

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**SANAL SOSYAL AĞLAR VE AİDİYETLER: DİJİTAL YERLİLERİN SANAL
SOSYAL AĞ AİDİYETLERİ (MALATYA İLİ ÖRNEĞİ)**

DOKTORA TEZİ

Arzu BOZDAĞ TULUM

Danışman

Doç. Dr. Yaşar KAYA

MALATYA – 2021

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**SANAL SOSYAL AĞLAR VE AİDİYETLER: DİJİTAL YERLİLERİN
SANAL SOSYAL AĞ AİDİYETLERİ (MALATYA İLİ ÖRNEĞİ)**

DOKTORA TEZİ

DANIŞMAN

Doç. Dr. Yaşar KAYA

HAZIRLAYAN

Arzu BOZDAĞ TULUM

Jürimiz **19.11.2021** tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda bu Doktora Tezini (oybirliği /oyçokluğu) ile başarılı bulunarak **Sosyoloji** Ana Bilim, **Sosyoloji** Bilim dalında Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyelerinin Ünvanı Adı Soyadı	İmza
1. Prof. Dr. Abdullah KORKMAZ
2. Doç. Dr. Abid BULUT
3. Doç. Dr. Bekir KOCADAŞ
4. Doç. Dr. M. Çağlar KURTDAS
5. Doç. Dr. Yaşar KAYA (Danışman)

İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun tarih vesayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof. Dr. Mehmet KUBAT
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ONUR SÖZÜ

Doç. Dr. Yaşar KAYA danışmanlığında doktora tezi olarak hazırladığım “SANAL SOSYAL AĞLAR VE AİDİYETLER: DİJİTAL YERLİLERİN SANAL SOSYAL AĞ AİDİYETLERİ (MALATYA İLİ ÖRNEĞİ)” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın tarafımdan yazıldığını ve yararlandığım bütün yapıtların hem metin içinde hem de kaynakçada yöntemine uygun biçimde gösterilenlerden oluştuğunu belirtir, bunu onurumla doğrularım.

19/11/2021

Arzu BOZDAĞ TULUM

ÖNSÖZ

İnternet teknolojilerinin hayatımıza girişi ile birlikte, gerek bireysel gerekse toplumsal yaşantımızda geri dönülmez değişimler yaşanmıştır. Her geçen gün internetin daha yaygın ve yoğun kullanımına şahit olmaktayız. Hemen her yaş grubu interneti kullanmakla birlikte, özellikle genç kuşaklar için İnternet, çok daha önemli bir anlam ifade etmektedir.

İnternetin ortaya çıkardığı sanal ağlar; siber uzayda bireyler için, zaman ve mekân engellerini ortadan kaldırarak, yeni bir yaşam alanı haline gelmiştir. Hemen her ihtiyaçlarını bu sanal ortamlarda gideren bireyler, özellikle de gençler, sanal ağların olmadığı bir hayatı hayal dahi edememektedirler. Sanal sosyal ağları hayatının çok önemli bir parçası olarak gören bu gençlik kesimine dijital yerli ismi verilmektedir.

Zamanlarının çoğunu bu sanal ortamlarda geçiren dijital yerli gençler, bu sanal topluluklarda sosyalleşmekte, eğlenmekte, oyun oynamakta, haberleşmekte, alış-veriş yapmakta, eğitim almakta hatta kavga etmekte, âşık olmakta, duygusal, sosyal her türden ihtiyaçlarını gidermektedirler.

Bu sanal ortamlarda özellikle kendisi gibi düşünen, hissedenen, ortak ilgi alanlarına sahip olan başka bireyler ile bir araya gelerek, sanal toplulukları oluşturmaktadırlar. Zamanlarının büyük kısmını bu sanal ortamlarda geçiren bireyler gerçek toplumsal ilişkilerden uzaklaşmakta bunun yerine, bu sanal ortamlarda kurulan ilişkilere yönelmektedirler.

Bireyler için önemli bir ihtiyaç olan aidiyet duygusu, gerçek toplulukların yerine, özellikle gençler tarafından sanal sosyal ağlarda gidermeye başlanmıştır. Ancak zaman ve mekân engeli olmayan, sanal sosyal ağlarda, bireylerin yer değiştirmesi (göç etmesi) veya aynı anda birçok sanal sosyal ağın içerisine dâhil olması mümkün olduğu için, gençler kolaylıkla üyesi oldukları sanal sosyal ağı terk edip, başka sanal sosyal ağlara üye olabilmektedirler. Başka sanal sosyal ağlara geçişi çok kolay olan dijital yerli gençlerin üyesi oldukları sanal sosyal ağa hissettikleri aidiyet duygusu çok güçlü olmayıp, akışkan başka bir ifadeyle hibrit bir özellik taşımaktadır.

Gerçek topluluklara hissedilen aidiyet duygusu artık sanal sosyal ağlarda giderilmeye çalışılmakla birlikte, bu yeni ağlarda ortaya çıkan aidiyet duygusunun mahiyet olarak ne derecede gerçekleştiği bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dijital yerli kuşakı gençlerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet tutumlarının araştırıldığı bu çalışmanın sonuçlarının, söz konusu aidiyet problemine ışık tutacağı ve literatüre katkıda bulunacağı umulmaktadır.

Bu çalışmada, öncelikle kendisinden çok şey öğrendiğim, çalışmamın her aşamasında bana yol gösteren, ışık olan, çalışmadaki eksiklikleri gidermemde ve çalışmanın bu aşamaya gelmesinde büyük emeği olan, danışman hocam, kıymetli büyüğüm; Doç. Dr. Yaşar KAYA' ya teşekkür ediyor, şükranlarımı sunuyorum.

Ayrıca doktora eğitimime katkıda bulunan İnönü Üniversitesi Sosyoloji Bölümü Öğretim üyelerinden Prof. Dr. Abdullah Korkmaz, Prof. Dr. Taner Tatar, Prof. Dr. Hüsniye Canbay Tatar, Prof. Dr. Vehbi BAYHAN ve kendisinden ders alma şansını yakaladığım Prof. Dr. Sezgin KIZILÇELİK hocalarıma canı gönülden teşekkür ederim.

Doktora sürecimde bana her türlü desteği veren ailem; annem, babam, eşim, oğlum ve kızıma teşekkür ederim.

Arzu BOZDAĞ TULUM
Kasım, 2021

ÖZET

Sanal sosyal ağların, geleceğin yetişkin kuşağı olacak dijital yerlilerin sosyo-demografik özellikleri bağlamında aidiyet tutumlarında nasıl bir etkiye sahip olduğunun tespit edilmesinin amaçlandığı bu çalışmaya, 2000 sonrası doğumlu olup, literatürde “dijital yerli” olarak nitelendirilen öğrencilerden toplam 790 öğrenci katılmıştır.

Yapılmış olan bu çalışmada; karma araştırma yöntemi olarak ifade edilen nicel ve nitel yöntemlerin birlikte kullanıldığı bir araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada Malatya ilinde bulunan ortaokul ve lise öğrencilerinden toplam 790 öğrenciye anket uygulanırken, 20 öğrenciyle mülakatlar yapılmıştır.

Elde edilen veriler SPSS ile değerlendirilmiş, frekans, yüzde ve ortalama değerleri tespit edilmiş, ayrıca T-Testi, Anova ve Pearson korelasyon analizleri yapılmış, sonuçlar tablolar halinde sunulmuştur. Bunlara ek olarak konuyu açıklığa kavuşturacağı düşünülen derinlemesine mülakatlar, kayıt programı ile kaydedildikten sonra deşifre edilerek yazıya geçirilmiş ve anket sonuçları ile birlikte değerlendirilmiştir.

Bu çalışma, hem kuramsal hem de uygulamalı bir eser niteliği taşıması planlanarak hazırlanmış olan bir çalışmadır. Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmanın metodolojisi hakkında bilgiler yer almaktadır. İkinci bölümde konunun daha iyi anlaşılabilmesi için kuramsal çerçeve oluşturulmuştur. Çalışmanın teorik çerçevesinde temel kavram tanımlamaları ve sanal toplulukları açıklayan kuramlara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise sanal sosyal ağlar ve dijital yerlilerin sanal sosyal ağ aidiyetlerine dair açıklamalara yer verilmiştir. Bu bağlamda alanla ilgili literatür ayrıntılı bir şekilde taranmış, ulaşılabilen konuyla ilgili Türkçe ve yabancı asıllı metinlerin çevrilmesinden oluşan kaynaklar incelenerek, arşiv araştırması yapılmıştır. Çalışmanın uygulamalı bölümünü oluşturan dördüncü bölümünde ise, elde edilen bulgular değerlendirilerek, sonuçlar literatür ışığında tartışılmıştır.

