

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI**  
**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BİLİM DALI**

**CİNSİYET TEMELLİ DİJİTAL EŞİTSİZLİĞİN**  
**KAPATILMASINA YÖNELİK KURUMSAL SOSYAL**  
**SORUMLULUK PROJESİ ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Deniz AKTİN**

**KOCAELİ 2019**

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI**  
**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BİLİM DALI**

**CİNSİYET TEMELLİ DİJİTAL EŞİTSİZLİĞİN**  
**KAPATILMASINA YÖNELİK KURUMSAL SOSYAL**  
**SORUMLULUK PROJESİ ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Deniz AKTİN**

**Danışman: Prof. Dr. İdil SAYIMER**

**KOCAELİ 2019**

T.C.  
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI  
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BİLİM DALI

CİNSİYET TEMELLİ DİJİTAL EŞİTSİZLİĞİN KAPATILMASINA  
YÖNELİK KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK PROJESİ  
ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan: Deniz AKTİN

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 26.06.2019 / 18

Jüri Başkanı: Prof. Dr. İdil SAYIMER

Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Gamze YETKİN CILIZOĞLU

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Ayda İNANÇ

KOCAELİ 2019

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ .....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT .....	vi
KISALTMALAR .....	vii
TABLolar .....	viii
ŞEKİLLER.....	ix
GRAFİKLER .....	x
GİRİŞ .....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

<b>1. BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNE ERİŞİM SORUNU .....</b>	<b>4</b>
1.1. ENFORMASYON TOPLUMUNUN DOĞUŞU.....	5
1.1.1. Enformasyon Toplumu ve Özellikleri .....	5
1.1.2. Enformasyon Toplumu Bağlamında Toplum ve Teknoloji İlişkisi .....	8
1.1.3. Enformasyon Toplumunda Bilgi ve İletişim Teknolojileri.....	9
1.1.3.1. Bilgisayar Teknolojileri .....	10
1.1.3.2. İnternet Teknolojisi .....	11
1.2. BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNE ERİŞİM SORUNU: DİJİTAL EŞİTSİZLİK.....	13
1.2.1. Dijital Eşitsizlik Kavramı .....	14
1.2.2. Dijital Eşitsizlik Değişkenleri.....	14
1.2.2.1. Coğrafya.....	15
1.2.2.2. Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler.....	16
1.2.2.3. Sosyo - Ekonomik Durum.....	17
1.2.2.4. Eğitim.....	17
1.2.2.5. Yaş .....	20
1.2.2.6. Cinsiyet .....	23
1.3. TOPLUMSAL CİNSİYET BAKIŞ AÇISINDAN DİJİTAL EŞİTSİZLİK .....	25
1.3.1. Toplumsal Cinsiyet Kavramı .....	26

1.3.2. Toplumsal Cinsiyet Rollerini .....	27
1.3.3. Toplumsal Cinsiyet ve Teknoloji İlişkisi .....	29
1.3.3.1. Teknoloji ve Toplumsal Cinsiyete Yönelik Feminist Yaklaşım .....	30
1.3.3.2. Bilgi ve İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Cinsiyet.....	31

## İKİNCİ BÖLÜM

<b>2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ANLAYIŞI.....</b>	<b>34</b>
2.1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLUK KAVRAMI .....	34
2.2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUKLA İLGİLİ KAVRAMLAR .....	38
2.2.1. Kurumsal Şeffaflık.....	38
2.2.2. Kurumsal Hesap Verebilirlik .....	39
2.2.3. Kurumsal Sürdürülebilirlik .....	39
2.2.4. Kurumsal Vatandaşlık.....	40
2.3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN KAPSAMI VE SINIRLARI.....	40
2.3.1. Çalışanlara Karşı Sorumluluklar .....	41
2.3.2. Hissedarlara Karşı Sorumluluklar.....	42
2.3.3. Tüketicilere Karşı Sorumluluklar .....	42
2.3.4. Topluma Karşı Sorumluluklar .....	43
2.3.5. Devlete Karşı Sorumluluklar .....	43
2.3.6. Çevreye Karşı Sorumluluklar .....	44
2.3.7. Rakiplere Karşı Sorumluluklar .....	44
2.3.8. Tedarikçilere Karşı Sorumluluklar .....	44
2.4. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK YAKLAŞIMLARI .....	46
2.4.1. Klasik Yaklaşım.....	46
2.4.2. Modern Yaklaşım .....	47
2.5. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ.....	48
2.5.1. Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli .....	48
2.5.2. Sethi'nin Sosyal Sorumluluk Modeli .....	49
2.5.3. Ackerman'ın Sosyal Duyarlılık Modeli .....	50
2.5.4. Carroll'un Sosyal Sorumluluk Piramidi Modeli .....	51
2.5.5. Wartick ve Cochran Sosyal Sorumluluk Modeli .....	53

2.5.6. Wood'un Sosyal Performans Modeli .....	54
2.6. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK YÖNETİMİ .....	55
2.7. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI .....	56

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

<b>3. CİNSİYET TEMELLİ DİJİTAL EŞİTSİZLİĞİN KAPATILMASINA YÖNELİK KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK " KADIN İÇİN TEKNOLOJİ" PROJESİ ÖRNEĞİ</b> .....	62
3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU .....	62
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	63
3.3. ARAŞTIRMANIN SORULARI.....	63
3.4. VARSAYIMLAR .....	64
3.5. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	64
3.6. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ .....	65
3.7. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....	66
3.8. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	66
3.9. ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....	68
3.9.1. Proje Ortakları İle İlgili Genel Bulgular .....	68
3.9.2. Proje Ortaklarının Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışlarına İlişkin Bulgular .....	70
3.9.3. Toplum ve Teknoloji İlişkisine Dair Bulgular.....	71
3.9.4. Proje İçeriğine İlişkin Bulgular.....	73
3.9.5. "Kadın İçin Teknoloji" Projesine İlişkin Değerlendirme ve Öneriler .....	79
SONUÇ.....	80
KAYNAKÇA.....	83
EK - 1: GÖRÜŞME SORULARI .....	91
ÖZGEÇMİŞ .....	92

## ÖNSÖZ

Yüksek lisans tez çalışmam süresince bana yol gösteren, emeğini ve sabrını esirgemeyen danışmanım Prof. Dr. İdil SAYIMER'e, değerli katkılarından dolayı Doç. Dr. Ayda İNANÇ, Dr. Öğr. Üyesi Gamze YETKİN CILIZOĞLU ve Dr. Öğr. Üyesi Banu KÜÇÜKSARAÇ'a çok teşekkür ederim.

Canım dostlarım Kadir ÖZBAY, Berkant YILMAZ, dostluğunuz ve yardımlarınız için çok teşekkür ederim.

Bu çalışma kardeşim, yol arkadaşım Hilal DELİBAŞ'a ithaf olunmuştur.

**Deniz AKTİN 2019**

## ÖZET

Bu çalışmada bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim sorunu yaşanmasının nedeni olarak cinsiyet temelli dijital eşitsizlik olgusuna ve dijital eşitsizliği kapatmak amacıyla yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projelerine odaklanılmıştır.

Bu bağlamda araştırmanın temel konusu olan kadın - erkek arasındaki dijital eşitsizliğin anlaşılabilmesi için ilk bölümde, enformasyon toplumu ve özellikleri, toplum ve teknolojisi ilişkisi; bilgi iletişim teknolojilerine erişim sorunu ve nedenleri, dijital eşitsizliğe neden olan değişkenler; cinsiyet temelli dijital eşitsizliğin nedeni olarak toplumsal cinsiyet kavramı, toplumsal cinsiyet rolleri, toplumsal cinsiyet ve teknoloji ilişkisi incelenmiştir.

İkinci bölümde, cinsiyet temelli dijital eşitsizliğin kapatılmasına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) faaliyetlerinin anlaşılabilmesi için, KSS kavramına, KSS'nin kapsamı, sınırları ve modellerine, KSS yönetimi ve KSS'nin avantaj ve dezavantajlarına yer verilmiştir.

Araştırmanın uygulama kısmında, kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında gerçekleştirilen "Kadın İçin Teknoloji" projesi analiz edilmiştir. Bu doğrultuda "Kadın İçin Teknoloji" projesini hayata geçiren Teknosa ve proje ortağı Habitat Derneği ile görüşülmüş ve yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılarak yöneltilen soruların cevapları araştırmanın bulguları kısmında verilmiş ve değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Bilgi Ve İletişim Teknolojileri, Dijital Eşitsizlik, Toplumsal Cinsiyet, Kurumsal Sosyal Sorumluluk



## **ABSTRACT**

In this study, the aim is corporate social responsibility focused on closing digital inequality and gender-based digital inequality as a problem to access information and communication technologies.

In this context, in order to understand the digital inequality between women and men which is the main concern of this study, information society and its characteristics, the relationship between society and technology; problems and causes of access to information communication technologies; variables that cause digital inequality; The concept of gender-based digital inequality, gender, gender roles, gender and technology are examined in the first chapter.

In the second chapter, in order to understand corporate social responsibility (CSR) activities for closing down the gap of gender-based digital inequality, the concept of CSR, the scope, limits and models of CSR, the advantages and disadvantages of CSR management and CSR are covered.

In the exercise of the research "Technology for Woman" project, which is realized within the scope of corporate social responsibility, has been analyzed. Teknosa and the project partner Habitat Association who accomplish the project, were interviewed and the answers of the questions asked by using semi-structured interview technique were given and evaluated in the findings of the study.

**Keywords:** Information and Communication Technologies, Digital Unequality, Gender, Corporate Social Responsibility

## KISALTMALAR

- ABD:** Amerika Birleşik Devletleri
- ARPANET:** Advanced Research Projects Agency Net
- BİT:** Bilgi ve İletişim Teknolojileri
- BT:** Bilgi Teknolojileri
- IP:** İnternet Protokolü
- ITU:** Uluslararası Telekomünikasyon Birliği
- KSS:** Kurumsal Sosyal Sorumluluk
- OECD:** Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
- STK:** Sivil Toplum Kuruluşları
- T.C:** Türkiye Cumhuriyeti
- TCP:** İletim Kontrol Protokolü
- TÜBİSAD:** Türkiye Bilişim Sanayicileri Derneği
- TÜİK:** Türkiye İstatistik Kurumu
- UNDP:** Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
- WWW:** World Wide Web

## TABLULAR

<b>Tablo 1:</b> Sanayi Toplumu Ve Enformasyon Toplumunu Birbirinden Ayıran Özellikler .....	7
<b>Tablo 2:</b> TÜİK, 2005-2013 Yılları Arasında En Son Kullanım Zamanına Göre Türkiye'de Kır Ve Kentte 16-74 Yaş Grubu Bireylerin Bilgisayar Ve İnternet Kullanım Oranları .....	15
<b>Tablo 3:</b> 2004 -2018 Yılları Arası Türkiye'de Bilgisayar Ve İnternet Teknolojisi Kullanım Oranları .....	24
<b>Tablo 4:</b> Carroll'un Sosyal Sorumluluk Bileşenleri.....	52
<b>Tablo 5:</b> Kurumsal Sosyal Performans Modeli .....	53
<b>Tablo 6:</b> KSS Projelerinin İşletmeye Sağladığı Faydalar .....	57
<b>Tablo 7:</b> KSS Projelerinin Paydaşlara Sağladığı Faydalar.....	58
<b>Tablo 8:</b> (Devam) KSS Projelerinin Paydaşlara Sağladığı Faydalar .....	59

## ŞEKİLLER

Şekil 1: Carroll'un Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi.....	51
Şekil 2: Sosyal Performans Modeli.....	55



## GRAFİKLER

**Grafik 1:** Son Üç Ay İçinde Bireylerin Eğitim Durumuna Göre Bilgisayar Teknolojisi Kullanım Oranları .....18

**Grafik 2:** Son Üç Ay İçinde Bireylerin Eğitim Durumuna Göre İnternet Teknolojisi Kullanım Oranları .....19

**Grafik 3:** Son Üç Ay İçinde Bireylerin Yaş Grubuna Ve Cinsiyetine Göre Bilgisayar Teknolojisi Kullanım Oranları .....21

**Grafik 4:** Son Üç Ay İçinde Bireylerin Yaş Grubuna Ve Cinsiyetine Göre İnternet Teknolojisi Kullanım Oranları .....22



## GİRİŞ

Bilgi, tarih boyunca olduğu gibi, günümüzde de tüm toplumların en önemli zenginlik kaynağıdır. İnsanlığın var olduğu ilk andan beri bireylerin ve toplumların gelişmesinde en önemli etkidir. Bilgi ve bilginin aktarılması, kullanılması sayesinde insanlık ilk devrimini tarımla yapmıştır. Üretimle birlikte insanlığın refah seviyesi yükselmiş böylelikle bilginin değer üreten gücü daha fazla önem kazanmıştır. Bilginin teknolojiyi kullanma, geliştirme ve yeni teknolojilerin icadında en önemli unsur olması neticesinde, bilgiyi hızlıca pratiğe döken toplumlar insanlığın ikinci devrimini gerçekleştirmiştir. Bilgi sayesinde arttırılan hammaddenin, yine bilgi sayesinde geliştirilen sanayi teknolojilerinde işlenmesi sonucunda toplumların varlıkları artmıştır. Zenginliklerini arttıran toplumlar bilgi ve teknolojiye daha fazla yatırım yapmaya başlamıştır. Böylelikle tarım ve sanayi toplumlarının güç kaynağı olan emek ve sermayenin yerini, yeni bir devrimin temelini oluşturan bilgi almıştır.

Yeni bir çağın başlangıcının temeli olan bilgi sayesinde teknolojik gelişmeler artmış ve yaygınlaşmıştır. Bilginin değerinin artması neticesinde bilgiyi işleme gerekliliği önem kazanmıştır. Böylelikle bilginin üretilmesi, depolanması, işlenmesi ve iletilmesi enformasyon toplumuna dönüşümü hızlandırmıştır. Bu dönüşüm sürecinde bilgi ve iletişim teknolojileri yaygınlaşmış, ekonomik ve sosyal yaşamın en önemli unsuru olmuştur. Bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim ve bu teknolojileri kullanım, ekonomik ve toplumsal gelişim için zorunluluğa dönüşmüştür. Ancak enformasyon çağında bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanım yoğunluğu ve kalitesi bakımından toplumlara nüfuzunda bazı sorunlarla karşı karşıya kalınmıştır.

Ülkeler arasında veya bir toplumun üyeleri arasında eğitim, yaş, kır-kent yaşamı, sosyo-ekonomik durum ve cinsiyet değişkenleri sebebiyle bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim ve bu teknolojileri kullanım eşitsizliği meydana gelmiştir. Oluşan bu dijital eşitsizlik sorununun çözümüne yönelik çalışmalara başlanmıştır. Erişim altyapısının yaygınlaştırılması, bilgisayar teknolojilerine erişim için elektronik cihaz fiyatlarının düşürülmesi, bireylere bilgi ve iletişim teknolojileri kullanım becerisi kazandırılması yönünde ağırlık kazanan bu çalışmaları hem devlet kurumları hem de özel sektör kurumları farklı projelerle hayata geçirmektedir.

Ülkemizde bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimine ve bu teknolojilerin ekonomik ve sosyal yaşama etkilerine ilişkin politika ve strateji arayışları 1990'lı yılların ortasından itibaren gündeme gelmiştir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2015: s.10). Kamu kurumlarının bu politika ve strateji arayışları neticesinde hayata bir çok proje geçirilmiştir. Bu projelere örnek olarak; 2005 yılında çocuklar, gençler, kadınlar ve engellilerin bilgisayar ve İnternet teknolojileri kullanım becerilerini arttırmak için ülkemiz Kalkınma Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP), Habitat Derneği ve Microsoft işbirliğiyle "Bilenler Bilmeyenlere Bilgisayar Öğretiyor" projesi ve T.C. Kalkınma Bakanlığı'nın öncülüğünde, T.C. Milli Eğitim Bakanlığı'nca tüm okullara bilgi teknolojileri (BT) sınıflarının kurulması, eğitim ve öğretimde fırsat eşitliğini sağlamak amacıyla FATİH projesi hayata geçirilmiştir.

Dijital eşitsizliği azaltmak için kamu kurumlarının yanı sıra özel sektör kurumları da kurumsal sosyal sorumluluk anlayışları çerçevesinde çeşitli projeler geliştirmiştir. Bu projelere örnek olarak, UNDP, Türkiye Vodafone Vakfı ve Habitat Derneği ortaklığında ülkemizde dijital eşitsizliği kapatmak, bilgisayar okur-yazarlığı oranını arttırmak ve gençlik istihdamının desteklenmesi hedefiyle "Bilgisayar Bilmeyen Kalmayacak" projesi, Türk Telekom, UNDP ve Habitat Derneği ortaklığında İnternet okur-yazarlığının artırılması, yeni medya araçlarının bilinçli kullanımı konusunda farkındalık sağlanması amacıyla tüm bireyleri hedef kitle olarak seçen "İnternetle Hayat Kolay" projesi hayata geçirilmiştir. Yapılan araştırmalarda dijital eşitsizlik olgusunun temelinde teknoloji olması nedeniyle proje sahibi ya da ortağı olan kurumların teknoloji üretimi / hizmeti yapan kurumlar olduğu tespit edilmiştir.

Bu araştırmanın amacı doğrultusunda ise, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim sorunu yaşanmasının nedeni olarak cinsiyet temelli dijital eşitsizlik olgusuna ve dijital eşitsizliği kapatmak amacıyla yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projelerine odaklanılacaktır. Bu doğrultuda araştırmanın evrenini Türkiye Bilişim Sanayicileri Derneği üyeleri oluşturmaktadır. Bu üyeler arasından amaçlı örneklem yöntemi kullanılarak ülke çapında cinsiyet temelli dijital eşitsizliği kapatmaya yönelik proje yapan bir üye şirket çalışma kapsamına alınmıştır. Kadın - erkek arasındaki dijital eşitsizliğin kapatılmasına yönelik kadınların bilgi iletişim teknolojilerini kullanımı konusunda farkındalık sağlamayı ve temel beceriler

kazandırmayı hedefleyen Teknosa şirketinin "Kadın İçin Teknoloji" projesi örnekleme alınmıştır.





## BİRİNCİ BÖLÜM

### 1. BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNE ERİŞİM SORUNU

*"Kadını götürüp mutfağa ya da süslenme odasına kapatıyor,  
sonra da ufkunun darlığına şaşırıyoruz; kanatlarını  
kesiyoruz, sonra uçamıyor diye yakınıyoruz."*

*Simone de Beauvoir*

Çağımızın güç kaynağı "bilgi" sayesinde gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri, ekonomik ve toplumsal birçok gelişme sağlanmıştır. Buna bağlı olarak bu teknolojileri kullanan bireyler de gündelik hayat ve toplumsal pratiklerinde birçok kolaylık yaşamaya başlamıştır. Ancak bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaştığı bu süreçte bu teknolojilere erişim sorunu da söz konusudur. Gelişmişlik, coğrafi konum, sosyo-ekonomik durum, eğitim, yaş, cinsiyet gibi değişkenler nedeniyle bilgisayar ve İnternet teknolojilerine erişim ve kullanım konularında önemli farklılıklar gözlenmektedir.

Cinsiyet, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimi ve kullanımı etkileyen önemli değişkenlerden birisidir. Cinsiyet olgusu, dijital eşitsizliğe neden olan diğer değişkenlerle birlikte değerlendirildiğinde, diğer değişkenlerin temelinde de var olduğu gözlenmiştir. Örneğin yapılan çalışmalar, ulusal veya uluslararası coğrafi konum nedeniyle bilgi ve iletişim teknolojilerine (BİT) erişim sorunu yaşandığını göstermektedir. Ancak, coğrafi konumun engel teşkil etmediği durumlarda da cinsiyet olgusuna bağlı olarak eşitsizlik devam edebilmektedir. Bu nedenle cinsiyet olgusuna bağlı olarak, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim ve kullanım eşitsizliği toplumsal cinsiyet kavramı ile açıklanmaya çalışılmıştır.

İlk bölümde, enformasyon toplumu ve özellikleri, toplum ve teknoloji ilişkisi; bilgi iletişim teknolojilerine erişim sorunu ve nedenleri, dijital eşitsizliğe neden olan coğrafya, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, sosyo-ekonomik durum, eğitim, yaş ve cinsiyet değişkenleri, cinsiyet temelli dijital eşitsizliğin nedeni olarak toplumsal

cinsiyet kavramı, toplumsal cinsiyet rolleri, toplumsal cinsiyet ve teknoloji ilişkisi incelenmiştir

## **1.1. ENFORMASYON TOPLUMUNUN DOĞUŞU**

Dünya tarihi süresince insanlığın yaşadığı çağları "Dalgalar Kuramı"yla üçe ayıran ve her bir çağı ayrı bir dalga olarak değerlendiren Toffler, bugüne kadar insanlığın iki büyük değişiklik dalgası geçirdiğini anlatmaktadır. İlk değişiklik dalgasını "Tarım Devrimi" olarak tarihselleştiren Toffler, bu çağa toprak ve tarımın ayrıcalık kazandırdığını, yaşamın merkezinin köy olduğunu belirterek 1650 - 1750 yıllarına kadar birinci dalganın devam ettiğini vurgulamaktadır. Dünyanın farklı yerlerindeki toplumların bir bölümünde halen ilkeliklere rastlanırken; bir bölümünde ise ikinci dalgayı başlatan endüstrileşme belirtilerine rastlanır. 18. ve 19. yüzyıllarda yeni bir çağı başlatan "Sanayi Devrimi"nde, buhar gücüyle çalışan makineler sermaye birikimini artırarak, insan yaşamının her alanına uzanan, çok kapsamlı ve niteliği çok fazla olan bir toplum düzenini ifade etmektedir. Toffler 1980 yılında yayınladığı "Üçüncü Dalga" kitabında ise, gözünün önünde yepyeni bir uygarlık doğduğunu ve çağın en sarsıcı olayının bu uygarlığın doğuşu olduğu görüşünü öne sürmüştür (Toffler, 1980: ss. 27-44). Yazar, "üçüncü dalga" kavramı ile içinde bulunduğumuz "Enformasyon Çağı"ndan bahsetmektedir. Gelen bu üçüncü dalga ile sanayi toplumundaki emek ve sermayenin yerini, enformasyon ve bilgi almaktadır (Kumar, 2004: s. 25). Daniel Bell, sanayi öncesi toplumun güç kaynağı hammadde; sanayi toplumunun güç kaynağı para; sanayi sonrası toplumun ise güç kaynağının bilgi olduğunu vurgulamıştır (Bell, 1976: ss. 46-49).

### **1.1.1.Enformasyon Toplumu ve Özellikleri**

Sanayileşme, ekonomik büyümeye yönelik iken; enformasyon, teknolojiye yöneliktir. Teknolojik gelişme ile kalkınma ve bilgi birikimi hedeflenmektedir. Enformasyon, bilgi ve iletişim teknolojileri bağlamında düzenlenmiş ve iletilmiş veri olarak tanımlanır (Castells, 2013: s. 17) ve bu döneme yani enformasyon çağına ayrıcalık kazandıran teknolojidir. Teknoloji, hedeflenenin pratiğe dönüştürülebilmesi için örgütlenmiş olan bilgidir. Bu bilgi, her türlü araç ve makineler olduğu kadar,

bilgisayar ve matematik teknikler gibi mental unsurları da kapsamaktadır (Kongar, 2011: s. 343). Castells (2013: s. 38); teknolojiden anladığım, Harvey Brooks ve Daniel Bell'in de belirttiği gibi, "bilimsel bilginin, şeyleri yeniden üretilebilir bir biçimde yapmanın yollarını belirlemek için kullanılmasıdır" ve enformasyon çağıının kilit unsurunun enformasyon teknolojileri olduğudur. Bu teknolojilere mikro-elektronik, bilgisayarlar (makine ve yazılım), telekomünikasyon gibi birbirine yaklaşan teknolojiler dizisini dahil eder. Benzer biçimde Masuda ve Kumar da enformasyon toplumunun en önemli kaynağının bilgisayar teknolojisi olduğunu vurgulamışlardır (Dura ve Atik, 2002: s. 51).

Enformasyon toplumu için genel tanıma yer vermek gerekirse; Marshall (2003: s. 199), ulusal ve uluslararası iletişimi kolaylaştırmak ve enformasyon kaynaklarına kolay bir şekilde erişimin sağlanabilmesi açısından bilgisayar ve telekomünikasyon araçlarının yaygın olarak kullanıldığı bir toplumdur şeklinde tanımlamıştır. Erol Mutlu, "İletişim Sözlüğü" kitabında, enformasyon toplumunu, bilginin en önemli kaynak, üretim aracı, aynı zamanda da temel ürün olduğu; öyle ki, işgücü çoğunluğunun enformasyon endüstrisi işçilerinden oluştuğu ve enformasyonun diğer göstergelere göre ekonomik ve toplumsal olarak baskın bir toplum olarak tanımlamıştır (Mutlu, 2008: s. 94).

Enformasyon toplumuyla ilgili farklı bir yaklaşım da Manuel Castells'tan gelmiştir. Castells, yeni oluşan bu toplumu "ağ toplumu" olarak nitelendirmiştir. Ağlar günümüzde toplumun sinir sistemi gibi görev görmektedir. Çünkü bu ağ altyapısı tüm sosyal ve kişisel hayatımızın inşasında ve geliştirilmesinde oldukça etkilidir. Geçmişte insanların inşa etmiş olduğu ulaşım yollarından daha etkili olan bu sistemler 'enformasyon otoyolları' olarak tasvir edilmektedir (Van Dijk, 2006: s. 3). Castells'in şu savı ön plana çıkardığını ifade etmektedir: "21. yüzyıla geçiş büyük ve tüm dünyayı etkisi altına alan dönüşümlerle olmuştur. Çıkış noktası ise toplumun maddi temelini yeniden biçimlendiren enformasyon teknolojisi devrimidir. Buna bağlı olarak oluşan enformasyonizm ve onun toplumsal yapıdaki karşılığı da ağ toplumdur. Toplumu ağlardan oluşan sosyal bir yapı olarak görür. Çağımızı karakterize eden küresel refah, güç ve enformasyon akışı, bu yeni teknolojik kapasiteye dayanır" (Lyon, 2004: s. 49).

Bir teknoloji devrimi niteliğinde olan enformasyon çağına geçişteki değişimin neticesinde toplumun, kültürün ve ekonominin değişip dönüştüğü, bilgisayarların vazgeçilemeyen bir teknoloji haline geldiği, iletişimin ve enformasyonun arttığı ve dünyanın her yerinden bilgi almanın kolaylaştığı vurgulanmaktadır (Aktaş, 2007: s. 182). Bu noktada Masuda, Bell, Toffler, Castells, Kumar gibi toplum kuramcılarının enformasyon toplumunun oluşması ve gelişmesinin esas kaynağı olarak bilgisayar teknolojisini işaret etmelerinin önemi bir kez daha vurgulanmalıdır.

"Enformasyon Toplumu" kavramının ilk kullanıcısı kabul edilen Masuda, enformasyon toplumu vizyonunu sanayi toplumu karşısında ayırt edilmesini sağlayan bazı özellikler olduğunu öne sürmüştü ve bunları şu şekilde ifade etmiştir (Geray, 2003: ss. 120-121).

**Tablo 1:** Sanayi Toplumu ve Enformasyon Toplumu Birbirinden Ayıran Özellikler

<b>Sanayi Toplumu</b>	<b>Enformasyon Toplumu</b>
Merkezi hükümetlerce karakterize edilir.	İktidarın aşıldığı, merkezde gönüllü toplulukların bulunduğu sınıfsız bir toplumdur.
Ekonominin yapısında materyal sermayesi egemendir. Dolayısıyla maddi değerler üzerine kuruludur.	Ekonominin yapısında bilgi sermayesi, egemendir. Enformasyon değerleri üzerine kuruludur.
Kişinin maddi refah tüketimi yapmasına dayanır	Kişinin bilişsel yaratıcılığına dayanır.

Sanayi toplumu özelliklerinden farklı özelliklerle ifade edilen enformasyon toplumu kavramına, farklı toplum kuramcıları tarafından; sanayi ötesi toplum, üçüncü dalga, küresel köy, teknolojik toplum, bilgi toplumu, bilişim toplumu, yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri gibi farklı adlar verilse de kavramın dönemsel özelliği, teknolojinin üretiminde ve gelişiminde aynı zamanda toplumun değişimi ve gelişiminde en önemli kaynağın "bilgi" olduğudur. Çalışmada, Castells'in belirttiği enformasyon teknolojileri arasında yer alan "bilgisayar (makine ve yazılım)" ve "İnternet" kullanımı açısından bireyin kendini geliştirme yolları araştırılacaktır.

