

Kurum İçi İletişim Ekseninde Dijital Eşitsizlik ve Çalışan Bağlılığı*

Digital Divide and Employee Commitment in The Context of Internal Communication

ÖZET

Bu çalışma kurum içi iletişim ile literatür için genç bir kavram olan dijital eşitsizlik arasındaki ilişkiye odaklanmaktadır. Sahip olduğu özelliklerle birlikte teknoloji her geçen gün hayatımızdaki yerini genişletmekte teknoloji ile aracılanmış her iletişim ise içinde risk barındırmaktadır. Bu risklerden bazıları ise kurum içi iletişimin dijital araçlarla sürdürülmesi ve fiziksel erişilebilirlik üzerinden herkesin dijital araca sahip olması ve kurum içi iletişimde dijital eşitsizlik sorununun olmadığını varsayılmasıdır. Dijital eşitsizlik sadece erişim durumu değil motivasyon, kullanım ve yetenek boyutlarını da içinde barındırmaktadır. Dijital eşitsizlik üzerine çalışmalar yapan Van Dijk eşitsizliğin sadece fiziki/ maddi erişimle anlatılacak sığ bir konu olmadığını fiziksel, motivasyonel, kullanım ve beceri olmak üzere dört ardışık erişim türünün olduğunu belirtmektedir. Eğer eşitsizlik sadece maddi kaynaklarla ilgili olsaydı bugün gelişmiş ülkelerde eşitsizlikle ilgili sorunların tamamen çözülmüş olması beklenirdi. Bu çalışma için yapılan literatür taramasında dijital eşitsizliğin daha çok maddi/ fiziki olanaklara sahip olmak bağlamında açıklandığı görülmüştür. Bu araştırma kurum içi iletişimde dijital eşitsizliğin çalışanların kurumsal bağlılıkları üzerindeki etkilerini incelemektedir. Araştırmada ampirik araştırma yöntemlerinden survey tekniği kullanılmıştır. Türkiye’de herhangi bir kurumda çalışan 609 kişilik örneklem ile çalışanların kurumsal bağlılıklarında kurum içi iletişimde dijital eşitsizliğin etkisini ortaya koymaktadır. Bu çerçevede kurum içi iletişimin, kurumsal bağlılık üzerinde anlamlı düzeyde ve olumlu etkisinin olduğu, kurum içi iletişimde dijital eşitsizliğin ise kurumsal bağlılık üzerinde aracı rolünün olduğu, dijital eşitsizliğin bir birim iyileştirilmesinin kurumsal bağlılıkta 0.92 birim artığı sonucuna ulaşılmıştır. Dijital eşitsizliğin, iletişim ile bağlantısının gözden kaçırılması ise dijital eşitsizliğin derinleşmesindeki tehlike olarak değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kurum içi iletişim, Kurumsal Bağlılık, Dijital Eşitsizlik

ABSTRACT

This study focuses on the relationship between internal communication and digital divide inequality, a young concept in the literature. Technology continues to expand its presence in our daily lives with its evolving features. However, communication mediated by technology carries inherent risks. Some of these risks include the fact that internal communication is carried out through digital tools and that everyone has a digital tool through physical accessibility and that it is assumed that there is no problem of digital divide in internal communication. Van Dijk, in his work on digital inequality, argues that divide cannot be superficially explained merely by physical or material access. If divide were solely related to material resources, issues of inequality would have been resolved in developed countries by now. The literature review for this study revealed that digital divide is predominantly explained in terms of material and physical resources. This research examines the impact of digital inequality in internal communication on employees' organizational commitment. The study employs the survey technique as an empirical research method, sampling 609 employees from various organizations in Turkey to demonstrate the effect of digital inequality in internal communication on employees' organizational commitment. It concludes that internal communication significantly and positively influences organizational commitment, while digital inequality plays an intermediary role in this relationship. Furthermore, improving digital inequality by one unit results in a 0.92 unit increase in organizational commitment. The oversight of the connection between communication and digital inequality is considered a significant risk factor for deepening digital inequality.

Keywords: Internal Communication, Organizational Commitment, Digital Divide

GİRİŞ

Kurumlar açısından iletişim sadece kurumun dış hedef kitleleriyle/paydaşlarıyla değil, kurumun farklı birimleri arasındaki ilişkilerin yönetilmesi, kurumda çalışanların birbirleriyle dikey ve yatay iletişimin sürdürülmesi gibi geniş bir faaliyet alanını içerir. Eski bir deyiş olan "Public Relations Begin at Home" kurum içi iletişimin önemine dikkat çeken bir ifadedir (Balta Peltekoğlu, 1993:203). Oysa çoğu zaman iletişim stratejileri dış hedef kitleyle sınırlı tutulabilmekte, iç hedef kitleye yönelik iletişim faaliyetleri yeterince önemsenmeyebilmektedir (Balta Peltekoğlu, 1993: 203; Balta Peltekoğlu, Ayan: 2023). Kurum içi iletişim, iletişim uzmanlarının merkeze atıldığı, stratejik çerçeveden çalışarak iletişim faaliyetlerini düzenleyen ve benimseyebilecekleri biçimde iletişimin geliştirilmesine yönelik çalışmalarda bulunan tutarlı bir yaklaşımdır (Fombrun ve Van Riel, 2007:23). Kurumların

Filiz Balta Peltekoğlu¹
Elif Şevik İnal²

How to Cite This Article

Peltekoğlu, F. B. & İnal, E. Ş. (2024). "Kurum İçi İletişim Ekseninde Dijital Eşitsizlik ve Çalışan Bağlılığı" International Social Sciences Studies Journal, (e-ISSN:2587-1587) Vol:10, Issue:8; pp:1346-1358. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13383718>

Arrival: 18 June 2024

Published: 28 August 2024

Social Sciences Studies Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

*Bu makale, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı'nda Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu danışmanlığında devam etmekte olan doktora tezinden türetilmiştir.

¹Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, İstanbul, Türkiye, ORCID: 0000-0001-6667-1737

²Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye, ORCID: 0000-0002-7590-2258

çalışanlara yönelik bir sorumluluk alanı olan kurum içi iletişim, çalışanlar açısından ise ulaşılmaması gereken bir haktır. Welch ve Jackson'a göre iç paydaşlar arasında yürütülen stratejik iletişim olarak kurum içi iletişim, kurumların hedefleri ile değişen çevre koşulları hakkında çalışanların bilgilendirilmesini sağlar, kuruma bağlılık ve kuruma aidiyet duygusunu artırır (Welch, Jackson, 2007:180). Bir başka deyişle kurum içi iletişim sadece bilgilendirme süreci ya da bir bilgi akışının sağlanması açısından değil, kurumsal verimliliği, kurumsal bağlılığı arttırmak ve kurumun itibarının oluşturulabilir ve sürdürülebilir olması açısından da önemlidir (Balta Peltekoğlu, 2018:496). Kurumsal verimliliğe, kurumsal bağlılığa, kurumsal imaja ve nitelikli işgücünün kuruma yönelmesine etkisi vb. nedenlerin daha dikkat çeker hale gelmesi ise kurum içi iletişimin halkla ilişkiler pratikleri içinde daha çok yer kaplamasının nedenlerindedir. Değişim ise kurum içi iletişim bulmacasının bir parçasıdır, çalışanların profesyonel bir kapasitede dijital medya kullanımından, yöneten ve yönetilenin iç politikaların oluşturulmasına kadar kurum içi iletişimin işlevi oldukça geniş bir yelpazeye yayılır (Argenti, Barnes,2009:130-131). İletişim teknolojilerinde yaşanan değişim, gündelik yaşamın dijitalleşmesi, teknolojinin düşük maliyetle daha hızlı ve anlık iletişim olanağı sunması vb. gibi nedenler kurum içi iletişim stratejilerini etkilemekte, iletişim için kullanılan her araç kısa sürede Halkla İlişkiler enstrümanı haline gelmekte ve halkla ilişkiler pratikleri içinde yer bulmaktadır (Balta Peltekoğlu, Askeroğlu,2020:4). Bununla birlikte dijitalleşme eşitsizliğin bu alanda da sorgulanmasına neden olmakta dijital erişimin eşit koşullarda olanaklı olup olmadığı sorusunu tartışmaya açmaktadır. Kurum içi iletişim ise bundan bağımsız değildir. Nitekim Van Dijk dijital eşitsizliğin sadece fiziksel erişim/erişememe hali ile sınırlı olmadığını ifade ederek dijital eşitsizliği fiziksel, motivasyonel, kullanım ve yetenek (bilgisayar becerileri) boyutlarında ele almaktadır. Bu nedenle, kurumsal bağlılık, kurumsal verimlilik, kurumsal imaj ve itibar üzerinde etkisi kanıtlanmış olan kurum içi iletişimin dijital eşitsizlik bağlamında değerlendirilmeli, bir başka deyişle kurum içi iletişim stratejileri, dijitalleşme ve eşitsizlik ekseninde ele alınmalıdır.

