



T.C.

**ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**DİSİPLİNLERARASI MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR
ANABİLİM DALI**

**DİJİTAL KÜLTÜR ÇAĞINDA TEKNOPARKLARIN YERİ:
ÇANAKKALE TEKNOPARK FİRMA ÇALIŞANLARININ
GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SİBEL ŞEN

Tez Danışmanı

DOÇ. DR. ALİ EMRE BİLİS

ÇANAKKALE – 2022



T.C.

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

DİSİPLİNLERARASI MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR ANABİLİM DALI

**DİJİTAL KÜLTÜR ÇAĞINDA TEKNOPARKLARIN YERİ: ÇANAKKALE
TEKNOPARK FİRMA ÇALIŞANLARININ GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE NİTEL BİR
ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SİBEL ŞEN

Tez Danışmanı
DOÇ. DR. ALİ EMRE BİLİS

ÇANAKKALE – 2022



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



Sibel ŞEN tarafından Doç. Dr. Ali Emre BİLİS yönetiminde hazırlanan ve **31/08/2022** tarihinde aşağıdaki jüri karşısında sunulan “**Dijital Kültür Çağında Teknoparkların Yeri: Çanakkale Teknopark Firma Çalışanlarının Görüşleri Üzerine Nitel Bir Araştırma**” başlıklı çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü **Anabilim Dalı**’nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak oy birliği ile kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

Doç. Dr. Ali Emre BİLİS

(Danışman)

Doç. Dr. K. Cem BAYKAL

Dr. Öğr. Üyesi Onur O. AKŞİT

İmza

.....

.....

.....

Tez No : 10496995

Tez Savunma Tarihi : 31/08/2022

.....

Doç. Dr. Yener PAZARCIK

Enstitü Müdürü

.../.../2022

ETİK BEYAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarımı kabullendiğimi taahhüt ve beyan ederim.

Sibel ŞEN
31/08/2022

TEŞEKKÜR

Bu tezin gerçekleŐtirilmesinde, “alıŐmam boyunca benden bir an olsun yardımını esirgemeyen, kıymetli zamanını ayırarak bilgi ve tecrübeleri ile bana yol gösteren değerli danışman hocam Doç. Dr. Ali Emre BİLİŐ’e, hayatım boyunca emeklerini her zaman üzerimde hissedeeğim ilkokul öğretmenim Gönül Fatma AKSAR’a sonsuz teŐekkürlerimi sunarım.”

Hayatımın her evresinde desteklerini benden esirgemeyen, her koşulda arkamda duran ve bana güç veren sevgili anneme ve babama, her anımda yanımda olduğu için sevgili ev arkadaŐım, kazanılmış kardeŐim Gülce’ye, tezimdeki desteğinden dolayı Eren’e ve bu süreçte desteklerini hep yanımda hissettiğim güzel insanlara sonsuz teşekkür ederim.

Sibel ŞEN
anakkale, Ağustos 2022

ÖZET

DİJİTAL KÜLTÜR ÇAĞINDA TEKNOPARKLARIN YERİ: ÇANAKKALE TEKNOPARK FİRMA ÇALIŞANLARININ GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Sibel ŞEN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Disiplinlerarası Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Doç. Dr. Ali Emre BİLİS

31/08/2022, 124

Teknolojinin hızlı gelişim göstermesi gündelik ve çalışma hayatının alışkanlıklarında değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Dijital araçların her alana nüfuz etmesi ve internete erişimin kolaylaşması bireylerin sosyal ilişkilerini, gündelik hayat alışkanlıklarını ve çalışma şekillerinin normlarını önemli ölçüde etkilemiştir. Bu noktada toplumu oluşturan bireyler tarafından gündelik hayatın belirleyicisi olan dijitalleşme kavramında yaşanan değişim ve dönüşümün doğru anlaşılması, dijital dünyanın yapısını kavrayabilmek ve dijitalin oluşturduğu dijital kültürü benimseyebilmek adına büyük önem taşımaktadır.

Günümüzde bütün modern toplumlarda var olan teknopark kurumları, araştırma-geliştirme ve inovatif süreçlere destek olan yapıları itibariyle dijitalleşme konusunda anahtar konumdadır. Bu çalışmanın amacı, dijitalleşme, dijital kültür kavramlarının bu kadar önem arz eden teknoparklarla olan ilişkisini açıklamak ve dijital kültürün yayılmasında teknoparkların rolünü öğrenmektir. Çalışmada belirlenen amaca ulaşmak için nitel araştırma yöntemi olan görüşme tekniği seçilmiş ve örneklem olarak belirlenen Çanakkale Teknopark içerisinde faaliyet gösteren firma sahipleriyle; dijital, dijital kültür, yeni medya araçları, teknoparklar ve şirket tutumları temalı görüşmeler yapılmıştır. Firma sahiplerinin katılım sağladığı çalışmada elde edilen veriler MAQUA programı kullanılarak analiz edilmiştir. Bu analizler kapsamında tüm boyutlar arasında anlamlı ilişki bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Dijital, Dijitalleşme, Dijital Kültür, Yeni Medya, Teknopark

ABSTRACT

THE PLACE OF TECHNOPARKS IN THE AGE OF DIGITAL CULTURE: A QUALITATIVE RESEARCH ON THE OPINIONS OF THE EMPLOYEES OF ÇANAKKALE TECHNOPARK COMPANY

Sibel ŞEN

Çanakkale Onsekiz Mart University

School of Graduate Studies

Interdisciplinary Master of Science Thesis in Media and Cultural Studies

Advisor: Doç. Dr. Ali Emre BİLİS

31/08/2022, 124

The rapid development of technology has led to a change in habits in daily and working life. The penetration of digital tools into every field and the ease of access to the Internet have significantly affected individuals' social relations, daily life habits and norms of working styles. At this point, it is of great importance to understand the change and transformation in the concept of digitalization, which is the determinant of daily life, by the individuals who make up the society to understand the structure of the digital world adopt digital culture created by digital.

The technopark, which exists in all modern societies today, is a comprehensive selection of research and development and innovations. The aim of the study is to target the technoparks of cultures and the targets of such important technoparks in digital scale production. In order to achieve the aim determined in the study, the interview technique, which is a qualitative research method, was chosen and the owners of the companies operating in Çanakkale Technopark were determined as the sample; Discussions were held on digital, digital culture, new media tools, technoparks and company attitudes. The data obtained in the study, in which the company owners participated, were analyzed using the MAQUA program. Within the scope of these analyzes, a significant relationship was found between all dimensions

Keywords: Digital, Digitalization, Digital Culture, New Media, Technopark

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

JÜRİ ONAY SAYFASI.....	i
ETİK BEYAN	ii
TEŞEKKÜR	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
SİMGELER VE KISALTMALAR	ix
TABLolar DİZİNİ.....	x
ŞEKİLLER DİZİNİ	xi

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Teknik ve Teknoloji Kavramı.....	3
1.2. Bilgi Toplumu	6
1.3. Dijital Kavramı	9
1.3.1. Dijitalleşme	10
1.3.2. Dijitalleştirme	13
1.3.3. Dijital Dönüşüm	15
1.4. Dijitalleşen Kültür ve Değişim	19
1.4.1. Kültür Kavramı.....	19
1.4.2. Dijital Kültür Kavramı	21
1.5. Dijital Kültürün Araçları	23
1.5.1. Bilgi İletişim Teknolojileri.....	23
1.5.2. Dijitalleşme Sürecinde Yeni Medya.....	26
1.5.3. Dijitalleşme Sürecinde Dil	29
1.6. Dijital Kültürün Bireyleri	30
1.6.1. Dijital Yerliler	31
1.6.2. Dijital Göçmenler	32

İKİNCİ BÖLÜM

DİJİTAL KÜLTÜR ÇAĞINDA TEKNOPARKLAR VE ÇANAKKALE TEKNOPARK

2.1. Teknopark Kavramı.....	34
2.2. Teknoparkların Tarihsel Gelişim Süreci.....	36
2.2.1. Teknoparkları Ortaya Çıkaran Faktörler	36
2.2.1.1. Ekonomik Faktörler.....	37
2.2.1.2. Sosyal Faktörler.....	39
2.2.1.3. Teknolojik Faktörler	41
2.3. Teknoparkların Dünyadaki Gelişimi	42
2.4. Türkiye’de Teknoparkların Gelişim Süreci.....	43
2.5. Teknopark Faaliyetlerinin Önem ve Avantajları	44
2.6. Çanakkale Teknopark.....	47
2.7. Çanakkale Teknopark’a İlişkin Sayısal Veriler.....	49
2.7.1. Çanakkale Teknopark Proje ve Firma Sayıları Gelişim Süreci.....	49
2.7.2. Çanakkale Teknopark Firmalarının Sektörel Dağılımları	50
2.7.3. Çanakkale Teknopark Firmalarında İstihdam Eden Akademisyen Sayıları.....	52

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ/MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı	53
3.2. Araştırmanın Problemi	54
3.3. Araştırmanın Metodolojisi.....	54
3.4. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları.....	56
3.5. Araştırma Bulguları	56
3.5.1 Kelime Bulutu	57
3.6. Temalar.....	58
3.6.1. Tema 1 Demografik Özellikler.....	59
3.6.2. Tema 2 Dijitalin Anlamı.....	61
3.6.3. Tema 3 Dijitalin Getirdiği Değişimler	74
3.6.4. Tema 4 İletişim Platformları Tercihi	83
3.6.5. Tema 5 Sosyal Medyada Paylaşılan Bilgiler.....	87

3.6.6. Tema 6 Teknoparkların Rolü	93
3.6.7. Tema 7 Çanakkale Teknopark Tercih Sebebi	99
3.6.8. Öne Çıkan Diğer İfadeler	104

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SONUÇ

KAYNAKÇA	114
EKLER	I
EK I. KİŞİSEL BİLGİ FORMU	I
EK II. GÖRÜŞME FORMU	II
EK III. ETİK KURUL	III

SİMGELER VE KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE	Araştırma Geliştirme
BİT	Bilgi İletişim Teknolojileri
ÇTGB	Çanakkale Teknoloji Geliştirme Bölgesi
IASP	Uluslararası Bilim Parkları ve Yenilik Alanları Birliği
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme idaresi Başkanlığı
MAM	Marmara Araştırma Merkezi
OECD	Ekonomik Kalkınma ve İş birliği Örgütü
T.C.	Türkiye Cumhuriyeti
TDK	Türk Dil Kurumu
TEKMER	Teknoloji Merkezleri
TGB	Teknoloji Geliştirme Bölgesi
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu

TABLULAR DİZİNİ

Tablo No	Tablo Adı	Sayfa No
Tablo 1	Dijital Dönüşüm Hedefleri	16
Tablo 2	Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu'na Göre Teknoparklara Uygulanan Avantajlar Fırsatlar Özet Tablo	45
Tablo 3	Teknopark Firmaları ve Ar-Ge Merkezleri için Teknopark Desteklerinin Karşılaştırılması.....	47
Tablo 4	En İyi Gelişme Gösteren TGB'ler.....	49
Tablo 5	Demografik Özellikler.....	59

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil No	Şekil Adı	Sayfa No
Şekil 1.	Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması Temel göstergeler, 2011-2021.....	25
Şekil 2.	Proje ve Firma Sayıları Gelişim Süreci.....	50
Şekil 3.	Firmalarının Sektörel Dağılımları.....	51
Şekil 4.	İstihdam Eden Akademisyen Sayıları.....	52
Şekil 5.	Kelime Bulutu.....	57
Şekil 6.	Temalar.....	58
Şekil 7.	Dijitalin Anlamı Hiyerarşik Kod Alt Kod Modeli.....	61
Şekil 8.	Dijitalin Anlamı.....	62
Şekil 9.	Dijitalin Getirdiği Değişimler.....	74
Şekil 10.	Dijitalin Getirdiği Değişimler.....	75
Şekil 11.	İletişim Platformları Tercihi.....	83
Şekil 12.	İletişim Platformları Tercihi.....	84
Şekil 13.	Sosyal Medyada Paylaşılan Bilgiler.....	87
Şekil 14.	Sosyal Medyada Paylaşılan Bilgiler.....	88
Şekil 15.	Teknoparkların Rolü.....	93
Şekil 16.	Teknoparkların Rolü.....	94
Şekil 17.	Çanakkale Teknopark Tercih Sebebi.....	99
Şekil 18.	Çanakkale Teknopark Tercih Sebebi.....	100

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

İnsanoğlunun bilimi teknoloji olarak kullanmaya başlaması ile günlük hayatında köklü değişimler yaşanmış, eski zanaat uygulamalarının yerini bilimsel bilgi almaya başlamıştır. Aynı zamanda insanoğlu doğada var olan nesnelere teknik beceri ile araç gereçleri dönüştürmüş böylece avcı-toplayıcı düzenden yerleşik düzene geçmiştir. Antik Yunan' dan günümüze kadar teknoloji insan hayatının varlığını beslemiş ve tarih boyunca kazanılmış olan teknik beceriler teknolojik ilerlemeye katkıda bulunmuştur. Süreklilik göstererek hızla ilerleyen bu kavram, insanoğlunun teknolojik sonuçlardan daha fazla yararlanmasını sağlamıştır. Bu anlamda teknolojinin toplumsal etkileri küreselleşme ile gündelik rutinlerin içinde hızla deneyimlenerek toplumun önceki yaşam alanında değişim ve dönüşümleri beraberinde getirmiştir.

Küresel çapta internetin kullanılmaya başlaması ile tüm insanlığı etkisi altına alan teknoloji ve dijitalleşme kavramları, toplumun ihtiyaçlarını karşılarken aynı zamanda içinden çıktığı toplumun gelişimini de etkilemektedir. Çünkü "teknoloji alanında yaşanan gelişmeler, etkileşime girdikleri toplumsal yapıları da karşılıklı olarak değişikliğe uğratmaktadır. Bu anlamda denilebilir ki; toplumun teknolojinin üretilmesinde rol oynarken, teknoloji de toplumdaki yeniliklerin meydana gelmesinde önemli bir rol oynamaktadır" (Yeşilorman ve Koç, 2014: 117-118). Bu bağlamda teknoloji, günümüz toplumunu olduğu kadar geçmiş toplumların yaşamlarını da şekillendiren önemli bir kavram olarak görülmektedir. Görünen o ki insanoğlunun ihtiyaçları doğrultusunda teknolojiyi kullanarak ortaya koyduğu araç-gereçler, yeni oluşumları meydana getirmektedir.

Hızla ilerleyen günümüz teknolojisinin hayatımızda büyük yer edinmesiyle teknolojik gelişmelere verilen önem her geçen gün artarak ilerleme göstermektedir. Bu anlamda toplumların küresel rekabetleri önem kazanarak teknolojinin üretildiği, geliştirildiği, ar-ge faaliyetlerinin yapıldığı teknoparklara ihtiyaç duyulmuştur. Felsenstein'a (1994) göre, bilim parkının öncelikli amacı, teknoloji için bir tohum yatağı ve bir yerleşim bölgesi olmak ve "yeni, küçük, yüksek teknoloji firmalarının gelişimini ve büyümesini besleyerek, üniversite teknik bilgisinin transferini kolaylaştırarak bir kuluçka rolü oynamaktır." Bir diğer amaç ise bölgesel ekonomik kalkınma veya canlanma için bir

aracı görevi görmektir. Bu bağlamda teknoparklar, girişimcilere bir iş ya da hizmet yapma sürecini içeren bir yol haritası sunmaktadır. Teknoparklar, yerel endüstrilerinin ve bölgenin teknolojik gelişmişlik düzeylerinin yükselmesinde, özellikle daha yüksek katma değerli faaliyet gösteren yabancı yatırımcıları çekme noktasında firmalara katkı sağlayarak ürünün ticarileştirilmesi açısından da buldukları bölgeye sunduğu avantajlardan dolayı önemli sayılmaktadır.

İnsanoğlunun teknolojik gelişmeler ile sürekli iç içe olduğu içinde bulunduğumuz dönem dijital çağ olarak adlandırılmaktadır. Hemen her alanı etkisi altına alan dijitalleşme süreci beraberinde dijital teknolojilere uyum sorunun yaşanmasına neden olmuştur. Bu anlamda teknolojik gündemin içerisinde yer alan toplumun; teknoloji ile uyum süreci, dijitalleşmeye katkı sağlaması ve kültürel süreçle bağdaştırması ‘dijital-kültür’ kavramını gündeme getirmektedir. Teknolojiyi günlük hayatın içinde deneyimleyerek yaşam biçimi haline getiren birey günümüz sanal kültürü içinde yer alarak dijital-kültür kavramını pratiğe dönüştürmektedir. Tüm bu dijitalleşme süreçleri beraberinde sosyal yapının değişmesinde rol oynamaktadır. Böylece içinde bulunduğumuz çağ ile teknolojik olanın insandan ayıramadığı, teknolojinin düşünce yapısını etkilediği bir dönem başlamıştır. “İnsan hayatındaki her araç, onun yaşama bakış açısını da etkilemektedir. Yaşamı etkileyen araçlar, bireyin düşünme ve düşünce biçimini de etkilemektedir” (Batur ve Uygun, 2012: 85). Bu demek oluyor ki değişim dijital yeniliği beraberinde getirmektedir. Ayrıca yeni teknolojilerle birlikte toplumsal yapı değişim gösterirken toplumun norm ve davranış kalıpları da değişmektedir. Bu nedenle içinde bulunduğumuz çağı anlamının doğrudan doğruya bağlantısı, teknolojiyi ve onun boyutlarını tanımaktan geçmektedir. Dijital teknoloji çağında hem sosyal hayatı hem de iş dünyasını şekillendiren en önemli unsurlardan bir tanesi sürekliliği korumak ve bu hızlı değişime ayak uydurmaktan geçmektedir. Toplumun bireyleri mevcut süreçlerini sürekli olarak gözden geçirerek değişen sürece uyum sağlamak zorundadırlar.

Teknolojik anlamda yaşanan hızlı gelişmeler iş dünyasını şekillendiren dönüşümleri beraberinde getirirken aynı zamanda bireylerinin teknoloji üzerinde daha fazla vakit harcamalarını ve teknolojik değişime uyum sağlamalarını zorunlu kılmıştır. Bu bağlamda işletmelerin teknolojiyi en etkin şekliyle yönetebilme biçimlerini arama zorunluluğu gündeme gelmektedir. Özellikle teknolojinin işletmeler açısından etkisine

bakıldığında ar-ge ve teknoloji geliştirme unsurları büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda bugünkü bilim ve teknoloji kümelenişiyle birlikte ticaretin, kültürün, toplumun yapısı yeniden şekillenerek, bilim ve teknoloji kümesi tüm yapıyı dönüştürmeye devam etmektedir.

Dijitalleşmenin etkileri göz önünde bulundurularak gerçekleştirilen “Dijital Kültür Çağında Teknoparkların Yeri: Çanakkale Teknopark Firma Çalışanlarının Görüşleri Üzerine Nitel Bir Araştırma” başlıklı bu çalışma 3 bölümden oluşmaktadır. İlk olarak teknoloji ve teknik kavramlarının tarihsel süreçlerine değinilerek bilgi toplumu bağlamında dijital, dijitalleşme, dijital dönüşüm kavramları ile dijital kültürün temelleri oluşturulmaya çalışılmıştır. İkinci olarak ise “Dijital Kültür Çağında Teknoparkların Yeri” başlığı altında teknopark kavramı ve teknoparkların gelişim süreçleri açıklanmıştır. Son olarak araştırmanın üçüncü bölümünde teknoparkların dijitalleşme ve dijital kültürün gelişmesindeki rolünün analizi yapılarak araştırma kapsamında elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Çalışma yüz yüze ve online olmak üzere görüşme tekniği yöntemi ile yapılmıştır. Teknopark firmaları tarafından dijital kültürün benimsenmesi ve geliştirilmesini ölçmeye yönelik hazırlanan sorular uygulandıktan sonra veriler MASQDA programında analizleri yapılarak yorumlanmıştır. Bu analizler kapsamında ulaşılan en önemli sonuçlardan birisi; teknopark firmalarının dijital biçimde var olan ve iş akış süreçlerini bu şekilde sürdüren yapılar olarak gerek iş paydaşlarının gerekse toplumun dijitalleşmesine, dijital kültürün yaygınlaşmasına olumlu biçimde etki ettiği gerçeğinin ortaya konmasıdır.

1.1. Teknik ve Teknoloji Kavramı

İnsanlığın ilerlemesini sağlayan önemli faktörlerden biri teknoloji kavramı olarak görülebilmektedir. Tarih boyunca insanlığın gelişimini besleyen teknoloji kavramı zaman içerisinde farklı şekiller almış değişen dünyayla birlikte yeni dinamikler ortaya çıkmıştır. İnsanlık tarihi kadar eski olan teknoloji teriminin bugünkü modern dünyada kastedilen anlamı Aydınlanma Çağı'nın başlangıcında henüz mevcut değildi. Teknoloji kavramı iki kelimenin birleşimiyle türediği düşünülmekte ve bu kelimeler: technê ve logos kelimelerdir. Antik Yunanca'da Technê, zanaat ve sanat kapsamındaki yetenek olarak düşünülmektedir. Logos da sistem, bilim kapsamında kullanılmaktadır. (Artut, 2014: 24).

Kelimenin etimolojik yapısı incelendiğinde ‘techne’ hem bilgiyi hem de eylemi içinde barındıran bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Her iki durumu da karşılayan teknoloji kelimesi üzerine kabul görmüş tek bir tanım yapabilmek bu anlamda oldukça zordur. Bu bağlamda Antik Yunan’da kastedilen teknoloji kelimesi ile modern dünyadaki teknoloji kelimesi farklı anlamlar içermektedir. Kelimenin bugünkü anlama yaklaşması ise 19. yüzyılın ikinci yarısına uzandığı görülmektedir. İngiltere’de Sanayi Devrimi esnasında ve 19. yüzyılın temel bölümünde benzer mantıkta kullanılan ve 19. yüzyılın ikinci kısmından itibaren bilimsel bilgi ile mekanik eylemlerin iş birliği yapmaya başlamasıyla şimdiki anlamına yaklaştığı görülmektedir. Bu zamana kadar teknoloji kavramı bilimi öncelemeksizin, deneme-yanılmalarla, öğretici-öğrenen ilişkileri kapsamında üretildiği ifade edilmektedir (İnam, 2004: 17). Teknolojinin bilime göre daha eski bir geçmişe sahip olmasına ek olarak bilimin yardımı olmadan gelişmiş ürünler ve aletler oluşturabilme potansiyeline de sahip olduğu görülmektedir (Basalla, 2003: 50). Bu anlamda denilebilir ki teknoloji için büyük sayılabilecek adımlar sanayi devrimi ile başladığı görülmektedir. Pratik bilginin hâkim olduğu teknolojik gelişmeler sanayi devriminin getirdiği süreç ile değişim göstererek geleneksel üretim tarzı değişmiştir ve daha önceleri insan ve hayvan gücünün etkili olduğu durumdan makinelerin etkinleştiği üretim yapısına geçilmiştir. Bu anlamda her geçen gün hızla ilerleme gösteren teknoloji kavramı; “keşfetme, yolculuk, alışverişi, savaşlar ve göç gibi kavramlar sonucunda bir kültürden diğerlerine transfer edilmekte aynı zamanda teknolojinin aktarılma hızının artmasında rol oynamaktadır” (Basalla, 2000: 103). Teknolojinin yayılmasında göçlerin başlaması ile insan ürünü olan icatlar yayılmaya başlayarak ticaretin gelişmesiyle karşılıklı kültürel etkileşimlere tanık olunmuştur. Bu değiş tokuş usulünün gelişmesiyle yaşanan kültürel etkileşim ile teknolojik gelişme bir ivme kazanmıştır.

1800’lü yılların ikinci yarısından sonra tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş yaşanması ve 20. yüzyılın sonlarında teknolojinin gelişme göstermesi ile sanayi ile yaşamsal döngüsünü devam ettiren insanoğlunun alışkanlıkları bilgi toplumunun getirdiği yeni alışkanlıklara dönüşmesine neden olmuştur (Gül ve Çakır, 2014: 79). Bu bağlamda, 19. ve 20. yüzyılda en kuvvetli görüş, teknolojinin insan yaşamını şekillendirdiği yönünde olmuştur (Orhan ve Savuk, 2014: 10). Teknolojinin ve bilimin sanayi devrimi ile birbirine yaklaşmasıyla doğadaki bazı unsurlar insanoğlu tarafından değiştirilip dönüştürülerek toplumsal düzen sağlanmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda teknolojinin yalnızca üretim gibi

doğadan daha iyi faydalanma maksadıyla insanların ürettiği bazı makineler ve araçlar olmadığı görülmektedir. Bunun altında yatan fikirler ve kültürel yapılar; teknoloji üretimini, kullanıldığı alanları ve teknolojinin ne anlama geldiğini belirlemektedir (Beşli, 2007: 15-16). Bunun yanı sıra teknoloji artık toplumun ihtiyaçları doğrultusunda ortaya çıkan araç gereç olmaktan çıkarak küreselleşme olgusu ile dünyanın belli bir bölgesinden başka bölgelerine de yayılan bir boyut kazanmıştır. Teknoloji günümüzde sanayileşen bir toplumda ortaya çıkabilen, ilerlemiş, belli bir düzende sisteme göre hareket eden ve kaotik teknik eylemlerin tümünü kapsamaktadır (Özlem, 2002: 3). Teknoloji ve bilimin karşılıklı etkileşimi ise bugünkü biçimi almasına katkı sağlamıştır ve teknolojik ilerlemenin hızı artarak yeni teknolojik ürünler ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda bilim ve teknoloji birbirinden ayrı düşünülemez bir boyut kazanırken sanayi devrimi ile birbirine de iyice yaklaşmış, birbirini tamamlamıştır. Teknolojinin gündelik hayatın içinde hızlı bir şekilde yer edinmesiyle insanoğlu sürekli ve kesintisiz bir değişim göstermeye başlamıştır. Bu anlamda teknoloji gündelik hayatın içinde belirleyici bir rol üstlenmiştir. Görünen o ki teknoloji toplumun yapısını etkilemekte, değiştirmekte, dönüştürmekte ve insanlığın ilerlemesini sağlamaktadır. Teknoloji ve toplum arasında sıkı bir ilişki olması sebebiyle teknolojiyi anlamak; toplumu anlamak, toplumun sosyo-kültürel yapısını kavramakla yakından ilişkilidir.

Teknoloji kelimesinin, tarihsel süreç içerisinde bir evrim geçirerek günümüz anlamına ulaştığı, tarihsel olarak hep bir ilerleme ve dönüşüm göstererek sürekliliğini sağladığı yapılan tanımlamalardan görülmektedir. Teknik kelimesi ise insanlıkla birlikte var olan, insanlığın bir parçası olan ve insanlığın yapısında bulunan olanaklar olarak değerlendirilmektedir. Bu anlamda teknik ve teknoloji kavramları birbirine karıştırılmaması gereken iki terim olup bununla birlikte birbirinin yerine kullanılan kavramlardır. Teknoloji kavramı bir kelime olarak genelde 20. yüzyılda kullanılmıştır ve daha önceki dönemlerde teknik kelimesi ile bir anlama kavuştuğu düşünülmektedir (Ayhan, 2002: 7). Teknolojinin teknik kelimesinden türetilen bir kavram olduğu varsayıldığında teknik teriminin teknoloji teriminden daha önce anlam kazandığı kabul görmektedir. Bu bağlamda teknik eylem, insanoğlunun var olduğu ilk günden beri içinde olduğu en ilkel eylemlerden bir tanesidir. Aynı zamanda teknik beceri, insanoğlunun yapmış olduğu araç-gereçleri ve ortaya koyduğu nesnelere kullanma özelliği ile insanoğlunu diğer canlılardan ayırmaktadır.

Ellul için teknik ile teknoloji aynı şeyi ifade etmekte olup teknik ve teknoloji, “İnsan, eylemlerinin her kısmında mantıkla ulaşılan ve net verim veren yöntemlerin tamamıdır” şeklinde tanımlanmaktadır (Ellul, 2003: 123). Bu görüşe göre teknik, teknolojik bakımdan en ilkel topluluklarda bile ortaya çıkan bir kavram olarak görülmektedir. Heidegger ise tekniğin kapsamını: “Araçların ve makinaların ortaya çıkarılması ve kullanımı, daha önce yapılmış olanların ve kullanılanların kendileri, bunların işe yaradığı ihtiyaçlar ve hedefler, tekniğin ne olduğuyla alakalıdır. Bunlar bizim tarafımızdan kompleksi tekniği olarak tanımlanır” (Heidegger, 1998: 45). Bu bağlamda teknik insanoğlunun amaçları doğrultusunda ortaya koyduğu bir araç olup, insanlığın elinden çıkan bir etkinlik, bir sanat, bir beceri olarak değerlendirilmektedir.

Teknolojik gelişim ya da teknolojik değişime katkı sağlayan olaylar, tarihsel çağları belirlemede büyük bir rol oynamaktadır. İnsanlık tarihinin önemli kırılmalarından biri olarak kabul edilen sanayi devrimi ile fiziksel güç anlamında insan ve hayvan odaklı üretim şekline makinelere tarafından gerçekleştirilen üretim şekline geçilerek yaşanan kültürel evrim, teknolojik alandaki yeniliklere büyük katkı sağlamıştır. Bu bağlamda günümüz toplumu yalnızca kendi yaratmış olduğu bilgi ve teknolojik birikim ile değil tüm insanlığın tarih boyunca üstüne katarak geliştirdiği birikim sonucu bugünkü halini almıştır. Aynı zamanda eski teknoloji bilgileri yeni teknolojilerin hammaddesini oluşturmuş ve insanlığın bilgi birikiminin artmasıyla teknoloji de daha kompleks bir hale gelmeye başlamıştır. Dolayısıyla teknoloji kavramı her geçen gün hızlı bir ilerleme göstererek günümüzdeki aşamaya gelmiştir.

1.2. Bilgi Toplumu

Tarih boyunca teknoloji ve toplum ayrılmaz bir bütün olarak kabul edilmiştir. İnsanoğlu binlerce yıllık geçmişinde temel ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına doğanın zor koşulları altında sürekli bir şeyler üretmek için kendi yaptığı icatlar ile dünyasını oluşturmaya çalışmıştır. İçinde bulunduğumuz çağda hayatımızın her alanına yayılan teknoloji büyük etkileri beraberinde getirmektedir. Tarihi süreç içerisinde toplumsal gelişim incelendiğinde ilk olarak ilkel, tarım, sanayi ve bilgi toplumunun geldiği görülmektedir. İlk insan gruplarında doğa ile iletişim ve etkileşim, insanın yaşamını sürdürebilme endişesiyle doğayı takip etmesi ve bu takibe dayanarak bazı fikirlere sahip olarak, yaşamını

şekillendirmesinden ortaya çıkmıştır (Sulak, 2018: 118). Bu anlamda fiziksel gerçekliğini şekillendirmek ve doğaya hâkim olabilmek için çalışan insanoğlu çevresindeki malzemeleri kullanarak kendi gelişimini ortaya koymuş ve teknolojik ürünler üretmeye başlamıştır. Bu bağlamda ortaya çıkan aletlerin hayatı kolaylaştırıcı özelliklerinin kullanılması ve teknolojik gelişmeler hayatı değiştirmeye başlamıştır (Ata, 2008: 41). Teknoloji tarihsel süreç içerisinde değerlendirildiğinde, bilim adamlarının bilimsel bilgiyi ortaya çıkarması ve bu bilginin doğayı şekillendirmek için kullanılmasının çok öncesinde günlük deneyimlere dayalı bir bilginin ve teknolojinin mevcut olduğu görülmektedir. Bilinen en eski teknolojilerin başında gelen taş-alet üretimi, mineraloji ve jeoloji gibi iki önemli bilimin ortaya çıkmasında önce iki milyon yıl boyunca değişimini ve gelişimini sürdürmüştür (Basalla, 2013: 50).

Basalla'ya göre aslında teknolojik evrimin başlangıcı insanlığın var oluşundan bu yana varlığını gösteren bir olgudur. Aynı zamanda insanoğlu ortaya çıkarttığı ürünler sayesinde nesnelere dünyasını yaratmıştır. Fiziksel gerçeklik, emek aracılığıyla dönüştürüldüğünde doğa, insan bedeninin hayati uzantısı haline dönüşmektedir. Bu kapsamda doğal nesnelere ve güçleri kullanan insan, doğayı kendi habitatu haline getirmektedir (Basalla, 2013: 319).

Bu bağlamda denilebilir ki yaşanan tarihi olaylar içerisinde insanoğlunun bir aleti icat ederek kullanmaya başlaması ve zaman içerisinde meydana gelen değişim kendi evrimsel sürecini de başlatmıştır. Birçok insan teknolojik gelişmeyi buhar makinesi, internet kullanımı şeklinde görüyor olsa da teknolojik evrim süreci insanoğlunun ateşi kontrollü olarak kullanmaya başladığı döneme kadar uzanmaktadır. Bu dönemde ateş sayesinde beslenme tipinin değişmesi ve yetiştiricilik, korunma, alet yapımı gibi alanlarda büyük ilerlemeler kaydetmesi insan toplumlarının yaşayışlarını biçimlendirmiş aynı zamanda insanın günümüzdeki türüne evrilmesine de öncülük etmiştir. Böylelikle çok eski çağlardan bu yana insanın evrimsel süreci teknolojik bir buluşun icadıyla etkili olduğu görülmektedir. Görünen o ki insanoğlu daha önce var olan nesnelere yararlanarak yeni nesnelere ve yöntemlere inşa ederek bunları daha sonraki yeni nesnelere inşa için geliştirmiştir. Sanayi Devrimi'yle birlikte ise bireyler fabrikalarda çalışarak yaşamlarını sürdürmeye başlamıştır. Bu dönem hammadde arayışlarının yoğun olduğu; sermaye, enerji, makine, kas gücü gibi terimlerle ilişkilendirilen bir dönem olarak görülmektedir. Sanayi toplumundan sonra bilgisayar ve internet teknolojilerinin ortaya çıkması ile ise bilgi toplumuna adım atılmıştır. Literatür incelendiğinde "Bilgi Toplumu" olgusunun 1900'lerden önce ortaya çıktığı görülmektedir. 1962 yılında ilk olarak iletişim kuramcısı Marshall Mc. Luhan'ın yine aynı dönemde Fritz Machlup'un bilgi toplumu ifadesini kullandığı görülmektedir (Geray, 1997, Akt; Yılmaz, 1998: 149). Bu anlamda bilgi

kavramı tarih boyunca olduğu gibi günümüzde de tüm toplumları ilgilendiren bir olgudur. Toplumların her geçen gün daha fazla bilgiye sahip olması bilginin önemini arttırmış, bilgiye verilen önemin artması ile bilgi teknolojilerinde gelişmeler yaşanmıştır. Bilgi teknolojileri sayesinde aynı sermaye ile daha fazla üretim yapılarak, iletişim ve ulaşım teknolojileri de hızlı bir gelişim göstermiştir. Bu noktada bilgi toplumunu anlamak için önce bilgi kavramının ele alınması gerekmektedir. Bilgi her zaman insanın içindedir hem insana öğretir hem de insan öğrenir, doğru ya da yanlış bir şekilde kullanılır (Drucker 1994: 292). Bu doğrultuda insanın bilgiyi üretme konusunda sahip olduğu beceri, onun içinde yaşadığı dünyayla ilişki içerisine girmesi ile kontrol gücünü ele almasını sağlamaktadır. Globalleşmenin bir sonucu olan dijitalleşme dönemleri 20. ve 21. yüzyıllarda ciddi bir hızla toplumda etkili olmaya başlamıştır. Bu dönemlerde meydana gelen önemli değişiklikler; bilgi teknolojilerinin kullanımının kabul görmesi ve her yaştaki toplum bireylerine ulaşılmanın sağlanması olarak görülebilir (Alcan, 2019: 1). Meder'e göre; dünya, 250 yıllık endüstri çağından çıkıp yeni bir döneme girmektedir. Bu çağ, temelde tarım ve endüstri dönemlerinin birçok temel özelliğine göre değişmiş ve yeni hayati pratikler üreten teknoloji temelli bir çağdır (Meder, 2001: 73). Bilgi çağı, değişime katkı sağlayan gücünü insanın içinden alır, karşılıklı bireylerin etkileşimine katkı sağlar ve toplumdaki bireylerin gelişmişliğin sermayesine dayanmasıyla toplum nezdinde bir dönüşüme yön verir. Bu bağlamda bilgi toplumuna geçiş ile çalışma hayatı da etkilenecek çeşitli iş kollarının gündeme gelmesine neden olmuştur. Bilgi Toplumu, "Bilginin temel güç ve başlıca sermaye kaynağı olduğu toplumdur". Bilgi toplumunda bilgi bir amaç değildir, bir araçtır ve toplumsal yaşamın her safhasını aydınlatan aynı zamanda yön veren temel bir güçtür." (Fındıkçı, 1998: 83; Akt: Çalık ve Sezgin, 2005: 63). Castells'e göre ise bilgi bir ağ toplumdur ve temel sosyal olguların ve eylemlerin elektronik olarak kaydedilmiş bilgi ağları temelinde organize edildiği bir toplumdur (Castells, 1997: 21). Bu anlamda bilgi teknolojilerinin hızlı gelişim göstermesi ve kitle iletişim araçlarının kullanılması ile bilgi her yere hızlıca yayılabilen, kullanılabilen bir sürecin içerisine girmiştir. Bilginin oluşturulması, yaygınlaşması, aktarılması, kullanılması ve yönlendirilmesi, bilgi toplumunda siyasi ve kültürel bir eylemdir. Bilgi toplumunu, insanların kimlik, kültür ve sosyal alışkanlıklarının oluşturarak deneyebilecekleri hareketli ve kaotik bir bölge olarak tanımlamaktadırlar (Kahn ve Kellner, 2004: 23). Bu kapsamda bilgi toplumu hakkında yapılan tanımlar yeni teknolojik cihazların ön plana çıktığı bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) ve internet eğilimli konulara odaklanıldığı görülmektedir.

Ayrıca sosyal süreçlerin küreselleşmesi ile gerek toplumsal yapıda gerekse iş yapısında uluslararası yakınlaşmalar meydana gelmektedir. Bu noktada küresel bir ağ oluşmaktadır. Günümüz toplumu, iletişim ve bilgi kaynaklarının hızlı gelişimi ile dikkat çekmektedir. Bu nedenle son yıllarda bilgi toplumu, ağ toplumu gibi kavramlar kullanılmaya başlanmıştır. İçinde bulunduğumuz toplumdaki değişimlerin boyutu, meydana gelen ve bu değişimleri etkileyen aynı zamanda toplumlara yön veren asıl olgunun bilgi ve bilgiye bağlı ortaya çıkan yeni teknolojiler olduğu görülmektedir.

1.3. Dijital Kavramı

Hızla gelişen teknoloji ile dijital teknolojilerin kullanım alanı tüm dünyada yaygınlaşmış, yenilikçi üretim şekillerinin ortaya çıkması ile günlük hayatın içerisinde yer almaya başlayan dijital, dijital dönüşüm ve dijitalleşme kavramları sıkça duyulmaya başlanmış, toplumları çeşitli yönlerden etkisi altına almıştır.

Dijital kavramının Türk Dil Kurumu (TDK) 'de kelimenin anlamı “sayısal olarak verileri ekran üzerinde elektronik bir şekilde gösteren” anlamına gelmektedir (<http://www.tdk.gov.tr>). İngilizce kaynaklarda dijital kavramı, 0-9 rakamları arasında oluşan verilerin karşılıklı transfer edildiği ve elektronik ekranda gösterildiği sistemler ile bilgisayar teknolojileri olarak tanımlanmaktadır (Gülsoy, 2020: 221). Dijital kelimesi etimolojik olarak incelendiğinde ise Latince parmak anlamına gelen “digitus” kelimesinden ortaya çıkarıldığı ve parmaklarımızla sayabildiğimiz rakamları ifade etmek için kullanılan bir kelime olarak tanımlanmaktadır. Bu anlamda dijital kelimesi bilgilendirme sistemlerinin ana noktasını oluşturan sayısallaştırmayı dile getiren kavram olarak açıklanmaktadır (Klein, 2020: 998). Bu demektir ki hayatımıza giren dijital kavramı sayılarla yakından ilgili olup, analog olan verileri sayısallaştırılarak bilgisayarlar tarafından işlenebilen, saklanabilen, yönetilebilen bir veri haline dönüştürmektedir. Kavram, 1938'den başlayarak sayısal bilgisayar teknolojilerini, 1945 sonrasında da kayıt ve yayın teknolojilerini ifade etmek için analog kelimesinin zıttı olarak kullanıldığı görülmektedir (Gülsoy, 2020: 221). Dijital sözcüğünün günümüzdeki en bilinen kullanımı temelde bilgisayar ve teknoloji ağırlıklı sistemde reel yaşam bilgisinin ikili (2'li) sayı formatına çevrilerek dijital ses ve fotoğrafçılığa evrilmesini ifade etmektedir (Tocci vd., 2004: 4). Görüldüğü üzere dijital teknoloji öncesinde, işleyişler analog teknoloji ile sınırlıyken,

günümüzde bilgisayara aktarılan her şey olarak görülmekte ve yeni fiziksel iletişim ortamlarında kullanılır hale gelmesiyle işleyişler otomatikleştirilerek hız kazanmaya başlamıştır. Bu anlamda geleneksel şekilde yapılan ve sonuca ulaştırılan her girdi dijital teknoloji vasıtasıyla iletilen veya saklanan veriler haline dönüşmüştür.

Türkçe’de sayısal anlamına gelen dijital yalnızca elektronik faaliyetleri ve araçları tanımlayan bir kavram ile sınırlı olmadığı gibi aynı zamanda da insanoğlu için çok uzun yıllardır farklı şekillerde de olsa çarpıcı bir önemi olan bilgiyi sayılar aracılığıyla işlemeyi anlatan bir kavram olarak görülmektedir. Bu yüzden dijital evrende en önemli faaliyet sonsuz dolaşımında bir araya getirilen 1 ve 0’ları işleme yoludur. Bu kapsamda hammadde data kabul edilmekte ve bu data bir bağlam içerisinde bilgiye dönüşerek, bilgiye anlam yüklenmekte ve enformasyon elde edilmektedir (Bozkurt vd., 2021: 36). Bu bağlamda dijital teknolojilerin ortaya çıkışı ve hayatımızın her alanına tesir etmesi toplumlarda hız, akışkanlık ve küresellik gibi yeni bir zamansallık biçimi ortaya çıkartmıştır ve dijital dünyanın başlaması yeni bir kültür kavramının olgunlaşmaya başlamasına neden olmuştur.

Her şeyin dijitalle aktarıldığı günümüz dünyasında daha kaliteli bir yaşam için bireyler tarafından günlük hayatın standardı otomatikleştirilerek zaman kalitesi arttırılmıştır. Bu bağlamda içinde bulunduğumuz çağ dijital çağ olarak adlandırılmakta olup çağın gerekliliklerinden dolayı gerek çalışma hayatındaki, sektörlerin gerekse gündelik hayatın bireylerinin hayatta kalabilmesi için dijital öğrenmek, dijital bilgiye sahip olmak, değişim ve dönüşüm sürecine uyum sağlamaları gerekmektedir.

1.3.1. Dijitalleşme

Tarih boyunca çeşitli evrimler geçirerek günümüz gelişmelerine katkı sağlayan insanoğlunun ilk olarak hayatını devam ettirebilmek, ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına basit aletlerden yola çıkarak teknolojiyi günlük hayatı kolaylaştırma amacıyla dijitalleşmesine kadar taşımıştır. İlk olarak insanoğlu hayatta kalabilmek için beden gücünü kullanarak ortaya çıkardığı teknoloji sanayi devrimi ile insanoğlunun tüketim ihtiyaçları değişime uğramıştır. İçinde bulunduğumuz ve dijitalleşme olarak adlandırdığımız çağ, toplumun alışkanlıklarını değiştirerek dönüşümleri beraberinde getirmiştir. Bu anlamda teknolojik gelişmelerin yaşanması ve bilgi yönetim

uygulamalarının gelişmesi ile dijitalleşme olgusu bireyler tarafından benimsenerek hem günlük hayatın hem de iş hayatına entegreli bir şekilde ilerlemiştir. Dijitalin getirmiş olduğu yapıda analog yapının dijitalle aktarılması ile veriler işlenebilir, saklanabilir, kodlanabilir olmuştur. Bu bağlamda gerek iletişim dilinde gerekse iş yapma modellerinde dijital, dijitalleşme, dijital dönüşüm kavramları sıkça duyulmaya başlamıştır. Dijital teknolojilerin toplumdaki nüfuz ettiği alan arttıkça toplumlar ve işletmeler teknolojik hıza ayak uydurmak zorunda kalmış dijitalleşmenin etkisi ile yeni bir dünyanın eşiğine gelinmiştir. Dijitalleşme sürecinin başlangıcı bilgisayar kullanımı olarak görülmekte, internet sayesinde yaygınlaştığı kabul edilmektedir. Ayrıca dijitalleşme insanoğlunun makineler, bilgisayarlar ve internet aracılığı ile data transferi yapabilir hale gelmesine olanak tanımıştır (Özdoğan 2017: 1). Bu anlamda dijital devrim 1960’larda bilgisayarla başlayan, 1980’lerde bireysel bilgisayarların kişilere ulaşmasıyla devam eden ve 1990’larda internetin temel rol almasına kadar olan dönem olarak kabul edilmiştir. Bu dönemde bilgisayar kullanım oranı artmış ve bundan önce kâğıtlarda var olan bilgiler artık bilgisayarlarda tutulmaya başlanmıştır (Dündar, 2020: 4).