### 1.1.2. Enformasyon Toplumu Bağlamında Toplum ve Teknoloji İlişkisi

Toplum ve teknoloji ilişkisini tartışan farklı yaklaşımlar söz konusudur. Bu yaklaşımları; teknolojik belirleyicilik, toplumsal belirleyicilik ve teknolojik tarafsızlık olarak üzere üçe ayırmak mümkündür.

Teknolojiyi tarafsız olarak ele alan tartışmalar, teknolojiyi tüketim biçimine ve teknolojinin iyi ya da kötü amaçla kullanım tarzlarına odaklanmaktadır. Diğer yaklaşım, teknolojinin toplum üzerinde belirleyici olduğunu savunan teknolojik belirleyicilik yaklaşımıdır. Bir diğer yaklaşım ise, toplumun teknoloji üzerinde belirleyici olduğunu savunan toplumsal belirleyicilik yaklaşımıdır (Savcı, 1999: s. 126).

Teknoloji ve toplum ilişkisinde isimlerinden uzun zaman bahsettiren McLuhan ve Powers'ın (2001: s. 25) teknolojik iyimserlik olarak da anılan “teknolojik belirlenimcilik” yaklaşımına göre, teknoloji kendi iç dinamiği olan ve kendi kendine bir gelişim izleyen bir olgudur. Teknolojinin toplumdaki bağımsız bir şekilde geliştiğini savunan teknolojik belirlenimcilik, teknolojiyi ve teknolojik gelişmeyi doğal bir süreç olarak kabul etmektedir. “teknolojik belirlenimcilik” kavramıyla, toplumsal değişim ve gelişimin ardındaki kuvvetin teknolojik ilerleme olduğu varsayılmış, daha verimli ve yoğun olarak teknolojinin kullanıldığı toplumlar, "ideal toplum" olarak sunulmuştur. Teknolojik belirlenimcilik anlayışına göre toplumların değişimi ve gelişimi ilkel toplumdaki tarım toplumuna, tarım toplumundan sanayi toplumuna, sanayi toplumundan da enformasyon toplumuna doğru gerçekleşir ve teknolojik ilerleme bu değişim ve gelişimlerin belirleyicisi ve yönlendiricisidir (Beşli, 2007: s. 90; Savcı, 1999: s. 126; Binark, 1999: s. 17).

Teknolojik belirlenimciliği eleştiren, “toplumsal belirlenimcilik” yaklaşımı ise teknolojinin gelişmesinde belirleyici faktörün toplumun kendisi olduğunu, teknolojik değişim ve gelişmelerin toplumsal olarak ya da çalışma ilişkileriyle oluşturulduğunu varsayar. Toplumsal belirlenimcilikte vurgu, teknolojinin sosyal şekillenmesi, biçimlenmesi üzerinedir (Savcı, 1999: s. 127).

Postman'ın ile Castells, enformasyon teknolojileri devriminin toplumsal boyutunu, Melvin Kranzberg'in teknoloji ve toplum arasındaki ilişkiye dair dile

getirdiği kanununu izleyerek "teknolojinin ne iyi, ne kötü, ne de nötr" olduğunu belirtmektedir. Aynı zamanda Castells, teknolojinin toplumu belirlemediğini, toplum da teknolojik değişimin yönünü çizemeyeceğini çünkü bilimsel keşif, teknolojik yenilik ve bunların toplumsal uygulama süreçlerine bireysel yaratıcılık ve girişimcilik de dahil birçok etken dahil olur; öyle ki, nihai sonuç, karmaşık bir etkileşim sürecine dayalıdır (Postman, 2006: s. 15; Castells, 2013: ss. 6-96).

Sonuç olarak, teknolojinin iyiliğini ve kötülüğünü onun kullanım biçimleri belirlemektedir. Başlı başına teknolojiye pozitif veya negatif anlamlar yüklemek doğru olmayacaktır. Bu doğrultuda teknolojinin toplumu belirlediğini veya toplumun teknolojik ilerlemeyi yönlendirdiğini söylemek de doğru bir ifade olmayacaktır. Tüm bunlar etkileşimli ve çok boyutlu süreçleri içermektedir.

### **1.1.3. Enformasyon Toplumunda Bilgi ve İletişim Teknolojileri**

Enformasyon toplumunun ortaya çıkışında, gelişiminde ve bugünkü formunu almasında iki temel unsurun etkisi söz konusudur. Bunlar; bilgisayar ve İnternet teknolojileri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Enformasyon toplumunun gelişmesinin dinamiğini oluşturan bilgisayar teknolojisi, bir yandan zihinsel emeğin yerini tutarak, diğer yandan ise insanın zihinsel emeğinin çerçevesini genişleterek, yaşanan değişime önemli bir faktör olarak damgasını vurmuştur. Öte yandan olağan üstü hız kazanan İnternet bilgisayarlar vasıtasıyla toplumsal, siyasal, ekonomik vb. etkileşime geçmelerinde en önemli işleve sahiplik ederek, bilginin serbest dolaşımını sağlamaktadır (Bozkurt, 2000: ss. 30-31). Buna ek olarak yeni medya ise diğer iki değişkenin gelişimine bağlı olarak ortaya çıkan ve günümüzde giderek yaygınlaşan, bilginin evrensel düzeyde yayılmasında pay sahibi olan önemli bir medya platformudur.

Bilgi ve iletişim teknolojileri; İnternet, bilgisayarlar, tabletler, akıllı telefonlar gibi hem çevrimiçi hem de çevrimdışı iletişim araçlarından meydana gelmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin ortak teknik özellikleri, enformasyonun toplanmasında, saklanmasında, işlenmesinde ve aktarımında sayısal teknik kullanan sistemlerden yararlanmasıdır. Enformasyon teknolojileri olarak da adlandırılan yeni iletişim teknolojileri üç önemli alanda, bilgisayar, telekomünikasyon ve

mikroelektrik alanında meydana gelen gelişmelerin sonucudur (Timisi, 2003: s. 81; Van Dijk, 2016: s. 17).

Bilgi ve iletişim teknolojileri, dijital kodlama sistemi aracılığıyla, iletişim kuranlar arasında eş zamanlı, yoğun ve yüksek hızda gerçekleştirilen çoklu ortamlara dayalı iletişim araçlarıdır. Yeni iletişim teknolojileriyle, "eski"den farklı olarak enformasyonun düz çizgisel aktarımından hiper metinselliğe geçilmiş bunun sonucunda iletişim etkileşimli ve karşılıklı hale gelmiştir (Binark, 2007: ss. 5-27).

### **1.1.3.1. Bilgisayar Teknolojileri**

Bilgisayarlar, insanların yapabilecekleri işlerin bir bölümünü, nasıl yapılacağı insanlar tarafından tanımlanmak kaydıyla, insanlardan daha çabuk ve güvenilir şekilde çözen, insanların bilgi üretme gücünü arttırarak, bilginin sistematik olarak düzenlenmesini, saklanmasını, işlenmesini, iletilmesini, bilgiye yeniden ulaşımı ve kullanılmasını sağlayan otomatik makinelerdir. Bilginin sistemli olarak düzenlenmesi, saklanması, işlenmesi, iletilmesi, gerektiğinde yeniden ulaşılarak kullanılabilmesi bilgisayarlar sayesinde gerçekleşmektedir. Bilgisayarla, çok kolay ve hızlı biçimde, çok büyük miktarda bilgiye erişme şansı doğmaktadır. En basitinden, en karmaşık matematik işlemlerine kadar birçok sorun, aşırı hızlarda çözülebilmekte, yazılabilmekte ve çizilebilmektedir (Öğüt, 2001: s. 35; Özçağlayan, 1998: s. 22).

Bilgisayarlar, aldığı komutlara bağlı olarak yüklenen verileri işleyerek problem çözen otomatik elektronik aygıtlardır. Çalışma ilkeleri, donanım tasarımları ve uygulama alanları açısından farklı kategorilere ayrılabilen bilgisayarların bizim konumuz açısından önemi, "bilgi-işlem" yapma; yani "bilgişim" fonksiyonundan kaynaklanmaktadır.

Bilgisayar teknolojisindeki hızlı gelişme, dev bilgisayarların küçülmesini ve ucuzlamasını sağlarken; sınırlı kullanımından, yaygın kullanıma, ferdi kullanıma kadar uzanan imkanlar doğurmuştur. 1990'lı yıllarda bir bilgi ve iletişim aracı olarak kullanılan bilgisayarlar, multimedya sistemlerle, metinlerin yanı sıra görüntü ve seslerle ilgili işlemler yapar hale gelmiştir. Bilgisayar ve iletişim teknolojisindeki hızlı gelişme, üretim için her türlü bilgi akışını hızlandırıp kolaylaştırdığı gibi, zaman

ve mekan konusunda sağladığı avantajlarla, üretimde etkinliği ve verimliliği arttırmıştır (Vasseur, 1993: s. 70; Erkan, 1993: s. 53).

### **1.1.3.2. İnternet Teknolojisi**

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, iletişimin yeni bir aktörü İnternet'i gündeme getirmiştir. İnternet aynı zamanda bilgi toplumunun en önemli mihenk taşlarından birisidir. İnternet bu kadar önemli hale gelmişken, birçok araştırmacı konuya ilgi duymaya başlamıştır ve böylelikle İnternet ile ilgili olarak gerek ulusal gerek uluslararası alanyazında çok sayıda tanımlama yapılmıştır.

Timisi İnterneti, ağların ağı olarak tanımlamakta ve birbirine bağlı sayısız bilgisayar ağlarından oluşan büyük bir bilgisayar ağı olarak ifade etmektedir. Bir diğer tanımlamaya göre İnternet, ağlar aracılığıyla birbirine bağlı olan ve sayısal hale getirilen verinin, bilgisayarlar ya da yeni iletişim teknolojileri arasında alınıp verilmesini sağlayan, şifrelemeye ve şifre çözmeye dayalı özel bir dil kullanan en geniş çoklu ortamdır (Timisi, 2003: s. 121; Törenli, 2005: s. 115).

Sayısal ağları birbirine bağlayan ağ olarak tanımlanan İnternet ile her türlü hareketli görüntü, sabit görüntü, müzik ve ses yanında metinsel verilerin iletimine olanak tanımaktadır. Web 2.0 sayesinde yaşamın tüm alanlarında rol oynamaya başlayan İnternet sayesinde, fiziksel bir mekanda karşı karşıya gelme zorunluluğu olmaksızın insanların birbirleriyle 24 saat kesintisiz iletişim kurmaları mümkün olmuştur (Geray, 2003: s. 20; Sayımer, 2014: s. 102).

Günümüzde sohbet, veri paylaşımı, haberleşme, ticari faaliyetler vb. amaçlarla kullanılan İnternet'in ortaya çıkmasında askeri temelli ihtiyaçların rol oynadığını söylemek mümkündür. 1969 yılında ARPANET (Advanced Research Projects Agency Net) olarak ortaya çıkan bilgisayar ağ sistemi Amerikan Askeri Karargahı Pentagon'da kullanılmıştır.<sup>1</sup> 1973 yılında ağ için protokol sisteminin geliştirilmesi kapsamında çalışmalar başlamış ve "İletim Kontrol Protokolü (TCP)" nün farklı alternatifleri geliştirilmiştir. 1980 yılında ise TCP sabitlenerek ARPA'ya bağlı bilgisayarlar arasındaki iletişimi kolaylaştırmıştır. 1983 yılına gelindiğinde TCP/IP

---

<sup>1</sup> İnternet, 1950'lerde ilk Sputnik'in uzaya fırlatılmasıyla Amerikan ordusunun nükleer saldırılardan etkilenmeyecek bir iletişim sistemi tasarlama isteğiyle ABD Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Kurumu tarafından başlatılan çalışmalarla oluşturulmuştur (Castells, 2005: s. 58).



protokolü (İletim Kontrol Protokolü / İnternet Protokolü)'ne geçiş yapılarak ARPA kullanımını standartlaştırılmıştır (İspir, 2013: s. 11).

1990'lı yıllardan itibaren Amerika Birleşik Devletlerinde başlayarak tüm dünyaya yayılan ve "İnternet" olarak tanımlanan bu küresel ağ, kullanıcıların İnternet'in her noktasına belirli sayfa adresleri (alan adı) üzerinden erişebilmeleri ve diğer kullanıcılarla karşılıklı etkileşimde bulunabilmeleri amacıyla World Wide Web (www) adı verilen işleyiş geliştirilmiştir. WWW standartları sayesinde metin, ses, resim, görüntü gibi her türlü formatı İnternet üzerinde barındırmak, almak ve göndermek olanaklı hâle gelmiş ve İnternet'in kitlesel bir iletişim ortamı hâline dönüşmesinin temelleri atılmıştır (Aktaran: Polat, 2016: s. 410).

Günümüzde ise İnternet tam anlamıyla bir yaşam biçimine dönüşürken, İnternet'siz bir evin varlığından söz etmek pek mümkün değildir. Bireyler değişen ve gelişen iletişim teknolojilerinin hızına ayak uydurarak zamanlarının önemli bir bölümünü bilgisayarlar, mobil cihazlar vb aracılığıyla İnternet'te geçirir hale gelmiştir.

We Are Social (2018) tarafından her sene yayınlanan İnternet, dijital kullanım istatistikleri kapsamında Dünyada ve Türkiye'de yapılan araştırmalar ile elde edilen veriler de bu kullanım yoğunluğunu destekler niteliktedir. Araştırma bulguları şu şekildedir;

- We Are Social tarafından gerçekleştirilen 2018 İnternet kullanım istatistiklerine göre ([www.wearesocial.com/us](http://www.wearesocial.com/us)); Dünya'da 4 milyardan fazla İnternet kullanıcısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İnternet kullanıcı sayısı 2017 yılına göre %7 artış göstererek 2018 yılı itibariyle toplamda 4.021 milyar kişiye ulaşmıştır.
- Global Web Index tarafından gerçekleştirilen araştırmaya göre, bireylerin günde ortalama 6 saatini bu platformda geçirdikleri sonucuna ulaşılmıştır ([www.globalwebindex.com](http://www.globalwebindex.com)).
- İnternet kullanım ve cihaz arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik araştırma sonucuna göre ise, bireylerin %52'si (bir önceki yıla

göre %4 artış göstererek) internet kullanımını akıllı telefonları ile gerçekleştirmektedir. Mobil telefon kullanıcı sayısı 2017 yılına göre %4 artış göstererek 2018 yılı itibariyle toplamda 5.135 milyar kişiye ulaşmıştır.

- Sosyal Medya kullanıcı sayısı 2017 yılına göre %13 artış göstererek 2018 yılı itibariyle toplamda 3.196 milyar kişiye ulaşmıştır.

İnternet kullanımına yönelik Türkiye’de de çeşitli araştırmalar söz konusudur. Statista tarafından gerçekleştirilen araştırma sonucuna göre 2013-2019 yılları arasında İnternet kullanımına yönelik elde edilen bulgular şu şekildedir (Statista, 2018);

- Statista tarafından gerçekleştirilen araştırma sonucuna göre, Türkiye’de İnternet kullanımının 2018 yılı itibariyle %53,5’lik orana ulaştığı (son 5 yılda %14,1’lik artış göstererek) ve 2019’da da bu oranın %56’ya ulaşacağı sonucuna ulaşılmıştır.

İnternet ve bilgisayar teknolojilerinin her geçen yıl kullanım oranlarının artması bilgi toplumunun oluşmasında önemli imkanlar sunmakla birlikte, bu teknolojilere herkesin eşit bir biçimde ulaşması konusunda sorunlar yaşanmaktadır. Yaşanan bu sorunlar gelişmişlik, sosyo-ekonomik, eğitim, yaş ve cinsiyet gibi değişkenlere göre farklılıklar göstermektedir. Bu değişkenler ise bilgi toplumunda önemli bir sorunsal olarak; bu teknolojilere erişim ve kullanım becerilerini kapsayan "dijital eşitsizlik" kavramını karşımıza çıkarmaktadır.

## **1.2. BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNE ERİŞİM SORUNU: DİJİTAL EŞİTSİZLİK**

Bilgi ve iletişim teknolojilerin gelişmesi ile sınırlar ortadan kaldırmış, bireylere birçok kolaylık sağlamış ve hızlı bir gelişim yaşanmıştır. Fakat BİT'e erişemeyenler, erişebilseler bile bu teknolojiler ile nasıl etkileşime geçeceğini yeterli düzeyde bilemeyenler için bu gelişim negatif yönde ilerlemiş ve bireyler, cinsiyetler, sınıflar

hatta uluslar arasında bile eşitsizlikler ve uçurum artmıştır. Bu bağlamda dijital eşitsizlik kavramı ve dijital eşitsizlik değişkenleri bu bölümde irdelenmiştir.

### **1.2.1. Dijital Eşitsizlik Kavramı**

1990'ların sonunda yeni medyanın toplum için yarattığı sonuçların tartışılması sırasında yeni bir tür yeni bir terim türemiştir: dijital bölünme. Genellikle dijital bölünme bilgisayar ve İnternet'e erişimi olanlar ve olmayanlar arasındaki boşluğu tanımlamak için kullanılır (Van Dijk, 2016: s. 273).

İngilizce “Digital Divide” olarak kullanılan ve dilimize “dijital uçurum - bölünme-açıklık-eşitsizlik” olarak çevrilen kavram, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim noktasında, gelişmiş olan ülkelerle gelişmemiş olan ülkeler arasındaki farklılığa işaret etmek üzere kullanılan bir kavramdır. Sayısal bölünme olarak da ifade edilen kavram, değişik coğrafi alanlarda sosyo-ekonomik koşullar bakımından farklılık gösteren ticari işletmeler ve bireylerin, bilgi ve haberleşme teknolojilerine erişim imkanı ile İnternet kullanım amacına yönelik geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır (Akca, 2014: s. 6). Bir başka tanımlamaya göre ise dijital eşitsizlik; “bilgi ve iletişim teknolojilerine düzensiz erişim ve bu teknolojileri kullarımdaki sınırlı yetenek” şeklinde ifade edilmektedir (Gray vd., 2017: s. 328).

Sayısal bölünme kavramı en geniş haliyle bireyler, şirketler veya ülkeler arasındaki BİT'e erişim ve bu teknolojilerin kullanım farklılıklarını ifade etmek için kullanılmaktadır. Bireyler arasında yaş, eğitim düzeyi, cinsiyet, gelir seviyesi farklılıklarına bağlı olarak ortaya çıkan sayısal bölünme, şirketlerde ölçeğe ve bulunulan sektöre göre kendini göstermektedir (Gürcan, 2015: s. 5).

### **1.2.2. Dijital Eşitsizlik Değişkenleri**

Bireyler arasında dijital eşitsizliğin oluşumunda veya yaygınlaşmasında bazı faktörler etkili olmaktadır. Bu faktörlerden bazıları; coğrafya, ülkelerin gelişmişlik düzeyleri, sosyo-ekonomik değişken, eğitim, yaş ve cinsiyet olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu faktörlerden özellikle cinsiyet temelli yaşanan dijital eşitsizlik çalışmanın odağı olması bakımından önem teşkil etmektedir.

### 1.2.2.1. Coğrafya

Kırsal alana göre, kentsel alanlarda yaşayanların toplumsal ve mekânsal konumu erişimi ve kullanımı kolaylaştırmaktadır. Kentlerde, beceri ihtiyacı ve beceriyi kazanma imkanı enformasyon teknolojilerine erişme ve bunları kullanma ve bilgiyi yorumlama olanakları ile enformasyon teknolojilerinin altyapısı ve erişim olanakları daha fazladır (Alampay, 2006: s. 11).

**Tablo 2:** TÜİK, 2005-2013 Yılları Arasında En Son Kullanım Zamanına Göre Türkiye'de Kır ve Kentte 16-74 Yaş Grubu Bireylerin Bilgisayar ve İnternet Kullanım Oranları (%)<sup>2</sup>

Yıl	Türkiye	Bilgisayar Kullanımı			İnternet Kullanımı		
		Kadın	Erkek	Toplam	Kadın	Erkek	Toplam
2005	Kırsal	2,12	6,16	8,28	1,39	4,66	6,05
	Kent	7,92	15,24	23,16	6,06	12,51	18,57
2006 <sup>3</sup>	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-
2007	Kırsal	9,1	20,03	14,7	7,1	18,3	12,7
	Kent	25,2	46,6	36,1	22,07	43,0	33,1
2008	Kırsal	10,6	24,7	17,5	9,2	22,3	15,6
	Kent	30,7	51,4	40,9	29,2	49,2	39,1
2009	Kırsal	11,5	27,2	19,0	10,6	25,3	17,6
	Kent	32,1	53,2	42,6	30,3	51,6	40,9
2010	Kırsal	13,6	30,8	22,0	12,3	29,3	20,7
	Kent	36,0	56,8	46,3	34,9	54,8	44,7
2011	Kırsal	14,7	32,0	23,3	13,7	30,6	22,0
	Kent	40,5	60,1	50,2	38,9	58,0	48,4
2012	Kırsal	14,0	32,1	22,8	13,6	32,4	22,7
	Kent	42,1	62,9	52,5	41,1	61,7	51,4
2013	Kırsal	15,0	44,6	24,6	14,6	33,2	23,7
	Kent	43,2	63,1	53,2	42,0	61,8	51,8

**Kaynak:** TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2005-2013

<sup>2</sup> 2013 yılında TÜİK kır-kent ayrımında veri vermeyi durdurmuştur.

<sup>3</sup> 2006 yılında TÜİK araştırma yapmamıştır.

2005 - 2007 yıllarında Nisan - Haziran aylarında, 2008 -2013 yıllarında Ocak - Mart aylarında TÜİK tarafından yapılan hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması incelendiğinde;

- Kırsal nüfusun bilgisayar kullanımı %8,28'den %24,6 'ya yükselmiştir.
- Kent nüfusunun bilgisayar kullanımı %23,16'dan %53,2'ye yükselmiştir.
- Kırsal nüfusun İnternet kullanımı %6,05'ten %23,7'ye yükselmiştir.
- Kent nüfusunun İnternet kullanımı %18,57'den %51,8 e yükselmiştir.

Verilen bu bilgilere göre hem kırsal kesimde hem de kentlerde bilgisayar ve İnternet teknolojilerinin kullanımında artış olduğu görülmektedir. Görülen bu artışlarda dikkat edilmesi gereken önemli husus ise kırsal kesimde ve kentlerde bu teknolojileri kullanımda kadın ve erkek yüzdeleridir. 2005 yılından 2013 yılına dek kadınlar bu teknolojileri erişim/kullanımda erkeklerden geride olmaktadır.

#### **1.2.2.2. Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler**

Bilgi ve iletişim teknolojileri, bilgi toplumunun oluşumunda önemli bir faktör olarak karşımıza çıksa da bu teknolojilere sahip olan ülkeler sahip olmayanlara göre daha avantajlı durumdadır ve bu durum ülkeler arasındaki eşitsizliği artırmaktadır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin bilgilenmenin önündeki engelleri kaldırdığı yönündeki görüşlerin karşısında yer alan araştırmacılar, teknolojiye ve bilgiye ulaşma ve bu kaynaklardan yararlanma konusunda yoksul ülkelerin, toplumların, sınıfların, toplumda eşit şartlara sahip olmayan insanların içinde buldukları durumun değişmeyeceğini, mevcut durumun daha da perçinleneceğini savunmaktadırlar (Alankuş, 2003: ss. 27-28).

Sayısal bölünme kavramı, zaman içinde ülkeler arasındaki erişim ve kullanım farklılıklarını kapsayacak biçimde de kullanılmaya başlanmıştır. Daha çok, gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkeler arasında var olan bu eşitsizliğe küresel sayısal bölünme denilmektedir (Gürcan, 2015: s. 5).

2000'li yılların başında, OECD ülkelerinde nüfusun %30 ila %40'ı İnternet kullanıcısı iken, dünyanın geri kalanın ulusal popülasyonlarında bu oran hala %5'in

altında bir kullanım oranına sahipti (Gray vd., 2017: s. 328). Bu durum dijital eşitsizlikte coğrafi farklılıkları gözler önüne sermesi bakımından önemlidir.

Dünya genelinde İnternet erişimindeki artış hızlı olmuştur, ancak dengesizdir. İnternet'e olan erişimine yönelik yapılan araştırma sonuçlarına göre İnternet'e en çok erişim sağlayan ilk üç bölge sırasıyla; %94'lük oranla Kuzey Avrupa, %90'luk oranla Batı Avrupa ve %88'lik oranla Amerika (Kuzey) olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet'e erişimin en az olduğu üç yer ise sırasıyla, %12'lik oranla Orta Afrika, %27'lik oranla Doğu Afrika ve %36'luk oranla Güney Asya olarak karşımıza çıkmaktadır (We Are Social, 2018)

### **1.2.2.3. Sosyo - Ekonomik Durum**

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin çoğunda olduğu gibi, İnternet bilgisayarlar aracılığıyla kullanıldığı için pahalı bir teknolojidir ve servisin kullanımı için, bir İnternet hattı sağlanması ve bu hatta sürekli ücret ödenmesi gerekmektedir. İnternet'in yüksek maliyetli, bir teknoloji olması, düşük sosyo-ekonomik statüye sahip kişilerin bu teknolojiden faydalanmasının önünde büyük bir engel oluşturmaktadır (Speight, 1999: s. 139).

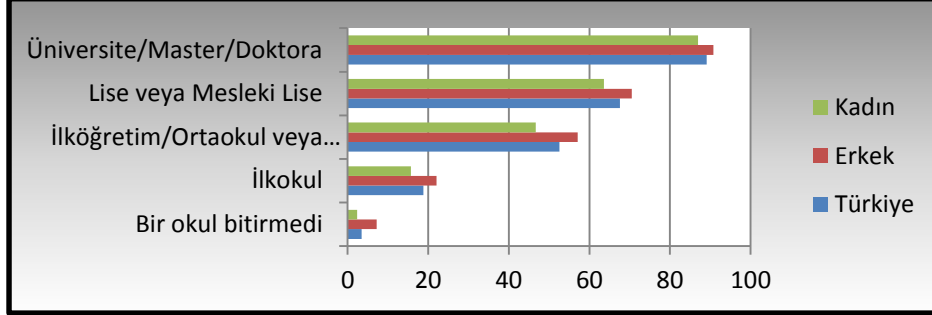
Bilgi ve iletişim teknolojileri ile bunların içeriklerine erişim tüketicilerin sosyo-ekonomik ve kültürel konumlarına bağlıdır. Erişim altyapıya, teknolojik ürüne ve içeriğe erişimi kapsar. Bu açıdan erişim sadece belli bir hizmet ya da teknolojiye değil, enformasyon olanaklarına erişimi kapsar. Mali bir yük olan bilgisayar aboneliği, bilgisayar okur-yazarlığı ve bilgisayar teknolojisinin diğer unsurları İnternet teknolojisini kullanmanın ön şartıdır. Gelir düzeyi yüksek olanlar teknolojiye ve enformasyona daha kolay erişmekte ve kullanmaktadırlar (Alampay, 2006: s. 11).

### **1.2.2.4. Eğitim**

Eğitim düzeyi yüksek olanlar ve beyaz yakalılar, düşük eğitim ve beceri düzeyine sahip olanlara göre, enformasyon teknolojilerine ve içeriklerine fiziksel ve toplumsal olarak daha çok ve daha kolay erişmektedirler (Alampay, 2006: s. 11).

TÜİK tarafından yapılan bireylerin eğitim durumuna göre bilgisayar kullanım oranları 2004 yılından 2018 yılına dek;

**Grafik 1: Son Üç Ay İçinde Bireylerin<sup>4</sup> Eğitim Durumuna Göre Bilgisayar Teknolojisi Kullanım Oranları, 2018**



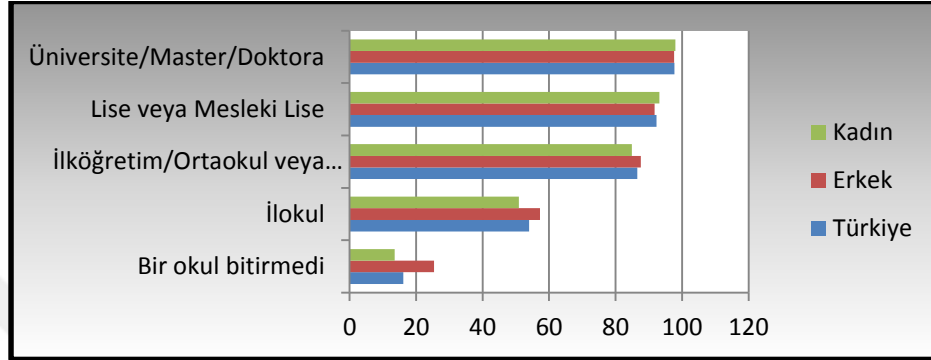
**Kaynak:** TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2004-2018

- Bir okul bitirmeyen ve bilgisayar teknolojisi kullanan erkeklerin oranı %2,6'dan %7,2'ye; kadınların oranı %0,4'ten %2,4'e yükselmiştir. Toplam oran ise %0,9'dan %3,5'e yükselmiştir.
- İlkokulu bitiren ve bilgisayar teknolojilerini kullanan erkeklerin oranı %3,7'den %22,1'e; kadınların oranı %0,7'den %15,7'ye yükselmiştir. Toplam oran %2,2'den %18,8'e yükselmiştir.
- İlköğretim, Ortaokul veya Mesleki Ortaokul bitiren ve bilgisayar teknolojilerini kullanan erkeklerin oranı %29,2'den %57,1'e; kadınların oranı ise %15,9'dan %46,7'ye yükselmiştir. Toplam oran %24,1'den %52,6'ya yükselmiştir.
- Lise veya Mesleki Lise bitiren ve bilgisayar teknolojilerini kullanan erkeklerin oranı %45,6'dan %70,5'e; kadınların oranı %27,4'ten %63,6'ya yükselmiştir. Toplam oran ise %37,8'den %67,6'ya yükselmiştir.