Kurum İçi İletişim ve Dijital Eşitsizlik

Bir metamorfoz süreci olarak iletişim, belirli bir konu hakkında bilginin gelişimini destekleyen süreçleri meydana getirmektedir. Diğer yandan bilgi, motivasyona yol açmakta ve bu motivasyon ile çalışanlar kurum içinde olup bitenlere uygun iletişim yoluyla ulaşabilmekte en yüksek katılım ve özdeşleşme sağlanmış olmaktadır. Kurumları ile tam olarak özdeşleşen çalışanlar için gerekli hizmetleri üretmek artık bir sorun olmaktan çıkmaktadır. Çalışanlar ile iletişim sağlandığında verim artmaktadır (Armbrecht, 1992: 302).

Halkla ilişkiler ve iletişim literatürlerinde kurum içi iletişimin birçok tanımı yer almaktadır. Grunig kurum içi iletişimi kurum içinde bulunan en alt kademedeki en üst kademeye kadar kurum bünyesinde olan tüm personelin birbiriyle iletişim kurma biçimi olarak açıklamaktadır (Grunig, 2005: 15). Mumby ve Kuhn'a göre ise kurum içi iletişim, amaçlara ulaşmaya yönelik sembolik uygulamalar yoluyla kolektif, düzenli anlam sistemleri oluşturma ve ortak bir anlayış geliştirme sürecidir (Mumby, Kuhn, 2019: 39). Riel, kurumsal iletişim kavramını, stratejik yönetim ve ilişki geliştirme kavramları üzerine yapılandırmaktadır (Wood 2001 :65). Kurumun bilgi ve iletişim sisteminin kurulması, birlikte olma duygusunun yaratıldığı sırada meydana gelmektedir; çünkü organize olmak kurumda iletişim ortamlarından nasıl yararlanılacağını da kapsamaktadır. Medyanın şartlara uygun bir formatta kullanılması ile kurumsal iletişim sağlanmaktadır (Balta Peltekoğlu, 2001:12). James Grunig (2005:556) kurum içi iletişimi, organizasyonların hedeflerini, değerlerini ve stratejik bileşenlerini betimlemelerine yardımcı olduğu için, kurumsal etkinliğe başlıca katkılardan biri olarak tanımlamaktadır.

Kurum içi iletişimi güçlü olmayan kurumlar kalıcı bir hoşnutsuzluk kaynağı olabiliyorken, kurum içi iletişimde sağlam ve güçlü kurumlar, motivasyon ve özdeşleşme süreçleri ve dolayısıyla çalışanların performansı üzerinde güçlü bir etkiye sahip olabilmektedir (Armbrecht, 1992:14).

Corey Moseley, (2019) tarafından kaleme alınan "7 reasons why internal communications is important" başlıklı makalede Moseley, Kurum içi iletişimi hala küçümseyen ve yeterince önemsemeyen kurumların varlığının olmasına şaşkınlığını belirtirken, kurumların ayakta kalmak için çektiği acıları ise oldukça normal karşıladığını belirtmektedir. Kurum içi iletişimi ise kurum içindeki herkesi etkili, güçlü iletişime teşvik etmek ve diyalogu kolaylaştırmak olarak tanımlamaktadır. Kurum içi iletişimin önemli olmasının 7 nedeni;

- Kurum içi iletişim kurumun iç hedef kitlesini bilgilendirmekte ve iç hedef kitlesinde güncellik, şeffaflık ve açıklık duygusu yaratmaya yardımcı olmaktadır.
- Kurum içi iletişim iç hedef ile daha bütüncül olmayı sağlamaktadır.
- Kurum içi iletişim kuruluşun kültürünü oluşturmaya yardımcı olmaktadır. Her duyuru, mesaj, haber güncellemesi, CEO blog makalesi vb., çalışanların kurumun kültürel ortamını nasıl yorumladığı konusunda bir rol oynamaktadır. Neyi temsil ettiği, kime değer verdiği, misyonunun neden önemli olduğu kurum kültürünün parçalarının toplamıdır ve iyi iç iletişim bunu hesaba katmaktadır.

- Kurum içi iletişim katılımı artırmaktadır. İki yönlü bir konuşma yaratmak, iç iletişim stratejilerinde ana hedeflerden biri olmalıdır. Sıkıcı yukarıdan aşağıya mesajlaşma (muhtemelen kimsenin okumadığı toplu e-postalar biçiminde) ile etkileşimi teşvik eden düşünceli, etkileşimli konuşmalar arasında ayırım bulunmaktadır.
- Kurum içi iletişim kriz zamanlarında kurum çalışanlarının sakin kalmasına yardımcı olmaktadır.
- Kurum içi iletişim kuruma başka bir boyut kazandırmaktadır. İş yerinde daha fazla kalmak içi arzu yaratmaktadır.
- Kurum içi iletişim, tartışmalar, müzakereler için geri bildirim kanalları yaratmaktadır.

Larsson (1997) bilgiyi iletilen mesaj, iletişimi ise nasıl iletiildiği süreci olarak tanımlamaktadır (Aktaran: Zheng,2009:13). Kurum içinde bilginin nasıl ulaştırıldığı, bilginin ulaştırılmasında kullanılan ortam ve araçlar iletişimin güçlü ve sağlıklı olması için oldukça önemlidir. McQuail ve Windahl (1993:5) iletişimin bir göndericiyi, bir kanalı, bir mesajı, bir alıcıyı, gönderici ve alıcı arasındaki ilişkiyi, bir etkiyi, iletişimin gerçekleştiği bir bağlamı ve 'mesajların' atıfta bulunduğu bir dizi şeyi içerdiğini öne sürmektedir.

Bir kurum içinde iletişim kurmak maksadıyla birden fazla iletişim aracından yararlanmak olanaklıdır. Kurum içi iletişimde tercih edilen araçları Larsson (1997) ve Erikson (1992) yazılı, sözlü ve elektronik olmak üzere üç başlık altında ele alınmaktadır (Aktaran: Zheng, (2009:18). I.Yazılı Araçlar; memorandumlar ve mektuplar, matbuu yayımlar, raporlar, bültenler, dergiler, gazeteler, II. Sözlü/Sözel İletişim Araçları; toplantılar, konferanslar. III.Elektronik Araçlar; televizyon, radyo, film, video, vb. (Carter, 1972:88).

İletişim teknolojisinde yaşanan gelişmelerden iç iletişim de etkilenmiş, dijital ortamlar kurum içi iletişim açısından da önem kazanmıştır. Kuruluş yayımları, panolar, telefonla bilgilendirme, dilek kutuları, sergi ve gösteriler, görsel-ışitsel araçlar ile yüz yüze iletişim yıllar geçse de kurum içi iletişimde önemini koruyan araçlar arasındadır (Balta Peltekoğlu, 2022: 444).

Teknolojinin gelişmesi ve kullanımın yaygınlaşmasıyla kurum içi iletişimde sıklıkla kullanılan araçların daha teknolojik ve dijital olanların olduğu dikkat çekmektedir. Dijitalleşme, iletişim mesleğinde süregelen değişimin temel itici gücüdür. Yeni dijital teknolojiler iletişim departmanları ve ajanslarının hızlı dönüşümünün hem tetikleyicisi hem de omurgasıdır (Brockhaus, Buhmann, Zeffass,2022:1). Dijitalleşme ile pek çok yeni kavram ortaya çıkmış bunlardan biri olarak dijital eşitsizlik literatürde yerini almıştır. Dijital eşitsizlik kavramını ortaya atan, ilk kez kullanan kişiyi kesin olarak belirlemek olanaksızdır. Terimin kullanımının yeniden yapılandırılması genellikle çok farklı durumlara ve anlamlara karşılık gelmektedir. Örneğin, Moore, 1995 yılında, teknolojiye karşı öfori veya karamsarlık tutumlarını ayırt etmek için kullanmıştır (Ragnedda, 2017: 14). Yabancı literatürde "digital divide/ inequality" olarak kendisine yer bulan kavram Türkçe literatürde; Nerse, Nas, Hanoğlu, Sütüoğlu, Çapar ve Vural'ın çalışmalarında dijital eşitsizlik olarak kendisine yer bulmuştur. Ayrıca, sayısal uçurum, sayısal bölünme, dijital eşitsizlik olarak da kavramı tartışan çalışmalara rastlanmıştır.

Van Dijk, dijital eşitsizliğin diğer dillere çevrilirken boşluk, geçit, uçurum gibi mecazi anlamlar içerdiğini vurgulamaktadır. Bu anlamların karmaşık bulmakla birlikte soyut bir konuya dikkat çekmek için biraz daha sadeleştirme ihtiyacının olduğunu vurgulamaktadır. Ancak, sadeleştirmenin birkaç yanlış anlaşılma riskini de barındırdığına dikkat çekmektedir (Van Dijk, 2005:20). İlk olarak, aralarında büyük bir boşluk olan, açıkça bölünmüş iki grup arasında basit bir ayırım önermektedir. Bir yanda bir bilgi seçkini, diğer yanda dijital okuryazar olmayan ya da gerçekten dışlanmış, şu ya da bu şekilde erişimi olan ve dijital teknolojiyi belirli bir ölçüde kullanan çoğunluğun olması, ikinci olarak; uçurumun kapatılamaz olması mesajını içinde barındırıyor olmasıdır. Dijital teknolojinin yayılmasının bu erken aşamasında durum böyle değerlendirilmemelidir. Hükümetler, şirketler ve sivil toplumlar tarafından politika yapmak için bir alan her zaman vardır ve eşitsizliklerin aşılmasız yapısal eşitsizliklere dönüşmesini önlemek niyetiyle politika yapılabilir, halkla ilişkiler ile bu politikaları geliştirilebilir ve hayata geçirilebilir (Van Dijk, 2005:20-22). Üçüncü olarak; eşitsizlik dâhil edilenler ve eşitsizlikten hariç tutulanlar gibi mutlak eşitsizliklerle ilgili olduğu izlenimi olabilir. Gerçekte, dijital teknolojiye erişimdeki çoğu eşitsizlik daha görece türdendir. Herkes eşitsizliği tecrübe etmekte fakat tecrübe ediş düzeyi ve düzeyin içindeki boyutları farklılaşmaktadır. Bazı kişilerin yeni teknolojilere erişimi diğerlerinden daha erken veya daha hızlı olduğu anlamına gelmektedir; bazı insanların diğerlerinden daha fazla donanım, yazılım ve beceriye sahip olması veya bir grubun teknolojiyi diğerinden daha fazla veya farklı biçimlerde kullanması şeklinde açıklamak olanaklıdır.