Dijitalleşme dilbilimsel kapsamda bakıldığında; analog olarak ortaya çıkarılan dataların, bilgisayara aktararak, bu dataların bilgisayar aracılığıyla kullanılacak şekilde sıfır ve bir (0 ve 1) rakamlarından meydana gelen bir seriye dönüştürülmesi kısmını ifade etmektedir (“Cambridge Dictionary”, t.y.). Fakat literatürde dijitalleşme kavramıyla ilgili tarihsel anlamda da farklı düşünceler yer almaktadır. Yapılan çeşitli tanımlardan yola çıkarak çoğunlukla dijitalleşmeyle ilişkili iki farklı kavrama odaklanılmaktadır: bunlar dijitalleştirme ve dijital dönüşüm kavramlarıdır (Slavinski ve Todorovi, 2019). Brennen ve Kreiss (2014) “dijitalleşme ve dijitalleştirme” ifadelerinin birbiriyle yakından alakalı olduğunu ancak birbiriyle karıştırıldığını ve literatürde çoğunlukla birbirinin yerine kullanılan kavramlar olduğunu ifade etmektedir. Brennen ve Kreiss’e göre dijitalleşme kavramı, günlük hayatla alakalı birden fazla alanın dijital iletişim ve medya konularında yeniden yapılanması olarak değerlendirilmiştir.

Brennen ve Kreiss (2014) dijitalleşme kavramı ile ilgilendiği asıl olgunun sosyal anlamda toplumun dijitalleşmesi olduğu görülmektedir. Bu etkileşimler analog teknolojilerden (telefon görüşmeleri) dijital teknolojilere (e-posta, e-arşiv, sosyal medya) geçtikçe çalışma ve eğlence alanlarının hangi yönde dijitalleştiği ve toplumları hangi

boyutta etkilediği ile ilgilidir. Gartner Sözlüğüne göre ise dijitalleşme; “bir iş modelini, iş süreçlerini değiştirmek ve yeni gelir ve değer üreten fırsatlar sağlamak için dijital teknolojilerin benimsenmesidir; dijital bir işletmeye geçiş sürecidir” (“Gartner Glossary”, 2020) şeklinde tanımlanmaktadır. Bu bağlamda Gartner sözlüğüne göre yaşanan sosyal etkileşimlerin yanı sıra iş model süreçlerindeki değişimlere odaklanıldığı görülmektedir. Bununla birlikte dijital iş dünyasında rekabet edebilmek adına işletmeler iş yapma biçimlerinde dijitalleşmeye gitmeleri gerekmektedir. Bir diğer ifade ile dijitalleşme kavramı; datayı üreten, analiz eden, paylaşan ve transfer eden dijital teknolojilerin toplumsal olarak kabul görmesiyle meydana gelecek değişimleri ifade etmektedir (Katz, 2017: 6). Dijitalleşme tek bir seferlik bir olay olmamakla birlikte bir süreci temsil etmektedir. Buhar makinesi, demiryolları, telgraf ve otomobiller gibi daha önceki teknolojik değişim dalgalarının toplumu dönüştürmesiyle benzer şekilde, dijitalleşme ile bağlantılı olarak teknolojik yenilikler de toplumun onu kabul etmesi ve kullanması ile ilerlemektedir. Teknolojik yeniliklerin ilerlemesinde ve yayılmasında işletmeler için dijitalleşmenin benimsenmesi bu noktada çok önemlidir. Bu kapsamda dijitalleşme bilinen iş sürecine veya süreçlerine katkı sağlar fakat bunları tamamen değiştirmez, işletmelerdeki iş süreçlerindeki dönüşümüne yol açar. Yani, insan kaynaklı bir durumdan veya art arda gelen bazı olaylardan yazılıma dayalı bir durumu geçişi ifade etmektedir (Bloomberg, 2018: 1). Dijitalleşme, uyumsuz bir enformasyon iletişim teknolojisi temeline sahip olmak anlamına gelmemektedir. Eldeki kaynakların, kuruma katkı sağlayacak sonuçlara dönüştürme sürecini ifade etmektedir (Ersöz, 2020: 172). Dijitalleşme sadece bir teknolojik ilerleme meselesi olmamakla birlikte bilgiye daha hızlı erişilebilir, kullanımı daha kolay ve daha hızlı uyarlanabilir kıldığı için uygulamalarında son derece kültürel bir süreçtir.

Dijital teknolojiler işletmelerin iş yapma biçimlerini de dönüştürmüştür. İşletmelerde hayatta kalabilmek ve devamlılığını sürdürebilmek adına dijitalleşmeye uyum sağlamak zorunda kalmıştır. Böylece işletmeler, teknolojik kaynakları iş süreçlerine dâhil ederken sayısallaştırma araçları ile verileri saklanabilir herkes tarafından kullanılabilir bir hale dönüştürmüştür. Bu da iş yapma modelinde performansın artmasını beraberinde getirmiştir. Görünen o ki işletmeler için var olan becerilerini korumak, yeni iş modelleri geliştirerek teknoloji ile uyumlu olmasını sağlamak her zamankinden daha önemli bir noktaya gelmiştir. Dijital dünyadaki dijital etkilerini oluşturduğu çevre, yerleşik ve bilinen

kültürel yapı değişikliğini mecbur hale getirir (Sucu, 2021: 1461). Dijitalleşmenin sonuçları çoğunlukla kültürel ve sosyal yönleri kapsadığı için tarihsel açıdan bakıldığında da teknoloji anlayışının zaman içerisindeki değişimini belirleyen en önemli kavramlardan birinin toplumun kendisi olduğu görülmektedir. Toplumlar bir yandan geleneksel yaşamlarını sağlarken diğer yandan ise teknolojinin sunmuş olduğu imkanları kullanmaktadır. Bu bağlamda dijitalleşme anlamında yaşanan yenilikler tek bir alanı değil toplumsal normları, kuralları ve özellikleri büyük ölçüde ilgilendirmekte, gündelik yaşamın alışkanlıkları ve yapısal mekanizmalarını değiştirmektedir. Örneğin dijitalin hayatın içine nüfuz etmesi ile banka hesaplarının ele geçirilmesi, sanal ortamlarda yapılan hakaret ve ayrımcılık saldırıları, sanal dolandırıcılık gibi siber veya sanal suçlar ortaya çıkmıştır. Bunların bireye ve topluma verdiği zararın fark edilmesiyle birlikte emniyet teşkilatlarında siber suçla mücadele birimleri oluşturulmuş, bu suçlara ceza verilmesine olanak sağlayan yeni hukuk kuralları, ceza yasaları hazırlanmıştır. Binaenaleyh dijitalleşme süreci yalnızca bireyleri değil aynı zamanda büyük toplumsal kurumları da değişime zorlamıştır.

1.3.2. Dijitalleştirme

Teknolojinin tarihsel süreç içerisinde geçirmiş olduğu evrimsel süreç değerlendirildiğinde günümüz toplumları teknolojik anlamda en hızlı değişim ve dönüşümleri yaşadığı çağın içinde yer almaktadır. 20. yüzyılın sonlarında doğru yaşanan bu hızlı değişim aynı zamanda günlük hayatı, yapısal düzenleri, toplumsal kavramları ve normları da önemli derecede etkilemektedir. Dijital çağın getirmiş olduğu bu ivmeli değişim ve dönüşüme uyum sağlamak önemli olduğu kadar bilginin saklanması, korunması, gelecek kuşaklara aktarılması da günümüz toplumlarında önemli bir yer edinmeye başlamıştır. Toplumun dijitalleşmeye başlaması ile tüm alışkanlıklarımız ve isteklerimiz gibi birçok önemli kavram da tekrardan güncellenmektedir. Dijital ve dijitalleştirme gibi kavramların her alana nüfuz etmesi ile dijitalleşme ve dijitalleştirme kavramları da birbirine karıştırılan iki kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijitalleştirme birçok farklı unsuru içinde barındıran oldukça geniş bir kavram olarak literatürde ifade edilmektedir. Bu bağlamda kapsamlı tek bir tanım yapabilmek oldukça güçtür.

Dijitalleştirme en temel tanımıyla; belgelerin kopyalanmasına olanak tanıyan bir bilgi kodlama eylemidir (Petrescu, 2008: 547). Coyle, dijitalleştirmeyi “belge, fotoğraf ya da grafik ürünler gibi fiziksel ya da analog araçların elektronik ortama ya da elektronik ortamda kaydedilen görüntülere dönüştürülmesi ya da genel olarak, elektronik sistemlerce fark edilemeyen yapılandırılmamış haldeki enformasyonun elektronik ortamca fark edilebilecek yapılandırılmış forma dönüştürülmesi” şeklinde ifade etmiştir (Coyle, 2006: 205). Dijitalleştirme kavramının amacına yönelik yapılan tanımda ise “görsel ya da işitsel öğelerin, bilgisayarlar tarafından tanınabilmesi, işlenebilmesi ve saklanabilmesi amacıyla sayısal kodlara dönüştürülmesi işlemidir” şeklinde dile getirilmiştir (Deren, 2006: 28). Bu bağlamda iş dünyasında iş süreçleri ve faaliyetleri farklı bir boyuta taşınarak dijital bir eyleme dönüşmüş, dijital bir çalışma ortamı sağlanmıştır. İletişim literatüründe ise dijitalleştirme, günlük hayattaki iletişimin pek çok bağlamının dijital iletişim altyapılarını merkeze alarak tekrardan yapılandırıldığı bir yöntem olarak görülmektedir. Bu yüzden bir tanım olarak düşündüğümüzde dijitalleştirme, bizlerin sosyal yaşamla nasıl etkileşime girdiğine dayandırılmaktadır. Bu bağlamda dijitalleşme ve dijitalleştirme kavramları, içinde bulunduğumuz dijital dünyanın insanoğlunu hangi yönde şekillendirdiği ile ilgilenmektedir. Aynı zamanda küreselleşmenin yaratmış olduğu ulusal sınırların ötesine yayılmasına odaklanmaktadır. Bu aksiyonlar (telefon görüşmeleri gibi) analog teknolojik kavramlardan dijital olanlara (e-posta, sohbet, sosyal medya) dönüştükçe iş ve eğlence alanları dijitalleşmektedir (Bloomberg, 2018). Tüm tanımların ortak yanı düşünüldüğünde ise yapının orijinal yapısı bozulmadan dijital ortama entegrasyon süreçlerinin tamamlanmasını sağlamaktır. Brookings raporunda da dijitalleşmenin insanları nasıl etkilediğine odaklanmaktadır. Rapora göre “Dijitalleşme iş dünyasını dönüştürmektedir” (Muro vd., 2017: 7). Bu anlamda “Dijital becerilerin kazanılması artık bireysel, sektörel ve bölgesel başarı için bir ön koşul haline gelmiştir.” Böylece dijitalleştirme, üretim süreci boyunca muazzam miktarda verinin üretilmesini, toplanmasını ve kullanılmasını sağlar. Bilgi, tüm değer yaratımının sanallaştırılmasıyla sonuçlanan herhangi bir noktada zahmetsizce tahsis edilebilir. Bu bağlamda gerek toplumsal yapının sosyo-kültürel boyutu için gerekse sektörel başarı için dijitalleşme ve dijitalleştirme kavramları bölgesel başarı için öne koşul olarak değerlendirilmektedir. Bireylerin ilişkilerinde ve davranışlarında meydana gelen değişikliklerle birlikte dijital teknolojilerin topluma artan nüfuzunu da ifade etmektedir. Aynı zamanda verilerin dijitalleştirilmesi ile de analog yapıdan sıyrılıp dijital bir yapının içine entegre olunmuştur. Bu da demek oluyor ki günümüz dünyasında

dijital veriler artık kolayca kopyalanabilir, işlenebilir, sayısal veriler sıkıştırılarak daha küçük boyutlara dönüştürülebilir böylece büyük veriler daha az alan kaplayarak saklanabilir bu anlamda gelecek nesillere doğru bir bilgi akışı aktarımı sağlanabilecek konuma gelinmiştir.

1.3.3. Dijital Dönüşüm

Dijital dönüşüm kavramı bilgi iletişim teknolojilerinin yarattığı avantajlar doğrultusunda değişen dünyanın yaşam şekilleri ve sürekli gelişen toplum ihtiyaçlarının doğmasına neden olmuştur. Dijital dönüşüm sürekli ilerlemeyi ve yeni teknolojilere uyum sağlamayı gerektirmesinden dolayı şirketlerin yeteneklerini geliştirmeleri ve rekabet koşullarına uyum sağlamaları işlerini büyütebilmeleri noktasında önemli rol oynamaktadır. İnsanoğlunun alışkanlıklarının değişmesi her zaman kolay olmamaktadır. Geçmişten günümüze yaşanan değişimler göz önüne alındığında Toffler insanlık ya da uygarlık tarihini üç dalgaya ayırmaktadır.

“Bunların birincisi, insanların tarım yapmayı öğrenmesi ile göçebelikten yerleşik kültüre geçmesi, ikincisinde Sanayi Devrimi ile birlikte tarım kültürü yerini sanayileşmeye bırakması ve II. Dünya Savaşı'yla birlikte bilgi teknolojilerindeki ilerlemeler ile üçüncü dalga başlamış ve insanoğlu bilginin ve enformasyonun gücüyle daha özgür ve demokratik bir toplumla birlikte evrilmeye başlamıştır” (Kılıçbay, 2004: 18).

Dijital Dönüşüm, üretkenliği, değer yaratmayı ve sosyal refahı artırmak için yıkıcı teknolojileri benimsemekle ilgilidir (Ebert ve Duarte, 2018: 1). Bunun yanı sıra dijitalleştirme kavramı içinde bulunduğumuz süreçlerin hemen her alanını etkileyerek hem kurumsal yapılarda hem de iş dünyasında köklü değişiklikler ortaya çıkartmıştır. Geçmişten günümüze teknoloji evrimine bakıldığında teknolojik ilerleme sonucunda elde edilen bilgi ve materyalin yine teknolojik ilerlemeler için kullanılması bir döngünün oluşmasına neden olmuştur. Bu doğrultuda insanoğlunun merak etme ve yaratma içgüdüleri teknolojik dünyanın çeşitliliğini doğurmaktadır.

Dijitalleşme; bireyleri, işletmeleri etkilemesinin yanı sıra temelde toplumu etkileyen bir unsurdur. Ancak dijital dönüşüm dijitalleşmeden oldukça farklı görülmektedir. Bir kuruluşun, süreçleri otomatikleştirmesinden çalışanlarını bilgisayar

kullanmalarını yönelik yeniden eğitmeye kadar bir dizi dijitalleştirme süreçlerini kapsamaktadır. Buna karşılık dijital dönüşüm, işletmelerin proje olarak uygulayabileceği bir kavram olarak kabul edilmemektedir. Dijital teknolojilerin hızla yaygınlaşması bir dönüşümü harekete geçirmektedir. İş, eğitim, bankacılık, hükümet, imalat gibi neredeyse her sektör, dördüncü sanayi devrimi döneminde dijital olmaya zorlanmıştır. Bu bağlamda aşağıda yer alan tabloda dijital dönüşüm kavramının iki ayrı başlık olarak sosyal ve ekonomi bağlamında amaçları yer almaktadır.

Tablo 1.

Dijital Dönüşüm Hedefleri

Perspektif	Amaç
Sosyal	<ul style="list-style-type: none">• Endüstride ve toplumda yenilikçi ve işbirlikçi bir kültürün gelişmesine katkı sunmak• Dijital çalışma ve toplumda mükemmelliğe ulaşmaları için kişilere yeni olanaklar ve geleceğe yönelim sağlamak için eğitim sistemini değiştirmek• Dijital iletişim altyapıları oluşturun ve sürdürün ve yönetim, erişilebilirlik, hizmet kalitesi ve satın alınabilirliğini sağlamak• Dijital veri korumasını, şeffaflığı, özerkliği ve güveni güçlendirmek• Nüfusa sunulan dijital hizmetlerin erişilebilirliğini ve kalitesini iyileştirmek
Ekonomik	<ul style="list-style-type: none">• Yeni ve yenilikçi iş modellerini uygulamak• Ekonomide gelir yaratma, verimlilik ve katma değeri artırmak• Düzenleyici çerçeveyi ve teknik standartları iyileştirmek

Kaynak: (Ebert ve Duarte, 2018: 1).

Dijital dönüşüm kavramı yenilikçi iş modellerinin benimsenmesi ve ürünleri, hizmetleri dijital çağın getirdiği formata göre tekrar tasarlamak, iyileştirmek ve tedarikçilerle, müşterilerle güçlü bir iletişim kurmak için hareket etmektedir. Dijital teknolojiler ve teknolojik araçların hızlı gelişmesi ve adaptasyonu ile 4. sanayi devrimi olarak kabul edilen endüstri 4.0 dönemine geçiş yapılmış ve kurumlardaki dijitalleşme süreci, bütün iş süreçlerini, iş örneklerini ve örgütsel yapılarını kapsamasından dolayı dijital dönüşüm olarak ifade edilmeye başlanmıştır (Klein, 2020: 998). İnsanoğlunun yaşamında sanayi devrimiyle başlayan köklü değişim, 1980’li yıllarda küreselleşme ile kültürel boyutlar kazanmış, 21. Yüzyıldaki dijitalleşme patlaması ise dünya tarihinin hiçbir

döneminde eşine rastlanmayan bir yaşam tarzını ortaya çıkarmıştır. Bu yaşam tarzının temel dinamiği olan dijitalleşme, bireyler ve toplumsal kurumlar için bir seçenekten ziyade bir zorunluluğu ifade etmeye başlamıştır. Çeşitli kuruluşlar ve akademik çalışmalar incelendiğinde “Dijital Dönüşüm” kavramı ile alakalı birden fazla tanım bulunmaktadır. Bunlardan bazıları ise şu şekildedir: Dijital dönüşüm sürdürülebilir değer yaratmayı sağlamak için şirketlerin ilerleyen dijitalleşme doğrultusunda adaptasyon yönetimidir (Gimpel ve Röglinger, 2015: 5). Bir diğer tanımda da dijital teknolojilerin iş modelleme örneklerini değiştirerek, bunun neticesinde ürünleri, örgütsel olguları ve süreçleri dönüştürmesini dijital dönüşüm şeklinde ifade etmektedirler (Hess vd., 2016: 1). Bu bağlamda bir şirketin dijital dönüşümü, temel bir organizasyonel değişiklik gerektirecektir. Dijital dönüşüm; bir kurumun, iş modelinin, fikir edinme sürecinin ya da yöntemin planlı ve programlı olarak tasarlanmış ve devam eden bir dijital evrimidir (Mazzone, 2014). Tüm bu açıklamalardan yola çıkıldığında dijital transformasyon ya da dönüşüm kavramı; “hızla ilerleyen bilgi ve iletişim teknolojilerinin yarattığı olanaklar ve toplumun değişen ihtiyaçları doğrultusunda, organizasyonların daha aktif, verimli hizmet vermek ve faydalanıcı memnuniyeti sağlamak adına insan, iş süreçleri ve teknoloji unsurlarında gerçekleştirdiği bütüncül dönüşümü” şeklinde tanımlanmaktadır (“Tübitak-Bilgem”, t.y.). Hemerling vd. (2018), dijital dönüşümle alakalı olarak, bir kuruluşa işletme ile alakalı kapsayıcı stratejiler bir araya getirilirken, değişimi arzulayan bir kültürün örgüte kanalize edilmesi zorunluluğundan bahsetmektedir. Avrupa birliği dijital ekonomi OECD (2018), tarafından yapılan dijital dönüşüm kavramı dijitalleşme ve dijitalleşmenin finansal ve sosyolojik etkilerini ifade etmektedir. Dijitalleştirme, analog dataların ve süreçlerin makine aracılığıyla okunarak başka bir hale dönüştürülmesidir. Dijitalleşme, dijital dataların ve teknolojilerin kullanılması ve bunların yeni ya da eldeki faaliyetlerde değişikliklerle biten ara bağlantılarıdır”. Günümüz dünyasında dijital dönüşüm kavramının akademik ve iş dünyasını yakından ilgilendiren bir kavram olduğu yapılan tanımlardan görülmektedir. Bu bağlamda kurumların şirketlerdeki kalıcı bir kültürün oluşması için yapmaları gereken kritik hamleleri tanımlamadan önce dijital bir kültüre sahip olmanın nedenleri benimsenmesi oldukça önemlidir.

Tüm bu tanımlar incelendiğinde dijital dönüşüm, bir organizasyonun performansını ya da erişimini tamamen geliştirmek için teknolojileri kullanarak; dijital bir şekilde dönüştürülmüş dijital teknolojiler, gelişmiş süreçlere bağlı yetenekler ve yeni iş

modellerine olanak tanıyacaktır” (Bloomberg, 2018: 1). Görünen o ki işletmelerin dijital transformasyon süreçlerinde örgütle alakalı yapılarının da değişeceği ve aynı zamanda yeni iş örneklerinin ortaya çıkabileceği düşünülmektedir. Aynı zamanda yaşanan değişim ile bilgisayar ortamına aktarılan verilerin ölçümlenmesi ile insan gücü ile ortaya çıkan hata oranlarını düşmüş bu bağlamda şirketlerdeki analitik uygulamalar anlaşılır bir sisteme dönüşmüştür. Aynı zamanda bilgi teknolojisinin günlük hayatla iç içe geçme hali şirketler için yeni sorunları ve fırsatları gündeme getirmektedir. Dijital çağ şeklinde dile getirilen yeni düzende, dik durmayı ve ilerlemeyi hedefleyen organizasyonların bu etkenlerin uygulanmasını teşvik eden misyon ve yönetim stratejileri geliştirmeleri beklenmektedir (Drucker, 1968: 40-41). Şirketlerin ortaya çıkan fırsatları başarılı bir şekilde kullanması, adapte olması ve dijital stratejileri kurumsal stratejileri ile birleştirmesi oldukça önemlidir. Westerman vd. (2011), birden fazla endüstride kurumların, dijital dönüşüm döneminde tüketicilerle dijital ilişkiler oluşturmasını, akıllı teknolojilerle birlikte ürün ve hizmetler tasarlamasını, hayatta kalmak adına kayda değer bir adım olarak ifade etmiştir.

Değişim ve dönüşümü sadece bilgisayar teknolojileri olarak gören ve görmezden gelen şirketler dijital çağın gerisinde kalacak, değişim ve dönüşümün bir parçası olan aynı zamanda örgütsel değişime önem vererek, kültürel dönüşümü benimseyen ve müşteri odaklı yaklaşıma geçiş yapan şirketler ise köklü şirketler haline dönüşme yolunda hızlı adımlar atacaklardır. Çünkü yeni dünyada bilgi dijitalleşmektedir ve bir işletmenin operasyonlarını oluşturan süreçleri ve rolleri dijitalleşmektedir bu anlamda iş stratejileri dijital olarak dönüşmektedir. Bu anlamda dijital kanallarda uzun süre vakit geçiren potansiyel müşterilere, reklam ve tanıtım materyallerini ulaştırabilmek, paydaş işletmeler ile iş birliklerini artırarak üretim ve dağıtım sistemini üretim sistemlerini dijital olarak takip edebilmektedirler. Bu da bilginin üretilmesi, işlenmesi ve geliştirilmesi firmalarına ekonomik anlamda da büyümesi adına büyük önem arz etmekte ve dijitalleşme sosyal hayatın, ekonominin ve iş hayatının ezici gelişiminin bölünmez bir parçası olarak görülmektedir. Dijitalleşme ve küreselleşme gibi süreçler günümüzde insanoğlunun varlığını belirleme noktasında etkili bir güç olarak kabul edilmektedir.

1.4. Dijitalleşen Kültür ve Değişim

Dijitalleşen toplumun iletişim kurma yöntemlerinde yaşanan değişimler ile kültür kavramının da tekrardan değerlendirilmesi gerekmiştir. İnternetin gelişmesi ve bilgisayarların her alana sirayet etmesi ile yaşanan değişim yeni bir kültür süreci olarak kabul edilmektedir. Yeni oluşan bu kültüre dijital kültür, bilgisayar kültürü, enformasyon kültürü, siber kültürü gibi çeşitli adlandırılmalar literatürde yer almaktadır. Bu kültür kendi kültürünü oluşturmakta ve nesillere dijital araçlar sayesinde hızlı bir aktarım gerçekleştirmektedir.

Kültür, iletişim vasıtasıyla kendini meydana getirmektedir. Toplumun iletişim şekillerinin teknoloji temelli değişmesi kültürün yeniden ele alınması gerekliliği gerçeğini ortaya getirmiştir. Bu anlamda internetin hızla gelişmesi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen teknolojik ilerlemenin ortaya çıkarttığı bu değişim günümüzde geleneksel olarak ifade ettiğimiz kültürün yerini yeni bir kültür süreci olarak görünen ve “dijital kültür” olarak adlandırılan kültür almıştır (Koç, 2022: 502). Bu anlamda insanoğlu içinde yaşamış olduğu kültür süreçlerine entegre olmaktadır. Dijital kültür ve olan kültür üzerinde bu anlamda etki sahibi olarak geleneksel kültürü dönüştürerek yeniden şekillenmesinde rol oynamaktadır.

1.4.1. Kültür Kavramı

Literatür incelemeleri göz önüne alındığında kültür kavramı üzerine çeşitli tanımlar yapıldığı görülmektedir. Dünyanın farklı yerlerindeki insanların nasıl düşündüklerini, hissettiklerini, değer verdiklerini, hareket ettiklerini ve kendilerini nasıl ifade ettiklerini anlamak onların yarattıkları ve onlar tarafından yaratılan kültürleri incelemek gerekmektedir. İnsanlığın var olduğu ilk günden bu yana toplumun bir kültürü vardır ve toplumlar bu kültüre göre yaşamlarını şekillendirmektedir. Bu anlamda başat anlamı ile kültür kavramı ilk kez İngiliz Antropolog Edward B. Tylor tarafından (1871: 1) yılında yapılmıştır; “insanın toplumun bir üyesi olarak kazandığı bilgi, inanç, sanat, ahlak, hukuk, örf ve adetler dâhil tüm yeteneklerin oluşturduğu bir bütün” olarak görmüştür (Akt: Kroeber ve Kluckhohn, 1952: 43). Bu tanımla Tylor, kültür kavramını uygarlıkla eş anlamlı olarak kullanmakta aynı zamanda insanoğlunun gerçekleştirdiği her eylemin de

kültür ile bağlantı içinde olduğunu vurgulanmaktadır. Güvenç ise kültürü; “bir toplumun birikimli uygarlığı, toplumun kendisi, bir dizi sosyal süreçlerin bileşkesi ve bir insan aynı zamanda toplum kuramı olarak ayrı ayrı tanımlanabilen soyut bir kavram” olarak görmektedir. Bu nedenle tanımlanamaz bir kavram gibi algılandığını belirtmektedir (Güvenç, 1996: 95). Kültür ve iletişimi birbiriyle yakından ilişkili iki kavram olarak ifade eden Webster Sözlüğü; kültürün farklı iki tanıma vurgu yapmaktadır (Foresta vd., 1995: 10, Akt; Uzelac, 2008: 9).

- a. Kültür, insanın öğrenme ve sonraki nesillere bilgiyi aktarma kapasitesine bağlı olan, insan bilgisinin, inancının ve davranışının bütünlüklü bir modeli olarak kültür.
- b. İrksal, dini veya sosyal bir grubun geleneksel inançları, sosyal normları ve maddi özellikleri olarak kültür. (Inglis and Hughson, 2003) ise kültürün 8 özelliği olduğunu ve kültür farklı insan gruplarının neye inandığı, neyi düşündüğü ve neyi hissettiği ile ilgilidir:
 - Kültür, ortak paydada buluşan insanlar için ortak olan fikir, değer, inanç kalıplarını onların kendilerine has düşünme biçimlerini içerir.
 - Belli bir topluluğun kültürü, kendine benzeyen insanları diğer insanlardan ayırır.
 - Kültür anlamlar içerir.
 - Bir grubun düşünceleri, değerleri ve inançları, insanları belirli şekillerde hareket etmeye motive etmede derinden ilişkilidir.
 - Bir grubun düşünceleri ve değerleri bazı semboller ve eserlerde kullanılır
 - Kültür biri tarafından öğretilir.
 - Kültür arzusu ve beklentisi bağlıdır. Başka şartlarda ve başka hallerde üretilebilir.
 - Kültür ve sosyolojik yönetim biçimleri birbirine sıkı sıkıya bağlıdır.

Raymond Williams kültür kavramını gündelik yaşantının yansımaları olarak birbiriyle ilişkili üç aşama olarak tanımlamaktadır (Williams, 1980: 66).

Sadece o zaman ve yerde yaşayanların tamamen erişebildiği belirli bir zaman ve yerin yaşanmış kültürü vardır. İkinci olarak sanattan en gündelik gerçeklere kadar her türden kayıtlı kültür vardır: bu bir dönemin kültürü. Yaşanılan kültür ile dönem kültürlerini birbirine bağlayan unsur olarak bir de seçici gelenek kültürü vardır (İglis, 2005: 1).

Aynı zamanda gündelik hayatı anlama ve yakalama çabası açısından bakıldığında insanoğlunun faaliyetlerinin sadece sosyal konularını değil aynı zamanda faaliyette gösterdiği kültürel koşulları da yapılandırmaktadır. Nesilden nesile aktarılan kültür, yinelenen fikir, değer ve inanç kalıplarından oluştuğu görülmektedir. Bu aktarım aynı zamanda değerleri ve inançları da içselleştirmektedir. Bir kültür zaman içinde bir ölçüde varlığını sürdürür. Zamana dayanma, değişme ve değiştirilme gibi bazı kapasiteleri vardır. İnsan faaliyetlerinin bir sonucu olarak görülen kültür, insanın bilgiyi öğrenmesinde ve kendinden sonraki nesillere aktarılmasında önemli bir yer edinirken aynı zamanda sosyal normları ve fiziksel özellikleri içeren bir olgu olarak görülmektedir. Yaşam koşulları değiştiğinde alışılmış olan kalıplardan farklı kalıplara şekillenmektedir.

Adorno ve Horkheimer, kültürün medya araçları ile iş birliği içerisinde bulunarak toplumlar üzerinden yarattığı tekdüzeliği şu şekilde dile getirmektedir:

- “Günümüzde kültür birçok alanda benzerlik göstermektedir. Film, radyo ve dergiler bir sistem meydana getirirler. Her bir dal kendi içinde ve hep birlikte söz birliği içindedir. Siyasal karşıtlıkların estetik ifadelerin bile aynı şekilde bu çelikten ritmin övgüsünü ilan ederler” (Adorno ve Horkheimer, 2000: 162).
- Kültür, toplumların ve sosyal hayat içinde yaşayan insanların kaçınılmaz bir parçası olarak kabul edilmektedir ve bu bağlamda insanların bir arada kalmasını sağlayan en temel unsurlardan bir tanesi olarak görülmektedir. Değişen ve dönüşen dünyada dijitalleşmenin kaçınılmaz bir gerçek ve süreç olması dijital bir kültürün ortaya çıkmasına neden olmakta ve sürecin dijital kanallar aracılığı ile daha hızlı aktarılmasına yol açmaktadır.

1.4.2. Dijital Kültür Kavramı

Her yönüyle yaşamımızı etkisi altına alan ve her şeyin dijital ortama taşınması ile devam eden dijitalleşme sürecinde yaşadığımız çağın kültürüne uyum sağlamak oldukça önemli bir hal almıştır. Tarihi süreç içerisinde bakıldığında yaşanan teknolojik gelişmeler bir devrim niteliği taşımaktadır. Geçmişten günümüze varlığını sürdüren ve toplumsal düzenin içinde değiştirici, dönüştürücü ve bütünleştirici gibi etkin bir rol oynayan kültür kavramı, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin her alana nüfuz etmesi ile yeni bir

kültür süreci başlamıştır. Bu etkileşim kültürün dijitalleşmesine yol açmış ve dijital kültür olarak tanımlanan yeni bir kültür kavramı ortaya çıkmıştır. Dijital kültür aynı zamanda literatürde internet kültürü, siber kültür, sanal kültür gibi çeşitli isimlerle ifade edilmektedir.

Toplumu şekillendiren ve dünyanın her yerinde yaygın bir olgu olan dijital kültür; içinde yer aldığımız çağın bize sunduğu yenilikler ve dönüşümler neticesinde teknolojinin günlük yaşama katılımının artması ve bundan dolayı alışkanlıkların değişmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Yavaşgel ve Turdubaeva, 2021: 12). Bu anlamda dijitalleşme ile yeni bir boyut kazanan kültür geleneksel kültürden farklılıklar göstermektedir. Bu noktada içinde bulunduğumuz çağda dijitalleşmenin insan ve teknoloji arasındaki ilişki her boyutu etkilemektedir. Dijital teknolojilerin ortaya çıkması ve kullanılması ile hızla yayılan kültür kavramı toplumun yapısını değiştirerek kendi kültürünü, kendi dilini meydana getirmektedir. 21. yüzyılda dijital kültür, modern kapitalist hayat stiline yarattığı ihtiyaçlara cevaben çeşitli alanlara yayılarak etki alanını genişleten ve sürekli kendini yenileyen diyalektik ilişkilerden meydana gelen bir olgu olarak görülmektedir. (Gere, 2008: 224). Dijital kültür doğası gereği anlık ve interaktif bir yapıdadır. Bu bağlamda içinde bulunduğumuz teknoloji kültürü dönüştürmektedir. Aynı zamanda bu süreci, zaman ve alandan öte, sınırların olmadığı, kişilerin kuralları ortaya çıkardığı ve gerçek hayat kurallarının tekrardan ifade edildiği bir süreç olarak tanımlamak mümkündür. Deuze dijital kültürü şöyle ifade etmiştir: dijital kültür, üst seviyeye geçmiş değerler sisteminin ve art arda meydana gelen beklentinin online kullanıcılar ile beraber data ve haber medyası üreticileri sayesinde ifade edilmesidir ki bu durum medya katılımı, medyanın ileriye taşınması ve içeriğin kullanıcı tarafından oluşturulmasından meydana gelmektedir (Deuze, 2005: 66). Çevrimiçi kültür, bilgisayarlar ve insanlar arasındaki katı bağlantıların anlamlı ilişkilere dönüşmesine izin vermiştir (Ronchi, 2009: 15). Dolayısıyla böyle bir kültürün hem çevrimiçi hem de çevrimdışı düzeyde sonuçları olmaktadır. İnsanoğlu değişen dünyada ihtiyaçlarını karşılamak ve yaşam kalitesini artırmak ya da değiştirmek için modern teknolojiyi kullandıkça toplum alışkanlıkları da dönüşmeye başlamıştır. “Dijital kültür; kendi başına yorumlanamayan, hatta var olmayan ‘geleneksel’ kültürün büyüyen bir parçasıdır ve ister dijital olarak yaratılmış isterse de dijitalleştirilmiş olsun, dijital bir platformda var olan tüm kültürel nesnelere ve onlar tarafından taşınan anlamların bir toplamı olarak görülmektedir.” (Rab, 2007: 1). Dijital kültür, bilgisayar ve bilgisayarla

alakalı veri paylaşma araçlarının ortaya çıkışıyla kuvvetlenen, kültürel kazanımda dijital ortamların kendilerine has olguları arayan ve dijital ortamlarla ilişkisi bulunan kültürel bir çevredir. Kültür, en kapsamlı ifadeyle bir üretme halidir ve üretim, insanın kendi hayatını üretmesi demektir (Lefebvre, 2010: 43). Dijital kültürde de teknoloji ve internetin toplumsal bir ortamda insan olarak etkileşim kurma, davranma, düşünme ve iletişim kurma biçimimizi önemli ölçüde şekillendirdiği fikrini tanımlayan kapsamlı bir kavramdır. Toplumumuzdaki yıkıcı teknolojik yeniliklerin bir sonucu olarak yaygın teknolojinin ve bilgiye sınırsız erişimin ürünü olarak görülmektedir. Dijital kültür değişik yollarla farklı data toplama yollarını kullanarak araştırılabilir. (Bell, 2001: 187). Günümüz teknolojik gelişimi sayesinde sanat, spor, edebiyat, müzik, bilim, kültür gibi alanlarda çoğu süreç dijital araç ve uygulamalar üzerinden yürütülmektedir. Dijital kültürün etkileri hem her yaştan insanı hem de sektör dünyasını etkisi altına almaktadır. Dolayısıyla toplumsallığı oluşturan yaşam dünyasının her alanında dijitalleşmeden söz etmek mümkün hale gelmiştir. Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojileri dünyanın hemen her bölgesinde görülebilmektedir. Bölgesel farklılıklara rağmen dijital kültür bu yapısal özelliği sayesinde günümüzün temel gerçekliklerinden biri haline gelmiştir.

1.5. Dijital Kültürün Araçları

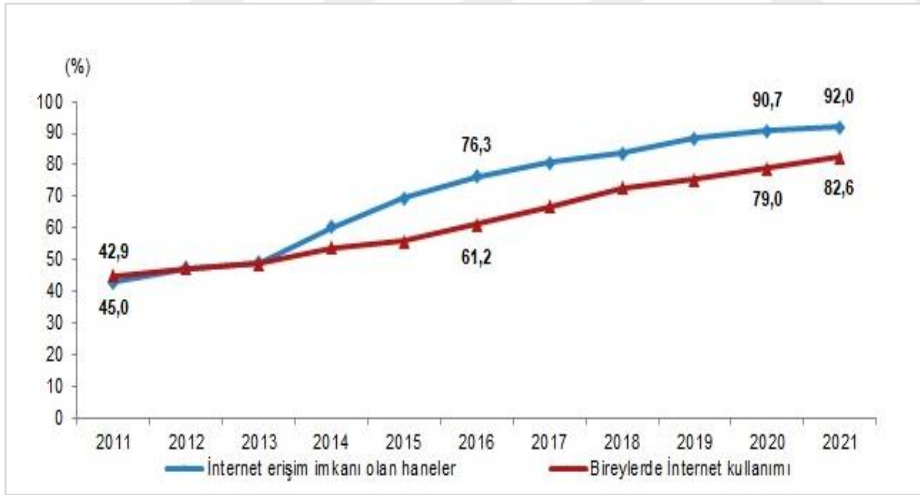
Dijitalleşmenin her alana nüfuz etmesi ile ortaya yepyeni bir kültür çıkmaktadır ve bundan dolayı bu kültürün bazı temel ayakları mevcuttur. Bu ayaklar, dijital kültürün olmazsa olmazlarını ifade ederken aynı zamanda kültürün yapısını oluşturmaktadır. Bu yapı incelendiğinde de dijital kültürün önemli noktaları daha da kolay anlaşılacaktır.

1.5.1. Bilgi İletişim Teknolojileri

Günümüz insanı içinde bulunduğu dijital çağın getirmiş olduğu iletişim ve bilgi kaynaklarının hızlı ilerlemesine tanık olmaktadır. Bu nedenle son birkaç yılda toplumlar bilgi toplumu, ağ toplumu gibi farklı isimlerle karakterize edilmekte ve bu bağlamda bilgi ve iletişim kavramları günlük hayatımızda önemli bir yer edinmiştir. Kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve internet kullanımının her yaşa sirayet etmesi ile çok boyutlu bir kavrama dönüşen bilgi teknolojileri, çalışma hayatını küresel düzeyde etkilenmiştir. Bu bağlamda işletmelerin enformasyon teknolojilerini kullanmaları büyük önem arz

etmektedir. Otomasyonun artışı, güncel mesleklerden ziyade yeni profesyonel alanların ortaya çıkması, teknolojinin eğitime entegrasyonu ile diğer ülkelerde birbirlerine yakın bilgi altyapısına sahip bireylerin oranında artışlar olmaktadır (Aksoy, 2012: 401). Genel bir bakış açısı yapan Tonta, bilgi iletişim teknolojilerini tanımlamaya çalışmıştır. “Bilginin toplanmasını, işlenmesini, depolanmasını, ağlar aracılığı ile bir yerden bir yere iletilmesini ve kullanıcıların hizmetine sunulmasını sağlayan, iletişim ve bilgisayar teknolojilerini de kapsayan bütün teknolojiler olarak adlandırılmaktadır” (Tonta, 1999: 365). Günümüz iletişim teknolojilerinin dijitalleşmesi ile insanoğlu hemen hemen her işini internet aracılığıyla gerçekleştirebildiğini görmüştür. Toplumların gelişmesinde öncülük eden ve köklerini oluşturan internet teknolojileri; akıllı telefon, tıbbi cihazlar, bilgisayarlar, e-uygulamalar gibi genişletilebilecek cihazları kapsamaktadır. Dijital anlamda yaşanan bu buluşlar verimliliği ve üretkenliği arttırmış, globalleşen dünya ile ülkeler arası sınırlar kalkmıştır. Görüldüğü üzere günümüzde herkesin en çok tercih ettiği araç olan internet ve onunla alakalı diğer teknolojiler; iletişim, süre ve doğru bilgi olgularının en önemli unsurları arasında yer almaktadır (Sevim ve Öncel, 2006: 3). Ayrıca, gün geçtikçe daha fazla insan internetten ve internetle alakalı teknolojilerden faydalanmaktadır. Kitle iletişim araçlarının kullanımı ve teknolojinin yaygınlaşması ile anlık bilgi akışı sağlanmaktadır. Özellikle 2019 yılında yaşanan COVID-19 pandemisi sürecinde girişimcilik ve inovasyonu dijitalleşme ve dijital dönüşüm kolu olarak görme konusunda talihsiz bir hızlandırıcı etkisi olduğu görülmüş ve şirketlerin alışkanlıkları tamamen dijitalleşmiş internet kullanımı hızla artmıştır. We Are Social Global Dijital 2022 Raporuna göre; küresel internet kullanıcıları, 2022'nin başında 4,95 milyara yükselmiş ve internetin nüfuz ettiği oran şu anda toplam dünya nüfusunun yüzde 62,5'ini oluşturmaktadır (“We Are Social Global Dijital 2022 Raporu”, 2022). Bu sürece hızlı adapte olmak zorunda kalan toplumun her kesimi dijital teknolojilerin avantajlarına ve dezavantajlarına maruz kalmıştır. Örgütler arasında veri, dosya gibi aktarımından organizasyon planlanmasına kadar her türlü alışkanlık internete taşınmıştır. Toplumun akıllı cihazlar ve internet kullanımı her geçen yıl artış gösterirken, bu mecraları sosyalleşmek, iş süreçlerini yürütmek, iletişim kurmak, eğlenmek gibi çeşitli nedenlerle kullanmaktadırlar. Tüm bunların sonucunda iletişim kanalları değişmiş, internet kullanımı hız kazanmış, maliyetlerde düşüş yaşanmış, mekân sınırı ortadan kalkmıştır. Tüm bunlar ise dijitalleşme hızı ve dijitalleşme sorunları olarak iki ayrı topluluğu meydana getirmiştir. Bu bağlamda internet kullanımı ile ilgili Türkiye’de kapsamlı çalışmaları yapan kurum Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), internet

erişimi ve kullanımını ile ilgili analiz sonuçlarını raporlaştırmaktadır. Bu rapora göre; Türkiye’de internet kullanımını bilişim teknolojileri kullanılma araştırması sonuçlarını baz alındığında 2021 yılında evlerin %92,0’ünün evden İnternete ulaşım olanağına sahip olduğu gözlenmiştir. Bu veri bir önceki yıl %90,7 olarak belirtilmiştir. Genişbant aracılığıyla İnternete ulaşım sağlayan evlerin oranı ise 2021 yılında %92,0 oldu. Buna göre evlerin %61,9’u sabit genişbant bağlantı (ADSL, kablolu İnternet (uydunet), fiber bağlantı vb.) ile İnternete erişim sağlarken %88,5’i mobil genişbant bağlantı ile İnternete erişim sağlanmıştır. Genişbant İnternet olanağına sahip evlerin verisi oransal olarak bir önceki yıl %89,9 olarak belirlenmiştir. Özel hedefle kamu kurum ya da kuruluşları ile bağlantı kurmak veya kamu hizmetlerinden fayda sağlamak için 2020 yılı Nisan ile 2021 yılı Mart ayını içine alan 12 aylık dönemde İnterneti kullanıcılarının oranı %58,9 olarak belirlenmiştir. Bu oran daha önce aynı dönem için %51,5 olarak gözlenmiştir (TÜİK, 2021).