Değerlendirme sonucunda, araştırma hipotezlerinin, bazılarının tamamen bazılarının ise kısmen doğruluğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Yerli, Sanal, Sosyal Ağ, Aidiyet.

ABSTRACT

A total of 790 students, born after 2000 and described as "digital natives" in the literature, participated in this study, which aims to determine how virtual social networks affect the attitudes of belonging in the context of socio - demographic characteristics of digital natives who will be the grown-up population of tomorrow.

In this study; A research method, which is expressed as a mixed research method, in which quantitative and qualitative methods are used together, was used. In the research, a questionnaire was applied to 790 students from secondary and high schools in Malatya, while 20 students were interviewed.

The data obtained were evaluated with SPSS, frequency, percentage and mean values were determined, and T-Test, Anova and Pearson correlation analyzes were performed, and the results were presented in tables. In addition to these, in-depth interviews, which are thought to clarify the subject, were recorded with the recording program, deciphered, transcribed and evaluated together with the survey results.

This study is a study that was planned to be both a theoretical and applied work. The study consists of four parts. In the first part, there is information about the methodology of the research. In the second part, a theoretical framework has been created in order to better understand the subject. In the theoretical framework of the study, basic concept definitions and theories explaining virtual communities are included. In the third part, there are explanations about virtual social networks and virtual social network belongings of digital natives. In this context, the literature related to the field was scanned in detail, and archive research was conducted by examining the sources consisting of translations of Turkish and foreign texts on the subject that can be accessed. In the fourth part, which is the applied part of the study, the findings are evaluated and the results are discussed in the light of the literature.

As a result of the evaluation, it has been determined that some of the research hypotheses are completely correct and some are partially correct.

Keywords: Digital Native, Virtual, Social Network, Belonging.

İÇİNDEKİLER

ONUR SÖZÜ.....	iii
ÖNSÖZ	iv
ÖZET	vi
ABSTRACT.....	vii
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar	xiii
ŞEKİLLER.....	xviii
KISALTMALAR	xix
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ.....	4
1.1.Araştırmanın Konusu ve Önemi	4
1.2. Araştırmanın Amacı	5
1.3. Araştırmanın Problem Cümlesi ve Alt Problemler	5
1.4. Araştırmanın Hipotezleri	6
1.5.Araştırmanın Sayıtları	7
1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları	7
1.7. Araştırmanın Yöntemi	8
1.8. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme	8
1.9.Veritoplama Araçları	10
1.10. Veri Analizi.....	11
1.11. Geçerlilik ve Güvenirlilik	12
İKİNCİ BÖLÜM: İNTERNET VE SANAL SOSYAL AĞLAR, KAVRAMSAL VE TEORİK ÇERÇEVE.....	13
2. 1. İnternet ve Sanal Sosyal Ağların Sosyolojik Tahlili	13
2.1.1 İnternet	14
2.1.2. Küreselleşme ve İnternet Teknolojileri İlişkisi	15
2.1.3. Sosyal Ağlar ve Ağ Toplumu	17
2.1.3.1. Sosyal Ağlar (SNS'LER)	17

2.1.3.1.1. Sosyal Ağların Kültürel Değişmeye Etkisi.....	21
2.1.3.1.2. Sosyal Ağların Bireyleri Sosyalleştirme ve Yalnızlaştırma Etkisi	23
2.1.3.2. Ağ Toplumu.....	26
2.1.4. Sosyal Ağlarda Sanallık, Mekân ve Zaman.....	28
2.1.4.1. Sanallık ve Sanal Mekân(Siber Uzay/Cyber Space).....	28
2.1.4.2. Sosyal Ağlarda Zaman	32
2.1.4.3. Simülasyon (Hipergerçek) ve Simülakrlar	35
2.1.5. Sosyal Ağlar ve Kimlik	37
2.1.6. Sosyal Ağların Yarattığı Yeni Toplumsal Kategoriler: Dijital Yerliler, Dijital Göçmenler ve Dijital Melezler	41
2.1.6.1. Dijital Yerliler	42
2.1.6.2. Dijital Göçmenler.....	44
2.1.6.3. Dijital Melezler.....	45
2.2.Cemaatin Farklı Görünümleri	47
2.2.1. Sosyoloji Literatüründe Cemaatin/Topluluğun Farklı İzahları.....	47
2.2.1.1. Tönnies'in "Geleneksel Cemaati/Topluluğu"	47
2.2.1.2. Anderson'ın "Hayali Cemaatleri/Toplulukları".....	49
2.2.1.3. Rheingold'un "Sanal Cemaatleri/Toplulukları-Sosyal Ağ"	51
2.2.2. Sanal Topluluklara Katılma İlişkin Kuramlar	54
2.2.2.1. Sosyal Alışveriş Teorisi.....	56
2.2.2.2. Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi	57
2.2.2.3. Sosyal Kimlik Teorisi.....	58
2.3. Sosyal Paylaşım Ağları (Yeni Medya/Sosyal Medya).....	59
2.3.1. Sosyal Paylaşım Ağlarının (Yeni Medya/Sosyal Medya) Tanımı ve Kapsamı	59
2.3.2. Günümüzde En Çok Kullanılan Sosyal Paylaşım Platformları (Sosyal Medya)	64
2.3.3. Sosyal Paylaşım Ağlarına Katılım Amaçları.....	66
2.3.3.1. Arkadaşlık (Sosyalleşme) Amacıyla Katılım	67
2.3.3.2. Eğitim ve Araştırma Yapma Amacıyla Katılım.....	68
2.3.3.3. Video, Resim, Fotoğraf, Müzik Paylaşımı Amacıyla Katılım.....	70
2.3.3.4. Oyun Oynama Amacıyla Katılım	71

2.3.3.5. Örgütlenme Amacıyla Katılım	72
2.3.3.6. E-ticaret/Alış -Veriş Amacıyla Katılım.....	74
2.3.3.7. Haberleşme/İletişim Amacıyla Katılım.....	76
2.3.3.8. Flört ve Evlilik Amaçlı Katılım	77
2.3.3.9. Cinsel Amaçlı Katılım	78
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: SANAL SOSYAL AĞ AİDİYETİ VE DİJİTAL YERLİ GENÇLİK.....	79
3.1. Aidiyet Kavramının Sosyolojik İzahı.....	79
3.1.1. Aidiyet Kavramı.....	79
3.1.1.1. Bir İhtiyaç Olarak Aidiyet	82
3.1.1.2. Bir Kimlik İnşası Aracı Olarak Aidiyet.....	84
3.1.1.3. Bir Toplumsal Bütünleşme Aracı Olarak Aidiyet	86
3.1.2. Toplumsal Grup Aidiyeti ve Toplumsal Grup Aidiyetine İlişkin Kuramlar	87
3.1.3. Toplumsal Aidiyet Türleri	90
3.1.3.1. Ulusal-Etnik ve Kültürel Aidiyet.....	90
3.1.3.2. Dinsel ve İdeolojik Aidiyet	91
3.1.3.3. Örgütsel-Kurumsal Aidiyet	92
3.1.3.4. Vatan-Mekânsal(Coğrafi) Aidiyet.....	92
3.1.3.5. Sanal Aidiyet	93
3.1.4. Genç Kuşağın Toplumsal Aidiyeti.....	96
3.1.4.1. Gençlik Kuşağı	96
3.1.4.2. Bir Gençlik Kategorisi Olarak Dijital Yerlilerin Toplumsal Aidiyeti: Akışkan/ Hibrit Aidiyetler	98
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: ARAŞTIRMAYA KATILAN DİJİTAL YERLİLERİN SOSYAL AĞ AİDİYETLERİNE DAİR BULGULAR.....	101
4.1. Araştırmaya Katılan Dijital Yerlilerin Sosyo-Demografik Özelliklerine Dair Bulgular	101
4.1.1. Dijital Yerlilerin Cinsiyet Özellikleri.....	102
4.1.2. Dijital Yerlilerin Yaş Özellikleri	102
4.1.3. Dijital Yerlilerin Okul Türü	103
4.1.4. Dijital Yerlilerin Aile Gelir Seviyesi.....	104