Son olarak ve en önemli yanlış izlenim, yalnızca tek bir dijital eşitsizlik olduğudur; oysa gerçek resim çok daha karmaşıktır. Öne çıkan dört ardışık erişim türüne paralel olarak işleyen birkaç ayırım vardır: motivasyonel, fiziksel veya maddi, beceriler ve kullanım ayrımları. Aslında, her türlü erişim sürekli hareket halinde ve çok boyutludur.

Beceri ve kullanım erişimi ayrılıklarının büyüyebileceğini, motivasyonel ve fiziksel erişim farklarının azalabileceğini göz önünde bulundurmak gerekmektedir (Van Dijk, 2005:20-22).

Dijital eşitsizlik etiketinin kısmen yanıltıcı olabileceği yaygın olarak kabul edilmektedir, çünkü bir ikilemi (var olan ve olmayanlar) ve salt teknolojik boyutu (cihazların veya kanalların fiziksel kullanılabilirliği açısından) vurgulamaktadır. Ancak ikili modelin arkasında farklı kullanım ve benimseme stratejileri yatmaktadır. Dijital eşitsizliği iyi tanımlayabilmek için, eşitsizliğin odağı teknoloji sahipliğinden biraz daha insanlara kaydırılmalıdır (Comunello 2010: 588). Uluslararası kuruluşların nicel raporları, dijital eşitsizliği yalnızca bir teknoloji erişimi meselesi olarak tanımlamakta ve dijital eşitsizliği cihazların (PC'ler, cep telefonları vb.) veya kanalların (İnternet bağlantısı) sayısıyla ölçmektedir (Comunello 2010: 592).

Son zamanlarda gelişmiş ülkelerde, yüksek gelirli ve yüksek eğitim düzeyine sahip olan insanlar, gençler ve yaşlılar, erkekler ve kadınlar arasında (daha az oranda) fiziksel erişim boşluğu artmaktadır. Dünya nüfusunun yaklaşık yüzde ellisinden fazlasının erişimi varken, gelişmekte olan ülkelerde boşluklar hala büyümeye devam etmektedir (Van Dijk, 2018: 203). İnternet kullanımı yaygınlaştıkça gelişmiş ve az gelişmiş ülkeler arasındaki dijital eşitsizlik ayrımı azalmamış olarak yorumlanmakta ve bu durum eşitsizliğin sadece ekonomi ile alakalı olmadığına dikkat çekmektedir (DiMaggio vd. 2001:313). Tüm bu bilgiler, dijital eşitsizlik konusunun sadece fiziksel erişim ile ilgili sınırlı olmadığını çok boyutlu bir fenomen olduğunu gözler önüne sermektedir.

Korea Agency for Digital Opportunity and Promotion (2004) Dijital Eşitsizliği, üç ana başlık altında ele almaktadır. Erişim kaynaklı, kullanım kaynaklı ve yetenek kaynaklı olarak sıralanmaktadır (Lee, Jeung, Kwon, 2007).Van Dijk' ın dijital eşitsizlik kavramını ele alış biçiminin yaygın olan eşitsizlik tartışmalarına göre en ayırt edici özelliği dijital erişim türlerini ayırmasıdır. Bu dört özel, ardışık erişim türü;

- Motivasyonel erişim (dijital teknolojiyi kullanma motivasyonu),
- Maddi veya fiziksel erişim (bilgisayarlara ve İnternet bağlantılarına sahip olma veya bunları ve içeriklerini kullanma izni)
- Beceri erişimi (dijital becerilere sahip olma: operasyonel, bilgilendirici ve stratejik)
- Kullanım erişimi (uygulamaların sayısı ve çeşitliliği, kullanım süresi) (Van Dijk, 2005: 51).

Dijital eşitsizliğin sadece fiziksel erişim olarak değerlendirilmesi erişim açısından ele alınmasına neden olmakta, erişim sağlandığında eşitsizliğin giderileceği görüşü benimsenmekteydi. Dijital eşitsizlik, erişim eksikliği olarak görüldüğü için çözüm; bilgisayarları stratejik olarak yerleştirerek erişim eksikliği ve dışlanan grupların erişimini sağlayarak dijital eşitsizliğin giderileceği düşünülmekteydi. Bu tür bir düşünce, kuşkusuz, yenilenmiş bilgisayarların daha az varlıklı hanelere, dışlanan gruplara verilmesi ve yerel genel yönetim merkezlerine vurgu yaparak, hükümet girişimlerini yönlendirmektedir. Fakat, dijital eşitsizlik çok boyutlu yapısı nedeniyle daha güçlü çözümlerin üretilmesi gereken bir sorun olarak değerlendirilmelidir (O'Hara, Stevens, 2006:284).

Lisa. J. Servon, bilgiye erişmenin sadece bilgisayara sahip olma ile eşit anlama gelmesini sağlayan popüler dijital eşitsizlik tanımlamalarına karşı gelmektedir (2002:4). Yakın zamana kadar çoğu araştırma, yalnızca internete erişimi olan veya interneti kullanan kişilerin sayısına ve interneti ne sıklıkta kullandıklarına odaklanmaktaydı (Brandzaeg, Heim, Karahasanovic, 2011:124). 2002'de, ikinci düzey dijital eşitsizlik ayrımından bahseden Hargittai, sadece fiziksel erişimin önüne geçerek becerilerinin (bilgisayar okuryazarlığı vb.) ve gerçek kullanımın dijital eşitsizliği tamamen tanımlamakta ve açıklamakta yararlı olacağını belirtmektedir. Bu düzey 2005 yılından günümüze kadar hâkim olan eşitsizlik düzeyini oluşturmaktadır (Van Dijk, 2018:204).

Dijital eşitsizliğin yükselişini ve sürekliliğini analiz etmek için kullanılan teorik yaklaşımlar, internete basit erişimin (birinci düzey sayısal uçurum) ötesine geçmektedir. Erişim açısından açık kapatıldığında, kullanımdaki eşitsizlikler, beceriler, motivasyon ve kullanım (ikinci düzey dijital uçurum) gibi yeni ve daha karmaşık sorunlar ortaya çıkmaktadır. Kişinin yaşam şartlarını iyileştirme fırsatları ve olasılıkları açısından yeni eşitsizlik biçimleri olabilmektedir (Ragnedda, 2017:5). Bu düzey ise; erişimin sonuçlarına odaklanmaktadır. Dijital teknolojiye sahip olmanın ve teknolojiyi kullanmanın yararları veya etkileri üzerinde yoğunlaşmaktadır (Van Dijk, 2018: 204-205).

Tablo 1: Dijital Eşitsizliğin Üç Seviyesi

Birinci Seviye	İkinci Seviye	Üçüncü Düzey
<ul style="list-style-type: none"> Dijital eşitsizlik, internet erişimine dayanmaktadır, Erişim boşluğu söz konusudur, İkili eşitsizlik 	<ul style="list-style-type: none"> Dijital eşitsizlik, internet kullanımı farklılıklarına dayanmaktadır, Dijital sermaye ve dijital yetenek boşluğu söz konusudur, Çoklu eşitsizlik, 	<ul style="list-style-type: none"> Dijital eşitsizlik, internetin farklı kullanımları ve erişimdeki sosyal yararlarına odaklanmaktadır, Çevrim içi elde edilen değerli bilgi ve bilgilerle ilgilenmektedir, Çoklu eşitsizlik,

Kaynak: Ragnedda, 2017: 23

Sosyal, ekonomik ve kültürel sermaye, (yalnızca internete erişebilen ve erişemeyen insanlar arasında birinci düzey dijital eşitsizlik), kullanım, motivasyon, beceriler (dijital eşitsizliğin ikinci düzeyi) ve çevrimiçi olarak elde edebilecekleri yararlar (sosyal/kültürel/ekonomik/kişisel/politik açıdan, üçüncü düzey) dijital eşitsizlik araştırmalarının çerçevesini oluşturmaktadır (Ragnedda, Ruiu, 2018:25).