Şekil 1. Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması Temel göstergeler, 2011-2021

Kaynak: TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437) Erişim Tarihi: 07.08.2022.

Şekil 1’de TÜİK Hanehalkı bilişim teknolojilerine sahip olma durumuyla ilgili bu konudaki araştırmasının sonuçları yer almaktadır. Bu bağlamda her geçen yıl bireysel olarak internet kullanımında artışın gözlemlendiği görülmektedir. Toplumlar günümüzde bilgi

ve iletişim yollarıyla bağlantılıdır ve ağlar gerçeği açıklamak yerine gizlemektedir. (Alemdar ve Erdoğan, 2002: 509). Bu bağlamda bilgi iletişim teknolojileri hayatımıza girdikten sonra yaşanan değişimler net bir şekilde görülmektedir. Tüm teknik cihazların insanoğlunun çevresine girdiğini ve bu sayede farklı kültürlerin yaşam koşullarını değiştirdiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

1.5.2. Dijitalleşme Sürecinde Yeni Medya

Çevrimiçi ağın yükselmesi ile hızla gelişen ve toplumun önemli bir parçası haline gelen yeni medya kavramı giderek artan bir çevrimiçi medya kültürüne dönüşmüştür. Dijitalleşmenin getirmiş olduğu yeni düzende iletişim teknolojilerindeki gelişmeler medyada yaşanan değişime etki ederek yeni medya kavramını ortaya çıkartmıştır. Bu bağlamda geleneksel medya uygulamalarının yerini yeni medya uygulamaları almıştır. Yeni medya teknolojik gelişmelerin yanı sıra bireyselleşme ve ağ toplumu gibi kavramları doğurmuştur. Aynı zamanda toplum tarafından çevrimiçi medya kültürünün yaygın iletişim kanalı olarak kullanılmaya başlanmasıyla iletişim biçimleri değişmiş, diyalektik olmayan iletişimler ortaya çıkmıştır.

Marshall McLuhan'ın (2001) "küresel köy" olarak ifade ettiği iletişim teknolojileri ile toplum bireylerinin kısa sürede istedikleri yere ulaşılabilirliğin mümkün olduğu bir ortamın yaratıldığından söz etmektedir. Bu anlamda McLuhan'ın yaptığı çalışmalar ile medya kavramı çeşitli ifadelerle tanımlanmaktadır. McLuhan araç, mesajdır (McLuhan, 2001: 7). ifadesi ile medyanın insanoğlunun algısında şekillendirdiği, aracın gerçek içeriğinin kendisi olduğunu, yani insan uzantısı olduğunu ifade etmektedir. Yine başka bir ifadesinde medya; teknoloji gerektiren birçok alanda, elektriksel olarak düzenlenmiş, üretmek ve dağıtmak için ihtiyaç olan bütün önemli bilgilerin herkes için ulaşılabilir olmasıdır şeklinde ifade etmektedir. Kültür, basit bir mantıkla klasik bir elektrik devresi gibidir ve düzendeki her nokta merkez odaklıdır (McLuhan, 2001: 153). şeklinde ifade ettiği yeni medya kavramını ileti aktaran iletişim aracı olarak görmektedir. Bu anlamda insanoğlu kabile çağı olarak adlandırılan işitsel çağdan, içinde bulunduğumuz elektronik çağa geçiş aşamasında büyük değişimlerin yaşandığını, elektronik medya ile toplum çoğunluğunun katılımcı rolde olduğunu vurgulamaktadır. Medya, dataları depolamak ve aktarmak için kullanılan iletişim çıktıları ya da araçlarıdır. Terim yazılı medya, yayıncılık,

fotoğrafçılık, sinema, radyo ve televizyon gibi yayıncılık ve reklamcılık gibi kitlesel iletişim araçları sektörünün ortak noktalarını ifade etmektedir (Hodkinson, 2016: 1). Günümüz dünyasında basın, radyo ve televizyon toplum hayatında büyük rol oynamaktadır. Çevrimiçi iletişim kanalları toplumu bilgilendirirken bir yandan da eğitmektedir. Aynı zamanda yeni medya kavramı insanların dünyaya bakma biçimlerini de etkilemekte ve onların görüşlerini şekillendirmektedir. Ayrıca çevrimiçi iletişim kanalları geniş hedef kitleye ulaşma ve yayılma noktasında oldukça hızlı olmasından dolayı kitle iletişim araçları kamuoyunun şekillenmesinde, örgütlenmesinde, güçlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Yeni medya iletişim ortamları, çevrimdışı (offline) gelişen kültür, siyaset ya da finans süreçlerinden etkilenmektedir ve bunun gibi yapıları da tekrardan üretmektedir (Güzel, 2016: 43). Dijital konseptin tüm iletişim teknolojilerinde yer almasıyla birlikte günlük yaşantımıza giren yeni medya teknolojilerinin ait 3 önemli özellik vardır: Etkileşim, kitlesizlik ve eşzamansızlık (Rogers, 2003: 1). Bu bağlamda geçmişten günümüze gelen iletişim kanallarının geçirdiği evrimsel süreç göz önüne alındığında günümüze sirayet eden yeni medya kavramının geleneksel yapıdan ayıran bazı hususlar söz konusudur. Yeni medya kavramının birey ve kitlelerle birebir etkileşim içinde olması ve bu etkileşim sayesinde toplumla mesaj-dönüt olanağı sağlanmaktadır. Aynı zamanda geleneksel medyanın birden fazla insan topluluğuna iletmış olduğu iletilere karşın yeni medya akıllı teknolojiler aracılığı ile kişilere özel iletiler gönderebilmektedir. Tüm bunların yanı sıra yeni medyanın en önemli özellikleri arasında etkileşimdeki hızı olarak sayılabilmektedir. Bu hızdan kaynaklı iletiler eşzamanlı olarak interaktif şekilde aktarılmasını sağladığı görülmektedir. Van Dijk “yeni medya entegre, etkileşimli ve dijital kodlamanın kullanılmasıyla 20. yüzyıldan 21. yüzyıla geçiş sağlanmıştır.” Bu da eski-yeni arasında bir tercih yapmanın kolaylaşmasını mümkün kılmaktadır (Dijk, 2006: 9). Yeni medya birçok alanda geleneksel medyadan çeşitlilik göstermektedir. Bu anlamda geçmişten günümüze yaşanan bu farklılıklar içinde bulunduğumuz yeni medya olarak adlandırdığımız medyanın temel özelliklerini meydana getirmektedir. Yeni medya yazılı medyaya göre sayısal ağ temelli olup, interaktif bir yapıdadır. Bu noktada yeni medya kavramı iletişimin hızlanmasını ve ulaşılan bilgi derecesindeki artışları meydana getirmekte toplumsal yayıncılıktan kişisel yayıncılığa geçişi ile de alıcı denetimini sağlamaktadır. Bu minvalde yeni medyanın ortaya çıkması ve gelişmesi ile yeni mekanlar, yeni imkanlar gündeme gelmiştir. Çalışma hayatında yüz yüz iletişiminin yerini bilgisayar donanımıyla iletişim almaya başlamıştır. Aynı zamanda medyayla ilgili yeni teknolojilerinin

ilerlemesiyle birlikte oluşan değişik toplumsallaşmalar, uzantılar ve hayat biçimleri içinde buldukları iletişim mekânları yersiz ve yurtsuz hale getirdi, yerden bağımsız iletişim kurulmaya başlandı. Dijitalleşme sayesinde yer-zaman bağımsızlığı mümkün kılındı, günlük hayatın her noktasına dâhil olan bu kültür online bir dünyanın bilinmeyen ve eski olmayan bir kamusal alanın meydana gelmesinde ciddi bir rol oynadı (Medin, 2018: 145). Yeni medyayı kavramını anlamlandırabilmek adına Thompson ‘un görüşleri ise Thompson, yeni medyayı kitle iletişim araçları açısından ele almıştır. Bu anlamda yeni medya; “Bilgi işlem teknolojisi vasıtasıyla becerileri artmış, kullanımı basitleşmiş veya olası büyütebilirlik potansiyelini bünyesinde barındıran iletişim araçlarıdır (Thompson, 1995: 132-139).”

Yeni medyanın getirdikleri ile yeni olanaklar gündeme gelmiş, geleneksel alışkanlıklar dijitalle aktarılmıştır. Ayrıca kullanılan her ürün dijital ile yönetilmeye başlamıştır. Çoklu ortam olarak kabul gören ve insanların rahatça dijital platformlarda içerik üretmesi, ürettiği içerikleri geliştirmesi ve yeni üretim şekillerinin ortaya çıkması sağlanmıştır. Bu anlamda dijital olan akıllı telefonlar, uygulamalar, sosyal medya ve bağlantı teknolojiler aracılığıyla günümüzde insanlar zaman ve mekân düşünmeksizin nesnelere kullanma ve idare etme imkânına sahip olmaya başlamıştır. Andrew L. Shapiro’a göre “yeninin ortaya çıkışıyla” birlikte dijital teknolojiler enformasyonun, tecrübenin ve kaynağın hakimiyetinin kimde olduğu üzerine radikal bir değişimin olacağını işaretini vermiştir (Croteau ve Hoynes, 2003).

Manovich (2001), yeni medyanın gelişmesini şekillendiren anahtar kavramları dijital gösterim (numerical representation), modülerlik (modularity), otomasyon (automation), değişkenlik (variability) ve kültürel kod geçişi (cultural transcoding) olarak sıralamaktadır. Manovich’in bu kavramlarla ilgili açıklanan görüşleri, Manovich’in Yeni Medya İlkeleri olarak anılmaktadır.

Lev Manovich yeni medya olarak adlandırdığımız medyanın zeminini hazırlayan gelişmeleri 1830’lara kadar taşımaktadır. Bu süreç Charles Babbage’in “analitik makine” ve Louis Daguerre’in “dagerotip”i icadı ile başlayarak, 20. yy’ın ortasında çağcıl sayısal bilgisayarın geliştirilmesine kadar sürmüştür. Bir yanda “analitik makine” ile bilgisayar teknolojilerindeki ilerleme başlarken, bir taraftan “dagerotip” ile başlayan süreç medya teknolojilerinde görüntünün, hareketli görüntünün, sesin, metnin çeşitli şekiller kullanılarak saklanmasına tanık olunmuştur. Bu iki tarihi gelişimin birleşmesi ve tüm

varolan medyanın sayısal veriye çevrilmesi sonucu yeni medya kavramının ortaya çıktığı ifade edilmiştir (Başlar, 2013: 823).

1.5.3. Dijitalleşme Sürecinde Dil

Yaşadığımız alanının dijital ortama taşınması ile yazılı kültür ve sözlü kültür de değişmiştir. Yaşanan değişimlerin iletişim teknolojilerini etkilemesi ile kullanılan dil de kendi kültürünü, kendi dilini üretmiştir. Bu anlamda toplumu etkileyen her konu dili de etkisi altına aldığı görülmektedir. Bu bağlamda yeni medyanın her alana sirayet etmesi ile kullanıcı dili de dijitalle aktarılmış, dijitalleşmenin bir parçası olmuştur. 20. yüzyılın son çeyreğinde bilimsel ve teknolojik ilerlemenin hızla gelişim göstermesinin devamında meydana gelen “iletişim galaksisinin farklı gezegenlerini birleştiren başlıca güç” olarak bilgisayar teknolojilerinin kısa zamanda insan hayatına nüfuz etmesi olarak görülmektedir (Baldini, 2000: 105). Hayatın dijitalleşmesi aslında “gündelik hayatın, kültürün, toplumun medya dönüşümleri temelinde dönüşmesi demektir” (Krotz, 2017: 14, Akt; Sakallı ve Bahadıroğlu: 133). Böyle düşünen Krotz, dijitalleşme ile gündelik hayatın alışkanlıkları her anlamda değişime uğramıştır. Tarihi süreç içerisinde değerlendirildiğinde insanoğlu iletişim kurmak için çeşitli aşamalardan geçmiş ve yaşadığı dönemin etkisinde kalmıştır. Her geçen gün öneminin arttığı yeni dünyada ise iletişim hayatın taşıyıcı olarak nitelendirilmektedir. Bilgi ve haberlerin dijital mecraaya anında taşınması gerek günlük hayatta gerekse işletme hayatında önemli bir yer edinmektedir. Bu bağlamda Humbolt “dil ile kültür birbirini etkileyen iki kavram olarak görmektedir:

Bir halkın tinsel bireyselliği ile dilinin şekli öylesine birbiriyle kaynaşmıştır ki, bunlardan biri verilse, diğeri ondan bütünüyle çıkarılabılır. Çünkü zihinsel yetenek ve dil ancak karşılıklı olarak birbirine uygun düşen biçimlere izin verirler ve bunların gelişmesine yardımcı olurlar. Dil, sanki halkın tininin dış görünüşüdür, dil halkın tini ve tin de halkın dilidir; onları asla yeterli biçimde özdeş olarak düşünemeyiz (Humboldt, 1988: 46).

Kuşaktan kuşağa aktarılan dil, içinde yaşadığı toplumun özelliklerini taşımakta ve insanlığın bir parçası olduğu için de insanoğlunun düşüncelerini aktarmasında rol oynamaktadır. Krotz (2017) bu durumu medyatikleşme diye adlandırır, bize göre dijitalleşme dediğimiz bu çağın başında ise “sadece duyu organlarımız değil, aynı zamanda iletişimin üretimi ve tekrardan üretimi, bununla beraber dilin kendisi tekrardan biçimlenmektedir (Sakallı ve Bahadıroğlu, 2018: 133). Bu bağlamda sosyal medya tabanlı

sürekli gelişen ağlar ve yapılan güncellemeler insanların bu mecralar aracılığı ile takip süreçlerini zorlaştırmakta ve kolaycılığa yönelik adımların önünü açmaktadır (Genel, 2018: 47). Dünyayı çevreleyen dijital teknolojiler ile bilgi akışı hızlanmış, sanal iletişim atmosferi inşa edilmiştir. Bu bağlamda dilimize dijital dilin getirmiş olduğu yeni kelimeler eklenmiştir. Konuşma dilimiz bu noktada evrilerek dijitalleşen dil dönüşmüştür. İnsanlar birbirleri ile iletişim kurarken beğenmenin yerini like'lamak, geleneksel fotoğrafların yerini selfie'ler, videolar story'lere dönüşmüştür. Aynı zamanda yeni medyanın kullanım alanlarının çeşitlenmesi ile de mesajlaşma dilinde yazı emojiyle desteklenmiş bu noktada yazının yerini almıştır. Harfler yerine simge ve sembollerin kullanılmaya başlamıştır.

İçinde bulunduğumuz çağda yeni medyanın dijitalle aktarılması ile mobil olma ve mobil iletişim ağları daha aktif bir rol üstlenmiştir. Bu anlamda dilin kullanımı da bu noktada değişimlere uğramış, yaşadığı çağın dijital diline göre şekil almıştır. Dijital iletişim ağlarına sohbetler, çevrimiçi forumlar, e-mail, Twitter gibi ya da Teams ve video iletişimi sağlayan Skype, Discord, Slack vd. gibi örnekler ile anılmaktadır. Bu ağlarda kurulan “Dijital iletişim yazıyla gerçekleşmektedir. Yazıyla gerçekleşen dijital iletişim, ölçünlü dilden oldukça farklılıklar göstermektedir” (Beisswenger 2015: 3; Akt: Sakallı ve Bahadıroğlu, 2018: 133). McLuhan şöyle ifade etmektedir: Yazılı kültürle beraber sözlü kültürde var olan insanların bir araya gelmesiyle meydana gelen ‘kabile toplumu’ sona ermektedir. Bunun neticesinde de bireyler ön plana geçerken ‘köy’ geri planda kalmıştır (Akt; Oskay, 1993: 223).

Bu anlamda dijital medyada yaşanan dilde değişim hem yazılı kültürde hem de sözlü kültürde görülmektedir. Dijitalden dijitalle aktarılan dil olgusu yüz yüze görüşmelerden daha fazla yer kaplamaktadır.

1.6. Dijital Kültürün Bireyleri

Gelecekteki iş gücümüzü eğitime ve geliştirmede 21.yüzyılın karşı karşıya olduğu bazı zorluklar, kişisel öğrenme ve öğretim tarzlarına katkıda bulunan nesiller arasındaki farklılıklar ile birlikte araştırılmaktadır. Dijital teknolojilerin gelişmesi ile gelişen dijital dil hem dijital yerlileri hem de dijital göçmenleri etkilemektedir. Aynı zamanda nesiller arasında bir iletişim boşluğu yaratarak iletişim engeli gündelik çabaların ötesine geçmeye

başlamaktadır. Yeni teknolojilere maruz kalma, kullanıcının dijital ürünü kabulünü ve bilgisini güçlendirir ve onları diğer ve gelecekteki benzer teknolojik araçlarla tanıştırmaya başlayabilirken teknolojiyi kullanma ve kabul noktasında olumsuz düşünceler yaratan bireyler de doğurabilir. Tüm bunların sonucunda bir dijital bölünme meydana gelerek dijital yerliler ve dijital göçmenler olarak adlandırılan iki ayrı kavram ortaya çıkmıştır.

1.6.1. Dijital Yerliler

Günümüz teknolojileri hayatın her alanına etki ederek toplumun yapısını şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Bilginin dijital ortama taşınması yaşam tarzında önemli değişimlere sebep olmuştur. Dijital kültürün aktarıcısı olan insanoğlunun dijitale yakınlığı ve uzaklığı teknolojinin kullanılması ve yayılmasında önemli rol oynamaktadır. Prensky yaşadığı dijital çağı (2001) dijital yerliler ve dijital göçmenler olmak üzere ikiye ayırmıştır (Prensky, 2001: 1).

Dijital yerlileri dijital yönden güçlendirilmiş insan olarak irdeleyen Prensky için dijital yerliler; 1980 ve bundan sonra doğan, bilgisayarların, internetin ve bilgisayar oyunlarının dijital kapsamını ve dilini kendi dilleri gibi konuşanlar olarak adlandırmaktadır. Dijital göçmenler de 1980'den önce doğmuş ancak dijital dünyanın içine doğmamış bireylerin yeni iletişim teknolojilerinden kıyasından bile etkilenmiş ve buna ayak uydurmaya çalışan kişiler olarak düşünülmektedir (Prensky, 2001: 2).

Dijital yerliler farklı kaynaklarda çeşitli isimlerle anıldığı görülmektedir. Bunlardan bazıları ise şunlardır; “Millennials (binyılın öğrencileri), Digital Natives (dijital yerliler), Net Generation (İnternet nesli), The Gamer Generation (oyun nesli), Next Generation, N-generation (yeni nesil), Cyber Kids (siber çocuklar), Homo Zappiens (zaplayan insan), Grasshopper Mind (çekirge zihin)” (Pedro, 2006: 1). Şeklinde ifadeler literatürde yer almaktadır. Hızla gelişen ve hayatımızın her alanını kaplayan teknoloji kavramının kuşaklar arasında nasıl kullanıldığı dijital çağın önemli bir yerini oluşturmaktadır. Hem günlük hayatın alışkanlıkları hem de çalışma hayatının alışkanlıkları teknoloji kullanımı ile değişmiştir. Bu noktada insanoğlu da bir evrim geçirmiştir. Geleneksel kültürünü dijitale aktararak yeni medya aracılığı ile hızla keşfedilen bir dijital insan konumuna gelmiştir. Bu bağlamda dijital yerli olarak adlandırılan ve dijitalin içine doğan genç kesim enformasyonu almaya alışık olmasından dolayı ve bu enformasyonu birden fazla kanala dijital kanallar aracılığı ile yayma potansiyeli taşımaktadır. Bu noktada da iş yapma modelleri işletmeler için kökü bir değişime doğru gitmektedir.

Dutton ve Blank (2011), yeni nesil kullanıcılar (Next Generation Users) olarak ifade ettiği kullanıcılar için iki temel olgudan bahsetmektedir: Taşınabilirlik (mobility) ve zaman- yerden bağımsız olma durumu (ubiquitous). Birbirinden bağımsız düşünilemeyen bu olgu kültürel aktarımı dijital neslin arasında sıkı bir bağ kurmuştur. Dijital yerliler açısından bakıldığında kimlik, online (çevrimiçi) ve offline (çevrimdışı) kimlikler ya da kişisel ve toplumsal kimlikler içerisinde kırılmamıştır; çünkü bu kimlik formlarının aynı anda bulunması ve bir başkasına çok sıkı bağlanması sebebiyle dijital yerlilerin çevrimiçi ve çevrimdışı sürümleri arasında hemen hemen hiçbir ayrım yoktur. (Palfrey ve Gasser, 2008: 20). Dijitalin içine doğan ve dijital bilgelik olarak adlandırılan dijital yerliler, dijitali kullanma becerileri doğuştan geldiği için hem de dijital geliştirmeleri hızlı adapte olmaktadır. Dijital beceri yalnızca internet, e-posta ve cep telefonları gibi yeni medya kaynaklarının kullanılması olarak algılanmamalıdır. Bu genç neslin dili, bilgisayara, video oyunlarına, sosyal medyaya, internete aittir. Bu dil de günlük hayatın her noktasına nüfuz etmekte ve hızlı bir şekilde birbirlerine aktarılmaktadır. Kuşak farklılıkları, teknolojilerle ilişki kurma yeteneklerin büyük değişimlerinin nedeni olarak görülmektedir ve dijital yerli kavramı, belirli politika ve uygulama alanlarında popülerlik kazanmaktadır. Tüm dijital yerlilerin hepsinde ağ bağlantılı dijital teknolojilere erişimi bulunmaktadır. Giderek artan bilgi sayesinde ülkeler daha fazla dijitalleşmekte tüm süreçlerini büyük ölçüde dijital ortama aktarmaktadırlar.

1.6.2. Dijital Göçmenler

Günümüzde yeni teknolojiler topluma girdiğinde ilk olarak gençler tarafından kullanılmaktadır. İnsanoğlunun dijital yolu kullanıp yeni medya araçlarını kullanmamaları ya da isteyip istememeleri sosyal bir sorun olarak değerlendirilmemektedir.

Prensky (2001). Dijital göçmenleri, çevreye uyum sağlama noktasında çaba sarf ederek dijital medyayı belirli bir düzeye kadar kullanmayı öğrenebilen yaşlı vatandaşlar olarak tanımlamaktadır. Dijital göçmenler, dijital medya araçlarını ikinci kaynak olarak görmektedirler. Metinleri doğrusal olarak baştan sona doğru okumayı seçerler. Dijital göçmenler eski alışkanlıklarından ötürü dijital dili “aksanlı” olarak kullanmaktadırlar (Prensky, 2001). Örneğin dijital yerliler çoğunlukla sosyal medya mesajlarını arkadaşlarıyla konuşur gibi yazarken, dijital göçmenler mükemmel cümleler kurmaya

çalışmakta ayrıca mesajı göndermeden önce genellikle okuyup düzeltme yapmaktadırlar. Bu bağlamda bazı kuşak farklılıkları yaşanmaktadır.

Dijital yerliler, dijital görsel okuryazarlık açısından dijital göçmenlere göre daha donanımlıdır. Kendilerini görüntülerle ifade etmekte başarılıdırlar ve görüntüleri, metinleri ve sesleri doğal bir şekilde birlikte kolayca öğrenebilmektedirler (Oblinger ve Blinger, 2005:1). Dijital yerliler, göçmenlerin aksine interneti gerçek hayat kadar gerçek gördükleri için sosyal ağ sitelerinde kendilerini temsil etmeye dijital göçmenlere göre daha fazla dikkat etmektedirler. Göçmenler haberlerini genellikle geleneksel haber siteleri veya basılı gazeteler aracılığıyla alırken, dijital yerliler haber almak için Facebook veya Twitter'ı da kullanmaktadırlar. Göçmenler az sayıdaki arkadaşlarıyla “kaliteli” bir etkileşime girmeyi tercih ederken, dijital yerliler aynı anda onlarca hatta yüzlerce arkadaşıyla eş zamanlı etkileşimde bulunabilmektedir (Zur ve Zur, 2011). Beddington, “geleceğin kimlikleri” konulu raporunda, dijital yerlilerin kimliklerinin değiştiğini ve kendilerini temsil etmede ve yeni kimlikler inşa etmede dijital göçmenlerden daha rahat hissettiklerini iddia etmektedir. Beddington'a göre “hiper bağlantılılar” ve sosyal ağlar çevrimiçi hayatlarının önemli bir parçası (Beddington, 2013: 1). Dijital göçmenlerin büyük çoğunluğu hala yüz yüze iletişimi tercih etmektedirler.

Dijital yerliler ile dijital göçmenler arasında çok fazla dikkat çekici fark olmasına rağmen, “yerlilerle” aynı yeteneklere sahip birçok “göçmen” ve internete bile erişimi olmayan milyonlarca dijital yerli bulunmaktadır. Elbet genel bir sınıflandırma yapılabilir ancak Krause'un iddia ettiği gibi, teknoloji anlayışları sosyo-ekonomik geçmişe, yaşa ve cinsiyete göre önemli ölçüde farklılık gösterir ve “homojenlik varsayımı yanıltıcı ve tehlikelidir” (Krause, 2007:1).

İKİNCİ BÖLÜM

DİJİTAL KÜLTÜR ÇAĞINDA TEKNOPARKLAR VE ÇANAKKALE TEKNOPARK

Yenilik fikrinin geliştirilmesi ve bir ar-ge yaratılması anlamında teknoparklar günümüz dünyasında kritik bir önem taşımaktadır. Bilimsel bilgi ve teknolojik araştırma ile kültürü iş dünyası ile ilişkilendirmesiyle çoğu bölgenin öncelikli politikası olmuştur. Bu bağlamda teknoparklar, inovasyon, ar-ge politikasını uygulamak adına önemli bir araç olarak görülmektedir. Aynı zamanda teknoparklar üniversite-sanayi arasındaki iş birliğini sağlamak ve şirketler arası sinerjiyi yaratmak anlamında inovasyonu ve teknolojiyi kullanma noktasında şirketleri teşvik etmektedir. Bunun yanı sıra teknoparkın firmalara sunduğu imkanlar firmaların teknopark seçiminde de etkili olmaktadır. Bir bölgede bulunan teknoparklar bir fikrin ortaya çıkmasından ticarileşmesine kadar tüm inovasyon aşamalarını gerçekleştirmesine olanak tanımaktadır. Bilgi transferi, karşılıklı yarar sağlayan etkileşimi ve iş birliğini desteklemeyi amaçlayan üniversiteler, akademik kuruluşlar ve işletmeler arasında bilgi, deneyim, beceri, beceri, fikri mülkiyet hareketinin paylaşılması, yayılması ve aktarılması için çok çeşitli faaliyetleri içerir. Bu bağlamda teknoparklar bilgi alışverişini ve yayılmasını kolayştıran bir bilgi kültürü oluşturmada kritik bir rol oynamaktadır.

2.1. Teknopark Kavramı

Teknoparklar bir ülkenin yenilikçi bir ekonomiye geçiş sürecinde bilim, eğitim ve iş dünyasının entegrasyonu ile yakından ilişkilidir. Bir fikrin başlangıcından ticarileşmesine kadar tüm inovasyon aşamasında teknoparklar önemli roller üstlenmektedir. İnovasyon sürecinin uygulanmasını sağlayan teknoparkın temel yapısı; üniversite, araştırma ve iş organizasyon gibi tüm bilgi yönetim sürecini içermektedir. Teknolojik ilerleme, toplumun sosyal ve kültürel yönleri üzerindeki etkisinin yanı sıra, bir ülkenin ekonomik büyümesine en önemli katkılardan biridir.

Teknolojik ilerleme, toplumun sosyal ve kültürel yönleri üzerindeki etkisinin yanı sıra, bir ülkenin ekonomik büyümesine en önemli katkılardan biridir. Ulus ötesi teknolojik etkileşim ve alışverişler, teknoloji alanında gelişmiş ülkeler için milli gelirin en önemli

kısmını oluşturmaktadır. Ülkelerin ileri teknolojinin gelişimini artırmak için kullandıkları en yaygın strateji teknoparkları desteklemektir. Teknopark kavramını tanımlamak için literatürde çeşitli kavramlar yer almaktadır. Bunlardan bazıları şu şekildedir:

Teknopark kavramını tanımlamak için literatürde çeşitli kavramlar yer almaktadır. Bunlardan bazıları şu şekildedir; ABD 'de "Araştırma Parkı (Research Park)", İngiltere'de "Bilim Parkı (Science Park)", Fransa'da "Teknopol (Technopole)", Almanya'da "Teknoloji Merkezi (Technologie Zentrum)" ve Japonya'da kullanılan "Teknopolis (Technopolis)" gibi kavramlar yanında İleri Teknoloji Yenilik Merkezi gibi İş Kuluçkulama Merkezi, Teknolojik Yenilik Merkezi (Alkibay vd., 2012: 66-67). gibi adlandırılmalarına da rastlanılmaktadır. 'Teknopark kavramı 'technology' ve 'park' sözcüklerinden meydana gelmiştir. Bu kavram daha çok 'teknopark' olarak adlandırılmıştır (Babacan, 1995: 3). Araştırmalar incelendiğinde yapılan teknopark tanımları ise şu şekildedir; Uluslararası Bilim Parkları Birliği'nin (International Association of Science Park- IASP) tanımına göre teknopark; asıl hedefi, ilgilendiği iş kollarında rekabeti kuvvetlendirmek ve inovasyon kültürünü iyileştirmek, teşvik etmek bağlamında kurumlara değer artışı sağlamak için uzmanlar tarafından yönetilen bir organizasyondur (IASP, 2002: 1). İngiltere Bilim Parkları Birliği' ise teknoparkı; üniversite, yüksek öğrenim kurumu veya ar-ge merkezleri ile bağlantısı olan, bölgedeki bilgisayar tabanlı şirketlerin ya da diğer kuruluşların meydana gelmesine ve ilerlemesine katkıda bulunan aynı zamanda teknoloji transferi ve iş kabiliyetleri ile ilgili yöneticilik eylemlerini barındıran girişimdir (Bakouros vd., 2002) şeklinde tanımlanmıştır. Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Derneği'nin tanımına göre ise; Teknopark; üniversitelerin/ar-ge birimlerinin ve sanayi kuruluşlarının bir arada bulunduğu ar-ge ve yenilik çalışma faaliyetlerini devam ettirdiği, aralarında veri ve teknoloji transferini gerçekleştirdikleri; bir buluşu ticarileştirerek ürüne dönüştürdüğü yöntem veya hizmet haline getirmek adına faaliyette buldukları, akademi ile ekonomiyi ve toplumsal yapıyı bütünleştirdikleri organize bir araştırma ve iş geliştirme ekosistemidir.

Ülkemizde çıkan 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanununa göre ise; "Yüksek/ileri teknoloji kullanan ya da yeni teknolojilere yönelik firmaların, belirli bir üniversite veya yüksek teknoloji enstitüsü ya da Ar-Ge merkez veya enstitüsünün olanaklarından yararlanarak teknoloji veya yazılım ürettikleri/geliştirdikleri, teknolojik bir buluşu ticari bir ürün, yöntem veya hizmet haline dönüştürmek için faaliyet gösterdikleri ve bu yola bölgenin kalkınmasına katkıda buldukları, aynı üniversite, yüksek teknoloji enstitüsü ya da Ar-Ge merkez veya enstitüsü alanı içinde veya yakınında; akademik,

ekonomik ve sosyal yapının bütünleştiği siteyi veya bu özellikleri sahip teknoparkı ifade eder.

Yapılan tanımlardan yola çıkarak literatür taramasında tam bir ortak tanım ve kavrama varılmasa da Türkiye’de kullanılan genel ifadeler; Teknoloji Geliştirme Bölgeleri “Teknopark” ya da “Teknokent” olarak adlandırılmaktadır. Ayrıca teknoparkların bir bölgede kurulma planlamasında; bilim-teknoloji politikası, üniversite olanakları, endüstri yapısı, coğrafi konumu ve teknolojik gelişmişlik düzeyleri gibi çeşitli uygulama biçimleri göstermektedir (Harmancı ve Önen, 1999:3). Teknoparkların temel faktörlerinden birkaçı ise; rekabetin hızlanması buna bağlı olarak ekonomik kalkınmaya destek olması ve aynı firmalar arası yaratılan sinerji ortamında teknolojik gelişmelerin üretimlerini hızlandırması gibi faktörler sıralanabilir.

2.2. Teknoparkların Tarihsel Gelişim Süreci

2.2.1. Teknoparkları Ortaya Çıkaran Faktörler

Küreselleşmenin etkisiyle bilgi, öğrenme ve yenilik gibi kavramlar rekabet edebilirlik açısından günümüzde önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle teknoloji endüstrisinde ekonomik kalkınma, rekabet avantajı yaratma ve firma performansı açısından teknoparklar önemli bir yer olarak görülmektedir. İçinde bulunduğumuz toplumda rekabet avantajı benzersiz kaynakların ve yetkinliklerin kullanılmasına dayanmaktadır. Bu anlamda son yıllarda artan organizasyonlar arası iş birliklerinin (ağ oluşturma) teknoparklar tarafından inovasyonunu belirlemede merkezi bir rol oynadığı yadsınamaz bir gerçektir. Bugünkü anlamıyla ifade edilen teknopark örneklerinin; 1950’lerin başında Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’de ortaya çıktığı görülmektedir. Günümüzde 2000’li yıllarda teknoloji kavramının hayatın her alanına nüfuz etmesi ile teknoparkların değeri yükselmiş aynı zamanda teknopark kavramı bölgelerde ivme kazanmıştır (Doğan ve Sarsıcı, 2018: 111). Teknoparklar, bilim ve teknoloji arasında bir köprü niteliği taşımaktadır. Temel bilimlerde ilerde olmasına rağmen teknolojik mal ve hizmet üretme noktasında başarısız olan ülkelere bakıldığında, sözü geçen başarısız olarak görülmesinin nedenlerinde üniversite ortamında üretilen bilgi ve teknolojik gelişmelerin sanayiye aktarılma hususunda problemler yaşamış oldukları görülmüştür (Kılıç ve Ayvaz, 2011: 64).

Bu bağlamda teknoparklar, şirketlerinin üniversiteler ile kurdukları yakınlık sayesinde başka şirketler ve başka üniversiteler ile bağlantı kurmalarını sağlamaktadır. Aynı zamanda bilginin yayılmasına da katkı sunarak girişimci ve yenilikçi kültürleri yol açmaktadır. 1970'lerde dünya ekonomisinde yaşanan ekonomik ve petrol krizi sanayide yapısal bir dönüşüm meydana getirmiştir. Yaşanan krizlerin fırsata dönüştürülmesi için ülkeler bir arayış içerisine girmiştir.

Bilgi ve Ar-Ge biçimlerine ekonomik boyut katarak üretime dönüşmesinin amaçlandığı teknoparklar zaman içerisinde tüm dünyada ilgi görmüş ve sayılarında artışlar yaşanmıştır.

2.2.1.1. Ekonomik Faktörler

İçinde bulunduğumuz yüzyılda teknoloji; insanlığın yaşam şekillerini etkilemekte, uluslararası ekonomik ilişkileri ve toplumların sosyal refah düzeylerini belirlemede etkin bir rol oynamaktadır (Sarıhan, 1998: 17). Ekonomiyi tanımlamanın standart yolu (sözcüklerde veya iktisat kitaplarında) onun malların ve hizmetlerin “üretim, dağıtım ve tüketim sistemi” olduğunu söylemek doğru olacaktır (Arthur, 2011: 210). Teknoloji tarihini ekonomik, kültürel ve askeri tekniklerin ortaya çıkardığı değişimleri ve bu değişimlerin doğurduğu sosyal, ekonomik ve politik sonuçların incelenmesi şeklinde tanımlamak mümkündür. (Günay ve Arıdur, 2001: 4).

19. ve 20. yüzyılda sağlanan gelişmeler teknolojik gelişmenin devamı olarak görülmekte ve günümüz dünyasının teknolojik düzeyine gelmesinde bu gelişmeler önemli rol oynamaktadır. Geçmişten günümüze ilerleme göstererek gelen her teknoloji düzeyi bir önceki teknoloji düzeyinin üzerine kurularak bir önceki teknolojinin devamı niteliğini taşımaktadır (Tekin vd., 2003: 85).

İçinde bulunduğumuz dijital çağda, teknolojinin hızlı üretilip hızlı tüketilmesi birçok firmayı ekonomik anlamda zor durumda bırakmıştır. Sürekli yenilik yapmak ve yeni teknolojileri takip etmek zorunda kalan firmalar küreselleşme rekabetini uluslararası boyuta taşımalarına neden olmuştur. Bu anlamda büyüyen dünya ekonomisi içerisinde var olma çabasına giren sektörler toplumların birincil hedefleri olan ekonomik refah artışının

teknolojik ilerleme sayesinde sağlanabileceğinin farkındadır. Ulusların rekabetinde önemli kabul edilen teknoloji; ekonomi, üretim dağıtım ve tüketim alanlarının her biriyle yakın ilişki içindedir. Teknoloji meydana getirmenin iki yolla mümkün olunabileceğini bunlardan ilkinin teknoloji transferinin diğer faktörün ise teknoloji üretiminin olduğu kabul edilmektedir (Kıncal, 2014: 1). Üretim alanında teknoloji kavramı hızlı sonuçların alınmadığı uzun vadeli ancak ülkenin gelişimine katkı sunacak girişimler olarak görülmektedir. Teknoloji transferli bu anlamda daha kısa vadeli yapılan politikalar olarak kabul edilmektedir. Bu anlamda teknoloji üretimini ön planda tutan toplumlar; ülkenin zenginleşmesini ve ham maddeye ulaşımın kolaylaşmasını sağlaması ve ileri besleyici etkiyle ekonomik refahın giderek artmasını sağlayacaktır.

Tüm bu gelişmelerin sonucunda meydana gelen değişimlerde yaşanan müşteri beklentileri, işletmeleri her geçen gün daha yeni daha farklı ürün üretmeye zorlamıştır. Özellikle küçük ve orta ölçekli firmaların kendi iç dinamikleri ile ekonomik sorunlarını aşmaları mümkün görülmemesi, toplumları firmaları yeni arayışlara itmiştir. Bu arayışlar sonuç olarak teknoparkları gündeme getirmiştir.

Schumpeter 'e göre; ekonomik anlamda, yeni ürünlere dayalı rekabetin mevcut ürünlerin fiyatlarında değişiklik yapılarak yaratılan rekabetten daha önemli olduğunun (Uzkurt, 2008: 49) keşfedilmesi teknoparkların kurulmasını mecburi kılmıştır. Yüksek teknoloji üreten firmalarının bir arada kümelenmesi ve kümedeki çeşitli kurumlar arasında oluşan sinerji hem firmalar arasında hem de firmalar ve akademik kurumlar arasında önemli rol oynamaktadır. Bu anlamda genellikle dijital kanallar aracılığıyla bilgi paylaşımı ve bilgi yayılımı ortamında sürekli bir yenilik akışını besleyen teknoparklar yenilikçi kültür ağının diğer sektörlerle yayılmasında ve bölge ekonomisinin güçlenmesinde etkili olarak görülmektedir.

Dijital araçların giderek yaygınlaşması ve internet erişiminin kolaylaşması dünyanın bir ucuna ulaşabilen dijital insan teknoloji kullanımının yaygınlaşmasında rol oynayarak dijital ortamda çözüme kavuşturduğu işlerin dijital ekonominin tüketim yönüne olan etkisine örnektir. Bu bağlamda ekonomik süreç içerisinde 'eskiyen' teknolojiler terk olunurken sürekli inovasyon ile yeni teknolojiler doğmaktadır.

Günümüzde ülkelerin küresel sisteme uyum sağlamalarında, rekabet edebilirliklerinde ve yeni teknolojilerin üretilmesinde ulusal inovasyon kapasiteleri ve politikaları başat rol oynamaktadır (Castells ve Hall: 1994:1). Bilim ve teknoloji politikaları, tüm dünyada, ülkelerin gelişmişlik düzeyini doğrudan doğruya etkileyen, sosyal ve siyasi konjonktüre yön veren, gelişim ve değişim koşullarını ortaya çıkaran politikalar olarak kabul edilmektedir. Teknolojinin bu aktif fonksiyonu sebebiyle tüm ülkeler teknoloji üretmek, başka ülkelerin ürettiği teknolojileri ele geçirmek, kullanmak ve yaymak için çaba içine girmişlerdir (Yıldız vd., 2010: 457). Bu anlamda teknoparkların ekonomik anlamda ortaya çıkmasında; bilimsel araştırma, teknolojik gelişme ve yeni pazar arayışı etkili olmuştur. Bölgede kurulan teknoparklar sayesinde doğrudan yabancı yatırım bulma noktasında teknoparklardaki üretkenlik artışına güçlü bir şekilde katkıda bulundu.

2.2.1.2. Sosyal Faktörler

Günümüzün küreselleşen dünyası ile toplumun teknolojik gelişmeleri yakından izlenmesi, teknolojik araçlara uyum sağlaması ve dinamik pazar yapısına adapte olması her geçen gün daha önemli hale gelmiştir. Teknolojik anlamda hızlı değişimlerin yaşandığı ve rekabetin küresel boyuta ulaştığı çağdaş koşullarda toplumun hayatta kalabilmesi için teknolojik yönelimlerini geliştirmeleri ve yenilik yapmaları zorunlu bir hal almıştır. Bu anlamda eski bir paradigmadan yeni bir paradigmaya geçişinin hızlı ve keskin olduğu bir çağın içinde bireyler yaşamlarını devam ettirmeye çalışmaktadırlar. İnsanoğlu tarihsel süreç içerisinde değerlendirildiğinde geçmişten günümüze tüm ömrünü bir şeylere sahip olma mücadelesiyle geçirmektedir (Havemann, 1990: 139). İnsanoğlunun bir ihtiyaca yönelik başvurduğu av aletlerinin yapımı, ateşin bulunması, tekerleğin icadı gibi gelişmeler, geçmişle olan bağlantının kaçınılmaz olduğunu ve günümüz teknoloji çağına bir zemin hazırlayarak ilkel teknolojilerden yeni teknolojik gelişmelere katkı sunduğunu göstermektedir.

Yaşanan tüm bu gelişmeler nesiller arasında bazı algı farklılıkları yaratmış bu algı farklılıkları da kuşaklar arasındaki teknoloji kullanımına bağlı hız problemini ortaya çıkartmıştır. Beraberinde en çok etkilenen yapılardan biri olan sosyal yapı da hızlı bir şekilde değişmeye başlamıştır. Böylece insanların teknolojiyi yönetemediği, teknolojinin insanları yönettiği bir düşünce yapısının olduğu bir dönem başlamıştır. “İnsanın

yaşamına her araç, onun yaşama bakış açısını da etkilemektedir. Yaşamı etkileyen araçlar, doğal olarak bireyin düşünme ve düşünce biçimini de etkilemektedir” (Batur ve Uygun, 2012: 85). Bu anlamda bu değişim insanı yakından ilgilendiren önemli sorunların başlıca kaynağı haline gelmektedir. Bu demek oluyor ki yaşanan değişimler teknolojik yeniliği beraberinde getirmekte ve her yeni teknoloji ile toplumsal yapı dönüşümüne içine girmektedir.

Dijital araçların kullanımının yaygınlaşmasına bağlı olarak, bilgi akışında ve insan ilişkilerinde hızlı bir değişim yaşanmaktadır. Bu anlamda insan ihtiyaçları da her geçen gün şekillenmektedir. İnsanoğlunun bilgi toplumu ile farkına vardığı tüketim olgusu insanlığın sınırsız istek ve arzularını doğurmuştur. Bu sınırsız istek ve arzular da teknoparklar bağlamında karşılanmaya çalışılmıştır. Artık insanlar teknoparklarda “icat etmeyi icat ediyor, ya da Landes’in tabiriyle değişikliğin değişikliği getirmesi” (Bülül, 2008: 37) yaratılmaktadır.

Endüstri devrimi ile yenilikçi bir üretim anlayışı ortaya çıkmasıyla özellikle tüm dünyanın evrildiği teknoloji ve yaşam birlikteliği dijitalleşme ve dijital dönüşüm kavramları hayatın kolaylaşması adına yararlanılan alternatif yoldan çıkarak geleceği şekillendiren ve şirketlerin hayatta kalabilmesinde rol oynayan sistemin anahtarı olarak görülmektedir. Bilgi Toplumunda insanlar, değerlerini; belirledikleri hedeflere ulaşmak, geliştirmek, hatta değiştirmek için kullanır duruma gelmiştir (Dura ve Atik, 2002: 137). Bu noktada insanoğlunun zamanla değişen amaçları, içinde bulunduğu çağın temel meseleleri, problem çözme stratejileri teknoparkları ortaya çıkaran sosyal faktörler olarak görülmektedir.