<sup>4</sup> Tablo başlığında bulunan bireyler ifadesi 16-74 yaş grubundaki bireyleri ifade etmektedir.

- Üniversite, master veya doktora bitiren ve bilgisayar teknolojilerini kullanan erkeklerin oranı %71,4'ten %90,8'e; kadınların oranı %67,1'den %87'ye yükselmiştir. Toplam oran %69,7'den %89,1'e yükselmiştir.

**Grafik 2: Son Üç Ay İçinde Bireylerin<sup>5</sup> Eğitim Durumuna Göre İnternet Kullanım Oranları, 2018**



**Kaynak:** TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2004-2018

TÜİK tarafından yapılan bireylerin eğitim durumuna göre İnternet kullanım oranları 2004 yılından 2018 yılına dek;

- Bir okul bitirmeyen ve İnternet teknolojisi kullanan erkeklerin oranı %2'den %25,4'e; kadınların oranı %0,2'den %13,6'ya yükselmiştir. Toplam oran ise %0,7'den %16,2'ye yükselmiştir.
- İlkokulu bitiren ve İnternet teknolojilerini kullanan erkeklerin oranı %2,3'ten %57,3'e; kadınların oranı %0,4'ten %50,9'a yükselmiştir. Toplam oran %1,3'ten %54'e yükselmiştir.
- İlköğretim, Ortaokul veya Mesleki Ortaokul bitiren ve İnternet teknolojilerini kullanan erkeklerin oranı %22,5'ten %87,6'ya; kadınların oranı ise %9,5'ten %84,9'a yükselmiştir. Toplam oran %17,6'dan %86,5'e yükselmiştir.

<sup>5</sup> Tablo başlığında bulunan bireyler ifadesi 16-74 yaş grubundaki bireyleri ifade etmektedir.



- Lise veya Mesleki Lise bitiren ve İnternet teknolojilerini kullanan erkeklerin oranı %37,7'den %91,7'ye; kadınların oranı %19,3'ten %93,2'ye yükselmiştir. Toplam oran ise %29,8'den %92,3'e yükselmiştir.
- Üniversite, master veya doktora bitiren ve İnternet teknolojilerini kullanan erkeklerin oranı %61,4'ten %97,6'ya; kadınların oranı %58'den %98'e yükselmiştir. Toplam oran %60,1'den %97,7'ye yükselmiştir.

Bireylerin eğitim durumuna göre bilgisayar ve İnternet teknolojileri kullanımında dijital eşitsizlik ile eğitim düzeyi arasında önemli bir paralellik vardır. Araştırmadan çıkarılabilecek en önemli sonuç ise, eğitim seviyesi arttıkça cinsiyet bağlamındaki dijital eşitsizlik azalmaktadır.

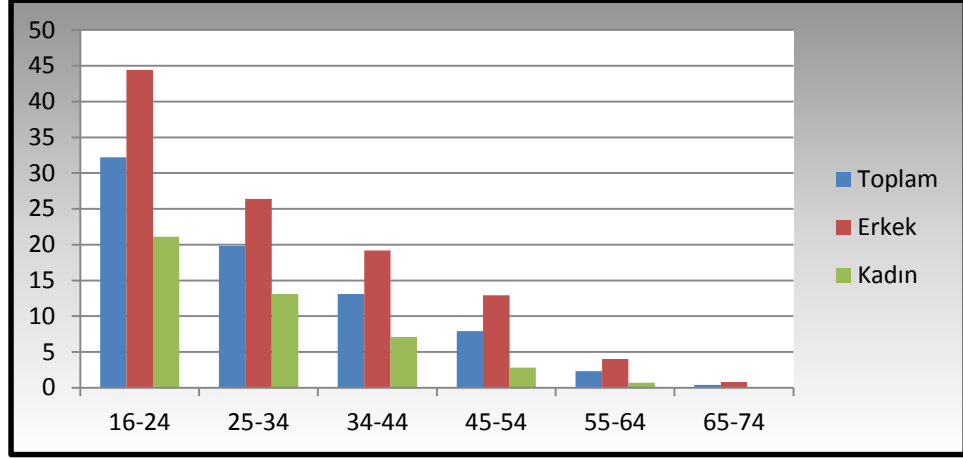
İnternet'ten yararlanma imkanı sağlanmış olsa bile, İnternet'in bir eğitim aracı olarak fonksiyon görebilmesi için doğru kullanılması gerekmektedir, bu teknolojiiden yararlanan herkesin her konuda bilgi sahibi olması mümkün değildir. Enformasyonun bilgiye dönüştürülerek kullanılması insanların bu bilgiyi yorumlayıp koordine etmesine bağlıdır. İnternet eğitim düzeyi yüksek olanlara özgü bir eğitim aracıdır ve İnternet'in bilgi kaynağı olabilmesi için insanların neyi aradığını bilmesi gerekmektedir. İnternet ortamında daha fazla bilgiye ulaşılmış olması bu bilgilerin tümünün kullanılacağı anlamına gelmemektedir. Bu noktada karşımıza yeni bilgi iletişim teknolojilerine erişim ve kullanma becerisi sorunsalı çıkmaktadır.

#### **1.2.2.5. Yaş**

Genç insanlar da yaşlılara göre enformasyon teknolojilerini ve içeriklerini daha çok kullanma eğilimindedirler (Alampay, 2006: s. 11). Bu teknolojileri ve içeriklerini en çok kullanan grubun 16-34 yaş grubu olduğu tespit edilmiştir.

TÜİK tarafından yapılan bireylerin yaş grubuna ve cinsiyetine göre bilgisayar kullanım oranları 2004 yılından 2018 yılına dek;

**Grafik 3: Son Üç Ay İçinde Bireylerin Yaş Grubuna ve Cinsiyetine Göre Bilgisayar Teknolojisi Kullanım Oranları, 2018**

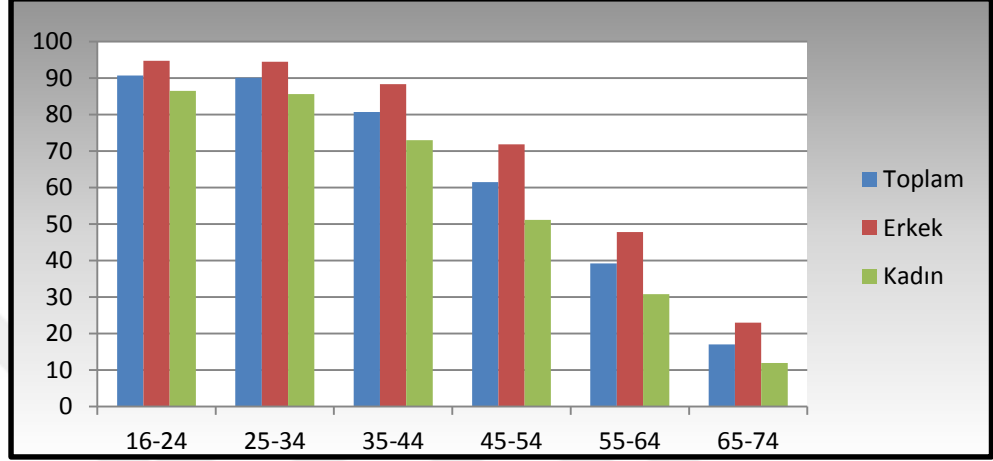


**Kaynak:** TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2004-2018

- 16-24 yaşlarında bilgisayar teknolojisi kullanan erkeklerin oranı %44,4'ten %75,1'e; kadınların oranı %21,1'den %61'e yükselmiştir. Toplam oran ise %32,2'den %68,2'ye yükselmiştir.
- 25-34 yaşlarında bilgisayar teknolojisi kullanan erkeklerin oranı %26,4'ten %69,8'e; kadınların oranı %13,1'den %69,8'e yükselmiştir. Toplam oran ise %19,8'den %61,7'ye yükselmiştir.
- 35-44 yaşlarında bilgisayar teknolojisi kullanan erkeklerin oranı %19,2'den %57,4'e; kadınların oranı %7,1'den %38,8'e yükselmiştir. Toplam oran ise %13,1'den %48,1'e yükselmiştir.
- 45-54 yaşlarında bilgisayar teknolojisi kullanan erkeklerin oranı %12,9'dan %42'ye; kadınların oranı %2,8'den %23,2'ye yükselmiştir. Toplam oran ise %7,9'dan %32,6'ya yükselmiştir.
- 55-64 yaşlarında bilgisayar teknolojisi kullanan erkeklerin oranı %4'ten %26,5'e; kadınların oranı %0,7'den %13,1'e yükselmiştir. Toplam oran ise %2,3'ten %19,7'ye yükselmiştir.

- 65-74 yaşlarında bilgisayar teknolojisi kullanan erkeklerin oranı %0,8'den %11,5'e; kadınların oranı %0,1'den %5,9'a yükselmiştir. Toplam oran ise %0,4'ten %8,5'e yükselmiştir.

**Grafik 4: Son Üç Ay İçinde Bireylerin Yaş Grubuna ve Cinsiyetine Göre İnternet Teknolojisi Kullanım Oranları, 2018**



**Kaynak:** TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2004-2018

TÜİK tarafından yapılan bireylerin yaş grubuna ve cinsiyetine göre İnternet kullanım oranları 2004 yılından 2018 yılına dek;

- 16-24 yaşlarında İnternet teknolojisi kullanan erkeklerin oranı %38,3'ten %94,7'ye; kadınların oranı %15,9'dan %86,5'e yükselmiştir. Toplam oran ise %26,6'dan %90,7'ye yükselmiştir.
- 25-34 yaşlarında İnternet teknolojisi kullanan erkeklerin oranı %21,5'ten %94,5'e; kadınların oranı %9,9'dan %85,6'ya yükselmiştir. Toplam oran ise %15,7'den %90,1'e yükselmiştir.
- 35-44 yaşlarında İnternet teknolojisi kullanan erkeklerin oranı %13,9'dan %88,3'e; kadınların oranı %4,9'dan %73'e yükselmiştir. Toplam oran ise %9,4'ten %80,7'ye yükselmiştir.

- 45-54 yaşlarında İnternet teknolojisi kullanan erkeklerin oranı %9,3'ten %71,8'e; kadınların oranı %1,7'den %51,1'e yükselmiştir. Toplam oran ise %5,5'ten %61,5'e yükselmiştir.
- 55-64 yaşlarında İnternet teknolojisi kullanan erkeklerin oranı %2,7'den %47,8'e; kadınların oranı %0,6'dan %30,8'e yükselmiştir. Toplam oran ise %1,6'dan %39,2'ye yükselmiştir.
- 65-74 yaşlarında İnternet teknolojisi kullanan erkeklerin oranı %0,9'dan %23'e; kadınların oranı %0,1'den %11,9'a yükselmiştir. Toplam oran ise %0,4'ten %17'ye yükselmiştir.

TÜİK tarafından yapılan bu araştırmaya göre, genç bireylerin bilgisayar ve İnternet teknolojilerini kullanım oranları yaşlı bireylere göre çok yüksektir. Kuşaklar arası görülen bu dijital eşitsizliğin genişliği ise kaygı vericidir. Araştırmadan çıkarılabilecek diğer bir önemli sonuç ise, bireylerin yaşları azaldıkça, kadın ve erkek arasındaki eşitsizliğin oranı da azalmaktadır. Bu bilgiye göre, gelecekte toplumsal cinsiyet bağlamında dijital eşitsizliğin azalacağı çıkarımı yapılabilmektedir.

#### **1.2.2.6. Cinsiyet**

Demografik bir özellik olan cinsiyet faktörü de, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim ve kullanım pratiklerini etkileyen önemli değişkenlerden biridir. Dünyada İnternet teknolojilerine erişim ve kullanım konusunda özellikle kadın ve erkek arasındaki farkları ortaya koymaya yönelik araştırmalara göre, gelişmiş ülkelerde kadınlar ve erkeklerin İnternet teknolojilerini kullanımı konusunda daha avantajlı konuma sahip oldukları bulgularına ulaşılmıştır. Ayrıca ekonomik değişkenler de kadınların erkeklere göre daha az bilgisayar ve İnternet teknolojilerine erişmesinin önünde bir engeldir. Gelişmiş ülkelerdeki kadınların İnternet'e erişimi ve kullanımı ile az gelişmiş ülkelerdeki kadınların erişim ve kullanım oranlarındaki farklılıklar da başka bir eşitsizlik biçimidir (Akca, 2014: s. 6).

Yapılan araştırmalara göre 2016 itibariyle, dünya genelinde çevrimiçi olma rakamları incelendiğinde kadınlar erkeklere göre 250 milyon daha az sayıya sahiptir.

Cinsiyet farklılığına dayalı İnternet penetrasyonunun ise 2013'ten bu yana artması nedeniyle bu endişe vericidir. Cep telefonuna sahiplik araştırmaları ise kadınların erkeklere göre 200 milyon gibi bir nüfus sayısı ile daha az cep telefonuna sahip olduğu sonuçlarını gözeler önüne sermiştir (ITU, 2016).

Dijital teknolojilere erişimi olmayan kadınların çoğunluğunun gelişmekte olan ülkelerde olduğu görülmektedir. (Mobil genişbant erişimindeki cinsiyet farkı Sahra altı Afrika'da % 45 ve kırsal Asya'nın bazı bölgelerinde % 50'ye kadar erişmektedir). Kadınların teknolojiye erişimindeki boşluklar ayrıca OECD ülkelerinde de gözlenmektedir: Kadınlar arasında internet kullanımı, Türkiye (%16), İtalya (%6) ve Almanya gibi ülkelerde (%3) oranlarla erkeklerin altındadır (OECD, 2017: s. 7).

**Tablo 3:** 2004-2018 Yılları Arası Türkiye'de Bilgisayar ve İnternet Teknolojisi Kullanım Oranları (%)

Yıl	Bilgisayar Teknolojisi Kullanımı			İnternet Teknolojisi Kullanımı		
	Kadın	Erkek	Toplam	Kadın	Erkek	Toplam
2004	16,2	31,1	23,6	12,1	25,7	18,8
2005	15,9	30,0	22,9	11,1	24,0	17,6
2006 <sup>6</sup>	-	-	-	-	-	-
2007	23,7	42,7	33,4	20,7	39,2	30,1
2008	28,5	47,8	38,0	26,6	45,4	35,9
2009	30,0	50,5	40,1	28,0	48,6	38,1
2010	33,2	53,4	43,2	31,7	51,8	41,6
2011	36,9	56,1	46,4	35,3	54,9	45,0
2012	38,5	59,0	48,7	37,0	58,1	47,4
2013	39,8	60,2	49,9	38,7	59,3	48,9
2014	44,3	62,7	53,5	44,1	63,5	53,8
2015	45,6	64,0	54,8	46,1	65,8	55,9
2016	45,9	64,1	54,9	51,9	70,5	61,2
2017	47,7	65,7	56,6	58,7	75,1	66,8
2018	50,6	68,6	59,6	65,5	80,4	72,9

**Kaynak:** TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2018

TÜİK tarafından yapılan hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması cinsiyet bağlamında incelendiğinde;

<sup>6</sup> TÜİK, 2006 yılında araştırma yapmamıştır.

- 2004 yılında bilgisayar teknolojisi kullanımında erkeklerin oranı %31,1 iken kadınların oranı %16,2'dir.
- 2004 yılında İnternet teknolojisi kullanımında erkeklerin oranı %25,7 iken kadınların oranı %12,1'dir.
- 2018 yılında bilgisayar teknolojisi kullanımında erkeklerin oranı %68,6 iken kadınların oranı %50,6'dır.
- 2018 yılında İnternet teknolojisi kullanımında erkeklerin oranı %80,4 iken kadınların oranı %65,5'tir.

Bu veriler ışığında, bilgisayar teknolojileri kullanımının kadın ve erkek arasındaki fark 2004 yılında %14,9 iken; 2018 yılında %18'dir. Bu bağlamda geçen sürede hem erkek hem de kadınların bilgisayar teknolojileri kullanımı yüzdesi yükselmiş fakat kadın ve erkek arasındaki eşitsizlik de artmıştır.

İnternet teknolojileri kullanımında ise kadın ve erkek arasındaki fark 2004 yılında %13,6 iken; 2018 yılında %14,9'dur. Bu verilere göre geçen sürede hem erkek hem de kadınların İnternet teknolojileri kullanım yüzdesi yükselmiş fakat kadın ve erkek arasındaki eşitsizlik de artmıştır.

### **1.3. TOPLUMSAL CİNSİYET BAKIŞ AÇISINDAN DİJİTAL EŞİTSİZLİK**

Bu bölümde dijital uçurumun nedenlerinden olan "cinsiyet" değişkeninin kültürel, sosyolojik ve ekonomik temelini oluşturan "toplumsal cinsiyet" kavramı sorgulanmıştır. Toplumsal cinsiyet bileşenlerinden olan kadının, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişiminin yetersizliği, aynı zamanda bu teknolojileri kullanım ve beceri eksikliğinin sebeplerine toplumsal cinsiyet merceği kullanılarak bakılmıştır.

### 1.3.1. Toplumsal Cinsiyet Kavramı

İnsan bedeninin biyolojik cinsiyetinden farklı olarak, erkeklik ve kadınlık arasındaki toplumsal bölünmeye işaret etmek amacıyla "gender" kelimesini sosyolojiye sokan Ann Oakley, toplumsal cinsiyet ile kadınlar ve erkekler arasındaki farklılıkların toplumsal boyutuna dikkati çekmiştir (Marshall, 2003: s. 98).

Cinsiyet terimi, bireyin kadın ve erkek olarak gösterdiği biyolojik ve fizyolojik özellikler olarak tanımlanır. Kadın ve erkeğin sosyal olarak belirlenen rol ve sorumluluklarını ifade eden toplumsal cinsiyet kavramı ise; kadın ve erkek olarak toplumun bizi nasıl algıladığı, gördüğü ve nasıl davranmamızı beklediği ile ilgilidir (Dökmen, 2012: ss. 19-20).

Cinsiyet kavramı toplumsallaşma sürecinden sonra, çeşitli fizyolojik farklılıklara sahip basit bir dişil ve eril ayrımından daha fazla anlamlar kazanmaktadır. Erkek ve kadın olma durumuna yüklenen anlamlar, sosyal yaşamda geçerli olan ve kamuoyu algısında yer etmiş rollerin içerisinde sıkışıp kalır. Böylece biyolojik cinsiyet yerini, statü belirleyici bir özellikte olan toplumsal cinsiyet anlayışına bırakır (Caner, 2004: s. 17).

Toplumsallaşma, toplumsal normlar, rollerin öğrenilmesi ve cinsiyet rollerinin öğrenilmesi sürecidir. Bu süreçte, toplumsal cinsiyet kimliği yargısı, bireyin toplumsallaştığı bir cinsiyet rolü, kadın ve erkek imajlarının tanımlandığı toplumsal bir kabullenmedir (Connell, 1998: ss. 255-258).

Toplumun kadın ve erkekte beklediği bazı durumlar vardır. Bunları anlatan toplumsal cinsiyet; bireylere ideoloji tarafından yüklenen kültürel, ekonomik, politik unsurlar taşır. Toplumsal cinsiyet çerçevesinde kadın ve erkek hakkındaki inançlar zihinlerde, beklentilerde ve başkalarının davranışlarında temsil edilir. Toplumsallaşma sürecinde, kültürel ve sosyolojik yapının erkek ve kız çocuklarına "uygun" bulduğu duygu, tutum, davranış ve roller arasındaki farklılıklar toplumsal cinsiyet farklılıkları olarak ele alınır. Kadınların erkeklerden daha duyarlı, duygusal, hassas, ilgili vb. olarak algılanması neticesinde; kadınlardan öğretmen, hemşire, ev kadını vb. olmalarının beklenmesi buna karşılık olarak ise erkeklerin kadınlardan daha bağımsız, mantıklı, kuvvetli, atılgan vb. olarak algılanmaları; mühendis, asker,

doktor vb. olmalarının beklenmesi toplumsal cinsiyet farklılıklarını işaret etmektedir (Fine, 2011: s. 113; Dökmen, 2012: s. 24).

Cinsiyet, genellikle anatomik ve fizyolojik farklılıkları belirtmek için insan bedeninin erkek ya da dişi olarak tanımlanmasıdır. Toplumsal cinsiyet ise, biyolojik kökenli olmayan, toplumsal olarak kurulmuş erillik ve dişillik kavramları arasındaki psikolojik, toplumsal ve kültürel farklılıklarla ilgilidir. Toplumsal cinsiyet farklılıkları biyolojik cinsiyet rolleri ile belirlenmeyip kültürel olarak üretilir ve bunun sonucunda erkek ve kadınlar farklı rollere göre toplumsallaştırılırlar. Böylece kadın ve erkeğe atfedilen roller, toplumlar arasında çeşitli biçimlerde oluşturulur ve "kadın" ve "erkek" olmanın gerektirdikleri bireylere öğretilir. Kadın ve erkeğin arasındaki toplumsal ilişkileri vurgulayan toplumsal cinsiyet kavramı, cinsiyete dayalı iş bölümünü, kadınlar ve erkekler arasındaki güç ilişkilerini çözümleyerek toplumda sadece kadının değil erkeğin pozisyonunu da belirtir. Sonuç olarak, "toplumsal cinsiyet"i her zaman üretildiği ve devam ettirildiği siyasi ve kültürel kesişme noktalarından ayırarak değerlendirmek imkânsızdır (Butler, 2005: s. 46; Giddens, 2012: s. 506; Marshall, 2003: s. 98; Ecevit, 2011: s. 4).

Yapılan tanımlamalardan da yola çıkıldığında toplumsal cinsiyet'in bireylerin fizyolojik ve doğuştan gelen biyolojik bir cinsiyet olmadığı, toplumsallaşma sürecinde benliğin inşasında hem çevre hem de ideoloji tarafından yüklenen kültürel, ekonomik, politik unsurlardan oluşan ve öğrenilen bir kavram olduğu görülmektedir.

### **1.3.2. Toplumsal Cinsiyet Roller**

Toplumsallaşma sürecinde bireylere toplumsal cinsiyet rolleri öğretilmekte, kadının ve erkeğin ne olması ve nasıl davranması gerektiği de benimsetilmektedir. Bu bölümde ise toplumsal cinsiyet rolleri üzerinde durulacaktır.

Sosyolojik bir terim olan rol, bireyin belirli bir mekanda gerçekleştirdiği, geleneksel olarak özümseleştirilmiş kültürel ve normsal beklentileri içerir (Aktaran: Savcı, 1999: s. 130). Rol, örgütlü sosyal bir yapı içinde bireyin bulunduğu pozisyonu, bu pozisyonla ilgili sorumlulukları, ayrıcalıkları ve diğer pozisyonlardaki insanlarla etkileşimi yönlendiren kuralları gösterir (Aktaran: Dökmen, 2012: s. 28).



Cinsiyet rolleri ise, kız ve erkek çocuklarının aynı cinsiyetten olan ebeveynle özdeşleşme sayesinde içselleştiği kabul edilmektedir. Çocukken öğrenilmeye başlayan bu cinsiyet rollerinde, kız çocukları anne ve kadınları rol model alarak benimseyip, ilgili, şefkatli, duygusal olmayı; erkek çocukları ise baba ve erkekleri rol model alıp akılcı, rekabetçi, sert ve hırslı olmayı benimsemiştir. Bu bağlamda toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin anlayışlar, büyük oranda toplumsal ve kültürel etkenler sayesinde etkilenmekte ve genel nitelikteki, toplumdaki güç ve konum meseleleriyle ilişkilidir (Kaypakoğlu, 2004: s. 21-22; Giddens, 2012: s. 171).

Biyolojik cinsiyet rolleri, kadın ve erkek arasındaki fiziksel ve biyolojik farkları kasteden davranışlar; toplumsal cinsiyet rolleri ise eril ve dişil olarak nitelendirilen, kültürel ve toplumsal olarak sürdürülen, bireylerin toplumsal davranış ve ilişkilerinde farklılık yaratan davranış örüntüleri olarak tanımlanmaktadır (Magezis, 1996: s. 4; Aktaran: Savcı, 1999: s. 130).

Toplumsal cinsiyet rolleri, cinsiyete özgü kalıp yargılarını ya da toplumsal ve kültürel olarak belirlenen cinsiyet farklılıklarını işaret etmektedir. Toplumsal cinsiyet rolleri, toplumun tarihsel süreçte belirlediği ve bireylerin yerine getirmelerini beklediği cinsiyetle ilişkili beklentilerdir (Dökmen, 2012: s. 29).

Biyolojik ve toplumsal cinsiyetle ilgili tartışmalarda esas konu, kadın ve erkek davranışlarının ve rollerinin biyolojik yapıdan mı ya da kültürel ve toplumsal olarak mı verildiğidir. Toplumsal cinsiyet, tüm toplumsal sistemde ve örgütsel düzeyde, çalışma ilişkileri, iş ve meslek düzeyinde ve bireylerin özel alanlarında görülür. Kadın ve erkek arasındaki ilişkiler erkekler lehine ayrımcı ve baskıcı zihniyetle, kadınların erkeklere göre düşük statüsünü toplumsal yaşamın her alanında vurgulayarak organize eder (Savcı, 1999: s. 130).

Kadın ve erkeğe toplum içinde farklı statüler verilmiştir ve toplum içinde erkekler daha yüksek statülü rollere sahiptir. Bu farklılık, kadın ve erkek için belirlenen kalıp yargıları ve dolayısıyla her iki cinsiyetin kendisinden ve karşı cinsiyetten beklediği davranış ve özellikleri de etkilemektedir.

Giddens'a göre (2012: s. 514), Erkeklerin ve kadınların rolleri kültüre ve topluma göre çeşitlilik gösterse de, kadınların erkeklerden daha güçlü, statüsü daha

önde ya da kadın ve erkeğin genel hatlarıyla eşit olduğu bilinen bir toplum yoktur. Genel olarak erkeklerin rollerine daha fazla değer yüklenir ve bu rollerin ödülleri daha büyüktür.

Toplumsal cinsiyet rollerinin, toplumun beklentilerine uygun olarak her iki cinsiyete yüklediği sorumluluklar, kadının statüsünün ikincilliğini vurgular niteliktedir. Özel alanda, ev işlerinin paylaşımı, ev işlerinin sorumluluğunun kadınlarda çok daha fazla oluşu, üstelik ev işlerinin kadının yükümlülüğünde görülmesi ve bunun sonucunda ev emeğinin karşılıksız olmasına neden olmuştur. Erkek ise özel alan dışına çıkarak "iş"e gitmesi ve para kazanması gereken, evi geçindiren, bu aile birliğini sürdüren yüksek bir statüye sahiptir.

Ülkemizde, kız çocuklarının eğitim oranının düşük olması, toplumun geleneksel yapısına bağlı olarak "erkek" işi olarak görülen eğitimlerden mahrum bırakılması, kız çocuklarının "doğaya" yatkın olarak kodlanması sonucunda bazı meslekleri yapma istekleri de kısıtlanmaktadır. Erkek çocuklarının ise "mantıksal" olduğu kodlanması, erkeğe verilen rollerin ve eğitim biçimlerinin de farklılaşmasına yol açmaktadır. Bunun yanı sıra kadın iş yaşamında olsa bile, aynı zamanda ev kadını rolünün devam etmesi de söz konusudur. Dolayısıyla kadının iki işi birden yürütmesi ve yükünün artması söz konusudur. Aynı zamanda ülke ekonomisinde yaşanabilen krizler sonucunda kadınların işsiz kalması da yaygındır.

Kadına yüklenen toplumsal cinsiyet rolleri, kendisini teknoloji kullanımında da kendisini hissettirmektedir. Erkeklerin küçük yaştan itibaren araba gibi, kadınların ise bebek gibi oyuncaklarla oynatılması, erkeklerin belki de kadınlara oranla daha çok motor/teknik becerilerinin geliştiğini göstermektedir. Gelişen teknolojiler ile birlikte bilgi iletişim teknolojilerinin sahipliği ve bunların kullanım becerilerinde de ekonomi-politik temelli, toplumsal cinsiyete dayalı kadın aleyhinde bir eşitsizlik söz konusudur.