Warschauer (2003), fiziksel erişimin yanı sıra içerik, dil, okuryazarlık, ulaşılan eğitim düzeyi ve kurumsal yapı gibi faktörlerin de dikkate alınması gerektiğini savunmaktadır. Açıkça, dijital eşitsizlik, yalnızca bilgisayar eksikliğinden çok daha karmaşıktır. Basit çözümler bu nedenle daha büyük sorunu maskeleyen ve hatta belki daha da kötüleştirmektedir. İnsanlara bilgisayar sağladığında da durumun pek değişmediğini görülmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojileri tek başına yoksulluktan çıkış, eşitsizliklerin ve ayrımcılığın son bulması gibi bir merdiven işlevi göremez. Dijital eşitsizlik daha geniş ve daha karmaşık bir biçimde tanımlamakta ve sorunla başa çıkmak için benzer biçimde geniş çözümler gerekmektedir (Servon, 2002:6).

Kurum İçi İletişim Dijital Eşitsizlik ve Kurumsal Bağlılık

Kurum içi iletişimde geribildirim, kurumun yaşam fonksiyonlarının sorunsuz çalışması için yaşamsal önem taşımaktadır. İşin sonuçlarına yönelik yapılan gözetim oldukça önemlidir. Yöneticilerin çalışanlarının iş davranışlarını izleyip fazla müdahalede bulunmadan, onlara performansları hakkında geribildirimde bulunmaları, iş tatminini ve işe bağlılıklarını arttırmaktadır (Salancik, 1977:18).

Beck ve Wilson'ın (1997) çalışması, yönetim becerilerinde aidiyetle ilgili zayıflıkları ortaya koydukları çalışmalarında uygun yönetim geliştirme eğitimi ile bağlılığın artırılabilirliğini sonucuna ulaşmaktadır (Aktaran: Dick, Metcalfe 2001:122). Bu tavsiyeyi destekleyen Dick ve Metcalfe, ancak üst düzey karar alma sürecine bir Halkla İlişkiler uzmanının ya da insan kaynakları uzmanının dahil edilmesi gerekliliğini de eklemektedirler (2001:122).

Kurumsal bağlılık 1960'lı yıllardan günümüze çalışanların iş yerlerindeki performansları ve iş yerlerinden ayrılması nedeniyle kurum içi iletişim araştırmaları alanlarında önemli bir konu haline gelmiştir (Wasti, 2012:21). Webster's Third New International Dictionary' de bağlılık (commitment), I. Bir şey yapmak, II. Bir eylemi veya işlemi gerçekleştirme yükümlülüğü veya taahhüdü (zihinsel otorite), III. Finansal bir yükümlülük üstlenmek biçiminde açıklanmaktadır (1966:457). Literatürde 1990'lı yıllardan günümüze, bağlılık ile ilgili çok yaygın olarak kullanılan bir sınıflandırma mevcuttur. Bu yaygın olan sınıflandırma Meyer ve Allen (1991) duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık olarak yapılmıştır. Bu üç bağlılık çeşidi pozitif yönde arttığında çalışanlar kurumda kalmaya devam etmektedirler. Ancak; duygusal bağlılıkta kalma güdüsü arzu ile, devam bağlılığında ihtiyaç ile, normatif bağlılıkta ise zorunluluk ile ilişkilendirilmektedir (Balay, 2000). Çeşitli çalışmalarda, bağlılık, kuruluşlardaki çalışanların iş davranışlarının anlaşılmasında defalarca önemli bir değişken olarak tanımlanmıştır (Mowday, Steers, Porter, 1979: 225). Bağlılık, bireylerin kurumda kalma gayretini arttırmakta ve bu süreçte motivasyonel değişkenler önemli bir rol üstlenmektedir. Kurumsal bağlılığı güçlü olan bireyler, kurumun vizyonunu ve misyonunu benimsedikleri için görevlerini isteyerek yerine getirmektedir (Mathieu, Zajac, 1990: 184).

İletişim memnuniyeti, bir başka ifadeyle çalışanların tatmin olduğu iletişim düzeyi kuruma olan duygusal bağlılığı olumlu yönde etkilemektedir. Örneğin çalışanların iletişim memnuniyeti düzeyi 1 birim arttığında duygusal bağlılık 0,714 birim artmaktadır (Eker Akgöz, 2003:145). Kurum içi iletişim, çalışanların kuruma duydukları güven üzerinde de etkili olmakta kuruma duyulan güven ise kurumsal bağlılığı olumlu yönde etkilemektedir (Ayan, 2023:135). Söz konusu yaklaşımla; çalışanların kurumsal bağlılıklarının dijital iletişim sürecinin işleyişiyle de etkileşeceği söylenebilir.

Literatür için genç bir kavram olan dijital eşitsizlik ile kurum içi iletişim arasındaki ilişkiye odaklanan bu çalışmada dijital eşitsizliğin kurumsal bağlılık üzerindeki etkisine yanıt aranmaktadır.

Araştırmanın Amacı, Yöntemi ve Bulgular



Kurum içi iletişimde dijital eşitsizliğin kurumsal bağlılığa etkisini ortaya koymak amacıyla kurum içi iletişim, dijital kurum içi iletişim, dijital eşitsizlik, dijital eşitsizliğin kurumsal bağlılığa etkisi değişkenlerinden hipotezler oluşturulmuştur.

Bu doğrultuda oluşturulan hipotezler;

H1: Dijital kurum içi iletişimin kurumsal bağlılık üzerindeki etkisinde dijital eşitsizliğin aracılık rolü vardır.

H2: Dijital kurum içi iletişim ve dijital eşitsizlik arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır.

H3: Dijital eşitsizlik kurumsal bağlılığı negatif yönde etkilemektedir.

H4: Dijital kurum içi iletişim kurumsal bağlılığı pozitif yönde etkilemektedir.

Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi

Araştırmanın yürütülmesi için nicel araştırma yöntemlerinden survey tekniğinden yararlanılmıştır. Anket yönteminin özünü bir evreni temsil eden örneklemden bilgi elde etmek oluşturmaktadır. Bu amaçla, yazılı ya da sözlü sorular sorarak bunların yanıtları toplanmaktadır (Karasar,1991). Hazırlanan araştırma formu dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerini ortaya koymak amacıyla 11 soru yer almaktadır. İkinci bölümdeki sorular ise çalışanların kurum içi iletişimi sürdürmek için dijital kurum içi araçları kullanma düzeylerini ölçmek amacıyla literatürden geliştirilerek 11 soru hazırlanmıştır. (Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: %96,4 Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: $X^2(55) = 1725,607$; $p=0,001 < 0.05$ 4078,256; $p: 0,0001$ Açıklanan toplam varyans: %. 64,129; Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: 0,944) İfadelere yanıtlar 5'li Likert tipi ölçeğe göre hazırlanmış ve 1=Hiç Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne de Katılmıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Çoğunlukla Katılıyorum şeklinde derecelendirilmiştir. Üçüncü bölümde ise literatürden yola çıkılarak, dijital eşitsizliği ortaya koymak amacıyla 12 ifade kullanılmıştır. (Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: %90,9 Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: $X^2(78) = 2028,867$; $p=0,001 < 0.05$ Açıklanan toplam varyans: %. 74, 697; Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: 0,923"). Dördüncü bölümde kurumsal bağlılığı ölçmek amacıyla Eker Akgöz'ün (2013) doktora tezinde kullandığı kurumsal bağlılık soruları ile "Çalıştığınız saatlerde verimliliğinizi nasıl derecelendirirsiniz?" ve "Son altı ay içerisindeki çalışma veriminizi nasıl değerlendirirsiniz?" sorularından yararlanılmıştır. Saha çalışması için Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırma Etik Kurulu'ndan onay alınmıştır. Araştırmada elde edilen bulgular SPSS 25.0 programı ve LISREL 8.7 programı ile analiz edilmiştir. Araştırmada elde edilen verilere demografik özelliklerin belirlenmesi için frekans ve yüzde analizi, soru formundan elde edilen puanlarda katılımcıların düzeylerinin incelenmesi için betimsel analizlerden ortalama±standart sapma analizi, verilerin dağılımının incelenmesi için merkezi limit teoremi, basıklık-çarpıklık analizi, soru formunun geçerlilik ve güvenilirliklerinin incelenmesi için cronbach's alpha güvenilirlik analizi, doğrulayıcı faktör analizleri, değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesi için pearson korelasyon analizi, araştırmanın hipotezlerinin test edilmesi için yapısal eşitlik modelleri, soru formundan elde edilen puanların demografik özelliklerden ikili gruplar arasındaki farkın incelenmesi için bağımsız örneklem T-testi, ikiden fazla gruplar için ise tek yönlü Anova analizi yapılmıştır.

Evren, Örneklem ve Sınırlılıklar

Türkiye'de kurum içi iletişimde dijital eşitsizliğin kurumsal bağlılığa olan etkisini ortaya koymak amacıyla, kayıtlı ve ücretli bir işte çalışan, 18 yaşından büyük olan yetişkinler evreni oluşturmaktadır. Türkiye'de 10 Mart 2024 yılı itibariyle kayıtlı, ücretli bir işte istihdam edilenlerin sayısı 35 milyon 436 bin kişidir (TÜİK,2024). Evreni temsil yeteneğine sahip örnekleme tespit etmek için; 25 milyon ve üzeri için %5 tolerans gösterilebilir hata için 385, %4 tolerans gösterilebilir hata için ise 600 kişiden oluşmaktadır (Balcı, 2011: 106). Evreni temsil yeteneğine sahip kütleyi çıkarabilmek için ise 609 kişi örneklem grubunu oluşturmaktadır.