4.1.5. Dijital Yerlilerin Anne ve Baba Eğitim Seviyesi.....	105
4.1.6. Dijital Yerlilerin Anne ve Baba Mesleği.....	107
4.1.7. Dijital Yerlilerin Aile Tipi.....	109
4.1.8. Dijital Yerlilerin Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yerleşim Birimi.	109
4.1.9. Dijital Yerlilerin İnternet Kullanım Sıklığı.....	110
4.1.10. Dijital Yerlilerin Sanal Ağ Kullanım Sıklığı	111
4.1.11. Dijital Yerlilerin Sanal Topluluğa Üyelik Süresi.....	112
4.1.12. Dijital Yerlilerin Sanal Topluluğa Katılma Şekli	112
4.2. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağ Aidiyetlerine Dair Bulgular	113
4.2.1. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Hissi Düzeyleri	116
4.2.1.1. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeylerinin Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler İle İlişkisi.....	126
4.2.1.2. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeyleri İle Üyesi Oldukları Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı ve Üyelik Süresi İlişkisi	132
4.2.2. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri.....	136
4.2.2.1. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeylerinin Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler İle İlişkisi	148
4.2.2.2. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri İle Üyesi Oldukları Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı ve Üyelik Süresi İlişkisi	154
4.2.3. Dijital Yerlilerin Sosyal Ağlara Üyelik Tercihlerini Belirleyen Etkenler.....	156
4.2.3.1. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Üyelik Etkenlerinden Ortak İlgi Düzeyleri	158
4.2.3.1.1. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Üyelik Etkenlerinden Ortak İlgi Düzeyleri İle Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler ilişkisi.....	165
4.2.3.1.2. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Ortak İlgi Düzeyleri İle Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı ve Üyelik Süresi İlişkisi.....	170
4.2.3.2. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Üyelik Etkenlerinden Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri.....	173
4.2.3.2.1. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri İle Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler İlişkisi.....	178

4.2.3.2.2. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyi İle Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı ve Üyelik Süresi İlişkisi.....	184
4.2.3.3. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Üyelik Etkenlerinden Ortak Fikir Düzeyleri	187
4.2.3.3.1. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyi İle Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler İlişkisi	191
4.2.3.3.2. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyleri İle Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı ve Üyelik Süresi İlişkisi	195
4.2.4. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissi Düzeylerinin, Karşılıklı Bağlılık, Ortak İlgi, Ortak Yaşam Tarzı ve Ortak Fikirler Boyutları Arasındaki İlişki Bağlamında İncelenmesi	199
4.3. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerine Dair Bulgular	200
4.3.1. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türü	201
4.3.2. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerinin Sosyo-Demografik Özellikleri Bağlamında İncelenmesi	202
4.3.3. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerinin Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı ve Üyelik Süresi Bağlamında İncelenmesi .	214
5. TARTIŞMA	218
5.1. Aidiyet ve Karşılıklı Bağlılık.....	218
5.2. Sanal Sosyal Ağları Tercih Etkenleri.....	228
5.3. Dijital Yerli Öğrencilerin Kendilerini Ait Hissettikleri Sanal Sosyal Ağ Türleri	236
SONUÇ	243
KAYNAKÇA	249
EKLER	277
EK: 1. ANKET FORMU	277

TABLULAR

Tablo 1. Araştırmada Mülakat Yapılan Dijital Yerli Öğrencilere İlişkin Kod, Okul Türü, Cinsiyet, Sınıf Seviyesi ve Görüşmenin Yapıldığı Tarihe Dair Bilgiler	11
Tablo 2. Uygulanmış Olan Anketin Güvenirlik Katsayısına İlişkin Cronbach Alfa Değeri	12
Tablo 3. Dijital Göçmen, Dijital Melez ve Dijital Yerlilerin Özellikleri	46
Tablo 4. Dijital Yerlilerin Cinsiyete Göre Dağılımı	102
Tablo 5. Dijital Yerlilerin Yaşa Göre Dağılımı	103
Tablo 6. Dijital Yerlilerin Okul Türüne Göre Dağılımı	104
Tablo 7. Dijital Yerlilerin Aile Toplam Gelir Seviyesine Göre Dağılımı	105
Tablo 8. Dijital Yerlilerin Anne Eğitim Seviyesine Göre Dağılımı	106
Tablo 9. Dijital Yerlilerin Baba Eğitim Seviyesine Göre Dağılımı	107
Tablo 10. Dijital Yerlilerin Anne Mesleğine Göre Dağılımı	108
Tablo 11. Dijital Yerlilerin Baba Mesleğine Göre Dağılımı	108
Tablo 12. Dijital Yerlilerin Aile Tipine Göre Dağılımı	109
Tablo 13. Dijital Yerlilerin Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yerleşim Birimine Göre Dağılımı	110
Tablo 14. Dijital Yerlilerin İnternet Kullanım Sıklığına Göre Dağılımı	110
Tablo 15. Dijital Yerlilerin Sanal Ağ Kullanım Sıklığına Göre Dağılımı	111
Tablo 16. Dijital Yerlilerin Sanal Topluluğa Üyelik Süresine Göre Dağılımı	112
Tablo 17. Dijital Yerlilerin Sanal Topluluğa Katılım Şekline Göre Dağılımı	113
Tablo 18. Dijital Yerlilerin Üyesi Olduğu Sanal Topluluğa Aidiyet Duygusu Düzeyleri	118
Tablo 19. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeyleri İle Cinsiyet İlişkisi	127
Tablo 20. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeyleri İle Yaş İlişkisi	127
Tablo 21. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeyleri İle Gelir Seviyesi İlişkisi	128
Tablo 22. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeyleri İle Okul Türü İlişkisi	129

Tablo 23. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeyleri İle Aile Tipi İlişkisi	130
Tablo 24. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeyleri İle Okul Türü İlişkisi	131
Tablo 25. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeyleri İle Aidiyet Hissettikleri Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı İlişkisi	133
Tablo 26. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeyleri İle Aidiyet Hissettikleri Sanal Sosyal Ağlardaki Üyelik Süresi İlişkisi.....	135
Tablo 27. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri.....	138
Tablo 28. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri İle Cinsiyet İlişkisi	148
Tablo 29. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri İle Yaş İlişkisi	149
Tablo 30. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri İle Gelir Seviyesi İlişkisi.....	150
Tablo 31. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri İle Okul Türü İlişkisi.....	151
Tablo 32. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri İle Aile Tipi İlişkisi	152
Tablo 33. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri İle Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yerleşim Birimi İlişkisi.....	153
Tablo 34. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri İle Üyesi Oldukları Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı İlişkisi.....	154
Tablo 35. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri İle Üyesi Oldukları Sanal Sosyal Ağlardaki Üyelik Süresi ilişkisi.....	155
Tablo 36. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Üyelik Etkenlerinden Ortak İlgi Düzeyleri	159
Tablo 37. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Ortak İlgi Düzeyleri İle Cinsiyet İlişkisi	166
Tablo 38. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Ortak İlgi Düzeyleri İle Yaş İlişkisi	166

Tablo 39. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Ortak İlgi Düzeyleri İle Gelir Seviyesi İlişkisi.....	167
Tablo 40. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Ortak İlgi Düzeyleri İle Okul Türü İlişkisi	168
Tablo 41. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Ortak İlgi Düzeyleri İle Aile Tipi İlişkisi	169
Tablo 42. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Ortak İlgi Düzeyleri İle Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yerleşim Birimi İlişkisi.....	169
Tablo 43. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Ortak İlgi Düzeyleri İle Üyesi Oldukları Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı İlişkisi.....	171
Tablo 44. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Ortak İlgi Düzeyleri İle Sanal Sosyal Ağlara Üyelik Süresi İlişkisi.....	172
Tablo 45. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Üyelik Etkenlerinden Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri.....	174
Tablo 46. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri ile Cinsiyet ilişkisi.....	179
Tablo 47. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri İle Yaş İlişkisi.....	179
Tablo 48. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri İle Gelir Seviyesi İlişkisi.....	180
Tablo 49. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri İle Okul Türü İlişkisi.....	181
Tablo 50. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri İle Aile Tipi İlişkisi	182
Tablo 51. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri İle Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yerleşim Birimi İlişkisi.....	183
Tablo 52. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri İle Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı İlişkisi.....	185
Tablo 53. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlardaki Ortak Yaşam Tarzı Düzeyi İle Sanal Sosyal Ağlara Üyelik Süresi İlişkisi	186
Tablo 54. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Üyelik Etkenlerinden Ortak Fikir Düzeyleri	187

Tablo 55. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyleri İle Cinsiyet İlişkisi	192
Tablo 56. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyleri İle Yaş İlişkisi	192
Tablo 57. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyleri İle Gelir Seviyesi İlişkisi.....	193
Tablo 58. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyleri İle Okul Türü İlişkisi	193
Tablo 59. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyleri İle Aile Tipi İlişkisi	194
Tablo 60. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyleri İle Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yerleşim Birimi İlişkisi.....	194
Tablo 61. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyleri İle Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı İlişkisi	196
Tablo 62. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyleri İle Üyelik Süresi İlişkisi	196
Tablo 63. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissi Düzeylerinin, Karşılıklı Bağlılık, Ortak İlgi, Ortak Yaşam Tarzı Ve Ortak Fikirler Boyutları Bağlamında İncelenmesi..	199
Tablo 64. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türüne Göre Dağılımı	201
Tablo 65. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerinin Cinsiyete Göre Dağılımı	203
Tablo 66. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerinin Yaşa Göre Dağılımı.....	204
Tablo 67. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerinin Gelir Seviyesine Göre Dağılımı.....	205
Tablo 68. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerinin Aile Tipine Göre Dağılımı	207
Tablo 69. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerinin Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yerleşim Birimine Göre Dağılımı.....	209
Tablo 70. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerinin Okul Türüne Göre Dağılımı	211