### **1.3.3. Toplumsal Cinsiyet ve Teknoloji İlişkisi**

Teknolojiye erişim ve kullanma becerileri bakımından kadınlar ve erkekler arasında önemli farklılıklar olduğu görülmektedir. Toplumsal cinsiyet algıları ve beklentileri nedeniyle kadın "doğa ve duygu", erkek ise "bilim ve mantık" ile

özdeşleştirilmiştir. Toplumsal yaşamda kabul görülen bu ikilik nedeniyle; doğa ve duyguyu temsil eden kadına hissiyatlık, öznellik, duygusallık, kişisel, sevgi, şefkat gibi özelliklerle birlikte kabul görülürken; bilim ve mantığı temsil eden erkek ise güçlülük, nesnellik, mantıksallık ve akılcılık, sertlik, dayanıklılık ve kişisel olmama gibi özelliklerle birlikte kabul görmüştür.

Cinsiyet ve teknoloji ilişkisi bağlamında bu ikiliğe bakıldığında teknolojiye "yakın ve yatkın" olmadığı düşünülen ve bu biçimde kabul gören kadın, "duygusal, doğaya ait" gibi özelliklerle birlikte tanımlanmaktadır. Buna karşılık erkek ise, "akıl, kültür, bilim ve teknoloji" kavramlarıyla temsil edilmektedir (Göker, 2003: s. 33).

### **1.3.3.1. Teknoloji ve Toplumsal Cinsiyete Yönelik Feminist Yaklaşım**

Son yıllarda önem verilen bir araştırma alanı olan teknolojinin feminist bakış açısından incelenmesi gündemdedir. "teknolojiler eril özelliktedir" şeklindeki yaygın kabul bu araştırma alanının kuramsal merkezini oluşturmaktadır. Bu önermenin, toplumsal cinsiyet çözümlerinde dişil (doğa) ve eril (bilim) olarak kimliklendirilmiş farklı değerler sistemi vardır. Bu bağlamda toplumsal ve kültürel yaşamın önemli parçasını oluşturan ve toplumsal yapının temel niteliklerini, toplumsal cinsiyet bağlamında kadın ve erkek rollerinin teknolojiyle bağı; liberal feministler, eko-feministler ve sosyalist feministler olmak üzere üç feminist kuram üzerinden tartışılmaktadır (Savcı, 1999: s. 130).

Toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini toplumsal ve kültürel tutumlarda arayan "liberal feminizm" yaklaşımında (Giddens, 2012: s. 517), kadınların erkeklerle eşit haklara sahip olamayışları, kamusal yaşama katılamayışları eleştirilir. Erkeklerle ilişkilendirilen hak ve fırsatlardan kadınların da yararlandırılması gerektiği savunulur (Ecevit, 2011: s. 12). Liberal feminizm yaklaşımı teknolojinin tarafsız (nötr) olduğunu savunmaktadır. Buna göre, kadın ve erkeği yetenekleri bakımından eşit görülür. Bununla birlikte kadınların var olan potansiyellerinin çarpıtıldığı, görmezden gelindiği, bilhassa teknolojiyi kullanma ve teknolojiye uyum sağlama konusunda erkeklerden "yavaş, geri" oldukları şeklindeki yaygın düşüncenin gerçeği yansıtmadığını ileri sürmektedir (Aktaran: Savcı, 1999: s. 133).

Liberal feminizmin aksine “eko-feminizm”, teknolojinin tarafsız olmadığını, bununla beraber eril özellik taşıyarak kadın ve doğayı denetiminde bulundurduğu ileri sürmektedir (Aktaran: Savcı, 1999: s. 133). Eko-feministler, genellikle kadınları doğayla ilişkilendirmişler fakat bu ilişkinin kadınları güçsüz kılmak için kullanıldığını iddia etmişlerdir (Ecevit, 2011, s. 18). Eko-feminizm, biyolojik ve teknolojik belirlenimciliğinin kadın ve doğa kavramları ile erkek ve teknoloji kavramlarını "özcü" ve "ikili" sınıflandırmayı çözümlmek için aracı olarak kullanmışlardır. Erkeklerin teknolojiyi, doğayı ve kadını denetim altına alma ve onları kontrol etmek için bir araç olarak kullandıklarını ileri sürmüştür. Eko-feministler, erkek ve teknoloji ilişkisini, "askeri teknoloji" örneğiyle erkek egemenliğinin toplumsal yapılandırması şeklinde örneklendirmişlerdir (Aktaran: Savcı, 1999: s. 133).

Çalışmalarında hem kapitalizmi hem de ataerkil ilişkileri açıklayacak bir kuram arayışı içinde olan “sosyalist feministler” (Giddens, 2012, s. 518), toplumsal cinsiyet çözümlemesini hem kapitalist hem de ataerkil güç ve iktidar ilişkilerine bağlı olarak kavramsallaştırmaya çalışmışlardır. Sosyalist feminist düşünürler, kapitalizmin ve ataerkilliğin farklı toplumsal ilişki biçimleri olduğunu ve bir araya geldiklerinde kadınlar üzerinde çok olumsuz etkiler yarattıklarını, kadınları baskı altına aldıklarını iddia ederler. Kadınlara yönelik baskının tam olarak anlaşılabilmesi için ataerkillik ve kapitalizmin önce ayrı ayrı incelemeleri, sonra da diyalektik olarak birbirleriyle ilişkilendirmeleri gerekir (Ecevit, 2011: s. 17). Sosyalist feminist düşünürleri, toplumsal cinsiyet ve teknoloji ilişkisini çözümlerken, egemenlik ve ezilmişlik arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaya çalışmışlardır. Gelişmiş enformasyon toplumunda teknolojiye sahip olanlar ve sahip olmayanlar arasında yani erkek ve kadın ile arasındaki bağlamı vurgulamışlardır (Aktaran: Savcı, 1999: s. 134).

### **1.3.3.2. Bilgi ve İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Cinsiyet**

1990'lı yıllarda araştırmalar, kadınların dijital çağa geç kaldıklarını, daha doğrusu geç bırakıldıkları sonucuna ulaşmışlardır. Hatta kadınların bu geç kalma sürecine eğilimli olduğu da gözlenmiştir. Çünkü yeni teknoloji popüler bir şekilde “erkek bir alan olarak” resmedilmiştir. BİT kullanımındaki kadınlar ve erkekler arasındaki farkın “sosyoekonomik farklılıkların yanı sıra, cinsiyete özgü etkilerin bir

kombinasyonundan kaynaklandığı sonucuna varılmıştır. Araştırmacılar, bu cinsiyete özgü farklılıkların kökenleri olduğunu ifade etmişlerdir. “Erkeklerin teknolojiye kadınlardan daha fazla ilgi duydukları ve aynı zamanda daha teknoloji meraklıları” olduğu sonucuna varıldı. Kısacası, kadınların teknofobik olma ihtimalleri erkeklere göre daha yüksektir ve bilgisayarlar ile olan etkileşimi de bu duruma yansımaktadır. Bu tür bir akıl yürütme, teknolojinin cinsiyetlendirildiği uzun zamandır devam eden bir argümanla paraleldir. BİT, başka bir ifadeyle “erkekler için oyuncak” olarak görülmektedir (Hilbert, 2011: s. 480).

Bu yaklaşımdan yola çıkarak, teknolojilerin cinsiyetleştirildiği, kadınlardan çok erkeklere atfedildiği görülmektedir. Böylelikle bu durumun bireylerin toplumsallaşma sürecinde teknolojiyi de öğrendiğini ve cinsiyetleştirdiğini söylemek mümkündür. Küçük yaşta erkek çocuklarına oyuncak olarak araba alınması, kız çocuklarına ise bebek vb oyuncakların alınması toplumsal cinsiyetin inşa sürecinde rollerin belirlenmesinde ilk adımı oluşturmaktadır. Sonrasında ise bu durum bilgi ve iletişim teknolojilerinin tüketimine de evrilmiştir.

Küresel olarak, kadınlar İnternet kullanıcılarının neredeyse %46'sını, erkekler ise %54'ünü oluşturmaktadır. İlginç bir şekilde, gelişmiş ülkelerde, 1990'lı yıllardan itibaren İnternet kullanımındaki önemli cinsiyet farkı keskin bir şekilde azalmıştır ve örneğin, Amerika Birleşik Devletleri ve Fransa'da artık daha fazla kadın BİT kullanıcısı bulunmaktadır. Yüksek gelirli endüstri sonrası toplumlar, bu toplumlarda dijital teknolojinin her yerde mevcut olması nedeniyle küçük bir toplumsal cinsiyet erişim ayrımına sahiptir (Gray vd., 2017: s. 330).

Dijital yapıdaki toplumsal cinsiyet yaklaşımı, sadece erişimin kadın veya erkek ayrımı temelli ölçülmesi ya da kullanım ile ilgili değildir. Dijital bölünme araştırmaları son zamanlarda dijital okuryazarlığı ve kullanımı göz önünde bulundurarak erişimdeki eşitsizliklere odaklanmaktan uzaklaşmış ve daha detaylı araştırmalara yönelmiştir.

Araştırmacılar, bölünmelerin olabileceği çeşitli boyutlar önermektedir. Bu ikinci seviyede, yazılım, donanım, bağlantı gibi teknik araçlar dahil; kullanım özerkliği; coğrafi bölge; erişim kalitesi; İnternet kullanım kalıpları; BİT konusunda yardım için sosyal destek ağları ve BİT'i etkin bir şekilde kullanmak için dijital

okuryazarlık becerileri bulunmaktadır (Min, 2010: s. 25; Van Deursen ve Van Dijk, 2014a: s. 510).

Dijital medyayı kullanmak için ihtiyaç duyulan bu beceriler alanyazında okuryazarlık anlamına gelen “literacy” ya da yeterlilik anlamına gelen “competence” kavramları ile de tanımlanabilmektedir (Van Deursen ve Van Dijk, 2014b, s. 2-3). Fakat dijital beceri kavramı, okuryazarlık ve yeterlilik dışında bir bağlamda BİT’lerle etkileşime geçme şeklinde de tanımlanabilmektedir.

Toplumsal cinsiyetin hakim olduğu ve cinsiyet eşitliğinin yüksek olduğu toplumlarda kadınlar erkeklere göre daha düşük oranda dijital sahiplik, dijital beceri, okuryazarlık ve teknoloji ile etkileşime sahiptir. Bu durum ise cinsiyetler arası önemli bir uçuruma zemin hazırlamaktadır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ANLAYIŞI

Sosyal gereksinimlerin devlet tarafından karşılanması yanı sıra toplumlar ekonomik faaliyet gösteren kurumlardan da sosyal sorumluluk üstlenerek toplumsal gelişime destek vermesi beklemektedir. Ekonomik yükümlülüklerini gerçekleştiren kurumlar, yasal ve etik yükümlülükleri çerçevesinde var oldukları toplumda ekonomi, çevre, sağlık, eğitim vb. alanlarda sosyal sorumluluklar üstlenerek kurumsal vatandaşlık görevlerini üstlenmişlerdir.

Toplumsal gelişime katkı sağlamak amacıyla sorumluluk alan kurumlar, zamanla kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı geliştirmiş ve bu anlayışla sosyal sorumluluk faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini sağlamaya çalışmışlardır. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin toplumsal faydasının yanı sıra kuruma sağladığı faydaların çokluğu neticesinde zamanla kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) daha da önem kazanmış ve kurumların sosyal sorumluluk faaliyetleri artmaya başlamıştır.

Çalışmanın bu bölümünde ekonomik kar amacıyla faaliyet gösteren kurumlar özelinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri incelenecektir. Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışını kavramak amacıyla, KSS kavramı ve kavramla ilişkili diğer kavramlar, KSS'nin kapsamı ve sınırlılıkları, ardından KSS anlayışına ilişkin modeller, KSS yönetimi ve KSS'nin avantaj ve dezavantajları incelenecektir.

#### 2.1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLUK KAVRAMI

Türk Dil Kurumu'nun tanımına göre sorumluluk; kişinin davranışlarının veya kendi yetki alanına giren bir olay ya da durumun sonuçlarını üstlenmesi ve yükümlülüğünü almasıdır ([www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr)).

Benzer şekilde sosyal sorumluluk kavramı; bireylerin ve yönetimlerin yaşadıkları toplumun yaşam kalitesini iyileştirme, artırma ve sürdürülebilir bir dünya için tüm toplumla birlikte ekonomik, çevresel, kültürel ve sosyal gelişmeye destek verme sorumluluğu olarak tanımlanarak bireylerin ve kurumların topluma karşı sorumluluğunu ifade etmektedir (Sert, 2012: s. 5).

Bowen'in tanımlamasıyla sosyal sorumluluk; kurumların gerek kendi hedeflerine, gerek toplumsal beklentilere uygun politikalar belirleme ve uygulama, karar verme ve faaliyetleri yerine getirme ile toplumsal yaşamı iyileştirmeye yönelik yükümlülüklerin bütünüdür (Çakır, 2013: s. 539).

Sadece teknik ve ekonomik yapılar şeklinde tanımlanamayan kurumlar aynı zamanda sosyal bir yapı olarak da kabul edilir. Teknolojinin gelişmesiyle toplumun, tüketicinin bilinçlenmesi sonucunda, kurumlardan beklenti ve talebin artması, aynı zamanda paydaşların söz sahibi olması ve yatırımcıların beklentileri nedeniyle sosyal sorumluluk anlayışı kurumlarda uygulanması zorunlu bir duruma dönüşmektedir. Bu bağlamda işletmeler, topluma karşı tutum ve davranışlarında değişikliğe giderek üzerlerine düşen sorumlulukları yeniden gözden geçirmek durumunda kalmışlardır.(Engin ve Akgöz, 2013: s. 88, Becerikli, 2000: s. 106).

Kurumların başarı kazanmalarında, kurumun çevresiyle düzen ve uyum içinde ilişki kurması gerekli olduğu anlaşılmıştır. Kurumlar kazanç elde etmelerinin yanında topluma karşı bazı yükümlülüklerinin olduğunu da farkına varmıştır. Bunun sonucunda kurumların halkla ilişkiler sorumluları, toplumun talep ve beklentilerini kuruluş için araştırıp öğrenen ve bu beklentiler ve talepler doğrultusunda geliştirdikleri projeleri hayata geçiren kişiler olmaya başlamışlardır (Okay ve Okay, 2014: s. 555).

Kuruluşun içinde bulunduğu toplumun talepleri ve beklentileri: sosyal projelere destek, kentin gelişimiyle ilgili projelerde maddi yardım, daha geniş istihdam olanaklarının geliştirilmesi, kuruluş ve toplum arasındaki ilişkilerde güler yüz, iyi davranış ve samimiyet vb. şeklinde değişkenlik göstermektedir (Asna, 1997: s. 205).

Halkla ilişkiler, kurum ile kurumun hedef kitleleri arasında karşılıklı anlayışı kurmak ve sürdürmek için planlı ve sürekli çabaların bütünü olarak tanımlanmaktadır. Halkla ilişkilerde; gruplarla ve kitlelerle karşılıklı ilişki, anlayış ve güven ortamının yaratılması ve bunun sürdürülmesi, kurum/kuruluş ile ilgili pozitif bir yönde imajın oluşturulması için temel amaçların ifade edildiği görülmektedir (Okay ve Okay, 2014: s. 12; Peltekoğlu: 2016, s. 5; Elden: 2016, s. 71). Bu bağlamda kurumların, iki yönlü simetrik halkla ilişkiler modeli doğrultusunda hareket etmesi gereklidir. Bu model



doğrultusunda hareket eden kurumlar, kararlarını sadece örgüt ve kurum üzerinde değil, toplum üzerindeki sonuçlarını da dikkate almalı ve kurumsal sosyal sorumluluğa önem vermelidir (Peltekoğlu ve Tozlu, 2017: s. 9).

Globalleşen dünya pazarında rekabetin artması sonucunda, kurumlar asıl faaliyetlerinin yanı sıra, rekabet üstünlüğü sağlayacak farklı unsurlara başvurmaya başlamışlardır. Bu unsurların ilki sosyal sorumluluk faaliyetleri olmuştur (Alınışık ve Alınışık, 2011: s. 83). Kurumların, yasal sorumluluk ve zorunluların dışında gönüllü olarak yaptıkları ve kurum politikası olarak kabullendikleri bir yönetim yaklaşımı olan sosyal sorumluluk ile toplumun, çevrenin ve diğer paydaşların gelişimine katkı sağlanmaktadır (Kaplan, 2013: s. 81).

Görüldüğü üzere konuyla ilgili çalışmalar incelendiğinde sosyal sorumluluk ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramlarının eşdeğer anlamda kullanıldığı, sosyal sorumluktan kastın kurumların sosyal sorumlulukları olduğu saptanmıştır. Bu çalışmada, kurumların içinde yaşadıkları topluma karşı olan sorumlulukları kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) olarak ele alınmıştır (Sert, 2012: s. 5).

KSS, bir işletme faaliyetlerini devam ettirirken, iş ahlakına uyarak, paydaşlarının beklentilerini dikkate alması, hukuki düzenlemelere uyması, faaliyetlerinin toplumdaki etkilerini değerlendirerek hareket etmesi, meydana gelen sonuçlardan sorumluluk duyması ve topluma kattığı yardımlar, katkılar ve yükümlülüklerdir (Özgener, 2004: s. 158).

Kurumsal sosyal sorumluluk; iş dünyasının niteliklerini ve bunların karşılığı olan tutum ve davranışları sosyal ortakları ile uyumlaştırıldığı bir alan olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda kurumun hedefleri ile toplumun talep ve beklentilerinin paralellik göstermelidir (Kadıbeşegil, 2013: s. 141).

Kurum ve toplum arasında karşılıklı fayda sağlayan, kurallara uygun ve güvene dayalı ilişkiler geliştirilmesi bakımından önemli bir kavram olarak kabul gören kurumsal sosyal sorumluluk, üretim ve faaliyetlerinin çevre ve toplum üzerindeki olumsuz etkilerinin yükümlülüğünü alarak iyileştirilmesi ve olumlu etki geliştirilmesi yönündeki çabalar olarak tanımlanmaktadır. Böylece kurumlar, sosyal sorunların çözümüne yönelik gösterdiği gayretleriyle toplumsal refahın gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Sert, 2012: s. 1).

Kurumların iş stratejileriyle bütünleşmiş bir değeri ifade eden kurumsal sosyal sorumluluk, belirli bir toplumsal konu üzerine farkındalığı ve ilgiyi arttırmak için özel olarak tasarlanmış iletişime yönelik çabalardır. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları kurumların topluma ve çevreye karşı ortaya koydukları somut çabaları göstermek için kurumun kendisi tarafından duyurulmaktadır (Kotler ve Lee, 2008: ss. 142-158).

Kurumların genellikle üç farklı yolla sosyal sorumluluk sergiledikleri görülmektedir (Sert, 2012: s. 8). Bunlardan ilki, kurumların kendi vakıflarını kurarak sosyal sorumluluklarını gerçekleştirebilmeleridir. Buna örnek olarak; Sabancı Vakfı, Koç Vakfı vb. İkinci olarak Yapı Kredi'nin çalışanlarından oluşan Sınırsız Mavi Gönüllüleri isimli grubun deniz ve kıyı temizliği için çalışmalarında bulunması örneğinde olduğu gibi kurumlar bir sivil toplum kuruluşu ya da vakıf desteği olmaksızın kendi kampanyalarını doğrudan kendileri yürütebilmektedir. Son olarak kurumlar sosyal sorumluluk kapsamında çeşitli sivil toplum kuruluşları veya ilgili kamu kurumlarıyla iş birliği yapabilmektedir. Buna örnek olarak, Teknosa'nın Habitat Derneği ile birlikte yürüttüğü Kadın İçin Teknoloji Projesi gösterilebilir.

Kurumsal sosyal sorumluluk konusu ilk olarak Sanayi Devrimi'yle<sup>7</sup> ortaya çıkmış, kurumların topluma karşı çeşitli sorumlulukları olduğu düşüncesi 1929 Buhranı ve II. Dünya Savaşı sonrasında değişen şartlar ile beraber daha çok kendini hissettirmiştir. Takip eden yıllarda talebin üretim karşısında gerilemesi sonucunda işletmelerin farklı bir bakış açısı geliştirmeleri zorunlu hale gelmiş ve bunun sonucunda pazarlama faaliyetleri üretimden daha önemli olmuştur. Pazarlamanın üretimden daha önemli hale gelmesiyle işletmelerin, faaliyetlerini sosyal sorumluluk ile yürütmeleri gerekliliği ortaya çıkmıştır. 1960'lı yıllarda ABD'de ortaya çıkan müşteri hakları, sivil haklar, kadın hakları ve çevresel hareketlerin yoğun şekilde yaşanmasıyla kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına daha da yoğunlaşmaya başlanmıştır. Yaşanılan bu olaylar neticesinde toplumda, iş dünyasının bu konularda bir şeyler yapması gerektiği şeklinde algı oluşturmuştur. Oluşan bu algının baskısı ile birlikte kurumlarda sosyal sorumluluk politikaları ve uygulamaları hızlanmış ve

---

<sup>7</sup> Sanayileşmenin getirdiği sorunlar ve bu sorunların çevre, kamu sağlığı ve işçilerin refahı üzerindeki etkileri dikkatleri bu noktalara toplamıştır. 1848'deki Kamu Sağlığı Kanunu gibi yasalar ve sendikacılığın gelişimi, yeni girişimcileri ve şirketlerini, çalışanlarının ve toplumun gereksinimlerine yönelik daha sorumlu olmaya mecbur kılmıştır (Okay ve Okay, 2014: s. 557).

gelişmiştir (Aktaran: Alnıaçık ve Alnıaçık, 2011: s. 84; Aktaran: Şentürk ve Fidan, 2016: s. 136; Arslan, 2016: s. 197; Theaker, 2008: s. 261).

Kadın hareketlerinin gelişmesiyle birlikte cinsiyet konusunun özel ya da kamu kurumlarının kurumsal sosyal sorumluluk planlarında yer alması gerekliliği tartışılmaya başlanmıştır. Kurumların kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bir parçası olarak cinsiyet dengesini sağlamaya yönelik çalışan, müşteri ve toplumun bireyi olarak neler yaptıkları sorularını gündeme gelmiştir (Aktaran: Şentürk ve Fidan, 2016: s. 138). Bunun sonucunda toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak için kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları hız kazanmıştır.

## **2.2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUKLA İLGİLİ KAVRAMLAR**

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları tarihsel süreçte geliştikçe, KSS'ye ilişkin yeni kavramlar da literatürde yer almıştır. Bu kavramlar KSS ile çeşitli bağlamlarla ilişkilendirilebilmektedir. KSS'nin geniş bir çalışma alanı olduğunu işaret eden bu kavramlar kurumsal şeffaflık, kurumsal hesap verebilirlik, kurumsal sürdürülebilirlik, kurumsal vatandaşlık başlıkları altında toplanmaktadır.

### **2.2.1. Kurumsal Şeffaflık**

Etik ve İtibar Derneği tarafından "şeffaflık" şu şekilde tanımlanmaktadır: "alınan kararların, kurallar v düzenlemeler doğrultusunda alınması ve uygulanması, bu kararlardan etkileneceklerin bilgiye erişiminin sağlanması ve bu bilginin de anlaşılır ve somut olması prensibidir." (www.teid.org).

Gower'a göre, insanlar İnternet sayesinde birçok bilgiye ulaşabilmektedir. Bu durum bilgiye erişimde bir beklentiye yol açmıştır. Geçmişte kurumlar yıllık raporlar hazırlayıp bu raporları paydaşlarına, medyaya ve ilgili gruplara posta yoluyla ulaştırırken, günümüzde artık İnternet sayesinde bu raporlar kurumsal web sitelerinde yayınlanmakta ve okunabilmektedir (Sert, 2012: s. 18).

### **2.2.2. Kurumsal Hesap Verebilirlik**

Türkiye Kurumsal Yönetim Derneğine göre kurumsal hesap verebilirlik ilkesi, "yönetim kurulunun tepe yönetim performansını bağımsız bir şekilde izlemesini ve tepe yöneticilerin hissedarlara karşı hesap verebilirliğinin temin edilmesi" şeklinde tanımlamaktadır (www.tkyd.org).

Hesap verebilirlik, herhangi bir kişi ya da grubun, yaptığı eylem ve işlemlerden dolayı, ilgili kişi ya da gruba açıklama yapması ya da cevap vermesini anlamını taşımaktadır (Eryılmaz ve Biricikoğlu, 2011: s. 21).

Hesap verebilirlik, kişinin (kurum) kararları, niyetleri, eylemleri ihmallerinden dolayı, talep edildiğinde ilgili kişilere (paydaşlara) açıklama yapmaya veya gerekçe göstermeye, bunun yanı sıra hata ve ihmallerin sorumluluğunu kabul etmesidir (Aktaran: Sert, 2012: s. 15).

Günümüzde hesap verebilirlik, tek taraflı bilgi vermek veya açıklama yapmanın yanı sıra, bilgi veren ve açıklama yapan kurum ile bilgi ve açıklama isteyen kişi veya kurumlar arasında karşılıklı ilişki ve etkileşim olarak değerlendirilmektedir (Aktaran: Sert, 2012: s. 8).

### **2.2.3. Kurumsal Sürdürülebilirlik**

Sanayinin gelişmesi ve beraberinde yoğun kentleşme, hızlı nüfus artışı gibi nedenler sonucunda yaşanan ekonomik, sosyal ve çevresel anlamda olumsuzluklar görülmeye başlanmıştır. Bu olumsuzlukların neticesinde ekonomik ve sosyal kalkınma, çevrenin korunması vb. sürdürülebilirlik kavramının çıkış noktasını işaret etmektedir.

Sürdürülebilirliğin üç ayrı unsuru olan ekonomik, sosyal ve çevresel olumsuzluklara dair artan kaygı kurumsal sosyal sorumluluğun önemini arttırmıştır. Ekonomik sistemin insanların temel ihtiyaçlarını karşılayabilmesi, gelir dağılımı adaletsizliğinin önüne geçilmesi, eşitsizliğin ortadan kaldırılması, topluma faydalı mal ve hizmetlerin sunulması ekonomik sürdürülebilirliği sağlamaktadır. Sosyal sürdürülebilirlik, toplumun gelişmesi ve toplumun yaşam kalitesinin artırılması yönündeki çalışmalarla toplumsal refahın sağlanmasıdır. Çevresel sürdürülebilirlik,

ekolojik dengenin korunması, doğal kaynaklardan faydalanmanın artırılması ve ekosistemin korunmasıdır. Uzun vadeli sürdürülebilirlik için birbirini etkileyen ve tamamlayan bu önemli üç unsurun kurumsal stratejilerde yer alması gerekliliği yaygın olarak kabul edilen bir görüştür (Sert, 2012: s. 19).

İşletmelerin, kurumsal sürdürülebilirliklerini sağlayabilmesi bakımından kurumsal sosyal sorumluluk önemlidir. İşletmelerin ekonomik kazanç sağlamanın yanı sıra sosyal sorumluluk olarak topluma fayda sağlamakta, ekonomik ve çevre kalkınmasına destek sağlamaktadır.

#### **2.2.4. Kurumsal Vatandaşlık**

Kurumların iş eylemleri, sosyal yatırımları ve kamu politikalarına katılımıyla topluma yaptığı katkılar anlamına gelen kurumsal vatandaşlık, kurumların bir bireyin vatandaş olarak taşıdığı yükümlülükleri taşımasıdır. Başka bir tanımlamaya göre kurumsal vatandaşlık; kurumun, hissedarlar, çalışanlar, iş ortakları, sivil toplum kuruluşları, gibi paydaşları ile olan ekonomik, sosyal, çevresel ilişkilerini yönetme davranışdır (Tunçel, 2011: s. 83 ; Sert, 2012: s. 21).

Sosyal sorumluluk kurumun dış ilişkilerinin bir işlevi, halkla ilişkilerin devamı olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda halkla ilişkilerin amacı, kurumların faaliyette buldukları mekanlarda "iyi kurum vatandaşı" olarak faaliyetlerinin bilinmesini sağlamaktadır (Okay ve Okay, 2014: s. 562).

Kurumların sosyal sorumluluk ile hareket etmesi ve sosyal sorumluluğa dayalı uygulamalar gerçekleştirmesi neticesinde toplumsal sorunların çözümünde kurumsal vatandaş olarak ülke kalkınmasında önemli bir rol oynayabileceğini söylemek mümkündür.