Nitekim günümüz dijital toplum yapısı planlı teknolojik tasarımın bir sonucu olarak değerlendirilebilmektedir. Bu noktada teknolojinin algılanmasına ilişkin çalışmalar ön plana çıkmaktadır. Özellikle teknoloji alanındaki gelişmelerin ivme kazanması değişimlerin küresel ölçekte etkilerinin gözlemlenmesine neden olmuştur.

Teknoloji üretme, geliştirme, bir buluşu ortaya koyma hedefledikleri sonuçlara ulaşma noktasında bilgileri biriktiren araştırıp geliştiren dijital çağın insanı kendini kurumsal anlamda teknoparkların bir parçası olarak görmektedir. Bu aynı zamanda araştırma geliştirme faaliyetlerinin teknoparklarda yayılmasında etkilidir.

2.2.1.3. Teknolojik Faktörler

Teknoparklar bilim ve teknolojinin öneminin günden güne artarak gelişme gösterdiği, gelişmiş ülkelerin ortaya koyduğu başarılı performanslarla birçok gelişmekte olan ülkenin gündeminde yerini almıştır. İlk aşamada üniversite-sanayi iş birliğinin bir sonucu olarak ortaya çıkan teknoparklar, ar-ge firmalarının üniversite içinde ya da yakınında konumlanmasıyla bilgi üretimine katkıda bulunmaktadır. Aynı zamanda teknoparklar teknoloji ve bilgi yayılım merkezleri geliştirmeye ve ulusal ve bölgesel ekonomik büyümeyi desteklemeye teşvik etmesiyle de kurulduğu bölgeler için önemli rol üstlenmektedir. İnovasyon politikaları, stratejileri ve öncü kurumları oluşturarak “bilgi çağı”nın başlangıcındaki devletlerin rolüne atıfta bulunurlar. Bu bağlamda ulusal inovasyon sistemleri bilim ve teknoloji politikalarının önemli bir parçası haline gelmiştir (Gezici vd., 2021: 44).

Günümüzde bilginin elde edilmesi, paylaşılması ve yaratılması üzerinde etkili olan en önemli unsur teknolojik gelişmelerdir. Yeni teknolojiler toplumsal yaşamın değişmesine, yeni ilişkilerin ortaya çıkmasına ve yaşamı sürdürmek için gerekli olan bilgilerin sürekli olarak yenilenmesine neden olmaktadır (Uçak, 2010: 712). Teknolojinin aktif olarak gündelik hayatın içinde yer alması finans piyasalarında enformasyon akışını hızlandırmıştır. Böylelikle; Tarım Devrimi’nden Sanayi Devrimi’ne kadar geçen her süreç bilgi toplumunun yeni boyutlar kazandığının bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bugün artık teknolojinin bireysel temelini ‘artıran ve yeni teknikleri yaratan insanların faydalı bilgiye daha kolay ulaşmasını mümkün hale getiren bir bilgi devrimi’ (aydınlanma) (Bülbül, 2008: 38) yaşanmaktadır. Öyle ki, 2000 vuruşluk bir ileti için 10 dakikadan fazla çalışmak zorunda kalan kişi, elektronik posta yolu ile bir saniyede bu işlemi halledebilmektedir (Gallino, 2007: 16).

Prodüktivitenin yükselmesi, dünya pazarının aşılabilmesi ve firmaların teknolojik yetkinliklerini artırma arayışları (Ar-Ge) teknoparkların kurulmasını zorunlu kılmıştır. Çünkü Ar-Ge için gereksinim duyulan beyin gücü ile araştırma, bilgi ve deneyim potansiyel olarak teknoparklarda mevcuttur (Göker, 1996). Kısacası teknoparklar, teknolojik buluş ve yeniliklerin üretim sürecine uygulanmasını mümkün kılmıştır.

Teknoparkların temel girdisi yaratıcılık, teknolojilerin geliştirilmesi için en temel etkidir. Yaratıcılık bilgi alışverişi ile yoğunlaşırken; yüz yüze temaslar, medya hizmetleri veya elektronik bilgi alışverişinden daha etkindir. Bu yaklaşım araştırmacıların birbiriyle kolayca iletişim içinde olabileceği çeşitli mekân ve imkanların geliştirilmesini cesaretlendirmiştir. Bu bağlamda teknoparklar Bilgi Toplumunun simgesi olarak var olmuştur. Çünkü teknoparklar farklı bilim dallarını veya aynı bilim dallarını bir çatı altında toplayarak sinerjik bir ortam oluşturmaktadır.

Sosyal hayata, bilgiye ve teknolojiye bağlı olarak yaşanan bu değişim hem bireysel hem firma bazında hem de devlet politikasında ucuz ve katma değeri yüksek teknolojilere talebi arttırmıştır. Bu ihtiyaçlar doğal olarak teknoloji üretecek merkezleri teknoparkları kaçınılmaz kalmıştır.

2.3. Teknoparkların Dünyadaki Gelişimi

Teknoloji evrimsel süreç içerisinde değerlendirildiğinde teknoloji anlamında yaşanan gelişmeler ürün çeşitliliklerini meydana getirmekte üretilen ürünler geliştirilerek yeni pazar alanları gündeme gelmiştir.

Dünya ekonomisi dengelerinin 1970’li yıllarda yaşanan petrol ve ekonomik krizin yaşanmasından dolayı değişme göstermesi sonucunda sanayi ağırlıklı üretim azalmıştır. Bu noktada üretimi hızlandırmak ve sanayi işkolunu canlandırma hususunda Ar-Ge’ye harcanan kaynaklar iyileştirilmiş ve araştırma sonuçlarını sanayi işkoluna transferini gerçekleştiren sistemler meydana getirilmiştir (TGBD, 2017). Bu bağlamda sanayi ve ekonomik alanlarda katkı sağlayan teknoparkların kurulması ile argeye ayrılan kaynaklar artmış ayrıca toplumlarda sermaye ve insan gücü üretiminden bilgi ve teknoloji üretimine geçiş sağlanmıştır. Tüm yaşanan bu değişim ise toplumu araştırmaya ve keşfetmeye yönlendirmiştir. Günümüzde dünyanın en çok bilinen teknoparkı Silikon Vadisi olup, “bugün Google, Intel, Adobe Systems, Yahoo, VeriSign gibi yüzlerce küresel firma bu teknoparkta yer almaktadır” (DDK, 2009: 33). Yaşadığımız dönemde üretime yönelik en fazla hacme sahip olan teknopark Silikon Vadisi olarak görülmektedir. Ardından, 1959’da Kuzey Carolina’da Research Triangle Park kurulmuştur (TGBD, 2017). Daha sonraki teknopark 1972 yılında İngiltere’de kurulan Edinburgh’daki Heriot-Watt Üniversitesi

Teknoparkı ve Cambrigde Teknoparkı ilk teknoparklar arasında yer almaktadır. (Çakır, 2009: 47). Fransa'da 1969 yılında Sophia Antipolis Teknoloji Parkı ve Çin'de 1985'te Shengzhen Bilim ve Teknoloji Parkı kurularak bilim ve teknolojiye entegrasyona gidilmiştir. 1980'li yıllardan itibaren teknopark ve benzeri oluşumlar daha yaygın hale gelmekle birlikte günümüzde mevcut olanların çoğunluğu 1990'lı yıllarda kurulmuştur (Basile, 2011: 6). Teknoparklar, uluslararası rekabet gücünün artması ve dünya ekonomisi ve ticaretinde yeni bir yön vermesi nedeniyle hızla yayılmaktadır (Çengel, 2006: 1). Bugünkü veriler dünyada 1000'e yakın teknoparkın bulunduğunu ve kuluçka merkezleri ile bu sayının 4000'e ulaştığı belirtilmektedir (TGBD, 2007). Avrupa dışında teknopark uygulamaları konusunda başarılı yol alan Japonya ve Kore'de teknoparklar açısından önemli bir yer tutmaktadır. Japonya'da kurulan teknoparkların temel hedefi yöresel ve bölgesel kalkınmayı geliştirmek, sanayi ve üniversite için cazip alanlar ortaya çıkartmak ve bölgenin büyümesi hedeflenmektedir (Eto, 2005: 1).

Ülkeden ülkeye çeşitli farklar görülmekle birlikte araştırmalar incelendiğinde 1980'li yıllarda birçok ülkede teknoparkların kurulduğu görülmektedir. Ülkeler arası etkileşimin sağlanması ile teknopark yapılanmaları sadece gelişmiş ülkeler ile sınırlı kalmamış aynı zamanda gelişme gösteren ülkelerde de teknopark yapılanmaları oluşturulmuştur.

2.4. Türkiye'de Teknoparkların Gelişim Süreci

Türkiye'de teknopark kavramının yayılması biraz geç yaşanmıştır. Bunun bazı sebepleri ülke ekonomisinde bilim ve teknolojiye ayrılan sermayenin kısıtlı ve yavaş artış göstermesi, sanayi ile bilim ve teknoloji sektörü arasında istenilen iş birliğine ve olması Ar-Ge faaliyetlerinin ileri teknolojiyi yeteri kadar yakalayamaması sıralanabilir.

Türkiye'nin teknoloji odaklı girişimi, 1963 yılında temel ve uygulamalı bilimlerde araştırmaları düzenlemek ve doğrulamak için Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK)'ın kurulmasıyla başlamıştır (Zuhal, 2017: 53). Daha sonraki aşamada ise Marmara Araştırma Merkezi (MAM)'nin kurulması ile kamu kuruluşları ve üniversitelerde temel olarak araştırma geliştirme (AR-GE) çalışmalarının önemi vurgulanmaya başlanmıştır. (Alparslan vd., 2008: 11).

Türkiye'de teknopark kurma fikri 1990 yılında dört üniversite ve Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) ile ortaya çıkmıştır. Bu anlamda inovasyon ortaya çıkarma, ar-ge faaliyetlerinin gerçekleşmesine önemli bir zemin hazırlanmıştır. Ancak ilk olarak 2001 yılında '4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu' ile yasallaştırılmıştır (Şentürk ve Şentürk, 2017: 1). 1985 yılında üniversite-sanayi iş birliği İstanbul Teknik Üniversitesi ve İstanbul Sanayi ve Ticaret Odası arasında gerçekleştirilip 1986 yılında da ilk uygulamaya geçen teknopark olmuştur (Bülbül ve Özbay, 2011: 28). Türkiye'de teknopark algısının yerleşmesi ile birlikte teknoloji kökenli firmaların kurulumu yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu anlamda teknoloji kullanımının artması ve yaygınlaşması için firmalara destek ve hizmet vermek adına teknoparklar önemli roller üstlenmiştir. Teknoparklar sayesinde akademik bilginin ticarileşmesi üniversite-sanayi iş birliklerinin artarak gelişim göstermesi hızlanmıştır. Yapılan araştırmalar doğrultusunda 1990'da KOSGEB ile üniversitelerin iş birliği kapsamında teknoparklar adına atılan ilk adım TEKMER'ler (Teknoloji Merkezleri) olmuştur. Teknopark yapılanmalarını Türkiye'de yaygınlaştırmak adına çeşitli kurum ve kuruluşların kurulduğu görülmektedir. Tüm bunların sonucunda Teknoloji Geliştirme Bölgelerinin bağlı bulunduğu T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Haziran 2022 verilerine göre, Türkiye'de ilan edilen bölge sayısı 93'e ulaşmıştır ayrıca bu bölgelerden 79 tanesi faaliyetlerini aktif olarak sürdürürken 14'ünün alt yapı çalışmalarına devam ettiği belirtilmiştir. Görünen o ki bölgelerde kurulan teknoparklar öncelikle bölgenin devam eden çalışmalarını girişimcilere, (start-up'lara ar-ge ve yenilik bilincini kazandırmanın yanında markalaşma ve tasarım alanlarında farkındalıkları iyileştirerek uluslararası boyutlara taşımak olarak değerlendirilebilir.

2.5. Teknopark Faaliyetlerinin Önem ve Avantajları

Günümüzde ülkelerin, rekabet gücü ve gelişmişlik düzeyinin farklılık göstermesinden dolayı teknolojik yenilik faaliyetleri ülkeler arasında oldukça önemli bir yer kaplamaktadır. Özellikle ar-ge firmaları için bir buluş gerçekleştirmek, yenilik yapmak gelişmişlik düzeylerinde önemli rol üstlenmektedir. Teknoparklar vasıtası ile şirketler dünya pazarında rekabet gücü yakalayabileninin yanı sıra bilim ve teknoloji anlamında temel sayılacak avantajları kullanabilmektedirler. Ayrıca teknoparkların üniversitelerle

ilgili kurmuş olduğu bağlantılar sayesinde akademik bilginin ürüne dönüşmesi, patentleşmesi, yenilik yeteneklerinin rekabetçi performanslarına etkisi anlamında olumlu katkılar sağlamaktadır. Bu anlamda teknopark kavramı bölgesel kalkınma politikası aracı olarak da önemli bir rol oynamaktadır. (Vedovello, 1997: 1). Teknoparklar aracılığı ile gerçekleştirilen iş birliği sanayi sektörünün çeşitli alanlarında bilgi birikimi aktarımı sağlanmıştır. Ayrıca ar-ge, inovasyon, üretim gibi süreçler dijitalin etkin olarak kullanıldığı teknoparklarda risk faktörleri aza indirgenmiştir. Araştırmalar bağlamında teknopark kavramının gelişmesi hem sanayi sektörüne hem de üniversite kurumlarına birçok avantaj sağlamaktadır. Tüm bunların yanında ülke ekonomisine de katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda teknoparkların girişimcilere, üniversitelere, bölgeye ve ülkeye sağladığı avantajlar-faydalar aşağıdaki tabloda verilmiştir:

Tablo 2

Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu'na Göre Teknoparklara Uygulanan Avantajlar
Fırsatlar Özet Tablo

Girişimcilere Sağladığı Avantajlar:	Üniversite Sağladığı Avantajlar:	Bölgeye Sağladığı Avantajlar:	Ülkeye Sağladığı Avantajlar:
<ul style="list-style-type: none"> -Kurumlar vergisi muafiyeti -Kdv muafiyeti -Sigorta prim desteği -Ar-ge personeli avantajı -Destek personeli avantajı -Arge yatırım desteği <p>Tablo 2 (devam)</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Sanayi işbirliği Akademisyenlerin şirket açma olanağı -Üniversite staj imkanı -Genç girişimci istihdamı 	<ul style="list-style-type: none"> -Yeni teknolojiler üretmek -İleri teknoloji oluşumuna katkı sunmak -Uluslararası rekabet -Üniversite-sanayi işbirliği -İstihdam imkanı -Sanayileşme hızı 	<ul style="list-style-type: none"> -Ülkenin endüstriyel rekabet gücü artması -İşsizliğin azalması -Ülke imajının ve saygınlığının artması -Bilim ve teknoloji seviyesinin artması -Kalifiyeli işgücünün iyileşmesi
<ul style="list-style-type: none"> -Danışmanlık hizmeti 		<ul style="list-style-type: none"> -Refah seviyesinin artması 	<ul style="list-style-type: none"> -Küresel pazarlara açılma -Teknoloji ithalatı azalması ihracat oranının artması

Kaynak: (Gülbaş, 2011: s.140)., (Çarıkçıoğlu ve Polat, 2007: s.518)., (Keleş, 2010: s.20).

Bu bağlamda yukarıda verilen tablodan yola çıkılarak teknoparklar bünyesinde yer alan işletmelerin kuruluşundan büyümesine kadar geçen sürede hayatta kalmalarını,

Finansal konularda güçlü adım atmalarını sağlamaktadır. Bu anlamda girişimcilere, üniversiteye, ülkeye ve bölgeye çeşitli avantajlar sunmaktadır. Bunların arasında girişimcilere sağlamış olduğu imkanlar arasında kurumlar vergisi, kdv muafiyeti gibi muafiyetlerin yanı sıra firmaların üniversite ayağını üniversitenin de firma ayağını oluşturması ve kolaylıkla iletişim kantağının kurulabilmesi, ar-ge faaliyetleri gibi yönetim alanlarında destek sağlanması gibi avantajlar yer almaktadır. Yine teknopark üniversite arasındaki avantajlar değerlendirildiğinde; önemli noktalardan bir tanesi sanayi iş birliği olarak görülebilmektedir. Bilim ve teknoloji alanındaki buluşların devletten ek kaynak alabilmesi anlamında ve akademisyenlerin şirket kurabilme gibi olanaklarının olması bağlamında teknoparklarda ortaya çıkan buluşların üretimlerini gerçekleştirebilmelerine olanak tanımaktadır. Bu kapsamda bilim ve teknoloji alanındaki buluşları topluma iletebilmesi üniversite-sanayi iş birliği bünyesinde gerçekleşmesine olanak tanımaktadır. Tüm bunların yanında teknoparklar bölgesel kalkınmanın sağlanması anlamında önemli katkıda bulunmaktadır. Özellikle bölgedeki istihdamın artması noktasında teknoparklar büyük yer edinmektedir. Bunun yanı sıra kurulduğu bölgeye sanayileşme zemini oluşturması, genç girişimcileri bünyesinde barındırması bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Ayrıca teknoparklar ülkenin bilim ve teknolojideki anlamında birleştirici kilit noktasıdır. Teknoparkların üyesi olduğu kuruluşlar, yapısına kattığı paydaşları ve uluslararası iş birlikleri sayesinde bünyesindeki girişimcilerin de uluslararası kanallara ulaşması anlamında büyük rol üstlenmektedir.

Bu bağlamda gelişmiş ülkelere bakıldığında da bölgenin teknoparkları bu hedefler doğrultusunda desteklemiş, Girişimcilik faaliyetlerine katkı sunmuştur. Teknoparkların her ülkede farklı dönemlerde kurulması, farklı sayılarda olması bağlamında geçmişleri ve gelişimleri bireysel olarak kabul edilmesine neden olmuştur. Tüm bunlara ek olarak teknoparklar aynı iş kolundan birçok firmayı bir araya getirmesinden kaynaklı oluşan sinerji sayesinde büyük ve orta ölçekli ya da start-up firmalarının birbirleri ile iş yapma imkânı sağlamasıyla da önemli bir yer tutmaktadır. Finansal anlamda desteklenmeye ihtiyacı olan firmalar bu noktada iş birliği kurarak ar-ge potansiyellerini geliştirmekte başarılı inovasyon altyapısı inşa etmelerine olanak sağlanmaktadır.

Tablo 3

Teknopark Firmaları ve Ar-Ge Merkezleri için Teknopark Desteklerinin Karşılaştırılması

Tanım	Teknopark Firmaları İçin	Ar-Ge Merkezleri için
Personel Sigorta Prim Desteği	%50	%50
Personel Ücret Gelir Vergisi	%100	%80 - %90 -%95
Personel Ücret Damga Vergisi	%100	%100
Teşviki		
Satıştan Doğacak KDV	%100	-
İstisnası		
Ar-Ge Giderleri	Ar-Ge Ürünlerinin Satışından Kurumlar vergisi alınmaz	Ar-Ge yenilik ve tasarım harcamalarının tamamı (%100) ticari kazancın tespitinde kurumlar vergisi masrafı üzerinden indirim yapılır
Gümrük Vergisi	%100	%100
Teşvik Süresi	31.12.2028	31.12.2028

Kaynak: Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Derneği

2.6. Çanakkale Teknopark

Çanakkale Teknoloji Geliştirme Bölgesi A.Ş., (Çanakkale Teknopark), 2012 yılında kurulmuş olan ve 4691 Sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu kapsamında değerlendirilen, Çanakkale'nin teknolojik yenilik ve Ar-Ge altyapısının güçlendirilmesine katkı sağlayarak, Çanakkale bölgesinin yazılım ve teknoloji üssü haline gelmesi noktasında önemli bir yer tutmaktadır.

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle Çanakkale Teknopark'a ilişkin tarihsel geçmiş, kuruluş ve gelişim sürecine ilişkin bilgiler verildikten sonra Çanakkale Teknopark faaliyetlerine ilişkin 2015-2022 yılları arası bazı sayısal bilgilere yer verilecektir.

Çanakkale Teknopark 'ın kuruluş gayesi; üniversiteler, araştırma kurum ve kuruluşları ve üretim sektörlerinin işbirliğinin sağlanması ve ülke sanayinin uluslararası rekabet edebilir ve ihracata yönelik bir yapıya kavuşturulması amacıyla teknolojik bilgi üretilmesi, yeni üretim metotları geliştirilerek ürün kalitesinin ve süreç verimliliğinin yükseltilmesi ve teknolojik bilginin ticarileştirilmesi noktalarında girişimciyi destekleyerek, KOBİ'lerin yeni ve ileri teknolojilere transferinin ve adaptasyonunun sağlanmasıdır. Ayrıca teknoloji transferine yardımcı olması ve ileri teknoloji sahibi yabancı sermayenin, iş birliği programları dahilinde ülkeye girişini hızlandıracak alt yapının da sağlanmasıdır.

Günümüzde Çanakkale Teknoloji Geliştirme Bölgesi A.Ş., olarak faaliyet gösteren kurum 31.05.2012 tarihinde kurulmuş, 06.Nisan 2014 tarihinde faaliyetlerine başlamıştır. Bölge alanı toplam 135.000 m²'dir. Bölgenin 40.000 m²'lik kısmı Ar-Ge yatırım alanı, 40.000 m²'lik kısmı Açık Sosyal Kültürel Alan ve Sosyal Tesis, geri kalan kısmı ise Ar-Ge Ofis Alanları, İdari Birimler, Teknoloji Transfer Ofisi, Ön Kuluçka ve Kuluçka Merkezleri ile etkinlik alanları olarak planlanmıştır ("Çanakkale Teknopark", t.y.).

Ayrıca Çanakkale Teknopark'ın araştırma konusu olma noktasında dikkat edilen hususlar göz önünde bulundurulduğunda bölgenin ve Türkiye'nin dijital inovasyon merkezi olma hedefi doğrultusunda Çanakkale Teknopark'ın devam eden projeleri değerlendirilmiştir.

Ar-Ge'ye dayalı ürün geliştirme ve yenilikçi ürünlerin ticarileştirilmesine olanak sağlayacak fiziki ortam ve araçların çeşitlendirilmesi vasıtasıyla Güney Marmara Bölgesi'nde sanayi ve teknoloji alanlarında üretim ve istihdamı doğrudan etkileyecek yenilikçi ve stratejik altyapı yatırımlarının artırılmasına katkı sağlamak üzere Protothinks Çanakkale Tasarım ve Prototip Geliştirme Merkezi,

Bölgenin akademik ve teknolojik girişimlerce oluşturulmuş nitelikli insan kaynağı ve bilgi birikiminden faydalanılarak; dijital içerik geliştirme odaklı yeni girişimlerin oluşmasının sağlandığı, üretilen içeriklerin ticarileştirilerek, Güney Marmara Bölgesi'nin rekabet gücünün ve iş gücü niteliğinin sürdürülebilir olarak artırıldığı, girişimcilik ekosisteminin geliştirildiği Çanakkale Dijital İçerik Geliştirme Merkezi,

Türkiye'deki insanları, toplulukları ve işletmeleri bir araya getirmeye ve ülke ekonomisinin dijitalleşmesine odaklanan bir dizi eğitime, programa ve atölye çalışmasına ev sahipliği yapan Facebook İş İstasyonu ülkedeki insanlara, topluluklara ve KOBİ'lere ihtiyaç duydukları dijital becerileri sunarak başarı sağlamalarında, farklı sosyal grupların ve toplulukların bir araya gelerek fikir paylaşımında bulunmalarına, şehirdeki işletmelere küresel pazarlara ulaşmaları noktasında destek olan Facebook Çanakkale İş İstasyonu şeklinde sıralanabilir.

Aynı zamanda Teknoloji Geliştirme Bölgeleri 2019 Yılı Performans Endeksi Sonuçlarına Göre Çanakkale Teknopark 89 Teknopark arasında en iyi gelişme gösteren teknopark olarak gösterilmiştir.

Aşağıdaki tabloda yer verilmiştir;

Tablo 4
En İyi Gelişme Gösteren TGB'ler

Sıra	Teknoloji Geliştirme Bölgesi Adı
1	Çanakkale Teknoloji Geliştirme Bölgesi A.Ş.
2	GOSB Teknopark Teknoloji Geliştirme Bölgesi
3	Gaziantep Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi

Kaynak: T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

2.7. Çanakkale Teknopark'a İlişkin Sayısal Veriler

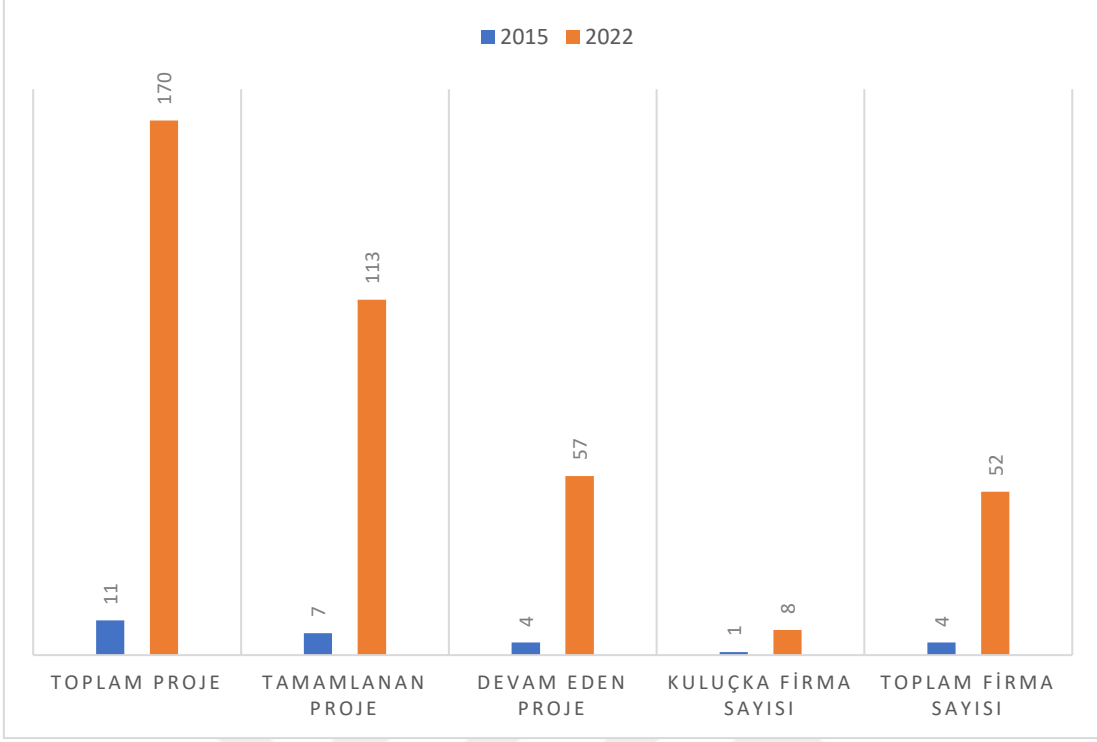
Çanakkale Teknopark, üniversite-sanayi iş birliğinin gerçekleştirildiği; ar-ge ve inovasyon süreçlerinin yürütüldüğü ve bu çerçevede teknoloji transferi ile girişimci firmalara belirli finansman ve olanaklar çerçevesinde teşvik ve alt yapı hizmetleri sunan ve günümüzde 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu kapsamında olan bir bilim ve teknoloji kompleksidir.

Bu çerçevede Çanakkale Teknopark'a ilişkin sayısal veriler şöyledir¹;

2.7.1. Çanakkale Teknopark Proje ve Firma Sayıları Gelişim Süreci

Bu başlık altında öncelikle Çanakkale Teknopark'ın 2015-2022 yıllarına ait veriler ve proje sayılarının gelişim süreci karşılaştırmalı olarak gösterilmiştir. Aşağıda yer alan grafikten de anlaşıldığı üzere her geçen yıl söz konusu olan firma sayılarının ve buna bağlı olarak gerçekleştirilen proje sayılarının arttığı söylenebilir.

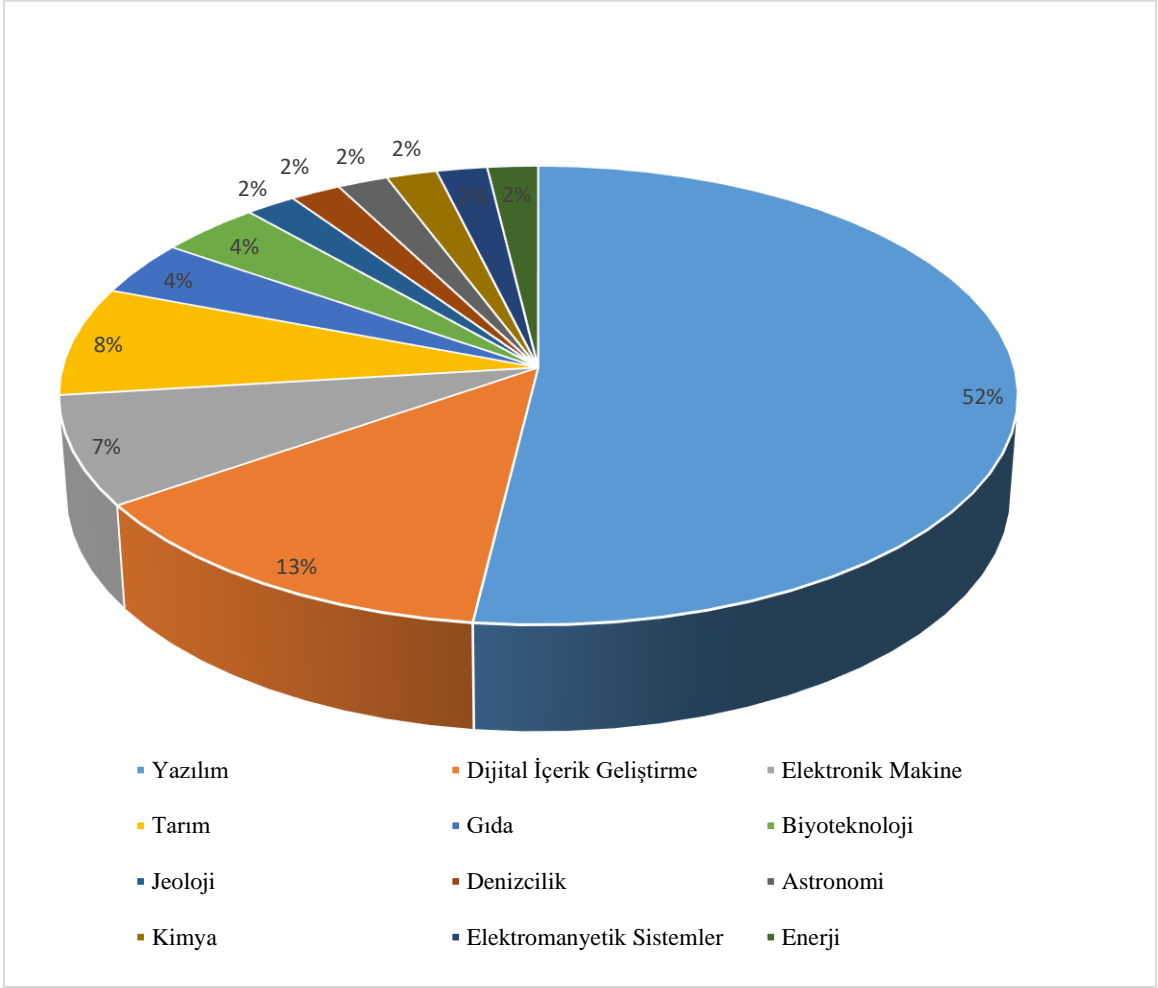
¹ Aşağıda verilecek olan tüm veriler Çanakkale Teknopark'tan alınmıştır.



Şekil 2. Proje ve Firma Sayıları Gelişim Süreci

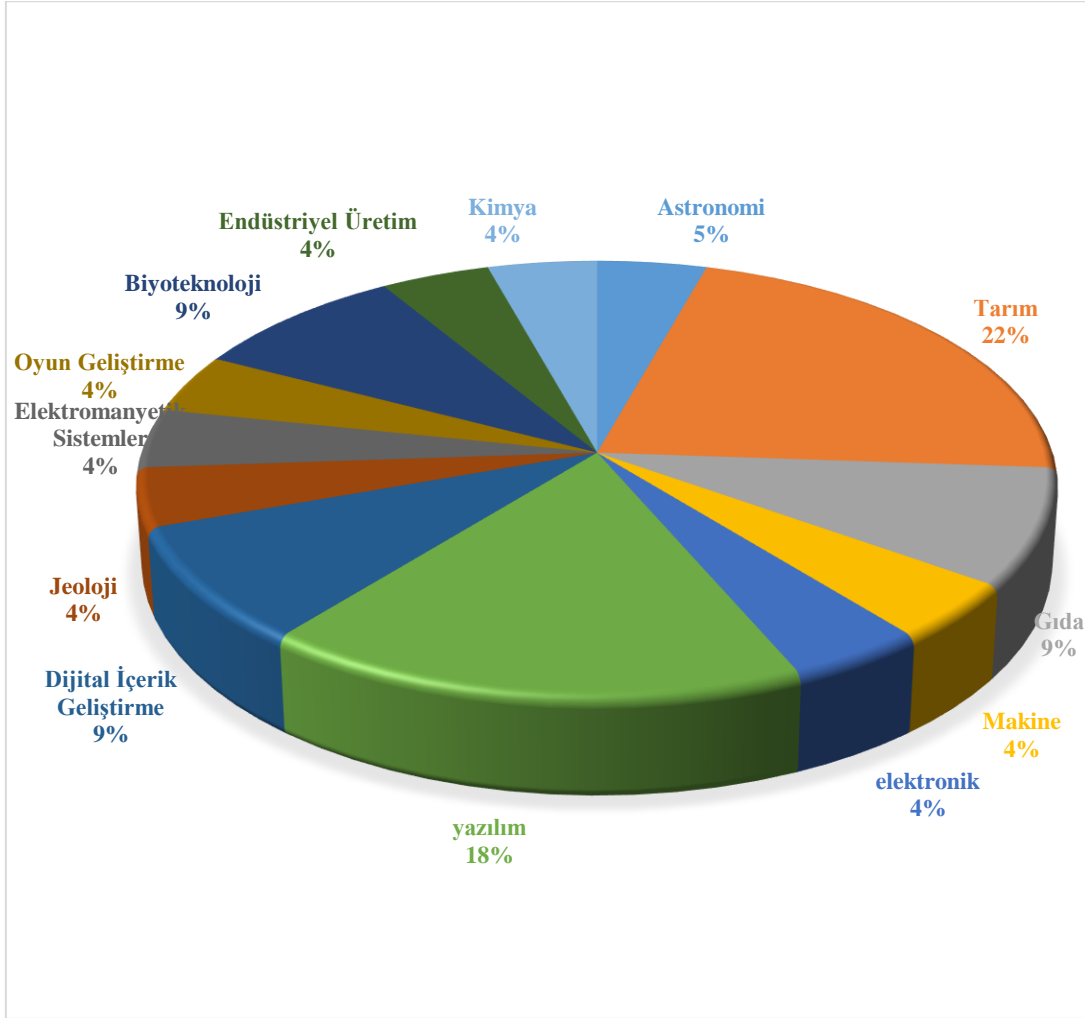
2.7.2. Çanakkale Teknopark Firmalarının Sektörel Dağılımları

Çanakkale Teknopark bünyesinde bulunan firmaların faaliyet alanlarının dağılımlarına bakıldığında en çok %52'lik oranla yazılım sektörünün yer aldığı devamında %13'lük paya sahip olan dijital içerik geliştirme sektörünün olduğu görülmektedir. Çanakkale Teknopark bünyesinde faaliyet gösteren firmalara patent vekilliği, hukuk müşavirliği, mali danışmanlık ve muafiyet rehberliği, yatırımcıyla buluşturma ve mentörlük, proje yönetim danışmanlığı ve eğitim programları hizmetleri sunulmaktadır. Ayrıca, bölgede faaliyet gösteren firmalar vergi indirimlerinden de faydalanabilmektedirler. 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanununa göre Teknopark bünyesinde faaliyet gösteren firmaların kazançları gelir ve kurumlar vergisinden müstesnadır, bölgede çalışan Ar-Ge, tasarım ve destek personelinin bu görevleri ile ilgili ücretleri her türlü vergiden müstesnadır, faaliyette bulunan gelir veya kurumlar vergisi mükellefleri, yazılım, tasarım veya Ar-Ge faaliyetleri dolayısıyla 4691 sayılı Kanunda yer alan vergisel teşviklerden bütün halinde yararlanabilmektedirler



Şekil 3. Firmalarının Sektörel Dağılımları

2.7.3. Çanakkale Teknopark Firmalarında İstihdam Eden Akademisyen Sayıları



Şekil 4. İstihdam Eden Akademisyen Sayıları

Teknoparklar üniversite içinde ya da üniversiteye yakın konumda yapılaşmalarından ve üniversite sanayi iş birliği içerisindeki sistem niteliği taşımalarından kaynaklı akademik personelin, girişimcilerin ve bilim adamlarının tercih ettikleri yerlerdir. Bu bağlamda Çanakkale Teknopark bünyesinde akademisyen oranları oldukça yüksektir. Aynı zamanda yine tarım ve yazılım sektörü yüzdeler olarak en fazla yer alan kısımlardır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ/MATERYAL VE YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmanın amacı, kapsamı, önemi, sınırlılıkları açıklanacaktır. Daha sonra araştırmanın yönteminde, soruların hazırlanması ve uygulanmasına yer verilecektir. Sonrasında ise bulgular ve yorumlar başlığı altında, araştırma verilerinin analizleri yapılacaktır.

3.1. Araştırmanın Amacı

İçinde bulunduğumuz dijital çağın kaçınılmaz teknolojik değişim ve dönüşümü; ekonomik, sosyal, kurumsal alanların yeniden şekillenmesinde neden olmuştur. Bu çalışma; dijitalleşmenin her alana yayılmasıyla gündeme gelen dijital kültür, yeni medya kavramları ile teknopark firmalarının dijital kültürü anlama ve çalışma hayatının içine entegre etme süreçlerini anlamak amaçlı yapılmıştır. İş yapma şekillerini etkileyen dijital dönüşüm süreci, tüm alanların, işleyişin ve süreçlerin yeniden düzenlenmesine neden olmuştur. Bu noktada dijitalleşmenin yayılmasında ve kültürle entegre edilerek yeni bir kültür ortaya çıkmasında teknoparkların rolü büyüktür. Bu anlamda teknopark firmalarının teknolojiyi kullanma, özümseme ve yayılmasını destekleme noktasında belirli kriterler taşımaktadır. Ayrıca İnternetin her alana sirayet etmesi ile dijital araçların yaygınlaşması enformasyon akışını hızlandırmış, yalnızca kullanıcılara yönelik bilgi akışının sağlanmasının yanı sıra çoklu katılım yolları ile interaktif bilgi paylaşımına daha açık olduğu gözlenmektedir. Yaşanan bu teknolojik değişim ve dönüşüm toplumun yapı unsurlarını da etkilenmekte, toplum tarafından deneyimlenmektedir. Dijitalleşen hayatın kültürel bir yaklaşımla bağdaştırılması ise dijital kültür kavramını oluşturmaktadır. Tüm bu yapı unsurları ile etkileşim halinde olan teknoparklar ise bu değişim ve dönüşümün merkezinde yer almaktadır.

Bu çalışma hayatımızın her alanına giren dijital teknoloji araçlarının teknopark işletmeleri / yöneticileri tarafında hangi düzeyde kullanıldığına ilişkin Çanakkale Teknopark 'ta yer alan işletme yöneticilerinin verdikleri cevaplara göre saptama yapmak ve diğer teknopark firmaları ile teknopark yönetimine önemli öngörüler ve çalışma

alanlarında değerlendirilmek üzere fikir sunmak amaçlanmaktadır. Bu araştırmada, teknolojik ilerlemenin dijital kültür algısının oluşmasında oynadığı rolü, teknopark çalışanları iş akış süreçlerinde dijital medyayı etkin olarak hangi oranda kullandıkları ve teknoparklar dijital kültürün yayılmasında etkin bir faktör olarak değerlendirilebilir mi gibi sorular araştırmanın ikinci amacını oluşturmaktadır.

3.2. Araştırmanın Problemi

Dijital teknolojilerin hızlı gelişimi işletmelerin inovasyon stratejilerini geliştirmeyi ve operasyon modellerini yeniden düşünmeyi gerektirmektedir. Bu nedenle, dijitalleşmenin iş süreçlerine etkisi, yönetim odağının güncel bir konusu haline gelmektedir. Teknoparklar bu anlamda dijitalleşmenin başladığı, geliştirildiği bir ürünün meydana getirildiği ve ticarileştirildiği yerler olarak kabul edilmektedir. Bu anlamda teknoparklar dijitalleşme noktasında bünyesinde yer alan firmalara hangi olanakları sağladığı, firmaların da teknoparkları hangi noktada gördükleri, teknoparkların girişimci firmalara sağlamış olduğu avantajları doğru Şekilde kullanıp kullanmadıklarını ölçmek, dijitalleşmenin etkisiyle yeni iletişim kanallarını hangi oranda benimsediklerini öğrenmek, dijital kültürün gelişmesinde ve yayılmasında teknopark firmalarının oynadığıkları rolleri öğrenmek, toplum yapısını teknoparkların hangi boyutta etkilediğini öğrenmek ve çalışma hayatının değerleşmesinde teknopark firmalarının etkisinin olup olmadığını öğrenmek amaçlanmıştır. Dijitalleşme, dijital dönüşüm, dijital kültür alanındaki bu değerleşmeler görüşme tekniğiyle test edilmiştir.

3.3. Araştırmanın Metodolojisi

Bu araştırma, Dijital kültür kapsamında teknoparkların yeri ve önemini incelemek, yeni medya araçlarının teknoloji firmalarında hangi düzeyde kullanıldığına görmek amacıyla oluşturulmuştur.

Araştırmanın veri toplama sürecinde kullanılan görüşme tekniği, 9 Mayıs – 9 Haziran 2022 tarihleri arasında Çanakkale’de bulunan firma yöneticileri ile yüz yüze Çanakkale dışındaki yönetim ofisinde bulunan firma yöneticileri ile ise dijital ortamda gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında 30 kişiyle yarı yapılandırılmış görüşme

yapılmıştır. Bu görüşmelerden bir firmanın 2 şirketi olduğu için 29 tanesi değerlendirmeye alınmış ve elde edilen görüşme sonuçları MASQDA programı kullanılarak analiz edilmiştir. MASQDA programının ilk aşamasında deşifreler programa aktarılmıştır. Programa atılan deşifreler sonrasında kodlamalar yapılmıştır. Bu doğrultuda araştırmanın kodlarının hangi bağlamlar karşılığında çıkarılacağı ile ilgili fikirler edinilmiştir. Sorulan soruların bağlamına ilişkin cevaplar olması nedeni ile soru bazlı kodlama yapılmamıştır. Oluşan temalar bu noktada soru odaklı seçilmiştir. 29 katılımcının kodlama yöntemi yapılmasıyla ilk aşama tamamlanmıştır. Araştırmada katılımcıların kimliklerini korumak adına isimleri kullanılmamıştır. Kod ve temalar oluşturulup birleştirildikten sonra da çalışmanın analiz kısmı yapılmıştır. Kullanılan görsel grafikler ise iki şekildedir. İlk olarak kaç belgede o kodun geçtiğini belirleyebilmek adına alt kodlar istatistiği kullanılmıştır. Katılımcı odaklıdır, belge temellidir. İkinci olarak ise kod temelli bir grafik modeli olan yani kodların kaç defa kodlandığını, tekrarlandığını belirleyebilmek adına kullanılan hiyerarşik kod alt kod kullanılmıştır.

Görüşülecek kişiler listesi hazırlanırken, görüşmeye katılacak kişilerin özellikle firma yöneticileri olmasına özen gösterilmiştir. Ancak firma yöneticilerinin belirlenen tarihlerde uygun olmaması durumunda diğer firma ortakları ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Bireysel görüşmelerde sorulacak sorular araştırmanın amacı doğrultusunda ve kuramsal çerçeve bağlamında oluşturulmuştur. Aynı zamanda görüşme soruları literatür çalışması yapılarak hazırlanmıştır. Ele alınan kavramlar (dijital, dijitalleşme, dijital kültür, yeni medya uygulamaları, iletişim kanalları, teknoparklar) ilişkili sorular ile dijital kültür çağında teknoparkların görüşlerini ortaya çıkartmayı hedefleyen sorular sorulmuştur.

Alan çalışmasında kullanılan araçlar, yüz yüze görüşmeler için soru kâğıdı ve ses kayıt özelliği bulunan bir cep telefonudur. Dijital ortamda gerçekleştirilen görüşmeler ise zoom üzerinden yapılmış olup, zoom kayıt özelliği kullanılmıştır. Görüşme süresi her bir katılımcının kendi isteğine bağlı olarak ortalama bir buçuk saat sürmüştür. Online ortamda yapılan görüşmelerin daha uzun sürdüğü tespit edilmiştir.

