak katılımcıların çoğu 18-20 yaş ve 21-23 yaş arasında yer alan öğrencilerden oluşmaktadır.

Tablo 4. Katılımcıların Yaşadıkları Yere Göre Dağılımları

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümüllü % Yüzde
Geçerli Köy	16	15,7	15,7	15,7
İlçe	22	21,6	21,6	37,3
Şehir	19	18,6	18,6	55,9
Büyükşehir	45	44,1	44,1	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Tablo 4’te katılımcıların yaşadıkları yere göre dağılımları incelendiğinde, %15,7’sinin (7 kişi) köy, %21,6’sının (22 kişi) ilçe, %18,6’sının (19 kişi) şehir ve %44,1’inin (45 kişi) büyük şehirde yaşadığı görülmektedir. Genel olarak katılımcıların büyük şehirde yaşadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 5. Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Dağılımları

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümüllü Yüzde
Geçerli 400 TL'den az	20	19,6	19,6	19,6
401-1000 TL arası	53	52,0	52,0	71,6
1001-2000 TL arası	19	18,6	18,6	90,2
2001 TL ve üzeri	10	9,8	9,8	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Tablo 5'te katılımcıların gelir durumuna göre dağılımları incelendiğinde, %19,6'sının (20 kişi) 400 TL den az, %52'sinin (53 kişi) 401-1000 TL arası, %18,6'sının (19 kişi) 1001-2000 TL arası ve %9,8'inin (10 kişi) 2001 TL ve üzerinde geliri olduğu görülmektedir. Genel olarak katılımcıların 401-1000 TL arasında gelir sahibi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 6. Katılımcıların Okudukları Bölüme Göre Dağılımları

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümüllü Yüzde
Geçerli Halkla ilişkiler ve reklamcılık	34	33,3	33,3	33,3
İletişim tasarımı ve medya	34	33,3	33,3	66,7
Gazetecilik	34	33,3	33,3	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Tablo 6'da katılımcıların okudukları bölüme göre dağılımları incelendiğinde, %33,3'ünün (34 kişi) Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, %33,3'ünün (34 kişi) İletişim Tasarımı ve Medya, %33,3'ünün (34 kişi) ise Gazetecilik bölümü öğrencisi olduğu görülmüştür. Bölümler arasında eşit bir dağılım söz konusudur.

Tablo 7. “Yeni medya üzerinde teknik sorunlar engeliyle karşılaşırım” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümüllü Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	6	5,9	5,9	5,9
Katılmıyorum	11	10,8	10,8	16,7
Kararsızım	35	34,3	34,3	51,0
Katılıyorum	44	43,1	43,1	94,1
Tamamen katılıyorum	6	5,9	5,9	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medya üzerinde teknik sorunlar engeliyle karşılaşırım.” ifadesine %5,6’sı (6 kişi) tamamen katılmıyorum, %40,8’i (11 kişi) katılmıyorum, %34,3’ü (35 kişi) kararsızım, %43,1’i (44 kişi) katılıyorum ve %5,9’u (6 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermiştir. Genel olarak katılımcılar “%49 düzeyinde” yeni medya üzerinde teknik sorunlar engeliyle karşılaştıklarını ifade etmiştir.

Tablo 8. “Yeni medya üzerindeki teknik sorunları çözerken engellerle karşılaşırım” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümüllü Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	6	5,9	5,9	5,9
Katılmıyorum	17	16,7	16,7	22,5
Kararsızım	30	29,4	29,4	52,0
Katılıyorum	43	42,2	42,2	94,1
Tamamen katılıyorum	6	5,9	5,9	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler "Yeni medya üzerindeki teknik sorunları çözerken engellerle karşılaşırım." ifadesine %5,6'sı (6 kişi) tamamen katılmıyorum, %16,6'sı (17 kişi) katılmıyorum, %29,4'ü (30 kişi) kararsızım, %42,2'si (43 kişi) katılıyorum ve %5,9'u (6 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermiştir. Genel olarak katılımcılar, "%48,1 düzeyinde" yeni medya üzerindeki teknik sorunları çözerken engellerle karşılaşmalarını ifade etmiştir.

Tablo 9. "Yeni medyanın teknik kullanımı esnasında engeller yaşarım" ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümüllü Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	9	8,8	8,8	8,8
Katılmıyorum	14	13,7	13,7	22,5
Kararsızım	24	23,5	23,5	46,1
Katılıyorum	51	50,0	50,0	96,1
Tamamen katılıyorum	4	3,9	3,9	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler "Yeni medyanın teknik kullanımı esnasında engeller yaşarım." ifadesine %8,8'i (9 kişi) tamamen katılmıyorum, %13,7'si (14 kişi) katılmıyorum, %23,5'i (24 kişi) kararsızım, %50,0'ı (51 kişi) katılıyorum ve %3,9'u (4 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermiştir. Genel olarak katılımcılar, "%53,9 düzeyinde" yeni medyanın teknik kullanımı esnasında engeller yaşadıklarını ifade etmiştir.

Tablo 10. "Yeni medyada iki yönlü iletişim kurmada engeller yaşarım" ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümüllü Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	12	11,8	11,8	11,8

Tablo 10'un devamı

Katılmıyorum	29	28,4	28,4	40,2
Kararsızım	23	22,5	22,5	62,7
Katılıyorum	34	33,3	33,3	96,1
Tamamen katılıyorum	4	3,9	3,9	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medyada iki yönlü iletişim kurmada engeller yaşıyorum.” ifadesine %11,8’i (12 kişi) tamamen katılmıyorum, %28,4’ü (29 kişi) katılmıyorum, %22,5’i (23 kişi) kararsızım, %33,3’ü (51 kişi) katılıyorum ve %3,9’u (4 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermiştir. Genel olarak katılımcılar, “%40,2 düzeyinde” yeni medyada iki yönlü iletişim kurmada engeller yaşamadıklarını ifade etmiştir.

Tablo 11. “Yeni medyayı kullanırken motive olma engeli yaşıyorum” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümüllü Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	11	10,8	10,8	10,8
Katılmıyorum	23	22,5	22,5	33,3
Kararsızım	21	20,6	20,6	53,9
Katılıyorum	40	39,2	39,2	93,1
Tamamen katılıyorum	7	6,9	6,9	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medyayı kullanırken motive olma engeli yaşıyorum.” ifadesine %10,8’i (11 kişi) tamamen katılmıyorum, %22,5’i (23 kişi) katılmıyorum, %20,6’sı (21 kişi) kararsızım, %39,2’si (40 kişi) katılıyorum ve %6,9’u (7 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermiştir. Genel olarak katılımcılar, “%46,1 düzeyinde” yeni medyayı kullanırken motive olma engeli yaşadıklarını ifade etmiştir.

Tablo 12.“Yeni medyayı kullanmam heyecanlı olmamı engeller” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümüllü Yüzde
Geçerli	Tamamen katılmıyorum	10	9,8	9,8	9,8
	Katılmıyorum	24	23,5	23,5	33,3
	Kararsızım	16	15,7	15,7	49,0
	Katılıyorum	42	41,2	41,2	90,2
	Tamamen katılıyorum	10	9,8	9,8	100,0
	Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medyayı kullanmam heyecanlı olmamı engeller.” ifadesine %9,8’i (10 kişi) tamamen katılmıyorum, %23,5’i (24 kişi) katılmıyorum, %15,7’si (26 kişi) kararsızım, %41,2’si (42 kişi) katılıyorum ve %9,8’i (10 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermiştir. Genel olarak katılımcılar, “%51 düzeyinde” yeni medyayı kullanmaları heyecanlı olmalarını engellediğini ifade etmiştir.

Tablo 13.“Yeni medyayı kullanırken hislerimi açıklamada (kendimi ifade edebilmemde) engeller yaşarım” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümüllü Yüzde
Geçerli	Tamamen katılmıyorum	15	14,7	14,7	14,7
	Katılmıyorum	39	38,2	38,2	52,9
	Kararsızım	18	17,6	17,6	70,6
	Katılıyorum	27	26,5	26,5	97,1
	Tamamen katılıyorum	3	2,9	2,9	100,0
	Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medyayı kullanırken hislerimi açıklamada (kendimi ifade edebilmemde) engeller yaşıyorum.” ifadesine %14,7’si (15 kişi) tamamen katılmıyorum, %38,2’si (39 kişi) katılmıyorum, %17,6’sı (18 kişi) kararsızım, %26,5’i (27 kişi) katılıyorum ve %2,9’u (3 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermiştir. Genel olarak katılımcılar, “%52,9 düzeyinde” yeni medyayı kullanırken hislerini açıklamada (kendileri ifade edebilmede) engeller yaşamadıklarını ifade etmiştir.

Tablo 14.“Yeni medyada rahatsız edilme engeliyle karşılaşırım” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	8	7,8	7,8	7,8
Katılmıyorum	20	19,6	19,6	27,5
Kararsızım	19	18,6	18,6	46,1
Katılıyorum	44	43,1	43,1	89,2
Tamamen katılıyorum	11	10,8	10,8	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medyada rahatsız edilme engeliyle karşılaşırım.” ifadesine %7,8’i (8 kişi) tamamen katılmıyorum, %19,6’sı (20 Kişi) katılmıyorum, %18,6’sı (19 kişi) kararsızım, %43,1’i (44 kişi) katılıyorum ve %10,8’i (11 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermiştir. Genel olarak katılımcılar, “%53,9 düzeyinde” yeni medyada rahatsız edilme engeliyle karşılaştıklarını ifade etmiştir.

Tablo 15.“Yeni medya ortak çalışmayı engeller” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	12	11,8	11,8	11,8
Katılmıyorum	43	42,2	42,2	53,9
Kararsızım	17	16,7	16,7	70,6
Katılıyorum	22	21,6	21,6	92,2
Tamamen katılıyorum	8	7,8	7,8	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medya ortak çalışmayı engeller.” ifadesine %11,8’i (12 kişi) tamamen katılmıyorum, %42,2’si (43 kişi) katılmıyorum, %16,7’si (17 kişi) kararsızım, %21,6’sı (22 kişi) katılıyorum ve %7,8’i (8 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermişlerdir. Genel olarak katılımcılar bu ifadeye “%54 düzeyinde” katılmıyorum cevabını vermiştir.

Tablo 16.“Yeni medya düşünceli iletişim kurmayı engeller” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümüllü Yüzde
Geçerli				
Tamamen katılmıyorum	12	11,8	11,8	11,8
Katılmıyorum	22	21,6	21,6	33,3
Kararsızım	18	17,6	17,6	51,0
Katılıyorum	38	37,3	37,3	88,2
Tamamen katılıyorum	12	11,8	11,8	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medya düşünceli iletişim kurmayı engeller.” ifadesine %11,8’i (12 kişi) tamamen katılmıyorum, %21,6’sı (22 kişi) katılmıyorum, %17,6’sı (18 kişi) kararsızım, %37,3’ü (38 kişi) katılıyorum ve %11,8’i (12 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermiştir. Genel olarak katılımcılar, “%49,1 düzeyinde” yeni medya düşünceli iletişim kurmayı engeller ifadesine katılmıştır.

Tablo 17.“Yeni medya bilgi paylaşımını engeller” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümüllü Yüzde
Geçerli				
Tamamen katılmıyorum	19	18,6	18,6	18,6
Katılmıyorum	41	40,2	40,2	58,8
Kararsızım	13	12,7	12,7	71,6

Tablo 17'nin devamı

Katılıyorum	20	19,6	19,6	91,2
Tamamen katılıyorum	9	8,8	8,8	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medya bilgi paylaşımını engeller.” ifadesine %18,6’sı (19 kişi) tamamen katılmıyorum, %40,2’si (41 kişi) katılmıyorum, %12,7’si (13 kişi) kararsızım, %29,6’sı (20 kişi) katılıyorum ve %8,8’i (9 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermişlerdir. Genel olarak katılımcılar, “%58,8 düzeyinde” yeni medya bilgi paylaşımını engeller ifadesine katılmamıştır.

Tablo 18. “Yeni medya doğru bilgiye ulaşmayı engeller” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümüllü Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	10	9,8	9,8	9,8
Katılmıyorum	17	16,7	16,7	26,5
Kararsızım	30	29,4	29,4	55,9
Katılıyorum	33	32,4	32,4	88,2
Tamamen katılıyorum	12	11,8	11,8	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medya doğru bilgiye ulaşmayı engeller.” ifadesine %9,8’i (10 kişi) tamamen katılmıyorum, %16,7’si (17 kişi) katılmıyorum, %29,4’ü (30 kişi) kararsızım, %32,4’ü (33 kişi) katılıyorum ve %11,8’i (12 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermişlerdir. Genel olarak katılımcılar, “%44,2 düzeyinde” yeni medya doğru bilgiye ulaşmayı engeller ifadesine katıldıklarını ifade etmiştir.

Tablo 19.“Yeni medya sosyalleşmeyi engeller” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	17	16,7	16,7	16,7
Katılmıyorum	37	36,3	36,3	52,9
Kararsızım	21	20,6	20,6	73,5
Katılıyorum	19	18,6	18,6	92,2
Tamamen katılıyorum	8	7,8	7,8	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “yeni medya sosyalleşmeyi engeller” ifadesine %16,7’si (17 kişi) tamamen katılmıyorum, %36,3’ü (37 kişi) katılmıyorum, %20,6’sı (21 kişi) kararsızım, %18,6’sı (19 kişi) katılıyorum ve %7,8’i (8 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermişlerdir. Genel olarak katılımcılar, “%53 düzeyinde” yeni medya sosyalleşmeyi engeller ifadesine katılmadıklarını belirtmiştir.

Tablo 20. “Yeni medya farklı kültürleri öğrenmeyi engeller” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	19	18,6	18,6	18,6
Katılmıyorum	29	28,4	28,4	47,1
Kararsızım	14	13,7	13,7	60,8
Katılıyorum	32	31,4	31,4	92,2
Tamamen katılıyorum	8	7,8	7,8	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medya farklı kültürleri öğrenmeyi engeller.” ifadesine %18,6’sı (19 kişi) tamamen katılmıyorum, %28,4’ü (29 kişi) katılmıyorum, %13,7’si (14 kişi) kararsızım, %31,4’ü (32 kişi) katılıyorum ve %7,8’i (8 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermişlerdir. Genel olarak katılımcılar, “%47

düzeyinde’’ yeni medya farklı kültürleri öğrenmeyi engeller ifadesine katılmadıklarını belirtmiştir.

Tablo 21.“Yeni medya kültürel karakteristikleri (özellikleri) yansıtmayı engeller’’ ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümüllü Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	13	12,7	12,7	12,7
Katılmıyorum	30	29,4	29,4	42,2
Kararsızım	21	20,6	20,6	62,7
Katılıyorum	29	28,4	28,4	91,2
Tamamen katılıyorum	9	8,8	8,8	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medya kültürel karakteristikleri (özellikleri) yansıtmayı engeller.” ifadesine %12,7’si (13 kişi) tamamen katılmıyorum, %29,4’ü (30 kişi) katılmıyorum, %20,6’sı (21 kişi) kararsızım, %28,4 (29 kişi) katılıyorum ve %8,8 (9 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermiştir. Genel olarak katılımcılar, “%41 düzeyinde’’ yeni medya kültürel karakteristikleri (özellikleri) yansıtmayı engeller ifadesine katılmadıklarını belirtmiştir.

Tablo 22.“Yeni medya kültürel paylaşımı engeller’’ ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümüllü Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	15	14,7	14,7	14,7
Katılmıyorum	21	20,6	20,6	35,3
Kararsızım	25	24,5	24,5	59,8
Katılıyorum	31	30,4	30,4	90,2
Tamamen katılıyorum	10	9,8	9,8	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medya kültürel paylaşımı engeller.” ifadesine %14,7’si (15 kişi) tamamen katılmıyorum, %20,6’sı (21 kişi) katılmıyorum, %24,5’i (25 kişi) kararsızım, %30,4’ü (31 kişi) katılıyorum ve %9,8’i (10 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermişlerdir. Genel olarak katılımcılar, “%40,2 düzeyinde” yeni medya kültürel paylaşımı engeller ifadense katıldıklarını belirtmiştir.

Tablo 23.“Yeni medya kültürleri yaşatmayı engeller” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	13	12,7	12,7	12,7
Katılmıyorum	26	25,5	25,5	38,2
Kararsızım	20	19,6	19,6	57,8
Katılıyorum	33	32,4	32,4	90,2
Tamamen katılıyorum	10	9,8	9,8	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medya kültürleri yaşatmayı engeller.” ifadesine %12,7’si (13 kişi) tamamen katılmıyorum, %25,5’i (26 kişi) katılmıyorum, %19,6’sı (20 kişi) kararsızım, %32,4’ü (33 kişi) katılıyorum ve %9,8’i (10 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermiştir. Genel olarak katılımcılar, “%42,2 düzeyinde” yeni medya kültürleri yaşatmayı engeller ifadesine katıldıklarını belirtmiştir.

Tablo 24.“Yeni medya kültürler arası iletişim kurmayı engeller” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	19	18,6	18,6	18,6
Katılmıyorum	40	39,2	39,2	57,8
Kararsızım	19	18,6	18,6	76,5
Katılıyorum	21	20,6	20,6	97,1
Tamamen katılıyorum	3	2,9	2,9	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medya kültürler arası iletişim kurmayı engeller.” ifadesine %18,6’sı (19 kişi) tamamen katılmıyorum, %39,2’si (40 kişi) katılmıyorum, %18,6’sı (19 kişi) kararsızım, %20,6’sı (21 kişi) katılıyorum ve %2,9’u (3 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermiştir. Genel olarak katılımcılar, “%57,8 düzeyinde” yeni medya kültürler arası iletişim kurmayı engeller ifadesine katılmadıklarını belirtmiştir.

Tablo 25.“Yeni medya üzerinde problemleri çözerken engellerle karşılaşım” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	9	8,8	8,8	8,8
Katılmıyorum	20	19,6	19,6	28,4
Kararsızım	30	29,4	29,4	57,8
Katılıyorum	40	39,2	39,2	97,1
Tamamen katılıyorum	3	2,9	2,9	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medya üzerinde problemleri çözerken engellerle karşılaşım.” ifadesine %8,8’i (9 kişi) tamamen katılmıyorum, %19,6’sı (20 kişi) katılmıyorum, %29,4’ü (30 kişi) kararsızım, %39,2’si (40 kişi) katılıyorum ve %2,9’u (3 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermişlerdir. Genel olarak katılımcılar, “%42,1 düzeyinde” yeni medya üzerinde problemleri çözerken engellerle karşılaşım ifadesine katıldıklarını belirtmiştir.