### **2.3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN KAPSAMI VE SINIRLARI**

Bir işletmenin sosyal sorumluluk kapsamına giren konular doğanın korunmasından, işletmenin çalışanlarının birer araç olmaktan ziyade amaç olarak

değerlendirilerek onlara karşı saygı gösteren bir anlayışın geliştirilmesine, çalışanların haklarının korunmasına, kuruluşun devlete karşı gerçekleştirmesi gereken sorumluluklarını yerine getirmesine, toplumun eğitim sanat ve kültürel açıdan gelişimine katkı sağlamasına, kuruluşun tüm faaliyetlerinin açıklık ilkesine dayanılarak yapılmasına ve bunların topluma dürüstçe aktarılmasına kadar uzanan bir kapsama dayanmaktadır (Okay ve Okay, 2014: s. 560).

Günümüzde, sosyal sorumluluk işletmeler için bir gönüllülüğten ziyade bir gereklilik haline gelmiştir. İşletmelerin sorumlu oldukları başlıca kimseler ve konular arasında; ortaklar ve yatırımcılar (finansal sorumluluk), çalışanlar (çalışma koşullarının iyileştirilmesi, iş güvenliği vb.), tüketiciler (tüketici hakları, kaliteli ürün, müşteri memnuniyeti), devlet (yasalara uyulması, vergi verilmesi, istihdama katkı vb.), toplumun geneli (sosyal refahın sağlanması, toplumsal sorunlarla mücadele), rakipler (haksız rekabetin engellenmesi) ve doğal çevre (çevrenin, doğal hayatın, tarihi ve kültürel mirasın korunması, çevre kirliliğinin engellenmesi, kaynak tasarrufu) yer almaktadır (Almıaçık ve Almıaçık, 2011: s. 84).

Sosyal sorumluluk çalışmaları kurum içi ve kurum dışı hedef kitlelere bir takım mesajları aktarmak için tasarlanmaktadır. Çünkü bir çalışmanın tek bir alanı kapsayabileceği gibi, bir kaç alanı birden de kapsayabilmesi mümkündür. Kurumların sosyal sorumluluk alanları ve bu alanlar içindeki uygulamalarında göz önünde bulundurulması gereken etik ilkeler şu unsurlardan meydana gelmektedir (Torlak, 2001: s. 52; Vural ve Coşkun, 2011: ss. 74-78; Demir, 2013: ss. 214-215).

Çalışanlar, hissedarlar işletmelerin kurum içi sorumluluklar kapsamındadır. Tüketici, tedarikçilere, çevreye, rakiplere, topluma ve devlete karşı sorumluluklar ise işletmenin kurum dışı sorumluluklar kapsamındadır.

### **2.3.1. Çalışanlara Karşı Sorumluluklar**

İşletmenin kaynakları üzerinde haklara sahip ve işletmenin faaliyetlerini doğrudan etkileyen çalışanlar, işletmelerin sosyal sorumluluk alanında önceliğe sahip olmalıdır. Şirketin çalışanları, kurumun hedef kitleleri ile ilişkilerinde bir köprü görevi görmektedir. Çalışanlar, kurumdaki mal ve hizmetlerin kalitesini belirleyen önemli bir konumda yer almaktadır. Kurumsal amaçlara çalışanlar sayesinde

ulaşmaktadır. Dolayısıyla çalışanlar bir şirketin iç hedef kitlesini oluşturmaktadır. Bu bağlamda kurumun en temel kaynaklarından biri olan çalışanlar, sosyal sorumluluk uygulamalarının merkezinde olması gereken ilk bileşenlerdir.

İşletmelerin, iş yerinde çalışanlarının iş güvenliğini ve sağlığını sağlamak, iş uyumunun sağlanması için çalışma koşullarını iyileştirmek, iş memnuniyetini arttırmak, mesleki eğitimine olanak sağlamak, terfilerinde adil olmak, çalışanlarına karşı eşit muamelede bulunmak, çalışanları arasında ayrımcılık yapmamak, işçi haklarını tanımak, çalışanlarına sosyal güvenlik olanaklarını sağlamak, iletişimi kolaylaştırmak, çalışanların alınan kararlara katılmasını sağlamak, çocuk işçi çalıştırmamak, şikayetlerinin ivedilikle çözülmesini sağlamak gibi öncelikli sosyal sorumlulukları vardır.

### **2.3.2. Hissedarlara Karşı Sorumluluklar**

İşletmelerin önemli kaynaklarından biri olan hissedarlar işletmelerin karar ve uygulamalarında söz sahibidirler. İşletmeden yatırdıkları sermayenin karşılığı olarak kar bekleyen hissedarlar bunun dışında kurumun işleyişi ve finansal durumu hakkında güncel, doğru ve düzenli bilgi edinme, denetleme, güven ve haklarının korunmasına dair beklentileri de söz konusudur.

Hissedarların, işletmeden kar beklentisinin yanında, işletmenin devamlılığının sağlanması, topluma yönelik hizmetlerin gerçekleştirilmesi, kaliteli mal ve hizmetin sunulması gibi beklentileri de söz konusudur. Ayrıca işletmeler, kamuoyunu aydınlatma ilkesi gereğince hissedarlarıyla ilişkilerinde bilgi paylaşımında tarafsız ve dürüst davranmalıdır (Çelik, 2007: s. 69).

### **2.3.3. Tüketicilere Karşı Sorumluluklar**

Kurumlar müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarına uygun mal ve hizmetler üretmelidir. Üretilen mal ve hizmetler kalite standartlarına uygun, tüketicilere zarar vermeyecek, onları olumsuz yönde etkilemeyecek nitelikte olmalıdır. Tüketici haklarının korunduğu ürün ve hizmetler sunmalıdır. Aynı zamanda kurumlar aşırı tüketime yönlendirici ve aile, topluluk ve toplumsal değerlerle hayatı zedeleyecek uygulamalarda bulunmamalıdır. Tüketicinin tercihlerini kısıtlamamaya, aldatıcı, yanıltıcı, doğru olmayan içerikler sunmamaya, kaynakları etkin ve verimli bir

biçimde kullanmaya özen göstermeli ve kaliteyi arttırırken adil fiyat politikasını benimsemeli, ürünler ile ilgili garanti sunma noktasında çalışmalıdır.

İşletmeler, ürün güvenliği ve kalitesi konusunda bilgi vermeli, ürün hakkında tüketiciyi bilgilendirmeli, ürünün sağlığa uygunluğunu ifade etmeli, ürün hakkında kullanma kılavuzu hazırlamalıdır. Ayrıca tüketicilerin hakları korunmalı, ürün iadesi veya değiştirilmesi, ürün ve hizmet hakkında tam, doğru ve yeterli bilgi alabilme imkanı sağlanmalıdır (Pelit vd., 2009: s. 21).

#### **2.3.4. Topluma Karşı Sorumluluklar**

KSS uygulamalarının belki de en önemli kısmını topluma yönelik faaliyetler oluşturmaktadır. Kurumların topluma yönelik sosyal sorumlulukları, toplumun içinde bulunduğu şartların düzeltilmesine ve iyileştirilmesine katkı sağlamak olarak özetlenebilir. Çevrenin iyileştirilmesi, toplumun ekonomik ve sosyo-kültürel gelişimine destek, insan haklarına saygı, istihdam olanakları sağlamak, eğitim, kültür, sağlık sorunlarına ilişkin çözüm geliştirmek, toplumsal refahın arttırılmasına yönelik faaliyetler işletmelerin toplumsal sorumluluklarıdır.

Ayrıca işletmeler, toplumsal sorunlara ilişkin sosyal sorumluluk faaliyetlerinde, kıtlık, açlık, fakirlik, işsizlik, eğitim yetersizliği, terörle mücadele, uyuşturucu ile mücadele, hastalıklar hakkında bilgilendirme gibi sorunların çözümüne yardımcı olmalıdır (Vural ve Coşkun, 2011: s. 76)

#### **2.3.5. Devlete Karşı Sorumluluklar**

Kurumların içinde buldukları ülkede yerine getirmesi gereken çeşitli sorumlulukları vardır. Bu sorumlulukların bir bölümü kurumun devletle olana ilişkisi çerçevesinde ortaya çıkmaktadır. Devlet ve diğer kamu kuruluşları, kurumlardan ülkeye hizmet ve vergi yükümlülüklerini yerine getirmelerini beklemektedirler. Bu bağlamda kurumların devlete ve diğer kamu kuruluşlarına karşı sorumlulukları, vergilerin ödenmesi, vergi hesaplarının gerçek dışı yapılmaması, yasal yükümlülüklerden kaçınılması, istihdam sağlama ve sosyal sorunların çözümüne katkıda bulunulması olarak sıralamak mümkündür.



### **2.3.6. Çevreye Karşı Sorumluluklar**

Günümüzde artan çevre kirliliği, doğal kaynakların azalması, insan sağlığının bozulması ve kanser vakalarının artışı toplumda endişe verici gelişmelerdir. Bu bakımdan işletmelerin ürün üretiminde sağlıklı ve kaliteli üretimine dikkat etmesi önemlidir (Ceritoğlu, 2011: s. 77).

Üretim ve hizmet faaliyetlerinin yürütülmesinde çevreye, canlılara zarar verilmemesi, doğal kaynaklardan faydalanılması, doğru atık yönetimi, çevre kirliliğinin önlenmesi ve çevreyi koruma bilincinin oluşmasına yönelik faaliyetlerde bulunma vb. sorumluluklarıdır.

### **2.3.7. Rakiplere Karşı Sorumluluklar**

Bir işletme, sorumluluk ve etik gereği rakibi ile haksız rekabetten ve rakiplerin karalanmasından, rakipleriyle ilgili gizli bilgilerin yasadışı yollarla sızdırılmasından, rakipleriyle ilgili asılsız ve onları zor durumda bırakacak enformasyonların yayılmasından, rakiplerin çevreye ve insan sağlığına zararlı uygulamalarına ya da ürünlerine göz yumulmasından, rakipleri piyasadan kovma uygulamalarına girişerek müşterilerin bir mal ya da hizmeti daha yüksek fiyattan almaya zorlanmasından (tekelcilik) kaçınması gerekmektedir.

### **2.4.8. Tedarikçilere Karşı Sorumluluklar**

Kurum, öncelikli olarak kâr etmekle sorumludur. Sorumlu olunması gereken bir diğer unsur ise tedarikçiler oluşturmaktadır. Kurumun ürettiği ürünün ya da sunduğu hizmetin en temelinde tedarik kaynakları bulunmaktadır. Kurum tedarikçilerine karşı, haksız rekabetten kaçınmalı, tedarikçiler üzerinde rakipleri karşısında rekabete neden olabilecek güç ve baskı kullanmaktan kaçınmalı, kalite artışı bakımında gereken desteği sağlamalı, adil bir ücret ödemeli, ödemeleri düzenli yapmalı, tedarikçilerinde çevreye karşı olan sorumluluklarını hatırlatmalıdır.

Kökleri Sanayi Devrimi sonrasına kadar uzanan, 1950'li yıllarda iş dünyasının gündemine giren, 1980'li yıllara gelindiğinde oldukça popülerlik kazanan kurumsal sosyal sorumluluk gün geçtikçe önemi daha da artan bir konu haline

gelmiştir. KSS uygulamalarını belirli alanlar ile sınırlamak pek mümkün değildir. Bu durum kurumun içinde bulunduğu toplumsal yapının tarihsel süreçte, ekonomik, sosyal, kültürel vb. unsurların değişebilmesi nedeniyle açıklanabilir.

Kurumlar açısından, sosyal sorumluluğun kapsam ve sınırlılıklarını belirlemek için kullanılan ölçütler şu şekilde ifade edilebilmektedir (Özüpek, 2013: ss. 22-23) ;

- Tüm işletmeler için evrensel bir yöntem yoktur. Yasal gerekliliklere uygunluk sınırlarında her işletme ne yapabileceğine karar vermelidir.
- İşletmeler öncelikle ekonomik bir kurum olarak düşünülmelidir. Finansal teşvikler olmaksızın toplumun ekonomik olmayan hedeflerini karşılayamayabilir. Bir işletme uzun vadede kar elde etmezse, toplumsal sorumluluğunu gerçekleştirebilmesi mümkün değildir.
- İşletmeler uzun vadeli bir beklenti içinde olmalı ve kısa süreli karı azaltabilen sosyal sorumluluk faaliyetlerini uzun vadeli işletme çıkarlarıyla tutarlı şekilde yerine getirmelidir.
- İşletmeler sosyal gücüyle orantılı olarak sosyal sorumluluklara sahiptir.
- Sosyal sorumluluk anlayışı ve faaliyetleri işletmelerin özelliklerine göre farklılık göstermektedir. İşletmeler ürünler, rekabet stratejileri, üretim süreçleri, pazarlama yöntemleri ve yöneticilerin değer ve düşünceleriyle bağlantılı olarak farklılık göstermektedir.
- Bir işletme yalnızca en iyi şekilde yönetebileceği sosyal sorumlulukları seçmelidir.

## 2.4. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK YAKLAŞIMLARI

Kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili günümüze kadar birçok yaklaşım ortaya çıkmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının ne olduğu, kapsam ve sınırlarının ne olması gerektiği konusu farklı bakış açılarıyla yorumlanmakta ve değerlendirilmektedir. Teorik olarak ana hatlarıyla klasik ve modern yaklaşım olarak birbirinden ayrılan bu bakış açıları kurumsal sosyal sorumluluk anlayışını daha geniş bir açıdan ele almaktadır (Yamak, 2007: ss. 38-40)

### 2.4.1. Klasik Yaklaşım

Klasik iktisatçı Adam Smith'in 1876'da ortaya attığı görünmez el kuramına göre işletmelerin öncelikli amacı kar elde etmektir. Smith'e göre ekonomi görünmez el tarafından düzenlenecektir. Buna göre bireyler ve kurumlar kendi çıkarlarını korurken dolaylı olarak topluma da katkı yapmakta ve sosyal sorumluluklarını yerine getirmektedir. Bu nedenle sosyal sorumluluğa, harcamalara gerek kalmamaktadır (Sert, 2012: s. 40).

Klasik yaklaşımın temsilcisi Milton Friedman'a ve savunucularına göre işletmeler kaynaklarını ekonomik amaçları için kullanmalıdır. İşletmeler kaynaklarını ekonomik amaçlarının dışında kullanmaları pazar ekonomisini bozacağını savunmaktadırlar. Bu durumda ekonomide bozulan dengenin düzeltilmesi için çok fazla maliyet ödenmek zorunda kalınacaktır. Eğer kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri işletmelerin karını azaltırsa bunun karşılığında sermayedarlar kaybedecek, fiyatlar artacaktır. Yüksek fiyatlar tüketiciler tarafından kabul edilmediğinde de işletmenin varlığı tehlikeye düşecektir. Başka bir anlatımla, klasik yaklaşım anlayışına göre işletmelerin topluma karşı temel sorumluluğu, toplum refahı için esas olan kıt kaynakların aktif kullanımını sağlayan ekonomik ilkelere göre faaliyette bulunmasıdır (Özüpek, 2004: ss. 39-40).

Klasik yaklaşım savunucuları işletmelerin en önemli amacının kar elde etmek olduğunu savunmaktadır. Onlara göre işletmeler yalnızca hissedarlarına ve yöneticilerine karşı sorumludur. Hissedarların ve yöneticilerin esas sorumluluğu da işletmenin karını yükseltmek için uğraş vermektir. Bunun dışında bir sorumluluk

işletmeyi ana amacından uzaklaştırmakta ve işletmelerin var olma amacına ters düşmektedir (Demirci ve Aydemir, 2006: s. 315).

#### **2.4.2. Modern Yaklaşım**

Modern yaklaşımın savunucuları klasik yaklaşım savunucularının aksine işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk almaları gerektiğini kabul etmişlerdir. Modern yaklaşıma göre, işletmeler topluma karşı yalnızca ekonomik olarak değil, sosyal olarak da sorumlu olmak durumundadır. Bu doğrultuda işletmelerin ekonomik hedeflerinin yanı sıra sosyal sorumluluk hedefleri de olmalıdır.

Klasik yaklaşıma karşı geliştirilen görüşe genel olarak modern ya da sosyo-ekonomik görüş adı verilmiştir. Modern görüş işletmelerin amacının hem toplumun refahına katkı sağlamak, standartlarını korumak ve iyileştirmenin yanı sıra kar elde etmek olduğunu savunmaktadır. İşletmeler sosyal sorumlulukla işletmenin etkileşim içinde olduğu tüm paydaşlarının sorunlarına uygun çözümler bulmayı hedeflemektedir (Özgener, 2004: s. 172).

Günümüzde kurumlar çoğunlukla toplumun refahına katkı sağlayan modern yaklaşımı kabullenmiş ve sosyal sorumluluk almayı tercih etmişlerdir. Modern yaklaşıma göre, kurumların amacının kar elde etmenin yanı sıra toplumun refahını korumak ve geliştirmektir (Sert, 2012: s. 41).

Bu bağlamda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, sosyo-ekonomik faaliyetleri kapsayacak şekilde örgütsel amaçlara uyumlu bir şekilde planlanmalı ve uygulanmalıdır. Kurumsal sosyal sorumluluğa yönelik modern yaklaşım kurum ile toplum arasındaki bağın sağlıklı ve doğru bir biçimde sürdürülmesini temel almaktadır. Sosyal sorumluluk faaliyetleri ile kurumlar, kısa ve uzun vadede önemli kazançlara sahip olabilmektedirler. Bu bakımdan modern yaklaşım savunucuları, kurum paydaşlarının görüşlerini de dikkate almalı ve bu görüşlere uygun bir politika geliştirilmesini savunmaktadır (Akgeyik, 2010: s. 71).

İşletmelerin, sosyal sorumluluk alması gerektiğini savunan modern yaklaşım sosyal sorumluluk çerçevesinde aşağıdaki hususlara dikkat çekmektedir (Şahin, 1996: s. 49) :

- İşletmeler, toplumun bir parçasıdır. Bu nedenle sosyal sorunların çözümünde aktif rol almalıdır.
- İşletmeler sosyal sorunları çözebilecek kaynaklara sahiptirler. Ancak toplumun desteği olmaksızın bu kaynakları kullanamazlar.
- Kısa vadede çevreye ve topluma yatırım yapan işletmeler, uzun vadede karını arttıırırlar.
- İşletmelerin gönüllü olarak gerçekleştirmediği sorumluluklar, devletler yasal zorlamayla gerçekleştirebilirler.

## **2.5. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ**

Günümüzde kurumlar toplumun birer kurumsal vatandaşı olarak yalnızca faaliyette buldukları alan için değil, toplumun talep ve beklentilerine de sorumlu davranmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk modelleri incelendiğinde, bu modellerin ortak noktası kurumların ekonomik sorumluluklarının yanı sıra sosyal sorumlulukları da kapsadığıdır. Başlıca modeller:

### **2.5.1. Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli**

Keith Davis sosyal sorumluluk modelinde kurumların kendi çıkarlarının yanı sıra toplumun çıkarlarını, refahını koruma ve geliştirme sorumluluğu olduğunu ifade etmektedir. Davis'in modeli şu şekilde açıklanmaktadır (Aktaran: Top ve Öner, 2008: s. 106; Aktaran: Sert, 2012: ss. 45-46).

- Sosyal sorumluluk sosyal güçten kaynaklanmaktadır. Kurumlar tüketici hakları, çalışan hakları ve çevre kirliliği gibi konularda doğrudan güç sahibi olduğu için bu sorunlardan da kurumun sorumlu tutulması gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır. Buna göre, kurumların etki ve gücünü topluma karşı sorumlu bir şekilde kullanmaları gerekmektedir.

- İşletmeler faaliyetlerini kamuya açıklamaya ve toplumdan girdi almaya açık iki yönlü bir sistem olarak faaliyet gösterirler. Bu nedenle işletmeler, toplumsal refahın iyileştirilmesi ve sürdürülmesi için toplumsal temsilcileri dinlemeli ve dikkate almalı, sürekli bir iletişim kurarak yapılması gereken faaliyetlerle ilgili olarak toplumsal çevreyi dinlemelidir.
- İşletmeler etkinlik, ürün ya da hizmetin sürdürülmesine sosyal maliyet ve faydaları hesaplayarak, kısa, orta ve uzun vadede sonuçları düşünerek karar vermelidir.
- İşletmelerin sosyal olarak avantajlı fakat ekonomik olarak avantajsız olan faaliyetleri tamamen finanse etmesi beklenmemelidir. Sosyal faaliyetleri sürdürmenin maliyeti bu faaliyetlerle ilgili mal ve hizmet fiyatları üzerinden tüketicilere yansıtılmalıdır.
- İşletmelerin sosyal sorunların çözülmesi konusunda sorumlulukları vardır. Kurumsal vatandaş olan işletmeler sorumluluk olarak sorunların çözülmesi yönünde topluma katkı sağlamalıdır.

Davis, sosyal sorumluluk modelinde işletmelerin, kurumsal bir vatandaş olarak sosyal sorumluluk üstlenmeleri gerektiğini ve sosyal sorunlara karşı duyarlı olmaları gerektiğini savunmuştur. Ancak işletmelerin sosyal sorunların çözümüne katkı sağlarken ortaya çıkan ekonomik maliyetlerini ürün/hizmet fiyatları üzerinden tüketicilere yansıtılması gerektiğini savunmaktadır.

### **2.5.2. Sethi'nin Sosyal Sorumluluk Modeli**

Kurumsal sosyal sorumluluk Suresh Prakash Sethi'nin 1975'te geliştirdiği sosyal sorumluluk modeli, yükümlülük, sorumluluk ve duyarlılık yaklaşımları sunmaktadır. Bunlar (Aktaran: Sarıkaya ve Akarca, 2011: ss. 62-63; Demir ve Türkmen, 2014: s. 49):

- Sosyal yükümlülük yaklaşımı: sosyal yükümlülük ile ekonomi ve yasal sınırlamalar ifade edilmektedir. Yükümlülük işletmelerin belirli kurallara ve sınırlamalara karşı tutum ve davranışlarıdır.
- Sosyal sorumluluk yaklaşımı: işletmelerin faaliyetlerinin toplumsal beklenti ve talepleriyle uyumlu olması, toplumsal beklentilere yanıt vererek çözüm sağlaması ifade edilmektedir.
- Sosyal duyarlılık yaklaşımı: işletmelerin meydana gelebilecek sosyal sorunları önceden belirleyerek bu sorunların ortaya çıkmasını önleyici faaliyetlerde bulunmasını ifade etmektedir.

Sosyal sorumluluk modelinin duyarlılık yaklaşımı doğrultusunda faaliyet gösteren kurumlar, toplumsal sorunlara karşı, sosyal yükümlülük ve sosyal sorumluluk olarak organizasyonlarını daha iyi ve yüksek düzeye ulaştırdığı savunulmaktadır (Sert, 2012: s. 47).

### **2.5.3. Ackerman'ın Sosyal Duyarlılık Modeli**

Robert W. Ackerman'a göre işletmelerin toplumsal sorunlara katkılarının amacı sorumluluktan daha çok duyarlılık esasına göre şekillenmelidir (Daştan ve Bellikli, 2015: s.185). Bu doğrultuda Ackerman üç aşamalı bir model geliştirmiştir. Bunlar (Aktaran: Sert, 2012: s. 48) :

- Politika aşaması: Bu aşamada kurumlar çevrelerinde duyarlılık gösterilmesi gereken bir sorun olduğunun farkına varmaktadırlar. Yönetim veya yönetim kurulunun rehberliğiyle farkına varılan sorun için bir strateji belirleyerek sosyal sorumluluğun ilk adımını atmaktadır.
- Öğrenme aşaması: Bu aşamada kurumun sorunu/sorunları tanımladıktan ve politikalar geliştirdikten sonra, kurumun sorunla nasıl mücadele edeceğini öğrenme aşamasıdır.

- Örgütsel yükümlülük aşaması: Kurumların sosyal sorumluluk ile alakalı politikalarını faaliyete geçirdiği aşamadır. İlk iki aşamada öğrenilen politika ve düzenlemelerin kurum tarafından iş faaliyetine eklenmesi söz konusudur.

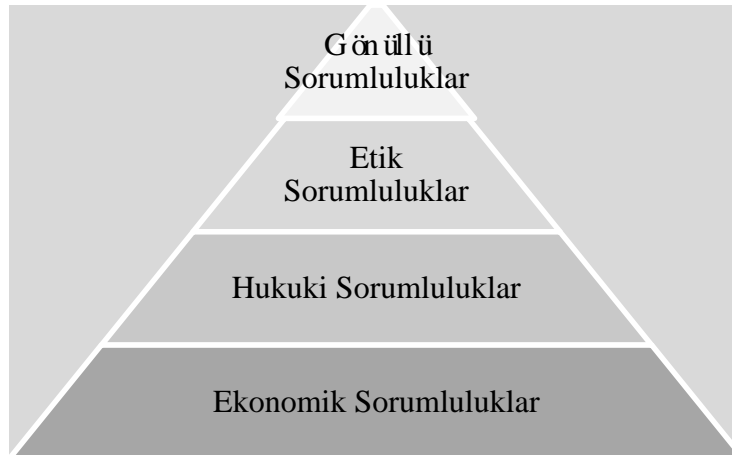
Bu model, sosyal sorumluluk anlayışını duyarlılık göstermelidir. Bu bağlamda kurumlar toplumsal sorunların farkına varmalı ve belirlemeli, çözüm yolları aramalı ardından sorunların çözümü için sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmelidirler.

#### 2.5.4. Carroll'un Sosyal Sorumluluk Piramidi Modeli

Kurumlar, toplumun ihtiyacı olan mal ve hizmetlerin üretilmesi için kaynaklarını verimli kullanmalı ve bu mal ve hizmetleri kar elde edebileceği biçimde satmalıdır. Buna göre kurumların öncelikli sorumluluğu ekonomiktir.

Archie Carroll'un 1991'de geliştirdiği sosyal sorumluluk piramidi modeli, işletmelerin dört farklı sorumluluğundan bahsetmektedir. Piramidin ilk basamağında ekonomik sorumluluklar, ikinci basamağında yasal sorumluluklar, üçüncü basamağında ahlaki sorumluluklar, dördüncü basamağında gönüllü sorumluluklar yer almaktadır.

Şekil 1: Carroll'un Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi



**Kaynak:** Özbay, 2013



Kurumsal sosyal sorumluluk piramidinin ilk basamağı ekonomik sorumluluklarda Carroll işletmelerin öncelikli hedefinin kazançlarını sürekli arttıracak biçimde hareket etmek ve karlılığa yönelmek olduğunu, kurum için büyüme ve süreklilik sağlaması gerektiğini belirtmektedir. Piramidin ikinci basamağına göre kurumlar çevre, güvenlik, tüketici ilişkileri, sağlık gibi alanlarda ulusal ve uluslar arası yasalara uyması gerektiğini belirtmektedir. Carroll üçüncü basamakta ise kurumların bireysel ve toplumsal ilişkilerin temeli olan değerlere saygı duyması ve normlara uyması gerektiğini ifade etmektedir. Son basamakta kurumların toplumsal refahın sağlanması ve devam ettirilebilmesi için gönüllülük esasına dayalı olarak sorumluluk alması gerektiğini ifade etmektedir (Aktaran: Aşçıgil, 2011: ss. 33-34).

İşletmelerden toplumun beklentisi, iyi bir kurumsal vatandaş olmasıdır. Toplumun refahını artırmak amacıyla işletmelerin aktif bir biçimde hayırseverlik faaliyetleri gerçekleştirerek sanata, eğitime veya topluma yardımcı olması beklenmektedir.

**Tablo 4:** Carroll'un Sosyal Sorumluluk Bileşenleri

<b>Ekonomik Sorumluluklar</b>	<b>Hukuki Sorumluluklar</b>	<b>Etik Sorumluluklar</b>	<b>Gönüllü Sorumluluklar</b>
Hisse başına kazancın yükseltilmesi önemlidir.	Devletin ve kanunların beklentilerine uygun hareket etmek önemlidir.	Toplumsal ahlak ve etik normların beklentilerine uygun hareket etmek önemlidir.	Toplumun yardımseverlik ya da hayırseverlik kapsamındaki beklentilerini karşılamak önemlidir.
Mümkün olduğunca karlılık amacına bağlı kalınmalıdır.	Merkezi ya da yerel tüm kanunlara uymak gerekmektedir.	Toplum tarafından benimsenen yeni ya da zamanla değişen ahlaki ve etik normlara saygı göstermek önemlidir.	Sosyal bilimlere ve sanata katkıda bulunmak önemlidir.
Güçlü bir rekabetçi konuma sahip olmak önemlidir.	Kanunlara uyan kurumsal vatandaş olmak önemlidir.	Kurumsal hedeflerin başarısı için etik normlardan ödün vermemek gerekmektedir.	Yöneticilerin ve çalışanların içinde buldukları topluma yönelik gönüllü faaliyetlere katılmaları önemlidir.
Yüksek seviyede işletme verimliliği sağlamak önemlidir.	En az asgari düzeyde yasal gerekliliklere uygun ürün ve hizmetleri	Ahlaki ya da etik açıdan beklentilerin karşılanması olarak tanımlanan iyi	Özel ve kamu eğitim kurumlarına yardımda bulunmak önemlidir.