Araştırma soruları hazırlanırken yarı yapılandırılmış, açık uçlu sorular ile görüşmeye başlanmıştır. Bir hiyerarşi üretmek adına, görüşmenin akışının belirleyicisi olma rolünden uzak durularak sohbet havasında gerçekleşen görüşmeler yapılmıştır.

3.4. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

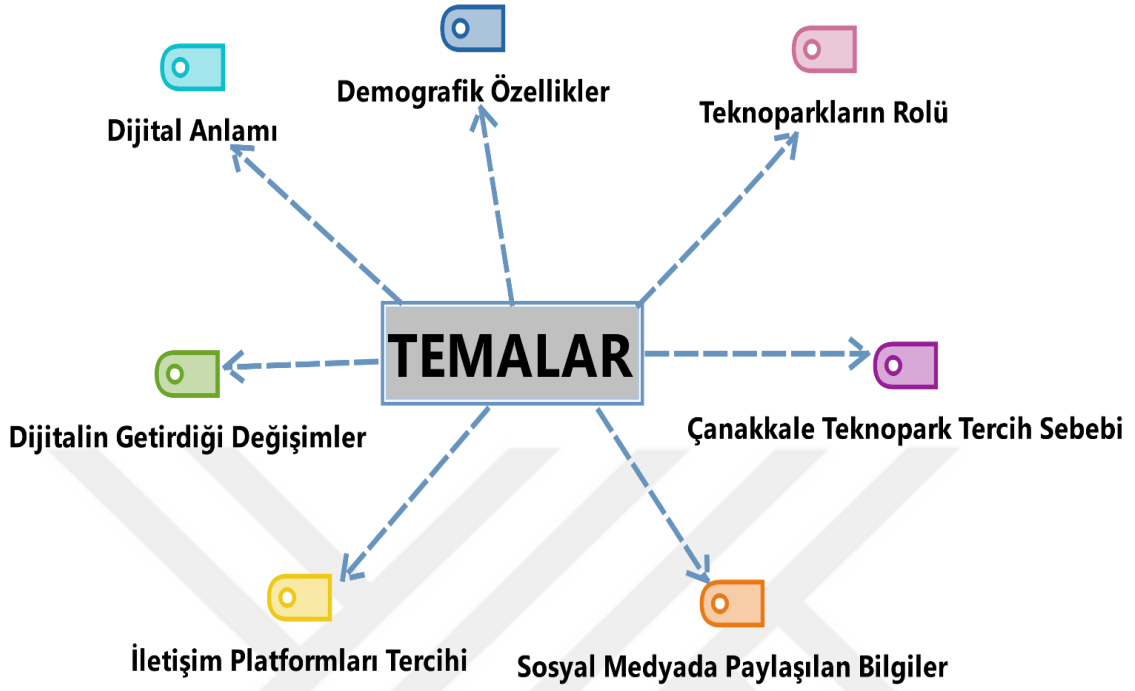
Araştırmanın evreni Çanakkale Teknopark 'ta yer alan 18 yaş üzeri çalışan firma yöneticileridir. Coğrafi bölgesel kapsamı, Çanakkale İl'inde Çanakkale Teknopark 'ın bünyesinde bulunan işletmeler seçilmiştir. Örnekleme ise araştırma evreni özelliklerini taşıyan girişimci firma yöneticilerinden oluşmaktadır. Hedeflenen katılımcı sayısı: 30'dur.

Araştırmanın veri toplama sürecinde kullanılan görüşme tekniği, 9 Mayıs – 9 Haziran 2022 tarihleri arasında hem yüz yüze hem de dijital ortamda gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında 30 kişiyle görüşme yapılmıştır. Bu görüşmelerin 29 tanesi değerlendirmeye alınmış ve elde edilen görüşme sonuçları MASQDA programı kullanılarak analiz edilmiştir.

3.5. Araştırma Bulguları

Araştırma toplamda 29 katılımcıyla derinlemesine görüşmeler yapılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma verileri MASQDA programına aktarılmış ve analizler bu program üzerinden gerçekleştirilmiştir. Çalışmada katılımcılar K1'den K29'a kadar kodlanarak adlandırılmıştır. Katılımcıların demografik bilgilerine tablo 1'de yer verilmiştir. Çalışmadan elde edilen veriler analiz edildiğinde ise 7 tema ortaya çıkmıştır. Çalışmada elde edilen bu temalar şekil 1'de yer almaktadır. Buna göre; demografik özellikler, dijital anlamı, dijitalin getirdiği değişimler, iletişim platformları tercihi, sosyal medyada paylaşılan bilgiler, teknoparkların rolü, Çanakkale Teknopark tercih sebebi başlıkları araştırmanın temalarını oluşturmaktadır. Bu bölümün altında yer alan başlıklarda yapılan analizlerin tabloları ve analizlere ait veriler ve bu verilerin yorumları bulunmaktadır.

3.6. Temalar



Şekil 6. Temalar

Araştırma kapsamında çalışma belli temalar üzerine oluşturulmuş ve bu temalar çalışmanın ana başlıklarını oluşturarak çalışmanın konusunu ve önemini belirleme noktasında önemli rol oynamaktadır. Dijital teknolojilerin her alana etki etmesi ile toplumun normları değişmiş, kültürün dijitalleşmesi ile yeni bir kültür kavramı meydana gelmiştir. Toplumun içinde bulunduğu çağa ayak uydurması öncelikle dijital teknolojilerin getirdiği yenilikleri algılaması ve onu kullanması ile bağdaştırılmaktadır. Dijitalleşmenin kilit noktası olarak görülen teknoparklar, ar-ge geliştirmek isteyen firmalar için önemli bir yer tutmaktadır. Bu çalışmada belirlenen temalar ile oluşturulan soruların cevapları çalışmanın ana hatlarını belirlemektedir.

3.6.1. Tema 1 Demografik Özellikler

Tablo 5

Demografik Özellikler

Belge adı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Dahil Olduğu Sektör	Hedef Pazarınız	Şirketteki Pozisyonu	Şirketin Çalışan Sayısı	Kuruluş Yılı	Teknopark Faaliyet
K1	Erkek	41-45	Lisansüstü	Yazılım	İç Pazar	Yönetici	20-50 Kişi	2021	2022
K2	Erkek	41-45	Lisansüstü	Dijital İçerik Geliştirme	Dış Pazar	Yönetici	20 Kişiden az	2018	2018
K3	Erkek	41-45	Lisansüstü	Yazılım	İç Pazar	Yönetici	20 Kişiden az	2018	2018
K4	Erkek	41-45	Lisans	Yazılım	İç Pazar	Yönetici	20 Kişiden az	2014	2017
K5	Erkek	31-35	Lisansüstü	Yazılım	Dış Pazar	Yönetici	20 Kişiden az	2011	2021
K6	Kadın	31-35	Lisansüstü	Yazılım	Hem İç Hem Dış Pazar	Yönetici	20 Kişiden az	2019	2019
K7	Erkek	41-45	Lisans	Yazılım	İç Pazar	Yönetici	20 Kişiden az	2021	2022
K8	Erkek	41-45	Lisansüstü	Yazılım	Hem İç Hem Dış Pazar	Yönetici	20 Kişiden az	2017	2017
K9	Erkek	31-35	Lisans	Yazılım	İç Pazar	Yazılım Uzmanı	51-80 Kişi	2014	2018
K10	Erkek	41-45	Lisans	Yazılım	Hem İç Hem Dış Pazar	Yönetici	51-80 Kişi	2013	2020
K11	Erkek	36-40	Lisansüstü	Dijital İçerik Geliştirme	Dış Pazar	Akademik Koordinatör	20 Kişiden az	2021	2021
K12	Erkek	41-45	Lisansüstü	Dijital İçerik Geliştirme	Hem İç Hem Dış Pazar	Yönetici	20 Kişiden az	2019	2019
K13	Erkek	36-40	Lisansüstü	Denizcilik	İç Pazar	Yazılım Uzmanı	131-250 Kişi	2006	2019
K14	Erkek	41-45	Lisans	Yazılım	Hem İç Hem Dış Pazar	Yönetici	131-250 Kişi	2012	2022
K15	Erkek	31-35	Lisans	Yazılım	Dış Pazar	Yönetici	20 Kişiden az	2021	2021

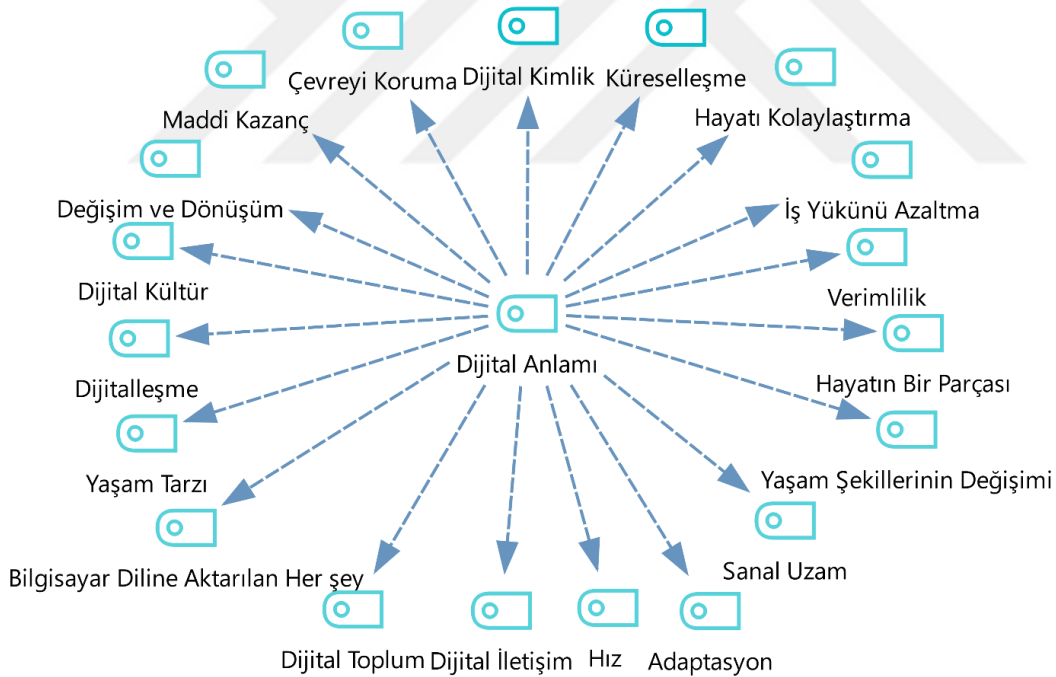
Tablo 5 (devam)

K16	Erkek	31-35	Lisansüstü	Dijital İçerik Geliştirme	Dış Pazar	Yönetici	20 Kişiden az	2017	2022
K17	Erkek	36-40	Lisans	Yazılım	Hem İç Hem Dış Pazar	Yönetici	20 Kişiden az	2006	2022
K18	Erkek	31-35	Lisans	Yazılım	Hem İç Hem Dış Pazar	Yazılım Uzmanı	51-80 Kişi	1990	2012
K19	Erkek	31-35	Ön Lisans	Yazılım	Hem İç Hem Dış Pazar	Yönetici	20-50 Kişi	2016	2021
K20	Kadın	41-45	Lisansüstü	Yazılım	Hem İç Hem Dış Pazar	Yönetici	20 Kişiden az	2011	2019
K21	Erkek	36-40	Lisans	Yazılım	İç Pazar	Yönetici	20 Kişiden az	2021	2022
K22	Erkek	36-40	Lisans	Yazılım	Hem İç Hem Dış Pazar	Yönetici	20-50 Kişi	2009	2016
K23	Erkek	36-40	Lisans	Yazılım	Dış Pazar	Yönetici	20 Kişiden az	2016	2016
K24	Erkek	36-40	Lisans	Yazılım	Hem İç Hem Dış Pazar	Yönetici	20-50 Kişi	2014	2014
K25	Erkek	31-35	Lisans	Yazılım	Hem İç Hem Dış Pazar	Yönetici	20 Kişiden az	2021	2021
K26	Erkek	41-45	Lisansüstü	Yazılım	Hem İç Hem Dış Pazar	Yönetici	20 Kişiden az	2019	2019
K27	Erkek	45 ve üzeri	Lisansüstü	Yazılım	İç Pazar	Yönetici	20 Kişiden az	2016	2016
K28	Erkek	31-35	Lisans	Yazılım	Hem İç Hem Dış Pazar	Yönetici	20-50 Kişi	2018	2019
K29	Erkek	30 ve altı	Lisans	Dijital İçerik Geliştirme	Hem İç Hem Dış Pazar	Kurucu Ortak	20 Kişiden az	2022	2022

Görüşmeye katılım sağlayan Çanakkale Teknopark yöneticilerinin demografik özellikleri değerlendirildiğinde; teknopark içinde firma kuran girişimcilerin çoğunlukla erkek olduğu, kadın yönetici girişimci oranının erkeklere göre az olduğu görülmektedir.

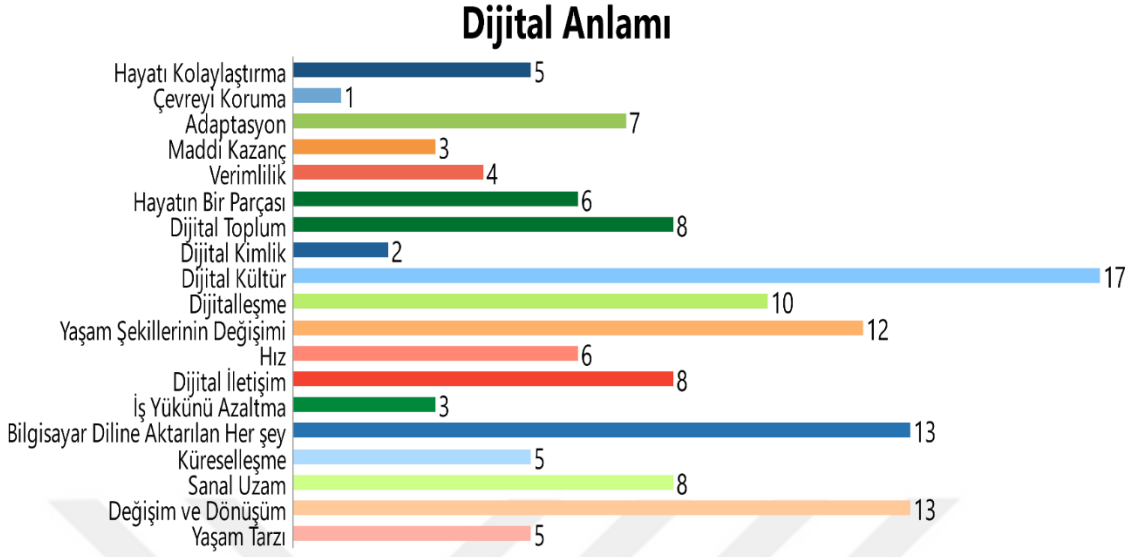
Görüşmeye katılan katılımcıların eğitim oranları lisans ve lisansüstü olarak ayrılmakta ve yaş aralıkları ortalaması 30 yaş ile 45 yaş arasında dengeli bir dağılımın olduğu, 30 yaşın altında 1 katılımcının yer aldığı görülmektedir. Teknopark bünyesinde bulunan firmaların sektörel dağılımlarına bakıldığında yazılımın ağırlıklı olduğu tespit edilmiştir. Hedef Pazar odaklı incelendiğinde ise 8 iç pazar, 6 dış pazar ve 15 hem iç hem dış pazarda iş yaptıkları tespit edilmiştir. Ayrıca firmaların kuruluş yıllarına bakıldığında direkt teknopark firması olarak kurulan 13 firmanın olduğu diğer katılımcı firmaların daha önceden bir ar-ge firması olarak teknopark dışında çalıştıkları tabloda görülmektedir. Bir diğer önemli noktada Çanakkale Teknopark bünyesinde yer alan ve görüşmeye katılan 30 firmanın çoğunluğunun çalışan sayısı 20 kişiden az olduğu ifade edilmiştir. Bu analizlere ilişkin temel demografik veriler ilgili tabloda yukarıdaki gibidir.

3.6.2. Tema 2 Dijitalin Anlamı



Şekil 7. Dijitalin Anlamı Hiyerarşik Kod Alt Kod Modeli

Katılımcıların dijitalin anlamına ilişkin tanımlar dijital anlamı teması altında toplanmıştır. Bu temaya ilişkin kod ifadeler şekil 7’de yer almaktadır. Dijitalin anlamına yönelik çok çeşitli ifadeler yer aldığı için bu bölümde frekanslar ayrı olarak verilmemiştir.



Şekil 8. Dijitalin Anlamı

Katılımcılara dijitalin anlamına ilişkin ifadeleri dijital anlamı teması altında toplanmaktadır. Bu temaya ilişkin kodlar şekil 8’de yer almaktadır. Dijital anlamı temasına ilişkin belge temelli kod grafiğine yer verilmektedir. Buna göre katılımcıların; 17’si dijital kültür, 13’ü bilgisayar diline aktarılan her şey, 13’ü değişim ve dönüşüm, 12’si yaşam şekillerinin değişimi, 10’u dijitalleşme, 8’i dijital toplum, 8’i dijital iletişim, 8’i sanal uzam, 7’si adaptasyon, 6’sı hayatın bir parçası, 6’sı hız, 5’i hayatı kolaylaştırma, 5’i küreselleşme, 5’i yaşam tarzı, 4’ü verimlilik, 3’ü maddî kazanç, 3’ü iş yükünü azaltma, 2’si dijital kimlik, 1’i çevreyi koruma koduna yanıt vermiştir.

Katılımcıların Dijital Kültür koduna ilişkin yanıtları incelendiğinde dijitalin ve dijital dünyanın kendine özgü bir kültürü olduğunu, dijitalleşme ile yeni bir kültüre adapte olmak zorunda kaldıklarını, bu anlamda geçmişten günümüze değerlendirildiğinde günümüze aktarılan kültür kavramı ile geçmiş alışkanlıkların birbiri ile iç içe bir forma dönüştüğünü ifade eden, K6, K7 ve K29 kodlu katılımcıların bu koda ilişkin ifadeleri şu şekildedir;

“Oranın konuşması bile dili bile farklı. Ve o dijital ortamın bir kültürü de var. Fakat bu kültürün tam bir çerçevesi çizilemiyor.” (K6)

“En tepede dijital dünya kültürün ayrılmaz bir parçası oldu. İki tane gelenekselleşen ve dijitalleşen diye bir ayrım kalmadığını düşünüyorum. İnternet erişiminden, akıllı cihazlara erişime bakıldığında toplumun tamamı bu dijital dünyaya erişmiş durumda.” (K7)

“Hayatın bütünü artık. Kültürle etkisi ise sosyal yaşantıda gündelik hayatta kendi sektörümden bakacak olursam belirli kültüre yönelik çıktılar alabiliyoruz. Yeni bir kültür oluştu.” (K29)

Dijital anlamı teması altında oluşturulan bir diğer kod bilgisayar diline aktarılan her şey kodudur. Katılımcılar eski iş yapma biçimleri ile şimdiki iş yapma biçimlerini karşılaştırmakta, geleneksel iş yapma şekillerindeki yığınlarından sıyrılıp dijitale aktarılan verilerin sayısallaştırılan, bilgisayar diline yani temelde 1 ve 0'larla ifade edilen her şeyin dijital olarak tanımlandığını ifade etmektedir. K3, K13 ve K26 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Dijital kelime anlamı itibari ile digit. Dijite edilen 0 ve 1 olarak kodlanabilen bilgisayar diline aktarılan her şey olarak karşımıza çıkıyor. Gerçek hayatta uygulamada kullandığımız ise hem yazılım hem donanım hem de pratikte kullanılan araçlar ürünler anlamında dijitalleştirilebilen verileri fonksiyonel hale getiren her şey.” (K3)

“Dijital kavramı terim olarak da fon tabanlı yaptığımız tek düzende yaptığımız her şeyi bilgisayar ortamında yapmak demek.” (K13)

“Dijital aslında sayı anlamına geliyor digit kelimesi mesela. 0-1 bunlar sayısal değerler. Bilgisayarın anladığı, bilgisayar tarafından üretilen bilgiler aslında dijital bilgiler olarak adlandırılıyor. Digit aslında günümüzde yine teknoloji ile ilişkilendiriliyor. Sayısal demek ama teknoloji ile ilişkilendiriliyor. Mekanik olmayan otomatik çalışma prensibi olan aletler bunlar dijital malzeme olarak tanımlanıyor.” (K26)

Dijital anlamı temasının altında oluşturulan bir diğer kod sanal uzam kodudur. Katılımcılar dijitalin farklı bir mekânsal ortam yarattığını ve bu ortamın sanal ortam olduğunu ifade etmektedir. Bu anlamda sanal dünyanın yaratmış olduğu bir dijital kimliğin

ortaya çıktığını, kişilerin bu ortamda özgürce hareket edebildiklerini ve sanal bir kimlik oluşturarak dijital insan boyutuna taşındığı belirten K25, K8 ve K4 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Daha sanal bir ortam oluştu. Fiziksel ortam kalktı. Tabi zamanımız hızlandı ama şimdi zamanımızdan da çalmaya başladı. Hem iyi yanları var hem de kötü yanları var aslında bu noktada. Çünkü hayatımızın her noktasında.” (K25)

“İnsanların birbirleriyle buluşabilecekleri fiziksel ortamlar kalkıp dijital ortamlar oluştu.” (K8)

“Şimdi dijital bende şu demek fiziksel olarak bir araya gelmeden yapılan etkileşimler için bir ortam.” (K4)

Dijital anlamı temasının altında yer alan bir diğer kod değişim ve dönüşüm kodudur. İçinde bulunduğumuz dijital çağ ile hem sosyo-kültürel yapıların değiştiği hem de çalışma hayatının hızlı bir değişim içine girdiğini ayrıca dijitalle aktarılan her şeyin bir uyum sürecini de beraberinde getirdiğini ifade eden katılımcılar bu anlamda dijitali; günlük hayatın, çalışma hayatının, ekonomik gelişmeler gibi birçok olgunun değişimi ve dönüşümü olarak tanımlamaktadır. K2, K22 ve K2 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Kabaca bir tabir için üretim ve süreçleri. Değişimler toplumsal ve siyasi yapıların değişmesine neden oldu. Bunlar endüstri 1.0 endüstri 2.0 endüstri 4.0 gibi de adlandırılıyor. İl olarak avcı toplayıcı bir hayatla başlıyoruz. Sonra motorun keşfedilmesiyle endüstri devrimi yaşıyoruz bunların her biri hayatı değiştiriyor değerler sistemini değiştiriyor siyasi yapıyı da değiştiriyor yeni bir dünya ortaya çıkıyor.” (K2)

“Değişen bir topluluk var.” (K22)

“Mesela teknolojik gelişmelerle birlikte dijitalleşmeyle teknoloji hızlı geliyor bu da bizim alışkanlıklarımıza günlük hayatımıza yansıyor. Bu yansımalar çocuklarımızı,

arkadaşlarınızı, öğrencilerimizi etkiliyor. Yaşam standartlarına dijitalleşmeyle gelen dijital şekillerine standartlarına yansıyor bu da gelecek nesillere aktarılacak.” (K26)

Katılımcıların dijital anlamı teması altında oluşturulan kodlardan bir diğeri yaşam şekillerinin değişimi kodudur. Dijital çalışma hayatını etkilediği kadar yaşam şekillerini de büyük oranda etkilemiştir. İnsanoğlu tüm süreçlerini dijital dünyanın getirilerine göre şekillendirmektedir. Bu anlamda katılımcılar dijitalin yaşam şekilleri üzerinde etkili olduğunu ifade etmektedir. K13, K14 ve K25 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Sanayi devrimi ile birlikte artık bir milenyumla birlikte dijital çağa ayak attık artık her şey dijital ortamda. İş süreçlerimizi dijital ortam üzerinden hızlı, doğrulanabilir bütüncül bir şekilde yapabiliyoruz. Bunun kültürel etkileşimi de cep telefonları ve kişisel bilgisayarların artmasıyla insanların birbirleriyle yakın temas içinde olması, sosyal platformlarda birbirleriyle yakınlaşması, kritik bilgilerini buralara yüklemesi ayrıca dijital bir kültür oluşturdu. Yeni bir dünya oluştu.” (K13)

“Günlük yaşantımız iletişimimiz her şey değişti. Yeme alışkanlıklarımız vs. de değişti.” (K25)

“İş değişmiyor işi yapma şeklimiz değişiyor. Mesela getir gibi. Eskiden marketten gidip aldığımız şeyleri şimdi mobil üzerinden yapar olduk.” (K14)

Dijital anlamı teması altında oluşturulan bir diğeri kod dijitalleşme kodudur. Katılımcılar dijitalin anlamını dijitalleşme ve teknolojik araçların yoğun şekilde kullanımı olarak ifade etmiştir. Özellikle internet erişiminin yaygınlaşması ile dijital araçların çalışma hayatında kullanım oranı arttığını, personelin yapacağı işi de artık dijital ortamda sistemli bir şekilde yapıldığını, iş süreçlerinin kolaylaştığını ve verilerin dijital ortamda saklanabildiği ifadeleri ön plana çıkmıştır. K6, K14 ve K24 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Online ya da teknolojik cihazlara geçilmesi anlamına geliyor ama benim içinde yine aynı şekilde verilerin iş hayatında bizim de hatta ürünlerimizin de online şekle gelmesi, teknolojik araçlarda görünür hale getirmek.” (K6)

“Dijitalleşme en büyük dijitalleşmek için bir kültür gerekiyor.” (K14)

“Dijital kelimesi artık analogdan çıktığımızı gösterir. Örneğin dijital içerisinde cip bulunan kendi işlemcisi olan cihazlarla birlikte gelişen teknoloji.” (K24)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijitalin anlamı teması altında oluşturulan bir diğer kod dijital toplum kodudur. Dijitalleşen insan teknolojik getirilerin ayrılmaz bir parçası haline dönüşmüştür. Geleneksel kültürün aktardığı geleneksel kodlardan çıkıldığını ve yeni bir kültür oluştuğunu ifade eden katılımcılar dijitalle birlikte yeni bir toplum türü oluştuğunu ve bu toplum türünün de günlük hayatla iç içe geçtiğini ifade etmektedir. K7, K11 ve K22 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“En tepede ben dijital dünya kültürün ayrılmaz bir parçası oldu. İki tane gelenekselleşen ve dijitalleşen diye bir ayrım kalmadığını düşünüyorum. İnternet erişimi, akıllı cihazlara erişime bakıldığında toplumun tamamı bu dijital dünyaya erişmiş durumda.” (K7)

“Kültür dijital dünyayı da etkiledi. Dolayısıyla her kültür dijital kültüre farklı entegre oluyor. Farklı ihtiyaçlar ortaya çıkıyor. Ama dijital ve teknolojik ürünleri düşündüğümüz zaman kültür çok büyük şekilde dijital dünyayı etkiledi.” (K11)

“Değişen bir topluluk var.” (K22)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijital anlamı teması altında yer alan bir diğer kod dijital iletişim kodudur. Katılımcılar iletişimin ve iletişim şekillerinin dijitalle birlikte değiştiğini ve dönüştüğünü, dijitalle özgü iletişim araçlarının ortaya çıktığını ifade etmektedir. Bu bağlamda çalışma hayatında da büyük değişimlerin yaşandığını, mekân sınırının ortadan kalktığını ve mekansızlaşma kavramının özellikle Covid süreciyle birlikte daha da hayatın içine entegre olunduğunu ifade edilirken yine bu süreçle birlikte online bir kültürün doğuşu ile iş süreçlerinin online ortamda çözülmeye başlaması, dijital iletişim kanallarının daha yaygın bir şekilde kullanılmasına neden olmuştur. Tüm bunların sonucunda dünyanın neresinde olduğunun bir önemini kalmadığı, iletişim kanallarının

yaygın kullanılmasıyla birlikte zaman ve mekân sınırlarının aşıldığını ifade eden K17, K22, K25 ve K26 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Dünyanın öbür ucundaki insanlarla dosya alıp gönderebiliyorsunuz. Daha fazla sanala geçtik. O da dijitalin parçası. Şekilde değiştiren bir iletişim süreci var bence iletişim süreci değiştiği için bu kültüre yepyeni bir boyut kazandırıyor yeni bir kültür oluşuyor.” (K17)

“Ben Amerika’dan çalışabiliyorum. Sürekli Türkiye’ye bağlı noktasındayım. 15 yıl önce üniversite için gittiğimde bu öyle değildi dijital daha farklı bir noktadaydı. Görüşme için bir çaba harcıyordum. Ama şimdi elimin altında iletişim. Uzak iletişim kolaylaştı.” (K22)

“Sektördeki paydaşlarla ya da kurumlardaki personellerimizle iletişim artık çok kolay.” (K26)

“Dijital benim için sanal bir dünya. Her şeyin otomatik olduğu her şeyin hızlı bir şekilde yapılabildiği, bilgisayarda etkileşim kurabildiği, insanların oturduğu yerden etkileşim kurabildiği sadece bilgisayar başındaki bir cihazla işlerini gerçekleştirdiği bir alan.” (K25)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijital anlamı teması altında oluşturulan bir diğer kod adaptasyon kodudur. Dijital çağın getirdiği en büyük avantaj ve dezavantajlarına bakıldığında önemli yer edinen kavram adaptasyon sürecidir. Dijitalleşen dünyanın dijital insanı olmak, teknolojik yeniliklere uyum sağlamak özellikle çalışma hayatında hayatta kalabilmek ve rekabet gücünü arttırabilmek için çok önemli olduğunu insanoğlunun yeni düzene çabuk adapte olduğunu özellikle Covid süreciyle bunu daha iyi gördüklerini vurgulayan katılımcılar dijital ve dijital araçlara adapte olmanın önemli olduğunu vurgulamaktadır.

“Ayakta kalan firmalar dijitalleşen firmalar olması gerekiyor. Firma dijitalleşmezse zaman içinde kaybolur. Kaybolursa çalışanı olmayacak çalışanı olmazsa o kültürü besleyemeyecek.” (K19)

“Bunun artılarını da insanlar arasında gördükçe kullandık. Getir mesela insanları dijitalleşmeye alıştırdı insanları ve günlük hayattaki kültürü değiştirdi ve insanlar adapte oldu ve dijitalleşme normalleşmeye başladı.” (K23)

“İnsanoğlunun en büyük özelliği adaptasyon sürecinin hızlı olması.” (K1)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijital anlamı teması altında oluşturulan bir diğer kod hayatın bir parçası kodudur. Dijital dünya toplumun ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Yeni nesil artık bu dünyanın içerisine doğduğunu ve bu yeni dijital dünyanın kültürüyle şekillendiğini vurgulayan katılımcılar dijitalin artık hayatın bir parçası olduğu ve gündelik hayatla bütünleştiğini ifade etmektedirler. K9, K12 ve K25 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Dijital artık hayatımızın bir parçası oldu. Dijitalleşme her alanda.” (K9)

“Tam anlamıyla bizim dünyamız.” (K12)

“Daha sanal bir ortam oluştu. Fiziksel ortam kalktı. Tabi zamanımız hızlandı ama şimdi zamanımızdan da çalmaya başladı. Hem iyi yanları var hem de kötü yanları var aslında bu noktada. Çünkü hayatımızın her noktasında.” (K25)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijital anlamı teması altında oluşturulan bir diğer kod hız kodudur. Katılımcılar dijitalle birlikte çalışma hayatı başta olmak üzere birçok alanda hız kazandıklarını, dijital teknolojilerin anlık olarak ulaşılabilir olma özelliği ile tüm süreçlerin hızlandığını ifade etmektedir. İş yapma biçimlerini önemli ölçüde etkileyen dijital araçlar ve bilgi iletişim teknolojilerinin yaygın olarak kullanılması çalışma hayatlarında hızlı sonuçlar aldıklarını ve bunun da gelişme süreçlerinde etkili olduğu noktasında K5, K14, K19 ve K25 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Big data dan bahsetmiyorum sadece arşivleme bağlamında da verileri işleyebilirsiniz. İşlenebilir olması ve daha hızlı olması anlamına geliyor.” (K5)

“Bizde dijital ortamda birçok işlem hızlı gelişebiliyor. Covid sürecinde bunu gördük aslında. Biz bu coğrafyada birçok şeyi kaçırdık belki endüstri 1.0 2.0’ı kaçırdık belki ama endüstri 4.0 yakalanacak.” (K14)

“Dijital hız, doğruluk, verimlilik, mali düşüş anlamına geliyor. Kültür zaten firmalar birbirleri ile rekabet ettikleri için bu kültür haline geliyor.” (K19)

“Her şeyin otomatik olduğu her şeyin hızlı bir şekilde yapılabildiği, bilgisayarda etkileşim kurabildiği, insanların oturduğu yerden etkileşim kurabildiği sadece bilgisayar başındaki bir cihazla işlerini gerçekleştirdiği bir alan.” (K25)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijital anlamı teması altında oluşturulan bir diğer kod hayatı kolaylaştırma kodudur. Bu doğrultuda özellikle çalışma koşullarında büyük değişimlerin yaşanarak iş yapma biçimlerinin kolaylaşması, geçmişim iş yapma şekillerindeki günleri alan işleyişin dijitalleşme ile birlikte hız kazandığını ifade eden katılımcılar dijitalin hayatı birçok alanda kolaylaştırma işlevi olduğundan söz etmektedir. K12, K27 ve K28 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Whatsapp için Instagram için facebook için TV için ayrı formatlarda istediğiniz ölçekte oluşturup kullanabiliyorsunuz. Özgürlüğü temsil ediyor dijital. Bu kadar çok varyasyona farklı şeyler yerleştirmek çok ciddi yaratım alanı sağlıyor bize. 3 boyutlu tasarımda da 0’dan bir yaratım söz konusu. Bunu da dijital ortamda yapıyorsunuz. Dijital araçları kullanarak yaratıyorsunuz artık. Yapmış olduğunuz burada farklı alanlarda farklı yerlerde çok ciddi anlamda kullanabiliyoruz.” (K12)

“Dijital bence kolaylık, esneklik, rahatlık kelimesini çağrıştırıyor.” (K27)

“Dijital bizim yaptığımız dijital otomasyon süreçlerine getiriyoruz firmaları. Veri analizleri sağlam oluyor. Ve geleceği tahmin edebiliyorlar. Dijital ikiz: firmaların karar almadan önce fikir alabilmek için simülasyonunu yapabiliyor. Yapay zekâ ürünleri oluştu artık dijitalleşme. Duygusal bir yönü yok dijitalleşmenin. Mevcut verilere dayanarak reel tabirlemelerde bulunuyor. Kişileri tanıyabiliyor. Bazen bizler tahminlerde bulunuyoruz bu yanlış olabiliyor.” (K28)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijital anlamı teması altında oluşturulan bir diğer kod küreselleşme kodudur. Katılımcılar dijitalleşmeyle birlikte küreselleşmenin de hız kazandığını, farklı coğrafyalardaki kişilerle çalışmanın, haberleşmenin, bilgi edinmenin kolaylaştığını ifade etmektedir. Lokasyonun hiçbir öneminin kalmaması ile mekansızlaşma kavramının benimsenmesi ve yine bunu en çok Covid döneminde deneyimlediklerini ifade eden katılımcılar, iş yapma biçimlerinde online iletişim kanallarının da aktif olarak kullanılması ile global dünyaya açıldıklarını, aynı zamanda personel bulma noktasında da yine küreselleşmenin büyük olanaklar sağladığını belirten K2, K22 ve K29 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Yaptığımız oyunlar mesela Amerika pazarına reklamını çıkartabiliyoruz. Oradaki kültürün bir şeyini alıp kendimizle harmanlayıp bize aktarabiliyoruz ve bunların hepsini dijitalde yapıyoruz. Ve tüm dünyaya yayabiliyoruz kültürü dijital sayesinde. Gündelik hayatımız tamamen değişti. Dijital bu kadar hayatımızda yoktu ama şimdi çocukluk evresinden hayatın her alanında olur hale geldi. Kültürleri de şekillendirebilir hal aldı dijitalleşme.” (K29)

“Ben Amerika’dan çalışabiliyorum. Sürekli Türkiye ye bağlı noktasındayım. 15 yıl önce üniversite için gittiğimde bu öyle değildi dijital daha farklı bir noktadaydı. Görüşme için bir çaba harcıyordum. Ama şimdi elimin altında iletişim. Uzak iletişim kolaylaştı.” (K22)

“Maliyetleri de değiştirdi. Dünya çağında bir kıyaslama yapabiliyoruz. Reel insanlar artık dijital dünyaya entegre bir şekilde çalışıyor.” (K2)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijital anlamı teması altında oluşturulan bir diğer kod ise yaşam tarzı kodudur. Katılımcılar dijitalin artık bir yaşam tarzı haline geldiğini, dijitalden isteseler de artık kopamayacaklarını, hayatın tüm alanına nüfuz etmesi ile dijitalin bir parçası olduklarını bu noktada gelinen son aşamada insanların teknolojiyi değil teknolojinin insanları yönetmeye başladığını, dijital teknolojilerin sosyal hayatın belirleyicisi hususunda büyük önem taşıdığını ifade etmektedir. K18, K9, K3 ve K1 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Dijital benim için: sosyal hayatın belirleyici. Bütün hayatımızın planlaması, saat saat yönetiliyoruz dijitalle. Dijital olarak yönetiliyoruz. İnternet ile birlikte de tam içerisine doğduğumuz bir süre. Ayak uydurmakta zorluk çekerken bir taraftan da bunun belirleyicisi oluyoruz. Bugün ve geleceğin bizimle büyüyen sürecin ortasındayız. Hayatın kendisi. Firma olarak da tamamen dijital. Mobil. Hareketlilik. Hız. Yeni bir kültür. Sosyal medya kanalları seçimi bile belirleyebiliyor. Bu noktada pazarlamayı yönetiyor. Kullanmamayı tercih edenler geriden geliyor bu anlamda. O yüzden ayak uydurmamız gerekiyor.” (K18)

“Son dönemlerde bu ivme hızla yükselerek devam ediyor. Eskiden Telefon örneğın şu an artık her şey için kullanıyor. Evinizdeki akıllı sistemleri bile buradan kontrol edebiliyorsunuz. Banka süreçlerinizi buradan takip ediyoruz. Dijitalleşme bir yaşam tarzına dönüştü bu anlamda.” (K9)

“Bu ne amaçla bu kelimeyi kullandığımızla değişir. Kültür ile de yaşam şekli olarak dijitalleşmeyi hayatlarına empoze edenler için vardır. Yaşam tarzı.” (K3)

“Kültür bir yaşam biçimi.” (K1)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijital anlamı teması altında oluşturulan bir diğer kod verimlilik kodudur. Analog iş yapma kurgusundan uzaklaşarak, verilerin bilgisayar ortamda sayısallaştırılması ile kazanılan zaman aynı zamanda verimliliği de beraberinde getirmektedir. Bu noktada yapılan işlerin süresi kısalmış, verilerin sayısallaştırılması ile hata payı minimize edilmiş, bünyesinde bulundukları personel sayısında küçülme noktasına gidebilmişlerdir. Bu noktada katılımcılar dijitalle birlikte hayatın daha verimli hale geldiğini ifade etmektedirler.

“Mesela bizim standart rutindeki işlerimizde rapor alınıyor örneğın müşteriye aylık rapor özeti yollanıyor. Bunun için şirketler veri hazırlama personeli kullanıyor. Oysaki veriler zaten veri tabanında içeriği belli sunumun formatı belli. Dijital ortamda bunu dijitalleştirerek o kişiyi boşa çıkarıp o kişiyi başka işlerde kullanabilir olduk. Özetle insanın daha kaliteli olarak yaşaması için gerekli kısaltmaları sağlayan teknolojik faaliyetlere ben dijitalleşme diyorum.” (K23)

“Örneğin müzisyen olanlar bilir eskiden efekt pedalları 20-30 tane pedal gerektiriyordu ama şimdi tek başına bir pedal bu işi başarabiliyor.” (K24)

“Online bir sisteme geçildi. Pandemiyle birlikte özellikle. Eğitimlere artık online katılıyor olmamız hem zaman kazanç hem de maddi kazanç sağlıyor.” (K26)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijitalin anlamı kodu altında oluşturulan bir diğer kod maddi kazanç kodudur. Her şeyin dijitale taşındığı günümüz dünyasında çalışma hayatının dijitalleşmesi ile büyük oranda maddi kazanç elde ettiklerini, pandemi ile birlikte remote çalışma şekli ile geleneksel çalışma koşullarının getirdiği ofislerde fiziki olarak bulunma zorunluluğunun kalmaması ve diğer tüm sektörlerin bu sisteme adapte olmasıyla hem ekonomik hem de zaman anlamında tasarruf elde ettiklerini dile getiren katılımcılar aynı zamanda pandemi öncesi bir ofisinin bulunması firmanın ölçeğini ve güvenilirliğini belirlediğini ifade ederken remote çalışma düzeni ile bu belirleyiciliğin de ortadan kalktığını, dijitalle birlikte hem iş gücünden hem de zamandan tasarruf ederek maddi kazanç sağladıklarını ifade etmektedir. K19, K26 ve K27 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Online bir sisteme geçildi. Pandemiyle birlikte özellikle. Eğitimlere artık online katılıyor olmamız hem zaman kazanç hem de maddi kazanç sağlıyor.” (K26)

“Çok düşük ücretlerle işinizi halledabiliyorsunuz. Bir web sayfası yapacaksınız örneğin onlar size fiyat belirtiyor ve siz istediğinizi seçiyorsunuz. Ve yaptırıyorsunuz yeter ki o kültüre adapte olun. Bunun için yazılımcı olmanıza gerek yok.” (K27)

“Dijital hız, doğruluk, verimlilik, mali düşüş anlamına geliyor. Kültür zaten firmalar birbirleri ile rekabet ettikleri için bu kültür haline geliyor.” (K19)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijitalin anlamı kodu altında oluşturulan bir diğer kod iş gücünü azaltma kodudur. Geleneksel yöntemde analog olarak yapılan işleyiş dijital çağ ile bilgisayar ortamında kodlar sistemi ile çözülmeye başlamıştır. Bu noktada iş yapma şekilleri değişmiş, personel gücüne ihtiyaç azalmıştır. Aynı zamanda sayısallaşma

ile birlikte işleyişteki hata oranları da büyük oranda minimize edilmiştir. Bu noktada katılımcıların dijitalle birlikte iş yükünün azaldığını ifade etmektedir.