Tablo 71. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağlarda Paylaşım Sıklığına Göre Dağılımı 214

Tablo 72. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerinin Sanal Ağa Üyelik Süresine Göre Dağılımı 216



ŞEKİLLER

Şekil 1: Sosyal Medya Sitelerinin Kuruluş Tarihleri Zaman Çizelgesi	63
Şekil 2: Sosyal Medya Platformları Sınıflandırılması	66
Şekil 3: Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi	83



KISALTMALAR

- AB: Avrupa Birliği
ABD: Amerika Birleşik Devletleri
Akt: Aktaran
ARMY: Adorable Representative M.C fot Youth
ARPANET: Advanced Research Projects Agency Network)
BM: Birleşmiş Milletler
BTS: Beyond The Scene
Çev: Çeviren
Der: Derleyen
Ed: Editör
GSB: Gençlik ve Spor Bakanlığı
IP: İnternet Protokolü
IRC: İnternet Relay Chat
LGBTİ: Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Transgender, İntersex
MEB: Milli Eğitim Bakanlığı
ODTÜ: Orta Doğu Teknik Üniversitesi
SNS: Sosyal Ağlar
SPSS: Statical Package for the Social Sciences
TDK: Türk Dil Kurumu
TR-NET: Türk internet
TUVAKA: Türk Üniversiteleri ve Araştırma Kurumları Ağı
TUBİTAK: Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu
TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu
WEB: World Wide Web

GİRİŞ

XX. yüzyıla gelindiğinde, insanlık tarihinin hiçbir döneminde görülmemiş düzeyde büyük ve hızlı gelişmeler yaşanmıştır. Bilgisayar ve elektronik iletişim teknolojilerinde ortaya çıkan gelişmeler neticesinde oluşturulan yeni bilgisayar ağları “ağların ağı” olarak adlandırılan interneti ortaya çıkarmıştır (Aktaş, 2007:121). Kısaca bir medya veya iletişim için teknik bir araç olarak tanımlanabilecek olan İnternetin diğer iletişim araçlarına kıyasla görüntüyü, sesi ve yazıyı daha fazla birleştirebilme özelliğine sahip olması, onu diğer iletişim araçlarına oranla daha üstün hale getirmektedir. İnternet günümüzde şimdiye kadar kullanılan tüm iletişim araçlarını kendi bünyesinde toplayan bir medya (Atabek, 2005:74) hatta özellikle gençlerin zamanlarının çoğunu geçirdikleri bir yaşam alanı haline gelmiştir.

Ülkemizde bilgisayar ve internet kullanımı, özellikle son yirmi yıl içerisinde hızlı bir şekilde artış göstermiş ve hayatın vazgeçilmezi haline gelmiştir. Günümüzde haberleşme, eğlence ve iletişim artık internet ve bilgi teknolojileri ile gerçekleştirilmektedir. İnsanlar günlük hayatlarında her türlü bilgiye internet aracılığıyla ulaşmakta hatta e-kitaplar okumakta, yayınları taramakta, alışveriş yapmakta ve bankacılık işlemlerini internet üzerinden gerçekleştirmektedirler (Can Korkmaz, 2010:111-131).

Bu gün e-postalar aracılığıyla iletişim kurmak, sanal araçlarda haberleşmek, chat yapmak, bilgi aramak veya sunmak, sanal mağazalarda alışveriş yapmak, sanal oyunlar oynamak vb. birçok etkinliğin yapıldığı İnternet; günlük yaşantımızda eskiden zamanımızı geçirdiğimiz televizyon ve radyonun yerini almakta ve yaşamımızın vazgeçilmez bir öznesi durumuna gelmektedir. İnternetin sunduğu sanal ağlar ise; iletişim, ticaret, siyaset, sağlık, kariyer ve oyun gibi günlük hayatımızdaki her türlü eylemi gerçekleştirmek için her an ve her alanda kullanılmaktadır (Van Dijk, 2004: 146).

İnternet üzerinden bireyler, kendilerinden çok uzakta bulunan belki de hiç tanımadığı ve normal koşullarda tanıyamayacağı bireylerle iletişime geçebilmekte, sanal da olsa İnternetin sunduğu siber uzamda gerçekleşen sosyal paylaşımlarında hislerini ve düşüncelerini anlatabilmekte, hatta arkadaşlık ilişkileri kurabilmekte, âşık olmakta veya kavga edebilmektedirler. Siber uzamda gerçekleşen bu paylaşımlar kültürel etkileşimi ve dolayısıyla kültürel değişimi de hızlandırmaktadır. İnternet kullanımının imkân sağladığı zamansız ve mekânsız bu ortamda ortaya çıkan yaşam şekilleri, küresel kitle kültürü ve

kültürel değerler vs. baş döndürücü bir hızda yayılmakta ve birbirlerini etkilemektedirler. Aslında internetin birden çok kitle iletişim aracının niteliklerini kendi üzerinde toplamış olduğu düşünüldüğünde, söz konusu kültürel etkileşimin ne denli önemli bir mahiyet kazandığı görülmektedir.

Küreselleşmenin internet kullanımı ile birlikte hız kazanması ve kapitalizmin yeniden yapılanması sürecinde ortaya çıkan internet tabanlı iletişim teknolojileri, toplumsal yapıda ekonomik, siyasal ve kültürel alanların dönüşümünde önemli bir etken haline gelmiştir. İnternetin küresel sistemin bir bakıma kültürel mecrası ve özgürlük alanı haline gelmesi ile yeni küresel değerler, farklı kültürel tarzlar, kimlikler, yaşam tarzları ve alışkanlıklar hızlıca dolaşıma girmeye başlamıştır. İnternetin hız ve sınırları aşma konusundaki emsalsiz gücü, kültürel alanı da daha önce görülmemiş bir hızda küreselleştirmeyi başarmıştır. Siber uzamda kendini gerçek hayata oranla daha özgür hisseden bireyler, bir taraftan bu sanal ortamda eğlenip, yeni arkadaşlıklar kurup, alışveriş yaparken bir taraftan da farkında olmadan küresel sistemin kültürel mantığının pazarlanmasına dâhil olmaya başlamıştır. İnternet ortamının sunduğu tüketim kültürüyle, eğlenceyle, modayla, imajlarla yeni kültürel tarzlar ve kimlikler özellikle gençlerin ilgi odağı haline gelmiştir. Gençler yeni bir kültürel ortamı, yeni kimlik tasarımlarını- yeni grup aidiyetlerini- gerçek yaşamda imkân bulamadığı heyecanlı ilişkileri internette sanal olarak da olsa deneyimlemeye başlamıştır (Güzel, 2007: 177-178).

İnternetin ve sanal sosyal ağların kullanımı ve internet kullanımına yüklenen anlam kuşaklar arasında farklılıklar göstermektedir. Öyle ki Türkiye’de özellikle 2000 sonrası doğumlu gençler için sanal sosyal ağlar hayatın vaz geçilmez bir ögesi konumundayken, daha eski kuşaklar için aynı anlamı ve önemi taşımamaktadır. Çünkü internet ve sanal ağları kullanma ve zaman geçirme açısından gençler diğer yaş kategorilerine göre ilk sırada yer almaktadır.

Gençlik yeni medya ortamına en çok ilgi duyan kesimdir, çünkü gençler buldukları dönem itibariyle yeniliklere daha açık ve özgürleşme ve kendini bulma arayışı içinde bulunan özellikleriyle, internet ortamıyla daha yakın ilişkiler kurmaktadır. Sosyal ağlara aynı ilgiye sahip olmayan ya da aynı derecede önemli görmeyen kuşaklarla, hayatının parçası olarak gören kuşaklar arası farklılıklar ortaya çıkmakta, bu farklılıkta kuşakları nitelik olarak birbirinden ayırmaktadır.

Gençlerin doğası gereği aradığı; özgürlükçü, hiyerarşinin olmadığı, sınırsız bir

hareket ortamı sağlayan İnternet teknolojisi ve dolayısıyla siber uzay, özellikle gençlerin hareket alanlarını genişleterek, onların kendilerini ve yeteneklerini gösterebilecekleri bir alan haline gelmiştir. Ayrıca İnternetin gençlerin hayal dünyalarını ve yaratıcılıklarını da genişleten bir ortam olma özelliği taşıdığı (Alemdaroğlu ve Demirtaş, 2004: 206) görölmektedir.