Çalışma; Türkiye'de 18 yaşından büyük, kayıtlı ve ücretli bir işte çalışanlara yönelik olmakla sınırlandırılmıştır. Araştırma öncesinde farklı alanlarda çalışan farklı demografik özelliklere sahip 225 kişiden oluşan iki farklı pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalarla birlikte soruların geçerliliklerini ölçmek için faktör analizi, güvenilirlik, geçerlilik analizleri yapılmıştır. Faktör analizi gerçekleştirilirken aynı zamanda her bir ölçek için örneklem büyüklüğünün uygunluğu da test edilmiştir. Bu uygunluk için KMO testi gerçekleştirilmiştir. Soruların birbirlerinden bağımsız alt faktörlerini belirlemek için Varimax Dik Döndürme Yöntemi gerçekleştirilmiştir. Dijital kurum içi iletişimi ortaya koymak için oluşturulan soruların tek faktörde birleştiği saptanmıştır (Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: %96,4, Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: $X^2(55) = 1725,607$; $p=0,001 < 0.05$ 4078,256; $p: 0,0001$ Açıklanan toplam varyans: %. 64,129; Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: 0,944") Dijital eşitsizliğe dair oluşturulan soru formu için gerekli faktör analizleri yapılmış ve üç faktörde birleşme olduğu görülmüştür. (Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: %90,9 Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: $X^2(78)$

=2028,867; $p=0,001<0.05$ Açıklanan toplam varyans: %. 74, 697; Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: 0,923”).

Yapılan pilot çalışmadan sonra hazırlanan soru formu, Google Forms ile online ortamda ve matbu olarak örnekleme ulaştırılmıştır. “Kolayda Örnekleme” yoluyla ankete 620 kişi katılım göstermiş fakat “Çalışıyor musunuz?” sorusuna “Evet” yanıtı veren 609 anket formu değerlendirmeye alınmıştır. Kurum içi iletişimde dijital eşitsizliğin bağlılığa olan etkisini ölçmeye yönelik araştırma 15 Mart 2024- 15 Mayıs 2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması

Soru formunun güvenilirliği için alfa iç tutarlılık katsayısı hesaplanmıştır. Cronbach Alfa Katsayısı, formdaki tüm soruların tutarlı bir biçimde dağılıp dağılmadığını kontrol etmekte ve soruların bir konuyu açıklamak için bir bütünlük gösterip göstermediğini ortaya koymaktadır. Yüksek güvenilirlik için Cronbach Alfa Katsayısının 0,80-1,00 arasında olması beklenmektedir. Dijital kurum içi iletişim ile ilgili sorularda güvenilirlik katsayısı 0,944, dijital eşitsizlik ile ilgili sorularda ise 0,923 güvenilirlik katsayısı ile soru formlarının tamamının yüksek güvenilirliğe sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Soru formunun geçerliliğini değerlendirmek için açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Veriler üzerinde Temel Bileşenler Analizi ve ölçeğin birbirlerinden bağımsız alt boyutlarını belirlemek için Varimax Döndürme Yöntemi kullanılmıştır. Faktör analizi yapılırken aynı zamanda her bir ölçek için örneklem büyüklüğünün uygunluğu da test edilmiştir. Bu uygunluğu test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi yapılmıştır. Bu bağlamda; KMO değeri; 0,5 ile 0,7 arasında ise orta; 0,7 ile 0,8 arasında ise iyi; 0,8 ile 0,9 arasında ise çok iyi; 0,9’un üzerinde ise mükemmel olarak değerlendirilmektedir.

Dijital kurum içi iletişim soru formuna yapılan faktör analizinde soruların tamamı için Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayısı: 0,944, KMO Örneklem Yeterliliği %96,4 Bartlett’s Küresellik Testi için KiKare $X^2(78) = 2028,867$; $p=0,001<0.05$ Açıklanan Toplam Varyans %64,129’ dur. Soru formunun KMO değerinin mükemmel olduğu görülmektedir.

Dijital eşitsizlik ile ilgili oluşturulan soru formu dört faktör olarak tasarlanmıştır. İki maddelik fiziksel erişim eşitsizliği ve kullanım eşitsizliği yapılan faktör analizi sonucu birleşerek soru formu üç faktör olarak saptanmıştır. Soruların tamamı için Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayısı: 0,923 KMO Örneklem Yeterliliği %90,9 Bartlett’s Küresellik Testi için KiKare $X^2(78) = 2028,867$; $p=0,001<0.05$ Açıklanan Toplam Varyans: %74, 697’ dir. Soru formunun KMO değerinin mükemmel olduğu görülmektedir.

Faktör analizi sonucunda dört faktörlü bir yapıda olan soru formuna Varimax Döndürme Yöntemi uygulanmıştır. Döndürme sonrası alt boyutlara ilişkin bulgular ise; “Motivasyonel Erişim Eşitsizliği” (Özdeğer= 3.490; Açıklanan varyans=26,848; Alpha=0,899); “Beceri Erişim Eşitsizliği” (Özdeğer= 3.158; Açıklanan varyans=24,294; Alpha=0.900); “Fiziksel Erişim ve Kullanım Erişimi Eşitsizliği” (Özdeğer= 3.062; Açıklanan varyans= 23,555; Alpha=0,890) şeklindedir.

Her iki anket formunda da örneklemden elde edilen veriler üzerinden yapılan madde analizi sonuçlarına göre iç tutarlılığı olumsuz yönde etkileyen bir madde bulunmadığı tespit edilmiştir.

Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırma kapsamında 609 çalışana ulaşılmış olup çalışanların %52,10’unun kadın (n=317) ve %47,90’ının erkek (n=292) olduğu, çalışanların çoğunlukla 25-34 yaş aralığında (%21,70; n=132), evli (%57,30; n=349), lisans mezunu (%24,30; n=148) ve 17.000-25.000 TL aralığında aylık geliri (%57,50; n=350) olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların %100’ünün çalıştığı (n=609), çalışanların çoğunlukla büyük ölçekli kurumlarda çalıştıkları (%33,70; n=205), 1-5 yıldır aynı kurumda çalıştıkları (%23,30; n=142), 26 ve üzeri senedir çalıştıkları (%33,20; n=202), iş yerinde veya ofiste çalıştıkları (%90,80; n=553), kurum içi iletişimi sürdürmek için WhatsApp kullandıkları (%50,20; n=306), çalıştıkları saatlerde düşük verimlilikle çalıştıklarını düşündükleri (%27,80; n=169), son altı ay içerisinde üretkenliklerinin azaldığı (%37,60; n=229) ve çalışanların kurum içi iletişim amacıyla en fazla WhatsApp kullandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışanların yaş gruplarının kurum içi iletişimde dijital eşitsizlik ve alt boyutlarından elde ettiği ortalama puanlar arasındaki ayrım istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p<0.05$). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan scheffe testi sonucunda, ortalama değerler incelendiğinde farklılığın 18-24 yaş grubundaki çalışanlar ile 35-44 yaş gruplarındaki çalışanlar arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. 35-44 yaş

gruplarının kurum içi iletişimde dijital eşitsizlik $2,80 \pm 1,00$ motivasyonel erişim eşitsizliği $2,73 \pm 1,16$, fiziksel erişim ve kullanım erişimi eşitsizliği ($2,82 \pm 1,13$), beceri erişim eşitsizliklerinden $2,87 \pm 1,12$ aldığı puan ortalamalarına karşılık 18-24 yaş grubundaki çalışanların kurum içi iletişimde dijital eşitsizlik puan ortalamasının $3,41 \pm 0,93$ olduğu sonucuna ulaşılmıştır. 18-24 yaş grubundaki çalışanlar, kurum içi iletişimde dijital eşitsizlik alt boyutlarından; motivasyonel erişim eşitsizliğinden $3,54 \pm 1,09$ fiziksel erişim ve kullanım erişimi eşitsizliğinden $3,34 \pm 1,17$ beceri erişim eşitsizliklerinden $3,32 \pm 1,16$ aldığı puan ortalamalarının 35-44 yaş gruplarındaki çalışanların puan ortalamalarına göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