Tablo 26.“Yeni medya mobil iletişimleri üzerinde engellerle karşılaşım” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	7	6,9	6,9	6,9
Katılmıyorum	44	43,1	43,1	50,0
Kararsızım	27	26,5	26,5	76,5

Tablo 26'nın devamı

Katılıyorum	19	18,6	18,6	95,1
Tamamen katılıyorum	5	4,9	4,9	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medya mobil iletişimleri üzerinde engellerle karşılaşırım.” ifadesine %6,9’u (7 kişi) tamamen katılmıyorum, %43,1’i (44 kişi) katılmıyorum, %26,5’i (27 kişi) kararsızım, %18,6’sı (19 kişi) katılıyorum ve %4,9’u (5 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermişlerdir. Genel olarak katılımcılar, “%50 düzeyinde” yeni medya mobil iletişimleri üzerinde engellerle karşılaşırım ifadesine katılmadıklarını belirtmiştir.

Tablo 27.“Yeni medya üzerinde kaynaklara erişimde (ulaşabilmede) engeller yaşarım” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümüllü % Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	12	11,8	11,8	11,8
Katılmıyorum	26	25,5	25,5	37,3
Kararsızım	18	17,6	17,6	54,9
Katılıyorum	37	36,3	36,3	91,2
Tamamen katılıyorum	9	8,8	8,8	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medya üzerinde kaynaklara erişimde (ulaşabilmede) engeller yaşarım.” ifadesine %11,8’i (12 kişi) tamamen katılmıyorum, %25,5’i (26 kişi) katılmıyorum, %17,6’sı (18 kişi) kararsızım, %36,3’ü (37 kişi) katılıyorum ve %8,8’i (9 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermiştir. Genel olarak katılımcılar, “%45,1 düzeyinde” yeni medya üzerinde kaynaklara erişimde (ulaşabilmede) engeller yaşarım ifadesine katıldıklarını belirtmiştir.

Tablo 28.“Yeni medya üzerinde bilgi edinmede sıkıntı yaşama engeliyle karşılaşırım” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Y yüzde	Geçerli Y yüzde	Kümüllü Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	11	10,8	10,8	10,8
Katılmıyorum	25	24,5	24,5	35,3
Kararsızım	24	23,5	23,5	58,8
Katılıyorum	35	34,3	34,3	93,1
Tamamen katılıyorum	7	6,9	6,9	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medya üzerinde bilgi edinmede sıkıntı yaşama engeliyle karşılaşırım.” ifadesine %10,8’i (11 kişi) tamamen katılmıyorum, %24,5’i (25 kişi) katılmıyorum, %23,5’i (24 kişi) kararsızım, %34,3’ü (35 kişi) katılıyorum ve %6,9’u (7 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermiştir. Genel olarak katılımcılar, “%41,2 düzeyinde” yeni medya üzerinde bilgi edinmede sıkıntı yaşama engeliyle karşılaşırım ifadesine katıldıklarını belirtmiştir.

Tablo 29.“Yeni medya, öğrencilerin kendi aralarındaki iletişimi engeller” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Y yüzde	Geçerli Y yüzde	Kümüllü Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	13	12,7	12,7	12,7
Katılmıyorum	25	24,5	24,5	37,3
Kararsızım	22	21,6	21,6	58,8
Katılıyorum	34	33,3	33,3	92,2
Tamamen katılıyorum	8	7,8	7,8	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medya, öğrencilerin kendi aralarındaki iletişimini engeller.” ifadesine %12,7’si (13 kişi) tamamen katılmıyorum, %24,5’i (25 kişi) katılmıyorum, %21,6’sı (22 kişi) kararsızım, %33,3’ü (34 kişi) katılıyorum ve %7,8’i (8 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermişlerdir. Genel olarak katılımcılar, “%41,1

düzeyinde’’ yeni medya, öğrencilerin kendi aralarındaki iletişimini engeller ifadesine katıldıklarını belirtmiştir.

Tablo 30. “Yeni medya, öğrenciler ve öğretim üyeleri arasındaki iletişimi engeller” ifadesine ilişkin frekans ve yüzde değerleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümüllü Yüzde
Geçerli Tamamen katılmıyorum	11	10,8	10,8	10,8
Katılmıyorum	30	29,4	29,4	40,2
Kararsızım	17	16,7	16,7	56,9
Katılıyorum	32	31,4	31,4	88,2
Tamamen katılıyorum	12	11,8	11,8	100,0
Genel Toplam	102	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan öğrenciler “Yeni medya, öğrenciler ve öğretim üyeleri arasındaki iletişimi engeller.” ifadesine %10,8’i (11 kişi) tamamen katılmıyorum, %29,4’ü (30 kişi) katılmıyorum, %16,7’si (17 kişi) kararsızım, %31,4’ü (32 kişi) katılıyorum ve %11,8’i (12 kişi) tamamen katılıyorum cevabını vermiştir. Genel olarak katılımcılar, “%43,2 düzeyinde’’ yeni medya öğrenciler ve öğretim üyeleri arasındaki iletişimi engeller ifadesine katıldıklarını belirtmiştir.

Tablo 31: Araştırma Sorularının Ortalama Değerleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Std. Sapma	Ort.	Top.
F.1.Yeni medya üzerinde teknik sorunlar engeliyle karşılaşırım.	102	1	5	,95608	3,3235	339,00
F.2. Yeni medya üzerindeki teknik sorunları çözerken engellerle karşılaşırım.	102	1	5	1,00184	3,2549	332,00
F.3. Yeni medyanın teknik kullanımı esnasında engeller yaşarım.	102	1	5	1,04291	3,2647	333,00
F.4. Yeni medyada iki yönlü iletişim kurmada engeller yaşarım.	102	1	5	1,11610	2,8922	295,00
P.1.Yeni medyayı kullanırken motive olma engeli yaşarım.	102	1	5	1,15272	3,0882	315,00
P.2. Yeni medyayı kullanmam Heyecanlı olmamı engeller.	102	1	5	1,18916	3,1765	324,00

Tablo 31'in devamı

P.3. Yeni medyayı kullanırken hislerimi açıklamada (kendimi ifade edebilmemde) engeller yaşıyorum.	102	1	5	1,11379	2,6471	270,00
P.4. Yeni medyada rahatsız edilme engeliyle karşılaşırım.	102	1	5	1,13964	3,2941	336,00
S.1.Yeni medya ortak çalışmayı engeller.	102	1	5	1,16362	2,7157	277,00
S.2. Yeni medya düşünceli iletişim kurmayı engeller.	102	1	5	1,23276	3,1569	322,00
S.3. Yeni medya bilgi paylaşımını engeller.	102	1	5	1,24487	2,5980	265,00
S.4. Yeni medya doğru bilgiye ulaşmayı engeller	102	1	5	1,15218	3,1961	326,00
S.5. Yeni medyada sosyalleşmeyi engeller	102	1	5	1,19111	2,6471	270,00
K.1.Yeni medya farklı kültürleri Öğrenmeyi engeller.	102	1	5	1,27993	2,8137	287,00
K.2. Yeni medya kültürel karakteristikler(özellikleri) yansıtmayı engeller.	102	1	5	1,20316	2,9118	297,00
K.3. Yeni medya kültürel paylaşımı engeller	102	1	5	1,22676	3,0000	306,00
K.4. Yeni medya kültürleri yaşatmayı engeller.	102	1	5	1,22268	3,0098	307,00
K.5.Yeni medya kültürler arası iletişim kurmayı engeller.	102	1	5	1,10579	2,5000	255,00
Y.1. Yeni medya üzerinde problemleri çözerken engellerle karşılaşırım.	102	1	5	1,03106	3,0784	314,00
Y.2.Yeni medya mobil iletişimleri üzerinde engellerle karşılaşırım.	102	1	5	1,00865	2,7157	277,00
Y.3.Yeni medya üzerinde kaynaklara erişimde (ulaşabilmede) engeller yaşıyorum.	102	1	5	1,20541	3,0490	311,00
Y.4.Yeni medya üzerinde bilgi edinmede sıkıntı yaşama engeliyle karşılaşırım.	102	1	5	1,14304	3,0196	308,00
Y.5. Yeni medya, öğrencilerin kendi aralarındaki iletişimlerini engeller.	102	1	5	1,18985	2,9902	305,00
Y.6. Yeni medya, öğrenciler ve öğretim üyeleri arasındaki iletişimi engeller.	102	1	5	1,23418	3,0392	310,00
TOPLAM	102	1	5	1,14780	2,9742	303,00

Yeni medya üzerindeki iletişim engellerini ölçmeye yönelik ifadelerle, katılımcıların verdikleri cevapların ortalama değerleri Tablo 31'de sunulmaktadır. Katılımcıların verdiği en düşük değer 1, en yüksek değer 5'tir. Bu tablo incelendiğinde, iletişim engelleriyle karşılaşma düzeyiyle ilgili ölçekteki maddelerin genel ortalama değeri 5 üzerinden 2,9742 olarak belirlenmiştir. Bu da araştırmaya katılan katılımcıların yeni

medya üzerinde iletişim engelleriyle karşılaşma düzeyinin orta derecede olduğunu göstermektedir.

- “Yeni medya üzerinde teknik sorunlar engeliyle karşılaşırım.” ifadesi 339,00 ortalama ile öğrencilerin en yüksek düzeyde yaşadıkları iletişim engelidir.
- Öğrencilerin 3,2941 ortalama ile 2’nci olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; “Yeni medyada rahatsız edilme engeliyle karşılaşırım.” ifadesidir.
- Öğrencilerin 3,2647 ortalama ile 3’üncü olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; “Yeni medyanın teknik kullanımı esnasında engeller yaşarım.” ifadesidir.
- Öğrencilerin 3,2546 ortalama ile 4’üncü olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; “Yeni medya üzerindeki teknik sorunları çözerken engellerle karşılaşırım.” ifadesidir.
- Öğrencilerin 3,1961 ortalama ile 5’inci olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; “Yeni medya doğru bilgiye ulaşmayı engeller.” ifadesidir.
- Öğrencilerin 3,1765 ortalama ile 6’ncı olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; “Yeni medyayı kullanmam heyecanlı olmamı engeller.” ifadesidir.
- Öğrencilerin 3,1569 ortalama ile 7’nci olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; “Yeni medya düşünceli iletişim kurmayı engeller.” ifadesidir.
- Öğrencilerin 3,0882 ortalama ile 8’inci olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; “Yeni medyayı kullanırken motive olma engeli yaşarım.” ifadesidir.
- Öğrencilerin 3,0784 ortalama ile 9’uncu olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; “Yeni medya üzerinde problemleri çözerken engellerle karşılaşırım.” ifadesidir.
- Öğrencilerin 3,0490 ortalama ile 10’uncu olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; “Yeni medya üzerinde kaynaklara erişimde (ulaşabilmede) engeller yaşarım.” ifadesidir.

- Öğrencilerin 3,0392 ortalamayla 11'inci olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; "Yeni medya, öğrenciler ve öğretim üyeleri arasındaki iletişimi engeller." ifadesidir.
- Öğrencilerin 3,0196 ortalamayla 12'nci olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; "Yeni medya üzerinde bilgi edinmede sıkıntı yaşama engeliyle karşılaşırım." ifadesidir.
- Öğrencilerin 3,0098 ortalamayla 13'üncü olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; "Yeni medya kültürleri yaşatmayı engeller." ifadesidir.
- Öğrencilerin 3,0000 ortalamayla 14'üncü olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; "Yeni medya kültürel paylaşımı engeller." ifadesidir.
- Öğrencilerin 2,9902 ortalamayla 15'inci olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; "Yeni medya, öğrencilerin kendi aralarındaki iletişimini engeller." ifadesidir.
- Öğrencilerin 2,9902 ortalamayla 16'nci olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; "Yeni medya kültürel karakteristikler (özellikleri) yansıtmayı engeller." ifadesidir.
- Öğrencilerin 2,8922 ortalamayla 17'nci olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; "Yeni medyada iki yönlü iletişim kurmada engeller yaşarım." ifadesidir.
- Öğrencilerin 2,8137 ortalamayla 18'inci olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; "Yeni medya farklı kültürleri öğrenmeyi engeller." ifadesidir.
- Öğrencilerin 2,7157 ortalamayla 19'uncu olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; "Yeni medya mobil iletişimleri üzerinde engellerle karşılaşırım ve yeni medya ortak çalışmayı engeller." ifadeleridir.
- Öğrencilerin 2,6471 ortalamayla 20'nci olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; "Yeni medyada sosyalleşmeyi engeller ve yeni medyayı kullanırken hislerimi açıklamada (kendimi ifade edebilmemde) engeller yaşarım." ifadeleridir.
- Öğrencilerin 2,5980 ortalamayla 21'inci olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; "Yeni medya bilgi paylaşımını engeller." ifadesidir.

- Öğrencilerin 2,5000 ortalamayla 22’nci olarak en yüksek düzeyde karşılaştıkları iletişim engeli; “Yeni medya kültürler arası iletişim kurmayı engeller.” ifadesidir.

Tablo 32: Araştırma Faktörlerinin Ortalama Değerleri

İstatistik					
	Fiziksel, Teknik ve Geçici Engeller	Psikolojik Engeller	Sosyal İletişim ve Ortak Çalışma Engelleri	Kültürel Engeller	Yapısal Engeller
N	102	102	102	102	102
Geçerli					
Kayıp	0	0	0	0	0
Ortalama	3,1838	3,0515	2,8627	2,8471	2,9820
Ortanca	3,2500	3,2500	2,8000	3,0000	3,0000
Tepe Değer	4,00	3,25	2,60 ^a	3,60	3,67
Std. Sapma	,82123	,83868	,90060	,91508	,82784
En Düşük	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
En Yüksek	4,75	4,75	5,00	5,00	4,67
Toplam	324,75	311,25	292,00	290,40	304,17

Öğrenciler iletişim engelleriyle en çok 3,1838 ortalamayla fiziksel, teknik ve geçici engeller faktörünü içeren ifadelerde karşılaşmıştır.

Sonrasında en çok karşılaşılan iletişim engelleri sırasıyla, 3,0515 ortalamayla psikolojik engeller faktörü, 2,9820 ortalamaya yapısal engeller faktörü ve 2,9820 ortalamayla sosyal iletişim ve ortak çalışma engelleri faktörüdür.

Öğrenciler iletişim engelleriyle en az 2,8471 ortalamayla kültürel engeller faktörünü içeren ifadelerde karşılaşmıştır.

3.6.3.Araştırmanın Birinci Alt Hipotezi (Cinsiyete Göre t-Test)

Bağımsız-örneklem t-testi iki bağımsız örneklem ortalaması arasındaki farkı test etmek için kullanılır (Yaratan, 2017:111). Araştırmanın bu kısmında bağımsız değişken “cinsiyet” ile araştırma sorularına verilen yanıtlar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir.

Araştırmanın 1. alt hipotezi; “Yeni medyada iletişim engelleriyle karşılaşma ile cinsiyet farkına göre anlamlı bir fark vardır.” ifadesinin doğrulanması için t-test uygulanmıştır.

Uygulanan t-testinde anlamlı bir farklılığa rastlanması için $\alpha \leq 0,05$ düzeyinde olması gerekmektedir.

Fiziksel, teknik ve geçici engeller faktörü $\alpha=0,742$ düzeyindedir. Psikolojik engeller faktörü $\alpha=0,930$ düzeyindedir. Sosyal ve ortak çalışma engelleri faktörü $\alpha=0,930$ düzeyindedir. Kültürel engeller faktörü $\alpha=0,636$ düzeyindedir. Yapısal engeller faktörü $\alpha=0,737$ düzeyindedir.

Araştırmadaki bütün faktörlerin ve araştırma sorularının “ α ” değerleri, $\alpha \leq 0,05$ ’ten büyük olduğu için, cinsiyet ve araştırma soruları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. (Ek 1)

3.6.4. Araştırmanın İkinci Alt Hipotezi (Gelir Durumuna Göre Anova)

Bir bağımlı, birde bağımsız değişken varsa ve bağımsız değişkenin üç veya daha fazla kategorisi varsa tek-yönlü varyans analizi (tek yönlü anova) kullanılır (Yaratan, 2017:127).

Araştırmanın bu kısmında araştırma ölçeğinin bağımsız değişkeni olan gelir durumu (400 TL’den az, 401-1000 TL arası, 1001-2000 TL arası ve 2001 TL ve üzeri) ile araştırma soruları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir.

Araştırmanın 2. alt hipotezi olan “Yeni medyada iletişim engelleriyle karşılaşma ile gelir düzeyine göre anlamlı bir fark vardır.” ifadesinin doğrulanması için Anova testi uygulanmıştır.

Uygulanan anova testinde anlamlı bir farklılığa rastlanması için $\alpha \leq 0,05$ düzeyinde olması gerekmektedir.

Fiziksel, teknik ve geçici engeller faktörü $\alpha=0,596$ düzeyindedir. Psikolojik engeller faktörü $\alpha=0,702$ düzeyindedir. Sosyal ve ortak çalışma engelleri faktörü $\alpha=0,565$ düzeyindedir. Kültürel engeller faktörü $\alpha=0,621$ düzeyindedir. Yapısal engeller faktörü $\alpha=0,636$ düzeyindedir.

Analizlerin sonucunda araştırmadaki bütün faktörlerin “ α ” değerleri, $\alpha \leq 0,05$ ’ten büyük olduğu için, gelir durumu ve araştırma soruları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. (Ek 2)

3.6.5. Araştırmanın Üçüncü Alt Hipotezi (Bölümüne Göre Anova)

Araştırmanın bu kısmında araştırma ölçeğinin bağımsız değişkeni olan bölüm (Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, İletişim Tasarımı ve Medya, Gazetecilik) ile araştırma soruları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir.

Araştırmanın 3. alt hipotezi; “Yeni medyada iletişim engelleriyle karşılaşma ile bölüm değişkenine göre anlamlı bir fark vardır.” ifadesinin doğrulanması için Anova testi uygulanmıştır.

Uygulanan anova testinin sonuçları aşağıdaki gibidir.

Araştırma ölçeğindeki fiziksel- teknik ve geçici engeller faktörü $\alpha=0,202$ düzeyinde $\alpha \leq 0,05$ ’ten büyük olduğu için bölüme göre anlamlı bir farklılığa rastlanmamaktadır (Ek 3).