“Mesleki anlamda dijitalleşme deyince bizim işimiz hedefimiz tamamen iş yerinde kullandığımız verilerin dijitalleşmesiyle ilgili. Eskiden elle toplanan veriler şimdi otomatik olarak toplanmaya başladı. Bir cihaz bir robot yardımıyla topluyoruz. İnsan faktöründen uzaklaşmış birtakım yöntemlerden bahsediyorum.” (K3)

“İnsanların daha kaliteli yaşamak için standart olarak yaptığı işleri ya sürelerini kısaltmak ya da otomatikleştirerek daha değerli işler için harcamak. Örneğin araba üretiminde robotların kullanılacaksa robotların kullanılması. İşte kobaltlar. Bu da bir dijitalleşme.” (K23)

“Öncelikle dijitalleşmeye birlikte önceden kâğıt üzerinde halledilen işler şimdi artık dijital ortamda yapılabilir oldu. Daha pratik oldu bu noktada. Bizim sektörümüz zaten dijitalin göbeğinde. Bizim çalışma hayatımız değişen insanlar değil, çalışma hayatını değiştiren insanlarız. Önceden insan gücü gerektiren şeyler şimdi otomatik olarak yapılabilir. Yazılımla otomatiğe dökülebiliyor. Ve o insanın yaptığı saatler alan işi saniyeler içinde yapıyoruz. Ve kişiye ihtiyaç azaldı.” (K25)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijital anlamı teması altında oluşturulan bir diğer kod dijital kimlik kodudur. Sosyal medyanın gündelik yaşama entegre edilmesi ile insanlar arasında yaratılan dijital kimlikler yeni bir kültürü oluşturmuş, alışkanlıklar değişim göstererek sosyal medya platformlarına göre şekil almıştır. Kendilerini ifade etme noktasında da daha rahat hissedildiğini ifade eden katılımcılar dijitalleşmeyle birlikte yeni sanal kimliklerin oluştuğunu, bu sanal kimlikleri istedikleri gibi inşa ettiklerini ifade etmektedir. K6 ve K22 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Türk kültürünün yine bir çerçevesi var tanımlanabiliyor ama dijital kültürün tam bir çerçevesi bir tanımı bir sınırları yok. Alışılmışlık var. Oradaki platformlardaki insanlar gerçek değil sanal. Sınırsız konuşup sınırsız cümleler kurabiliyorlar. Ya da sanal ortamda istediğin şekilde bir kimlik oluşturuyorsun.” (K6)

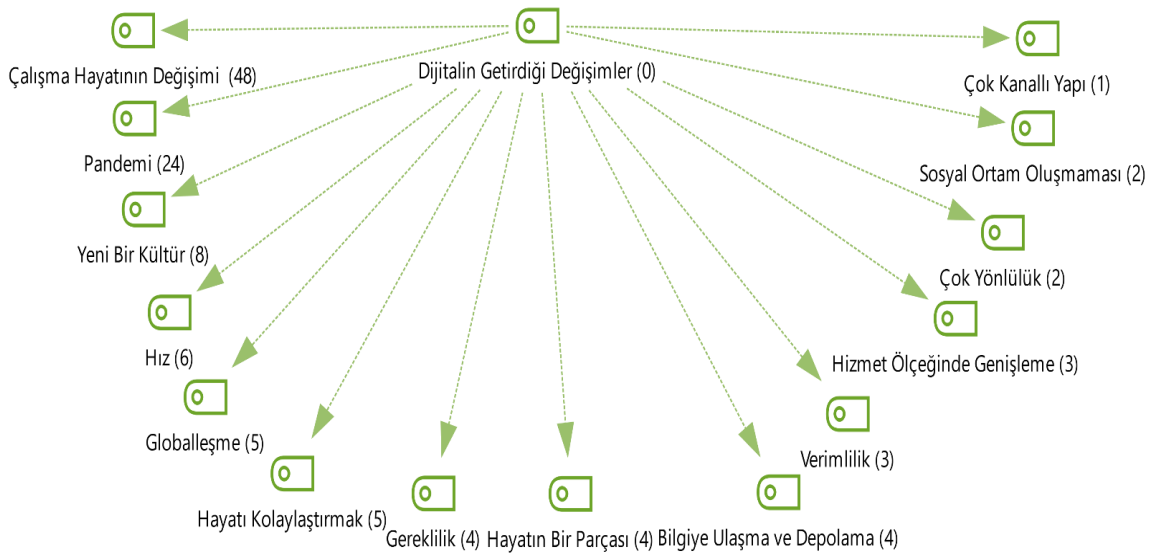
“Dijital ortamda her şeyin yapılabildiği her şeyin söylenebildiği kim olduğumuzun belli olmadığı bir yapı aslında yaşamdaki kültüre de baktığımızda. Değişen bir topluluk var. Eski adetlerimiz vardı ama şimdi istediğin kişiye istediğin şeyi söyleyebilirsin ve her an ulaşılabilirsin.” (K22)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijital anlamı teması altında oluşturulan bir diğer kod çevreyi koruma kodudur. Katılımcılar dijitalleşmeyle birlikte çevreye daha az zarar verdiklerini, verilerin dijital ortama taşınmasıyla bu uygulamaların çevreyi koruduğunu ifade etmektedir. K20 kodlu katılımcının ifadeleri şu şekildedir;

“Biz de yazılım işi yaparak dijitalleşmeye katkı sağlıyoruz. Belgeleri ortadan kaldırıp dijital ortama taşıyarak işletmelere hız kazandırıyoruz ama aynı zamanda doğayı koruyoruz.” (K20)

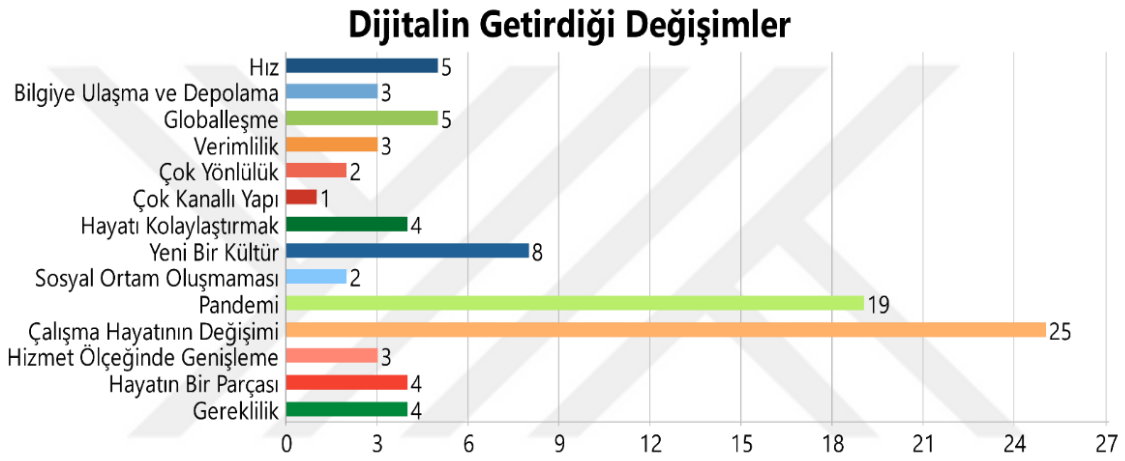
3.6.3. Tema 3 Dijitalin Getirdiği Değişimler

Katılımcıların dijitalin getirdiği değişimlerine ilişkin ifadeleri dijitalin getirdiği değişimler teması altında kodlanmıştır.



Şekil 9. Dijitalin Getirdiği Değişimler

Katılımcıların dijitali getirdiği değişimler temasına ilişkin verdikleri yanıtlar dahilinde oluşturulan kodların hiyerarşik alt kod grafiği şekil 9'ta yer almaktadır. Buna göre verilen cevaplar arasında 48 çalışma hayatının değişimi, 24 pandemi, 8 yeni bir kültür, 6 hız, 5 globalleşme, 5 hayatı kolaylaştırmak, 4 gereklilik, 4 hayatın bir parçası, 4 bilgiye ulaşma ve depolama, 3 verimlilik, 3 hizmet ölçeğinde genişleme, 2 çok yönlülük, 2 sosyal ortam oluşmaması ve 1 çok kanallı yapı kodu bulunmaktadır. Verilen cevaplardan görünen o ki dijitalin getirdiği değişimlerin çalışma hayatını büyük oranda etkilediği yönündedir.



Şekil 10. Dijitalin Getirdiği Değişimler

Katılımcıların dijitalin getirdiği değişimler temasına verdikleri yanıtlar çerçevesinde oluşturulan kodların belge temelli grafiği yer almaktadır. Buna göre katılımcıların 25'i çalışma hayatının değişimi, 19'u pandemi, 8'i 5'i hız, 5'i globalleşme, 4'ü hayatı kolaylaştırmak, 4'ü hayatın bir parçası, 4'ü gereklilik, 3'ü bilgiye ulaşma ve depolama, 3'ü verimlilik, 3'ü hizmet ölçeğinde genişleme, 2'si çok yönlülük, 2'si sosyal ortam oluşmaması, 1'i çok kanallı yapı koduna ilişkin yanıt vermiştir.

Katılımcıların dijitalin getirdiği değişimlere ilişkin öne çıkan ilk kod çalışma hayatının değişimi kodudur. Katılımcılar yoğun bir şekilde bu kod bağlamında cevaplar vermiştir. Dijitalin getirdiği değişimlerin başında çalışma hayatının ve çalışma şekillerinin değişimi olduğunu ifade etmektedirler. Buna göre K2, K4 ve K9 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Artık iş zamanıyla yaşamda iç içe geçti.” (K2)

“Ve ofis ortamında bazı anlar işe başlamak daha zaman alıyor. Ama uzaktan çalışmada insanlar daha verimli çalışmaya başladı. Tamam dışardayım ama evde takılıyorum sanılmaması adına daha özen veriri oldu işlerine. Hem çalışanla için hem firmalar için dijitalleşme önem arz etti. Mesela 20 kişilik personeliniz var onlar için 20 tane masaya ihtiyacınız var bir evden al eve bırak kültürü var. Ama şimdi bunlar da azaldı. Ekonomik boyutu da etkiledi böyle olunca.” (K4)

“Birçok firma evden çalışmaya geçti. Hibrit çalışma sistemimiz de devam ediyor ama bireysel olarak ofise gelme çalışma kültürümüzü etkiledi. İnsanlar evinde kendi düzenlerinde çalışmak istiyor. Bu ortamı sağladığınızda performanslar fark ediyor. Mesela İstanbul’da bir yerden bir yere gitmek çok zor. Bu da performansı etkiliyor. Pandemi aynı zamanda evden çalışma çok nadirdi. Hastaysan evden çalışabilirdin. Pandemi o algıyı kırdı. Ofiste çalışma kültürünü getirdi. Türkiye’nin en büyük firmaları mesela koç holding tüm çalışanlarını evden çalışmaya geçirmişti. Ve geçenlerde bir bildiri yayınladılar ve bunu kalıcı hale getirdiler. 35 binin üzerinde bir çalışanı var ve ev modeline geçti hibrit de değil. Turkcell de aynı şekilde ev modeline geçti. Bunu bizlere sağlayan dijital dönüşüm. Dijitalleşme doğru kullanılırsa faydasını fazlasıyla görebilirsiniz.” (K9)

Dijitalin getirdiği değişimler teması altında verilen bir diğer kod ise pandemi kodudur. Özellikle pandemi süreci ile çalışma hayatında hızlı bir değişimin yaşandığını, yazılım sektörlerinin zaten dijitalin içine doğduklarını bu noktada herhangi bir uyum sürecinin yaşanmadığını fakat çalıştıkları sektörlerde bu alışkanlığı kazandırmanın zor olduğunu, pandemi ile birlikte her sektörün hızlı bir uyum sürecine girdiğini ifade etmektedirler. Ayrıca pandeminin getirmiş olduğu dijital ortam farklı dijital platformların doğmasına da neden olmuştur. Çalışma hayatında bu noktada ciddi değişimler meydana gelmiştir. Toplantıların online olarak düzenlenmesi ile zaman ve mekân sorunu ortadan kalkarak hem ekonomik hem de zaman anlamında firmalar olumlu etkilenmiştir. Yine pandemi sürecinde yeni medya kanallarında değişimler meydana gelmiş, çeşitli uygulamalar kullanılmaya başlamıştır. Pandeminin birçok sektörü etkilediğini ifade eden katılımcılar pandemi sürecinin dijitalleşmeye katkısı olduğunu ve süreci hızlandırdığını, kişiler ya da kurumlar istemese bile zorunlu olarak dijitalleştiklerini ifade etmişlerdir.

“Pandemi öncesi uzaktan çalışmaya pek sıcak bakılmıyordu. Geleneksel firmalar çoğunlukta idi. Ama bunu pandemi değiştirdi. Şimdi remoult çalışma var. Ve sektörü buna alıştı. Maliyet avantajı sağladı. Masraflar ortadan kalktı. Artık online iş yapma sistemine alıştık. Eskiden ofise neden çağırıyordu çalışanları firmalar güven yoktu. Ama şimdi pandemi ile birlikte çalışanların algısı da buna dönüştü. Daha verimli bir çalışma oluştu aslında. Çalışan kendi sistemini belirledi ve daha motivasyon yüklü oldu. Kendi zamanımızı kendimiz yönetir olduk. Ve şimdi ofise çağırarak çalışanlar için işten ayrılma sebepleri oldu. İş görüşmelerinde bu bir soru oldu.” (K28)

“Covid dönemi ile bundan 50 yıl sonrasını hayal edemeyeceğiniz şeyleri şimdi yaşıyorsunuz.” (K27)

“Artık pandemiyle birlikte bir de fiziksel ortamda çalışma sistemi ortadan kalktı. Şimdi her yerde çalışabilir olduk. Dünyanın herhangi bir yerinde çalışabilir olduk. Fiziksel temas azaldı. Globalleşti bu anlamda. Pandemi bu noktada süreçleri hızlandırdı. İnsanlar artık büyük şehirlere gelmek zorunda kalmadan çalışabilir oldu. Artık sınır kalmadı. Dünyanın bir yanına saniyeler sürecinde bağlanabilirsiniz. Normal şartlarda bir sürü zaman kaybıydı.” (K25)

Dijitalin getirdiği değişimler teması altında verilen bir diğer kod hız kodudur. Katılımcılar dijitalleşmeyle birlikte birçok sürecin hızlandığını ifade etmişlerdir. Özellikle büyük şehirlerde bir yere gidebilmenin büyük zaman kaybı olduğunu belirten katılımcılar, dijitalleşmenin etkisiyle remote çalışma düzenine her sektörün adapte olduğunu böylece çalışmak için bir noktadan bir noktaya gitmek ile zaman kaybının yaşanmadığını, uluslararası çalışabilmenin ve ulaşılabilir olmanın daha kolaylaştığını, yine tüm bunların yanında dijitalleşmenin etkisiyle verilerin bilgisayar ortamına aktarılması ve büyük verilerin depolanması, saklanması ve aktarılmasında da büyük kolaylıkların yaşandığını belirten K19, K20, K24 ve K29 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Hızlandı. Maliyetler azaldı. Verimlilik ve doğruluk arttı aynı zamanda.” (K19)

“Ama tabi ki iş hayatında hız demek.” (K20)

“Benim ana branşım inşaat. Biz ilk önce parşömenlerden yani o büyük kağıtlardan kurtulduk. Proje sürelerimiz çok kısaldı. İstatistik hesaplarını yaparken bir binanın hesabını yaparken 2 3 ay sürüyorsa dijitalleşmeyle birlikte birkaç saate 1 2 güne indi. Hız.” (K24)

“Dijitalleşme bize ivme kazandırdı. Katkısı bize çok büyük. Temelimiz dijital çünkü. İnsanların teknolojiye yönelmesi bize bir artı. İvme kazandırıyor. Aynı zamanda hız. Hızlandı her şeyimiz.” (K29)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijitalin getirdiği değişimler temasına verilen kodlardan bir diğeri globalleşme kodudur. Katılımcılar dijitalleşmenin beraberinde globalleşmenin etkisi çalışma hayatında büyük önem arz ettiğini, dijital araçlar ile çalışma hayatında bir sektörden bir sektöre iş yapma biçiminin kolaylaştığını, dünyanın herhangi bir yerinde çalışabilme, ofis açabilme olanaklarının doğduğunu ifade etmişlerdir. K21, K25, K19 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Öncelikle globalleşmenin önünü açtı. Artık insanlar fiziksel ortamda bulunmadan dünyanın herhangi bir yerinde çalışabilir olmayı getirdi. Sektörde hem kaynak artışı hem ihtiyaç artışı oldu. Şu anki aşamada ihtiyaç artışının daha fazla olması ile insanlar yerel ücretlendirmeye bağlı kalmadan çalışabilme imkânı buldu. İnsanların çalışma kültüründe iş arkadaşları ekranda sadece dijital olarak gördüğü insanlara dönüştü. En önemlisi globalleşmeyi getirdi.” (K21)

“Artık pandemiyle birlikte bir de fiziksel ortamda çalışma sistemi ortadan kalktı. Şimdi her yerde çalışabilir olduk. Dünyanın herhangi bir yerinde çalışabilir olduk. Fiziksel temas azaldı. Globalleşti bu anlamda. Pandemi bu noktada süreçleri hızlandırdı. İnsanlar artık büyük şehirlere gelmek zorunda kalmadan çalışabilir oldu. Artık sınır kalmadı. Dünyanın bir yanına saniyeler sürecinde bağlanabilirsiniz. Normal şartlarda bir sürü zaman kaybıydı.” (K25)

“Evrenselleşti. Bizde yurt dışından alışan bir sürü insan var. Bu bizim iş bulma süreçlerimizi de kolaylaştırdı.” (K19)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijitalin getirdiği değişimler teması altında ifade edilen bir diğer kod hayatı kolaylaştırmak kodudur. Katılımcılar dijitalle birlikte hayatlarındaki birçok alanının kolaylaştığını, bunun hem çalışma hayatında hem de sosyal hayatta derinden hissedildiğini, birçok işleyişin dijitalle aktarılması ile zaman alan işlerin bu uygulamalar ile her telefon kullanıcısının kolaylıkla iş süreçlerinin çözöldüğünü ifade etmişlerdir. K6, K26 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Açıkçası teknoloji, teknolojiyi geçmişten günümüze değerlendirdiğimizde hayatımızı kolaylaştırmak için varlar. Evet hayatımızı da kolaylaştırıyorlar.” (K6)

“Biz yazılım sektörüüz yenilikleri takip etmemiz gerek. Sadece yazılım değil mekanik olaylar da bizi ilgilendiriyor. Mekanik olmayan otomatikleşmiş sistemleri üretmek topluma yeniliği katmak toplumsal problemi çözmek için oldukça önemli. Bu noktada bizim hayatımız çok kolaylaştı. Ama insanı yönden bakacak olursak zorluklarla da karşılaştırıyor.” (K26)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijitalin getirdiği değişimler teması altında verilen bir diğer kod hayatın bir parçası kodudur. Bu noktada gerek dijitalin içine doğanlar gerekse dijital araçlara sonradan adapte olmaya çalışan nesiller hepsini birleştiren ana nokta dijitalleşme ve dijital araçların her alanda kullanılmasıdır. Katılımcılar dijitalin farklı bir olgudansa hayatlarının birer parçası olduğunu ifade etmişlerdir. K7, K21 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“ayrı değerlendirmiyorum ayrılmaz bir parçasıyız dijitalin.” (K7)

“Her şey teknoloji çünkü.” (K21)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijitalin getirdiği değişimler teması altında oluşturulan bir diğer kod gereklilik kodudur. Katılımcılar dijitalin artık bir lüksten ziyade ihtiyaç ve gereklilik olduğunu ifade etmişlerdir. K1 ve K20 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Ben dijitalleşmenin 20 yıldır içinde çalışıyorum. Dijitalleşmenin ilk başta nice to have olan kavram şimdi must to have kavram oldu.” (K1)

“Covid bizi geriye attı genel olarak. Hedeflerimiz şaşırttı ama biz mesela evden çalışma vs şeylerine pek giremedik. Kısa bir zaman çalıştık evden. Bizim de dijitalleşmemiz gerekiyordu. Yazılım şirketiyiz evet ama çoğu şeyde sistem kurmak gerekiyor. Sistemi geç kurarsan hemen uyum sağlamazsan dolayısıyla biz de biraz uyum sağlayamadık. Ama şu an daha sistemliyiz. Artık sıkıntı kolay kolay yaşamayız diye düşünüyorum. Eskiden bu olmasa da olur dediğimiz şeylere eğildi. Normal şartlar altında eski tempo devam ediyor olsaydı belki yine 2.plana atılacaktı ama şimdi onun üzerine düşünme şansımız oldu. Dijitalleşme yolunda adımlar atmak zorunda kaldık.” (K20)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijitalin getirdiği değişimler teması altında verilen bir diğer kod bilgiye ulaşma ve depolama kodudur. Katılımcılar dijitalleşmeyle birlikte bilgiye daha hızlı ve kolay ulaşılabildiğini aynı zamanda verileri depolamanın daha kolay hale geldiğini ifade etmişlerdir. K24 ve K26 kodlu katılımcıların bu koda ilişkin ifadeleri şu şekildedir;

“Aslında dijitalleşme bizim bugünkü konumumuzu belirledi. Teknolojiyi kullanarak. Bir baktık etrafımızda sanatsal kişilerde kümelendi ve oyun geliştirmeye de yöneldik ve çok kültürlü bir yapı aldı. Artık bilgiye ulaşmak kolay. Eskiden para verip satın aldığımız şeyleri YouTube yazıp bulabiliyoruz. Sınırsız bir bilgi var yeter ki aramayı bilelim.” (K24)

“İletişim teknolojilerindeki teknolojilerle bazı işler kolaylaştı bilgi de arttı. Ama bilgiyi yakalayabilmek için teknolojik ilerlemelerin getirdiği kolayları ya da zorlukları üstlenmemiz gerekiyor. Geri de kalmamak için.” (K26)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijitalin getirdiği değişimler teması altında yer alan bir diğer kod verimlilik kodudur. Katılımcılar dijitalleşmeyle birçok alanda verimliliğin de arttığını ifade etmişlerdir. K19 ve K25 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Hızlandı. Maliyetler azaldı. Verimlilik ve doğruluk arttı aynı zamanda.” (K19)

“Öncelikle dijitalleşmeye birlikte önceden kâğıt üzerinde halledilen işler şimdi artık dijital ortamda yapılabilir oldu. Daha pratik oldu bu noktada. Bizim sektörümüz zaten dijitalin göbeğinde. Bizim çalışma hayatımız değişen insanlar değil, çalışma hayatını değiştiren insanlarız. Önceden insan gücü gerektiren şeyler şimdi otomatik olarak yapılabilir. Yazılımla otomatiğe dökebiliyoruz. Ve o insanın yaptığı saatler alan işi saniyeler içinde yapıyoruz. Ve kişiye ihtiyaç azaldı.” (K25)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijitalin getirdiği değişimler teması altında oluşturulan bir diğer kod hizmet ölçeğinde genişleme kodudur. Katılımcılar dijitalleşmeyle birlikte çalışma alanlarının genişlediğini ve büyüme imkânı yakaladıklarını ifade etmişlerdir. K1 ve K7 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Yeni yollar ekledi kolaylık katmakla birlikte ölçeklerimiz de büyüdü aynı sayıdaki kişi sayısıyla 10 kat daha büyük hacimlere hizmet verebilir olduk. Makineler ile. Hızlanma süreci oldu. Ölçekleri de büyüttü.” (K1)

“Şu an büyütülen her şeyin moda olan şeyler standart haline geliyor meta Word sanal dünya bizim şu anda uğraş alanımız. Örnekte biz şu an commercelab platformumuzu buraya entegre olacak noktaya getirmeye getiriyoruz mimari olarak. Altyapımızı değiştiriyoruz. henverd commercelab dediğimiz yapıya geçiyoruz. Bir diğer taraftan bu son kullanıcının elektronik alışveriş süreçlerini geliştirmek ışında tarafında b2c tarafından b2b tarafında da yatırım yapıyoruz çalışıyoruz. Firmalar kendi müşterileri ile de kendi müşterilerini Dijital platform alanında yapmaya başlıyorlar.” (K7)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijitalin getirdiği değişimler teması altında verilen bir diğer kod çok yönlülük kodudur. Katılımcılar dijitalleşmeyle birlikte farklı alanlarda çalışma ve birden fazla alanda uzmanlaşmaya başladıklarını ifade etmişlerdir;

“En önemli unsurlardan bir tanesi oyun motorları üzerinde söylersek sinema alanında kullanımı söz konusu değildi. Ve beraberinde oyun motorlarını animasyon şirketleri kullanmaz sadece bilgisayar şirketleri kullanırdı. Bilgisayar mühendisleri kullanırdı. Sektörümüzde oyun motorları sektöre girmesiyle birlikte ekibimize bilgisayar mühendisleri bilgisayar programcıları sektörümüze girdi ama setlerimizde yer alır hale

geldi. Normalde geleneksel bir sistemde bildiğimi dekorlar hazırlanırdı. Çekim süreci uzun sürerdi. Bu da beraberinde yeni iş alanları açıldı. Ya da var olan iş alanlarında çalışan arkadaşlarımız da yeni teknolojiyi kullanabilir olmasını gerektirdi. Radyo televizyoncular mesela eskiden oyun motoruyla ilgilenmiyordu. Ama şimdi aranan özellikler arasında. Çok yönlülük.” (K12)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijitalin getirdiği değişimler teması altında verilen bir diğer kod sosyal ortam oluşmaması kodudur. Özellikle yine pandemi ile yaşanan değişimler arasında sosyalleşmenin artık giderek azaldığını, remote çalışma düzeni her noktadan insanı bir araya toplayabildiğini fakat bunun dijital ortamda gerçekleştiğini, fiziksel temasın azaldığını, ofis kültürünün kalmadığını ifade eden katılımcılar dijitalleşmeyle birlikte iş ortamında ve iş arkadaşları arasında sosyalleşmenin azaldığını belirtmişlerdir. K5, K28 kodlu katılımcıların bu koda ilişkin ifadeleri şu şekildedir;

“Sosyal kısmı var bir de bu işin. Bir insanın üç farklı arkadaşı olur, ailesinden gelen, işten gelen okuldan gelen. Yazılım sektörü İstanbul’da öbekleşmiştir. Kayseri de bir ortamda yaşayan bir kişi İstanbul’da kendine yeni bir ortam oluşturabiliyordu. Ama şimdi evden çalışma kısmında kendine sosyal ortam kurmakta büyük problem. Bence önümüzdeki yıllarda bunu çok tartışmaya başlayacağız. İş çıkışı içtiğiniz bir kahve kültürü vardı.” (K5)

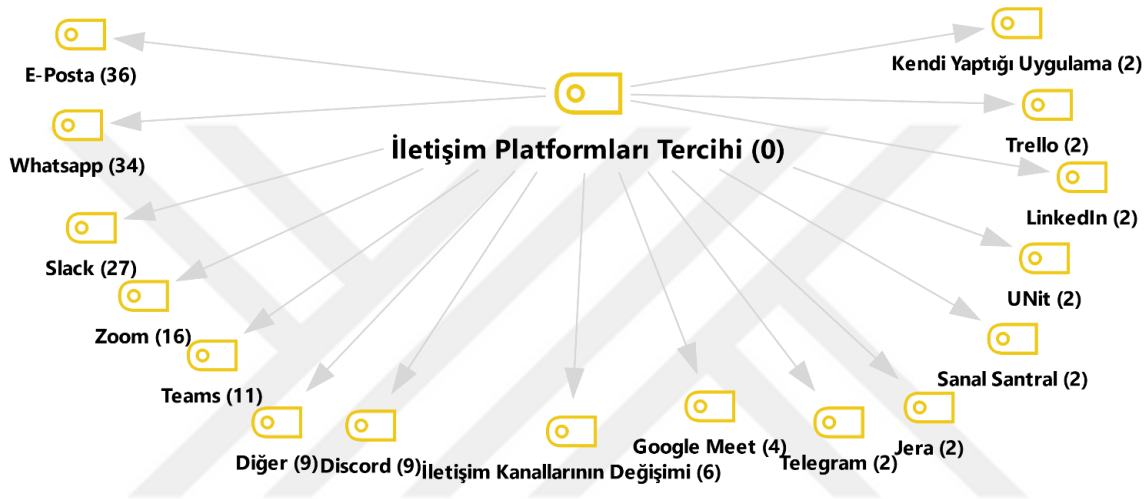
“Bazen sosyalleşmeyi özleyorz tabi ki ama artık ofis ortamı bitti o devir bitti artık. Ve tabi ki zaman kaybı şu an büyük şehirler için. Mesainin yarısı yola gidiyordu. Motivasyon kaybı. Güzel bir kültür dönüşümü oluştu.” (K28)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dijitalin getirdiği değişimler teması altında verilen bir diğer kod çok kanallı yapı kodudur. Katılımcılar dijitalleşmeyle birlikte birden farklı alanda hizmet vermeye başladıklarını ifade etmişlerdir. K7 kodlu katılımcının ifadesi şu şekildedir;

“İlk başta üç aşama yasandı. Önce birçok kanallı olma evresi yaşandı mağaza kanalından hizmet vermek online hizmet vermek sonrasında bunları çapraz kanal dediğimiz etkileşimi sağlayacağımız uygulama aşamasına geçti sektör en son da bütünleşik

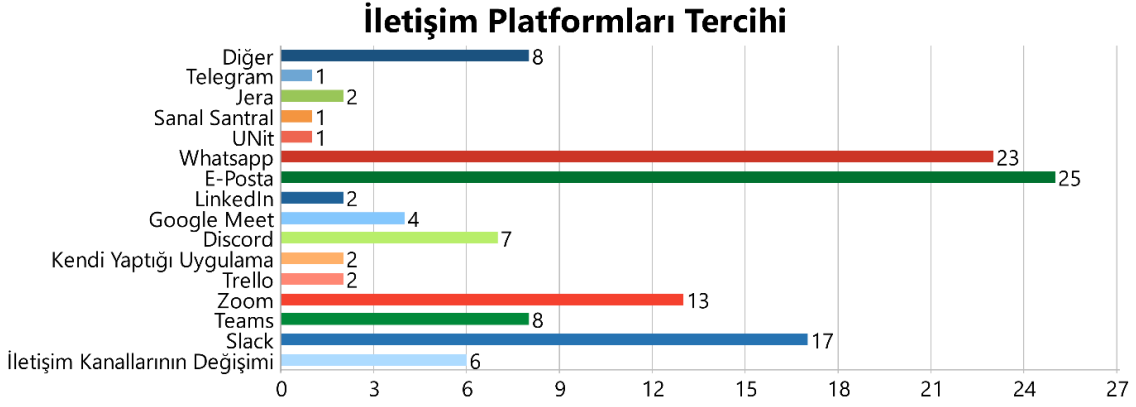
kanal dediğimiz aşamaya evrildik bunun temel olarak iş yapış biçimindeki etki olarak bütün kanal arasındaki ürün hizmet ve kampanya ve kullanıcı deneyimini bütünleştirmek ve her kanalda kaldığı yerden devam edecek bu similer experience olan standartları oluşturmak için oluşturduk. Şu anda geldiğimiz nokta moda aslında” (K7)

3.6.4. Tema 4 İletişim Platformları Tercihi



Şekil 11. İletişim Platformları Tercihi

Katılımcıların iletişim platformu tercihi temasına yönelik oluşturulan kodların kod temelli grafiğine şekil 11’te yer verilmiştir. Buna göre 36 e-posta, 34 WhatsApp, 27 Slack, 16 zoom, 11 teams, 9 diğer, 9 discord, 6 iletişim kanallarının değişimi, 4 google meet, 2 telegram, 2 jera, 2 sanal santral, 2 UNit, 2 LinkedIn, 2 trello, 2 kendi yaptığı uygulama kodu bulunmaktadır.



Şekil 12. İletişim Platformları Tercihi

Katılımcıların 25’i e-posta, 23’ü WhatsApp, 17’si slack, 13’ü zoom, 8’i teams, 8’i diğer, 7’si discord, 6’sı iletişim kanallarının değişimi, 4’ü Google meet, 2’si jera, 2’si trello, 2’si kendi yaptığı uygulama, 2’si LinkedIn, 1’i telegram, 1’i UNit ve 1’i sanal santral koduna yanıt vermiştir.

Katılımcılar her ne kadar hızlı ve aktif iletişim kurabilecekleri WhatsApp ya da zoom gibi uygulamaları kullansalar da resmi yazışmalarda hala e-posta kullanmayı sürdürdüklerini, yazılı bir doküman kalması hususunda mailleşmenin önemli olduğunu ifade etmişlerdir. K21, K6 K18 ve K29 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Yazılı kalması gereken şeyler de mailleşiyoruz.” (K21)

“Evrak iletişimde mail kullanıyoruz. Resmi bir kuruma yazılıyorsa ve saklanması gerekiyorsa kesinlikle mail şirket maili kullanıyorum. Maillerimi saklarım.” (K6)

“Daha profesyonel olmak gerekir. Whatsapp anında saniyelik ulaşılabilir. Ama mail daha yönetilebilir. Arşiv özelliği var.” (K18)

“Mailleşme yine kendi içimizde yok. Şirket dışında yazılı olması adına mailleşme kullanıyoruz.” (K29)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda iletişim platformları temasının altında yer alan kodlardan bir diğeri Whatsapp kodudur. Katılımcıların şirket içinde anlık iletişim kurmak için kullandıkları uygulamaların başında WhatsApp gelmektedir. Katılımcıların bazıları WhatsApp uygulamasını işleyişlerinde kullanmadıklarını bu platformun kişisel olduğunu ve personellerinin anlık olarak herkes tarafından ulaşılmasını istemediğini ifade ederken bir yandan müşterileri ile hızlı ve anlık olması nedeniyle WhatsApp aracını tercih ettiklerini bu bağlamda dış iletişim kanalında kullandıklarını, iş yapma sürelerini hızlandırdığını ifade etmişlerdir. K7, K10, K21 ve K8 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Chat programı olarak Whatsapp kullanıyoruz müşterilerle iletişimde çok fazla Whatsapp kullanıyoruz mailleşme bu noktada bizde daha geride. Olay biraz konu bazlı operasyon pazarlama satış gibi alt gruplar kurup müşterilerle ilgili herkese ulaşabiliyoruz. Her şeyin gruplar üzerinde dönüyor.” (K7)

“Telefon sonrasında geliyor. En çok bunları kullanıyoruz. Whatsapp uygulamaları ya da anlık ileti uygulamalarını çok fazla kullanıyoruz.” (K10)

“Anlık paylaşımlar için Whatsapp kullanıyoruz.” (K21)

“Proforma oluşturup gönderirken bile artık WhatsApp’tan yolluyoruz. Kendi iş süreçlerimizde de kullanıyoruz. Biz yerinde çalışan bir firmayız. Remoult çalışmıyoruz.” (K8)

Katılımcıların iletişim platformlarından bir diğeri de slack uygulamasıdır. Özellikle oyun sektörünün hâkim olduğu firmalar ile yazılım sektöründeki firmaların yeni iletişim kanalları arasında slack uygulamasını Whatsapp uygulamasına göre daha çok tercih ettikleri belirtilmiştir. Bu uygulamanın WhatsApp’a göre daha kurumsal olduğunu, işleyişin daha doğru yapıldığını, WhatsApp’ı kişisel iletişim aracı olarak gördüklerini ifade etmişlerdir. Bu uygulamanın katılımcılar arasında aktif bir şekilde kullanıldığı gözlemlenmektedir. K4, K5 ve K22 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Birincil iletişim aracımız slack.” (K4)

“Ama şimdi işte slackten birçok iş çözülüyor.” (K5)

“Slack kullanıyoruz bunu 2013’lü yıllarda kullanmaya başladık. (K22)

Katılımcıların iletişim platformları teması altında verdikleri yanıtlardan bir diğeri zoom’dur. Özellikle pandemi sonrası zoom uygulamasını toplantı ve görüşmelerde daha çok tercih ettiklerini ifade eden katılımcılar;

“Zoom kullanıyoruz toplantılarda. Kaliteli. Ve kullanım yüzü kolay.” (K6)

“toplantıları zoom üzerinden gerçekleştiriyoruz.” (K9)

“Toplantılarımızı zoom üzerinden yapıyoruz.” (K27)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda iletişim platformu temasına ilişkin oluşturulan bir diğerkod teams’dır. Bazı katılımcılar toplantı için bu uygulamayı kullandıklarını dile getirmişlerdir;

“Covid sürecinden sonra Teams i kullanır hale geldik şirket içi iletişimde.” (K20)

“Online toplantı olarak biz herkesin kullandığı Teams” (K23)

“Teams gibi daha hızlı daha anlık insanların daha samimi konuşabileceği bir ortama geçtik.” (K25)

Katılımcıların iletişim platformlarına ilişkin oluşturulan bir diğerkod discord kodudur. Oyun sektöründeki çoğu firmanın artık discord üzerinden haberleştiklerini, bu uygulamaya tüm çalışanlarının adapte olduğunu, ofiste bir arada bulunan personelin toplantılarını discord üzerinden gerçekleştirdiklerini, toplantı masasının sürekli aktif olduğunu, hatta bazı katılımcıların uygulamayı hiç kapatmadıklarını ifade etmişlerdir;

“Genelde şu an en çok discord üzerinden yürütüyoruz. Eskiden toplantı masasında toplantıyorduk şimdi discord üzerinden oturum açıyoruz.” (K8)

“Discord bu anlamda çok başarılı hemen toplantı açalım vs. bir gün oyun oynarken biz discordtan oynuyoruz dediler. Biz sonra pandemi sürecince her şeyi oraya taşıdık. Odalar vs oluşturduk ve herkes evde çalıştığında düzenli çalıştığında çok daha verim aldık.” (K24)

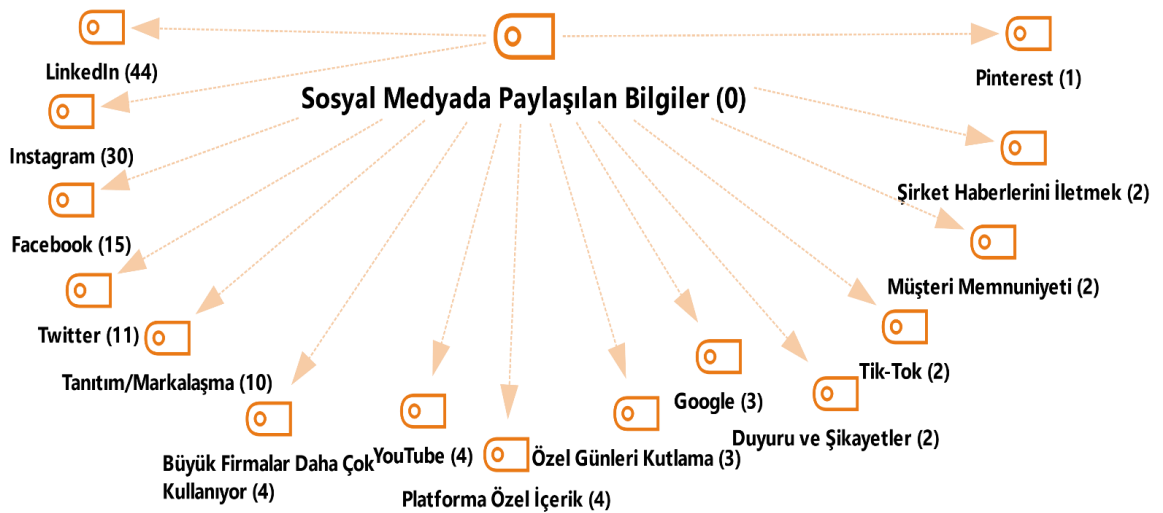
Katılımcıların iletişim platformlarına ilişkin oluşturulan bir diğer kod iletişim kanallarının değişimi kodudur. Katılımcılar iletişim kanallarının süreç içerisinde değiştiğini ve önemlerini kaybettiğini dile getirmektedir. Dijitalleşmenin etkisiyle insanlar hızlı olmaya alışmıştır. Bu noktada hızlı olan iletişim kanallarını tercih etmek daha cazip gelmektedir. Bazı firmaların bu noktada mailleşme süreçlerinin her geçen gün azaldığını, hızlı anlık olabilmek için diğer platformları kullandıklarını, yazılı bir doküman kalması adına ya da hukuksal süreçlerden kaynaklı mailleşmeyi kullandıklarını ifade etmişlerdir.

“Mailleşme azaldı.” (K19)

“E-postadan uzaklaştık.” (K25)

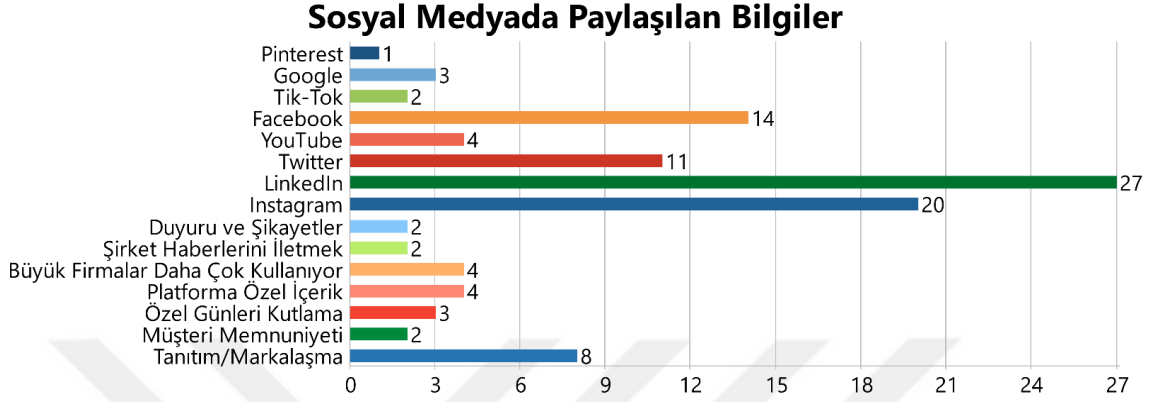
“Mailleşme bizim sektörü de kaldırdık.” (K28)

3.6.5. Tema 5 Sosyal Medyada Paylaşılan Bilgiler



Şekil 13. Sosyal Medyada Paylaşılan Bilgiler

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda oluşturulan bir diğer tema sosyal medyada paylaşılan bilgiler temasıdır. Bu temaya ilişkin kodlar ve kodların kod temelli frekanslarına şekil 13'te yer verilmiştir.



Şekil 14. Sosyal Medyada Paylaşılan Bilgiler

Katılımcıların sosyal medyada paylaştıkları bilgilere ilişkin oluşturulan kodlar ve bu kodların belge temelli grafiğe yer verilmiştir. Buna göre katılımcıların 27'si LinkedIn, 20'si Instagram, 14'ü facebook, 11'i Twitter 8'i tanıtım ve markalaşma, 4'ü YouTube, 4'ü büyük firmalar daha çok kullanıyor, 4'ü platforma özel içerik, 3'ü Google, 3'ü özel günleri kutlama, 2'si tik-tok, 2'si duyuru ve şikayetler, 2'si şirket haberlerini iletme, 2'si müşteri memnuniyeti, 1'i Pinterest yanıtını vermiştir.

Sosyal medyada paylaşılan bilgiler teması altında en çok yanıt alan kod LinkedIn kodudur. Katılımcılar çalışma hayatı, personel bulma, müşteri bulma, şirket haberlerini iletme gibi farklı amaçlarla bu uygulamaları kullandıklarını ifade etmişlerdir. Genel kullanım profesyonel kimliklerinin temsili olarak kullanılmaktadır. Bu noktada firmaların markalaşması adına LinkedIn'in önemli bir yer tuttuğunu, firmalarla birebir olarak (B2C) görüşmeyi bu kanaldan sağladıklarını o yüzden önemli olduğunu, ayrıca personel bulma noktasında da yararlandıklarını, Kariyer.net uygulamasının yerini artık LinkedIn kanalının aldığını vurgulayan K1, K16, K10 ve K28 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“linkedin'i şirket haberlerini iletme için ve personel bulmakla ilgili kullanıyoruz.”

(K1)

“LinkedIn aday bulabilmek için ve yatırımcıların ilgisini çekebilmek için kullanıyoruz. Pr yapmaya en çok linkedin işime yarıyor çünkü benim işim aday çekmek. (K16)

“Daha çok linkedin i kullanıyoruz. Profesyonel sosyal medya olarak. Orada da çok çeşitli amaçlarla kullanıyoruz. Gerek şirketin sayfasından bir duyuru iletmekte ya da şirket içinde yer alan bir faaliyeti duyurmakta özel günleri kutlamada yine benzer şekilde ilan çıkıyoruz. Ya da belli başlı konularda arkadaşların yaptıkları çalışmalarını paylaştığımız dönemler oluyor.” (K10)

“LinkedIn bizim vazgeçilmezimiz. Başka da pek kullanmıyoruz. LinkedIn bizim için aynı zamanda kariyer bulma noktası. Bizim sektörde olmazsa olmaz. Instagram facebook kullanmıyoruz bizim reklam dünyamız yok. Profesyonellik LinkedIn bizim için. Bizim sektörde LinkedIn de profili olmayan kişiyi işe almıyoruz yani. Güncel değilse de neden güncel değil diye soruyoruz.” (K28)

Katılımcıların sosyal medyada paylaştıkları bilgiler teması altında oluşturulan bir diğer kod Instagram kodudur. Katılımcılar Instagram’ı marka tanıtımı, şirket haberlerini iletme ve reklam gibi farklı işlevler için kullandıklarını dile getirmişlerdir. K8, K27 ve K20 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Instagram sosyal etkinliklerimizi, her yıl düzenli yaptığımız kampları vs. yapıyoruz.” (K8)

“Şu ana kadar facebook kullanıyorduk ama genç arkadaşlar bana yüklendi hocam artık facebook kullanan kalmadı dedi ben de bunu anlayamıyorum ama kısa bir süre önce sosyal pazarlama alanında bir arkadaşla çalışıyoruz markalaşmayı ele aldı. Artık Instagram üzerinde de bir yapılanmamız oluyor.” (K27)

“Müşteri portföyü bizim Instagram’da.” (K20)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda sosyal medyada paylaşılan bilgiler teması altında oluşturulan bir diğer kod facebook kodudur. K5 ve K29 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Facebook ve Instagram paralel gidiyor.” (K5)

“Facebook Twitter Instagram hepsinde varız.” (K29)

Katılımcıların sosyal medyada paylaştıkları bilgiler teması altında oluşturulan bir diğer kod Twitter kodudur. Katılımcılar Twitter’ı da iş amaçlı kullandıklarını, ekonomik ve güncel olayları takip etmek amaçlı kullandıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca yurt dışında Twitter uygulamasının çok aktif olarak kullanıldığını, yurt dışı müşterilerinin Twitter’ı kullanıp kullanmadıklarını sorduklarını yurt dışı pazarında geri kalmamak için uygulamada hesap açtıklarını belirten K6 ve K22 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Twitter’ı dünya gündemi takip etmek için kullanıyorum. Çünkü hızlı bir akış var diğer platformlara göre. Burayı sadece işimdeki süreçlerin gündem değişimi ona göre yön çiziyoruz. Özellikle ekonomiyi de oradan takip ediyoruz. Çünkü yatırımlarımız var.” (K6)

“Ama Amerika mesela çok fazla Twitter kullanıyor. Yurt dışı pazarı için bunu kullanmamız gerekiyormuş. Şimdi orayı güçlendirmemiz gerekiyor. Amerika’da Twitter’ın neden yok diye soruyorlar çünkü.” (K22)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda sosyal medyada paylaşılan bilgiler teması altında yer alan bir diğer kod tanıtım/markalaşma kodudur. Katılımcılar sosyal medyayı tanıtım ve markalaşma amacıyla kullandıklarını ifade etmişlerdir. K10, K20 ve K26 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Google da yine arama sonuçlarında insanlara hitap ediyorsunuz ulaşıyorsunuz. Oraları da takip ediyoruz. Markalaşma çalışmalarımız var. Sektör spesifik bir şirketiz. Genele hitap etmiyoruz.” (K10)

“Ürünlerimizi tanıtıyoruz daha çok ama daha ağırlıklı olarak özel gün kutlamasını paylaşıyoruz.” (K20)

“Genellikle reklam amaçlı kullanıyoruz. Ürün tanıtım için.” (K26)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda sosyal medyada paylaşılan bilgiler temasının alt kodlarından diğeri büyük şirketler daha çok kullanıyor kodudur. Katılımcılar büyük şirketlerin sosyal medya araçlarını daha fazla kullandıklarını dile getirmişlerdir. K3 ve K15 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“İş alım süreçlerimiz referans yoluyla oluyor çünkü daha küçük bir işletmeyiz. Oranın getirdiği bir düzen var onun için kurumsallaşma sürecimizi tamamlamamız gerek.” (K15)

“Profesyonel firmaların kendilerini geliştirmesi için doğru kanallar kullanmak çok önemli evet ama biz bu düzeyde değiliz hala. Kişisel bir firma görünümündeyiz henüz. Bu tanıtım yapmak için tabi ki bizi olumsuz etkiliyor. Bu alanı yönetmek için de yetkin bir personele ihtiyacımız var.” (K3)

Sosyal medyada paylaşılan bilgiler teması altındaki bir diğeri kod platforma özel içerik kodudur. Katılımcılar her platformu farklı amaçlarla kullandıklarını ve bunlara özel içerikler hazırladıklarını dile getirmiştir.