	üretmek önemlidir.	kurumsal vatandaşlık anlayışını benimsemek önemlidir.	
Başarılı firma, sürekli kar eden firma olarak tanımlanmaktadır.	Başarılı firma, tüm yasal yükümlülüklerini yerine getiren firma olarak tanımlanmaktadır.	Kurumsal dürüstlük ve etik davranış, salt yasalara ya da düzenlemelere uymaktan çok daha öte bir şeydir.	Toplumun yaşam kalitesini arttıran projelere gönüllü olarak destek vermek önemlidir.

**Kaynak:** Özbay, 2013

### 2.5.5. Wartick ve Cochran Sosyal Sorumluluk Modeli

L.S. Wartick ve P.L. Cochran, dört boyutlu sosyal sorumluluk modeli temeline dayanarak yeni bir model geliştirmiştir. Wartick ve Cochran, sosyal sorumluluğu içine alan ilkeleri belirtmekte ve kurumun kurumsal ortamında yer alan sosyal kabul süreçlerini, felsefi yönelimlerini ve kurumların karşı çıkması gereken sosyal sorunların yönetimine ait ortaya konacak politikaları belirtmekte ve örgütsel yönelimlerini aktarmaktadır. Bu modele göre; sosyal sorumluluk ekonomik, hukuki, etik ve gönüllü sorumlulukları içine alan sosyal sorumluluk tanımına kamusal sorumluluğu dahil etmektedir. Kamusal sorumluluklar, işletmelerin sosyal sözleşme ve ahlak temsilcileri olarak hareket etmesini içermektedir. İşletmelerin toplum tarafından belirlenen hak ve yükümlülükleri olduğu düşüncesine dayanan sosyal sözleşme, işletmelerin davranışlarını toplumun hedeflerine uygun hale getiren araçtır. Kurumsal sosyal duyarlılık, kurumun sosyal baskılara verdiği tepki ve yönetsel yaklaşımları ifade etmektedir. Sosyal sorunların yönetimi, işletmelerin sosyal sorumluluk anlayışından ortaya çıkmaktadır (Aktaran: Sert, 2012: ss. 52-53)

**Tablo 5:** Kurumsal Sosyal Performans Modeli

İlkeler	Süreçler	Politikalar
<b>Kurumsal Sosyal Sorumluluklar</b>	<b>Kurumsal Sosyal Duyarlılık</b>	<b>Sosyal Sorunların Yönetimi</b>
Ekonomik	Reaktif	Sorunların tanımlanması
Hukuki	Savunmacı	Sorunların analizi
Etik	Uzlaşmacı	Yanıt geliştirme
Gönüllü	Proaktif	

Y öneltilen	Y öneltilen	Y öneltilen
İşletmelerin sosyal sözleşmesi Ahlak temsilcisi olarak işletmeler	Değişen sosyal koşullara yanıt verebilme kapasitesi Yanıt geliştirebilmek için yönetimsel yaklaşımlar	Sürprizleri en aza indirmek Kurumsal sosyal politikaların etkin olarak belirlenmesi
<b>Felsefi Y önelim</b>	<b>Kurumsal Y önelim</b>	<b>Örgütsel Y önelim</b>

**Kaynak:** Sert, 2012

Wartick ve Cochran sosyal sorumluluk modeline ilişkin şu sonuçlara ulaşılmıştır (Tak, 2009: s. 135):

- Kurumlar, istihdam olanağı, iş güvenliği ve işçi sağlığı, doğal çevrenin korunması gibi sosyal hedefleri için ekonomik ve sosyal performansları ayrı olarak değerlendirmelidir.
- Kamuya karşı sorumluluk ve sosyal sorumluluk farklı kavramlardır ve ayrı olarak değerlendirilmelidir.
- Sosyal sorumluluk ve sosyal taleplere yanıt verme farklı uygulamalardır bunun için sosyal talep ve sorunlara cevap verme sürecine göre değerlendirme yapılmalıdır
- Sosyal sorunlara cevap verme sürecinin çıktısı olarak geliştirilen politikalar değerlendirilmelidir.

### **2.5.6. Wood'un Sosyal Performans Modeli**

Donna J. Wood'un, Carroll ve Wartick ve Cochran'ın geliştirdiği model temel olarak geliştirdiği bu modelde, kurumların dış çevresiyle yürüttüğü faaliyetler sosyal performans olarak üç öğeyi kapsamaktadır. Bunlar (Tak, 2009: s. 138);

1. Motive eden ilkeler
2. Davranışsal süreç
3. Yönetim faaliyetlerinin gözlenebilirliği

Şekil 2: Sosyal Performans Modeli



Kaynak: Tak, 2009

Wood'un sosyal performans modeli kurumların sosyal sorumluluk, örgütsel ve yönetsel faaliyet süreçlerini, faaliyetlerin uygulanma ilkelerini ve faaliyet sonuçlarını incelemektedir (Öcal, 2007: s. 69; Tak, 2009: s. 139).

## 2.6. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK YÖNETİMİ

Yönetim, işletmenin hedeflerine ulaşmasını sağlayacak stratejilerin belirlenmesi, işletmenin hedefine ulaşabilmesi için işletme unsurlarının zaman faktörüyle birlikte verimli bir şekilde kullanımının gerçekleştirilmesi, araştırma ve geliştirme, üretim faaliyetleri, finans ve muhasebe işleyişi, pazarlama faaliyetleri ve bilgi işlem sistemleri arasındaki ilişkilerin düzenlenmesi sürecidir (Yüzbaşıoğlu, 2004: s. 389).

Kurumsal sosyal sorumluluk proje yönetim süreci, proje konusunun ve alanının belirlenmesi için çalışmaların yapılmasıyla başlamaktadır. İşletmeler sosyal sorumluluk projesinin konusunu belirlerken şirketin vizyon ve misyonu, ekonomik şartları, faaliyet alanı ve içinde bulunduğu ülkenin sosyo-ekonomik, siyasi ve kültürel şartları ve işletmenin rakiplerinin durumu gibi birçok faktörü analiz etmelidir. Projenin konusu ve faaliyet alanının belirlenmesinden sonra proje stratejileri belirlenmeli ve planlanmalıdır. Projenin planlanması aşaması, kampanyanın hedefleri, iletişim stratejileri, çalışılacak ortak veya ortaklar, hedef kitle, projenin topluma sağlayacağı faydalar, proje sloganı, görseller, proje fonunu

doğru kullanma stratejileri, proje uygulama takvimi, iletişim uygulamaları, sözleşmeler, medya planı, faaliyet planı, bütçe analizi ve değerlendirme unsurlarını kapsamaktadır (Deren Van Het Hof ve Hoştut, 2015: ss. 94-104).

Projenin lme ve değerlendirme aşamasında; planlanan hedeflere ulaşılıp ulaşılmadığı, projenin etkileri ve eğer proje faaliyetleri esnasında bir sorun yaşanmışsa neden kaynaklandığı sorularının yanıtları verilmelidir. lme ve değerlendirme aşamasından sonra elde edilen bulgular ve sonuçlar raporlanmalıdır. Sosyal sorumluluk raporları, yıllık faaliyet raporlarında ya da ayrıca hazırlanan raporlarda kurumların ekonomik, çevresel ve sosyal faaliyetlerinin boyutlarının anlatıldığı bilgilerdir (Yurdakul ve Coşkun, 2008: s. 170).

Sonuç olarak işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk yönetimini en etkili biçimde hayata geçirebilmesi için kendi KSS anlayışına dayalı gerçekleştirebileceği sosyal sorumluluk faaliyet alanını belirlemeli, en kapsamlı Şekilde planlamalı ve uygulamalıdır. Sosyal sorumluluk faaliyetinin sürdürülebilirliğini sağlamak için gerçekleştirilen faaliyetler düzenli olarak kontrol edilmeli, belirlenen kriterlere göre lmlenmeli, değerlendirilmeli ve raporlanmalıdır.

## **2.7. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI**

Kurumların KSS anlayışını benimsemesi ve sosyal sorumluluk projeleri uygulamasının avantajlarının çok fazla olduğu kabul edilmektedir. Ancak uygulanan her sosyal sorumluluk projesi beklenildiği gibi başarılı olamamaktadır. KSS projelerinin hem kurum için hem de toplumsal fayda sağlaması açısından bir çok etken vardır. Bu etkenler Şu Şekilde sıralanabilir (Aydede, 2007: s. 50) :

- Proje içeriğinin kurumun ürünü veya hizmeti ile çelişmemesi
- Proje bütçesinin kurum kaynaklarına göre önceden belirlenmesi
- Projenin kurumun vizyon, misyon ve değerlerine uygun olması
- Proje konusunun ve uygulanmasının etik olarak uygun olması
- Proje hedefinin ulaşılabilir olması
- Projenin net bir mesaj taşıması

- Projenin sistemli uygulanması
- Projenin toplumsal ihtiyaçları karşılması
- Projenin kuruma ve tüketicilere fayda sağlaması
- Projenin üst yönetimce benimsenmesi
- Kurum çalışanlarının projeyi içselleştirmesi
- Kurum çalışanlarının proje uygulamasına dahil edilmesi
- Projenin hedeflerine ulaşabilmesi için proje ortaklığı kurulması
- Toplumun projeyi benimsemesi
- Projenin sürdürülebilir olması
- Projenin ölçülebilir olması
- Projenin hedef kitlede istenilen etkiye yol açması

Başarılı olan KSS projeleri işletme ve işletmenin paydaşlarına kısa ve uzun vadede çeşitli faydalar sağlamaktadır. Bu faydalar şu şekilde sıralanabilir (Aktan ve B ö r ü, 2007: ss. 21-22):

**Tablo 6:** KSS Projelerinin İşletmeye Sağladığı Faydalar

İşletmeye Sağladığı Faydalar	
Kurumsal imajın artması	İtibarın sağlanması
Toplumsal saygınlık kazanılması	Verimlilik ve kalitenin artması
Marka değerinin oluşması	Müşteri sadakatinin sağlanması
Karlılık artışı	Rekabet avantajı
Etkin risk yönetimi	Faaliyetlerde etkinlik sağlanması
İşbirliklerinin gelişimi	Yatırımcılara ve finans kaynaklarına ulaşım
Nitelikli çalışanların kazanılması	Kurumsal öğrenme ve yaratıcılık
Yeni pazarlara girmenin kolaylaşması	Hisse senetlerinde değer artışı

**Kaynak:** Aktan ve B ö r ü, 2007

Tabloda görüldüğü üzere KSS anlayışının ve projelerinin işletmelere sağlayacağı faydalar çok fazla açıdan değerlendirilebilir. Kurumun varlığını güçlendiren KSS anlayışı ile kurumlar marka değeri oluşturarak kurumsal imajın artmasına ve kurumsal itibarın sağlanmasına ve toplumsal saygınlık kazanılmasına dayanak sağlanabilir. Ürün ve hizmetlerin verimliliği ve kalitenin artışına sağladığı faydalar ile yeni pazarlara girmek kolaylaşabilir, işbirlikleri gelişebilir, müşteri sadakati ve karlılık artışı sağlanabilir.

KSS anlayışının ve projelerinin işletmeye sağladığı faydaların yanı sıra paydaşlara sağladığı faydalar da genişdir.

**Tablo 7: KSS Projelerinin Paydaşlara Sağladığı Faydalar**

<b>Paydaşlara Sağladığı Faydalar</b>	
<b>Kurum İçi Paydaşlar</b>	<b>Kurum Dışı Paydaşlar</b>
<b>Yöneticilere Sağladığı Faydalar</b>	<b>Müşteriler Sağladığı Faydalar</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Onur ve gurur duyma</li> <li>* Motivasyon artışı sağlayacak insan kaynakları politikaları</li> <li>* Etik konularda daha fazla farkındalık</li> <li>* Etik eğilimlerle çalışanlara karşı daha fazla güven duyulması</li> <li>* Eğilimlere uygun hareket etme</li> <li>* Çalışanların işletme amaçlarını benimsemesi ve içselleştirmesi</li> <li>* Yaratıcı düşünce ve uygulamaların ortaya çıkması</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Dürüst fiyat ve kaliteli ürün / hizmet</li> <li>* Satın alma sürecinde bilgi sağlanması</li> <li>* Taleplerin tanımlanması ve yerine getirilmesi</li> <li>* Müşteri şikayetlerinin dikkate alınması ve sorunların çözülmesi</li> <li>* Örgütlü hareket edebilme</li> </ul>
	<b>Rakiplere Sağladığı Faydalar</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Bilgilendirme ve kıyaslama örneği</li> <li>* Adil rekabet ve dürüst reklam</li> </ul>

**Tablo 8:** (Devam) KSS Projelerinin Paydaşlara Sağladığı Faydalar

<b>Hissedarlara Sağladığı Faydalar</b>	<b>Tedarikçilere Sağladığı Faydalar</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>* İşletme değerinin artışı</li><li>* Tüm firma faaliyetlerine yatırımların artması</li><li>* Sosyal sorumluluk yatırım projelerine kolaylıkla fon temin edilebilmesi</li><li>* Sermaye temininin kolaylaşması</li><li>* İşletme ile ilgili bilgilerin açıkça paylaşılması</li><li>* Sosyal performans ölçütünün oluşturulması</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>* Fiyatlandırma ve ödeme koşullarında dürüstlük</li><li>* Faaliyetlerine destek olacak tedarikçilerine finansal destek</li></ul>
	<b>Topluma Sağladığı Faydalar</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>* İnsan haklarının geliştirilmesi</li><li>* Eğitim, sağlık ve kültür alanlarına yatırım</li><li>* Kadın, çocuk sömürülmesine engel olma</li><li>* Sürdürülebilirliğe olan katkı</li></ul>
<b>Çalışanlara Sağladığı Faydalar</b>	<b>Devlete Sağladığı Faydalar</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>* Güvenli çalışma ortamı</li><li>* Etkin insan kaynakları politikaları</li><li>* Daha iyi çalışma koşulları</li><li>* İstihdam maliyetlerinde azalma</li><li>* Şirket içi iletişimin ve verimliliğin artması</li><li>* Fırsat eşitliği ve erişim hakları</li><li>* İşçi standartlarında iyileşme</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>* İstihdam oluşturma</li><li>* Yasalara bağlılık, yolsuzlukla mücadele</li><li>* Kamusal alanlara yatırım, ekonomik ve sosyal sorunlara destek artışı</li></ul>
	<b>Çevreye Sağladığı Faydalar</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>* Çevre kirliliğinin azalması</li><li>* Kültürel mirasın korunması</li><li>* Bitki örtüsünün, hayvan soyunun korunması</li><li>* Temiz üretim süreçleri, enerji tasarrufu, geri dönüşüm</li><li>* Çevresel teknoloji kullanımı</li></ul>

**Kaynak:** Aktan ve Börü, 2007

KSS anlayışının ve projelerinin paydaşlara sağladığı faydaları iki ayrı ana başlıklarda inceleyebiliriz. Kurum içi paydaşlar yöneticiler, hissedarlar ve çalışanlar; kurum dışı paydaşlar müşteriler, rakipler, tedarikçiler, devlet, toplum ve çevredir. KSS'nin kurum içi paydaşlara sağladığı faydalar incelendiğinde, kurum



faaliyetlerinin yürütülmesi ve kurumun hedeflerine ulaşması kolaylaşmaktadır. Kurum dışı paydaşlara sağladığı faydalar incelendiğinde ise, kurumların KSS anlayışı ve faaliyetlerinin önemli ekonomik, toplumsal katkıları olduğu değerlendirilebilir.

KSS anlayışının kurumsal kazanımları, yarar ve avantajları olduğu gibi kuruma zarar verebilecek dezavantaj ve zararları da olabilmektedir. Bunlar şu şekilde sıralanabilir (Akgemci vd., 2001: ss. 218-219; Özipek, 2013: s. 97; Yüceldi, 2009: s. 43; Özgener, 2009: ss. 218-219):

- KSS faaliyetlerine yönlendirilen kaynaklar nedeniyle hissedarlar ekonomik kazançtan yoksun kalabilir. İşletmelerin asıl hedefinin karını yükseltmek olduğundan bu durum önemli sorunlara yol açabilmektedir.
- Bazı araştırma sonuçlarına göre, sosyal hareketlere yönlendirilen kaynaklar nedeniyle tüketiciler ürün ve hizmetlere daha yüksek fiyatlar ödemek zorunda kaldığını göstermiştir. Bunun nedeni ise, sosyal yatırımların bedeli işletmenin sunduğu ürün ya da hizmetin fiyatına yansıtılmaktadır.
- Sosyal yükümlülükler işletmeler açısından maliyetli olabilmektedir. Sosyal programların maliyeti, ürün ve hizmet fiyatına yansıdığı için uluslararası pazarda bulunan işletmeler, sosyal maliyet taşımayan ülkelerin işletmeleriyle rekabette dezavantajlı duruma düşebilir ve pazarlarını kaybedebilirler.
- İşletmeler, sosyal sorunları başarılı bir şekilde çözmek için gerekli uzman personel ve becerilerden yoksun olabilir. Bu durumda işletmeler bu konularla ilgilenecek yeni personel istihdam etmek, ihtiyacının üzerinde personel çalıştırmak ve sonuçta fazla ücret ödemek zorunda kalabilir.

- İletme sahip, ortak ya da yöneticilerinin sosyal konulara fazla duyarlı davranmaları, örgütsel amaçlardan uzaklaşılmasına neden olarak temel misyonlarından alıkoyabilir.
- Sosyal kontrol ve hesap verme mekanizmalarının yetersiz olması, karmaşık ve tatmin edilemeyen sosyal beklentiler yaratacağından toplum ve işletme açısından maliyetli olabilir.

İşletmelerin KSS anlayışını benimserken ve faaliyetleri gerçekleştirirken yukarıda sıralanan dezavantajları göz önünde bulundurarak planlama yapmaları elzemdir. Sıralanan bu önerileri dikkate alan işletmeler KSS faaliyetlerinin dezavantajlarını en aza indirebilir ve avantajlarından daha fazla faydalanabilir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. CİNSİYET TEMELLİ DİJİTAL EŞİTSİZLİĞİN KAPATILMASINA YÖNELİK KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK " KADIN İÇİN TEKNOLOJİ" PROJESİ ÖRNEĞİ

Bu araştırmanın amacı doğrultusunda, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim sorunu yaşanmasının nedeni olarak cinsiyet temelli dijital eşitsizlik olgusuna ve dijital eşitsizliği kapatmak amacıyla yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projelerine odaklanılmıştır.

Literatür bölümlerinde, araştırmanın temel konusu olan kadın- erkek arasındaki dijital eşitsizliğin anlaşılabilmesi için, enformasyon toplumu ve özelliklerine, toplum ve teknoloji ilişkisine, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim sorununa ve dijital eşitsizliğe nedenlerine, cinsiyet temelli dijital eşitsizliğin nedeni olarak toplumsal cinsiyet kavramına, toplumsal cinsiyet rollerine, toplumsal cinsiyet ve teknoloji ilişkisine; cinsiyet temelli dijital eşitsizliğin kapatılmasına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin anlaşılabilmesi için, kurumsal sosyal sorumluluk kavramına, KSS'nin kapsamı, sınırları ve modellerine, KSS yönetimi ve KSS'nin avantaj ve dezavantajlarına yer verilmiştir.

Araştırmanın uygulama kısmında, "Kadın İçin Teknoloji" projesine yönelik veri toplama süreci, proje paydaşlarının kurumsal bilgileri ve proje içeriğine dair bilgiler verilmiştir. Proje içeriğine yönelik bilgiler Teknosa'nın Kurumsal İletişim birimiyle ve proje ortağı Habitat Derneği "Kadın İçin Teknoloji" projesinin yönetim süreciyle ilgili yetkilileriyle görüşmelerden elde edilmiştir.

#### 3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucunda bilginin üretilmesi, dağıtılması, uygulanması ve depolanması dijital ortamda gerçekleşmektedir. Bu durum toplumların bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim zorunluluğuna neden olmaktadır. Bu zorunluluktan dolayı toplumlar, bilgi ve iletişim teknolojilerini maksimum düzeyde kullanarak toplumsal ve ekonomik olarak gelişimini sürdürmek için çaba sarf etmektedir. Toplumun her kesiminin bilgi ve iletişim teknolojilerine

ulaşımının sağlanması o toplumun enformasyon toplumu olduğunun önemli bir g östergesidir. Ancak enformasyon toplumunun en temel unsuru haline gelen bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimde teknolojik, ekonomik, kültürel, politik gelişmişliğe bağlı olarak toplumlar arasında ve eğitim düzeyi, yaş, cinsiyet, kişisel gelişmişlik, kıır-kent yerleşimi gibi faktörlerden dolayı bireyler arasında eşitsizlikler söz konusudur. *Dijital Eşitsizlik* kavramının konusunu oluşturan bu eşitsizliğin nedenlerini ve seviyesini belirledikten sonra bu eşitsizliğin giderilmesi için uygun politika ve stratejiler belirlenmesi elzemdir.

Toplumların ve bireylerin bilgi ve iletişim teknolojilerine erişiminde eşitsizliğine işaret eden Dijital Eşitsizlik kavramına odaklanılarak, Türkiye'de cinsiyet temelli dijital eşitsizliğin kapatılmasına yönelik yapılan sosyal sorumluluk projeler ve sonuçları bu tezin konusudur.

### **3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI**

Bu araştırmanın amacı, Teknosa kurumu tarafından geręekleřtirilen "Kadın İçin Teknoloji" projesinden yola çıkarak, cinsiyet temelli dijital eşitsizliğin kapatılmasında, eğitime yönelik sosyal sorumluluk faaliyetlerinin etkililiğini ve faydasını tespit etmektir.

### **3.3. ARAŞTIRMANIN SORULARI**

Bu araştırma kapsamın üç temel araştırma sorusuna yanıt aranmış olup, bu sorular aşağıda belirtildiği gibidir;

**A1-** Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi ve yaygınlaşması toplumları ve bireyleri dijital eşitsizlik bağlamında nasıl etkilemektedir?

**A2-** Dijital eşitsizliğe neden olan faktörler nelerdir? Cinsiyet ile dijital eşitsizlik arasında bir ilişki var mıdır?

**A3-** Kadın - erkek arasındaki dijital eşitsizliğin kapatılmasına yönelik Türkiye'de ne tür sosyal sorumluluk faaliyetleri geręekleřtirilmektedir?

### 3.4. VARSAYIMLAR

Tezin üç varsayımı bulunmaktadır. Bunlar;

- Türkiye'de dijital eşitsizlik halen bir sorundur.
- Kadın ve erkek arasındaki dijital eşitsizliğin en önemli sebeplerinden biri toplumsal cinsiyet algısıdır.
- Dijital eşitsizliğin kapatılmasında KSS projeleri önemlidir.

### 3.5. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Dijital eşitsizlik sadece teknoloji temelli değildir. Konunun psikolojik ve sosyo-kültürel bir boyutu da bulunmaktadır. Teknik olanaklara sahip olmak ve hizmetlere ulaşmak yeterli olmamakta, bunların kullanılması için entelektüel bir birikimin de ortaya konulması gerekmektedir (Üstüner, 2011: ss. 8-9). Dolayısıyla dijital eşitsizliğin aşılması için bu teknolojilerin toplumun her kesimi tarafından anlaşılıp kabul görmesi ve kullanılabilmesi ile de yakından ilgilidir.

Bu bağlamda dijital eşitsizliğin demografik faktörlere göre farklılık gösterdiği, özellikle kadınların yeterince teknolojiye erişim ve kullanımda beceri sorunu yaşadığı görülmektedir. Bu durumun ülkemiz için de geçerli olduğu düşünülürse, dijital eşitsizliğin kapatılması bir gereklilik haline gelmiştir. Toplumsal cinsiyet eşitsizliği bağlamında dijital eşitsizliğin yaşandığı kadın nüfusuna yönelik geliştirilecek programlar önemli hale gelmiştir.

Yapılan kaynak taramaları ve araştırmalar sonucunda başta teknoloji alanında faaliyet gösteren kurumlar olmak üzere, kurumların bu alanda kadına yönelik yeterince sosyal sorumluk faaliyeti gerçekleştirerek farkındalık, beceri düzeyi ve toplumsal faydaya yönelik somut projeler geliştirmediği görülmüştür. Bu bağlamda araştırmanın odağı olarak belirlenen Teknosa kurumunun "Kadın İçin Teknoloji" projesinin bu alandaki tek proje olduğu tespit edilmiştir. Bu araştırma kapsamında ise, kadın ve teknoloji temasından yola çıkılarak başarılı bir sosyal sorumluluk projesi

olan "Kadın İçin Teknoloji" projesinin, kadınların teknoloji kullanımı ve dijital beceri düzeylerine ilişkin somut çıktılarının neler olduğunu ortaya koyabilmek ve yapılacak olan yeni çalışmalara yol gösterici olabilecek nitelikte bulgular elde etmek **bu çalışmanın önemini** oluşturmaktadır.

Aynı zamanda akademik anlamda da gerçekleştirilen araştırmalar sonucunda Türkiye'de yayınlanan lisansüstü tezlerde "*kadın, teknoloji ve dijital eşitsizlik*" bağlamında bir çalışma yapılmadığı tespit edilmiş olup, yapılacak bu çalışmanın alana katkıda bulunacağı ön görüşü de, bu çalışmanın **diğer bir önemliliğini** oluşturmaktadır.

### **3.6. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ**

Evren, bir araştırma kapsamına giren obje, olay ve bireylerin tümüne birden verilen isimdir. Örneklem ise bir evrenin özelliklerine ilişkin bilgileri (verileri) hesaplanabilir güvenilirlik sınırları içinde verebilen bir bütünün parçasıdır (Arseven, 2001: ss. 104-106). Amaçlı örneklem: öğeler, örnek için çalışma evreninden rastgele değil, belli özelliklerinden dolayı veya araştırmacının kendi kararı/sağduyusuna göre seçilirler (Böke, 2009: s. 125). Araştırmada veriler görüşme ve doküman incelemesi ile elde edilmiştir. Doküman incelemesinde Kadın İçin Teknoloji (Teknosa) kurumsal sosyal sorumluluk projelerine ilişkin dokümanlar incelenecektir. Ardından kolay ulaşılabilir durum örnekleme yöntemi (Yıldırım, A; Şimşek, H. 2011) kullanılarak proje sorumluları ile yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturularak görüşmeler gerçekleştirilecektir.

Bu çalışma nitel bir araştırmadır. Araştırma, cinsiyet temelli dijital eşitsizliğin kapatılmasına yönelik yapılan faaliyetleri incelemektedir. Bu doğrultuda bir ön çalışma yapılarak bilgi ve iletişim teknolojileri bağlamında yapılan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri incelenmiştir. Yapılan araştırma sonucunda BİT'e yönelik sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştiren kurumların teknoloji üreten ve dağıtımını yapan şirketler olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın evrenini Türkiye Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD) üyeleri oluşturmaktadır. Bu üyeler arasından amaçlı örneklem yöntemi kullanılarak ülke çapında cinsiyet temelli dijital

eşitsizliği kapatmaya yönelik proje yapan bir üye şirket çalışma kapsamına alınmıştır. Kadın - erkek arasındaki dijital eşitsizliğin kapatılmasına yönelik kadınların bilgi iletişim teknolojilerini kullanımı konusunda farkındalık sağlamayı ve temel beceriler kazandırmayı hedefleyen Teknosa şirketinin "Kadın İçin Teknoloji" projesi örnekleme alınmıştır.<sup>8</sup>

### **3.7. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI**

Araştırma kapsamında ilgili proje hakkında bilgi edinmek amacıyla ilgili kurumların web sitelerinde doküman incelemesi yapılmıştır. Bunun yanı sıra Teknosa kurumunun proje yetkilileriyle ve proje ortağı Habitat Derneği'nin proje yetkilileriyle görüşmeler yapılmıştır. "Kadın İçin Teknoloji" projesinde görev alan, projeye destek veren diğer kişiler ve proje kapsamında eğitim alan kadınlarla görüşme yapılmamıştır. Araştırma, görüşmecilerin paylaştığı bilgiler ve ulaşılabilen kaynaklardan elde edilen bilgiler ile sınırlandırılmıştır.

### **3.8. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

Bu çalışmanın ilk iki bölümünde literatür taramasına dayalı olarak ikincil veriler ışığında kavramsal çerçeve çizilmiş, araştırma bölümünde ise yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden faydalanılarak Teknosa kurumu proje yetkilileriyle ve proje ortağı Habitat Derneği ile görüşmeler gerçekleştirilmiş ve doküman araştırması tekniğinden faydalanılarak ilgili kurumların web sitelerinden incelenen proje ile ilgili bulgular elde edilmiştir.