Fiziksel- teknik ve geçici engeller faktörü dışında diğer bütün faktörlerde $\alpha \leq 0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 33. Okunan Bölümüne Göre Homojenlik Testi

Varyansların Homojenliği Testi				
	Levene İstatistiği	df1	df2	Sig.
P2.Yeni medyayı kullanmam heyecanlı olmamı engeller	3,317	2	99	,040
P3.Yeni medyayı kullanırken hislerimi açıklamada (kendimi ifade edebilmemde) engeller yaşarım	,617	2	99	,542
S1.Yeni medya ortak çalışmayı engeller	5,077	2	99	,008
S5.Yeni medyada sosyalleşmeyi engeller	5,559	2	99	,005
K1.Yeni medya farklı kültürleri öğrenmeyi engeller	,122	2	99	,885
K2.Yeni medya kültürel karakteristikler(özellikleri) yansıtmayı engeller	,999	2	99	,372
K3.Yeni medya kültürel paylaşımı engeller	,218	2	99	,805
K5.Yeni medya kültürler arası iletişim kurmayı engeller.	1,063	2	99	,349

Tablo 33'ün devamı

Y1.Yeni medya üzerinde problemleri çözerken engellerle karşılaşım	1,064	2	99	,349
Y3.Yeni medya üzerinde kaynaklara erişimde (ulaşabilmede) engeller yaşarım.	1,357	2	99	,262
Y6.Yeni medya, öğrenciler ve öğretim üyeleri arasındaki iletişimi engeller	,199	2	99	,820

“Yeni medyayı kullanmam heyecanlı olmamı engeller.” ifadesi $\alpha=0,040<0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen olmayan bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medyayı kullanırken hislerimi açıklamada (kendimi ifade edebilmemde) engeller yaşarım.” ifadesi $\alpha=0,542>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya ortak çalışmayı engeller.” ifadesi $\alpha=0,008<0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen olmayan bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medyada sosyalleşmeyi engeller.” ifadesi $\alpha=0,005<0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen olmayan bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya farklı kültürleri öğrenmeyi engeller.” ifadesi $\alpha=0,885>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya kültürel karakteristikler (özellikleri) yansıtmayı engeller.” ifadesi $\alpha=0,372>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya kültürel paylaşımı engeller.” ifadesi $\alpha=0,805>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya kültürler arası iletişim kurmayı engeller.” ifadesi $\alpha=0,349>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya üzerinde problemleri çözerken engellerle karşılaşım.” ifadesi $\alpha=0,349>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya üzerinde kaynaklara erişimde (ulaşabilmede) engeller yaşıyorum.” ifadesi $\alpha=0,262>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya, öğrenciler ve öğretim üyeleri arasındaki iletişimi engeller.” ifadesi $\alpha=0,820>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

Tablo 34. Okunan Bölüme Göre Anova

ANOVA

		Kareler Toplamı	df	Ortalama kare	F	Sig.
P2.Yeni medyayı kullanmam heyecanlı olmamı engeller	Gruplar arasında	15,235	2	7,618	5,911	,004
	Gruplar içinde	127,588	99	1,289		
	Genel Toplam	142,824	101			
P3.Yeni medyayı kullanırken Hislerimi açıklamada (kendimi ifade edebilmemde) engeller yaşıyorum	Gruplar arasında	10,765	2	5,382	4,653	,012
	Gruplar içinde	114,529	99	1,157		
	Genel Toplam	125,294	101			
S1.Yeni medya ortak çalışmayı engeller	Gruplar arasında	12,137	2	6,069	4,821	,010
	Gruplar içinde	124,618	99	1,259		
	Genel Toplam	136,755	101			
S5.Yeni medyada sosyalleşmeyi engeller	Gruplar arasında	8,471	2	4,235	3,110	,049
	Gruplar içinde	134,824	99	1,362		
	Genel Toplam	143,294	101			
K1.Yeni medya farklı kültürleri öğrenmeyi engeller	Gruplar arasında	18,137	2	9,069	6,094	,003
	Gruplar içinde	147,324	99	1,488		
	Genel Toplam	165,461	101			
K2.Yeni medya kültürel karakteristikler(özellikleri) yansıtmayı engeller	Gruplar arasında	15,059	2	7,529	5,684	,005
	Gruplar içinde	131,147	99	1,325		
	Genel Toplam	146,206	101			
K3.Yeni medya kültürel paylaşımı engeller	Gruplar arasında	9,941	2	4,971	3,464	,035
	Gruplar içinde	142,059	99	1,435		
	Genel Toplam	152,000	101			
K5.Yeni medya kültürler arası iletişim kurmayı engeller.	Gruplar arasında	8,471	2	4,235	3,645	,030
	Gruplar içinde	115,029	99	1,162		
	Genel Toplam	123,500	101			

Tablo 34'ün devamı

Y1.Yeni medya üzerinde	Gruplar arasında	7,902	2	3,951	3,932	,023
problemleri çözerken engellerle	Gruplar içinde	99,471	99	1,005		
karşılaşım	Genel Toplam	107,373	101			
Y3.Yeni medya üzerinde	Gruplar arasında	8,784	2	4,392	3,152	,047
kaynaklara erişimde	Gruplar içinde	137,971	99	1,394		
(ulaşabilmede) engeller yaşarım.	Genel Toplam	146,755	101			
Y6.Yeni medya, öğrenciler ve	Gruplar arasında	9,314	2	4,657	3,190	,045
öğretim üyeleri arasındaki	Gruplar içinde	144,529	99	1,460		
iletişimi engeller	Genel Toplam	153,843	101			

Araştırma ölçeğinin “Yeni medyayı kullanmam heyecanlı olmamı engeller.” ifadesiyle, bölüm değişkeni arasında $F=5,911$, $\alpha=0,004<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farklılığa göre İletişim Tasarımı ve Medya ile Gazetecilik bölümü öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre daha fazla bu engelle karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medyayı kullanırken hislerimi açıklamada (kendimi ifade edebilmemde) engeller yaşarım.” ifadesiyle, bölüm değişkeni arasında $F=4,653$, $\alpha=0,004<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farklılığa göre İletişim Tasarımı ve Medya ile Gazetecilik bölümü öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre daha fazla bu engelle karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya ortak çalışmayı engeller.” ifadesiyle, bölüm değişkeni arasında $F=4,821$, $\alpha=0,010<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farklılığa göre İletişim Tasarımı ve Medya ile Gazetecilik bölümü öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre daha fazla bu engelle karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medyada sosyalleşmeyi engeller.” ifadesiyle, bölüm değişkeni arasında $F=3,110$, $\alpha=0,049<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farklılığa göre İletişim Tasarımı ve Medya ile Gazetecilik bölümü öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre daha fazla bu engelle karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya farklı kültürleri öğrenmeyi engeller.” ifadesiyle, bölüm değişkeni arasında $F=6,094$, $\alpha=0,003<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farklılığa göre İletişim Tasarımı ve Medya ile Gazetecilik bölümü öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre daha fazla bu engelle karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya kültürel karakteristikler (özellikleri) yansıtmayı engeller.” ifadesiyle, bölüm değişkeni arasında $F=5,684$, $\alpha=0,005<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farklılığa göre İletişim Tasarımı ve Medya ile Gazetecilik bölümü öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre daha fazla bu engelle karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya kültürel paylaşımı engeller.” ifadesiyle, bölüm değişkeni arasında $F=3,464$, $\alpha=0,035<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farklılığa göre İletişim Tasarımı ve Medya ile Gazetecilik bölümü öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre daha fazla bu engelle karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya kültürler arası iletişim kurmayı engeller.” ifadesiyle, bölüm değişkeni arasında $F=3,645$, $\alpha=0,030<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farklılığa göre İletişim Tasarımı ve Medya bölümü öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre daha fazla bu engelle karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya üzerinde problemleri çözerken engellerle karşılaşırım.” ifadesiyle, bölüm değişkeni arasında $F=3,932$, $\alpha=0,023<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farklılığa göre İletişim Tasarımı ve Medya bölümü öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre daha fazla bu engelle karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya üzerinde kaynaklara erişimde (ulaşabilmede) engeller yaşarım.” ifadesiyle, bölüm değişkeni arasında $F=3,152$, $\alpha=0,047<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farklılığa göre İletişim Tasarımı ve Medya bölümü öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre daha fazla bu engelle karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya, öğrenciler ve öğretim üyeleri arasındaki iletişimi engeller.” ifadesiyle, bölüm değişkeni arasında $F=3,190$, $\alpha=0,045<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farklılığa göre İletişim Tasarımı ve Medya bölümü öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre daha fazla bu engelle karşılaşmaktadır.

3.6.5.1. Bölüm ve psikolojik engeller faktörüne göre Anova

Araştırma ölçeğinin psikolojik engeller faktörünü içeren ifadeleri ile bölüm değişkeni arasındaki anlamlık düzeyinin bulunması için anova testi uygulanmıştır.

Tablo 35. Bölümüne göre anova- psikolojik engeller faktörü

ANOVA					
	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar arasında	8,761	2	4,381	6,963	,001
Gruplar içinde	62,281	99	,629		
Genel Toplam	71,042	101			

Araştırma ölçeğindeki psikolojik faktörü içeren ifadelerle, bölüm değişkeni arasında $F=6,963$, $\alpha= 0,001<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 36. Psikolojik engeller faktörünün bölümüne göre Post Hoc testi

Post Hoc Tests

Çoklu Karşılaştırmalar

			Ortalama Fark (I-J)	Std. Sapma	Sig.	95% Güven Aralığı	
	(I) D.5.Hangi bölümde okuyorsunuz	(J) D.5.Hangi bölümde okuyorsunuz				Alt Sınır	Üst Sınır
Bonferroni	Halkla ilişkiler ve reklamcılık	İletişim tasarımı ve medya	-,69853*	,19237	,001	-1,1670	-,2300
		Gazetecilik	-,49265*	,19237	,036	-,9611	-,0242
	İletişim tasarımı ve medya	Halkla ilişkiler ve reklamcılık	,69853*	,19237	,001	,2300	1,1670
		Gazetecilik	,20588	,19237	,861	-,2626	,6744

Tablo 36'nın devamı

Gazetecilik	Halkla ilişkiler ve reklamcılık	,49265*	,19237	,036	,0242	,9611
	İletişim tasarımı ve medya	-,20588	,19237	,861	-,6744	,2626

*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlı.

Post Hoc-Bonferroni testi sonucunda bölüm değişkeni ile araştırma ölçeğindeki psikolojik engeller faktörünü içeren ifadeler arasındaki farklılık aşağıdaki gibidir;

İletişim Tasarımı ve Medya ile Gazetecilik bölümü öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre araştırma ölçeğindeki psikolojik engeller faktörünü içeren ifadelerle daha fazla katılmaktadır. Yani Gazetecilik ile İletişim Tasarımı ve Medya bölümü öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre yeni medya üzerindeki iletişimlerinde psikolojik engellerle daha fazla karşılaşmaktadır.

3.6.5.2. Bölüm ve sosyal iletişim ve ortak çalışma engeli faktörüne göre anova

Araştırma ölçeğinin sosyal iletişim ve ortak çalışma engeli faktörünü içeren ifadeleri ile bölüm değişkeni arasındaki anlamlık düzeyinin bulunması için anova testi uygulanmıştır.

Tablo 37. Bölümüne göre anova- sosyal iletişim ve ortak çalışma engelleri faktörü

ANOVA

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar arasında	7,111	2	3,556	4,706	,011
Gruplar içinde	74,807	99	,756		
Genel Toplam	81,918	101			

Araştırma ölçeğindeki sosyal iletişim ve ortak çalışma faktörünü içeren ifadelerle, bölüm değişkeni arasında, $F=4,706$, $\alpha=0,011<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 38. Sosyal iletişim ve ortak çalışma engelleri faktörünün bölümüne göre Post Hoc testi

Post Hoc Tests

Çoklu Karşılaştırmalar							
	(I) D.5.Hangi bölümde okuyorsunuz	(J) D.5.Hangi bölümde okuyorsunuz	Ortalama Fark (I-J)	Std. Sapma	Sig.	95% Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
Bonferroni	Halkla ilişkiler ve reklamcılık	İletişim tasarımı ve medya	-,64118*	,21083	,009	-1,1546	-,1277
		Gazetecilik	-,39412	,21083	,194	-,9076	,1193
	İletişim tasarımı ve medya	Halkla ilişkiler ve reklamcılık	,64118*	,21083	,009	,1277	1,1546
		Gazetecilik	,24706	,21083	,732	-,2664	,7605
	Gazetecilik	Halkla ilişkiler ve reklamcılık	,39412	,21083	,194	-,1193	,9076
		İletişim tasarımı ve medya	-,24706	,21083	,732	-,7605	,2664

*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlı.

Post Hoc-Bonferroni testi sonucunda bölüm değişkeni ile araştırma ölçeğindeki sosyal iletişim ve ortak çalışma engeli faktörünü içeren ifadeler arasındaki farklılık aşağıdaki gibidir:

İletişim Tasarımı ve Medya bölümü öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre araştırma ölçeğindeki sosyal iletişim ve ortak çalışma engeli faktörünü içeren ifadelerle daha fazla katılmaktadır. Yani İletişim Tasarımı ve Medya bölümü öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre yeni medya üzerindeki iletişimlerinde sosyal iletişim ve ortak çalışma engelleriyle daha fazla karşılaşmaktadır.

3.6.5.3. Bölüm ve kültürel engeller faktörüne göre Anova

Araştırma ölçeğinin kültürel engeller faktörünü içeren ifadeleri ile bölüm değişkeni arasındaki anlamlılık düzeyinin bulunması için anova testi uygulanmıştır.

Tablo 39. Bölümüne göre anova- Kültürel engeller faktörü**ANOVA**

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar arasında	10,619	2	5,309	7,107	,001
Gruplar içinde	73,955	99	,747		
Genel Toplam	84,574	101			

Araştırma ölçeğindeki kültürel faktörü içeren ifadelerle, bölüm değişkeni arasında, $F=7,107$, $\alpha=0,001<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 40. Kültürel engeller faktörünün bölümüne göre- Post Hoc testi**Post Hoc Tests****Çoklu Karşılaştırmalar**

			Ortalama Fark (I-J)	Std. Sapma	Sig.	95% Güven Aralığı	
	(I) D.5.Hangi bölümde okuyorsunuz	(J) D.5.Hangi bölümde okuyorsunuz				Alt Sınır	Üst Sınır
Bonferroni	Halkla ilişkiler ve reklamcılık	İletişim tasarımı ve medya	-,78235*	,20962	,001	-1,2929	-,2718
		Gazetecilik	-,29412	,20962	,491	-,8046	,2164
	İletişim tasarımı ve medya	Halkla ilişkiler ve reklamcılık	,78235*	,20962	,001	,2718	1,2929
		Gazetecilik	,48824	,20962	,066	-,0223	,9987
	Gazetecilik	Halkla ilişkiler ve reklamcılık	,29412	,20962	,491	-,2164	,8046
		İletişim tasarımı ve medya	-,48824	,20962	,066	-,9987	,0223

*, Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlı.

Post Hoc-Bonferroni testi sonucunda bölüm değişkeni ile araştırma ölçeğindeki kültürel engeller faktörünü içeren ifadeler arasındaki farklılık aşağıdaki gibidir:

İletişim Tasarımı ve Medya bölümü öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre araştırma ölçeğindeki kültür engeller faktörünü içeren ifadelere daha fazla katılmaktadır. Yani İletişim Tasarımı ve Medya bölümü öğrencileri Halkla ilişkiler

ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre kültürel iletişim engellerini daha fazla yaşamaktadır.

3.6.5.4. Bölüm ve yapısal engeller faktörüne göre anova

Araştırma ölçeğinin yapısal engeller faktörünü içeren ifadeleri ile bölüm değişkeni arasındaki anlamlık düzeyinin bulunması için anova testi uygulanmıştır.

Tablo 41. Bölümüne göre anova- yapısal engeller faktörü

ANOVA					
	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar arasında	4,978	2	2,489	3,836	,025
Gruplar içinde	64,239	99	,649		
Genel Toplam	69,217	101			

Araştırma ölçeğindeki yapısal faktörü içeren ifadelerle, bölüm değişkeni arasında, $F=3,836$, $\alpha=0,025<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 42. Bölümüne göre anova- yapısal engeller faktörünün Post Hoc testi
Post Hoc Tests

Çoklu Karşılaştırmalar							
			Ortalama Fark (I-J)	Std. Sapma	Sig.	95% Güven Aralığı	
	(I) D.5.Hangi bölümde okuyorsunuz	(J) D.5.Hangi bölümde okuyorsunuz				Alt Sınır	Üst Sınır
Bonferroni	Halkla ilişkiler ve reklamcılık	İletişim tasarımı ve medya	-,53922*	,19537	,021	-1,0150	-,0634
		Gazetecilik	-,23039	,19537	,723	-,7062	,2454
	İletişim tasarımı ve medya	Halkla ilişkiler ve reklamcılık	,53922*	,19537	,021	,0634	1,0150
		Gazetecilik	,30882	,19537	,351	-,1670	,7846
	Gazetecilik	Halkla ilişkiler ve reklamcılık	,23039	,19537	,723	-,2454	,7062
		İletişim tasarımı ve medya	-,30882	,19537	,351	-,7846	,1670

*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlı.

Post Hoc-Bonferroni testi sonucunda bölüm değişkeni ile araştırma ölçeğindeki yapısal engeller faktörünü içeren ifadeler arasındaki farklılık aşağıdaki gibidir:

İletişim Tasarımı ve Medya bölümü öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre araştırma ölçeğindeki yapısal engeller faktörünü içeren ifadelere daha fazla katılmaktadır. Yani İletişim Tasarımı ve Medya bölümü öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerine göre yapısal iletişim engellerini daha fazla yaşamaktadır.

3.6.6. Araştırmanın Dördüncü Alt Hipotezi (Yaş Durumuna Göre Anova)

Araştırmanın bu kısmında araştırmanın bağımsız değişkeni olan yaş (18-20 yaş arası, 21-23 yaş arası, 24-26 yaş arası ve 27 yaş ve üzeri) ile araştırma soruları üzerinde anlamlı bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir.

Araştırmanın 4. alt hipotezi; “Yeni medyada iletişim engelleriyle karşılaşma ile yaşa göre anlamlı bir farklılık vardır.” ifadesinin doğrulanması için Anova testi uygulanmıştır.