“Bazen her platforma özel postlar hazırladığımız da oluyor. O platforma özel içerik oluşturuyoruz. LinkedIn için mesela o kullanıcılara göre oluyor. Biz freelancer olduğumuz için tam böyle hem freelancer hem de alıcı tarafından bizim hedef kitlemiz bu diyemiyoruz. Her sektörden kullanıcı var çünkü.” (K4)

“Her platformun paylaşımı farklı.” (K11)

Sosyal medyada paylaşılan bilgiler teması altında yer alan bir diğeri kod özel günleri kutlama kodudur. Katılımcılar sosyal medya araçlarını özel günleri kutlama amaçlı kullandıklarını dile getirmişlerdir. K24 kodlu katılımcının ifadesi şu şekildedir;

“Yaptığımız işleri, bir iş Arge başarısı aldıysa, dış ülkeye gittiysen ya da kendi alanımızda bir etkinlikte sanatsal bir çalışmada paylaşım yapıyoruz. Özel etkinlikleri vs. her kanalda paylaşıyoruz. Tüm sosyal medyamızda paylaşımları tüm kanallarımızda yapıyoruz. Daha free kullanıyoruz başlık ve taglar da aynı oluyor hatta. Ayırmıyoruz.”
(K24)

Sosyal medyada paylaşılan bilgiler teması altında yer alan bir diğer kod duyuru/şikâyet kodudur. Katılımcılar duyuru ve şikayetler kodudur. Sosyal medya araçlarını duyuruları iletme ve şikayetleri almak amaçlı kullandıklarını dile getirmişlerdir. K13 kodlu katılımcının ifadesi şu şekildedir;

“Yaptığımız, yapacağımız yenilikler, önemli duyurular yapılıyor. Aynı zamanda şikâyet almak için de kullanıyoruz.” (K13)

Sosyal medyada paylaşılan bilgiler teması altında yer alan bir diğer kod özel gün kodudur. Katılımcılar sosyal medya araçlarını özel günleri kutlama amaçlı kullandıklarını dile getirmişlerdir. K24 kodlu katılımcının ifadesi şu şekildedir;

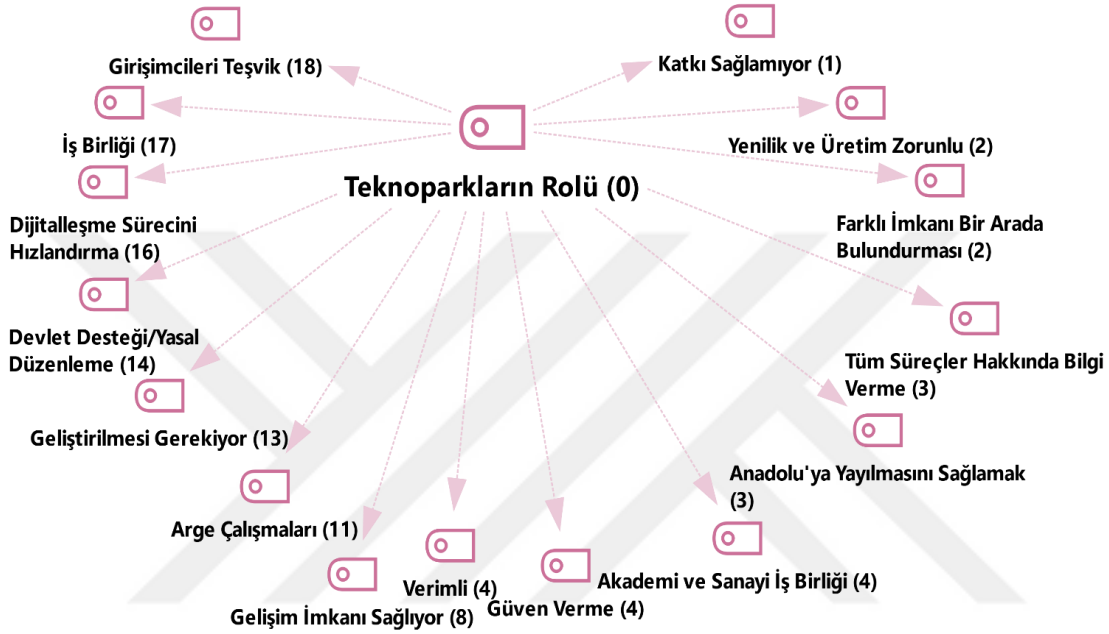
“Yaptığımız işleri, bir iş Arge başarısı aldıysa, dış ülkeye gittiysen ya da kendi alanımızda bir etkinlikte sanatsal bir çalışmada paylaşım yapıyoruz. Özel etkinlikleri vs. her kanalda paylaşıyoruz. Tüm sosyal medyamızda paylaşımları tüm kanallarımızda yapıyoruz. Daha free kullanıyoruz başlık ve taglar da aynı oluyor hatta. Ayırmıyoruz.”
(K24)

Sosyal medyada paylaşılan bilgiler teması altında yer alan bir diğer kod Google kodudur. Katılımcılar sosyal medyada bilgileri paylaşmak için Google’ı tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. K10, K20 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Google da yine arama sonuçlarında insanlara hitap ediyorsunuz ulaşıyorsunuz. Oraları da takip ediyoruz. Markalaşma çalışmalarımız var. Sektör spesifik bir şirketiz. Genele hitap etmiyoruz.” (K10)

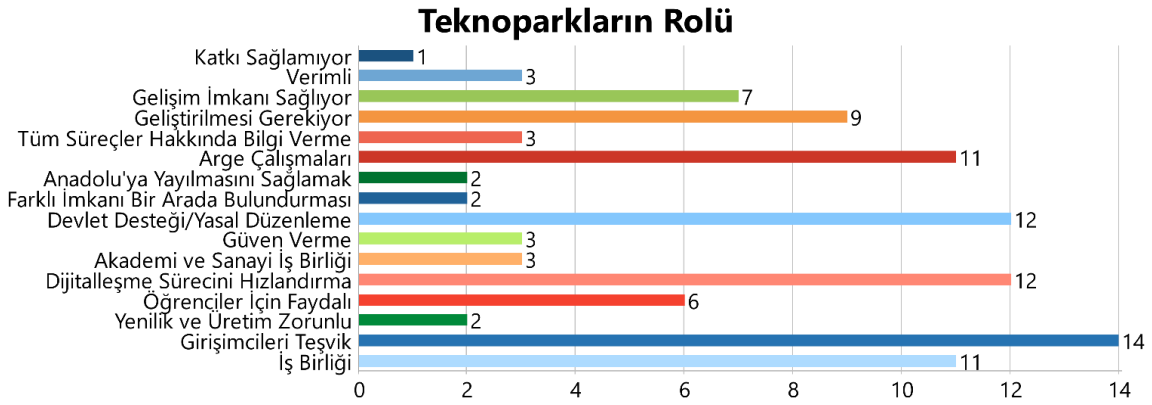
“Ama firma görünürlüğünü en çok Google reklamlarını kullanıyoruz. Orada daha kesin dönüşler alıyoruz. Instagram da evet bilinirlik ve görünürlük artabilir. Ama ihtiyaç diyorsak o zaman Google. Ön plana çıkıyoruz çünkü Google üzerinden” (K20)

3.6.6. Tema 6 Teknoparkların Rolü



Şekil 15. Teknoparkların Rolü

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda oluşturulan bir diğer tema teknoparkların rolü temasıdır. Teknoparkların rolü teması altında oluşturulan kodlar ve bu kodların kod temelli frekansları şekil 15’te yer almaktadır.



Şekil 16. Teknoparkların Rolü

Teknoparkların rolü temasına ilişkin katılımcı ifadelerinden oluşturulan kodlar grafikte belge temelli grafik olarak gösterilmektedir. Buna göre; 14'ü girişimcileri teşvik, 12'si devlet desteği/yasal düzenleme, 12'si dijitalleşme sürecini hızlandırma, 11'i arge çalışmaları, 11'i iş birliği, 9'u geliştirilmesi gerekiyor, 7'si gelişim imkanı sağlıyor, 6'sı öğrenciler için faydalı, 3'ü verimli, 3'ü tüm süreçler hakkında bilgi verme, 3'ü güven verme, 3'ü akademi sanayi işbirliği, 2'si Anadolu'ya yayılmasını sağlamak, 2'si farklı imkanları bir arada bulundurmak, 2'si yenilik ve üretim zorunlu ve 1'i katkı sağlamıyor koduna ilişkin yanıt vermiştir.

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda teknoparkların rolü temasının kodlarından ilki girişimcileri teşvik kodudur. Teknoparkların girişimcilere yönelik sağlamış olduğu destekler, avantajlar, muafiyetler girişimcileri teknoparkta şirketleşmeye itmektedir. Katılımcılar teknoparkların girişimcileri çalışmalarında teşvik ettiği ve destek olduğunu ifade etmektedir. K3, K26 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Teknoparkların kurgulanmak istenen yapıları da çok güzel. İnsanlar buraya rağbet gösteriyor. Yeni şirketler kuruluyor ve kendi araştırmalarını yapmak için şirketler faaliyet gösteriyor. Bu çok güzel dijitalleşme anlamında.” (K3)

“Bu projelere vergi muafiyeti vs olması projelerin sonuca bağlanmasına dış pazara ya da iç pazara satışını kolaylaştırıyor. Ve diğer firmaların teknoparka girmesini de teşvik ediyor. Üretim arttıkça da topluma da katkı sağlıyor.” (K26)

Teknoparkların rolüne ilişkin kodlardan bir diğeri devlet desteği/ yasal düzenleme kodudur. Katılımcılar teknoparklarda yer almanın devlet desteği ve vergilerle ilgili destek sağlaması nedeniyle katkı sağladıklarını dile getirmişlerdir. K20, K19 ve K8 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Hem de vergi avantajı var. Yüksek maliyetlerimiz var bizim. Mal alımı yapmıyoruz ama proje yansıma geliştirme adına geçen zamanımız var. Ve bu kendi başına hiç kolay değil.” (K20)

“Başarıyı ödüllendiren bir sistem var. Başarısızlığı ödüllendiren bir sistem yok. Ama işte projen başarılıysa devlet sana teşvik sağlıyor. Ama burada mümkün olduğun kadar başarısız olabilirsiniz ama destek görmelisin.” (K19)

“Teknoparklar bu noktada çok üstte çok önemli. Türkiye’de vergi sistemleri özellikle ihracat noktasında KDV desteği vs. sağlıyor ama iç pazarda üretilecek projeler için ciddi vergi yükleri var. Ama teknoparkta üretiliyorsa yazılım arge yapma konusunda destek oluyor. Bu noktada da üretim yapabilme imkânı veriyor.” (K8)

Teknoparkların rolü teması altında oluşturulan bir diğerkod ar-ge çalışmaları kodudur. Katılımcılar teknoparkların ar-ge çalışmalarına katkı sağladığını, bu noktada yönetici firmanın da mentörlük yaptığını, aynı sektörlerin bir araya gelmesiyle oluşan sinerji açısından yeni iş fikirlerinin doğduğunu dile getirmişlerdir. K10, K25 ve K18 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Türkiye’de bunun yaygınlaşmasına ve yayılmasında teknoparkların öncülük ettiğini söyleyebiliriz. Bunun yanında teknoparklarda önemli ar-ge çalışmaları yapılıyor. Ar-Ge de aslında bu dijital kültür ve dijital yolculuğun en önemli parçası. Çünkü dijital tarafta hep bir devinim ve gelişim ihtiyacı var. Doygunluk söz konusu değil. Dolayısıyla Ar ge ile her türlü desteklemek zorundasınız.” (K10)

“Aynı zamanda yeni girişimciler için de mentörlük yapması güzel. Start uplar için özellikle.” (K25)

“Ama iyi kullanıldığında teknoparklar kariyer anlamında o teşvikin şirketin kendi payında kullanırken çalışanın geriye kalan bütçe için de. Hem merkezi üssü ARGE merkezi kurmakta çok önemli.” (K18)

Teknoparkların rolü teması altında oluşturulan bir diğer kod dijitalleşme sürecini hızlandırma kodudur. Katılımcılar teknoparkların dijitalleşme süreçlerine katkı sağladığını ve hızlandığı dile getirmişlerdir. K4, K11 ve K29 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Ama bazıları da işinde kullanmıyor. Şu Kobileri bir dijitalleştiremediler mesela. İşte teknoparklar buradaki o süreci hızlandırıyor.” (K4)

“Dijital kültürün oluşabilmesi için daha uzun yolumuz var. Tek başına kültürle ya da tek başına dijitalleşmeyle olacak iş değil. Çok yönlü bir süreç. Teknoparklar bu anlamda değerli özellikle yayılabilmesi için. Ama değişkenlerden sadece bir tanesi. Ama yaratımcılar açısından çok büyük bir nimet.” (K11)

“Dönüşüme zemin hazırlayan yer teknoparklar. Mobil oyun geliştirmede en önde gelen ülkeler. Türkiye de bu noktada ivmelenebilir. Bu ivmelenmenin alt yapısını sağlayan yerlerden biri teknoparklar.” (K29)

Teknoparkların rolü temasına ilişkin oluşturulan kodlarından bir diğeri iş birliği kodudur. Teknoparkların firmalar ve kişiler arasında iş birliğini desteklediğini dile getirmişlerdir. K1, K5 ve K20 kodlu katılımcıların koda ilişkin ifadeleri şu şekildedir;

“Teknoparkların bölgesel birleştirici olması itibari ile firmalar arası iş birliği sağlıyor. Teknoparkların bir kümelenme yapısı var. Doğal olarak iş birliğini ortaya çıkartıyor. En büyük etkinin bu olduğunu düşünüyorum kolektif bir know-how oluşuyor tek bir noktada birleşmiyor. Rekabet değil birlikte bir iş birliği var. Daha iyi bir teknoloji geliştirmeye yönelik bir rekabet var bu noktada.” (K1)

“Aynı işi yapmasalar da bir etkileşim söz konusu. Kişi çeşitliliği var. Ortak bir çalışma alanı var. İş hayatı, iş yaşamı farkındalıkları var.” (K5)

“Biz zaten yazılım geliştiriyorduk. Ama bir arada çalışma imkânı sağlıyor. Bir düzen sağlıyor.” (K20)

Teknoparkların rolü temasına ilişkin bir diğer kod geliştirilmesi gerekiyor kodudur. Katılımcılar teknoparkların imkanlarının yeterli olmadığını geliştirilmesi gerektiğini bununla birlikte amacı dışında yalnızca avantajları için kullanılabildiğini de dile getirmişlerdir. K13, K25 ve K27 kodlu katılımcıların koda ilişkin ifadeleri şu şekildedir;

“Teknoparkların rolü bu anlamda düzenlemeler ve kanunlar anlamında teknolojiyi geliştirme ve kulukayı geliştirme yönünde yanlış kullanılıyor. Emlak ofisi gibi kullanılıyor.” (K13)

“Çanakkale içindeki herhangi bir yerinde yazılım işi yapıyorsa destek alabilir ya da şirketlerin belli dönemlerindeki yaptıkları teknolojilere göre vergi avantajı alabilmeliler. Çünkü teknoparklarda alan kısıtı olabiliyor. Alan kısıtı olunca da yeni girişimcilerin projelerini yapmaları ertelenebiliyor.” (K25)

“Ama benim bir projem var 8 modelli 2 tanesini yurt dışında geliştirdik kalanında hala devam ediyor işi yaptık parasını aldık faturasını kestik ama teknoparkın kuralında burada gelir vergisi olmasın KDV olmasın. Vergi denetimine girdiğinde siz diyor proje bitmeden bunu kesemiyorsunuz. Proje diyelim 5 yılda bitti e ben 5 yılda hiç gelir elde edemeyecek miyim? E sonra deniliyor ki patent var mı? Dijital bir çağda dijital kültür oluşturmak istiyorsak teknopark yapısı 10 yıl önceki mantıkla çalışmamalı.” (K27)

Teknoparkların rolü temasına ilişkin bir diğer kod gelişim imkânı sağlıyor kodudur. Katılımcılar teknoparkların firmaların gelişmesine imkân sağladığını, özellikle şirketleşmemiş n kuluçka firmaları için büyük avantajları olduğunu dile getirmişlerdir. Bu koda ilişkin K3, K15 ve K24 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Prestij anlamında da avantajlı. İşin dijital platform alanında firmalar için avantaj sağlıyor.” (K3)

“Şirketlerin bir arada olması etkileşimi arttırır. Etkileşim artınca rekabet artar. Rekabet artınca kalite artar. Sirkülere olarak devam eder. Şirketlerin bir arada tutunması hem etkileşimi arttırır hem de rekabet sürecini oluşturur. Teknoparklar dijitalleşmenin yayılmasında bu anlamda çok önemlidir.” (K15)

“Türkiye'nin ekonomik durumuna baktığımızda teknoparkların avantajları var geliştirdiğimiz teknolojinin satılmasında. Patentleşmede büyük katkı sağlıyor. (K24)

Teknoparkların rolü temasına ilişkin oluşturulan bir diğer kod öğrenciler için faydalı kodudur. Katılımcılar teknoparkların öğrencilerin deneyim kazanmasında ve kültürle tanışmasında etkili olduğunu, üniversiteye yakınlığı bağlamında da staj yapma imkanlarının yaratıldığını dile getirmişlerdir. K2, K4 ve K29 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Öğrencilerin teknoparklarda deneyim kazanması kültüre adapte olması adına çok değerli bir fonksiyon.” (K2)

“Aynı zamanda öğrenciler için de bir şekilde fayda sağlıyor. Dijital olmayan üniversite öğrencisi kalmadı artık. En dijital olmayan insanlar da bile bir şekilde dijitalle iç içeler.” (K4)

“Sinerji yaratılıyor burada. Etkileşim var. Aynı sektörden kişilerin birbirini destekleyerek özellikle öğrencilerin, ön kuluçkadaki firmaların ivmelenmesini sağlıyor. Start -up lar için çok önemli noktalar teknoparklar.” (K29)

Teknoparkların rolüne ilişkin oluşturulan bir diğer kod akademi sanayi iş birliğidir. Katılımcılar teknoparkların akademi ve sanayiye birleştirmede önemli bir değişken olduğu dile getirmişlerdir. Bu koda ilişkin K5 ve K26 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Teknoparkların kampüs ortamı ve birbirine yakın şirketlerin birlikte çalışıyor olması ve güzel tasarlanmış olması anlamında çok başarılı.” (K5)

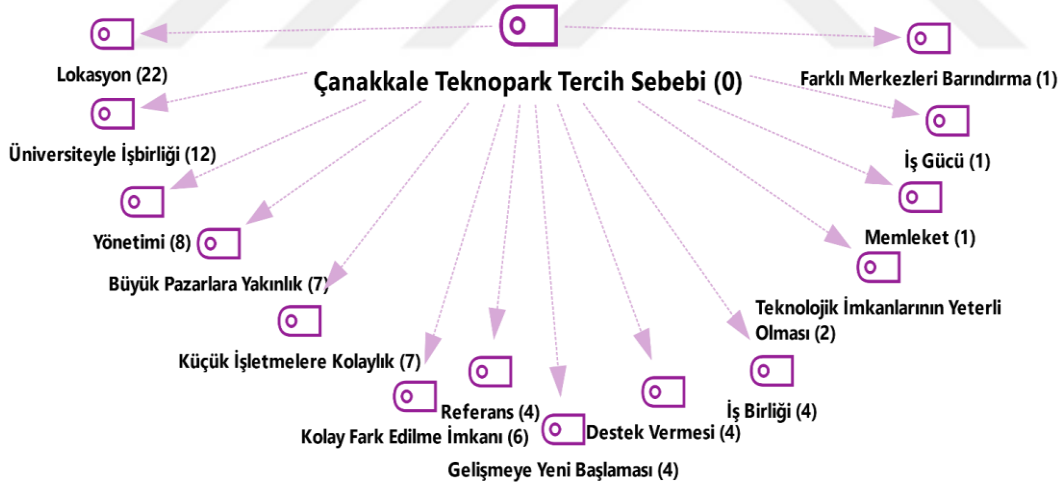
“Akademisyenler iş birliğinin olması güzel.” (K26)

Teknoparkların rolü teması altında oluşturulan bir diğer kod Anadolu'ya yayılmasını sağlamak kodudur. Katılımcılar teknoparkların dijital kültürün Anadolu'ya yayılması bağlamında önemli bir değişken olduğunu dile getirmişlerdir. Bu koda ilişkin K2 ve K10 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Her teknopark yereli önceliyor.” (K2)

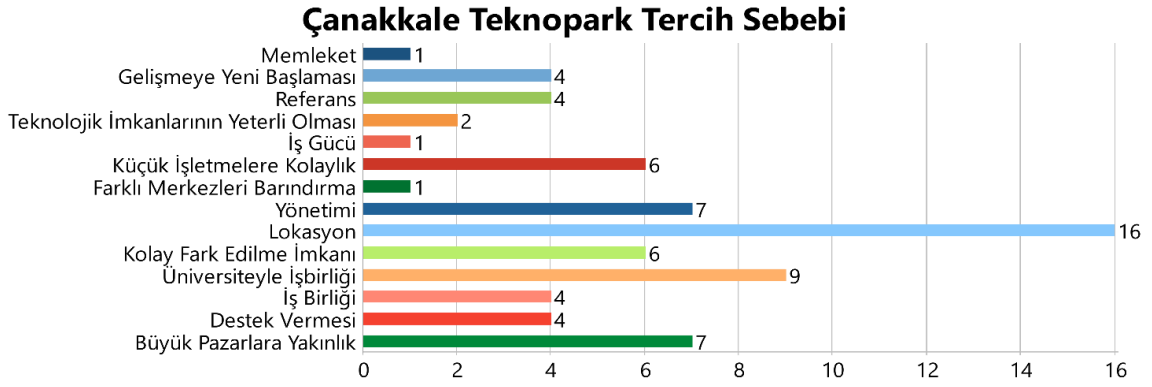
“Belli sektörler bunu kullanıyordu özellikle İstanbul merkezli olmak üzere Ankara İzmir gibi. Şu an teknoparkların faaliyete geçmesiyle bunun daha çok Anadolu'ya da yayıldığı görülmekte herkesin artık bilgiye teknolojiye bu alanla ilgili çalışma imkanlarına ya da işverenin de orada firma kurma imkanlarına sahip oldu. Türkiye’de bunun yaygınlaşmasına ve yayılmasında teknoparkların öncülük ettiğini söyleyebiliriz.” (K10)

3.6.7. Tema 7 Çanakkale Teknopark Tercih Sebebi



Şekil 17. Çanakkale Teknopark Tercih Sebebi

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda Çanakkale teknopark tercih sebebi temasına ilişkin kodlar ve kod temelli frekansları şekil 18’de yer almaktadır.



Şekil 18. Çanakkale Teknopark Tercih Sebebi

Katılımcıların Çanakkale teknopark tercih sebebi temasına verdikleri yanıtlara ilişkin oluşturulan kodlar belge temelli grafik olarak yer almaktadır. Buna göre katılımcıların; 16'sı lokasyon, 9'u üniversiteyle iş birliği, 7'si yönetimi, 7'si büyük pazarlara yakınlık, 6'sı küçük işletmelere kolaylık, 6'sı kolay fark edilme imkânı, 4'ü gelişmeye yeni başlaması, 4'ü referans, 4'ü iş birliği, 4'ü destek vermesi, 2'si teknolojik imkanların yeterli olması, 1'i memleket, 1'i iş gücü, 1'i farklı merkezleri barındırma koduna yanıt vermiştir.

Çanakkale teknopark tercih sebebi teması altında yer alan ilk kod lokasyon kodudur. Büyük şehirlerden kaçmak istediklerini ifade eden katılımcılar özellikle Çanakkale Teknopark'ın lokasyon olarak her yere yakın olması sebebiyle, İstanbul, Bursa gibi büyük şehirlere kolaylıkla ulaşım sağlayabildiklerini hem İstanbul ofislerini hem de Çanakkale ofislerini bu anlamda yürütebildiklerini bunun da tercih etme sebepleri arasında büyük önem taşıdığını dile getirmişlerdir. Koda ilişkin K8, K18 ve K25 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Teknoparkların bulunduğu bölgede olmak anlamlı. Lokasyon çok etkili bir nokta. Çanakkale bu noktada çok iyi bir konumda. Büyük şehirlerde çalışıyor olsaydım belki Çanakkale teknoparkı ilk tercih etmezdim. Ama bir kere Çanakkale'yi görseydim kesinlikle sonra Çanakkale'yi tercih ederdim.” (K8)

“Sakin huzurlu bir yer. Burada çalışmak bu anlamda güzel. Yaşamak için çok güzel bir yer. İstanbul ve Çanakkale yakın. Bütçe olarak da daha olanaklı bir şehir. Böyle konumdaki bir yere başyuru yapmamak düşünülemez. Bilgisayar mühendisliği öğrencileri

var aynı zamanda. Bizim çalışanlarımızın tamamı Çomüli bilgisayar mezunu. Bölümdeki nesiller değişiyor yeni referanslar geliyor. Bu kültürle bir işleyiş yapıyoruz. Böylece kalıcı bir çalışan sayısı artıyor. Şirket kültürüne daha uygun oluyorlar.” (K18)

Güzel bir şehir. Hedeflediğimiz pazarın içinde oyun pazarında o tip firmalara ağırlık veriyor. Sizinle aynı alanda çalışan firmaları bulabiliyorsunuz. Çanakkale teknopark alanı da güzel. Şehrin yapısı ve şehrin kültürü de etkili orayı seçmemizde. (K25)

Çanakkale teknopark tercih sebebi temasına ilişkin oluşturulan bir diğer kod üniversiteyle iş birliği kodudur. Katılımcılar tercih sebeplerinde üniversiteye ulaşabiliyor olmalarından dolayı genç girişimcilere anında ulaşabildiklerini, öğrenci staj ve personel olanaklarının kolay ilerlediğini, aynı zamanda fakültede bilgisayar bölümünün olmasıyla nitelikli personel bulmada kolaylık yaşadıklarını, akademisyenler ile iş birliği kurabildiklerini bu noktada Çanakkale teknoparkı tercih ettiklerini dile getirmişlerdir. K10, K23 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Bunlar tek başına önemli değil asıl bizim için öne çıkan nokta üniversite Arge iş birliği. Çanakkale’de bu imkân yüksek seviyede. Direkt öğrencilere üniversite akademik kadrosuna rahatlıkla ulaşabiliyor olmamız bizim için Çanakkale teknoparkı tercih etme sebeplerimizdendir.” (K10)

“Çanakkale teknoparkın üniversiteyle ilişkisinin olması önemli. Mesela bilgisayar mühendisliği var. Biz oradan personeli kolay bulabiliyoruz. Aday öğrenci bulabiliyoruz direkt. Teknopark bize öğrenci yönlendiriyor cv havuzuna kolay erişiyoruz. Ve Çanakkale teknoparkta dijitalleşmeyle birlikte de bazı bürokratik süreçler daha kolay ilerliyor.” (K23)

Teknopark tercih sebebine ilişkin oluşturulan bir diğer kod yönetimi kodudur. Katılımcıların tercihlerinde teknopark yönetiminin yöneticilerinin ve vizyonunun tercih etmede sebeplerinde etkili olduğunu, özellikle büyük teknoparklarda direkt muhatap bulamadıklarını ama Çanakkale Teknopark’ta genel müdüründen diğer personeline kadar hepsinin yakinen süreçleri takip ettiklerini, yardımcı olduklarını bunun da Çanakkale

Teknopark'ı seçmede çok etkili olduğunu dile getirmişlerdir. K4, K16 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“kurucusunun vizyonunu çok beğendik biz. Buraya başlamadan önce. Kurucu ekibinin vizyonu bizi heyecanlandırdı.” (K4)

“Genel müdürü yönetimi çok sıcak kanlı insanlar. Birbirimize destek olabileceğimizi anladık. Hep ilgili bir yapıları var yönetimin. Normalde teknoparklar daha çok ticarethane gibidir. Bakıyorsunuz İstanbul'da kurulan bir sürü teknopark var. Bu teknoparklar hızlı hızlı firmaları çevireyim teknoparkın girişimini değil de olabildiğinde kapital amaçlı yapayım. Ama Çanakkale'de biz böyle işler yapmak istiyoruz ve böyle bir atılım var. Bizi bu noktada burada tutuyor.” (K16)

Çanakkale teknopark tercih sebebi temasına ilişkin oluşturulan bir diğer kod büyük pazarlara yakınlık kodudur. Katılımcılar tercih sebeplerinde büyük pazarlara yakın olmasının etkili olduğunu bu nedenle Çanakkale teknoparkı tercih ettiklerini dile getirmişlerdir. K1, K17 ve K23 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Eser ortaya koymakta bağlayıcı bir nokta. Kümelenme marketlere yakınlık İstanbul gibi büyük pazarlara yakın. Marmara bölgesi ve büyük pazarlara yakın. Cazibe merkezi teknoparkın pozitif yaklaşımı bizim için çok önemli.” (K1)

“Çanakkale Teknopark'tan ilgi çok güzeldi. Teknopark planımız yoktu bizim. İstanbul'da kendi binamız var. Teknoparklar için bir araştırma yapmıştık İstanbul'da ama yerler dolu durumdaydı. Sonra vazgeçtik. Çanakkale bir geçiş noktası şu an. Daha da avantajlı olacak bizler için. Lokasyon olarak çok iyi bir noktada hem ege tarafında hem Marmara'ya geçiyorsun. 3 sene sonra belki burası için daha farklı şeyler konuşuyor olacağız. Çanakkale aynı zamanda sanayi olan bir yer değil o yüzden burada teknolojik ürünlerle kalkındırmak da önemli olacaktır.” (K17)

“Çanakkale İstanbul'a yakın. Çanakkale yatırım alan bir yer. Biz ilk geldiğimizde dediler ki Starbucks yoktu.” (K23)

Çanakkale teknopark tercih sebebi temasına ilişkin oluşturulan bir diğer kod küçük işletmelere kolaylık kodudur. Katılımcılar tercih sebeplerinde küçük işletmeler için avantajlı olması Çanakkale teknoparkı tercih ettiklerini dile getirmişlerdir. Büyük şehirlerdeki teknoparkların kiralalarının çok yüksek olması ve yer bulmada zorlanmalarının önemli olduğunu ifade etmişlerdir. K5, K3 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Büyük teknoparklarda özellikle olay işlerin ticarileştirilmiş boyutunda. Büyük firmalara bir sürü yer verilmiş. Bazı büyük teknoparklar küçük işletmeleri almıyor bile. Kiraları Euro ve peşin istiyor mesela. Zaten o kadar bütçe ayıracak bir start up yok. Zaten sıra da gelmiyor. Ama işte büyük işletme gidip orada kendine bir sürü ofis alabiliyor. Yer kaplıyor. İstanbul’daki teknoparklardan umudumuzu kestik açıkçası.” (K5)

“Küçük işletmeler için de çok büyük avantajları var teknoparkların.” (K3)

Çanakkale teknopark tercih sebebi temasına ilişkin oluşturulan bir diğer kod kolay fark edilme imkânı kodudur. Katılımcılar yeni kurulan bir teknokent olması ve burada kendilerini göstermelerinin daha kolay olabileceği, büyük şirketlerde kaybolup gitmek yerine gelişme gösteren bir teknoparkta en iyisi olmak daha avantajlı olacağı nedeniyle tercih ettiklerini dile getirmişlerdir. K6, K15 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Çanakkale teknoparkın daha çok yenilik avantajları vardı. Mesela eğitim avantajları yurt dışı fuarlara katılım amaçları. Yani daha gelişmekte olan yer sizi de geliştirecektir. Size de destek verecektir. Ama gelişmiş olan bir yer oralarda o paylara girebilmek daha zor. Açıkçası gelişmek istediğimiz bir firma olduğumuz için gelişmekte olan bir teknoparkta olup fark edilmek fayda sağlamak daha cazip geldi.” (K6)

“Fırsat bulduk ve burada girişimde bulunduk. Büyük teknoparklarda da olabiliydik ama büyük teknoparkların kiralaları çok olabiliyor. Ama gelişmekte olan teknoparklarla birlikte ilerlediğinizde oradan katkıyı daha hızlı alıyorsunuz. Diğer türlü büyük yerlerde küçük firmalar havuzun içinde çabuk boğuluyor. O yüzden rekabet anlamında da daha az kişiyle rekabet etmiş oluyorsun.” (K15)

Çanakkale teknopark tercih sebebi temasına ilişkin oluşturulan bir diğer kod gelişmeye yeni başlaması kodudur. Bu koda ilişkin K12, K15 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Gelişmekte olan ve yeni başlayan bir yerde olmak çok daha kıymetli.” (K12)

“Fırsat bulduk ve burada girişimde bulduk. Büyük teknoparklarda da olabilirdik ama büyük teknoparkların kiralari çok olabiliyor. Ama gelişmekte olan teknoparklarla birlikte ilerlediğinizde oradan katkıyı daha hızlı alıyorsunuz. Diğer türlü büyük yerlerde küçük firmalar havuzun içinde çabuk boğuluyor. O yüzden rekabet anlamında da daha az kişiyle rekabet etmiş oluyorsun.” (K15)

3.6.8. Öne Çıkan Diğer İfadeler

Kodlamalarda yer almayan fakat çalışma için önemli olduğu düşünülen ifadelere bu bölümde yer verilmiştir.

“Yazılımın bilişimin içindeyiz ama sigorta firması da olduğumuz için bu sosyal medya bizim için markalaşma adına çok etki oynamıyor. Hedef müşterimiz 65 tane sigorta şirketi b2c ye ihtiyaç duymuyoruz b2b şeklinde yürütüyoruz işlerimizi dolayısıyla marka algısı yaratma ve marka algısını sosyal medyada devam ettirme ihtiyacı duymuyoruz.” (K1)

“Bizim şirkette Whatsapp grubu kurmak yasak. Biri kurarsa da kapatırız. Çünkü inanların cep telefonları kişisel bir süreç. Whatsapp grubu kurulduğunda akşam da yazışma olur. Hiç kimse iş arkadaşlarıyla yakın arkadaşlık kurmak zorunda değil açıkçası. Bizim şirkette o yüzden yasak.” (K5)

“Ben de arkadaşlara şunu söylüyorum benden acil bir şey tercih ediyorsunuz e posta atın. Çünkü anlık mesajlaşmada konu değişebiliyor. Sorduğun bir soru yukarda kalıp unutulabiliyor. Mesai kavramını ortadan kaldırıyor anlık ulaşılmak istenen. Bu iletişim araçları kişilerin zamanını da taciz ediyor. Bir saatlik bir işi yapacakken defalarca bölündüğünüz için iş yapma süreciniz uzuyor dolayısıyla.” (K5)

“Instagram ve facebook gibi platformlarda gerçek kişilik olmadığı için buraları kişisel hayatımda tercih edebilirim ama iş yaşantımda kullanmıyorum.” (K6)

“Tik-tok çok enteresan bir şekilde girdi dijital dünyaya. İnsanları sınırlandırmıyor. Bazen oradan veri elde ediyoruz. Oyun fikirlerimizi oradan çıkartabiliyoruz. Oradaki trendleri takip ediyoruz. Farklı firmaların yaptığı oyunlar var onları takip ediyoruz. Oyun fikirlerini geliştiriyoruz.” (K8)

“Var olan diğer sistemlerin içinde bazı kemikleşmiş yapılar oluşabiliyor mesela ben şimdi mesela İstanbul’da ya da başka bir metropoldeki teknoparka gitmeye kalksak şirket yönetimiyle ilgili onlara çerez bir soru gibi gelirken burada bir şeylerin basında oluyor olmak çok kıymetli. Dönütler çok daha ayrıntılı ve ayrıntılı o kalabalıkta kaybolup gitmektense gelişmekte olan bir teknoparkta olmak için daha kıymetli daha uygun.” (K12)

“Şirket kültürümüzde bir zorunluluk yok. 7 24 yaşayan süreçlere hizmet veriyoruz. O yüzden de her iletişim kanalını kullanıyoruz. Sektörün gerekliliği bu.” (K14)

“E-posta kullanmıyorum. İş hayatında asla e-posta kullanmıyorum açmıyorum. Dijitalim. E-postada çok fazla spam geliyor kullanılacak durumu geçti. E-posta eski insanların alışkanlıkları. Kullanmayacağım ısrarla. Bu da bir alışkanlık. Ben e-posta akışını yönetemiyorum.” (K16)

“İş ilanını Instagram hesabından paylaşmayız ama bizi amatör gösterir. Rakiplerimiz çünkü bizi oradan takip ediyor. Rakip takibinden dolayı iş detayını çok fazla Instagram’dan paylaşmıyoruz.” (K17)

“Çalışanlar için dezavantajı da oldu mesela. Zaman kavramı ortadan kalktı. Mesai saati kavramı ortadan kalktı. Ama tabii bu işveren açısından bu sorun değil. İş hayatı ve özel hayat birbirine karıştı. Böyle bir süreç oluştu.” (K23)

“Sms’in yerini aldı. Bu da bir dijitalleşmesi. Dijital platform başka bir platformun yerini aldı. Whatsapp sms gibi kullanılır hale geldi.” (K23)

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SONUÇ

Tarih boyunca insanlığın ilerlemesini teknoloji kavramı, zaman içerisinde farklı şekiller almıştır. Teknoloji için büyük sayılabilecek adımların ilki Tarım Devrimi ikincisi ise Sanayi Devrimi olarak görülmektedir. İçinde bulunduğumuz zaman dilimi kültürün dijitalleştiği, dijital teknolojilerin hızla dünyanın her yerinde mutlak bir egemenliğe ulaştığı süreci temsil etmektedir. İnternet'in kullanılmaya başlaması ve dijitalleşmenin her alana nüfuz etmesi ile ortaya çıkan dönem Dijital Çağ olarak ifade edilmektedir. Değişimlerin yaşandığı ve dijital çağın getirisi olan internetin her alana yayılmasıyla zaman içinde dijital kültürün bireyleri oluşmaya başlamıştır. Dijital kültür sosyal dinamikleri yeni baştan kurgulamış, bununla birlikte çalışma hayatında da köklü değişimler yaşanmasına sebep olmuştur. 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren bilgi teknolojilerinin gündelik yaşamın içerisine hâkim olmasıyla birlikte dijital toplum, dijital kültür, dijital çağ gibi kavramlar gerek akademinin gerekse toplumsal alanın gündemini oluşturmuştur. Buna bağlı olarak içinde bulunduğumuz çağda bilgi ve enformasyon kavramları yan yana anılmaya başlamıştır.

Günümüz dünyasında inovasyon ve ar-ge'nin kilit noktası olarak görülen teknoparklar, bir ürünün buluşundan onun ticarileştirilmesine kadar önemli görevler üstlenmektedir. Aynı zamanda küreselleşme ve global dünyaya açılma noktasında bir köprü görevi gören teknoparklar, üniversite-sanayi iş birliği bağlamında bilimsel bilgi ve endüstriyel gelişmelerin desteklenmesi noktasında da işletmelerin tercih ettiği temel kurumsal yapılar arasında yer almaktadır. Ayrıca teknoparklar, üniversite yakınlarında ya da üniversite içinde kurulması sayesinde üniversite-sanayi iş birliğinin güçlenmesi noktasında önemli roller üstlenmektedir. Bu noktada teknoparklar; günümüz dünyasının dijitalleşmesi, kültürün dijitale aktarılması ve benimsenerek yayılması noktasında oldukça önem arz etmektedir. Bu kapsamda tez çalışması toplumsal sistem içerisinde gelişen bu yeni yapılanmaya odaklanmaktadır.

Teknoparklar dijital kültürün yayılmasında önemli bir yere sahiptir ve Çanakkale Teknopark ar-ge inovasyon süreçlerinin gerçekleşmesi noktasında iş birliklerinin oldukça başarılı bir şekilde uygulandığı bir teknoparktır. Teknoparkların günümüzdeki en önemli

fonksiyonları olan ar-ge çalışmaları önemli bir veri kabul edilmektedir ve teknopark firmalarının işletmelere sağladıkları avantajların, teknopark dışında kalan ar-ge merkezlerinin sağladığı avantajlardan daha öncelikli olduğu tez kapsamında ortaya konmuştur. Aynı zamanda teknopark bünyesinde bulunan girişimci firmaların çeşitli teşvik ve muafiyetlerden yararlanabiliyor olması, teknopark kapsamında faaliyet gösteren kuluçka ve ar-ge personellerinin kurumlar vergisi, KDV, personel SGK, personel gelir vergisi gibi muafiyetlerden yararlanabilmeleri girişimciler tarafından teknoparkların tercih edilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu noktada üniversite akademisyen ağının gelişmiş olması, gerçekleştirilen projelerde istihdam edilen öğrenci ve stajyer sayılarının da artmasına olanak tanımaktadır. Çanakkale Teknopark bünyesinde istihdam edilen akademisyen sayıları çalışma kapsamında gösterilmiştir ve çok sayıda akademisyenin Çanakkale Teknopark'ta şirket kurarak faaliyet gösterdiği yapılan araştırmalarda görülmüştür.

Çanakkale Teknopark'a ilişkin vurgulanması gereken bir diğer nokta ise dijital kültürün yayılmasında ön plana çıkan oyun tasarımları konusunda faaliyet gösteren girişimcileri desteklemesidir. Dijital kültürün önemli parçalarından bir tanesi dijital oyunlar olarak kabul edilmektedir. Bu anlamda her yaş grubundan insanın dijital oyunları oynuyor olması bireylerin dijital kültüre eklenmesini sağlamaktadır. Gerek dijital oyunlara destek vermesi gerekse dijital alanda yenilikler yaratabilen yazılım firmalarını bünyesinde bulundurması sebebiyle Çanakkale Teknopark dijital kültüre etki eden bir kurumsal yapıya sahiptir. Dijitalleşmenin kültürel etkileri üzerinden yola çıkan tez çalışması kapsamında araştırma alanı olarak Çanakkale Teknopark'ın seçilmesinde bu etkenler önemli bir rol oynamıştır.