Yukarıda da belirtildiği üzere çalışmanın ilk iki bölümünde kaynak taraması gerçekleştirilmiştir. İlk olarak kavramsal çerçeve ortaya koyulmuştur. Bu yöneme yönelik yapılan alanyazında gerçekleştirilen tanımlar bakıldığında; tarama modelleri, geçmişte ya da halen varolan bir durumu varolduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırmalara uygun bir modeldir. Araştırmaya konu olan birey ya da nesne, kendi

---

<sup>8</sup> Teknosa kurumu dışında kalan kurumların araştırma kapsamında değerlendirilmemesinin nedeni, bu kurumların kadına yönelik projeleri olmasına rağmen daha çok girişimcilik vb alanlara yönelmesi, bu projelerin kadının teknolojiyi kullanımı ve öğrenmesine (dijital beceri) yönelik olmamasından kaynaklanmaktadır.

koşullarında, olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Bilinmek istenen üzerinde herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmez (Karasar, 1995: s. 77).

Bu bağlamda kavramsal çerçeve ortaya konulduktan sonra, ilk olarak, dijital eşitsizlik ile ilgili değerlendirmeye alınacak verilere ulaşabilmek için ulusal ve uluslararası kuruluşlardan elde edilecek bilgiler ve dijital eşitsizlik hakkında yapılan çalışmalar taranmıştır. Bu kapsamda, Dünyada ve Türkiye'de dijital eşitsizliğin ortaya koyulması amacıyla T.C. Kalkınma Bakanlığı Kalkınma Planı, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD), Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) vb kuruluşlardan elde edilen veriler tarandıktan sonra bu veriler ile konunun genel bir fotoğrafı çekilerek var olan durumu ortaya koymaya yönelik bir çerçeve çizilmiştir.

Çalışmanın uygulama kısmında ise yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ve doküman araştırma tekniği yöntemi seçilmiş olup örneklem olarak Teknosa kurumu belirlenmiştir.

Mülakat / görüşme tekniği ile ilgili alanyazın incelendiğinde Briggs (1986), görüşmenin, sosyal bilimler alanında yapılan araştırmalarda kullanılan en yaygın veri toplama yöntemi olduğunu savunmakta ve bu durumun, görüşme yönteminin; bireylerin deneyimlerine, tutumlarına, görüşlerine, şikayetlerine, duygularına ve inançlarına ilişkin bilgi elde etmede oldukça etkili bir yöntem olmasından kaynaklandığını belirtmektedir. Görüşme / Mülakat, iki veya daha fazla sayıda insan arasında belli bir amaç etrafında yapılan tartışmalardır. Stewart ve Cash (1985) görüşmeyi, "önceden belirlenmiş ve ciddi bir amaç için yapılan, soru sorma ve yanıtlama tarzına dayalı karşılıklı ve etkileşimli bir iletişim süreci" olarak ifade etmektedirler. Yaygın olarak yapılan sınıflamaya göre 3 çeşit mülakattan söz edilmektedir. Bunlar, "biçimsel/yapılandırılmış", "yarı biçimsel/yarı yapılandırılmış" ve "biçimsel olmayan/yapılandırılmamış" şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Altunışık, vd., 2005: ss. 82-83; Yıldırım ve Şimşek, 2008: s. 119).

Doküman araştırması tekniği, araştırmada hedeflenen olgu veya olaylar hakkında yazılı materyallerden veri toplanmasıdır. Doküman araştırması tekniği kapsamında araştırmacı, internet kaynakları, haberler, gazeteler, kişisel günlükler, mektuplar, akademik kaynaklar vb. gibi ikincil kaynaklardan yararlanır. Bunun yanında araştırmacı görüşme yaptığı veya karşılıklı iletişimde bulunduğu kişilerden



araştırma konusunu ilgilendiren broşürler, resimler, nesnelere vb. dokümanlar edinip araştırma kapsamında veri olarak kullanabilir (Güler vd., 2013: ss. 322-324).

Araştırmada, veri toplamak amacıyla proje ortaklarının web sitelerinde konuyla ilgili doküman araştırması yapılmıştır. Bununla birlikte "Kadın İçin Teknoloji" proje yetkilileriyle görüşmek için Teknosa İç Dış Ticaret A.Ş ile e-posta yoluyla irtibata geçilmiş ve görüşme için randevu istenmiştir. Projenin koordinatörlüğünü üstlenen Kurumsal İletişim biriminin görüşme talebine sıcak bakması neticesinde Mart 2019'da Teknosa İç Dış Ticaret A.Ş.'nin genel merkezinde görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmeye Teknosa Kurumsal İletişim biriminden **iki yetkili** katılmıştır. Ayrıca görüşmeden sonra e-posta ile proje hakkında **bilgi notu** paylaşılmıştır. Görüşmede projenin eğitim ile ilgili bazı sorularına yetkililerden yanıt alınamamış, bu sorularla ilgili olarak proje ortağı Habitat Derneği ile görüşme yapılması önerilmiştir. Bu durum üzerine, sonraki günlerde Habitat Derneği ile posta yoluyla iletişime geçilmiş ve randevu talep edilmiştir. Randevu talebine olumlu yanıt gelmiş ve Nisan 2019'da Habitat Derneği'nde görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmeye projeye ilgili **üç yetkili** katılmıştır. Böylece araştırma sorularının tümü eksiksiz olarak yanıtlanmıştır. Görüşme soruları araştırmanın ekinde.

### **3.9. ARAŞTIRMANIN BULGULARI**

Araştırmanın bulguları kısmında, doküman araştırması tekniğinden faydalanılarak ilgili kurumların web sitelerinden kurumsal bilgiler edinilmiş ve ilgili kurumlarla görüşülmüş, proje hakkında bilgiler alınmıştır. Araştırmacıya verilen bilgiler ışığında araştırmanın bulguları yorumlanmıştır.

#### **3.9.1. Proje Ortakları İle İlgili Genel Bulgular**

- **Proje Yürütücüsü Kurum Olan Teknosa Hakkında Bilgiler**

Teknosa, tam adı ile Teknosa İç ve Dış Ticaret A.Ş., 2000 senesinde Hacı Ömer Sabancı Holding A.Ş. iç yapısında bir teknoloji perakende zinciri olarak

kurulmuştur. Teknolojik ürün ve çözümlerin bir arada olduğu kurumda pek çok markaya ait ürünler yer almaktadır. Teknosa dünyada meydana gelen dijital dönüşüme ayak uydurarak 2003 senesinde teknosa.com'u oluşturmuş ve bu alanda Türkiye'nin öncülerinden biri olmuştur. Türkiye'deki ilk teknoloji marketi konsepti olan Teknosa bugün sahip olduğu mağazalar, teknosa.com ve mobil platformları ile Türkiye'de en yaygın teknoloji perakende zinciri durumundadır. Halka arzı 2012 yılının Mayıs ayında gerçekleşen şirketin hisseleri Borsa İstanbul'da işlem görmektedir (www.teknosa.com, E.T.:13.05.2019).

Teknosa toplumsal yaşama katkıda bulunmak ve yeni nesilleri teknoloji alanında daha bilinçli kılmak amaçlarıyla farklı alanlardaki pek çok proje için teknoloji tedariki sağlamaktadır. Şirket bunun yanında, kadın nüfusun dijital okuryazarlığının sağlanmasına ve artırılmasına destek olmak amacıyla Türkiye'deki pek çok farklı ilde teknoloji üzerine ücretsiz eğitimler gerçekleştirdiği "Kadın için Teknoloji" isimli bir sosyal sorumluluk projesi yürütmektedir (www.teknosa.com, E.T.:13.05.2019).

- **Proje Paydaşı Habitat Derneği Hakkında Bilgiler**

Habitat Derneği 1997 yılında kurulmuş olup sürdürülebilir kalkınma alanında çalışmalar gerçekleştiren bir sivil toplum kuruluşudur. Genç nüfusun sürdürülebilir kalkınmaya olan etkisini arttırmayı hedefleyen Habitat Derneği, Türkiye'deki gençlerin dünya'daki diğer gençlerle kuracağı iletişimde bir köprü oluşturmayı vizyonu olarak benimsemiştir. Bu vizyona yönelik çalışmalar gerçekleştiren Habitat Derneği'nin çalışmalarındaki paydaşlardan bazıları hükümetler, yerel yönetimler, özel sektör ve diğer sivil toplum kuruluşlarıdır. Ayrıca Habitat Derneği, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ile stratejik ortak konumundadır (habitatderneği.org, E.T.:19.05.2019).

Habitat Derneği gönüllüleri, herhangi bir ayırım yapmadan (dil, din, cinsiyet vb.) Türkiye'deki tüm illerde toplum içinde dezavantajlı olarak konumlanmış grupları temel alarak yönetişim, bilişim, girişimcilik gibi alanlarda başta dezavantajlı gruplar olmak üzere tüm bireylerin kapasitelerini geliştirmek ve uluslararası ortaklıklar

kurmak amacıyla birçok proje ve programlar geliştirmektedir. Dernek bu sayede kamu politikalarına yerel, ulusal ve küresel ölçeklerde destek olmaktadır (habitatderneği.org, E.T.:19.05.2019).

- **Ekonomik Kurum Olarak Teknosa'nın Habitat Derneği'yle Proje Ortaklığı Kurmasının Nedeni Nedir?**

*K1: "Proje, daha çok kadına eğitim imkânı sunmak ve teknoloji ile tanıştırmak amacıyla başladığı günden beri Habitat Derneği ile yürütülüyor. Derneğin geniş bir iletişim, genç gönüllü ve operasyon ağı bulunuyor. Ayrıca bilişim projelerinde oldukça iyiler ve örgütlenebilme konusunda da oldukça başarılılar. Teknoloji eğitimlerini de genç gönüllüler veriyor. Genç gönüllülerin liderliğinde, yerelde sivil toplum örgütleri, belediyeler ve üniversitelerin katılım ve katkılarıyla proje sürdürülüyor"*

### **3.9.2. Proje Ortaklarının Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışlarına İlişkin Bulgular**

- **Teknosa**

*K1: "Herkes için teknoloji felsefesine sahip olan Teknosa faaliyet gösterdiği alanla ilgili projeler yapmaktadır. Kuruma göre sosyal sorumluluk, teknolojiye erişimi zor olan kesimlere ulaşabilmektir. Projemizin arkasındaki felsefe de budur."*

- **Habitat Derneği**

*K3: "Özel sektörün yani özel firmaların kurumsal sosyal sorumluluk projelerini yürütmelerine destek oluyoruz, dernek olarak projelerin sahada yerel yürütücülüğünü yapıyoruz. Belki biraz geçmişinden bahsetmek gerekir. Biz 25 yıldır Türkiye'de sürdürülebilir kalkınma özelinde çalışmalar yapıyoruz. Genel olarak özel sektörün kurumsal sosyal sorumluluğunu yönetiyoruz. Bu kurumlardan birisi de Teknosa. Bizim amacımız, bu projeler için eğitimlerin eğitimini sağlamak. Gönüllü eğitimlerle birlikte yereldeki hedef gruba farkındalık artırıcı, kapasite geliştirici*

*eđitimler veriyoruz ve bu şekilde sűrdűrűlebilir kalkınmaya katkı vermeyi hedefliyoruz."*

### **3.9.3. Toplum ve Teknoloji İlişkinine Dair Bulgular**

- **Teknosa**

*KI: "Genel olarak teknolojiye meraklı bir toplum olduğumuzu söyleyebiliriz. Fakat, teknolojinin hayatımıza kattığı şeyler yeni keşfediliyor. Bu durum gelişime olumlu katkı sağlıyor. Böylelikle teknoloji, sadece basit bir iletişim aracı olmaktan çıkıyor, aynı zamanda iş-değer katkısında da bulunuyor."*

Teknosa kurumsal iletişim biriminin e-posta ile paylaştığı bilgiye göre (Teknosa, 07.03.2019);

Kadın İçin Teknoloji projesinin temellerinin atıldığı 2007 yılında TÜİK verilerine göre 16-74 yaş grubundaki kadınların bilgisayar kullanım oranı %23 seviyesinde idi. İnternet kullanımı ise ondan da geride %20 seviyesinde idi. Bugün kadınların bilgisayar kullanım oranı 2 kattan fazla (%50,6) arttı. Bilgisayar kullanım oranındaki genel artışta da kadınlar erkeklere göre önde gidiyor.

Bilgisayar ve İnternet kullanımı 2018 yılında 16-74 yaş grubundaki erkeklerde %68,6 ve %80,4 iken, kadınlarda %50,6 ve %65,5 oldu. İnternet'in yaygınlaşması ve hayatımıza sundukları, akıllı telefonlar, kadınları daha çok çekmeye başladı.

Bu yıl içinde, farklı yaş gruplarında (15-18, 19-24 ve 25-40 yaş) kadınların ve erkeklerin teknoloji ile kurduğu bağı, teknolojiye nasıl baktıklarını anlamak amacıyla fokus grup çalışmaları yapıldı. Bu araştırmada ortaya çıkan sonuçlar;

- ✓ Genel olarak teknoloji ile ilk yakınlaşma bir heves ve eğlence olarak başlıyor. Teknolojik oyuncaklar, oyunlarla arkadaş edinmek ve arkadaş grubunda popüler olmaya yardımcı olmak adına önem kazanıyor. Lise ve özellikle üniversitede teknolojik ürünlerin kullanımı çeşitleniyor.

- ✓ Üniversiteli erkeklere teknoloji dendiğinde roketten yapay zekaya, programlamadan ileride hayal ettikleri işlerde teknoloji kullanımlarına kadar geniş çerçevede bir algılayış var. Aynı yaş grubundaki kadınlarda ise teknoloji olarak akıllı telefon ve sosyal medya ön plana çıkıyor.
- ✓ En çok arzulanan ürünler, erkekler için elektrikli araba, drone, akıllı saat; genç kızlar için üst model telefon ve daha yüksek yaş grubundaki kadınlar içinse üst model ev aletleri.

Teknolojik ürün kullanımı, teknolojik bir problemle karşılaştığında baş etme becerisi ve teknolojide yeni trendlere erkeklerin kadınlara oranla daha hâkim olduğu gözüküyor. Kadınlar, teknolojik problemle karşılaştığında genellikle yakın çevrelerindeki erkeklerden (baba, eş, erkek arkadaş...) yardım aldığını paylaşıyor.

**K3:** "Aslında teknolojiye ilgi anlamında farklı yönlere gidilmesinin birçok sebebi var ama bu özellikle genç erkeklere sorulduğunda; çoğu "çünkü kız kardeşlerimiz, kız arkadaşlarımız daha eve kapalı bir hayat yaşıyorlar. Biz İnternet kafelerde, sokakta birbirimizden daha çok şey öğreniyoruz" söyleminde birleştiler."

**K4:** "Kadınlar kurdukları hayallerin her zaman çok desteklenmediğini dile getiriyor. Bir de özellikle teknoloji alanında rol modellerinin olmadığını söylüyor."

- **Habitat Derneği**

**K4:** "OECD 2019 raporuna göre Türkiye'deki mesleklerin %43'ü gelecekte kaybolmaya mahkum meslekler olarak değerlendiriliyor ve bu Türkiye özelinde ve teknoloji özelinde çok iç açıcı bir oran değil. Buna ek olarak, TÜİK verilerine göre 2018 de İnternet kullanım oranı kadınlar için %64, erkekler içinse %79 olarak görünüyor. 2013 yılında ise kadınlarda %38 gibi düşük bir oran söz konusuydu. Bu da projelerin hedefine bir şekilde ulaştığını gösteriyor. Aslında teknolojinin nereye gideceğini şuan kestirmek çok zor, ama artık teknoloji gemisi büyük otonom dünyasına giriyor ve her şey bilgisayar, bulut kavramıyla bütünleşiyor. Şuan ki verilerde 2025 yılına gelindiğinde tüm dünyada 50 milyara yakın cihazın ya da

*insanın İnternet'e bağlı olacağını söylüyor buna göre teknoloji artık insanların eli kolu gözü gibidir ve bu durum artarak devam edecektir."*

### **3.9.4. Proje İçeriğine İlişkin Bulgular**

- **Projenin Amacı ve Kapsamı**

Teknosa kurumsal iletişim biriminin e-posta ile paylaştığı bilgiye göre (Teknosa, 07.03.2019);

Kadın İçin Teknoloji projesi, Teknosa tarafından 2007 yılında kadınların ekonomik ve sosyal yaşama katılım sağlaması için gerekli olan teknoloji entegrasyonunu gerçekleştirmek ve teknolojinin erkek merkezli algısını yıkmak üzere başlatıldı. Proje kapsamında, Türkiye'nin farklı bölgelerinde kadınlara yönelik ücretsiz bilgisayar ve teknoloji eğitimleri düzenleniyor.

Günümüzde kadınlara özgürlük ve fırsat eşitliği sunacak en önemli araçlardan birisi teknolojidir. İçinde bulunduğumuz dijital ağ, toplumsal cinsiyet eşitliği için dönüm noktasıdır. Toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadının sosyal ve ekonomik yaşama katılımına dair bireysel ve kurumsal sorumlulukların farkına varılması gerekmektedir. Bu bağlamda Teknosa, toplumsal cinsiyet eşitliği adına 2 konuya öncelik vermektedir:

1. Teknoloji erkek işidir algısını yıkmak
2. Kadınları dijital okur - yazar yapmak

Bu noktada "Kadın İçin Teknoloji" projesi önemlidir. Proje ile kadınların teknoloji ve bilişime cesaretle yaklaşmasına önemli katkı sağlanmaktadır.

Proje kapsamında verilen eğitimlerle kadınların Türkiye'nin e-dönüşüm sürecine aktif katılımları, toplumdaki rollerinin güçlenmesi, ekonomik bağımsızlıklarını kazanmaları, girişimciliklerinin ve istihdamlarının arttırılması amaçlanmaktadır.

Projenin hayata geçirilmesinde, teknolojinin hayatları kolaylaştırmada, toplumları ilerletmede kilit rol oynaması ve kadınların teknolojiye erişimlerinin çok

daha yetersiz olması en önemli etkenler olmuştu. Projenin iç görülerinden bir diğeri de kadınların, annelerin serzenişiydi. Çocuğunun bilgisayarda ne yaptığını bilmediği için endişelenen; bilgisayarı biz de bilmek istiyoruz ama çocuklar bize öğretmiyor diyen annelere de kulak verildi.

- **Proje Kapsamında Eğitim Verilecek İllerin Belirlenmesi**

**K2:** "Habitat Derneği'nin gönüllü ağıları var. Onlara gelen talep doğrultusunda değerlendiriliyor. Sivil Toplum Kuruluşları (STK'lar) ve üniversitelerden de talep olabiliyor."

- **Belirlenen İlde Eğitim Takvimi**

**K3:** "Eğitimler, gönüllü eğitmenlerin ve katılımcıların uygun olduğu zamanlara göre organize edilmektedir. Eğitimin gerçekleştirildiği illerde, başvuruların yoğunluğuna göre tekrar eğitimler düzenlenmektedir."

- **Eğitimlerin Duyurulması**

**K2:** "Duyurum için halkla ilişkiler çalışmalarımız var. Basın duyuruları gerçekleştiriyoruz. Ayrıca Türkiye'nin dört bir yanında bulunan Teknosa mağazalarımızda eğitim duyurusu yapılıyor. Buna ek olarak Habitat Derneği de tanıtım konusunda oldukça fazla destek oluyor ve duyuru yapıyor."

**K3:** "Projenin eğitmenleri zaten eğitimin verileceği yerde yaşayan kişiler. Örneğin Adıyamandaki eğitim için Adıyamanda yaşayan eğitmenlerimiz görev alır. Böylece yereli tanıyan eğitmenlerimiz sayesinde eğitimin içeriği, boyutu da esnetebiliyor. Bizce bu projenin bu derece sürdürülebilir olması bu şekilde sağlanıyor. Tepeden inme bir eğitim yok. Yerel eğitmenler sayesinde eğitim alan kadınların dilinden konuşabiliyor, yöresel özellikleri biliyor."

**K4:** "Eğitimin ayarlanması kurumlarla görüşülmesinde, duyurulmasında eğitmenler görev alıyor, sosyal medyadan duyuru yapıyoruz, belediyelere,

*üniversitelere, halk eğitim merkezlerine duyurusunu yapıyoruz onlar da isterlerse duyurunun yaygınlaştırılmasında yardımcı oluyorlar."*

Eğitimlerin düzenleneceği iller ve duyurular hakkında bilgi almak için <https://www.instagram.com/kadinicinteknoloji/> hesabını takip etmek, eğitimlerden yararlanabilmek içinse <http://www.kadinicinteknoloji.com/> web sitesindeki başvuru formunu doldurmak veya [kadinicinteknoloji@habitatdernegi.org](mailto:kadinicinteknoloji@habitatdernegi.org) adresine başvurmak yeterli oluyor. Ayrıca gönüllüler yereldeki kurumlarla iş birliği yaparak eğitimler düzenleyebiliyor ( Teknosa, Bilgi Notu, 07.03.2019).

- **Eğitim Süresi**

***K3:** "Eğitim programı 16 saattir. Gönüllü eğitmenler, kendi özverileriyle gerektiğinde bu süreyi aşabilmektedir."*

- **Eğitim İçeriği**

Eğitimlerde, temel bilgisayar kullanımı, İnternet'e giriş ve e-posta kullanımı, office paket programlarının genel uygulamaları (Word, Excel, PowerPoint), sosyal medya ve mobil cihaz kullanımı işlenmektedir ( Teknosa, Bilgi Notu, 07.03.2019).

***K3:** "Ülkenin farklı bölgelerinde, farklı yapıda kadınlara tek bir müfredatla en iyisini öğretmek mümkün değil. Bu yüzden yereli tanıyan eğitmenlerimiz, müfredatı esneterek öğrenmek istedikleri konuya da vakit ayırıp yardımcı olmaya çalışıyorlar."*

***K4:** "Eğitimlerin müfredatı belli ama biz eğitmen eğitimlerinde gönüllü eğitmenlerimize şunu söylüyoruz: Eğitime başlamadan önce hedef kitleni tanı, neye ihtiyaçları var, neyi öğrenmek istiyorlar mutlaka öğren. Buna göre, eğitmenlerimiz ilk 15 dakika sınıfı bir yokluyor, tanışıyor, isteklerini belirlemeye çalışıyor. Buna göre eğitimi düzenleyebiliyor. Eğitimin geçişken tarafı eğitimi alanlar için değişebiliyor."*

- **Eğitimlerin Verildiği Mekanlar**

***K5:** "Eğitimleri halk eğitim merkezlerinde, belediyelerin göstereceği yerlerde, g inlerde, piknikte, camilerde her yerde eğitim yapabiliyoruz."*



- **Proje Eğitimlerinin Diğer Kamu ve Özel Kurumlarda Verilen Eğitimlerden Farkı**

*K4: "Eğitimin gerçekleştirileceği mekan, başlama-bitiş süreleri, müfredat vb. esnek ve sadece kadına yönelik. Kadınlar bize ulaşmaya çalışmıyor. Biz kadına ulaşmaya çalışıyoruz ve biz ona uyum sağlıyoruz."*

- **Eğitime Katılanların Teknoloji Kullanım ve Farkındalık Seviyelerinin Belirlenmesi**

*K5: "Seviyeleri eğitmenler belirliyor bu durumdan dolayı eğitimler esnektir. Bu durum tespiti için güne bile gidildi ve kadınlar ile iletişime geçildi."*

Kadın İçin Teknoloji projesi ile kadınların, başta çocukları, torunları olmak üzere yakın çevreleri, birbirleri ve dünya ile etkileşim halinde olması, ilgi alanlarına göre istedikleri bilgiye kolayca erişmesi, banka işlemleri, online alışveriş gibi hayatı kolaylaştıran işleri yapabilmesi mümkün oluyor. Ayrıca, kendi girişimleri için bu eğitimlere katılan kadınlar da var. Evde ürettikleri şeyleri tanıtmak, satmak üzere İnternet ve sosyal medya dünyasını keşfetmeye çalışıyorlar (Teknosa, Bilgi Notu, 07.03.2019).

Kadın için Teknoloji eğitimlerine katılan orta yaş ve üstü gruplarda bilgisayar ile Kadın İçin Teknoloji eğitimlerinde tanışma oranı çok yüksek. Öğrenciler de bilgisayar ve İnternet ortamında ödevlerini yapmayı öğrenmek için eğitimlere geliyor. Üç nesil olarak (anneanne, anne, çocuk) eğitimlere katılanlar da var (Teknosa, Bilgi Notu, 07.03.2019).

- **Kadın İçin Teknoloji Eğitimleri Sonrasında Kadınların Kazanımları**

Eğitimler sonrasında kadınlar ( Teknosa, Bilgi Notu, 07.03.2019);

- ❖ Kimseye muhtaç olmadan hastane randevusu alıp, e-devlet sitesini kullanabiliyorlar.

- ❖ Güvenli İnternet hakkında bilinçleniyorlar.
- ❖ E-posta kullanmaya başlıyorlar.
- ❖ Facebook, Instagram gibi sosyal medya hesaplarını açıyorlar.
- ❖ Yaptıkları yemek ve el işlerini tanıtıyorlar.
- ❖ Kendi başına arama motoru kullanıp, istedikleri bilgiye erişebiliyorlar.
- ❖ Arkadaşlarıyla, akrabalarıyla Messenger veya WhatsApp üzerinden haberleşebiliyorlar. WhatsApp grupları oluşturup birbirlerini bilgilendiriyorlar.
- ❖ İlgilendikleri etkinlikleri, kursları veya indirimleri takip edebiliyorlar.
- ❖ Klavyeyi kullanıp yazı yazabiliyor, dilekçe vs. hazırlayabiliyorlar.
- ❖ Aradığı yemek tariflerini, örgü tariflerini kendi kendilerine bulabiliyorlar.
- ❖ Pinterest'ten desen bularak, basıp el işi yapabiliyorlar.
- ❖ Çocuklarının okul durumlarına bakıyorlar.

Kadın için Teknoloji eğitimlerine katılan kadınlar, her şeyden önce “özgüven” kazandıklarını belirtiyor. Özgüven, kadınlara kendilerini güçlü hissettirdiği gibi, çevrelerine de sahip olduğu gücü yansıtmalarına vesile oluyor. Elde edilen fayda konusunda anahtar kelime “özgüven” olurken, eğitim sonunda kadınlar kendini “eşit” ve “güçlü” hissediyor. Başkaları tarafından güçlü, bilgili olarak bilinmek ise kendileriyle “gurur” duymalarına sebep oluyor. Kendilerini hem birey hem eş hem anne olarak hem de sosyal anlamda daha iyi hissetmeye başlıyorlar.

Geçtiğimiz yıllarda eğitim alan kadınlar arasında yapılan araştırmalar, katılımcıların teknoloji sayesinde sosyal çevresini genişlettiğini, e-devlet işlemlerini aktif olarak kullandığını, sosyal medya üzerinden el emeklerini, evde ürettiklerini tanıtarak ticaretini yapma fırsatı yakaladığını ortaya koyuyor.

#### • Eğitimlerde Kadınların Yaşadığı Zorluklar

*K1: "Dijital beceriler konusunda daha önce bir bilgiye sahip olmayan kadınlar başlangıçta zorluklar yaşasa da verilen eğitim ile birlikte zorlukları aşıyorlar. Fakat en göze çarpan zorluk dijital beceri ile ilgili olmasa da kadınların eğitime katılımıyla ilgili. Katılım konusunda sıkıntı yaşanabiliyor. Eşim izin vermedi gibi cevaplar gelebiliyor."*

**K4:** "Kadınlarla çalışmanın gerçekliğinden bahsetmek gerekirse, saati onlara göre ayarlamak zorundayız çünkü o da saatini başkasına göre ayarlamak zorunda. Ya eşi, ya çocuğu için ayarlamak zorunda. Bir kadını üç gün için eğitimde tutmak çok zor olabiliyor bizim için. İlk gün katılımcı sayısı örneğin 20 iken 2. gün bu sayı düşebiliyor. Çocuğu hasta oluyor ya da başka bir şey olabiliyor. Saat 12 çocuğum yemeğe gelecek, bu gibi şeyler var. Ama bunun yanında çok güzel şeyler olabiliyor. Kadınlar çocuklarıyla gelebiliyor. Kadını kamusal alana çıkarmak çok zor."

#### • Proje Eğitimlerine İlişkin Durum Değerlendirmesi

**K3:** "Eğitimden önce eğitime katılan kadınlarla görüşmeler gerçekleştiriyoruz ve eğitimlerden beklentilerini ve isteklerini öğreniyoruz. (basit eğitim, cesaret kazanmak). Eğitim sonrası ise on beş soruluk anket yapılmaktadır. Eğitim öncesi ve sonrasında nelerin değiştiğini ölçümlenmeye çalışılmaktadır."

#### • Eğitime Katılan Kadınların Demografik Özellikleri

Kadın için Teknoloji eğitimlerine katılan kadınların eğitim durumu ve profili (Teknosa, Bilgi Notu, 07.03.2019) :

- %66'sı ilk, orta veya lise mezunu, %34'ü ise üniversite mezunu.
- %52'si ev kadını, %30'u öğrenci ve %18'i çalışan-emekli.