Uygulanan Anova testi sonucunda yaş faktörü ve araştırma sorularını içeren bütün faktörler arasında, $\alpha \leq 0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır.

Tablo 43. Yaş Göre Homojenlik Testi

Varyansların Homojenliği Testi				
	Levene İstatistiği	df1	df2	Sig.
F1.Yeni medya üzerinde teknik sorunlar engeliyle karşılaşırım.	,260	3	98	,854
F2.Yeni medya üzerindeki teknik sorunları çözerken engellerle karşılaşırım	,397	3	98	,755
F3.Yeni medyanın teknik kullanımı esnasında engeller yaşarım	3,148	3	98	,028
F4.Yeni medyada iki yönlü iletişim kurmada engeller yaşarım.	1,032	3	98	,382
P1.Yeni medyayı kullanırken motive olma engeli yaşarım.	,568	3	98	,637
P2.Yeni medyayı kullanmam heyecanlı olmamı engeller	1,021	3	98	,387
P3.Yeni medyayı kullanırken hislerimi açıklamada (kendimi ifade edebilmemde) engeller yaşarım	,064	3	98	,979
P4.Yeni medyada rahatsız edilme engeliyle karşılaşırım.	1,255	3	98	,294
S1.Yeni medya ortak çalışmayı engeller	1,854	3	98	,142
S2.Yeni medya düşünceli iletişim kurmayı engeller	3,249	3	98	,025
S3.Yeni medya bilgi paylaşımını engeller	5,807	3	98	,001
S4.Yeni medya doğru bilgiye ulaşmayı engeller	1,342	3	98	,265

Tablo 43'ün devamı

K1.Yeni medya farklı kültürleri öğrenmeyi engeller	,735	3	98	,534
K3.Yeni medya kültürel paylaşımı engeller	1,447	3	98	,234
K4.Yeni medya kültürleri yaşatmayı engeller.	,108	3	98	,955
Y3.Yeni medya üzerinde kaynaklara erişimde (ulaşabilmede) engeller yaşarım.	1,260	3	98	,293
Y4.Yeni medya üzerinde bilgi edinmede sıkıntı yaşama engeliyle karşılaşırım	1,218	3	98	,307
Y5.Yeni medya, öğrencilerin kendi aralarındaki iletişimini engeller	,354	3	98	,786

“Yeni medya üzerinde teknik sorunlar engeliyle karşılaşırım.” ifadesi $\alpha=0,854>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya üzerindeki teknik sorunları çözerken engellerle karşılaşırım.” ifadesi $\alpha=0,755>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medyanın teknik kullanımı esnasında engeller yaşarım.” ifadesi $\alpha=0,028<0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen olmayan bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medyada iki yönlü iletişim kurmada engeller yaşarım.” ifadesi $\alpha=0,382>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medyayı kullanırken motive olma engeli yaşarım.” ifadesi $\alpha=0,637>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medyayı kullanmam heyecanlı olmamı engeller.” ifadesi $\alpha=0,387>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medyayı kullanırken hislerimi açıklamada (kendimi ifade edebilmemde) engeller yaşarım.” ifadesi $\alpha=0,979>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medyada rahatsız edilme engeliyle karşılaşırım.” ifadesi $\alpha=0,294>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya ortak çalışmayı engeller.” ifadesi $\alpha=0,142>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya düşünceli iletişim kurmayı engeller.” ifadesi $\alpha=0,025<0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen olmayan bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya bilgi paylaşımını engeller.” ifadesi $\alpha=0,001<0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen olmayan bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya doğru bilgiye ulaşmayı engeller.” ifadesi $\alpha=0,265>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya farklı kültürleri öğrenmeyi engeller.” ifadesi $\alpha=0,534>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya kültürel paylaşımı engeller.” ifadesi $\alpha=0,234>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya kültürleri yaşatmayı engeller.” ifadesi $\alpha=0,955>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya üzerinde kaynaklara erişimde (ulaşabilmede) engeller yaşıyorum.” ifadesi $\alpha=0,293>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya üzerinde bilgi edinmede sıkıntı yaşama engeliyle karşılaşırım.” ifadesi $\alpha=0,307>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya, öğrencilerin kendi aralarındaki iletişimlerini engeller.” ifadesi $\alpha=0,786>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

Tablo 44. Yaşa Göre Anova**ANOVA**

		Kareler Toplamı	df	Ortalama kare	F	Sig.
F1Yeni medya üzerinde	Gruplar arasında	11,743	3	3,914	4,761	,004
Teknik sorunlar engeliyle	Gruplar i çinde	80,580	98	,822		
karşılaşırım.	Genel Toplam	92,324	101			
F2Yeni medya üzerindeki	Gruplar arasında	14,032	3	4,677	5,248	,002
Teknik sorunları çözerken	Gruplar i çinde	87,341	98	,891		
engellerle karşılaşırım	Genel Toplam	101,373	101			
F3Yeni medyanın teknik	Gruplar arasında	9,159	3	3,053	2,971	,036
kullanımı esnasında engeller	Gruplar i çinde	100,694	98	1,027		
yaşarım	Genel Toplam	109,853	101			
F4Yeni medyada iki yönlü	Gruplar arasında	21,485	3	7,162	6,727	,000
iletişim kurmada engeller	Gruplar i çinde	104,328	98	1,065		
yaşarım.	Genel Toplam	125,814	101			
P1Yeni medyayı kullanırken	Gruplar arasında	13,867	3	4,622	3,764	,013
Motive olma engeli yaşarım.	Gruplar i çinde	120,339	98	1,228		
	Genel Toplam	134,206	101			
P2Yeni medyayı kullanmam	Gruplar arasında	11,596	3	3,865	2,887	,039
Heyecanlı olmamı engeller	Gruplar i çinde	131,228	98	1,339		
	Genel Toplam	142,824	101			
P3Yeni medyayı kullanırken	Gruplar arasında	10,345	3	3,448	2,940	,037
Hislerimi açıklamada	Gruplar i çinde	114,949	98	1,173		
(kendimi ifade edebilmemde)	Genel Toplam	125,294	101			
engeller yaşarım						
P4Yeni medyada rahatsız	Gruplar arasında	11,504	3	3,835	3,140	,029
edilme engeliyle karşılaşırım.	Gruplar i çinde	119,672	98	1,221		
	Genel Toplam	131,176	101			
S1Yeni medya ortak	Gruplar arasında	23,331	3	7,777	6,720	,000
çalışmayı engeller	Gruplar i çinde	113,423	98	1,157		
	Genel Toplam	136,755	101			
S2Yeni medya düşünceli	Gruplar arasında	25,818	3	8,606	6,606	,000
iletişim kurmayı engeller	Gruplar i çinde	127,672	98	1,303		
	Genel Toplam	153,490	101			
S3Yeni medya bilgi	Gruplar arasında	20,281	3	6,760	4,863	,003
paylaşımını engeller	Gruplar i çinde	136,239	98	1,390		
	Genel Toplam	156,520	101			

Tablo 44'ün devamı

S4Yeni medya doğru bilgiye ulaşmayı engeller	Gruplar arasında	18,046	3	6,015	5,080	,003
	Gruplar i çinde	116,033	98	1,184		
	Genel Toplam	134,078	101			
K1Yeni medya farklı kültürleri öğrenmeyi engeller	Gruplar arasında	14,947	3	4,982	3,244	,025
	Gruplar i çinde	150,514	98	1,536		
	Genel Toplam	165,461	101			
K3Yeni medya kültürel paylaşımı engeller	Gruplar arasında	19,507	3	6,502	4,810	,004
	Gruplar i çinde	132,493	98	1,352		
	Genel Toplam	152,000	101			
K4Yeni medya kültürleri yaşatmayı engeller.	Gruplar arasında	14,003	3	4,668	3,339	,022
	Gruplar i çinde	136,987	98	1,398		
	Genel Toplam	150,990	101			
Y3Yeni medya üzerinde Kaynaklara erişimde (ulaşabilmede) engeller yaşarım.	Gruplar arasında	12,912	3	4,304	3,151	,028
	Gruplar i çinde	133,843	98	1,366		
	Genel Toplam	146,755	101			
Y4Yeni medya üzerinde bilgi edinmede sıkıntı yaşama engeliyle karşılaşırım	Gruplar arasında	23,642	3	7,881	7,130	,000
	Gruplar i çinde	108,319	98	1,105		
	Genel Toplam	131,961	101			
Y5Yeni medya, öğrencilerin kendi aralarındaki iletişimini engeller	Gruplar arasında	17,004	3	5,668	4,409	,006
	Gruplar i çinde	125,987	98	1,286		
	Genel Toplam	142,990	101			

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya üzerinde teknik sorunlar engeliyle karşılaşırım.” ifadesiyle, yaş değişkeni arasında $F=4,761$, $\alpha=0,004<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre 18-20, 21-23 yaş arası ve 27 yaş ve üzerindeki katılımcılar 24-26 yaş arasındaki katılımcılara göre daha fazla bu engelle karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya üzerindeki teknik sorunları çözerken engellerle karşılaşırım.” ifadesiyle, yaş değişkeni arasında $F=5,248$, $\alpha=0,002<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. . Bu farka göre 18-20 yaş arası ile 21-23 yaş arasındaki katılımcılar 24-26 yaş arasındaki katılımcılara göre daha fazla bu engelle karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medyanın teknik kullanımı esnasında engeller yaşıyorum.” ifadesiyle, yaş değişkeni arasında $F=2,971$, $\alpha=0,036<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre 27 yaş ve üzerindeki katılımcılar 18-20 yaş, 21-23 yaş ve 24-26 yaş arasındaki katılımcılara göre bu engelle daha fazla karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medyada iki yönlü iletişim kurmada engeller yaşıyorum.” ifadesiyle, yaş değişkeni arasında $F=6,727$, $\alpha=0,000<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre 21-23 yaş arasındaki katılımcılar 24-26 yaş arasındaki katılımcılara göre bu engelle daha fazla karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medyayı kullanırken motive olma engeli yaşıyorum.” ifadesiyle, yaş değişkeni arasında $F=3,764$, $\alpha=0,013<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre 21-23 yaş arasındaki katılımcılar 24-26 yaş arasındaki katılımcılara göre bu engelle daha fazla karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medyayı kullanmam heyecanlı olmamı engeller.” ifadesiyle, yaş değişkeni arasında $F=2,887$, $\alpha=0,039<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre 24-26 yaş arasındaki katılımcılar 18-20 yaş, 21-23 yaş ile 27 yaş ve üzerindeki katılımcılara göre bu engelle daha az karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medyayı kullanırken hislerimi açıklamada (kendimi ifade edebilmemde) engeller yaşıyorum.” ifadesiyle, yaş değişkeni arasında $F=2,940$, $\alpha=0,037<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre 27 yaş ve üzerindeki katılımcılar 18-20 yaş, 21-23 yaş ve 24-26 yaş arasındaki katılımcılara göre bu engelle daha fazla karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medyada rahatsız edilme engeliyle karşılaşırım.” ifadesiyle, yaş değişkeni arasında $F=3,140$, $\alpha=0,029<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre 21-23 yaş arasındaki katılımcılar 24-26 yaş arasındaki katılımcılara göre bu engelle daha fazla karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya ortak çalışmayı engeller.” ifadesiyle, yaş değişkeni arasında $F=6,720$, $\alpha=0,000<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre 21-23 yaş arasındaki katılımcılar 24-26 yaş arasındaki katılımcılara göre bu engelle daha fazla karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya düşünceli iletişim kurmayı engeller.” ifadesiyle, yaş değişkeni arasında $F=6,606$, $\alpha=0,000<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre 21-23 yaş arasındaki katılımcılar 24-26 yaş arasındaki katılımcılara göre bu engelle daha fazla karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya bilgi paylaşımını engeller.” ifadesiyle, yaş değişkeni arasında $F=4,863$, $\alpha=0,003<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre 18-20 yaş ve 21-23 yaş arasındaki katılımcılar 24-26 yaş ve 27 yaş ve üzerindeki katılımcılara göre bu engelle daha fazla karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya doğru bilgiye ulaşmayı engeller.” ifadesiyle, yaş değişkeni arasında $F=5,080$, $\alpha=0,003<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre 18-20 yaş ve 21-23 yaş arasındaki katılımcılar 24-26 yaş arasındaki katılımcılara göre bu engelle daha fazla karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya farklı kültürleri öğrenmeyi engeller.” ifadesiyle, yaş değişkeni arasında $F=3,244$, $\alpha=0,025<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre 18-20 yaş ve 21-23 yaş arasındaki katılımcılar 24-26 yaş arasındaki katılımcılara göre bu engelle daha fazla karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya kültürel paylaşımı engeller.” ifadesiyle, yaş değişkeni arasında $F=4,810$, $\alpha=0,004<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre 18-20 yaş arasındaki katılımcılar 24-26 yaş arasındaki katılımcılara göre bu engelle daha fazla karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya kültürleri yaşatmayı engeller.” ifadesiyle, yaş değişkeni arasında $F=3,339$, $\alpha=0,022<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre 18-20 yaş arasındaki katılımcılar 24-26 yaş arasındaki katılımcılara göre bu engelle daha fazla karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya üzerinde kaynaklara erişimde (ulaşabilmede) engeller yaşarım.” ifadesiyle, yaş değişkeni arasında $F=3,151$, $\alpha=0,028<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre 21-23 yaş arasındaki katılımcılar 24-26 yaş arasındaki katılımcılara göre bu engelle daha fazla karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya üzerinde bilgi edinmede sıkıntı yaşama engeliyle karşılaşırım.” ifadesiyle, yaş değişkeni arasında $F=7,130$, $\alpha=0,000<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre 18-20 yaş ve 21-23 yaş arasındaki katılımcılar 24-26 yaş arasındaki katılımcılara göre bu engelle daha fazla karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya, öğrencilerin kendi aralarındaki iletişimini engeller.” ifadesiyle, yaş değişkeni arasında $F=4,409$, $\alpha=0,006<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre 18-20 yaş ve 21-23 yaş arasındaki katılımcılar 24-26 yaş arasındaki katılımcılara göre bu engelle daha fazla karşılaşmaktadır.

3.6.6.1. Yaş ve fiziksel, teknik ve geçici engeller faktörüne göre Anova

Araştırma ölçeğinin fiziksel, teknik ve geçici engeller faktörünü içeren ifadeleri ile yaş değişkeni arasındaki anlamlılık düzeyinin bulunması için anova testi uygulanmıştır.

Tablo 45. Yaşa göre anova- fiziksel, teknik ve geçici engeller faktörü

ANOVA					
	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar arasında	12,632	3	4,211	7,437	,000
Gruplar içinde	55,484	98	,566		
Genel Toplam	68,116	101			

Araştırma ölçeğindeki fiziksel ve teknik faktörünü içeren ifadelerle, yaş değişkeni arasında, $F=7,437$, $\alpha=0,000<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 46. Fiziksel, teknik ve geçici engeller faktörünün yaşa göre Post Hoc testi

Post Hoc Tests

Çoklu Karşılaştırmalar							
	(I) D.2.Yaşınız	(J) D.2.Yaşınız	Ortalama Fark (I-J)	Std. Sapma	Sig.	95% Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
Bonferroni	18-20 yaş arası	21-23 yaş arası	-,07376	,17909	1,000	-,5560	,4085
		24-26 yaş arası	,70221*	,19807	,004	,1688	1,2356
		27 yaş ve üzeri	-,59409	,45496	1,000	-1,8192	,6311
	21-23 yaş arası	18-20 yaş arası	,07376	,17909	1,000	-,4085	,5560
		24-26 yaş arası	,77597*	,18649	,000	,2738	1,2782
		27 yaş ve üzeri	-,52033	,45003	1,000	-1,7322	,6916

Tablo 46'nın devamı

24-26 yas arası	18-20 yas arası	-,70221*	,19807	,004	-1,2356	-,1688
	21-23 yas arası	-,77597*	,18649	,000	-1,2782	-,2738
	27 yas ve üzeri	-1,29630*	,45792	,034	-2,5294	-,0632
27 yas ve üzeri	18-20 yas arası	,59409	,45496	1,000	-,6311	1,8192
	21-23 yas arası	,52033	,45003	1,000	-,6916	1,7322
	24-26 yas arası	1,29630*	,45792	,034	,0632	2,5294

*, Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlı.

Post Hoc-Bonferroni testi sonucunda yaş değişkeni ile araştırma ölçeğindeki fiziksel, teknik ve geçici engeller faktörünü içeren ifadeler arasındaki farklılık aşağıdaki gibidir:

18-20 yaş, 21-23 yaş, 27 yaş ve üzerindeki öğrenciler 24-26 yaş arasındaki öğrencilere göre araştırma ölçeğindeki fiziksel, teknik ve geçici engeller faktörünü içeren ifadelerle daha fazla katılmaktadır. Yani 18-20 yaş, 21-23 yaş, 27 yaş ve üzerindeki öğrenciler 24-26 yaş arasındaki öğrencilere göre fiziksel, teknik ve geçici engelleri daha fazla yaşamaktadır.

3.6.6.2. Yaş ve psikolojik engeller faktörüne göre Anova

Araştırma ölçeğinin psikolojik engeller faktörünü içeren ifadeleri ile yaş değişkeni arasındaki anlamlık düzeyinin bulunması için anova testi uygulanmıştır.

Tablo 47. Yaşa göre anova- psikolojik engeller faktörü

ANOVA

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar arasında	10,605	3	3,535	5,732	,001
Gruplar içinde	60,437	98	,617		
Genel Toplam	71,042	101			

Araştırma ölçeğindeki psikolojik faktörü içeren ifadelerle, yaş değişkeni arasında, $F=5,732$, $\alpha=0,001<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 48. Psikolojik engeller faktörünün yaşa göre Post Hoc testi

Post Hoc Tests

Çoklu Karşılaştırmalar

	(I) D.2. Yaşınız	(J) D.2. Yaşınız	Ortalama Fark (I-J)	Std. Sapma	Sig.	95% Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
Bonferroni	18-20 yas arası	21-23 yas arası	-,30311	,18691	,649	-,8064	,2002
		24-26 yas arası	,45818	,20672	,174	-,0985	1,0149
		27 yas ve üzeri	-,63441	,47483	1,000	-1,9131	,6442
	21-23 yas arası	18-20 yas arası	,30311	,18691	,649	-,2002	,8064
		24-26 yas arası	,76129*	,19463	,001	,2372	1,2854
		27 yas ve üzeri	-,33130	,46969	1,000	-1,5961	,9335
	24-26 yas arası	18-20 yas arası	-,45818	,20672	,174	-1,0149	,0985
		21-23 yas arası	-,76129*	,19463	,001	-1,2854	-,2372
		27 yas ve üzeri	-1,09259	,47792	,146	-2,3796	,1944
	27 yas ve üzeri	18-20 yas arası	,63441	,47483	1,000	-,6442	1,9131
		21-23 yas arası	,33130	,46969	1,000	-,9335	1,5961
		24-26 yas arası	1,09259	,47792	,146	-,1944	2,3796

*, Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlı.