Bu bağlamda sanal ağlar özellikle genç kesime, kendilerini kısıtlayan her türlü toplumsal baskıdan, beden ve mekân mecburiyetlerinden, hatta cinsiyetlerinden arınarak, bir taraftan kendi benliklerine uygun bir kimliklenme, bir yandan da oluşturmuş oldukları kimlikleri test etme imkânı vermektedir (Binark, 2005: 124). Ayrıca sanal ağlar özellikle genç kesime, bu kimliklerine bağlı olarak, sanal ağ aidiyetleri kazandırarak sanal mekânlarda alternatif bir yaşam alanı sunmaktadır.

Kısacası bireylerin aidiyet hissettikleri sosyal çevreyi (etnik kimlik, aile, din, vatan gibi) belirleyen etkenlere son yıllarda sanal ağlarda katılmıştır. Türkiye’de bireyler özellikle 2000 sonrası doğumlu olan ve “Dijital Yerli”, “X jenerasyonu”, “I jenerasyonu”, “Milenyum Kuşağı”, “Z kuşağı” gibi kavramlarla tanımlanan genç kesim, günün büyük bir kısmında sanal ağlarda vakit geçirmekte ve bu sanal ağlarda sosyalleşmektedirler. Gençler reel (gerçek) dünyadan daha çok sanal sosyal ağlarda duygu, düşünce ve fikirlerini paylaşmakta, iletişim kurmakta, bir sosyal topluluğa dâhil olmakta ve dâhil olunan sosyal topluluğa aidiyet hissetmektedir.

Sosyal iletişim ortamları; Facebook, Twitter, Youtube, Whatsapp ve benzeri çevrim içi platformlar ile içerik paylaşımlarının gerçekleştirildiği ortamlar, chat odaları, online oyunlar vb. dijital yerlilerin yaşam alanı haline gelmiştir. Dijital yerlilerin sosyal iletişim ortamları da dijitalleşmiş ve düşüncelerini, yaşantılarını, görüşlerini diğer kullanıcılar ile bu sanal ağlarda paylaşmaya başlamışlardır.

BİRİNCİ BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Araştırmanın metodoloji bölümü, araştırmanın konusu ve önemi, araştırmanın amacı, araştırmanın problem cümlesi ve alt problemleri, araştırmanın hipotezleri, araştırmanın sayıtları, araştırmanın sınırlılıkları, araştırmanın yöntemi, araştırmanın evren ve örnekleme, veri toplama araçları, veri analizi, geçerlilik ve güvenilirlik başlıklarından oluşmaktadır.

1.1.Araştırmanın Konusu ve Önemi

Özellikle günümüzde İnternet teknolojilerinin imkân sağladığı sanal ortamlar, kişiler arası etkileşimin artış gösterdiği mekânlardan biri haline gelmiştir. İnsanların etkileşimde bulunabildikleri, fikirlerini paylaşabildikleri her mekân kişiler için önemlidir. Bu nedenle mekân, sanal veya gerçek fark etmeksizin, kişisel kimliklerin ve -yeni aidiyetlerin- oluşumunda son derece güçlü bir etkiye sahiptir (Acun, 2011: 67). Bu nedenle, sanal sosyal ağlar, hayatın devam ettirildiği veya insan ilişkilerinin gerçekleştiği ortamlar olarak yaşamımızın bir parçası haline gelmiştir.

Dijital yerlilerin, siber uzayda ki sosyal ağ aidiyetlerinin tüm yönleriyle, genel bir bakış açısıyla incelenmesinin amaçlandığı bu çalışmada; internet, siber uzay, sosyal ağ, gençlik, dijital yerli, kimlik ve aidiyet kavramları açıklanarak, aidiyet ve sanal cemaatler/topluluklar ile ilgili kuramlara yer verilmiştir.

İnternet ve sanal sosyal ağların hayatımıza girişi ile bireysel ve toplumsal hayatımızda geri dönülmez büyük değişiklikler ortaya çıkmıştır. Günümüzde bireylerin özellikle gençlerin; yeni iletişim teknolojilerinin erişiminin engellendiği ya da kullanımının sınırlandırıldığı durumlarda, kendilerini hayattan soyutlanmış, asosyal olarak hissettiği, hatta bu araçlar olmadığında dünyayı yaşanamaz olarak algıladığı görülmektedir.

Türkiye’de her geçen gün bilişim teknolojilerinin kullanımının arttığı ve yaygınlaştığı görülmektedir. Bireyler bu teknolojilerin sunduğu sanal dünyanın cazibesine kapılmakta ve teknolojinin sunduğu sanal dünyada yeni ilişkileri, alışkanlıkları ve gündelik yaşam pratiklerini gerçekleştirmektedir. Bireyler, zamanın ve mekânın önemsiz olduğu sanal bir dünyaya ve sanal bir yaşam tarzının içine çekilmektedir. Bu durumun hem olumlu hem de olumsuz etkilerinin ortaya çıktığı görülmektedir.

Gelişen teknolojinin sunduğu imkânlarla önemi ve yaygınlığı her geçen gün artan sanal sosyal ağların sosyal bilimlerde kullanılan araştırma yöntemleriyle araştırılarak, sanal sosyal ağların bireysel ve toplumsal aidiyetlere olan etkisinin ortaya koyulması önemli görülmektedir.

Ayrıca teorik değerlendirmelere ilave olarak gençlik üzerinde yapılan ve alan verilerine dayanan bu çalışmanın, dijital yerlilerin sosyo-demografik değişkenleri ile karşılaştırılarak analiz etme ve bu türden çalışmalara kaynaklık etme açısından önem taşıyacağı umulmaktadır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Doktora tezi olarak hazırlanmış olan bu araştırmanın amacı; Sanal sosyal ağların, geleceğin yetişkin kuşağı olacak dijital yerlilerin sosyo-demografik özellikleri bağlamında aidiyet tutumlarında nasıl bir etkiye sahip olduğunu ortaya çıkarmaktır.

1.3. Araştırmanın Problem Cümlesi ve Alt Problemler

Problem Cümlesi: Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet ve bağlılık düzeyleri, aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlar, aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenleri ve bunlara etki eden sosyo-demografik etkenler nelerdir?

Alt Problemler:

1. “Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet düzeyleri nedir?”
2. “Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet düzeyleri ile bazı sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır?”
3. “Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet düzeyleri ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki var mıdır? ”
4. “Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan karşılıklı bağlılık düzeyleri nedir?”
5. “Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan karşılıklı bağlılık düzeyleri ile bazı sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır?”
6. “Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan karşılıklı bağlılık düzeyleri ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki var mıdır? ”
7. “Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenleri nelerdir?”

8. “Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin bazı sosyo-demografik özellikleri ile bir ilişkisi var mıdır?”

9.“Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki var mıdır? ”

10.“Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türleri nelerdir?”

11. “Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türleri ile bazı sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır?”

12. “Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türleri ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki var mıdır? ”

1.4. Araştırmanın Hipotezleri

Ana Hipotez Cümlesi: “Dijital yerli öğrenciler üyesi oldukları sanal sosyal ağlara aidiyet ve bağlılık hissetmektedirler ve sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet ve bağlılık düzeylerinin, sanal ağları tercih etkenlerinin ve aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türlerinin bazı sosyo-demografik etkenler ile bir ilişkisi vardır”.

Bu bağlamda tezimizin araştırma deseninde sınavacağımız alt hipotezler şunlardır;

Alt Hipotezler:

H1. “Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet düzeyleri yüksektir.”

H2. “Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet düzeyleri ile bazı sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişki vardır.”

H3. “Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet düzeyleri ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süresi arasında bir ilişki vardır.”

H4. “Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan karşılıklı bağlılık düzeyleri yüksektir.”

H5. “Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan karşılıklı bağlılık düzeyleri ile bazı sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişki vardır.”

H6. “Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan karşılıklı bağlılık düzeyleri ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süresi arasında bir ilişki vardır.”

H7. “Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkeni ortak ilgi alanıdır”

H8.“Dijital yerliler tarafından aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkeni ortak yaşam tarzıdır”

H9. “Dijital yerliler tarafından aidiyet hissedilen sanal ağları tercih etkeni ortak fikirlerdir.”

H10. “Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin bazı sosyo-demografik özellikleri ile bir ilişkisi vardır?”