**K1:** "Şimdiye kadar eğitimlere katılan en küçük katılımcı 10 yaşındaydı. Okul saati dışında gerçekleşen eğitimlere annesiyle katıldı. 2007'de projenin ilk yılında ise İzmir'de o zaman 80 yaşında olan Müzeyyen nine eğitimlere katılmıştı. Katılımcıların yaş ortalaması 34."

**K2:** "Demografik özellikler bölgeye göre değişmektedir. Ev hanımı, ilkokul, lise mezunları, çalışan, çalışmayan, muhtar aday (muhtar olmak için Facebook kullanmayı öğrenmek istemiş), el işi yapıp satan ve bunu excelde listesini tutmak isteyen, hiçbir şey bilmeyip çocuğunun kullanmasından meraklanıp gelen, mavi balina oyunundan korkup teknolojiyi öğrenmek isteyen de var."

- **Projenin Sürdürülebilirliği / Bitiş Tarihi**

*K1: "Projenin henüz bitiş tarihi yok, uzun vadeli bir proje. Proje içinde yeni proje (içeriğe eklemeler gibi) geliştirilebilir. Daha çok kadına ulaşmak istiyoruz."*

### **3.9.5. "Kadın İçin Teknoloji" Projesine İlişkin Değerlendirme ve Öneriler**

Teknosa ve Habitat Derneği'nin sosyal sorumluluk anlayışıyla 2007 yılında başlattığı ve halen sürdürülen "Kadın İçin Teknoloji" kurumsal sosyal sorumluluk projesi, tüm dünyada önemli bir sorun olan "Dijital Eşitsizlik" sorununu konu edinmektedir. "Kadın İçin Teknoloji" projesi Türkiye'nin tüm bölgelerinde teknoloji kullanımında dezavantajlı durumda olan kadınlara ulaşmayı hedefleyen ve cinsiyet temelli dijital eşitsizliği kapatılmasına yönelik eğitimler veren başarılı bir projedir. Özel sektör şirketi olan Teknosa ve bir sivil toplum kurumu olan Habitat Derneği ortak çalışmaları ile gerçekleştirilen proje, kurumlar arası işbirliğinin önemli bir örneği ve projenin uzun süredir devam etmesi başarılı bir ortaklığın sonucudur.

Kurumların KSS faaliyetleri hem kurum hem de toplum için yararlı sonuçları görmektedir. "Kadın İçin Teknoloji" projesiyle cinsiyet temelli dijital eşitsizliğin kadın ve erkek arasındaki makası kapatması bakımından kadınlara çok önemli katkıları olduğu açıktır.

Bu çalışmada incelenen "Kadın İçin Teknoloji" projesi, araştırmanın konusu bakımından örnek proje niteliğinde bulunmuş ve çalışma kapsamına alınmıştır. Ancak bazı öneriler de ortaya koymak mümkündür. Proje hakkında duyuruların daha geniş ve sık bir biçimde yapılması, eğitimlerden faydalanmak isteyen kadınlar için önemlidir. Ayrıca proje çıktılarının paylaşılması, diğer kurumlar için örnek bir KSS faaliyeti olmasında rol oynayabilir. Bir diğer öneri ise, ülke çapında genel bir araştırma yapılabilir ve elde edilen veriler neticesinde projenin sürdürülebilirliği ve kapsamının genişletilmesi mümkün olabilir.

## SONUÇ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin toplumsal, bireysel yaşama getirdiği imkanlar çok fazladır. Ancak bu teknolojilere ulaşamayan ve faydalanamayanlar ile bu teknolojilere ulaşabilen ve faydalanabilenler arasında bir eşitsizlik söz konusudur. Dijital eşitsizlik ülkeler arasında, bir ülkenin farklı coğrafi bölgelerinde, kent ya da kırsal bölgeler arasında, sosyo- ekonomik duruma, bireylerin eğitim seviyelerine göre, genç ve yaşlılar, kadın ve erkek arasında gibi birçok değişkene bağlı olarak yaşanmaktadır.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun verileri incelendiğinde; ülkemizde dijital eşitsizliğin günümüzde bir sorun olduğu sonucuna ulaşılmıştır (TÜİK, 2018). Bu sonuç araştırmanın "Türkiye'de dijital eşitsizlik halen bir sorundur" varsayımını doğrulamaktadır.

Dijital eşitsizlik değişkenleri toplumsal cinsiyet bağlamında analiz edildiğinde; kır - kent arasında, eğitim seviyelerinde ve yaşa bağlı olarak ortaya çıkan eşitsizliklerin temelini kadın - erkek arasındaki dijital eşitsizlik oranları oluşturmaktadır. Bu bağlamda tezin literatür bölümünde tartışıldığı üzere, toplum tarafından kadın ve erkeğe verilen roller kadının bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim ve bu teknolojileri kullanımında ciddi bir sorun oluşturduğu somut bulgularla gösterilmiştir. Bu sonuç araştırmanın "kadın ve erkek arasındaki dijital eşitsizliğin en önemli sebeplerinden biri toplumsal cinsiyet algısıdır" varsayımını doğrulamaktadır.

Kurumlar, varlıklarını sürdürebilmeleri için ekonomik sorumluluklarını yerine getirmeleri gerekmektedir. Ancak kurumların bu sorumluluğunun yanı sıra çalışanlarına, hissedarlarına, tüketicilere, rakiplerine, tedarikçilerine, çevreye, devlete ve topluma karşı da sorumlulukları önemlidir. Kurumların toplumsal sorunların çözümü ve toplumsal gelişim için sorumluluk alması kurumsal vatandaşlığın bir yükümlülüğü olarak değerlendirilmektedir.

Tezin literatür bölümünde işlenen kurumsal sosyal sorumluluk modellerinin ortak özelliğine göre; kurumların toplumsal beklenti ve taleplerine yönelik sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirmeleri gerektiği, toplumun çıkarlarını, refahını korumanın ve geliştirmenin bir kurumsal vatandaşlık görevi olduğu belirtilmektedir.

Dijital eşitsizlik olgusunun önemli bir toplumsal sorun olarak kabul edilmesi neticesinde kurumlar bu sorunun gözülmesine yönelik çeşitli KSS projeleri geliştirmektedir. Ancak bu çalışmada cinsiyet temelli dijital eşitsizliğin kapatılmasına yönelik olan, Teknosa ve Habitat Derneği ortaklığıyla yürütülen "Kadın İçin Teknoloji" projesinin cinsiyet temelli dijital eşitsizliğin kapatılmasında nasıl bir etki ve fayda sağladığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

"Kadın İçin Teknoloji" projesinde;

- Proje kapsamında eğitim için gelen taleplerin olması,
- Eğitim öncesinde teknoloji kullanım ve farkındalık seviyelerinin belirlenmesi,
- Eğitimlerin kadınların vakit ayırabileceği zaman dilimlerinde olması,
- Eğitim mekanlarının kadınların ulaşabileceği yerlerde olması,
- Eğitimin içeriği kadınların neyi öğrenmek istediklerine göre esnek olabilmesi,
- Eğitim için kadına ulaşabilme çabasında olunması,
- Eğitim sonrasında kadınların bilgisayar ve İnternet teknolojilerinde temel bilgiye sahip olması sonucunda, kadınların özgüven kazanmaları, kendilerini güçlü ve eşit hissetmeleri,

Yukarıda belirtilen araştırma bulgularında, ilgili projenin toplumun beklenti ve taleplerine uygun bir proje geliştirdiği söylenebilmektedir. Bu bağlamda araştırmanın "dijital eşitsizliğin kapatılmasında KSS projeleri önemlidir" varsayımı doğrulanmaktadır.

Çalışma kapsamında, TÜİK'ten elde edilen veriler incelendiğinde görülmektedir ki "Dijital Eşitsizlik" günümüzde halen ciddi bir sorundur ve bu sorunun çözümüne yönelik akademik çalışmalar ciddi önem taşımaktadır. Teorik olarak sorunların belirlenmesi ve çözümüne yönelik önerilerin ardından bu çalışmalar kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile desteklenmesi ciddi önem taşımaktadır. Sonuç olarak toplumsal cinsiyet algısı, rolleri nedeniyle bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimde dezavantajlı konumda kalan kadına yönelik bir özel sektör kurumunun gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bu sorunun çözümünde olumlu katkıları olduğu görülmüştür. Bu bağlamda, öncelikle "Dijital Eşitsizlik" sorununa yönelik akademik çalışmalar genişletilerek sürdürülmeli ve bu sorun farklı yönleriyle çalışılmalıdır. Toplumsal sorunların çözümünde önemli rol

alan kurumsal sosyal sorumluluk hakkında da çalışmalar devam ettirilmeli ve akademik olarak vurgulanmaya devam edilmelidir. KSS çalışmalarının öneminin belirtilmesi kurumlar için teşvik edici olabilmektedir. Ayrıca cinsiyet temelli dijital eşitsizlik konusuyla ilgili olarak çalışma yapacak araştırmacılara da bu proje kapsamında eğitim alan kadınlarla görüşme yapılarak, eğitimlerin kadına yaptığı katkılar analiz edilebilir.



## KAYNAKÇA

Acar Şentürk, Zülfiye., Zühal Fidan (2016). “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarında Paydaş Olarak Kadın: Türkiye ve Amerika'nın En Değerli 100 Markası Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma”. *Social Sciences (NWSASOS)*, 11 (4), 134-149.

Akca Baştürk, Emel (2014). “Dijital Bölünme Kavramı Bağlamında Türkiye'de Ortaokul Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Ağ Kullanımları: Gaziantep İli Örneği”. I. Uluslararası İletişim Bilimleri ve Medya Araştırmaları Kongresi, 12-15 Mayıs, Kocaeli: 1-21.

Akgemci, Tahir, Adnan Çelik, Şevki Özgener (2001). “Sosyal Denetim Kavramına Genel Bir Yaklaşım (Değerlendirme)”, İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 7 (2), 9-21.

Akgeyik, Tekin (2010). “İnsan Kaynakları Yönetimi Boyutuyla Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Bir Alan Araştırması)”. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 52, 65-106.

Akıncı Vural, Z. Beril, Gül Coşkun (2011). “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik”, *E-gifder*, 1, 61-87.

Aktan, Coşkun Can, Deniz Börü (2007). “Kurumsal Sosyal Sorumluluk”, Şu kitapta: Ed. Coşkun Can Aktan. *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: İgiad Yayınları, 6-24.

Aktaş, Celalettin (2007). “Enformasyon Toplumu Bağlamında Türkiye” *Selçuk İletişim*, 4 (4), 181-193.

Alampay, A. Ervin (2006). “Beyond Access to ICTS: Measuring Capabilities in the Information Society”, *International Journal of Education and Development Using Information and Communication Technology*. 2 (3), 4-13.

Alankuş, Sevda (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri Ve Medya* (Der. Sevda Alankuş; Ümit Atabek vd.). İstanbul: İPS İletişim Vakfı Yayınları.

Alnaçık, Ümit, Esra Alnaçık (2011). “Küresel Firmaların Yerel Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri Marka Değeri ve Marka Tercihini Nasıl Etkilemektedir?”, *Öneri Dergisi*, 9 (35), 83-91.

Arslan, Baran (2016). “Beyaz Eşya Sektöründe Faaliyet Gösteren Kurumların Uyguladıkları Sosyal Sorumluluk Projelerinin Tüketicilerin Marka Sadakati Üzerine Etkileri”, *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi (GÜSBED)*, 7 (18), 196-210.

Asna, Alaeddin (1997). “Halkla İlişkiler (Public Relations)”, İstanbul: Sabah Yayınları.

Aşçıgil, Semra Feriha (2011). “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Üzerine Bir İnceleme”. *Türk İdare Dergisi*, Sayı: 471-472 Haziran. ss. 31-46



Aydede, Ceyda (2007). *Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: Mediacat Yayınları.

Balta Peltekoğlu, Filiz (2016). *Halkla İlişkiler Nedir?*, İstanbul: Beta Yayıncılık.

Balta Peltekoğlu, Filiz, Emel Tozlu (2017). “Halkla İlişkiler ve Gönüllülük Ekseninde Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri ve Bin Yıl Kalkınma Hedefleri”. *Selçuk İletişim Dergisi*, 10 (1), 5-31.

Başok Yurdakul, Nilay, Gül Coşkun (2008). *Teoriden Pratiğe Halkla İlişkiler Projeleri: Ödüllü Örnek Uygulamalar*. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.

Bell, Daniel (1976). “Welcome to the Post Industrial Society”, *Physics Today*, 29 (2), 46-49.

Beşli, Zühal (2007). *Teknoloji ve Toplum: Ortaöğretim Öğrencilerinde Teknoloji Kullanımı ve Etkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, İstanbul.

Binark, Mutlu (2007). “Yeni Medya Çalışmaları.” Şu kitapta: Ed. Mutlu Binark. *Yeni Medya Çalışmaları*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Binark, Mutlu. (1999). *Enformasyon Teknolojilerinin Toplumsal Cinsiyete Bağlı Kullanımı: Japonya ve Türkiye Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo- Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Ankara.

Bozkurt, Veysel (2000). *Enformasyon Toplumu ve Türkiye*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Butler, Judith (2005). *Cinsiyet Belası: Feminizm ve Kimliğin Altüst Edilmesi* (Çev. B. Ertür). İstanbul: Metis Yayınları

Caner, Emre (2004). *Kutsal Fahışeden Bakire Meryem'e Toprak ve Kadın*. İstanbul: Su Yayınları

Carroll, Archie B., Kareem M. Shabana (2010). “The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts”, *Research and Practice, International Journal of Management Reviews*, 85-105.

Castells, Manuel (2013). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür* (Cilt 1) (Çev. E. Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Ceritoğlu, A. Bahar (2011). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve İşletmelerin Çevre Bilinci Eksenindeki Uygulamalarının Tüketici Satın Alma Davranışı ve Kurum İmajı Algısına Etkisi*. İstanbul: Yalın Yayıncılık.

Connell, W. Robert (1998). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Çakır Özdemir, Hilal (2013). “Sosyal Amaç Bağlantılı Pazarlama Kampanyalarında Sosyal Amaç Ve Marka Uyumunun Tüketicilerin Kurumsal Sosyal

Sorumluluk Algılamalarına Etkisi: Nivea Markası Üzerine Bir Araştırma”, Journal of Yasar University, 8 (32), 5537-5555.

Çelik, Adnan (2007). “Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları”, Şu kitapta: Ed. Coşkun Can Aktan. Kurumsal Sosyal Sorumluluk / İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk. İstanbul: İGİAD Yayınları, 61 – 84.

Demici, M. Kemal, Aydemir, Muzaffer (2006). Örgütsel Değerlerin İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Anlayışlarını Belirlemedeki Rolü: Bursa İlinde Gerçekleştirilen Bir Araştırma. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 20(2), 311-316.

Demir, Berna (2013). “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe”, Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 2 (3), 213-221.

Demir, Rıza, Erman Türkmen (2014). “Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılarının Örgüte Bağlılık Üzerindeki Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma”. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6 (2), 47-59

Demirci, M. Kemal, Muzaffer Aydemir (2006). “Örgütsel Değerlerin İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Anlayışlarını Belirlemedeki Rolü: Bursa ilinde gerçekleştirilen Bir Araştırma”. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 20 (2), 311-326.

Deren Van Het Hof, Hoştut, Hoştut, Sibel (2015). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramlar, Uygulama ve Örnekler Ankara: Nobel Yayınları.

Dökmen, Y. Zehra (2012). Toplumsal Cinsiyet: Sosyal Psikolojik Açıklamalar. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Dura, Cihan, Hayriye Atik (2002). Bilgi Toplumu, Bilgi Ekonomisi ve Türkiye. İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Ecevit, Yıldız (2011). “Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisi.” Şu kitapta: Ed. Yıldız Ecevit ve Nadide Karkıner. Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisine Başlangıç. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları, 2- 29,

Elden, Müge (2016). Reklam ve Reklamcılık. İstanbul: Say Yayınları.

Engin, Elif, Eker Akgöz, Burcu (2013). “Sürdürülebilir Kalkınma ve Kurumsal Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Değerlendirilmesi”, Selçuk İletişim Dergisi, 8 (1), 85-94.

Erkan, Hüsnü (1993). Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme. Ankara: Türkiye İş Bankası Yayınları.

Eryılmaz, Bilal, Hale Biricikoğlu (2011). “Kamu Yönetiminde Hesap Verebilirlik ve Etik”, İş Ahlakı Dergisi, 4 (7), 19-45.

Fine, Cordelia (2011). Toplumsal Cinsiyet Yanılsaması (Çev. K. Tanrıyar). İstanbul: Sel Yayınları.

Geray, Haluk (2003). “Enformasyon Toplumu ve Türkiye: Erişim Açısından Bir Değerlendirme”, Yeni Türkiye Dergisi, (20), 1415-1429.

Giddens, Anthony (2012). Sosyoloji (Çev. Hüseyin Özel vd.). İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Göker, Gamze (2003). Bilişim Teknolojileri Süreli Yayınlarının Reklam Metinlerinde Toplumsal Cinsiyet Örüntüleri: BT Haber Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı, Ankara.

Gray J. Tricia, Jason Gainous, Kevin M. Wagner (2017). “Gender and the Digital Divide in Latin America.” Social Science Quarterly, 98 (1), 326-340.

Gürcan, Fatih (2015). Türkiye'de ve Dünyada Sayısal Bölünme. Uzmanlık Tezi, T.C. Kalkınma Bakanlığı Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı.

Hilbert, Martin (2011). “Digital Gender Divide Or Technologically Empowered Women In Developing Countries? A Typical Case Of Lies, Damned Lies, And Statistics”, Women's Studies International Forum, 34, 479–489.

İspir, Burçin (2013). “Yeni İletişim Teknolojilerinin Gelişimi.” Şu kitapta: Ed. Mesude Canan Öztürk. Dijital İletişim ve Yeni Medya. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Kadıbeşegil, Salim (2013). İtibar Yönetimi. İstanbul: Mediacat Yayınları.

Kaypakoğlu, Serdar (2004). Medyada Cinsiyet Stereotipleri: Toplumsal Cinsiyet ve İletişim. İstanbul: Naos Yayıncılık.

Kongar, Emre (2011). Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği. İstanbul: Remzi Kitapevi.

Kotler, Philip, Nancy Lee (2008). Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Çev. S. Kaçamak). İstanbul: MediaCat Kitapları

Kumar, Krishan (2004). Sanayi Sonrası Toplumdan Post-modern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları (Çev. M. Küçük). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Lyon, David (2004). Ağ, Benlik ve Gelecek (Çev. Ş. Yalçın). İstanbul: Ufuk Kitapları.

Marshall, Gordon (2003). Sosyoloji Sözlüğü (Çev. O. Akınbay, D. Kömürcü). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

McLuhan, Marshall, Powers, R. Bruce (2001). Global Köy: 21. yüzyılda yeryüzü yaşamında ve medyada meydana gelecek dönüşümler (Çev. B. Ö. Düzgören), İstanbul: Scala Yayıncılık.

Kaplan, Metin (2013). “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamalarının Örgütsel Özdeşleşme Üzerindeki Etkisi.” Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 13 (26), 77-97.

Min, S (2010). "From the Digital Divide to the Democratic Divide: Internet Skills, Political Interest and the Second-Level Digital Divide in Political Internet Use." *Journal of Information Technology & Politics* 7 (1), 22–35.

Mutlu, Erol (2008). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ayraç.

Okay, Ayla, Aydemir Okay (2014). *Halkla İlişkiler: Kavram, Strateji ve Uygulamaları*. İstanbul: Der Yayınları.

Öcal, Tolga (2007). *İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu: Ahlaki Bir Değerlendirme*. İstanbul: Beta Basım Yayınları.

Öğüt, Adem (2001). *Bilgi Çağında Yönetim*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Özbay, Deniz (2013). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Endeksi: Bir Model Önerisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Muhasebe Bilim Dalı, İstanbul.

Özçağlayan, Mehmet (1998). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim*. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.

Özden Özdemir, Hilal (2007). *Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamalarının Örgütsel Özdeşleşme Örgütsel Bağlılık ve İş Tatminine Etkisi: Opet Çalışanlarına Yönelik Uygulama*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Özgener, Şevki (2004). *İş Ahlakının Temelleri: Yönetimsel Bir Yaklaşım*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Özüpek Nejat, Mehmet (2013). *Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk*. Konya: Eğitim Yayınevi.

Özüpek, Mehmet Nejat (2004). *Kurum İmajında Sosyal Sorumluluk: Kuramsal ve Uygulamalı Bir Çalışma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Konya.

Özüpek, Mehmet Nejat (2013). *Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk*. Konya: Eğitim Yayınevi.

Polat, Hakkı İsmail (2016). "Dijital-Siber-Sosyal; Yeni Bir Medyadan Yeni Bir Yaşam Alanına Dönüşüm." *TRT Akademi (Dijital Medya Sayısı)*, 1(2), 408-424.

Postman, Neil (2006). *Teknopoli: Yeni Dünya Düzeni* (Çev. M. E. Yılmaz). İstanbul: Paradigma Yayıncılık.

Sarıkaya, Muammer, Yasemin Akarca (2011). "Kurumsal Sosyal Sorumlulukta Ölçüm Teknikleri", *Denetim Dergisi*, 8, 60-67.

Savcı, İlkyay (1999). "Toplumsal Cinsiyet ve Teknoloji." *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 54 (1), 123-161.

Saymer, İdil (2014). "Yeni Medya Ortamlarında Ağlar Oluşturan Toplumsal Hareket Deneyimleri." *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi (EJOIR)*, 2 (Özel Sayı) 97-112.

Sert Yılmaz, Nuray (2012). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Aktivizm İlişkisinin Araştırılması: Türkiye’de Özel Sektör, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Aktivizm İltisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Speight, Kimberly (1999). “Gaps In The Worldwide Information Explosion: How The Internet Is Affecting The Worldwide Knowledge Gap”, *Telematics and Informatics*, 16(3), pp. 135-150.

Speight, Kimberly (1999). “Gaps In The Worldwide Information Explosion: How The Internet Is Affecting The Worldwide Knowledge Gap.”, *Telematics and Informatics*, 16 (3), 135-150.

Şahin, Tijen (2009). Sosyal Dışlanma Ve Yoksulluk İlişkisi. Sosyal Yardım Uzmanlık Tezi. T.C. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü, Ankara.

Tak, Bilçin (2009). İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları ve Paydaş Grupları ile İlişkilerin Yönetimi. İstanbul: Beta Basım A.Ş.

Theaker, Alison (2008). Halkla İlişkilerin Elkitabı (Çev. M. Yaz). İstanbul: MediaCat Yayınları.

Timisi, Nilüfer (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi. Ankara: Dost Kitabevi.

Toffler, Alvin (1980). Üçüncü Dalga (Çev. A. Seden). İstanbul: Altın Kitaplar Basımevi.

Top, Seyfi, Akın Öner (2008), “İşletme Perspektifinden Sosyal Sorumluluk Teorisinin İncelenmesi”, *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (7), 97-110

Torlak, Ömer (2001). Pazarlama Ahlakı Sosyal Sorumluluklar Ekseninde Pazarlama Kararları ve Tüketici Davranışlarının Analizi. İstanbul: Beta Basım.

Törenli, Nurcan. (2005). Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı. Ankara: Bilim ve Sanat

Tunçel, Hakan (2011). “Halkla İlişkiler Perspektifinden Kurumsal Vatandaşlık Anlayışına Bir Bakış.” *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 14, 79-95.

Van Deursen, Alexander, Jan Van Dijk (2014a). The Digital Divide Shifts to Differences in Usage”, *New Media and Society*, 16(3), 507–526.

Van Deursen, Alexander, Jan Van Dijk (2014b). Digital Skills Unlocking the Information Society, Palgrave Macmillan US.

Van Dijk, Jan A.G.M. (2006). The Network Society: Social Aspects of New Media. London: Sage Publication.

Van Dijk, Jan. (2016). Ağ Toplumu (Çev. Ö. Sakin). İstanbul: Kafka Yayın.

Vasseur, Frederic (1993). Geleceğin Medyaları (Çev. G. Üstün). İstanbul: İletişim Yayınları.

Yamak, Sibel (2007) Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi. İstanbul: Beta Yayınları.

Yıldırım Becerikli, Sema (2000). “Stratejik Yönetim Planlaması: 2000’li Yıllarda İşletmeler İçin Yeni Bir Açılım”, Amme İdaresi Dergisi, 33 (3), 97-109

Yüceldi, Umut (2009). Yazılı ve Görsel Basında Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Marka İmajına Etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yüzbaşıoğlu, Nedim (2004). İşletmelerde Stratejik Yönetim ve Planlama Açısından Stratejik Maliyet Yönetimi ve Enstrümanları. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12, 387-410.

### **İnternet Kaynakları**

Demirguc-Kunt, A. et al. (2015). “The Global Findex Database 2014: Measuring Financial Inclusion Around The World”, Policy Research Working Paper 7255, World Bank, Washington, DC, <http://documents.worldbank.org/curated/en/187761468179367706/pdf/WPS7255.pdf> / Erişim Tarihi: 02.03.2019.

Global Web Index. (2018). <https://www.globalwebindex.com/> Erişim Tarihi: 11.12.2018.

Internet World Stats. (2018). “Internet Growth Statistics”, <https://www.internetworldstats.com/emarketing.htm> / Erişim Tarihi: 11.12.2018.

ITU. (2016). ICT Facts and Figures 2016, <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2016.pdf> / Erişim Tarihi: 09.11.2018.

OECD. (2017). “ICT Access and Usage by Households and Individuals”, OECD. Stat, database, OECD, Paris, [http://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=ICT\\_HH2#](http://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=ICT_HH2#) / Erişim Tarihi: 22.12.2018.

Statista. (2018). “Number of Internet Users in Turkey From 2013 to 2019 (in millions)”, <https://www.statista.com/statistics/369725/internet-users-turkey/> Erişim Tarihi: 11.12.2018.

We Are Social. (2018). “Digital in 2018: World’s Internet Users Pass The 4 Billion Mark”, <https://wearesocial.com/us/blog/2018/01/global-digital-report-2018/> / Erişim Tarihi: 11.12.2018.

T.C. Kalkınma Bakanlığı (2015). 2015-2018 Bilgi Toplumu Stratejisi ve Eylem Planı. Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı, <https://www.bilgitoplumu.gov.tr> /Erişim Tarihi: 05.06.2017.

TÜİK. Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Araştırmaları, 2004-2018 Erişim Tarihi: 21.04.2019.

### **Çevrimiçi Kaynaklar**

<http://www.teid.org/seffaf-kurum-guclu-toplum/> Erişim Tarihi: 21.04.2019

<http://www.tkyd.org/tr/sss-kurumsal-yonetim-ilkeleri-nedir.html> / Erişim Tarihi: 21.04.2019.

<http://tdk.gov.tr> / Erişim Tarihi: 28.04.2019



## **EK - 1: GÖRÜŞME SORULARI**

1. Teknosa ve Habitat Derneği ile ilgili genel bulgular.

Kurum ve dernek hakkında genel bilgilere ulaşmak için sorular sorulacak ve ilgili kurumların web sitelerinden doküman araştırması yapılacaktır.

2. İlgili kurumların KSS anlayışları.

3. İlgili kurumların toplum ve teknoloji ilişkisine dair düşünceleri.

4. Proje ile ilgili bulgular;

- Projenin amacı ve kapsamı,
- Eğitim illeri,
- Eğitim takvimi,
- Eğitimlerin duyurulması,
- Eğitim süresi,
- Eğitimin içeriği,
- Eğitimlerin verildiği mekanlar,
- Eğitimin diğer kurum ve kuruluşların eğitimlerinden farkı,
- Eğitime katılan kadınların teknoloji kullanım ve farkındalık seviyelerinin belirlenmesi,
- Eğitim sonrasında kadınların kazanımları,
- Eğitimlerde kadınların yaşadığı zorluklar,
- Eğitimlere ilişkin durum değerlendirmesi,
- Eğitime katılan kadınların demografik özellikleri,
- Eğitimin sürdürülebilirliği / bitiş tarihi.



## ÖZGEÇMİŞ

15 Ocak 1984 Edirne'de doğdu. 2014 yılında Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nden mezun oldu. Lisans eğitimi süresince bursiyer öğrenci olarak çalıştı. 2015 yılında Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisansa başladı. Yüksek Lisans eğitimi süresince Kocaeli Üniversitesi kütüphanesinde bursiyer öğrenci ve TÜBİTAK tarafından desteklenen "E- Yönetişim Bağlamında Yeni Medya Ortamlarında Belediye-Yurttaş Etkileşimi: Kocaeli İli Örneği" isimli projede bursiyer olarak çalıştı. Yeni Medya, E- Yönetişim, Tüketici Toplumu alanlarında çalışmaları bulunmaktadır.