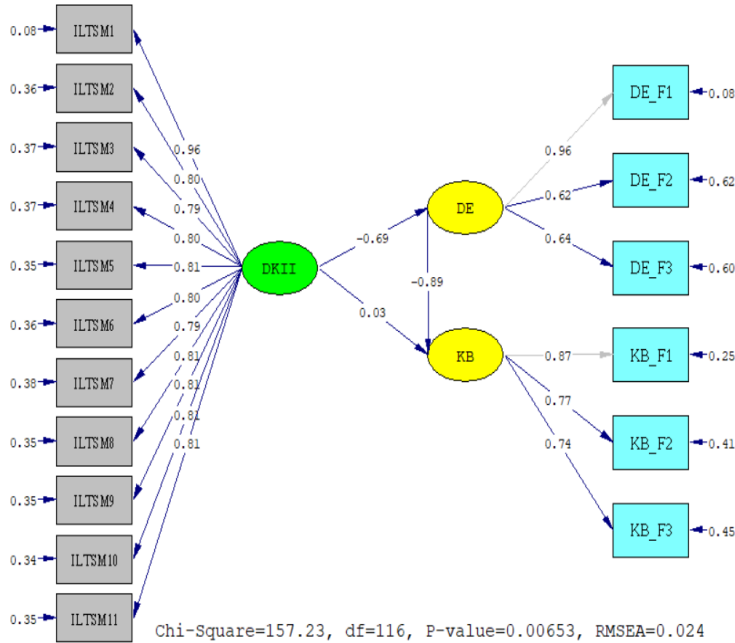
Çalışanların eğitim düzeylerinin fiziksel erişim ve kullanım erişimi eşitsizliği, beceri erişim eşitsizliğinden aldığı ortalama puanları arasındaki farklılık, eğitim düzeyi ilkökul ve ortaokul olan çalışanlar ile ön lisans, lisans ve lisansüstü mezunu olan çalışanlar arasında anlamlı bulunmuştur. Eğitim düzeyi ilkökul ve ortaokul olan çalışanların beceri erişimi, fiziksel erişim ve kullanım erişimi eşitsizliğinden aldığı puan ortalamalarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışanların gelir düzeylerinin kurum içi iletişimde dijital eşitsizlik ve alt boyutlarından aldığı ortalama puanlar arasındaki fark gelir düzeyi 17.000-25.000 TL olan çalışanlar ile 25.001 TL ve üzeri gelir düzeyine sahip olan çalışanlar arasında anlamlı bulunmuştur. Grupların aldığı ortalamalar incelendiğinde gelir düzeyi 17.000-25.000 TL olan çalışanların kurum içi iletişimde, motivasyonel erişim eşitsizliği, fiziksel erişim ve kullanım erişimi eşitsizliği, beceri erişimi eşitsizliklerinden aldığı puan ortalamalarının 25.001 TL ve üzeri gelir düzeyine sahip olan çalışanlardan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışanların kurumda çalışma süreleri ile kurum içi iletişimde dijital eşitsizlik düzeylerinden aldığı ortalama puanları arasındaki farklılaşma 21-25 ve 26 sene ve üzeri kurumda çalışma süresi olan çalışanlara göre 6-10 yıl arası çalışanların kurum içi iletişimde dijital eşitsizlik puan ortalamalarının daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Hipotezlerin Test Edilmesi

Araştırmanın Hipotezi doğrultusunda kurum içi iletişim ve dijital eşitsizlik ilişkisinin kurumsal bağlılığa etkisini tespit edebilmek için Yapısal Eşitlik analizinden yararlanılmıştır. Yapısal eşitlik analizi uygulamadan önce çalışmanın bazı ön koşulları karşılayıp karşılamadığı incelenmiştir.



Şekil 1: Dijital Eşitsizliğin Aracı Rolüne Ait Path Diyagramı

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Aracılık hipotezinin test edilmesi için kurulan Şekil 1'deki model incelendiğinde, X^2/sd : 1.355 ile "mükemmel uyumda", diğer uyum indeksleri incelendiğinde RMSEA:0.024, SRMR:0.026, NFI:0.99, NNFI: 1.00, CFI: 0.99, GFI:0.97, AGFI: 0.96, IFI:1.00 ve RFI:0.99 ile "mükemmel uyum" sınırları içerisinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar araştırmadaki yol katsayısını yorumlanabilir hale getirmektedir. Araştırmanın aracılık hipotezine ait sonuçlar aşağıda verilmiştir.

Tablo 2: Araştırmanın Aracılık Hipotezine Ait Etki Katsayıları

Hipotezler	Yol	Etki Katsayıları		
		Standarize β	t	p
H1: Dijital kurum içi iletişimin kurumsal bağlılık üzerindeki etkisinde dijital eşitsizliğin aracılık rolü vardır.	DKII → DE → KB	0.03	0.70	>0.05

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Şekil 1 ve Tablo 2 incelendiğinde; dijital kurum içi iletişimin kurumsal bağlılık üzerinde aracı değişkensiz 0.64'lük etkisinin olduğu ve bu etkinin %95 güven düzeyinde anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aracı değişken modele dahil edildiğinde dijital kurum içi iletişimin kurumsal bağlılık etkisinin 0.03'e düştüğü ve anlamlılığını yitirdiği (t:0.70; p>0.05) sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç aracısız modelde 0.64'lük etkinin dijital eşitsizlik ile 0.03'e düştüğünü göstermekte ve anlamlılığını yitirdiği için tam aracılık rolü olduğunu göstermektedir.

Aracılık modelinin bir başka göstergesi de VAF kat sayısının hesaplanmasıdır. $VAf=(A*B)/(A*B+C)$ formülü ile hesaplanmakta ve değerler yerine yazıldığında 0.953 değerine ulaşılmaktadır. VAF Katsayısının 0.20'nin altında kalması durumunda aracılık olmadığına, 0.20-0.80 arasında kısmi aracılık ve 0.80-1.00 arasında ise tam aracılık olduğunu göstermektedir. 0.953 sonucu 0.80-1.00 değerleri arasında olduğu için VAF katsayısı formülüne göre tam aracılık olduğunun göstergesidir (Hadi vd. 2016).

Tablo 3: Araştırmanın İkinci Modeli Sonucunda Ulaşılan Hipotezlere Ait Sonuçlar

Hipotezler	Yollar	S.P.T	t	R ²	Sonuç
H2: Dijital kurum içi iletişim ve dijital eşitsizlik arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır.	(DKII) → (DE)	-0.70	-18,47*	0,49	Doğrulandı
H3: Dijital eşitsizlik kurumsal bağlılığı negatif yönde etkilemektedir.	(DE) → (KB)	0,92	-25,98	0,85	Doğrulandı

*p<0.05; DKII: Dijital Kurum İçi İletişim, KB: Kurumsal Bağlılık; S.P.T: Standartlaştırılmış Parametre Tahminleri

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Tablo 3 incelendiğinde; araştırmanın ikinci hipotezi "Dijital kurum içi iletişim ve dijital eşitsizlik arasındaki ilişki bulunmaktadır." istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlıdır ($\beta=-0.70$; $t=-18.47>1.96$). Bu sonuç, dijital kurum içi iletişimin dijital eşitsizlik üzerinde 0.70 birimlik negatif bir etkiye sahip olduğu ayrıca bu sonuç dijital kurum içi iletişimdeki bir birimlik iyileştirmenin dijital eşitsizlik düzeyinde 0.70 birimlik azalışa neden olacağı anlamına gelmektedir. Dijital kurum içi iletişim tek başına dijital eşitsizliğin %49'lük kısmını oluşturmaktadır (R²:0.49).

Araştırmanın üçüncü hipotezi olan dijital eşitsizliğin kurumsal bağlılığa negatif yöndeki etkisi istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlıdır ($\beta=-0.92$; $t=-25.98>1.96$). Bu sonuç, dijital eşitsizliğin kurumsal bağlılık üzerinde 0.92 birimlik negatif bir etkiye sahiptir. Ayrıca bu sonuç dijital eşitsizlikteki bir birimlik artışın kurumsal bağlılık düzeyinde 0.92 birimlik azalışa neden olacağı anlamına gelmektedir. Dijital eşitsizlik, %85'lik oran ile kurumsal bağlılığı etkilemektedir (R²:0.85).

Tablo 4: Dijital Kurum İçi İletişimin Kurumsal Bağlılık Üzerindeki Etkisine Ait Model

Hipotezler	Yollar	S.P.T	t	R ²	Sonuç
H4: Dijital kurum içi iletişim kurumsal bağlılığı pozitif yönde etkilemektedir.	(DKII) → (KB)	0,64	15,41*	0,41	Doğrulandı

*p<0.01; DKII: Dijital Kurum İçi İletişim, KB: Kurumsal Bağlılık; S.P.T: Standartlaştırılmış Parametre Tahminleri

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Tablo 4 incelendiğinde; araştırmanın dördüncü hipotezi olan dijital kurum içi iletişim kurumsal bağlılığı pozitif yöndeki etkisi istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlıdır ($\beta=0.64$; $t=15.41>1.96$). Bu sonuç, dijital kurum içi iletişim kurumsal bağlılık üzerinde 0.64 birimlik pozitif bir etkiye sahip olduğu ve dijital kurum içi iletişimdeki bir birimlik iyileştirmenin kurumsal bağlılık düzeyinde 0.64 birimlik artışa neden olacağı anlamına gelmektedir. Dijital kurum içi iletişim tek başına kurumsal bağlılığın %41'lik düzeyini açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır (R²:0.41).