H11.“Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki vardır? ”

H12.“Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türleri ile bazı sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişki vardır ”

H13. “Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türleri ile sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sanal sosyal ağlardaki üyelik süresi arasında bir ilişki vardır”

1.5.Araştırmanın Sayıtları

1.Çalışmada veri toplama araçları olarak kullanılacak olan anketleri ve görüşmeleri, araştırma örneklemini olarak ulaşılan dijital yerli öğrencilerin içtenlikle ve samimi bir şekilde doğru cevaplandıracakları varsayılmaktadır.

2.Veri toplama araçlarının konu ile ilgili problemlerin cevaplarını ortaya çıkaracak nitelikte olduğu varsayılmaktadır.

1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

1.Araştırmadan elde edilecek veriler, anket ve görüşmelerin yapıldığı dönem ile sınırlıdır.

2.Araştırma, Malatya ilindeki ulaşılabilen sayıdaki dijital yerli öğrenciler ile sınırlıdır.

3.Araştırma, çalışmaya katılmayı kabul eden dijital yerli öğrencilerin verdikleri cevaplarla sınırlıdır.

4.Veri toplama araçları ile elde edilen bulguların analizi ile ortaya çıkan sonuç ve genellemeler, araştırmanın evreni için geçerli kabul edilecektir.

1.7. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada; nicel ve nitel yöntemlerin birlikte kullanıldığı karma araştırma (mixedresearch) yöntemi kullanılmıştır.

Bu çalışma, hem kuramsal hem de uygulamalı bir eser niteliği taşıyan bir çalışmadır. Çalışmanın ilk kısmında konunun daha iyi anlaşılabilmesi için kuramsal çerçeve oluşturulmuştur. Çalışmanın teorik çerçevesinde temel kavram tanımlamaları ve sanal cemaatleri açıklayan kuramlar açıklandıktan sonra dijital yerlilerin sanal topluluklara dair geliştirdikleri aidiyet durumları araştırma için geliştirilen plan çerçevesinde ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda alanla ilgili literatür ayrıntılı bir şekilde taranmış, ulaşılabilen konuyla ilgili Türkçe ve yabancı asıllı metinlerin çevrilmesinden oluşan kaynaklar incelenerek arşiv araştırması tekniğinden faydalanılmıştır. Bu çalışmanın teorik çerçevesi, mevcut olan ve ulaşılabilen kitaplar, makaleler, web siteleri ve tezlerden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Çalışmanın uygulamalı bölümünü oluşturan “Sanal Sosyal Ağlar Ve Aidiyetler: Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağ Aidiyetleri, Malatya İli Örneği” konusuna ilişkin, veri toplama aracı olarak Dijital yerli öğrencilere ulaşıp daha kapsamlı ve reel sonuçlar alabilmek için anket ve derinlemesine görüşme teknikleri kullanılmıştır. Dijital yerli öğrencilerin, sanal sosyal ağ aidiyetlerinin tüm yönleriyle, genel bir bakış açısıyla incelenmesinin amaçlandığı bu çalışmada; internet, sosyal ağ, gençlik, dijital yerli, kimlik ve aidiyet kavramları açıklanarak, aidiyet, sanal cemaatler ve sanal topluluklara katılım ile ilgili kuramlara yer verilmiştir.

1.8. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Malatya'daki liseli ve ortaokullu öğrenciler 2000 ve sonrası doğumlu olduklarından dijital yerli kavramını temsil niteliğindedir. Malatya ilindeki liselerden ve ortaokullardan dijital yerli niteliği taşıyan öğrenciler araştırma genel evrenini oluşturmaktadır. Bu bağlamda, Malatya İl Milli Eğitim Müdürlüğünden alınan bilgi doğrultusunda Malatya'da lise ve ortaokul düzeyinde 2020 - 2021 eğitim öğretim döneminde 106.152 öğrencinin okumakta olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmanın örnekleme, araştırma evreninden basit seçkisiz örnekleme metodu ile seçilmiştir. Basit seçkisiz örnekleme yöntemi; evren listesinden örnekleme birimlerinin

seçkisiz olarak seçilmesidir (Büyüköztürk vd.; 2013) araştırma örnekleme bu yöntem ile seçilen 790 öğrenci olarak belirlenmiştir.

Basit seçkisiz örneklem formülüne göre %95 güven aralığı ve 3,4737 hata payına sahip olmak üzere evren büyüklüğü 106.152 öğrenci olan araştırmada 790 öğrenci olarak tespit edilmiştir.

Örneklem hesabında kullanılan formül aşağıda sunulmuştur (Karasar,2011).

$$n = \frac{Nt^2pq}{d^2(N - 1) + t^2pq}$$

Denklemden kullanılan simgeler;

n: Örneklem büyüklüğü

N: Evren büyüklüğü

t: Belirli bir anlamlılık düzeyinde t tablosuna göre bulunan teorik değer

p: İncelenen olayın gerçekleşme olasılığı

q: İncelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı

d: Hata payı

Anlamlarını ifade etmektedir.

Araştırmanın verileri bu denklemde yerine konulduğunda;

$$n = \frac{106152 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,034737^2 * (106152 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} = 790$$

Hesaplama sonucunda 106152 öğrenciden oluşan evreni temsil edecek örneklem sayısının 790 olduğu görülmektedir. Bu çalışmada Malatya’da lise ve ortaokul düzeyinde 2020 - 2021 eğitim öğretim döneminde 106.152 olarak tespit edilen evrende %95 güven aralığı ve 3.4737 hata payı hesaplamasıyla araştırma örnekleme 790 öğrenci olarak belirlenmiştir.

Anket uygulaması için gerekli olan yasal izinlerin Malatya İl Milli Eğitim Müdürlüğü’nden alınması işlemleri yapılmıştır.

Ayrıca konuya açıklık sağlayacağı düşünülen, 20 dijital yerli ile yüz yüze derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Derinlemesine mülakatlar internet vasıtasıyla sanal ortamda zoom programı kullanılarak gerçekleştirilmiş olup, kaydedilmiş ve daha sonra çözümlenerek araştırmaya dâhil edilmiştir. Anket ve mülakatlardan elde edilen veriler literatür ile birlikte değerlendirilerek sunulmuştur.

1.9. Veri Toplama Araçları

Dijital yerlilerin sanal(siber uzayda oluşan) sosyal ağ aidiyetlerini tespit etmek için saha araştırması yapılmıştır. Araştırma konusunun belirlenmesi sonrasında, sosyal medya literatürü gözden geçirilerek soru formu oluşturulmuştur.

Yapılmış olan bu araştırmada veri toplama araçları olarak anket ve mülakatlarda kullanılmış olan birinci bölüm sorular; yaş, cinsiyet, sınıf seviyesi, anne-baba eğitim seviyeleri, anne-baba meslekleri, aile tipi, doğdukları yerleşim yeri ve yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yer gibi dijital yerlilerin sosyo-demografik bilgilerinin betimlendiği sorulardan oluşmaktadır. Anket ve mülakat formunun ikinci bölümde ise, dijital yerlilerin sanal sosyal ağ aidiyetlerini ortaya çıkaracak nitelikte hazırlanmış sorular yer almaktadır.

Anket ve görüşme formunda kullanılan soruların bir kısmı; Ayla Özhan Dedeoğlu ve Elif Üstündağlı tarafından 2011 yılında yapılan “Sanal Topluluklar Bağlamında Tüketicilerin Tüketim, Yaşam Tarzı ve Kimlik Yönünden Değerlendirilmesi” isimli çalışmada üretilmiş olan bir kısım sorular, kendilerinden e-mail yolu ile izin alınarak bu çalışmada kullanılmıştır.

Anketlerin geçerli olarak hazırlanıp hazırlanmadığını test etmek amacıyla öncelikle 20 kişilik bir pilot anket uygulaması yapılmış ve pilot uygulama sonucunda eksiklikler giderilmek suretiyle son hali verilmiştir.

Ayrıca konuya açıklık sağlayacağı düşünülen, 20 dijital yerli ile yüz yüze derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerde anket soruları ucu açık bir şekilde sorulmuş ve ayrıca ankette yer almayan ancak görüşülen katılımcıların gündeme getirdiği konularda araştırmaya dâhil edilmiştir. Derinlemesine mülakat yapılan dijital yerli öğrencilere dair bilgiler Tablo1.’de sunulmuştur.