Tez çalışmasının en önemli bölümlerinden biri olan araştırma kapsamında yapılandırılmış görüşmeler yapılmış ve bu görüşmelerde dijital, dijitalleşme kavramlarının teknopark firmalarında hangi ölçüde benimsendiği analiz edilmiştir ve dijital kültürün yayılmasında teknoparkların rolü üzerine odaklanılmıştır. Çanakkale Teknopark'ta yer alan firma yöneticileri ile yapılan görüşmelerde öncelikli olarak dijitalin ve dijital kültürün ne ifade ettiğini öğrenmeye yönelik sorular sorulmuştur. Verilen cevaplar kapsamında teknopark yöneticilerinin dijitalle entegre oldukları, çalışma hayatında dijital verileri kullandıkları ve dijitalleşen kültüre uyum sağladıkları görülmektedir. Katılımcılar bu

anlam sorusuna ilişkin uzun cevaplar vermişlerdir. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar doğrultusunda dijital iletişim araçlarının çalışma hayatında kullanıldığı, dijitalleşmenin getirmiş olduğu hız ile işleyişlerinin kolaylaştığı, dijitalleşme ile globalleşmenin de ivme kazandığı ve ekonomik boyutta firmaların avantajlı bir konuma geldiği ifade edilmiştir.

Dijital her alanı etkilediği gibi çalışma hayatını da büyük oranda etkisi altına almıştır. Bu anlamda dijitalin çalışma hayatındaki etkilerini anlamaya yönelik sorulan sorularda katılımcıların vermiş olduğu cevaplar birleştirildiğinde **Covid süreci ile dijitalleşmenin ivme kazandığı, dijitalleşme anlamında uzun yıllar alacak gelişim sürecinin çok kısa zamanda yaşandığını** ve çalışma hayatının içinde yer alan tüm bireylerin bu sürece uyum sağlamak zorunda kaldığını belirtmişlerdir. Katılımcıların ortak ifadelerine göre yaşanan bu dijitalleşme sürecinin kaçınılmaz olduğu ve sektörlere avantaj sağladığı anlaşılmıştır.

Çanakkale Teknopark'ın sektörel dağılımlarına bakıldığında çoğunlukla (%52) yazılım sektörüne ait olduğu görülmektedir. Bu bağlamda katılımcılar, kuruluş günlerinden itibaren dijitalin içinde yer aldıklarını, dijitalleşmeye çalışan bir firma olmadıklarını aksine **firmaların dijitalleşmesi noktasında faaliyet gösteren** firmalar olduklarını ifade etmişlerdir. Çalışma hayatında ve kültürün dijitalleşmesinde teknopark içinde bulunan firmaların aktif olarak rol oynadığı görülmektedir. Pandeminin yarattığı en kilit noktalardan birinin mekansızlaşma ve zamansızlaşma kavramları üzerinde olduğunu ifade eden katılımcılar, pandemi öncesinde de uzaktan çalışma (remote) sistemine geçtiklerini belirtmişlerdir. Uzaktan çalışma düzenine diğer sektörlerin geç adapte olduğu, bu süreci Covid 19 sürecinin hızlandırdığı katılımcıların verdiği cevaplar arasındadır.

Kültürün en önemli aktarıcısı ve taşıyıcısı konumu görülen dil, çalışma kapsamında dijitalleşen dünyaya entegre olduğu tespit edilen hususlar arasındadır. Yapılan görüşmelerde katılımcıların uzaktan çalışma ifadesini karşılayan remote kelimesini kullandıkları görülmüştür. Bu anlamda dijital sektörün içinde olan girişimciler dijital kültürün karşılığı olan bir kelimeyi terminolojilerine dahil ettiği görülmektedir. Aynı zamanda uzaktan çalışma, uzaktan bağlantı, zoom gibi ifadelerin yerini remote kelimesi almaya başlamıştır. Ayrıca dijital araçların kullanılması ile insanlığı yeni bir dönemin içine girerek, mekansızlaşma, zamansızlaşma gibi kavramlara da her geçen gün adapte

olmaya başlamıştır. Buna verilebilecek en güncel örnekler ise dijitalin yaratmış olduğu online platformlar olmuştur. Çalışma sektörüne büyük oranda etki eden bu süreç sektörleri hem ekonomik anlamda hem de hız kazanmaları anlamında etkilemiştir. Dünyanın her yerine online iletişim kanalları ile bağlanabildiğini gören insanoğlunun iş yapma modeli bu anlamda değişim göstermiştir.

Geleneksel yöntemle iş yapma modelleri dijital iletişim araçlarının yaygınlaşması ile birlikte değişmiştir. Çalışmanın analiz kısmında ortaya konulan tespitlerden biri de çalışma hayatında kullanılan iletişim kanallarının değişim göstermesidir. Nitekim yapılan görüşmelerde iletişim araçlarına ilişkin sorulara verilen cevaplar bu değişimi ortaya koymaktadır. Teknopark çalışanlarının kişiler arasında sıklıkla bilinen ve kullanılan iletişim araçlarından ve dijital uygulamalardan farklı araçları ve uygulamaları kullandıkları tespit edilmiştir. Buna göre teknopark çalışanlarının en fazla tercih ettiği dijital iletişim platformları arasında WhatsApp, Slack, Discord gibi iletişim platformları bulunmaktadır. Buradaki istisna bulgu daha geleneksel olarak bilinen mailleşmenin teknopark çalışanları tarafından yaygın bir iletişim platformu olarak tercih edilmesidir. Elde edilen verilere göre firmaların toplantılarını yeni iletişim platformları üzerinden gerçekleştirdikleri, fiziksel olarak bir noktada kalma zorunluluğunun ortadan kalktığı ve ofis ortamında bir araya gelen personellerin discord uygulaması üzerinden toplantı yaptıkları tespit edilmiştir. Bazı katılımcılar da iş yapma modellerinde kurumsallığı ve yazılı dokümanı önemsediklerinden dolayı mailleşmenin ön planda olduğunu WhatsApp uygulamasını kişisel iletişim kanalı olarak gördüklerini belirtmişlerdir.

Dijitalleşmenin çalışma hayatında getirdiği bir diğer değişim ise sosyal medya platformları olmuştur. Katılımcıların çoğunluğu hem markalaşma hem kurumsallaşma hem de personel bulma anlamında LinkedIn uygulamasını kullandıklarını belirtmişlerdir. Özellikle “Business to Consumer”- “Firmadan Tüketiciye” (B2C) müşteri odağında olan firmaların LinkedIn kullanımına daha fazla önem verdikleri, Facebook, Instagram, Twitter gibi kanalları kullanmayı daha az tercih ettikleri katılımcıların vermiş oldukları cevaplarda ön plana çıkmaktadır. Bir grup katılımcı ise markalaşma anlamında tüm müşteri kapasitesinin Instagram üzerinde olduğunu ifade etmiştir. Tüm katılımcılar tarafından Facebook’un markalaşma, kurumsallaşma gibi alanlarda tercih edilme oranının gün geçtikçe azaldığı ifade edilmiştir. Yine LinkedIn uygulamasının da Kariyer.net

uygulamasının yerini aldığı, işe alım süreçlerinde LinkedIn'in önemli bir yer tuttuğu ve LinkedIn'ı güncel olmayan personellerin bu konuda uyarıldığı katılımcılar tarafından belirtilen ifadeler arasındadır. Aynı zamanda Twitter uygulaması, gündemi takip etme noktasında önemli bulunmaktadır. Bazı katılımcılar yurt dışındaki müşterilerin Twitter' platformunu kullanarak iletişim kurmak istediklerini bu yüzden Twitter hesabı açmak durumunda kaldıklarını ifade etmişlerdir.

Teknoparkların dijitalleşme noktasındaki rolünü öğrenme amaçlı sorulan sorularda katılımcıların çoğu ar-ge donanımı barındıran teknoparkların dijitalleşme noktasında çok önemli olduğunu, farklı sektörlerin bir arada bulunarak iş yapma olanaklarının tanındığını, aynı sektördeki firmaların bir arada olmasıyla sinerji ağının oluştuğunu ifade etmişlerdir. Bununla birlikte katılımcılar üniversite-sanayi iş birlikleri noktasında teknoparkların önemini, üniversitenin içinde ya da yakınında kurulması sayesinde öğrencilerle hızlı ve dinamik iletişim kurulması konusundaki avantajları dile getirmiş ve bu sayede ülke ekonomisinde teknoparkların etkin rol oynadığını ileri sürmüşlerdir.

Görüşmeye katılan 29 teknopark yöneticisinden 25'i teknoparkların, sağladığı imkanlarla ar-ge faaliyetlerini gerçekleştirme ve dijitalleşme noktasında önemli bir yerde olduğunu ifade etmişlerdir. Ancak hedef pazarı yurt dışı odaklı çalışan 4 katılımcı teknoparkların dijital kültürün yayılmasında eksikliklerin olduğunu ifade etmişlerdir. Dijitalleşmenin etkilerinin olumlu yönde olduğunu ifade eden katılımcılar özellikle de küçük ölçekli işletmeler, rekabet gücünü hem koruma hem de arttırabilme adına teknoparkların kümelenme özelliğini kullanabilir konumda olduklarını ifade etmişlerdir. Bu noktada küçük ölçekli işletmelerin Çanakkale Teknopark'ın bu husustaki çalışmalarından faydalandıklarını, aynı sektör gruplarıyla rahatlıkla bir araya gelerek bir fikrin gelişmesi çalışmalarında avantajlı konumda olduklarını belirtmişlerdir. Dış Pazar odaklı çalışan diğer katılımcılar ise firmaların teknoparkları çoğunlukla vergi indirimi elde etmek, muafiyetlerden yararlanmak için tercih ettiklerini, buna karşın yurt dışındaki firmaların akademi ile yoğun ilişkiler kurarak dijitalleşmeye büyük katkı sağladıklarını ifade etmişlerdir. 4 katılımcı Türkiye'deki çalışma sisteminin hızlı sonuç almaya yönelik olmasını eleştirmiş ve bunun düzeltilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Araştırma kapsamında önem arz eden bir diğer sonuç ise firma yöneticilerinin Çanakkale Teknopark'ı tercih etmeleri hususunda coğrafi konum ve teknopark yönetiminin

vizyonunun ön plana çıkmasıdır. Özellikle İstanbul gibi büyük şehirlerden kaçmak isteyen girişimciler; büyük şehirlerde iş yapmanın yorucu bir hal aldığını, bir noktadan diğer noktaya ulaşmada göz ardı edilmeyecek bir zaman kaybının yaşandığını ifade etmektedirler. Yurdun farklı bölgelerindeki teknoparkların yerine Çanakkale teknoparkın tercih edildiği görüşmelerde ortaya konmuştur. Bu veri teknoparkların yalnızca kültürü etkileyen bir yer olmadığını, teknopark çalışanlarının, ekseninde konumlandıkları bölgenin kültürüne ve yaşam biçimine uyum sağladığını, firma çalışanlarının Çanakkale'yi tercih etme sebeplerini ortaya koymaktadır. Çanakkale jeopolitik konumu ile birçok yere yakın olmasıyla birlikte firmaların öncelikli tercih sebepleri arasında yer almaktadır. Yine oyun ve dijitalleşme alanında yapılan projelerin içerisinde yer almak isteyen firma yöneticileri buradaki yönetimin vizyonunu çok beğendiklerini ifade etmişlerdir. Bir diğer husus da diğer büyük teknoparklarda firmaların yer bulmada sıkıntı yaşaması, teknoparkların büyük şirketlere büyük ofisler kiralayarak küçük ölçekli işletmelere yer vermemesi durumudur. Yapılan görüşmelerde Çanakkale Teknopark'ın bu konuda küçük ölçekli işletmelere imkan sağladığı ve onların büyümesine bölge kültürünün bir parçası olmasına yardımcı olduğu tespit edilmiştir.

Teknopark firma yetkilileri ile yapılan görüşmelerde, teknopark firmalarının uzun süredir dijital yaşamın içinde yer aldıkları ve Covid 19 süreci ile ivme kazanan dijitalleşmenin paydaş firmalara benimsetilmesi noktasında etkili oldukları görülmüştür. Teknopark firmaları dijitalleşmenin getirdiği yeni medya araçlarının kullanılması ve yaygınlaştırılması hususunda etkin rol oynamaktadırlar.

Bu çalışma dijital kültürün yayılmasında Çanakkale Teknopark içerisinde yer alan girişimci firmaların dolayısıyla aynı sektör gruplarını bir arada bulunduran teknoparkların önemli rolünü ortaya koymuştur. Teknoparkların buldukları bölgeyi dijitalleşme anlamında önemli bir yere taşıdığı, o bölgenin kültürünü, bölge ekonomisinin kalkınmasını, günlük yaşam pratiklerini etkilediği çalışma kapsamında tespit edilmiştir. Teknopark firmalarının farklı sektördeki firmaların dijitalleşmesi konusunda rol oynadıkları görülmüştür. Aynı zamanda teknopark bünyesinde bulunan firmaların müşterilerine güven vermesi teknoparkların önemini her geçen gün arttırmaktadır. Yaratılan sinerji ortamı ile firmaların birbirleri ile kurdukları iletişim ağının iş performansını etkilediği, özellikle start-up firmalarının inovatif- uzman kişiliklerinin

oluşmasında teknoparkların önemli bir rol üstlendiği yapılan çalışmada görülmektedir. Bu noktada teknoparklar, teknolojik yeniliklerin yakından takip edildiği, geliştirildiği, ürüne dönüştürüldüğü ve ülke ekonomisine katkı sağladığı yenilik merkezleri olarak kabul edilmektedir.

Büyümenin ve globalleşmenin ilk adımlarından biri ar-ge faaliyetleri gerçekleştirmek, dijital çağın getirdiği yeniliklere uyum sağlamak, sürekliliğin içinde gelişime devam etmektir. Teknoparkların ar-ge donanımı üreten yapılar olması bağlamında dijitalleşme sürecine doğrudan ve dolaylı olarak etkileri olduğu görülmektedir. Yapılan görüşmelerde bazı firmaların dijital oyunlar ürettikleri ve geliştirdikleri tespit edilmiştir. Dijital oyunlar günümüz dijital kültürünün önemli bir parçasıdır ve bu tez çalışması teknoparkların dijital kültüre etki ettiğini ortaya koymaktadır.

Araştırma kapsamında görüşülen teknopark firma yetkilileri teknoparkların Türkiye genelinde mevcut durumlarında eksikliklerin olmasına rağmen bu ekosistemin içinde olmanın önemli olduğunu, dijital kültürün yayılmasında teknoparkların önemli bir yere sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Aynı zamanda iki farklı görüşme yöntemi uygulanan çalışmada katılımcılar online platform üzerinde kendilerini daha rahat ifade etmiş, görüşme süreleri online olarak yapıldığında daha uzun sürmüştür. Bu bağlamda dijitalin içinde yer alan firmaların dijitalle entegre oldukları çıkarımı yapılabilmektedir.

Teknolojik üstünlüğün ve dinamizmin kazanılması bilgisinin yanı sıra; onu anlamlı ve sürdürülebilir kılacak yeni üretim tarzlarını benimseyip geliştirmenin gelişmiş ülkeler arasında yer alma hususunda önemli bir rol oynamaktadır. Bu anlamda özellikle gelişmiş ülkelerin yakından takip edilmesinin önemli olduğu gözlenmiştir. Ayrıca ar-ge üreten, ürün geliştiren firmaların-personellerin özellikle Covid sonrası çalışma koşullarında değişikliklerin yapılması gerektiğini, remote çalışma sisteminin özellikle teknopark firmaları için uygulanabilir bir hal alması gerektiğini bu noktada yeni düzenlemelere ihtiyaç olduğu vurgulanmıştır. Bu çalışma Çanakkale Teknopark çalışanları üzerine yapılan araştırma sayesinde dijitalleşme ve dijital kültür kavramları ile teknopark firmaları arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Bu güçlü ilişkinin yalnızca Çanakkale Teknopark ile sınırlı olmadığı diğer teknoparkların da dijitalleşme süreçlerine katkıda bulunduğu ön görülmektedir. Dijitalleşmenin hemen tüm alanlarda dünya

genelinde yarattığı değişimlerin geri döndürülemez etkilerinin olduğu düşünölmektedir. Bu bağlamda ve çalışmadan elde edilen veriler ekseninde değerlendirildiğinde Türk toplumu açısından, bu süreçlerin dışında kalmamak, dijitalleşme hususunda dünya standartlarını yakalamak ve toplumsal yaşamı sağlıklı bir biçimde bu değişime entegre etmek için teknoparkların bilgi, deneyim ve fikirlerinden yararlanılmasının çok önemli olduğu düşünölmektedir.



KAYNAKÇA

- Adorno, T.W. ve Horkheimer, M. (2000). *Aydınlanma Diyalektiği Felsefesi Fragmanlar*. N. Ülner ve E.Ö. Karadoğan (Çev.). Kabalcı Yayınevi: İstanbul.
- Aksoy, B. (2012). “Bilgi Teknolojileri ve Yeni Çalışma İlişkiler”, *Ege Akademik Bakış*, 12(3): 401-141.
- Alcan, E. (2019), İnsan Kaynakları Yönetiminde Bilgi Teknolojisi Kullanımı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (2002). *The Other Theory: A Historical And Critical Evaluation Of Approaches to Mass Communication*. Erk Publications: Ankara.
- Alkibay S., Orhaner, E., Korkmaz, S. ve Ermeç Sertoğlu A. (2012). “Üniversite Sanayi İşbirliği Çerçevesinde Teknoparklar, Yönetimsel Sorunları ve Çözüm Önerileri”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26 (12): 65-85.
- Alparslan, B., Afşar, K. E. ve Akseki, U. (2008). “Neo-Liberal Politikalar-Ulusal Bilim ve Teknoloji Politikaları Ekseninde Türkiye ve Avrupa Birliği: Türkiye'nin Çevreleşmesi”, *2. Ulusal İktisat Kongresi*, 20-22 Şubat 2008, İzmir. 1-27.
- Arthur, B. (2011). *Teknolojinin Doğası*. İdil Çetin (Çev.). Optimist Yayınları: İstanbul.
- Artut, S. (2014). *Teknoloji-İnsan Birlikteliği*. Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Ata, B. (Ed). (2008). *Bilim Teknoloji ve Sosyal Değişme*, Pegem Akademi: Ankara.
- Ayhan, A. (2002). *Dünden Bugüne Türkiye’de Bilim Teknoloji ve Geleceğin Teknolojileri*, Beta Yayınevi: İstanbul.
- Bakouros, Y. L., Mardas, D. C., Varsakelis, N. C. (2002). “Science Park A High Tech Fantasy : An Analysis of The Science Park of Greece”, *Technovation*, 22: 123-128.
- Baldını, M. (2000). *İletişim Tarihi*. Gül Batuş (Çev.). Avcıol Basım: İstanbul.
- Basalla, C. (1998). *Teknolojinin Evrimi*. Cem Soydemir (Çev.). Doğu Batı Yayınları.
- Basile, A. (2011). “Networking System and Innovation Outputs: The Role of Science and Technology Parks”, *International Journal of Business and Management*, 5 (6): 3-14.
- Başlar, G. (2013). “Yeni Medyanın Gelisimi ve Dijitallesen Kapitalizm”, *Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

- Batur, Z. ve Uygun, K. (2012). “İki Neslin Bir Kavram Algısı: Teknoloji”, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (1): 74-88.
- Batur, Z. ve Uygun, K. (2012). “İki Neslin Bir Kavram Algısı: Teknoloji”, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (1): 74-88.
- Beddington, J. (2013) *Foresight Future Identities*. Final Project Report. The Government Office for Science, London.
- Bell, D. (2001). *An Introduction to Cybercultures*. Routledge, London.
- Binark, M. (2009). *Yeni Medya Dolayimli İletişim Ortamında Olanakların ve Olamayanların Farkında Olmalı*, <http://yenimedya.wordpress.com/2010/01/03/yenimedya-dolayimli-iletisim-ortaminda-olanaklarin-ve-olamayanlarin-farkinda-olmalı/> Erişim tarihi:07.04.2022
- Bloomberg, J. (2018, 29 Nisan). “Digitization, Digitalization, And Digital Transformation: Confuse Them At Your Peril”. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/jasonbloomberg/2018/04/29/digitization-digitalization-and-digital-transformation-confuse-them-at-your-peril/?sh=18fe56752f2c#3bfe7bdb2f2c>.
- Bozkurt, A., Hamutoğlu, N.B., Liman Kaban, A., Taşçı, G. ve Aykuş, M. (2021). “Dijital Bilgi Çağı: Dijital Toplum, Dijital Dönüşüm, Dijital Eğitim ve Dijital Yeterlilikler,” *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırma Dergisi*, 7(2), 35-63.
- Brennan, S. ve Kreiss, D. (2014, September 8) Digitalization and digitization. <http://culturedigitally.org/2014/09/digitalization-and-digitization/>.
- Brennen, S. ve Kreiss, D. (2016). “Digitalization”. K. B. Jensen, E. W. Rothenbuhler, J. D. Pooley, ve R. T. Craig içinde, *In the International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*. (s. 1-11). John Wiley and Sons Inc: USA.
- Bülbül, Y. (2008). *Teknomi Tarihsel Açından Teknoloji-Ekonomi İlişkisi*. Kitabevi Yay.: Ankara.
- Cambridge Dictionary. (t.y.). *Digitize*. Erişim: 03.07.2022, www.dictionary.cambridge.org: <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/digitize?q=digitize>
- Castells, M. (1997). *The Rise of Network Society*. Blackwell Publishers, USA-UK.
- Castells, M. ve Hall, P. (1994). *Technopoles of the world: the making of 21st century industrial complexes*. Routledge: London.
- Clerck, J. (2017). “Digitization, digitalization and digital transformation: the differences”, *i-SCOOP*. <http://www.i-scoop.eu/digitization-digitalization-digital-transformation-disruption/>

- Colombain, J. (2012). “Siberkültür (La Cyberculture)”, B. Küçükerdoğan (Çev.). *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 14, 663-685.
- Coyle, K. (2006). “Managing technology: one world digital”. *The Journal of Academic Librarianship*, 32 (2): 205-207.
- Croteau, D. ve Hoynes, W. (2003). *Media Society: Industries, Images and Audiences*. Thousand Oakes, Pine Forge, California.
- Croteau, R. David ve Hoynes C. William (2003). *Media Society: Industries, Images and Audiences*. Thousand Oakes: Pine Forge.
- Çakır, S. (2009). Teknoloji Politikası Aracı Olarak Teknoparklar ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği ve Odtü Teknokent Deneyimi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çanakkale Teknopark (t.y.). Erişim: 04.02.2022, www.canakkaleteknopark.com.tr
- Çarıkcıoğlu P. ve Polat L. (2007). “Zaman Sürücülü Faaliyet Tabanlı Maliyetleme (ZSFTM) ve Bir KOBİ Örneği”, *4.KOBİ’ler ve Verimlilik Kongresi*, İstanbul Kültür Üniversitesi, İstanbul. 517-532.
- Çengel, G. (2006). “Araştırma ve Geliştirme Bölgeleri Technoparklar”. Erişim: 24.10.2017, <http://www.legalisplatform.net/Makale/Technoparklar.pdf>.
- Deren, A. S. (2006). Sanal Ortamda Kültürel Miras Enformasyon Sistemlerinin Kurulması ve Türkiye İçin Durum Analizi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Deuze, M. (2005). “Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture”. *The Information Society*, 22(2), 63-75.
- Devlet Denetleme Kurulu. [DDK]. (2009).4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu Uygulamalarının Değerlendirilmesi ile Uygulamada Ortaya Çıkan Sorunların Çözümüne İlişkin Öneri Geliştirilmesi. Araştırma ve İnceleme Raporu. Ankara: Devlet Denetleme Kurulu
- Doğan, B. ve Sarsıcı, E. (2018). “Basel III ve KOBİ’ler Üzerine Muhtemel Etkileri”, *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 04(02): 110-116.
- Drucker, P. F. (1968). *The Age of Discontinuity. Guidelines to Our Changing Society*. Harper, New York.
- Drucker, P.F. (1994). *Kapitalist Ötesi Toplum*, Belkıs Çorakçı (çev.), İnkılâp Kitabevi: İstanbul.
- Dumanlı Kürkçü, D. (2015). İnternette Gazete Takibinde Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenler, *İnet-Tr’15, XX. Türkiye’de İnternet Konferansı*, 1-3 Aralık 2015, İstanbul Üniversitesi. 1-6.

- Dura, C. ve Atik, H. (2002). *Bilgi Toplumu Bilgi Ekonomisi ve Türkiye*. Literatür Yay.: İstanbul.
- Dutton, W.H. ve Blank, G. (2011). “Next Generation Users: The Internet in Britain” [online], *Oxford Internet Survey 2011 Report, The University of Oxford for the Oxford Internet Institute*, <http://microsites.oii.ox.ac.uk/oxis>
- Dündar, M.M. (2020). *Kobilerin Dijital Dönüşümü*. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Elbert, C. ve Duarte, C. H. C. (2018). “Digital Transformation”, *IEEE Software*, 35(4):16-21, <https://www.researchgate.net/publication/326241618>
- Ellul, J. (2003). *Teknoloji Toplumu*. Musa Ceylan (Çev.). Bakış Yayınları: İstanbul.
- Ersöz, B. (2020). “Dijitalleşme ve Bilişim Teknolojilerinin Çalışanlar Üzerindeki Etkileri”, *Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 11(42): 170 – 179.
- Eto, H. (2005). “Obstacles to Emergence of High/New Technology Parks, Ventures and Clusters in Japan”, *Technological Forecasting and Social Change*, 72 (3): 359-373.
- Etymonline (t.y.). Digital. Erişim: 31.07.2022, <https://www.etymonline.com/word/digital>
- Felsenstein, D. (1994). “University-Related Science Parks-'Seedbeds' or Enclaves of Innovation?”, *Technovation*, 14(2): 93-110.
- Fındıkcı, İ. (1998). “Enformasyon Bilgi Toplumu Dünyası; Bilgi Toplumunda Eğitim ve Öğretmen”, *Bilgi ve Toplum Dergisi*. 14(4): 695-705.
- Foresta, D., Mergier, A. ve Serexhe, B. (1995). *The New Space Of Communication, The Interface With Culture And Artistic Activities*. The Council Of Europe, Strasbourg.
- Gallino, L. (2007). *Küreselleşme ve Eşitsizlik*. Durdu Kundakçı (Çev.). Dost Kitabevi: Ankara.
- Gartner (2015) Gartner hype cycle for emerging digital technologies. Erişim: 26.04.2016, <http://www.gartner.com/newsroom/id/3114217>.
- Gartner Glossary (2020). Digitalization. Erişim: 07.04.2022, <https://www.gartner.com/en/information technology/glossary/digitalization>
- Genel, M. G. (Ed.), (2018). *İletişim Çağında Dijital Kültür*. Eğitim Yayınevi, Konya.
- Gere, C. (2008). *Digital Culture*. Reaktion Books Ltd, London, UK.
- Gezici, F., Müderrisoğlu, B., Salihoğlu, G. ve Başarır, G. (2021). *What is The Role of Techno-Parks on Regional Innovation in Turkey?*, <http://dergipark.gov.tr/gujusb>

- Gimpel, H. ve Röglinger, M. (2015). *Digital Transformation: Changes and Chances – Insights based on an Empirical Study*. Project Group Business and Information Systems Engineering (BISE) of the Fraunhofer Institute for Applied Information Technology FIT, Augsburg/Bayreuth.
- Göker, H. A. (1996). “Teknolojik Gelişmeler ve Türkiye’nin Teknoloji Geliştirme Koşul ve Olanakları”, *TMMOB Kentsel ve Kırsal Alan Gelişme Stratejileri Semineri*, 13-14 Ocak 1996, Ankara. 2-12.
- Gül, T.G. ve Çakır, S. (2014), “Teknoparklar ve Teknoloji Üretimi: İzmir Teknoloji Geliştirme Bölgesi Örneği”, *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*,9(1):
- Gülbaş, S. Y. (2011). “İnovasyon: Teknopark Modeli”, *ANKEM Dergisi*, 25 (Ek2):139-145.
- Gülsoy, S. (2020). “Sanat ve Dijitalleşme”. *Sanat Sosyolojisi* içinde (s.220-244). Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.
- Günay, G. ve Arıdurur, A. (2001). “Teknolojinin Konumu ve Neliği”, *II. Teknoloji, Kalite ve Üretim Sistemleri Konferansı*, 7-8 Haziran 2001, Bolu. 1-9.
- Güncel Türkçe Sözlük (t.y.). Dijital. Erişim: 31.07.2022, <https://sozluk.gov.tr/?kelime=dijital>
- Güvenç, B. (1996). *İnsan ve Kültür*. Remzi: İstanbul.
- Güvenç, B. (2011). *Kültürün ABC’si*. YKY: İstanbul.
- Güzel, E. (2016). “Dijital Kültür ve Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Rekabetin Aktörü: Dijital Habitus”, *Online Academic Journal of Information Technology*, 42-54.
- Harmancı, M. ve Önen, M.O. (1999). *Dünya’da ve Türkiye’de Teknopark ve Teknokent Uygulamaları*. Türkiye Kalkınma Bankası AŞ, Ankara.
- Havemann, R. (1990). *Yarın Sanayi Toplumu Yol Ayrımında, Eleştiri ve Gerçek Ütopya*. Erol Özbek (Çev.). Ayrıntı Yay.: İstanbul.
- Heidegger, M. (1998), *Teknik ve Dönüş*. Necati Aça (Çev.). Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Hemerling, J., Kilmann, J., Danoesastro, M., Liza Stutts, L. ve Ahern, C. (2018, 13 Nisan). It’s no a digital transformation without a digital culture. Erişim: 05.07.2022, <https://www.bcg.com/publications/2018/not-digital-transformation-without-digital-culture.aspx>
- Hepp, A. ve Krotz, F. (2014): “Mediatized worlds: Understanding everyday mediatization”. A. Hepp ve F. Krotz (ed.) içinde: *Mediatized worlds: Culture and society in a media age* (s.1-15). Palgrave, London.

- Hess, T., Matt, C., Benlian, A. ve Wiesbock, F. (2016). "Options for formulating a digital transformation strategy". *MIS Quarterly Executive*, 15(2): 123-139.
- Hodkinson, P. (2016). *Media, Culture and Society*, SAGE Publications. Erişim: 28.02.2022, <http://books.google.com.tr/books?id=rpgIQyInjWkC&pg=PA112&dq=The+word+digital+comes+from+the+same+source+as+the+word+digit+and+digitus&hl=tr&sa=X&ei=j>
- Hughes, L. (2004). *Digitizing collections: Strategic issues for the information manager*. Facet Publishing, London.
- Humboldt, W. (1988). *On Language*. Peter Heath (Çev.). Cambridge University Press., Cambridge
- Ilcus, M.A. (2018). "Impact of Digitalization in Business World". *Review of International Comparative Management*, 19(4): 350-358.
- Inglis, D. (2005). *Culture and everyday life*. Routledge.
- Inglis, D., Hughson, J. (2003). *Confronting Culture: Sociological Vistas*. Cambridge, UK. Malden, Mass: Polity Press.
- International Association of Science Parks International Board (IASP) (2002). Erişim: 11.06.2022, <http://www.iasp.ws/publico/index.jsp?enl=2>.
- İ-Scoop I. (t.y.) "Digitization, Digitalization And Digital Transformation: The Differences", Retrieved From <https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/digitization-digitalization-digital-transformation-disruption/>
- İnam, A. (2004). "Teknoloji–Bilim İlişkisinin İnsan Yaşamındaki Yeri". M. Kiper (Der.). *Teknoloji*. TMMOB, Ankara.
- Kahn, R. ve Kellner, D. (2004). "New Media And Internet Activism: From The 'Battle Of Seattle' To Blogging". *New Media & Society*, 6(1): 87-95.
- Karakulakoğlu, S. E. (2012). "Sosyal Medyanın Karanlık Yüzü". *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*. 2(4): 32-40. https://www.academia.edu/1933140/Sosyal_Medyan%C4%B1n_Karanl%C4%B1k_Y%C3%BCz%C3%BC
- Katz, R. L. (2017). *Social and Economic Impact of Digital Transformation*. International Telecommunications Union (ITU) Report.
- Keleş M. (2010). "Türkiye'deki Teknokentlerin Mevcut Durumun İncelenmesi", *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(11):1 -22.

- Kılıç, A. ve Ayvaz, Ü. (2019). “Üniversite-Sanayi-Devlet İşbirliğinin Sağlayıcısı Olarak Teknoparklar ve Teknoloji Transferi İşbirliklerinde Mevcut Durum”, *Savunma Bilimleri Dergisi*, 10(2): 58-79.
- Kılıçbay, B. (2004). *Bir Teknoloji Söyleminden Parçalar: Enformasyon ve İletişim Teknolojileri Kuramlarına Tarihsel Bakış. İnternet, Toplum, Kültür*. Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay (Hızl.). Epos Yayınları: Ankara.
- Kıncal, A. (2014). “Bütüncül Bir Yaklaşımla Teknoparkların Ülke Ekonomisi Üzerindeki Etkileri”, www.academia.edu, Erişim: 05/05/2022.
- Klein, M. (2020), “İşletmelerin Dijital Dönüşüm Senaryoları-Kavramsal Bir Model Önerisi”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 997-1019.
- Koç, R. (2022). “Dijitalleşen Kültür ya da Kültürün Dijitalleşmesi: Dijital Kültür Kavramı”, *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 15(38): 500-513.
- Kroeber, A. L. ve Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A critical review of concepts and definitions*. Papers of the Peabody Museum of Archaeology & Ethnology, XLVII, Harvard University.
- Lefebvre, H. (2010). *Modern Dünyada Gündelik Hayat*. I. Gürbüz (Çev.). 2. Baskı. Metis Yayınları: İstanbul.
- Matt, C., Hess, T. ve Benlian, A. (2015). “Digital transformation strategies”. *Business and Information Systems Engineering*, 57(5): 339-343. <https://doi.org/10.1007/s12599-015-0401-5>
- Mazzone, D. (2014). *Digital or Death: Digital Transformation-The Only Choice for Business to Survive Smash an Conquer*. Smashbox Consulting Inc
- Mcluhan, M. ve Powers, B. R. (2001). *Global Köy*. Scala Yayıncılık: İstanbul.
- Meder, M. (2001). “Bilgi Toplumu ve Toplumsal Değişim”, *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (9): 72-81.
- Medin, B. (2018). “Dijital Kültür, Dijital Yerliler ve Günümüzdeki Yeni Film Seyir Deneyimleri”, *Erciyes İletişim Dergisi*, 142-158.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. Sage Publications: California.
- Mosco, V. (2014). *To The Cloud: Big Data in s Turbulent World*. Paradigm Publishers: London.
- Mosco, V. ve Fuchs, C. (2014). *Marx Geri Döndü: Medya, Meta ve Sermaya Birikimi*. Funda Başaran (Çev.) NotaBene Yayınları: Ankara.

- Muro, M., Liu, S., Whiton, J. ve Kulkarni S. (2017). *Digitalization and The American Workforce*,
https://www.brookings.edu/wpcontent/uploads/2017/11/mpp_2017nov15_digitalization_full_report.pdf
- Nart, S. (2019). “Kamu Kurumlarının DNA'sı Dijital Dönüşüme Hazır mı? Meritokrasi Perspektifinden Bir Değerlendirme”. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2834-2851.
- Oblinger, D.G. ve Oblinger, J.L. (Ed.) (2005). *Educating The Net Generation*.
<http://www.educause.edu/ir/library/pdf/pub7101>
- OECD. (2018). Going digital in a multilateral world. <https://www.oecd.org/going-digital/C-MIN-2018-6-EN.pdf>
- Orhan, S. ve Savuk, F. (2014). “Emek-Teknoloji-İşsizlik İlişkisi”, *ÇSGB Çalışma Dünyası Dergisi*, 2(2): 9-24.
- Oskay, Ü. (1993). *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım*. Der Yayınları: İstanbul.
- Oxford English Dictionary (t.y.). Digital. <https://www.oed.com/view/Entry/52611>. Erişim: 31.07.2022,
- Özdoğan, O. (2017). *Endüstri 4.0: Dördüncü Sanayi Devrimi ve Endüstriyel Dönüşümün Anahtarları*, Pusula Yayınları: İstanbul.
- Özlem, D. (2002). “Teknoloji İnsani Amaçlar için Bir Araçtır”, *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*, 8, 1-9.
- Palfrey, J. ve Gasser, U. (2008). *Born Digital, Understanding The First Generation of Digital Natives*. Basic Books, A Member of the Perseus Books Group: New York.
- Pedró, F. (2006). *The New Millennium Learners:Challenging Our Views On Ict And Learning*.
- Petrescu, M. (2008). “Digitisation of Cultural Documents”. *Philobiblon: Transylvanian Journal of Multidisciplinary Research in Humanities*, 13: 547-557.
- Prensky, M. (2001). “Digital Natives, Digital Immigrants Part 1”, *On the Horizon*, 9(5): 1-6.
- Rab, Á. (2007). *Digital Culture – Digitalised Culture and Culture Created on a Digital Platform*. Gondolat: Budapest.
- Rivera, J. (2014, 4 10). *Digital Businesses Will Spot Opportunities in a Matter of Seconds*. Erişim: 04.06.2022, <http://www.gartner.com/newsroom/id/2705317>.

- Ronchi, A. M. (2009). *E Culture: Cultural Content in The Digital Age*. Springer: Dordrecht.
- Sakallı, C. ve Bahadıroğlu, D. (2018). “ İtal İletişim: Yeni Bir Dile Doğru”, *Turkish Studies*, 13(6): 129-146.
- Sarıhan, H.İ. (1998). *Rekabette Başarının Yolu Teknoloji Yönetimi*. Desnet Yayınları: İstanbul.
- Sevim, Ş. ve Öncel, M. (2006). Stratejik Bakış Açısıyla Bilişim Teknolojileri. Erişim: 09.07.2022, <http://www.muhasibetr.com/makaleler>.
- Siegel, D. S., Westhead, P. ve Wright, M. (2003). “Science Parks and The Performance of New Technology-Based Firms: A Review of Recent UK Evidence and an Agenda for Future Research”. *Small Business Economics*, 20(2): 177-184.
- Slavinski, T. ve Todorovic, M. (2019). “The impact of digitalisation on the organisational capability changes – Evidence from Serbia”. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 108: 244-245.
- Sucu, M. (2021). “Çalışanların Dijitalleşme Faaliyetlerine Uyumu ve Örgüt İklimi Arasındaki İlişkiyi Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(77): 1458-1473.
- Sulak, H. (2018). “İnsan Doğa İlişkisinin Dönüşümü: Tarihsel Bir Perspektif”. *Kent Akdemisi*, 11(1): 117 - 124
- Sümer, B. (2007). Bilgi Toplumuna Dönüşüm Sürecinin Avrupa v Türkiye’de İstihdam Yaratmaya Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Şentürk, N. (2017). “Dünyadaki Gelişmiş Teknoparklar Ve Güncel Uygulamalarının Türkiye’deki Teknoparkların Gelişimi Üzerine Etkisi”, Erişim: 24.10.2017, <http://gbrs.thestrategicmanagement.com/wp content/uploads/2016/06/n-senturk.pdf>
- Tekin, M., Güleş, H.K. ve Öğüt, A. (2003). *Değişim Çağında Teknoloji Yönetimi*. Nobel Yayınları: Ankara.
- Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Derneği (TGBD), “Türkiye’de ve Dünya’da Teknoparklar”, Erişim: 23.07.2022, <http://tgbd.org.tr/WebContent/WebContent/4708>.
- Thompson, J.B. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Stanford University Press: California.
- Thumim, N. (2012). *Self-Representation and Digital Culture*. Springer. Ebook.
- Tocci, R. J., Widmer, N. S. ve Moss, G. L. (2004). *Digital Systems: Principles and Applications*.

- Tonta, Y. (1999). "Bilgi Toplumu ve Bilgi Teknolojisi". *Türk Kütüphaneciliği*, 13(4): 363-375, <http://tk.kutuphaneci.org.tr/index.php/tk/article/view/1583/3166>
- Tübitak-Bilgem. (t.y.). *Dijital Dönüşüm Nedir?*, Dijital Dönüşüm Portalı <https://dijitalakademi.bilgem.tubitak.gov.tr/dijital-donusum-nedir>
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2021). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması*, Erişim: 07.08.2022, [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanım-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanım-Arastirmasi-2021-37437)
- Uçak, N.Ö. (2010). "Bilgi: Çok Yüzlü Bir Kavram", *Türk Kütüphaneciliği*, 24(4):705-722.
- Uzelac A. (2008). *How to understand digital culture: Digital culture- a resource for a knowledge society?* <https://www.researchgate.net/publication/257537251>
- Uzkurt, C. (2008). *Pazarlamada Değer Yaratma Aracı Olarak Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü*. Beta Yayınları: İstanbul.
- Van Dijk, J. (2006). *The Network Society*, Sage Publications Ltd. 1 Oliver's Yard, ss City Road, London.
- Vedovello, C. (1997). "Science Parks and University-Industry Interaction: Geographical Proximity Between the Agents as a Driving Force", *Technovation*, 17(9): 530-531.
- Verma, D. (2008). *Word Origins*. Sterling Publishers Pvt.Ltd
- Vural, Z. B. A. (2006). "Dijital Platform ve İletişim". Z. Beril Akıncı Vural (Ed.). *Bilgi İletişim Teknolojilerine Genel Bir Bakış*. İzmir.
- We Are Social Global Dijital 2022 Raporu (2022). Erişim: 13.05.2022, <https://periscope.com.tr/we-are-social-global-dijital-2022-raporu/>
- Westerman, G., Calmédjane, C., Bonnet, D., Ferraris, P. ve McAfee, A. (2011). "Digital Transformation: A Roadmap for Billion-Dollar Organization", *MIT Center for digital business and capgemini consulting*, 1, 1-68.
- Yankın, B. F. (2018). "Dijital Dönüşüm Sürecinde Çalışma Yaşamı", *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, E-Dergi*, 7(2): 1-38.
- Yavaşgel, E. ve Turdubaeva, E. (2021). "Digital Culture and Power". Ece Karadoğan Doruk, Seda Mengü ve Ebru Ulusoy (Ed.). *Digital Siege*, İstanbul Üniversitesi Yayınları: İstanbul.
- Yeşilorman, M. ve Koç, F. (2014). "Bilgi Toplununun Teknoloji Temelleri Üzerine Eleştirel Bir Bakış", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1): 117-199.
- Yıldız, B., Ilgaz, H., Seferoğlu, S.S. (2010). "Türkiye'de Bilim ve Teknoloji Politikaları: 1963'ten 2013'e Kalkınma Planlarına Genel Bakış", *Akademik Bilişim*: 457-464.

Yılmaz, B. (1998). “Bilgi Toplumu: Eleştirel Bir Yaklaşım”, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 15(1): 147-158.

Zuhal, M. (2017). “Ulusal Yenilik Sistemlerinde Teknoparkların Önemi: Türkiye Deneyimi”, *The Journal of International Scientific Researches*, 2(7): 52-66.

Zur, O. ve Zur, A. (2011). On Digital Immigrants and Digital Natives: How The Digital Divide Affects Families, Educational Institutions, and The Workplace. *Zur Institute - Online Publication*, http://www.zurinstitute.com/digital_divide.html



EKLER

EK I. KİŞİSEL BİLGİ FORMU

Aşağıdaki sorulara size uygun seçeneğin yanına “X” işareti koyarak ve boşlukları doldurarak cevap veriniz.

1. Cinsiyetiniz: Kadın Erkek
2. Yaşınız:
3. Eğitim Durumunuz: Lise Önlisans Lisans Lisansüstü
4. Şirket Adınız
5. Şirketteki Pozisyonunuz: Yönetici Yazılım Uzm. Mühendis
6. Şirketinizin Çalışan Sayısı: 111- 130 kişi
 81 – 110 kişi
 51 – 80 kişi
 20- 50 kişi
 20 kişiden az
7. Şirketinizin Kuruluş Yılı?
8. Teknoparkta kaç yıldır faaliyet gösteriyorsunuz?
9. Dahil olduğunuz sektör grubu hangisidir: Yazılım
 Dijital İçerik Geliştirme
 Elektronik Makine
 Tarım
 Gıda
 Biyoteknoloji
 Enerji
 Jeoloji
 Denizcilik
 Astronomi
 Kimya
 Elektro Manyetik Sistemler
10. Hedef pazarınız hangisidir? İç Pazar Dış Pazar Hem iç hem dış Pazar

EK II. GÖRÜŞME FORMU

1. Sizin için dijital sözcüğü ne anlam çağrıştırmakta, kültür ile ilişkili olarak açıklamanız istenirse neler söylediniz?
2. Dijitalleşmeyle birlikte, çalışma hayatınızda ve sektörünüzde yaşanan değişimler üzerine neler söylersiniz?
3. Dijitalleşmeyle birlikte, çalışma hayatınızda ve sektörünüzde yaşanan değişimler üzerine neler söylersiniz?
4. İşletmenizde kullandığınız sosyal medya uygulamaları üzerinden hangi bilgileri daha fazla paylaşıyorsunuz? Lütfen önceliğinize göre sıralayınız.
5. Türkiye’de dijital kültürün gelişimi ve yayılmasında teknoparkların rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?
6. Teknoparklar içerisinde Çanakkale Teknopark’ı tercih etme sebepleriniz nelerdir?