Sonuç olarak: Yapılan çalışmada elde edilen veriler ışığında, dijital kurum içi iletişimin kurumsal bağlılık üzerinde 0.64'lük etkisinin olduğu ve bu etkinin %95 güven düzeyinde anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aracı değişken modele dahil edildiğinde dijital kurum içi iletişimin kurumsal bağlılık üzerindeki etkisinin 0.03'e

düştüğü ve anlamlılığını yitirdiği ($t:0.70$; $p>0.05$) sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç aracısız modelde 0.64'lük etkinin dijital eşitsizlik ile 0.03'e düştüğünü göstermekte ve anlamlılığını yitirdiği için tam aracılık rolü olduğunu ispatlamaktadır. Bu sonuç ile araştırmanın "H1: Dijital kurum içi iletişimin kurumsal bağlılık üzerindeki etkisinde dijital eşitsizliğin aracılık rolü vardır." hipotezi doğrulanmış, ilk model ortaya çıkmıştır. Dijital kurum içi iletişimin dijital eşitsizlik üzerinde 0.70 birimlik negatif bir etkiye sahip olduğu ayrıca dijital kurum içi iletişimdeki bir birimlik iyileştirmenin dijital eşitsizlik düzeyinde 0.70 birimlik azalışa neden olacağı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç ile araştırmanın ikinci hipotezi olan "H2: Dijital kurum içi iletişim ve dijital eşitsizlik arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır dijital kurum içi iletişim dijital eşitsizlik arasındaki ilişki istatistiksel %95 güven düzeyinde anlamlı olduğu sonucuna ulaşılarak doğrulanmıştır. Dijital eşitsizliğin kurumsal bağlılık üzerinde 0.92 birimlik negatif bir etkiye sahip olduğu ve dijital eşitsizlikteki bir birimlik iyileştirmenin kurumsal bağlılık düzeyinde 0.92 birimlik azalışa neden olacağı sonucuna ulaşılarak araştırmanın üçüncü hipotezi "H3: Dijital eşitsizlik kurumsal bağlılığı negatif yöndeki etkilemektedir." doğrulanmıştır. Dijital kurum içi iletişimin kurumsal bağlılık üzerinde 0.64 birimlik pozitif bir etkiye sahip olduğu ayrıca bu sonuç ile dijital kurum içi iletişimdeki bir birimlik iyileştirmenin kurumsal bağlılık düzeyinde 0.64 birimlik artışa neden olacağı sonucuna ulaşılarak araştırmanın "H4: Dijital kurum içi iletişim kurumsal bağlılığı pozitif yönde etkilemektedir." dördüncü hipotezi doğrulanmıştır.

Araştırmadan elde edilen bulgularla, yapılan pearson korelasyon analizi sonucu literatürle uyumlu olarak kurum içi iletişimin çalışanların kurumsal bağlılığında pozitif bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Pearson korelasyon analizi sonucu dikkat çeken diğer bir sonuç ise, dijital kurum içi iletişim ile dijital eşitsizlik arasında orta düzeyde bir ilişki olmasıdır. Bu sonuç ile dijital kurum içi iletişim orta düzeyde iyileştirildiğinde kurum içi iletişimde dijital eşitsizliğin de orta düzeyde azalacağı saptanmıştır. Diğer dikkat çeken bir bulgu ise, kurum içi iletişimde dijital eşitsizlik düzeyleri ile kurumsal bağlılık arasında orta düzeyde korelasyonun tespit edilmesi olmuştur. Bu sonuç ile çalışanların kurum içi iletişimde dijital eşitsizlik düzeyleri orta düzeyde iyileştirildiğinde kurumsal bağlılıklarının orta düzeyde artacağı saptanmıştır.

SONUÇ

Kurum içi iletişimin öncelikli hedeflerinden biri kurum çalışanlarıyla sürdürülen iletişim modelini belirlemek ve belirlenen iletişim modelini hayata geçirmektir. Kurum içi iletişim sadece çalışanlar arasında bilgi aktarımı ile sınırlı değildir, kurum içi iletişim aynı zamanda çalışanların kurumsal bağlılığına etki eden temel ve önemli aktörlerden biridir. Kurum içi iletişimde pek çok iletişim araç ve yönteminden yararlanılmakta, dijitalleşen iletişim kurum içi iletişim pratiklerine de yansımaktadır. Dijitalleşen kurum içi iletişimde iç paydaşların/çalışanların iletişim araçlarına erişim düzeylerinin çeşitli nedenlerle farklılık göstermesiyle literatürde dijital eşitsizlik kavramına tartışma alanı açılmıştır. Dijital eşitsizlik kurum içi iletişim ve ilişki yönetiminde aksamalara yol açmakta, çalışanların kurumla ilişkilerine yansımakta ve çalışanların kuruma bağlılıkları üzerinde olumsuz sonuçlara neden olmaktadır. Kurumsal bağlılığın kurumsal verimlilik, kurumsal imaj, kurumsal itibar ve güven ile ilişkisi ise dijital eşitsizlik nedenlerinin belirlenmesinin ve giderilmesinin önemini ortaya koymaktadır.

Dijital eşitsizliğin sadece fiziksel erişim olarak değil fiziksel, motivasyonel, kullanım ve beceri olmak üzere dört ardışık erişim türü olarak ele alındığı, dijital eşitsizlik ve kurumsal bağlılık arasındaki ilişkiye odaklanan çalışma bağlamında gerçekleştiren araştırma Türkiye'de herhangi bir kurumda çalışan 609 kişilik örneklem ile 15 Mart 2024- 15 Mayıs 2024 tarihlerinde gerçekleştirilmiştir. Dijital kurum içi iletişimin kurumsal bağlılık üzerinde 0.64'lük etkisinin olduğu ve dijital eşitsizliğin, dijital kurum içi iletişimde kurumsal bağlılığı 0.03'e düşürdüğü sonucuna ulaşılmıştır. Dijital kurum içi iletişimin dijital eşitsizlik üzerinde 0.70 birimlik negatif yönde bir etkiye sahip olduğu, dijital kurum içi iletişimdeki bir birimlik iyileştirmenin ise dijital eşitsizlik düzeyinde 0.70 birimlik azalışa neden olacağı sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan araştırmada, kurum içi iletişimde dijital eşitsizliğin çalışanların kurumsal bağlılıklarına etkisi incelenmiş, kurum içi dijital eşitsizliğin yaş, eğitim ve gelir düzeyi ile ilişkili olduğu, dijital eşitsizliğin ise kurumsal bağlılık üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma verilerine göre; çalışanların kurumsal bağlılığında kurum içi iletişimin pozitif etkisi söz konusuysa, dijital eşitsizliğin kurum içi iletişim sürecine dahil olması çalışanların kurumsal bağlılığını olumsuz yönde etkilemektedir.

Bu yaklaşımla kurum içi iletişim yönetiminde dijitalleşen iletişimin fiziksel, motivasyonel, kullanım ve beceri boyutlarında dijital eşitsizliğe yol açabileceği, dijital eşitsizliğin ise kurumsal bağlılık ile etkileştiği göz önünde bulundurulmalıdır. Bu nedenle kurumlarda dijital eşitsizlik düzenli aralıklarla ve bilimsel yöntemlerle ölçülmeli, eşitsizliğin nedenlerine çözüm üretilmeli, kurum içi iletişim bu bağlamda planlanmalıdır.

KAYNAKÇA

Akıncı, Z.B. (1998), Kurum Kültürü ve Örgütsel İletişim, İstanbul: İletişim Yayınları.

- Argenti, P.A., Barnes, M.C. (2009), *Digital Strategies for Powerful Corporate Communications*, McGraw-Hill Published.
- Armbrecht, W. (1992), *Innerbetriebliche Public Relations Grundlagen eines situativen Gestaltungskonzepts*, Erişim Adresi: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-663-05397-2>.
- Attewell, P. (2001), *Comment The First and Second Digital Divides*, *Sociology of Education*, Jul., 2001, Vol. 74, No. 3 (Jul., 2001), pp. 252-259 Published by: American Sociological Association.
- Balay, R. (2000) *Yönetici ve Öğretmenlerde Örgütsel Bağlılık*, Pegem Akademi Yayınları, Ankara.
- Balta Peltekoğlu, F. (1993), *Kurum İçi İletişim ve Kurumsal İmaj Katkısı*, *Marmara İletişim Dergisi*, Sayı: 4, 203-210. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2734> (30 Mart 2021).
- Balta Peltekoğlu, F. (2001), *Halkla İlişkiler Nedir?* 2. Basım, İstanbul: Beta Yayınları.
- Balta Peltekoğlu, F. (2018), *“Halkla İlişkiler Nedir”*, Beta Yayınları, İstanbul
- Balta Peltekoğlu, F. ve Askeroğlu, E. D. (2020), *Dijital Ortamda Kurum İçi İletişim: İşletmelere Yönelik Bir Araştırma*, *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, Sayı:1, 1-18. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1175034> (1 Mart 2021).
- Balta Peltekoğlu, F. (2022), *Halkla İlişkiler Nedir?* 11. Basım, İstanbul: Beta Yayınları.
- Balta Peltekoğlu, F. ve Ayan, N. (2023), *Kurumsal Güven ve Çalışan İlişkisinde Kurum İçi İletişimin Rolü*. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 11 (2), 1241- 1260. 1245.
- Balcı, Ali (2011), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler*, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık,
- Beck, K., Wilson, C. (1997), *“Police officers’ views on cultivating organisational commitment: implications for police managers”*, *Policing: An International Journal*, Volume 20, Issue:1 Erişim Adresi: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/13639519710162088/full/pdf?title=policy-officers-views-on-cultivating-organizational-commitment-implications-for-police-managers>
- Brandzaeg, Peter, B., Heim, J., Karahasanovic, A. (2011), *Understanding the new digital divide—A typology of Internet users in Europe* *International Journal of Human-Computer Studies*, 69 (2011) 123–138, doi: 10.1016/j.ijhcs.2010.11.004 .
- Brockhaus, J., Buhmann, A., Zeffass, A. (2022), *“Digitalization in corporate communications: understanding the emergence and consequences of CommTech and digital infrastructure”*, *Corporate Communications: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-03-2022-0035>
- Carter, R.M. (1972), *Communication in Organizations*, Erişim Adresi: <urn:lcp:communicationino0000robe:epub:04c3baf5-51a5-4d14-9e35-4c5834d0f23d> Erişim Tarihi: 12.07.2023.
- Coombs, W. T., Holladay, S. J. (2014), *It's Not Just PR Public Relations in Society*, Press: Wiley Blackwell, Second Edition.
- Comunello, F. (2010), *From the Digital Divide to Multiple Divides: Technology, Society, and New Media Skills.. in the Handbook of Research on Overcoming Digital Divides Constructing an Equitable and Competitive Information Society, Section 5: Approaches to Study Digital Divides*, Eds: Enrico Ferro, Yogesh Kumar Dwivedi, J. Ramon Gil-Garcia, Michael D. Williams
- Çapar, F., Vural, Ö. F. (2013), *E-devletleşme Önündeki Engel: Dijital Eşitsizlik*. *International Journal of Human Sciences*, 10(1), 1674-1692.
- Dick G., Metcalfe, B., (2001), *Managerial Factors and Organizational Commitment: A Comparative Study of Police Officers and Civilian Staff*, *The International Journal of Public Sector Management*, Vol:14, No:2, 111-128, Erişim Adresi: https://www.researchgate.net/publication/235307857_Managerial_factors_and_organisational_commitment_A_comparative_study_of_police_officers_and_civilian_staff, Erişim Tarihi: 02.03.2022.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Neuman, W.R. %1Robinson, J.P. (2001), *Social Implications of the Internet*, *Annual Reviews* 2001. 27:307–36, Erişim Adresi: <https://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev.soc.27.1.307>.
- Eker, B.A. (2013), *Denison’un Kurum Kültürü Modeli Bağlamında İletişim Memnuniyetinin Kurumsal Bağlılığa Etkisi*, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, İstanbul Marmara Üniversitesi SBE.