Tablo 1. Araştırmada Mülakat Yapılan Dijital Yerli Öğrencilere İlişkin Kod, Okul Türü, Cinsiyet, Sınıf Seviyesi ve Görüşmenin Yapıldığı Tarihe Dair Bilgiler

Görüşmeci Kodu	Okul Türü	Cinsiyet	Sınıf Seviyesi	Görüşme Tarihi
FLK1	Fen Lisesi	Kadın	9	19.09.2020
FLE2	Fen Lisesi	Erkek	12	20.09.2020
ALK3	Anadolu Lisesi	Kadın	9	21.09.2020
ALE4	Anadolu Lisesi	Erkek	9	22.09.2020
FLK5	Fen Lisesi	Kadın	9	23.09.2020
ALK6	Anadolu Lisesi	Kadın	12	24.09.2020
MTLE7	Mesleki ve Teknik Lise	Erkek	9	24.09.2020
ALE8	Anadolu Lisesi	Erkek	10	25.09.2020
ALE9	Anadolu Lisesi	Erkek	10	25.09.2020
ALE10	Anadolu Lisesi	Erkek	11	26.09.2020
OOK11	Orta Okul	Kadın	7	26.09.2020
ALE12	Anadolu Lisesi	Erkek	11	27.09.2020
ALE13	Anadolu Lisesi	Erkek	11	27.09.2020
ALK14	Anadolu Lisesi	Kadın	11	28.09.2020
ALK15	Anadolu Lisesi	Kadın	9	28.09.2020
OOK16	Orta Okul	Kadın	8	28.09.2020
OOE16	Orta Okul	Erkek	8	29.09.2020
İHLE18	İmam Hatip Lisesi	Erkek	9	29.09.2020
GSLK19	Güzel Sanatlar Lisesi	Kadın	10	30.09.2020
SBLE20	Sosyal Bilimler Lisesi	Erkek	10	30.09.2020

1.10. Veri Analizi

Bu çalışmada uygulanmış olan anketten elde edilen sonuçlar bir istatistik analiz programı olan SPSS 25 (Statistical Package for the Social Sciences) paket programına girilerek analiz edilmiştir.

Araştırmada kullanılan sorular için yapılan normallik testi ile basıklık ve çarpıklık değerlerinin +/- 1 aralığını aşmadığı görüldüğünden verilerin normal dağıldığı kabul edilmiştir.

Bu doğrultuda sınanacak olan bazı sosyo-demografik değişkenlerin, sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığının ve sanal topluluğa üyelik süresinin; boyutların maddelerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit edebilmek amacıyla parametrik yöntemlerden T-testi ve Anova testi kullanılmıştır. Elde edilen sayısal veriler istatistiklere dönüştürülerek ve benzer araştırmalarla karşılaştırılarak ortaya çıkan bulgular yorumlanmıştır.

Ankette kullanılan beşli likert tipi ölçek için veri çözümü yapılırken beşli ölçekteki dört aralık (5-1=4) için 4/5=0, 80 aralık katsayısı kullanılmıştır. Buna göre ölçeğin değerlendirilmesine yönelik aralıklar için grupların ortalamaları 1, 00 – 1, 79 aralığında olanlar çok düşük düzey, 1, 80 – 2, 59 aralığında olanlar düşük düzey, 2, 60 – 3, 39 aralığında olanlar orta düzey, 3, 40 – 4, 19 aralığında olanlar yüksek düzey ve 4, 20 – 5, 00 aralığında olanlar çok yüksek düzey olarak ele alınmıştır.

Ayrıca konuya açıklık sağlayacağı düşünülen, 20 dijital yerli ile bire bir yapılan derinlemesine mülakatlar kaydedildikten sonra çözümlenerek araştırmaya dâhil edilmiştir. Yapılmış olan görüşmeler, kimlik belirtilmeksizin kişisel bilgiler halinde kodlanarak parantez içinde verilmiştir. (Örneğin, FLK3 kodu; Fen liseli bireyin, kadın ve listede 3 nolu katılımcı olduğunu temsil etmektedir).

Toplanan veriler, teorik kısmıyla bütünleştirilerek (gündelik hayat ve etkileşim örüntüleriyle) analiz edilmiştir.

1.11. Geçerlilik ve Güvenirlik

Çalışmada dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağ aidiyetlerini tespit etmek üzere hazırlanmış ve uygulanmış olan anketin 35 maddesi için güvenirlilik katsayısına ilişkin Cronbach Alfa değeri 0.958 olarak tespit edilmiştir. Cronbach Alfa güvenirlilik katsayısının 35 madde için yüksek olması anketin tutarlılığının yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Uygulanmış Olan Anketin Güvenirlilik Katsayısına İlişkin Cronbach Alfa Değeri

Cronbach's Alpha	Standartlaştırılmış Öğelere Dayalı Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
.958	.958	35

Cronbach's Alpha değeri 0.958 olarak elde edilmiştir. Bu değer 0.7'nin üzerinde olduğu zaman kabul görmektedir. Bu nedenle kullanılan anket verilerinin oldukça güvenilir olduğunu söylemek mümkündür.

İKİNCİ BÖLÜM: İNTERNET VE SANAL SOSYAL AĞLAR, KAVRAMSAL VE TEORİK ÇERÇEVE

Sosyal bilim çalışmalarında kullanılan kavramlar, araştırmanın kapsamını ve sınırlılıklarını belirlemede ve araştırma sonucunda elde edilen verilerin doğru bir şekilde anlaşılması ve değerlendirilmesinde son derece önemli yapı taşlarıdır. Bu bağlamda kullanılan kavramların sosyal bilimler için hayati derecede önem taşıdığı söylenebilir. Kullanılan kavramlar araştırma için öylesine önemlidir ki ameliyat yapan bir cerrah için “neşter” ne kadar önemli ise sosyal bilim çalışmalarında araştırmacı için kullanılan kavramlar da o kadar önemlidir. Kavramlar, “toplumsal fenomenleri analiz etmek, gözlemlenen dünyanın nesnelere sınıflandırmak, bu fenomenleri açıklayarak bir anlam yüklemek ve bu gözlemler temelinde üst düzey önermeler formüle etmek amacıyla başvurdukları terminolojik araçlar”dır (Marshall, 1999: 395).

Bu çerçevede çalışmanın kavramsal ve teorik çerçevesinde araştırmanın yapı taşı olan kavramlar tanımlanmıştır. Bu kavramlar; “İnternet”, “sosyal ağlar”, “ağ toplumu”, “sanallık ve sanal zaman ve mekân”, “simülasyon” “kimlik” “cemaat” “aidiyet” ve “dijital yerli” gibi kavramlardır. Bahsi geçen kavramların tanımının dışında ayrıca kavramlar ile ilgili literatür de tartışılmıştır.

2. 1. İnternet ve Sanal Sosyal Ağların Sosyolojik Tahlili

Araştırmanın bu bölümünde; çalışmanın zeminini oluşturan; İnternet ve İnternetin ortaya çıkardığı temel kavramların sosyolojik tahlili yapılmıştır. Bu bağlamda İnternetin kavramı tanımlanmış ve küreselleşme-İnternet ilişkisi hakkında bilgi verilmiş, sanal sosyal ağ ve ağ toplumu irdelenmiş, sanal sosyal ağların toplumsal değişme ve bireyleri sosyalleştirme ve yalnızlaştırma etkisi incelenmiştir. Ayrıca; sanallık, mekân ve zaman bağlamında irdelenmiş ve bu kavramlarla bağlantılı olan simülasyon kavramı açıklığa kavuşturulmaya çalışılmıştır. Son olarak sosyal ağlar ve kimlik ilişkisi incelenerek ve sosyal ağların yarattığı yeni toplumsal kategoriler: dijital yerliler, dijital göçmenler ve dijital melezlerin özelliklerine yer verilmiştir.

2.1.1 İnternet

İnternet ile ilgili yapılan bilimsel çalışmalar dikkate alındığında bu kavram ile ilgili birçok tanımın yapıldığı görülmektedir. Bu tanımlar gözden geçirildiğinde internetin; birden fazla bilgisayarın birbirine bağlanarak, kullanıcılarının dünya çapında birbirleri ile iletişim kurabilmelerini sağlayan bir iletişim ağı olarak tarif edildiği görülmektedir (Vural, 2006:190, Erdoğan;1995:2). Ayrıca interneti, bilgisayarlar ve yazılımlar vasıtasıyla oluşturulmuş, birçok haberleşme ağının (network) meydana getirdiği bir iletişim ağı şeklinde de tanımlamak mümkündür.

İnternet konusunda yapılan çalışmalarda internet bir medya türü olarak tanımlandığı gibi, iletişim konusunda teknik bir araç olarak tanımlanmaktadır.

İnternet eski medya araçlarının tek yönlü bilgi akışına izin veren yapısından farklı olarak çift yönlü bilgi akışına imkân vermesi niteliğinden kaynaklanan çok büyük olanaklara sahiptir. İnternetin sunduğu sanal ağlar vasıtasıyla insanlar tek bir bilgisayar ile yazılı iletileri, müziği gönderebilir ya da alabilir, veri bankalarına ulaşabilir, İnternette sörf yapabilir, ticaret yapabilir, eğlenebilir vs. Böylece evrensel bir ağa bağlanarak her türlü mesaja kolayca erişip yine kolayca istediği herkese mesajlarını iletebilir.