Post Hoc-Bonferroni testi sonucunda yaş değişkeni ile araştırma ölçeğindeki psikolojik engeller faktörünü içeren ifadeler arasındaki farklılık aşağıdaki gibidir:

21-23 yaş arasındaki öğrenciler 24-26 yaş arasındaki öğrencilere göre araştırma ölçeğindeki psikolojik engeller faktörünü içeren ifadelerle daha fazla katılmaktadır. Yani 21-23 yaş arasındaki öğrenciler 24-26 yaş arasındaki öğrencilere göre psikolojik engellerle daha fazla karşılaşmaktadır.

3.6.6.3. Yaş ve sosyal iletişim ve ortak çalışma engelleri faktörüne göre anova

Araştırma ölçeğinin sosyal iletişim ve ortak çalışma engelleri faktörünü içeren ifadeleri ile yaş değişkeni arasındaki anlamlık düzeyinin bulunması için anova testi uygulanmıştır.

Tablo 49. Yaşa göre anova- sosyal iletişim ve ortak çalışma engelleri faktörü**ANOVA**

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar arasında	15,183	3	5,061	7,432	,000
Gruplar içinde	66,735	98	,681		
Genel Toplam	81,918	101			

Araştırma ölçeğindeki sosyal iletişim ve ortak çalışma faktörünü içeren ifadelerle, yaş değişkeni arasında, $F=7,432$, $\alpha=0,000<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 50. Sosyal iletişim ve ortak çalışma engelleri faktörünün yaşa göre Post Hoc testi**Post Hoc Tests****Çoklu Karşılaştırmalar**

			Ortalama Fark (I-J)	Std. Sapma	Sig.	95% Güven Aralığı	
	(I) D.2.Yaşınız	(J) D.2.Yaşınız				Alt Sınır	Üst Sınır
Bonferroni	18-20 yas arası	21-23 yas arası	-,28403	,19641	,908	-,8129	,2449
		24-26 yas arası	,66882*	,21723	,016	,0839	1,2538
		27 yas ve üzeri	,33548	,49896	1,000	-1,0081	1,6791
	21-23 yas arası	18-20 yas arası	,28403	,19641	,908	-,2449	,8129
		24-26 yas arası	,95285*	,20452	,000	,4021	1,5036
		27 yas ve üzeri	,61951	,49356	1,000	-,7096	1,9486
	24-26 yas arası	18-20 yas arası	-,66882*	,21723	,016	-1,2538	-,0839
		21-23 yas arası	-,95285*	,20452	,000	-1,5036	-,4021
		27 yas ve üzeri	-,33333	,50221	1,000	-1,6857	1,0190
	27 yas ve üzeri	18-20 yas arası	-,33548	,49896	1,000	-1,6791	1,0081
		21-23 yas arası	-,61951	,49356	1,000	-1,9486	,7096
		24-26 yas arası	,33333	,50221	1,000	-1,0190	1,6857

*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlı.

Post Hoc-Bonferroni testi sonucunda yaş değişkeni ile araştırma ölçeğindeki sosyal iletişim ve ortak çalışma engeli faktörünü içeren ifadeler arasındaki farklılık:

18-20 yaş ve 21-23 yaş arasındaki öğrenciler 24-26 yaş arasındaki öğrencilere göre araştırma ölçeğindeki sosyal iletişim ve ortak çalışma engeli faktörünü içeren ifadelerle daha fazla katılmaktadır. Yani 18-20 yaş ve 21-23 yaş arasındaki öğrenciler 24-26 yaş arasındaki öğrencilere göre sosyal iletişim ve ortak çalışma engeliyle daha çok karşılaşmaktadır.

3.6.6.4. Yaş ve kültürel engeller faktörüne göre anova

Araştırma ölçeğinin kültürel engeller faktörünü içeren ifadeleri ile yaş değişkeni arasındaki anlamlık düzeyinin bulunması için anova testi uygulanmıştır.

Tablo 51. Yaşa göre anova- kültürel engeller faktörü

ANOVA

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar arasında	10,580	3	3,527	4,671	,004
Gruplar içinde	73,994	98	,755		
Genel Toplam	84,574	101			

Araştırma ölçeğindeki kültürel faktörü içeren ifadelerle, yaş değişkeni arasında, $F=4,671$, $\alpha=0,004<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 52. Kültürel engeller faktörünün yaşa göre Post Hoc testi

Post Hoc Tests

Çoklu Karşılaştırmalar

			Ortalama Fark (I-J)	Std. Sapma	Sig.	95% Güven Aralığı	
	(I) D.2.Yaşınız	(J) D.2.Yaşınız				Alt Sınır	Üst Sınır
Bonferroni	18-20 yaş arası	21-23 yaş arası	,15012	,20681	1,000	-,4068	,7070
		24-26 yaş arası	,79474*	,22874	,005	,1788	1,4107
		27 yaş ve üzeri	,60215	,52539	1,000	-,8127	2,0170
	21-23 yaş arası	18-20 yaş arası	-,15012	,20681	1,000	-,7070	,4068
		24-26 yaş arası	,64463*	,21536	,021	,0647	1,2246
		27 yaş ve üzeri	,45203	,51971	1,000	-,9475	1,8515
	24-26 yaş arası	18-20 yaş arası	-,79474*	,22874	,005	-1,4107	-,1788
		21-23 yaş arası	-,64463*	,21536	,021	-1,2246	-,0647
		27 yaş ve üzeri	-,19259	,52881	1,000	-1,6166	1,2314

Tablo 52'nin devamı

27 yas ve üzeri	18-20 yas arası	-,60215	,52539	1,000	-2,0170	,8127
	21-23 yas arası	-,45203	,51971	1,000	-1,8515	,9475
	24-26 yas arası	,19259	,52881	1,000	-1,2314	1,6166

*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlı.

Post Hoc Bonferroni testi sonucunda yaş değişkeni ile araştırma ölçeğindeki kültürel engeller faktörünü içeren ifadeler arasındaki farklılık aşağıdaki gibidir:

18-20 yaş ve 21-23 yaş arasındaki öğrenciler 24-26 yaş arasındaki öğrencilere göre araştırma ölçeğindeki kültürel engeller faktörünü içeren ifadelerle daha fazla katılmaktadır. Yani 18-20 yaş ve 21-23 yaş arasındaki öğrenciler 24-26 yaş arasındaki öğrencilere göre kültürel engellerle daha fazla karşılaşmaktadır.

3.6.6.5. Yaş ve yapısal engeller faktörüne göre anova

Araştırma ölçeğinin yapısal engeller faktörünü içeren ifadeleri ile yaş değişkeni arasındaki anlamlılık düzeyinin bulunması için anova testi uygulanmıştır.

Tablo 53. Yaşa göre anova- Yapısal engeller faktörü

ANOVA					
	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar arasında	8,585	3	2,862	4,625	,005
Gruplar içinde	60,632	98	,619		
Genel Toplam	69,217	101			

Araştırma ölçeğindeki yapısal faktörünü içeren ifadelerle, yaş değişkeni arasında, $F=4,625$, $\alpha=0,005<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 54. Yapısal engeller faktörünün yaşa göre Post Hoc testi

Post Hoc Tests

Çoklu Karşılaştırmalar							
			Ortalama Fark (I-J)	Std. Sapma	Sig.	95% Güven Aralığı	
	(I) D.2.Yaşınız	(J) D.2.Yaşınız				Alt Sınır	Üst Sınır
Bonferroni	18-20 yas arası	21-23 yas arası	-,08497	,18721	1,000	-,5891	,4192
		24-26 yas arası	,59976*	,20706	,028	,0422	1,1573
		27 yas ve üzeri	,39606	,47559	1,000	-,8847	1,6768

Tablo 54'ün devamı

21-23 yas arası	18-20 yas arası	,08497	,18721	1,000	-,4192	,5891
	24-26 yas arası	,68473*	,19495	,004	,1598	1,2097
	27 yas ve üzeri	,48103	,47045	1,000	-,7858	1,7479
24-26 yas arası	18-20 yas arası	-,59976*	,20706	,028	-1,1573	-,0422
	21-23 yas arası	-,68473*	,19495	,004	-1,2097	-,1598
	27 yas ve üzeri	-,20370	,47869	1,000	-1,4928	1,0853
27 yas ve üzeri	18-20 yas arası	-,39606	,47559	1,000	-1,6768	,8847
	21-23 yas arası	-,48103	,47045	1,000	-1,7479	,7858
	24-26 yas arası	,20370	,47869	1,000	-1,0853	1,4928

*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlı.

Post Hoc-Bonferroni testi sonucunda yaş değişkeni ile araştırma ölçeğindeki yapısal engeller faktörünü içeren ifadeler arasındaki farklılık aşağıdaki gibidir:

18-20 yaş ve 21-23 yaş arasındaki öğrenciler 24-26 yaş arasındaki öğrencilere göre araştırma ölçeğindeki yapısal engeller faktörünü içeren ifadelere daha fazla katılmaktadır. Yani 18-20 yaş ve 21-23 yaş arasındaki öğrenciler 24-26 yaş arasındaki öğrencilere göre daha fazla yapısal engellerle karşılaşmaktadır.

3.6.7. Araştırmanın Beşinci Alt Hipotezi (Yaşadığı Yere Göre Anova)

Araştırmanın bu kısmında araştırma ölçeğinin bağımsız değişkeni olan yaşanılan yer (köy, ilçe, şehir ve büyükşehir) ile araştırma soruları üzerinde anlamlı bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir.

Araştırmanın 5. alt hipotezi; “Yeni medyada iletişim engelleriyle karşılaşma ile yaşanılan yere göre anlamlı bir fark vardır.” ifadesinin doğrulanması için Anova testi uygulanmıştır.

Uygulanan Anova testi sonucunda yaşanılan yer ile araştırma soruları arasında $\alpha \leq 0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır.

Tablo 55. Yaşadığı Yere Göre Homojenlik Testi

Varyansların Homojenliği Testi

	Levene İstatistiği	df1	df2	Sig.
F1.Yeni medya üzerinde teknik sorunlar engeliyle karşılaşırım.	1,640	3	98	,185
F2.Yeni medya üzerindeki teknik sorunları çözerken engellerle karşılaşırım	1,083	3	98	,360
F4.Yeni medyada iki yönlü iletişim kurmada engeller yaşarım.	2,713	3	98	,049
P1.Yeni medyayı kullanırken motive olma engeli yaşarım.	4,134	3	98	,008
P2.Yeni medyayı kullanmam heyecanlı olmamı engeller	2,498	3	98	,064
S1.Yeni medya ortak çalışmayı engeller	9,290	3	98	,000
S2.Yeni medya düşünceli iletişim kurmayı engeller	1,872	3	98	,139
S3.Yeni medya bilgi paylaşımını engeller	3,206	3	98	,026
K1.Yeni medya farklı kültürleri öğrenmeyi engeller	3,139	3	98	,029
K2.Yeni medya kültürel karakteristikler(özellikleri) yansıtmayı engeller	,792	3	98	,501
Y5.Yeni medya, öğrencilerin kendi aralarındaki iletişimini engeller	5,619	3	98	,001

“Yeni medya üzerinde teknik sorunlar engeliyle karşılaşırım.” İfadesi $\alpha=0,185>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya üzerindeki teknik sorunları çözerken engellerle karşılaşırım.” ifadesi $\alpha=0,360>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medyada iki yönlü iletişim kurmada engeller yaşarım.” İfadesi $\alpha=0,049<0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen olmayan bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medyayı kullanırken motive olma engeli yaşarım.” İfadesi $\alpha=0,008<0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen olmayan bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medyayı kullanmam heyecanlı olmamı engeller.” ifadesi $\alpha=0,064>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya ortak çalışmayı engeller.” ifadesi $\alpha=0,000>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen olmayan bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya düşünceli iletişim kurmayı engeller.” ifadesi $\alpha=0,139>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya bilgi paylaşımını engeller.” ifadesi $\alpha=0,026>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen olmayan bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya farklı kültürleri öğrenmeyi engeller.” ifadesi $\alpha=0,029>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen olmayan bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya Kültürel karakteristikleri (özellikleri) yansıtmayı engeller” ifadesi $\alpha=0,501>0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen bir grubu temsil etmektedir.

“Yeni medya, öğrencilerin kendi aralarındaki iletişimlerini engeller.” ifadesi $\alpha=0,001<0,05$ düzeyinde olduğu için bu ifadeye cevap veren katılımcılar homojen olmayan bir grubu temsil etmektedir.

Tablo 56. Yaşadığı Yere Göre Anova

ANOVA

		Kareler Toplamı	df	Ortalama kare	F	Sig.
F1Yeni medya üzerinde Teknik sorunlar engeliyle karşılaştırım.	Gruplar arasında	18,133	3	6,044	7,984	,000
	Gruplar içinde	74,191	98	,757		
	Genel Toplam	92,324	101			
F2Yeni medya üzerindeki Teknik sorunları çözerken engellerle karşılaştırım	Gruplar arasında	17,387	3	5,796	6,763	,000
	Gruplar içinde	83,985	98	,857		
	Genel Toplam	101,373	101			
F4Yeni medyada İki yönlü iletişim kurmada engeller yaşarım.	Gruplar arasında	31,037	3	10,346	10,698	,000
	Gruplar içinde	94,776	98	,967		
	Genel Toplam	125,814	101			
P1Yeni medyayı kullanırken Motive olma engeli yaşarım.	Gruplar arasında	15,277	3	5,092	4,196	,008
	Gruplar içinde	118,929	98	1,214		
	Genel Toplam	134,206	101			

Tablo 56'nın devamı

P2Yeni medyayı kullanmam	Gruplar arasında	12,632	3	4,211	3,170	,028
Heyecanlı olmamı engeller	Gruplar içinde	130,191	98	1,328		
	Genel Toplam	142,824	101			
S1Yeni medya Ortak	Gruplar arasında	14,228	3	4,743	3,793	,013
çalışmayı engeller	Gruplar içinde	122,526	98	1,250		
	Genel Toplam	136,755	101			
S2Yeni medya düşünceli	Gruplar arasında	15,557	3	5,186	3,684	,015
iletişim kurmayı engeller	Gruplar içinde	137,934	98	1,407		
	Genel Toplam	153,490	101			
S3Yeni medya Bilgi	Gruplar arasında	15,523	3	5,174	3,597	,016
paylaşımını engeller	Gruplar içinde	140,996	98	1,439		
	Genel Toplam	156,520	101			
K1Yeni medya Farklı	Gruplar arasında	20,080	3	6,693	4,512	,005
kültürleri Öğrenmeyi engeller	Gruplar içinde	145,381	98	1,483		
	Genel Toplam	165,461	101			
K2Yeni medya Kültürel	Gruplar arasında	11,693	3	3,898	2,840	,042
karakteristikler(özellikleri)	Gruplar içinde	134,513	98	1,373		
yansıtmayı engeller	Genel Toplam	146,206	101			
Y5Yeni medya, öğrencilerin	Gruplar arasında	17,651	3	5,884	4,600	,005
kendi aralarındaki iletişimini	Gruplar içinde	125,339	98	1,279		
engeller	Genel Toplam	142,990	101			

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya üzerinde teknik sorunlar engeliyle karşılaşırım.” ifadesiyle, yaşanan yer değişkeni arasında $F=7,984$, $\alpha=0,000<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre köyde yaşayan katılımcılar ilçe, şehir ve büyükşehirde yaşayan katılımcılara göre daha az bu engelle karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya üzerindeki teknik sorunları çözerken engellerle karşılaşırım.” ifadesiyle, yaşanan yer değişkeni arasında $F=6,763$, $\alpha=0,000<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre köyde yaşayan katılımcılar ilçe, şehir ve büyükşehirde yaşayan katılımcılara göre daha az bu engelle karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medyada iki yönlü iletişim kurmada engeller yaşarım.” ifadesiyle, yaşanan yer değişkeni arasında $F=10,698$, $\alpha=0,000<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre köyde yaşayan katılımcılar ilçe, şehir ve büyükşehirde yaşayan katılımcılara göre daha az bu engelle karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medyayı kullanırken motive olma engeli yaşarım.” ifadesiyle, yaşanılan yer değişkeni arasında $F=4,196$, $\alpha=0,008<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre köyde yaşayan katılımcılar ilçe, şehir ve büyükşehirde yaşayan katılımcılara göre daha az bu engelle karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medyayı kullanmam heyecanlı olmamı engeller.” ifadesiyle, yaşanılan yer değişkeni arasında $F=3,170$, $\alpha=0,028<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre köyde yaşayan katılımcılar ilçede yaşayan katılımcılardan daha az bu engelle karşılaşmıştır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya ortak çalışmayı engeller.” ifadesiyle, yaşanılan yer değişkeni arasında $F=3,793$, $\alpha=0,013<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre köyde yaşayan katılımcılar şehirde yaşayan katılımcılardan daha az bu engelle karşılaşmıştır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya düşünceli iletişim kurmayı engeller.” ifadesiyle, yaşanılan yer değişkeni arasında $F=3,684$, $\alpha=0,015<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre köyde yaşayan katılımcılar şehirde yaşayan katılımcılardan daha az bu engelle karşılaşmıştır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya bilgi paylaşımını engeller.” ifadesiyle, yaşanılan yer değişkeni arasında $F=3,597$, $\alpha=0,016<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre köyde yaşayan katılımcılar ilçe ve şehirde yaşayan katılımcılardan daha az bu engelle karşılaşmıştır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya farklı kültürleri öğrenmeyi engeller.” ifadesiyle, yaşanılan yer değişkeni arasında $F=4,512$, $\alpha=0,005<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre köyde yaşayan katılımcılar ilçe ve büyükşehirde yaşayan katılımcılardan daha az bu engelle karşılaşmıştır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya Kültürel karakteristikleri (özellikleri) yansıtmayı engeller.” ifadesiyle, yaşanılan yer değişkeni arasında $F=2,840$, $\alpha=0,042<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre ilçede yaşayan katılımcılar köy, şehir ve büyükşehirde yaşayan katılımcılara göre bu engelle daha az karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğinin “Yeni medya, öğrencilerin kendi aralarındaki iletişimini engeller.” ifadesiyle, yaşanan yer değişkeni arasında $F=4,600$, $\alpha=0,005<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu farka göre köyde yaşayan katılımcılar ilçede yaşayan katılımcılardan daha az bu engelle karşılaşmıştır.