- Fombrun, C., Van Riel, C. (2007), *Essentials of Corporate communication*. London: Routledge.
- Fredrikson, M. (2009), *On Beck: Risk and Subpolitics in Reflexive Modernity, Public Relations and Social Theory Key Figures and Concepts içinde*, Editörler: Øyvind Ihlen Betteke van Ruler Magnus Fredriksson, Press: Taylor and Francis UK, First Published.
- Fiğan, M., Özdemir, Y.D. (2020), *Dijital Kültür, Dijital Eşitsizlikler ve Yaşlanma* Editörler: Alternatif Bilişim Yayınları: Çankaya /Ankara.
- Gunkel, D.J. (2003), *Second thoughts: Toward a critique of the digital divide*. *New Media & Society*, 5(4): 499–522. Erişim Adresi: https://ww.gunkelweb.com/articles/digital_divide.pdf.
- Grunig, J. E., Hunt, T. (1984), *Managing Public Relations*, CBS College Publishing.
- Grunig, J.E. (2005), *Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik*, Çeviren: Elif Özsayar, İstanbul: Rota Yayınları.
- Hanoğlu, Ö. (2009), *Sayısal Bölünme, Bilim Teknik*, Mart, Erişim Adresi: <https://e-dergi.tubitak.gov.tr/edergi/yazi.pdf?dergiKodu=4&cilt=42&sayi=630&sayfa=24&yaziid=27617>.
- Helsper, E. J., Van Deursen, A. J. ve Eynon, R. (2015), *Tangible outcomes of Internet use: from digital skills to tangible outcomes project report*.
- Högström, A., Bark, M., Bernstrup, S., Heide, M. & Skoog, A. (1999), *Kommunikativt ledarskap: En bok om organisationskommunikation*. Stockholm: Verkstadsindustrier.
- Karasar, N. (1998). *Araştırmalarda Rapor Hazırlama*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Lee, I. J., Kwon, H. (2007), *The Korea Agency for Digital Opportunity & Promotion's e-Learning Initiatives to Bridge the Digital Divide in South Korea*, *International Journal for Educational Media and Technology* 2007, Vol.1, Num. 1: 35-47. Erişim Adresi: [https://jaems.jp/contents/iconej/vol1/IJEMT1\(1\)35-47.pdf](https://jaems.jp/contents/iconej/vol1/IJEMT1(1)35-47.pdf) (1 Mart 2021).
- Mathieu, J. E., Zajac, D.M. (1990), “A Review And Meta-Analysis Of The Antecedents, Correlates And Consequences Of Organizational Commitment”, *Psychological Bulletin*, Vol. 108. No. 2: 177-178-179
- Meyer, J. P., Allen, N. J., Smith, C. A. (1993), *Commitment to organizations and occupations: Extension and test of a three-component conceptualization*. *Journal of Applied Psychology*, 78(4):538–551. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.78.4.538>
- McQuail, D., Windahl, S. (1993), *Communication models: For the study of mass communication*. London: Longman Group.
- Moseley, C. (2019) *7 reasons why internal communications is important*, Erişim Adresi: <https://blog.jostle.me/blog/why-is-internal-communications-important>.
- Mowday, Richard T., Steers, Richard M. & Porter, Lyman M. (1979), *The Measurement Of Organizational Commitment*, *Journal of Vocational Behavior* 14, Pages: 224-247. Erişim Adresi: https://www.academia.edu/3379532/The_measurement_of_organizational_commitment_1, Erişim Tarihi: 04.02.2022.
- Mumby, D. K., Kuhn, T. R. (2019), *Organizational Communication , A Critical Introduction*, United Kingdom Sage Published, Second Edition.
- Nas, Ş. (2020), *Boşluk ve Bileşenleriyle Dijital Eşitsizliği Ölçmek, Dijital Tabakalaşma ve Eşitsizlik kitabı içinde*, Editörler: Serdar Nerse ve Abdurrahman Özkan, Sakarya Üniversitesi Yayınlar: Sakarya.
- Nerse, S., Özkan, A. (2021), *Dijital Tabakalaşma ve Eşitsizlik Sakarya Üniversitesi Yayınları*: Sakarya.
- Odabaşoğlu, A. N. (2020), *Farklı Engel Türüne Sahip Bireylerin Dijital Eşitsizlik Deneyimleri Üzerine Nitel Bir Araştırma* Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalı.
- O'Hara, K., Stevens, D. (2006), *Power, Poverty and The Digital Divide*, One World Publications.
- Ragnedda, M. (2017), *The Third Digital Divide A Weberian Approach to Digital Inequalities*, Routledge is an Taylor & Francis Group, London.
- Ragnedda, M., Ruiu, L.M. (2018), *Social Capital and The Three Levels of Digital Divide in the book of Theorizing Digital Divides*, Editors: Massimo Ragnedda and Glenn W. Muschert, Press: Routledge Taylor & Francis Group.

- Salancik, Gerald R. (1977), Commitment Is Too Easy! Organizational Dynamics Volume 6, Issue 1:62-80,Erişim Adresi: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0090261677900353#!>
- Servon, L. J. (2002), Bridging the Digital Divide Technology, Community, and Public Policy, Blackwell Publishing company, ISBN 0-631-23241-9 (hbk) 0-631-23242-7 (pbk).
- Sütlüoğlu, T. (2020), Dijital Eşitsizlik ve Yoksul Bireylerin Medya Tüketim Pratikleri: Eskişehir Örneği, Yayınlanmamış Doktora Tezi Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tutar, H., Yılmaz, M.K., Eroğlu, Ö. (2017), Genel ve Teknik İletişim, Seçkin Yayıncılık, Erişim Adresi: <https://ws1.turcademy.com/ww/webviewer.php?doc=71197>.
- Van Dijk, J. (2005), The deepening divide: Inequality in the information society. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Van Dijk, J. (2018), Afterword: the state of digital divide theory (199-206) in the book of Theorizing Digital Divides, Editors: Massimo Ragnedda and Glenn W. Muschert, Press: Routledge Taylor & Francis Group.
- Zheng, Y. (2009), Internal Communication from a Managerial Perspective a Case Study On Eleiko Sport AB., Yayınlanmamış Lisans Tezi, Halmstad Üniversitesi, Erişim Adresi: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:239501/FULLTEXT01.pdf>.
- Wasti, A. (2012), Örgütsel Bağlılık Kavramı, Odakları, Öncül ve Sonuçları, Çalışma Yaşamında Davranış Güncel Yaklaşımlar Kitabı içinde, Editörler Aşkın Keser, Gözde Yılmaz, Senay Yürür, Kocaeli: Umuttepe Yayınları, 2. Baskı.
- Warschauer, M. (2003),Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide, The MIT Press Cambridge, Massachusetts London, England.
- Gove, P. B. Gove, Webster, M. (Ed.) (1966), Webster's Third New International Dictionary Of The English Language Unabridged, Publishers G. & C. Merriam Company, Springfield, Massachusetts, U.S.A.
- TÜİK,<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-Ocak-2024-53525#:~:text=%C4%B0stihdam%20edilenlerin%20say%C4%B1s%C4%B1%202024%20y%C4%B1%C4%B1,%32%2C4%20olarak%20ger%C3%A7ekle%C5%9Fti> (Erişim Tarihi: 20. 03.2024).