3.6.7.1. Fiziksel, teknik ve geçici engellere göre anova

Araştırma ölçeğinin fiziksel, teknik ve geçici engeller faktörünü içeren ifadeleri ile yaşanan yer değişkeni arasındaki anlamlılık düzeyinin belirlenmesi için anova testi uygulanmıştır.

Tablo 57. Yaşanılan yere göre anova- fiziksel, teknik ve geçici engeller faktörü

ANOVA					
	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar arasında	16,820	3	5,607	10,711	,000
Gruplar içinde	51,296	98	,523		
Genel Toplam	68,116	101			

Araştırma ölçeğindeki fiziksel faktörünü içeren ifadelerle, yaşanan yer değişkeni arasında, $F= 10,711$, $\alpha=0,000<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 58. Fiziksel, teknik ve geçici engeller faktörünün yaşanan yere göre Post Hoc testi

Post Hoc Tests

Çoklu Karşılaştırmalar							
			Ortalama Fark (I-J)	Std. Sapma	Sig.	95% Güven Aralığı	
	(I) D.3.Nerede yaşıyorsunuz	(J) D.3.Nerede yaşıyorsunuz				Alt Sınır	Üst Sınır
Bonferroni	Köy	İlçe	-1,26420*	,23771	,000	-1,9043	-,6241
		Şehir	-1,10033*	,24549	,000	-1,7614	-,4393
		Büyükşehir	-,96319*	,21059	,000	-1,5303	-,3961
	İlçe	Köy	1,26420*	,23771	,000	,6241	1,9043
		Şehir	,16388	,22659	1,000	-,4463	,7740
		Büyükşehir	,30101	,18821	,678	-,2058	,8078
	Şehir	Köy	1,10033*	,24549	,000	,4393	1,7614
		İlçe	-,16388	,22659	1,000	-,7740	,4463
		Büyükşehir	,13713	,19794	1,000	-,3959	,6702

Tablo 58'in devamı

Büyükşehir	Köy	,96319*	,21059	,000	,3961	1,5303
	İlçe	-,30101	,18821	,678	-,8078	,2058
	Şehir	-,13713	,19794	1,000	-,6702	,3959

*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlı.

Post Hoc-Bonferroni testi sonucunda yaşanan yer değişkeni ile araştırma ölçeğindeki fiziksel, teknik ve geçici engeller faktörünü içeren ifadeler arasındaki farklılık:

İlçe, şehir ve büyükşehirde yaşayan öğrenciler köyde yaşayan öğrencilere göre araştırma ölçeğindeki fiziksel, teknik ve geçici engeller faktörünü içeren ifadelerle daha fazla katılmaktadır. Yani ilçe, şehir ve büyükşehirde yaşayan öğrenciler köyde yaşayan öğrencilere göre fiziksel, teknik ve geçici engellerle daha fazla karşılaşmaktadır.

3.6.7.2. Psikolojik engellere göre Anova

Araştırma ölçeğinin psikolojik engeller faktörünü içeren ifadeleri ile yaşanan yer değişkeni arasındaki anlamlılık düzeyinin belirlenmesi için anova testi uygulanmıştır.

Tablo 59. Yaşanılan yere göre anova- Psikolojik engeller faktörü

ANOVA					
	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar arasında	7,592	3	2,531	3,908	,011
Gruplar içinde	63,451	98	,647		
Genel Toplam	71,042	101			

Araştırma ölçeğindeki psikolojik faktörünü içeren ifadelerle, yaşanan yer değişkeni arasında, $F=3,908$, $\alpha=0,011<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 60. Psikolojik engeller faktörünün yaşanan yere göre Post Hoc testi
Post Hoc Tests

Çoklu Karşılaştırmalar							
						95% Güven Aralığı	
	(I) D.3.Nerede yaşıyorsunuz	(J) D.3.Nerede yaşıyorsunuz	Ortalama Fark (I-J)	Std. Sapma	Sig.	Alt Sınır	Üst Sınır
Bonferroni	Köy	İlçe	-,85653*	,26438	,010	-1,5685	-,1446
		Şehir	-,56168	,27303	,254	-1,2969	,1735
		Büyükşehir	-,34618	,23421	,856	-,9769	,2845

Tablo 60'ın devamı

İlçe	K öy	,85653*	,26438	,010	,1446	1,5685
	Şehir	,29486	,25200	1,000	-,3838	,9735
	Büyükşehir	,51035	,20933	,099	-,0533	1,0740
Şehir	K öy	,56168	,27303	,254	-,1735	1,2969
	İlçe	-,29486	,25200	1,000	-,9735	,3838
	Büyükşehir	,21550	,22015	1,000	-,3773	,8083
Büyükşehir	K öy	,34618	,23421	,856	-,2845	,9769
	İlçe	-,51035	,20933	,099	-1,0740	,0533
	Şehir	-,21550	,22015	1,000	-,8083	,3773

*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlı.

Post Hoc-Bonferroni testi sonucunda yaşanan yer değişkeni ile araştırma ölçeğindeki psikolojik engeller faktörünü içeren ifadeler arasındaki farklılık aşağıdaki gibidir:

İlçede yaşayan öğrenciler köyde yaşayan öğrencilere göre araştırma ölçeğindeki psikolojik engeller faktörünü içeren ifadelerle daha fazla katılmaktadır. Yani İlçede yaşayan öğrenciler köyde yaşayan öğrencilere göre daha fazla psikolojik engellerle karşılaşmaktadır.

3.6.7.3.Sosyal iletişim ve ortak çalışma engelleri faktörüne göre anova

Araştırma ölçeğinin sosyal iletişim ve ortak çalışma engelleri faktörünü içeren ifadeleri ile yaşanan yer değişkeni arasındaki anlamlılık düzeyinin belirlenmesi için anova testi uygulanmıştır.

Tablo 61. Yaşanılan yere göre anova- Sosyal iletişim ve ortak çalışma engelleri faktörü

ANOVA

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar arasında	7,852	3	2,617	3,463	,019
Gruplar içinde	74,066	98	,756		
Genel Toplam	81,918	101			

Araştırma ölçeğindeki sosyal iletişim ve ortak çalışma faktörünü içeren ifadelerle, yaşanan yer değişkeni arasında, $F=3,463$, $\alpha=0,019<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 62. Sosyal iletişim ve ortak çalışma engelleri faktörünün yaşanan yere göre Post Hoc testi

Post Hoc Tests

Çoklu Karşılaştırmalar							
	(I) D.3.Nerede yaşıyorsunuz	(J) D.3.Nerede yaşıyorsunuz	Ortalama Fark (I-J)	Std. Sapma	Sig.	95% Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
Bonferroni	Köy	İlçe	-,77159*	,28564	,049	-1,5408	-,0024
		Şehir	-,84145*	,29498	,032	-1,6358	-,0471
		Büyükşehir	-,45806	,25304	,440	-1,1395	,2234
	İlçe	Köy	,77159*	,28564	,049	,0024	1,5408
		Şehir	-,06986	,27227	1,000	-,8030	,6633
		Büyükşehir	,31354	,22616	1,000	-,2955	,9226
	Şehir	Köy	,84145*	,29498	,032	,0471	1,6358
		İlçe	,06986	,27227	1,000	-,6633	,8030
		Büyükşehir	,38339	,23785	,661	-,2571	1,0239
	Büyükşehir	Köy	,45806	,25304	,440	-,2234	1,1395
		İlçe	-,31354	,22616	1,000	-,9226	,2955
		Şehir	-,38339	,23785	,661	-1,0239	,2571

*, Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlı.

Post Hoc-Bonferroni testi sonucunda yaşanan yer değişkeni ile araştırma ölçeğindeki sosyal iletişim ve ortak çalışma engeli faktörünü içeren ifadeler arasındaki farklılık aşağıdaki gibidir:

İlçe ve şehirde yaşayan öğrenciler köyde yaşayan öğrencilere göre araştırma ölçeğindeki sosyal iletişim ve ortak çalışma engeli faktörünü içeren ifadelere daha fazla katılmaktadır. Yani ilçe ve şehirde yaşayan öğrenciler köyde yaşayan öğrencilere göre sosyal iletişim ve ortak çalışma engeliyle daha fazla karşılaşmaktadır.

3.6.7.4.Kültürel Engeller faktörüne göre Anova

Araştırma ölçeğinin kültürel engeller faktörünü içeren ifadeleri ile yaşanan yer değişkeni arasındaki anlamlılık düzeyinin belirlenmesi için anova testi uygulanmıştır.

Tablo 63. Yaşanılan yere göre anova- kültürel engeller faktörü

ANOVA					
	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar arasında	6,671	3	2,224	2,797	,044
Gruplar içinde	77,903	98	,795		
Genel Toplam	84,574	101			

Araştırma ölçeğindeki kültürel faktörü içeren ifadelerle, yaşanan yer değişkeni arasında, $F=2,797$, $\alpha=0,044<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 64. Kültürel engeller faktörünün yaşanan yere göre Post Hoc testi

Post Hoc Tests

Çoklu Karşılaştırmalar							
			Ortalama Fark (I-J)	Std. Sapma	Sig.	95% Güven Aralığı	
	(I) D.3.Nerede yaşıyorsunuz	(J) D.3.Nerede yaşıyorsunuz				Alt Sınır	Üst Sınır
Bonferroni	Köy	İlçe	-,84659*	,29294	,028	-1,6355	-,0577
		Şehir	-,44803	,30253	,851	-1,2627	,3666
		Büyükşehir	-,49528	,25952	,356	-1,1941	,2036
	İlçe	Köy	,84659*	,29294	,028	,0577	1,6355
		Şehir	,39856	,27923	,940	-,3534	1,1505
		Büyükşehir	,35131	,23194	,798	-,2733	,9759
	Şehir	Köy	,44803	,30253	,851	-,3666	1,2627
		İlçe	-,39856	,27923	,940	-1,1505	,3534
		Büyükşehir	-,04725	,24393	1,000	-,7041	,6096
	Büyükşehir	Köy	,49528	,25952	,356	-,2036	1,1941
		İlçe	-,35131	,23194	,798	-,9759	,2733
		Şehir	,04725	,24393	1,000	-,6096	,7041

*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlı.

Post Hoc-Bonferroni testi sonucunda yaşanan yer değişkeni ile araştırma ölçeğindeki kültürel engeller faktörünü içeren ifadeler arasındaki farklılık aşağıdaki gibidir:

İlçede yaşayan öğrenciler köyde yaşayan öğrencilere göre araştırma ölçeğindeki kültürel engeller faktörünü içeren ifadelerle daha fazla katılmaktadır. Yani ilçede yaşayan öğrenciler köyde yaşayan öğrencilere göre kültürel engellerle daha fazla karşılaşmaktadır.

3.6.7.5.Yapısal engeller faktörüne göre Anova

Araştırma ölçeğinin yapısal engeller faktörünü içeren ifadeleri ile yaşanan yer değişkeni arasındaki anlamlılık düzeyinin belirlenmesi için anova testi uygulanmıştır.

Tablo 65. Yaşanılan yere göre anova- Yapısal engeller faktörü

ANOVA

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar arasında	5,532	3	1,844	2,838	,042
Gruplar içinde	63,685	98	,650		
Genel Toplam	69,217	101			

Araştırma ölçeğindeki yapısal faktörü içeren ifadelerle, yaşanan yer değişkeni arasında, $F=2,838$, $\alpha=0,042<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 66. Yapısal engeller faktörünün yaşanan yere göre Post Hoc testi

Post Hoc Tests

Çoklu Karşılaştırmalar

			Ortalama Fark (I-J)	Std. Sapma	Sig.	95% Güven Aralığı	
	(I) D.3.Nerede yaşıyorsunuz	(J) D.3.Nerede yaşıyorsunuz				Alt Sınır	Üst Sınır
Bonferroni	Köy	İlçe	-,72443*	,26487	,044	-1,4377	-,0112
		Şehir	-,52029	,27353	,361	-1,2569	,2163
		Büyükşehir	-,30625	,23464	1,000	-,9381	,3256
	İlçe	Köy	,72443*	,26487	,044	,0112	1,4377
		Şehir	,20415	,25247	1,000	-,4757	,8840
		Büyükşehir	,41818	,20971	,294	-,1465	,9829

Tablo 66'nın devamı

Şehir	Köy	,52029	,27353	,361	-,2163	1,2569
	İlce	-,20415	,25247	1,000	-,8840	,4757
	Büyükşehir	,21404	,22055	1,000	-,3799	,8080
Büyükşehir	Köy	,30625	,23464	1,000	-,3256	,9381
	İlce	-,41818	,20971	,294	-,9829	,1465
	Şehir	-,21404	,22055	1,000	-,8080	,3799

*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlı.

Post Hoc-Bonferroni testi sonucunda yaşanan yer değişkeni ile araştırma ölçeğindeki yapısal engeller faktörünü içeren ifadeler arasındaki farklılık aşağıdaki gibidir:

İlçede yaşayan öğrenciler köyde yaşayan öğrencilere göre araştırma ölçeğindeki yapısal engeller faktörünü içeren ifadelerle daha fazla katılmaktadır. Yani İlçede yaşayan öğrenciler köyde yaşayan öğrencilere göre yapısal engellerle daha fazla karşılaşmaktadır.

Gelir, bölüm, yaş ve yaşanan yer değişkenleri ile araştırma sorularına uygulanan anava testinin sonuçları genel olarak aşağıdaki gibidir:

Gelir düzeyi ve araştırma soruları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu durumu gelir düzeylerinin bir birine yakın olması da etkilemektedir.

Araştırmanın bağımsız değişkeni bölüm faktörüne göre yapılan anova testi sonucunda; bölüm ve araştırma soruları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır. Bu farklılığa göre iletişim engelleriyle en çok İletişim Tasarımı ve Medya bölümü öğrencileri karşılaşmıştır. Yeni medya üzerinde iletişim engelleriyle en az karşılaşan Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencileri olmuştur.

Araştırmanın bağımsız değişkeni yaş faktörüne göre yapılan anova testi sonucunda; yaş ve araştırma soruları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır. Bu farklılığa göre iletişim engelleriyle en çok 18-20 yaş ve 21-23 yaş aralığında karşılaşıldığı görülmüştür. Ayrıca iletişim engelleriyle en az 24-26 yaş aralığında karşılaşıldığı sonucuna da varılmıştır.

Araştırmanın bağımsız değişkeni yaşanan yer faktörüne göre yapılan anova testi sonucunda; yaşanan yer ve araştırma soruları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır. Bu farklılığa göre, iletişim engelleriyle en az köyde yaşayan katılımcıların karşılaştığı görülmüştür. İlçe, şehir ve büyükşehirde yaşayan katılımcılar köyde yaşayan katılımcılara kıyasla iletişim engelleriyle daha fazla karşılaşmaktadır.



SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Araştırmanın amacı, yeni medya üzerinde karşılaşılan iletişim engellerinin neler olduğunu ortaya çıkartmaktır. Bu doğrultuda kullanılan araştırma ölçeğindeki verilere yapılan t-test, güvenirlik, anova, yüzdelik ve frekans testleri sonucunda elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir:

Araştırmanın hipotez cümlesi, “Yeni medya üzerinde iletişim engelleri vardır.” doğrulanmıştır. Yeni medya üzerinde fiziksel- teknik ve geçici, psikolojik, sosyal iletişim ve ortak çalışma, kültürel ve yapısal iletişim engelleri olmak üzere 5 farklı kategoride iletişim engellerine rastlanmıştır.

Araştırmanın 1. alt hipotezi, “Yeni medyada iletişim engelleriyle karşılaşma ile cinsiyet farkına göre anlamlı bir fark vardır.” ifadesine yanıt aranmıştır. Cinsiyete göre t-test sonucuna göre araştırma soruları ve cinsiyet arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Yani öğrencilerin cinsiyet farkının yeni medya üzerinde iletişim engelleriyle karşılaşmalarında etkili olmadığı sonucuna varılmıştır.

Araştırmanın 2. alt hipotezi, “Yeni medyada iletişim engelleriyle karşılaşma ile gelir düzeyine göre anlamlı bir fark vardır.” ifadesine yanıt aranmıştır. Anova testi araştırmadaki gelir düzeyi faktörüne uygulandığında karşılaşılan sonuca göre yeni medyada iletişim engelleriyle karşılaşma ile gelir düzeyi arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Yani öğrencilerin gelir düzeylerinin, yeni medya üzerinde iletişim engelleriyle karşılaşmalarında etkili olmadığı sonucuna varılmıştır.

Araştırmanın 3. alt hipotezi, “Yeni medyada iletişim engelleriyle karşılaşma ile bölüm değişkenine göre anlamlı bir fark vardır.” ifadesine yanıt aranmıştır. Anova testi araştırmadaki bölüm faktörüne uygulandığında karşılaşılan sonuca göre yeni medyada iletişim engelleriyle karşılaşma ile bölüm arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Bu farklılığa göre iletişim engelleri ile en çok İletişim Tasarımı ve Medya bölümü öğrencileri karşılaşmıştır. İletişim engelleri ile en az Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencileri karşılaşmıştır. İletişim Tasarımı ve Medya bölümü öğrencileri, medya içerikli dersler almaktadır. Dolayısıyla aldıkları derslerin içeriği, yeni medya olgusunu daha iyi anlama ve tanımlarına yardımcı olmaktadır. Bundan dolayı yeni

medya üzerinde karşılaştıkları engellerin farkındadırlar. Yani İletişim Tasarımı ve Medya bölümü öğrencileri, diğer bölümlerin öğrencilerine kıyasla yeni medya konusunda daha bilinçlidir. Gazetecilik ile Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencileri, İletişim Tasarımı ve Medya bölümü öğrencilerine kıyasla daha az yeni medya içerikli dersler almaktadır. Bu durum, Gazetecilik ile Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü öğrencilerinin yeni medya üzerinde karşılaştıkları iletişim engellerinin farkına varamamalarına etki etmektedir.

Araştırmanın 4. alt hipotezi, “Yeni medyada iletişim engelleriyle karşılaşma ile yaşa göre anlamlı bir farklılık vardır.” ifadesine yanıt aranmıştır. Anova testi, araştırmadaki yaş faktörüne uyguladığında karşılaşılan sonuca göre yeni medyada iletişim engelleriyle karşılaşma ile yaş arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu farklılığa göre iletişim engelleri ile en çok 21-23 yaş aralığında karşılaşıldığı görülmüştür. Ayrıca iletişim engelleri ile en az 24-26 yaş aralığında karşılaşıldığı sonucuna varılmıştır. 18-20 ve 21-23 yaş arası kullanıcıların, yeni medya araç ve ortamlarını, diğer yaş aralıklarına oranla daha çok kullanmaları da bulunan sonuca etki etmektedir.

Araştırmanın 5. alt hipotezi, “Yeni medyada iletişim engelleriyle karşılaşma ile yaşanan yere göre anlamlı bir fark vardır.” ifadesine yanıt aranmıştır. Anova testi, yaşanan yere göre uyguladığında karşılaşılan sonuçta, yeni medyada iletişim engelleriyle karşılaşma ile yaşanan yer arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu farklılığa göre iletişim engelleri ile en az, köyde yaşayan katılımcıların karşılaştığı görülmüştür. İlçe, şehir ve büyükşehirde yaşayan katılımcılar, köyde yaşayan katılımcılara göre iletişim engelleri ile daha fazla karşılaşmaktadır. Köy gibi kırsal beldelerde insanların sahip oldukları imkânlar asgari düzeydedir. Ayrıca bu beldelerde alt yapı eksiklikleri ve sorunları da mevcuttur. Dolayısıyla köy gibi beldelerde yaşayanlar, sınırlı imkân ve olanaklara sahiptirler. Yeni medya üzerindeki iletişim engelleri ile en az, köyde yaşayan katılımcıların karşılaşması aslında bu katılımcıların diğer yerleşim alanlarında (ilçe, şehir ve büyükşehir) yaşayan katılımcılara oranla daha az yeni medyanın imkânlarına sahip olduklarını gösterir. Daha az imkân ve olanaklara sahip olmaları, daha az sorunla karşılaşmalarına etki etmektedir.

Araştırma ölçeğine göre öğrencilerin en düşük düzeyde yaşadıkları iletişim engelleri sırasıyla; “Yeni medya, kültürler arası iletişim kurmayı engeller. Yeni medya, bilgi

paylaşımını engeller. Yeni medya, sosyalleşmeyi engeller. Yeni medyayı kullanırken hislerimi açıklamada (kendimi ifade edebilmemde) engeller yaşarım. Yeni medya, mobil iletişimleri üzerinde engellerle karşılaşırım. Yeni medya, ortak çalışmayı engeller. Yeni medya, farklı kültürleri öğrenmeyi engeller. Yeni medya, kültürel karakteristikler (özellikleri) yansıtmayı engeller. Yeni medyada iki yönlü iletişim kurmada engeller yaşarım.” ifadeleridir. Kültürel engeller faktörünü içeren ifadelerde, iletişim engelleriyle karşılaşma düzeyinin düşük olduğu görülmektedir. Araştırmaya göre katılımcılar, yeni medya üzerinde kendi kültürlerini yaşamada ve diğer kültürlerden etkilenmede daha az iletişim engelleriyle karşılaşmaktadır. Yine araştırmaya göre katılımcılar, yeni medya üzerinden sosyalleşirken daha az iletişim engelleriyle karşılaşmaktadır.

Araştırma ölçeğine göre öğrencilerin en yüksek düzeyde yaşadıkları iletişim engelleri sırasıyla; “Yeni medya üzerinde teknik sorunlar engeliyle karşılaşırım. Yeni medyada rahatsız edilme engeliyle karşılaşırım. Yeni medyanın teknik kullanımı esnasında engeller yaşarım. Yeni medya üzerindeki teknik sorunları çözerken engellerle karşılaşırım. Yeni medya, doğru bilgiye ulaşmayı engeller. Yeni medyayı kullanmam heyecanlı olmamı engeller. Yeni medya, düşünceli iletişim kurmayı engeller. Yeni medyayı kullanırken motive olma engeli yaşarım. Yeni medya üzerinde problemleri çözerken engellerle karşılaşırım. Yeni medya üzerinde kaynaklara erişimde (ulaşabilmede) engeller yaşarım. Yeni medya, öğrenciler ve öğretim üyeleri arasındaki iletişimi engeller. Yeni medya üzerinde bilgi edinmede sıkıntı yaşama engeliyle karşılaşırım. Yeni medya, kültürleri yaşatmayı engeller. Yeni medya, kültürel paylaşımı engeller. Yeni medya, öğrencilerin kendi aralarındaki iletişimlerini engeller.” ifadeleridir. Araştırma sonuçlarına göre yeni medyanın fiziksel-teknik ve yapısal özellikleri kullanıcılarına sorunlar yaşatmaktadır. Yeni medya araç ve ortamlarının çok fazla ve çeşitli olması ve her bir yeni medya araç ve ortamının kendine ait kullanma bilgisi ve kullanım şekli olması, iletişim engellerine neden olmaktadır. Ayrıca araştırmaya göre yeni medya araç ve ortamları, kullanıcılarının psikolojilerini de olumsuz yönde etkilemektedir.

Araştırma ölçeğinin faktörlerine göre öğrencilerin en yüksek düzeyde yaşadıkları iletişim engelleri sırasıyla; fiziksel-teknik ve geçici engeller faktörü, psikolojik engeller

faktörü, yapısal engeller faktörü, sosyal iletişim ve ortak çalışma engelleri faktörüdür. Öğrenciler, iletişim engelleriyle en az kültürel engeller faktörünü içeren ifadelerde karşılaşmıştır. Öğrencileri, yeni medyanın fiziksel- teknik ve yapısal özellikleri, olumsuz yönde etkilemektedir. Öğrencilerin, yeni medya araç ve ortamlarının fiziksel ve yapısal özelliklerini anlama ve özümseme konusunda engeller yaşadığı görülmektedir. Ayrıca yeni medya araç ve ortamları kullanıcılarını, psikolojik ve sosyal anlamda olumsuz olarak etkilemektedir. Yeni medyanın, kültürel paylaşımı ve etkileşimi diğer faktörlere kıyasla daha az olumsuz yönde etkilediği görülmüştür.

Bu araştırmanın, iletişim engelleri üzerine yapılan diğer araştırmalardan farklılaşan yönleri aşağıdaki gibidir:

İletişim engelleri üzerine yapılan diğer araştırmalar; uzaktan eğitim, akıllı teknolojilere sahip sınıflar, sosyal medya platformları gibi yeni medyanın sadece belli araç ve ortamlarına yönelik yapılan araştırmalardır. Bu çalışma ise yeni medyayı bir bütün olarak değerlendirmektedir. Bu çalışma yeni medyanın sadece belli araç ve ortamlarına yönelik değil bütün yeni medya araç ve ortamlarına yöneliktir.

Bu araştırmada, yaşanan yer değişkeni de irdelenmiştir. Ve sonuç olarak köyde yaşayan katılımcıların, iletişim engelleriyle diğer yerleşim yerlerinde (İlçe, şehir, büyükşehir) yaşayan katılımcılara göre daha az karşılaştığı görülmüştür. Araştırmada karşılaşılan bu sonuç, literatürdeki benzer araştırmalara göre farklıdır. İletişim engelleri üzerine yapılan benzer araştırmalarda, yaşanan yer değişkeni incelenmiş fakat bu araştırmadaki gibi bir sonuçla karşılaşılmamıştır.

Bu çalışma, araştırma evreni ve örnekleme açısından iletişim engelleri üzerine yapılan benzer araştırmalardan farklıdır. Bu araştırma, Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi evreninde yeni medya olgusu hakkında farkındalık ve bilgisi olan bir kitle üzerinde yapılmıştır. Araştırmanın örneklem grubu, yeni medya içerikli dersler almaktadır. Yani yeni medyaya karşı bilinçli bir kitle söz konusudur. İletişim engelleri üzerine yapılan diğer araştırmalardaki örneklem gruplarının yeni medya olgusuna karşı bilgili ve bilinçli olmaları hususu üzerinde durulmamıştır.

Bu araştırmada, yeni medya üzerindeki iletişim engelleri faktörlere ayrılarak sınıflandırılmıştır. Bu araştırma, yeni medya üzerindeki iletişim engellerini beş faktöre

ayırmaktadır. Bu faktörler; fiziksel-teknik ve geçici engeller, psikolojik engeller, sosyal iletişim ve ortak çalışma engelleri, kültürel engeller ve yapısal engellerdir. İletişim engelleri üzerine yapılan diğer araştırmalarda, iletişim engelleri için herhangi bir sınıflandırma ve ayırım yapılmamıştır. Bundan dolayı bu araştırma benzer araştırmalara göre yeni medya üzerindeki iletişim engelleri hakkında daha spesifik ve net bilgiler vermektedir.

Bu çalışmanın sonu çarı ışığında araştırmaya getirilebilecek öneriler aşağıdaki gibidir:

Yeni medya olgusu, kullanıcılarına kolaylıklar ve fırsatlar sunmaktadır. Yeni medya üzerine yapılan bu araştırmada, üniversite öğrencilerinin yeni medya üzerinde iletişim engelleriyle karşılaştığı görülmüştür. Bu nedenle bireylerin yeni medyadan etkin bir biçimde yararlanması için toplumsal düzeyde, yeni medya hakkında bilgilendirici ve bilinçlendirici çalışmalar yapılmalıdır.

Bu araştırmada, iletişim fakültesinde alınan derslerin içeriğinin öğrencilerin algılarına ve davranışlarına etki ettiği görülmüştür. İletişim fakültesi öğrencileri, yeni medya içerikli dersler almaktadır. Bu durum, öğrencileri yeni medya olgusu hakkında fikir ve bilgi sahibi yapmaktadır. Farklı içerikli eğitim veren fakültelerde, aynı araştırma yapılırsa farklı sonuçlar elde edilebilir. Bu çalışma, farklı fakültelerde yapılarak araştırma sonuçları kıyaslanabilir.

Araştırmada ilçe, şehir ve büyükşehir gibi bölgelerde yaşayan öğrencilerin yeni medya üzerindeki iletişim engelleriyle daha fazla karşılaştığı görülmüştür. Bu durumun nedeni: İlçe, şehir ve büyükşehir gibi bölgelerin kırsal bölgelere oranla yeni medya olanaklarına daha fazla sahip olmasıdır. Ayrıca her yeni medya araç ve ortamının kendine özgü kullanım şekli ve bilgisi vardır. Bu durum, yeni medyanın kullanımı konusunda engeller yaratmaktadır. Bu nedenle ilçe, şehir ve büyükşehir gibi bölgelerde yaşayanlara, yeni medyanın etkili kullanımı konusunda bilgilendirici ve motive edici çalışmalar yapılabilir. Ayrıca köy gibi kırsal bölgelerde, yeni medyanın imkânlarını artıracak çalışmalar yapılabilir.

Araştırmanın uygulandığı örneklem grubu, literatürde dijital yerliler olarak adlandırılan yani dijital teknoloji çağının içinde doğan gruptur ve genç bir kitledir. Dijital yerliler: Teknolojiyi iyi anlayan ve kullanan kişiler demektir. Buna rağmen yinede yeni

teknolojileri kullanırken sorunlar, engeller yaşamaktadırlar. Eğer bu araştırma, dijital göçmenler olarak adlandırılan dijital çağın dışında bir tarihte doğan yani yaş olarak daha yaşlı bir kitle üzerinde yapılsaydı belki de karşılaşılan sorunlar ve engeller daha büyük ve ciddi olabilirdi. Dijital yerli ve dijital göçmenleri içeren iki ayrı örneklem grubu üzerinde benzer bir araştırma yapılabilir ve sonuçlar birbiriyle kıyaslanabilir.

Bu araştırma, gelir düzeyi farkı ciddi açıdan yüksek olan başka bir örneklem grubuna yapılsa daha anlamlı sonuçlar elde edilebilir. Gelir düzeyi farkının yüksek olması, araştırmayı daha doğru ve daha anlamlı sonuçlara götürebilir. Bu araştırmada daha farklı sonuçlar elde etmek için gelir düzeyi farkı daha yüksek başka bir örneklem grubu üzerinde araştırma yapılmalıdır.

Bu araştırma, Türkiye'nin Sakarya kentinde yapılmıştır. Sakarya, Türkiye'nin Marmara Bölgesi'nde bulunmaktadır. Türkiye'nin yedi farklı coğrafi bölgesi vardır. Benzer bir araştırma, Türkiye'nin farklı bölgelerinde yapıp araştırmaların sonuçları birbiriyle kıyaslanabilir.

Bu araştırma, dünyanın en büyük 20 ekonomisinden biri olan Türkiye'nin Sakarya kentinde yapılmıştır. Benzer bir araştırma, Türkiye'den ekonomik olarak daha çok veya daha az gelişmiş bir ülkede yapıp araştırmaların sonuçları birbiriyle kıyaslanabilir.

Araştırmaya genel bir bakış açısıyla bakılırsa, gelir ve yaş düzeyleri birbirine yakın katılımcılar üzerinde yapıldığı görülmektedir. Katılımcıların hepsi öğrencidir. Ve araştırma, Sakarya Büyükşehir'de gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma ölçeği; yaş, cinsiyet, gelir, yaşanan yer ve eğitim düzeyi gibi bağımsız değişkenlere sahip daha farklı araştırma grupları üzerinde de yapılabilir. Bu farklılıklar, yeni medya üzerindeki iletişim engelleri çalışmasına farklı bakış açıları, farklı sonuçlar ve farklı yorumlar getirecektir. Elde edilen sonuçlar birbirleriyle karşılaştırılıp araştırmaya yeni bakış açıları ve öneriler getirebilir.

Tüm bu sonuçlar ve öneriler kapsamında, araştırmanın sonuçları özetlenmiş ve araştırmaya katkıda bulunulacak öneriler sıralanmıştır. Literatürdeki yeni medya çalışmalarına, yeni medya üzerindeki iletişim engelleri çalışmasıyla katkıda bulunulmuş ve yeni medya çalışmalarına yeni bir bakış açısı getirilmiştir.

KAYNAKÇA

- Abbate, J. (2011), İnternetin Popülerleşmesi (s. 472-479), *İletişim Tarihi Teknoloji Kültür Toplum* (2.Baskı). (B. Ersöz Çev.), Ankrara: Sisyasal Kitap Evi.
- Acar, Z. (2014). İletişim Engelleri, M. Işık (Ed.), *İletişim Ve Etik* , 2. Basım, Konya: Eğitim Ayınevi.
- Açıkgöz, H. M. (2005), *Etkin İletişim* (1.Baskı), Ankara: Elis Yayınları.
- Akman, T. K. (2011), *Genel İletişim* (1.Baskı), İzmir: İlya Yayinevi.
- Aktaş, C. (2007), Yeni Medyanın Geleneksel Medya İle Karşılaştırılması, Erol, G. (Ed.), *Medya Üzerine Çalışmalar*, 1.Baskı, S. 107-120, İstanbul: Beta Basım.
- Altunbaş, F. (2014), Sosyal Medyaya Genel Bir Bakış, Demir, M. (Derleyen), *Yeni Medya Üzerine Vol 2*, 1. Baskı, S.45-61, Konya: Literatür Akademi Yayınları.
- Aydoğan, F.(2010), İkinci Medya Çağında Gözetim İle Kamusal Alan Paradoksunda İnternet, (F. Aydoğan, A. Akyüz, Derleyen), *İkinci Medya Çağında İnternet*, 1. Baskı, İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- Aziz, A. (2010). *İletişime Giriş*, 3. Baskı, İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Binark, M. (2014), Giriş, (S.15-25), *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem Ve Teknikleri*, Binark. M (Derleyen), 1.Baskı, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Binark, M. ve Löker, K. (2011). *Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi*. Ankara: Stgm Yayınları.
- Binark, M. (2007). Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular Ve Yöntem Sorunu.(S. 5-44) Binark, M.(Derleyen), *Yeni Medya Çalışmaları*.1. Baskı, Ankara: Dipnot Yayınları.

- Büyüköztürk, Ş. (2016). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, 22. Baskı, Ankara: Pegem Akademi.
- Castells, M. (2008). *Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum Ve Kültür* 1.Cilt (E. Kılıç, Çev.) 2. Baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çağlar, İ ve Kılıç, S. (2014). İletişim Kavramı ve Çeşitleri, Çağlar, İ ve Kılıç, S. (Ed.), *Genel, Teknik Ve Etkili İletişim*, 1. Basım, S.1 -22, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Çomu, T. ve Binark, M. (2013), Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi, M. Çınar (Ed.), *Medya, Nefret Söylemi Kavramlar, Mecralar, Tartışmalar*, İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları.
- Cüceloğlu, D. (2000). *Yeniden İnsan İnsana*, 23. Baskı, İstanbul: Remzi Kitap Evi.
- Demirkol, Z. (2001). *İnternet Teknolojileri*, 1. Baskı, İstanbul: Pusula Yayıncılık
- Dikmen, Ö. G. (2011). Tüketen Tüketiciden Üreten Tüketicie Dönüşümde Sosyal Medyanın Rolü, Z. Hepkon (Ed.), *İletişim Ve Teknoloji, Olanaklar, Uygulamalar, Sınırlar*, Kırmızı Kedi Yayınevi.
- Dikmen, Ü. (2005). *İletişim Çatışmaları Ve Empati*, 34. Baskı, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Eldeniz, L.(2010), İkinci Medya Çağında Etkileşimin Rolü Ve Web 2.0, (F. Aydoğan, A. Akyüz, Derleyen), *İkinci Medya Çağında İnternet*, 1. Baskı, Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- Erdoğan, İ. (2008), *İletişimi Anlamak*, 3. Baskı, Ankara: Erk Yayıncılık.
- Fidan, M. (2011), *İletişim Kurmak İstiyorum* (3.Baskı), Konya: Tablet Kitapevi.
- Gezgin, S. Ve İranlı, A. E. (2017), *Gelişen Teknoloji, Değişen Mekan* (1. Baskı), Eğitim Yayınevi.

- Gökçe, O. (2013). *İletişim Nasıl Daha İyi Anlar Ve Anlaşılırım*, 1. Baskı, Konya: Çizgi Kitapevi Yayınları.
- Gürgen, H. (1997). *Örgütlerde İletişim Kalitesi*, 1. Baskı, İstanbul: Der Yayınları
- Işık, M. (2015), *Sizinle İletişebilir Miyiz?* (9.Baskı), Konya: Eğitim Yayınevi.
- İnan, A. (2000). *İnternet El Kitabı*, 5. Baskı, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Karakulakoğlu, E. S. (2015). Geleceğin Web Teknolojileri: Web 3.0 Ve Etkileşim, Oğuzhan, Ö. (Ed.), *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim*, 1.Baskı, İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Kellner, D.(2014), Yeni Medya ve Yeni Okuryazarlık: Yeni Bin Yılda Eğitimin Yeniden Yapılandırılması (Barış, M.A. Çev.), Çakır, M. (Ed.) *Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar*, 1. Baskı: İstanbul, Doğu Kitapevi, S. 413-444.
- Köksal, A. T. (1996). *İnternet Sizden Korksun*, 1. Baskı, İstanbul: Pusula Yayıncılık.
- Manovich, L. (2011), Medya Nasılyeni Medya Oldu? (S.467-471), *İletişim Tarihi Teknoloji Kültür Toplum* (2.Baskı). (B. Ersöz Çev.), Ankrara: Sisyasal Kitap Evi.
- Manovich, L. (2014),HTML'Den Brorgs'e Yeni Medya, Bozkurt, K.S. (Çev), *Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar*, 1. Baskı: İstanbul, Doğu Kitapevi, S 157-182.
- Sanlav, Ü. (2014). *Sosyal Medya Savaşları*, 1. Baskı, İstanbul: Alioğlu Matbaacılık.
- Stevenson, N. (2008). *Medya Kültürleri Sosyal Teori Ve Kitle İletişimi*, Orhon, G. Ve Aksoy, B. E. (Çev.), 1. Baskı, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Şendeniz, Ö. (2014). Toplumsal Hareketler Repertuarı Ve Sosyal Ağlar: Hes Muhalefeti Örneği. E. Baştürk Akça (Yay. Haz.), *Yeni Medya, Yeni Pratikler, Yeni Olanaklar*. 1. Basım, Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

- Sert, Y.N. (2014), Yeni Medya Aktivist Hareketler Örnek İnceleme: Türkiye’de Lgbtt Aktivizmi, İ. Sayımer Derleyen, *Yeni Medya Araştırmaları Kuramlar Uygulamalar Tartışmalar* (S.284-336),1.Baskı, Literatür Academy Yayınları.
- Timisi, N. (2005), Sanallığın Gerçekliği: İnternetin Kimlik Ve Topluluk Alanlarına Girişi, *İnternet, Toplum, Kültür* (s. 89-105), (M. Binark Ve B. Kılıçbay, Derleyen.), Epso Yayınları.
- Tuna, Y. (2012). İletişim Kavramı ve İletişim Süreci, Vural, İ. (Ed.), *İletişim*, 1. Bask, S. 2-23, Ankara: Pegem Akademi.
- Tutar, H. ve Yılmaz, M. K. (2012), *İletişim Genel Ve Örgütsel Boyutuyla* (8. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yaratan, H. (2017). *Sosyal Bilimler İçin Temel İstatistik*. 1. Baskı, Ankara: Anı Yayınları.
- Yüksel, H. (2008). İletişimin Tanımı ve Temel Bileşenleri, Demiray, U. (Ed.), *Etkili İletişim*, 1. Baskı, S. 2-41, Ankara: Öncü Basımevi.

SÜRELİ YAYINLAR

- Al-Said, K. M. (2015), Students' Perceptions of Edmodo and Mobile Learning and their Real Barriers towards them, TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology – April 2015, volume 14 issue 2, (s. 167-180).
- Aslan, M. G. (2013). Yeni Medyanın Yeni’liği Üzerine, I. Ulusal Medya Kongresi, 7-8 Mayıs 2013 Kocaeli Bildirileri s.102-110. Kocaeli Alternatif Bilim.
- Ata, F. (2018). Yeni Medyada Gerçeğin Yeni İnşacıları: Okurlar. Erciyes İletişim Dergisi, 5 (4), 833-848. DOI: 10.17680/erciyesiletisim.399628
- Aytekin, D, Sütcü, D . (2014). Yeni Medya Ve Ağ Nesli: Türkiye Örneği. Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi, 0 (3), 1-13. Retrieved From [Http://Dergipark.Gov.Tr/Marusad/Issue/393/2762](http://Dergipark.Gov.Tr/Marusad/Issue/393/2762)
- Berge, Z. L. (2013), Barriers To Communication In Distance Education, Turkish Online Journal of Distance Education-TOJDE January 2013 ISSN 1302-6488 Volume: 14 Number: 1 Article 31, (S. 374-388)
- Bingöl, B. (2015). Çoklu Ortam (Multimedya) Tasarımı İçeren Lisans Derslerinde Öğrencilerin Video Ve Animasyon Konuları Hakkındaki Bilgi Düzeyi: Görsel İletişim Tasarımı Öğretimi Üzerine Bir Araştırma. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (39), <http://dergipark.gov.tr/dpusbe/issue/4781/65910>
- Çağırkan, B. (2017). Kültür Sosyolojisinde Metodoloji Tartışmaları: İdeoloji Olarak Kültür Ve Eylem Olarak Kültür. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, (42), 147-160. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/sufesosbil/issue/33853/314743>
- Çakır, H. Ve Topçu, H. (2005). Bir İletişim Dili Olarak İnternet. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1 (19), 71-96. <http://dergipark.gov.tr/erusosbilder/issue/25118/265210>
- Çambay, S. (2015). Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak Yeni Medya: Kuramsal Bir Değerlendirme. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (5), 237-247. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/joiss/issue/10029/307471>
- Dabaj, F. ve İşman, A. (2004), Communication Barriers in Distance Education: “Text-Based Internet-Enabled Online Courses”, Online Submission, International Journal of Instructional Technology and Distance Learning v1 n2 Feb 2004
- Dilmen, N. (2014). Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları. Marmara İletişim Dergisi, 12 (12), 113-122. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/maruid/issue/445/3501>

- Florescu, M. H. ve Pop-Pacurar, I. (2016), Is The Fear Of 'Being Wrong' A Barrier For Effective Communication Between Students And Professors? A Survey Study At Babes-Bolyai University Romania, Acta Didactica Napocensia, v9 n2 p47-66.
- Gürkaynak, M, İren, A. (2011). Reel Dünyada Sanal Açmaz: Siber Alanda Uluslararası İlişkiler. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16 (2), 263-279. Retrieved From [Http://Dergipark.Gov.Tr/Sduiibfd/Issue/20824/222942](http://Dergipark.Gov.Tr/Sduiibfd/Issue/20824/222942)
- İlhan, E. ve Aydoğdu, E. (2015). Medya Okuryazarlığı Dersi ve Yeni Medya Algısına Etkisi. Erciyes İletişim Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 1, s. (52-68).
- İşman, A. Dabaj, F. Altınay, F. Altınay, Z. (2003), Communication Barriers İn Distance Education, The Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET October 2003 ISSN: 1303-6521 volume 2 Issue 4 Article 2, s. 10-14.
- İşman, A. ve Altınay, F. (2005), Communication Barriers: A Study of Eastern Mediterranean University Students' and Teachers' of Online Program and Courses, Turkish Online Journal of Distance Education-TOJDE October 2005 ISSN 1302-6488 Volume: 6 Number: 4 Article: 13 (s. 138-160).
- Işık, D. (2013), Üniversite Kütüphanelerinde Web 2.0 Teknolojilerinin Kullanımı ve Web Tabanlı Kullanıcı Eğitimi İçin Öneriler, Türk Kütüphaneciliği Dergisi, Cilt 27, Sayı 1, Sayfa 100-116.
- Karagöz, K. (2013). Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Hareketleri. İletişim ve Diplomasi Dergisi (1), ss. 131-157, <http://www.iletisimvediplomasi.com/yeni-medya-caginda-donusen-toplumsalhareketler-ve-dijital-aktivizm-hareketleri/>
- Kırık, A. (2017). Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 5 (1), s. 230-261.
- Marchetti, C. Foster, S. Long, G. Stinson, M. (2012) Crossing the Communication Barrier: Facilitating Communication in Mixed Groups of Deaf and Hearing Students, Journal of Postsecondary Education and Disability, 25(1), 51 – 63
- Mestçi, A. (2007). Türkiye İnternet Raporu 2007, XII. Türkiye'de İnternet Konferansı, Bildiri S. 175-183, 8-10 Kasım 2007, Ankara.
- Narin, F. B. (2016), İnternet Gazeteciliğinde Hipermetin Üretimi, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, S.43, s.118-149.
- Newbury, E. Humphreys, L. Fruess, L. (2014) Over the Hurdles: Barriers to Social Media Use in Extension Offices, Journal of Extension, v52 n5 Article 5FEA1.

- Ormanlı, O. (2012). Dijitalleşme Ve Türk Sineması. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, Cilt 2, Sayı 2, Sayfa 32-38. <http://dergipark.gov.tr/tojdac/issue/13009/156739>
- Özçetin, B, Arslan, U , Binark, M . (2012). Türkiye’de İnternet, Kamusal ve Demokratik Kanaat Oluşumu. Folklor/Edebiyat, (72), 51-76. <http://dergipark.gov.tr/fe/issue/26037/274234>
- Topçu, Z. ve Türk, M. S. (2016). Dijital Çağ Okuryazarlığı Bağlamında Yeni Medya Becerileri, Yeni Türkiye Bilim Ve Teknoloji Özel Sayısı II, Sayı 89, Sayfa 459-466.
- Uğurlu, S. (2016). Marka İletişiminde, Yeni ve Sosyal Medyada İçerik Yönetimi. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2 (2), 203-227. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/uskudarsbd/issue/38449/445822>
- Vardal, Z. B. (2015). Yeni Medya Ve Etik, International Multilingual Academic Journal, Cilt 2, Sayı 1, Sayfa 95-103.
- Wolcott, P. ve Çağıltay, K. (2011). Telecommunications, Liberalization And The Growth Of The İnternet İn Turkey, The İnformation Society, 17: 133-141, 2011.
- Yağcı, Y. (2009), Web Teknolojilerinde Yeni Bilgi Fırtınası: Web 3.0, Bilgi Çağında Varoluş: ‘Fırsatlar Ve Tehditler Sempozyumu, Bildiri S. 138-147, 01-02 Ekim Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.
- Yalçın, M. A. (2012), Communication Barriers In Quality Process: Sakarya University Sample, Tojet: The Turkish Online Journal Of Educational Technology – October 2012, Volume 11 Issue 4, (S. 65-71).
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5bf55293bcd687.04708014 Erişim Tarihi: 01.01.2018
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5bf55299d9cc35.97187773 Erişim Tarihi: 18.01.2018
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5bf5535be0e096.60398537 Erişim Tarihi: 20.01.2018
- <http://internet.btk.gov.tr/turkiye-de-internet-hukuku-detay-71.html> Erişim Tarihi: 10.08.2018
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5bf5538bb591e7.03504413 Erişim Tarihi: 09.08.2018

EKLER

EK1; Cinsiyete göre t-Test

Independent Samples Test										
	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
FORTALAMA	Equal variances assumed	2,189	,142	-,330	100	,742	-,05392	,16335	-,37800	,27016
	Equal variances not assumed			-,330	95,967	,742	-,05392	,16335	-,37817	,27033

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
PORTALAMA	Equal variances assumed	,689	,408	-,088	100	,930	-,01471	,16691	-,34584	,31643

Equal variances not assumed			- ,088	98,704	,930	-,01471	,16691	- ,34590	,31648
--------------------------------------	--	--	-----------	--------	------	---------	--------	-------------	--------

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means							
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference
									Lower Upper
SORTALAMA Equal variances assumed		1,088	,300	- ,088	100	,930	-,01569	,17923	- ,37127 ,33990
	Equal variances not assumed			- ,088	98,000	,930	-,01569	,17923	- ,37136 ,33998

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means							
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference
									Lower Upper
KORTALAMA Equal variances assumed		,079	,779	,474	100	,636	,08627	,18191	- ,27463 ,44718

Equal variances not assumed			,474	99,997	,636	,08627	,18191	-,27463	,44718
--------------------------------------	--	--	------	--------	------	--------	--------	---------	--------

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
YORTALAMA Equal variances assumed	,003	,956	-,337	100	,737	-,05556	,16466	-,38224	,27113
Equal variances not assumed			-,337	99,739	,737	-,05556	,16466	-,38225	,27114

EK2- Gelir Düzeyine Göre Anova

ANOVA

YORTALAMA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1,187	3	,396	,570	,636
Within Groups	68,030	98	,694		
Total	69,217	101			

ANOVA

FORTALAMA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1,292	3	,431	,632	,596

Within Groups	66,824	98	,682		
Total	68,116	101			

ANOVA

SORTALAMA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1,677	3	,559	,683	,565
Within Groups	80,241	98	,819		
Total	81,918	101			

ANOVA

PORTALAMA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1,013	3	,338	,472	,702
Within Groups	70,029	98	,715		
Total	71,042	101			

ANOVA

KORTALAMA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1,507	3	,502	,592	,621
Within Groups	83,068	98	,848		
Total	84,574	101			

EK3- Bölüme Göre Anova-

Fiziksel Eknik Ve Geçici Engeller Faktörü

ANOVA

FORTALAMA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2,165	2	1,083	1,625	,202
Within Groups	65,950	99	,666		
Total	68,116	101			

EK 4: Anket

İyi günler! Bu anket; Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Yeni Medya Üzerindeki İletişim Engellerini belirlemek amacıyla Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri üzerinde yapılmaktadır.

D.1. Cinsiyetiniz?

- A) KADIN B) ERKEK

D.2. Yaşınız?

- A) 18-20 Yaş arası B) 21-23 Yaş arası C) 24-26 Yaş arası D) 27 Yaş ve üzeri

D.3. Nerede yaşıyorsunuz?

- A) KÖY B) İLÇE C) ŞEHİR D) BÜYÜKŞEHİR

D.4. Aylık net geliriniz ne kadardır?

- A) 400 TL'den az B) 401-1000 TL arası
C) 1001-2000 TL arası D) 2001 ve TL ve üzeri

D.5. Hangi bölümde okuyorsunuz?

- A) Halkla İlişkiler ve Reklamcılık B) İletişim Tasarımı ve Medya
C) Gazetecilik D) Radyo Televizyon ve Sinema

!!!

Yeni medya araç ve ortamlarının kullanımı esnasında karşımıza çıkan ve istenilen sonuçlara ulaşılmasını önleyen durumları ya da şartları, yeni medya üzerinde karşılaştığımız olumsuzlukları engel olarak açıklayabiliriz.

Bu açıklamayı arka sayfadaki soruları cevaplarken dikkate almanızı rica eder,

Katılımınız için teşekkür ederiz.

Fiziksel, Teknik ve Geçici Engeller	1. Tamamen Katılmıyorum	2. Katılmıyorum	3. Kararsızım	4. Katılıyorum	5. Tamamen Katılıyorum
F.1.Yeni medya üzerinde Teknik sorunlar engeliyle karşılaşırım.	1	2	3	4	5
F.2. Yeni medya üzerindeki Teknik sorunları çözerken engellerle karşılaşırım.	1	2	3	4	5
F.3. Yeni medyanın Teknik kullanımı esnasında engeller yaşarım.	1	2	3	4	5
F.4. Yeni medyada İki yönlü iletişim kurmada engeller yaşarım.	1	2	3	4	5
Psikolojik Engeller					
P.1.Yeni medyayı kullanırken Motive olma engeli yaşarım.	1	2	3	4	5
P.2. Yeni medyayı kullanmam Heyecanlı olmamı engeller.	1	2	3	4	5
P.3. Yeni medyayı kullanırken Hislerimi açıklamada (kendimi ifade edebilmemde) engeller yaşarım.	1	2	3	4	5
P.4. Yeni medyada Rahatsız edilme engeliyle karşılaşırım.	1	2	3	4	5
Sosyal iletişim ve Ortak Çalışma Engelleri					
S.1.Yeni medya Ortak çalışmayı engeller.	1	2	3	4	5
S.2. Yeni medya düşünceli iletişim kurmayı engeller.	1	2	3	4	5
S.3. Yeni medya Bilgi paylaşımını engeller.	1	2	3	4	5
S.4. Yeni medya Doğru bilgiye ulaşmayı engeller	1	2	3	4	5
S.5. Yeni medyada Sosyalleşmeyi engeller	1	2	3	4	5
Kültürel Engeller					
K.1.Yeni medya Farklı kültürleri Öğrenmeyi engeller.	1	2	3	4	5
K.2. Yeni medya Kültürel karakteristikler(özellikleri) yansıtmayı engeller.	1	2	3	4	5
K.3. Yeni medya Kültürel paylaşımı engeller	1	2	3	4	5
K.4. Yeni medya Kültürleri yaşatmayı engeller.	1	2	3	4	5
K.5.Yeni medya Kültürler arası iletişim kurmayı engeller.	1	2	3	4	5
Yapısal Engeller					
Y.1. Yeni medya üzerinde problemleri çözerken engellerle karşılaşırım.	1	2	3	4	5
Y.2.Yeni medya mobil iletişimleri üzerinde engellerle karşılaşırım.	1	2	3	4	5
Y.3.Yeni medya üzerinde Kaynaklara erişimde (ulaşabilmede) engeller yaşarım.	1	2	3	4	5
Y.4.Yeni medya üzerinde Bilgi edinmede sıkıntı yaşama engeliyle karşılaşırım.	1	2	3	4	5
Y.5. Yeni medya, öğrencilerin kendi aralarındaki iletişimlerini engeller.	1	2	3	4	5
Y.6. Yeni medya, öğrenciler ve öğretim üyeleri arasındaki iletişimi engeller.	1	2	3	4	5

ÖZGEÇMİŞ

Sevim AKYILDIZ, 20.11.1992 tarihinde Trabzon’da doğmuştur. İlk ve ortaöğrenimini Sakarya’da tamamlamıştır. Lise eğitimini Sakarya Ali Dilmen Anadolu Lisesi’nde almıştır. Lisans eğitimine ise 2011 yılında Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü’nde başlamış ve 2015 yılında mezun olmuştur. 2016 yılında Yüksek Lisans öğrenimine Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı’nda başlamıştır. Ve halen akademik çalışmalarına devam etmektedir.