Radyo dinlemeden, televizyondaki programları izlemeye, e-postaları göndermek ve almaya kadar her türlü iletişim imkânlarını kullanıcılarına sunan internet, bu kapsayıcı yönüyle televizyon, radyo, gazete, dergi, billboard gibi geleneksel araçların melezidir. İnternet diğer kitle iletişim araçlarına göre sesi, görüntüyü ve metni daha fazla birleştirebilme gücü ile gerçek bir yenilik olarak ifade edilebilir. Bu yönüyle internet, öteki iletişim araçlarını yutan gerçek bir süpermedya, bir dev gibi değerlendirilebilir (Gülerarslan, 2011:166, Maigret, 2011: 328-329).

Günümüzde internet sadece resmi kurumlarda değil evlerimizde hatta cep telefonları, tablet gibi araçlar vasıtasıyla mekân kavramını da ortadan kaldıracak şekilde her yerde kullanılmaktadır ve kullanıcılarının sayısı da sürekli olarak artmaktadır. Günümüzde 7'den 70'e toplumun her kesiminin hayatına bir şekilde girmeye başlamış ve hayatımızın her alanında kullanılmaya başlanmıştır (Yurtsan, 1996: 90).

İnternet teknolojileri, son yıllarda, her alanında önemli ölçüde değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Artık bireyler internet ortamında çalışır, oynar ve etkileşimde bulunur hale gelmiştir. Hatta artık İnternetin hızı arttıkça, bu teknolojiyi kullanan araçların sayısı ve dolayısıyla İnternet üzerinden kurulan iletişim de artarak

büyümektedir. Bu gün gelinen noktada İnternet, birçok bireyin günlük aktiviteleri için birincil araç haline gelmiş ve özellikle ABD gibi gelişmiş olan ülkelerde bir bireyin bir gün bile uzak kalamadığı bir iletişim ortamı haline gelmiştir. Araştırmacılar internetin bu toplumsal bağımlılıkla artan kullanımını neticesinde ortaya çıkan toplumsal etkileri; işletmelere, politika yapıcılara, eğitimcilere ve diğer paydaşlara olan etkilerin neler olduğunu anlamak için çalışmaktadırlar (Colley ve Maltby, 2008; Pascarella, 2006).

Yeni teknolojilerin yoğun bir şekilde kullanılması neticesinde iletişim teknolojileri birçok bilimsel araştırmanın problem konusu haline gelmiştir. Yapılan söz konusu araştırmalarda araştırmacılar, hangi teknolojilerin var olduğu ve nasıl kullanıldıklarında, sosyal faktörlerle nasıl ilişkili oldukları sorusuna cevap aramaktadırlar. Ancak bu sorulara cevap bulmakta zorlanmaktadırlar. Çünkü araştırmacılar bir teknolojinin etkisini anlamaya çalışırken kısa bir süre sonra bu teknoloji sanal ortama inerek eski halinin tabiri caizse modası geçmekte ve dolayısıyla önemini kaybetmektedir. Ancak ne olursa olsun bu gün internetin sağladığı sanal sosyal ağlar özellikle gençler arasında en yaygın kullanıma sahip olma özelliğini uzun zaman devam ettirecek gibi görünmektedir. Bu bağlamda internet ve onun sunduğu yeni teknolojiler ve özellikle bu çalışmada konusu olan sanal ağların araştırılması zaruri bir hal almaktadır.

2.1.2. Küreselleşme ve İnternet Teknolojileri İlişkisi

İnsanların toplumsal ve bireysel yaşamlarını etkileyen, ekonomiden kültüre, kullanılan dilden, yaşanan dine, siyasi yönetim şekline, sanata kadar her alanda etkili olan küreselleşme; özellikle 1980'li yıllardan itibaren dünyayı etkileyen ve değiştiren önemli bir olgu haline gelmiştir. Her alanda önemli etkileri olan ve köklü dönüşümlere neden olan küreselleşme, araştırmacıların üzerinde yoğun olarak çalıştığı önemli araştırma konularından biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu bağlamda çalışmada üzerinde durulan yeni sosyalleşme ortamları sanal sosyal ağlar ve aidiyetler konusu küreselleşme olgusu ile son derece ilişkili bir konudur.

1960'lı yıllarda ortaya atılmış, 1980'li yıllardan itibaren dünyayı etkilemeye ve dönüştürmeye başlayan, 1990'lı yıllardan itibaren ise hemen her alanda araştırmacıların üzerinde durduğu önemli bir araştırma ve inceleme konusu haline gelmiş olan küreselleşme kavramını açıklığa kavuşturmak için birçok tanım yapıldığı görülmektedir.

1833’de W. Foter’in kaleme aldığı dünya üzerindeki kaynakların dağılımı ve kullanımının ele alındığı bir makalede ilk defa kullanılmış olan küreselleşme kavramı; İngilizce “globalization” kelimesinin Türkçe karşılığı olmakla birlikte, en yalın ve açık şekilde kültürel, iktisadî, ve siyasî alanlarda uluslararasılaşma ve yeniden yapılanma olarak (Karabıçak,2002:116; Kaya ve Talas, 2011:97) tanımlanabilir.

Keyman (1999)’a göre ise küreselleşme, “devlet ağırlıklı uluslararası ilişkilerden siyasal aktörlerin çoğaldığı küresel ilişkilere geçilmesi, sermayenin artık uluslararası değil küresel bir nitelik taşıması, sömürü mekanizmalarının değişmesi, gelişen teknoloji ile dünyanın evrensel bir köye dönüşmesi” dir.

McLuhan’ın 1962 yılında “global village” yani evrensel köy benzetmesiyle kavramsallaştırdığı küreselleşme olgusu, “küresel ölçekte işleyen ve sınırları aşarak toplumları ve kurumları yeni zaman-mekân bileşimlerinde entegre edip bağlayarak, gerçekte ve deneyimde dünyayı birbirine daha bağlı duruma getiren süreçler” şeklinde de tanımlanabilir (Larrain, 1995: 207).

Giddens ise, küreselleşmeyi modernliğin bir sonucu olarak değerlendirmektedir. O’na göre, küreselleşme zaman ile mekân arasındaki yakın ilişki (2012: 25). sonucunda ortaya çıkmıştır.

Küreselleşmenin ne olduğu ile ilgili algılamalar ve konumlandırmadaki bakış açısı farklılıkları, küreselleşme ile ilgili birbirinden çok farklı tanımlamaların yapılması sonucunu doğurmuştur. Küreselleşme için ortak bir tanıma ulaşılamamasına rağmen her türden toplumsal kurumda ve sosyal hayatın tüm alanlarında geri dönülemez büyük bir değişimi ve dönüşümü ifade etmekte olduğu söylenebilir. Giddens’in (2000) ifadesiyle “dünya elimizden kaçıp gitmektedir”.

Dünyayı bu derecede etkileyen küreselleşmenin en önemli araçlarından biri de insan hayatını çepeçevre kuşatmış olan ve onsuz bir hayatın artık neredeyse düşünülemediği internet teknolojileridir.

Küresel düzenin iletişim ortamı olarak değerlendirilebilecek olan internet, Healy’e göre, demir yollarının yoğun olarak işler hale gelmesiyle başlayan medeniyetin toplumsal ilişki kurma ve yayılma anlayışı zincirinin ulaştığımız son noktasıdır. Poster’in tanımlamasına göre ise internet sadece bir iletişim aracı değil aynı zamanda toplumsal bir mekândır. Bu mekân yeni toplumsal ilişki tür ve şekillerinin üretilmesinde bir araç olarak kullanılır (Timisi,1999:24-25). Bu bağlamda internet teknolojileri yeni iletişim olanakları

sunmakta, zaman ve mekân engellerini ortadan kaldırarak, dünyanın bir ucunda ki herhangi bir değişimin, dünyanın öbür ucunda ki diğer bölgelerde de eş zamanlı etki etmesini sağlayarak, yeni ve hızlı bir dünyanın kapılarını açmaktadır.

Son zamanlarda iletişim ve bilgisayar teknolojileri, küreselleşmenin hızlanması ve kapitalizmin yeni şartlara göre yeniden yapılanma sürecinde önem kazanmış ve bu değişme interneti, bu yeni küresel sistemin kültürel mecrası haline getirmiştir. Bu gün ulaştığımız son noktada internet, geleneksel diğer kitle iletişim araçlarından daha fazla tercih edilmekte ve günlük hayat alışkanlıklarımızı ve kültürel değerlerimizi hızlı bir şekilde dönüştürmektedir. Artık yeni zamanların en etkili iletişim aracı olarak internet, günlük hayatımızın düzenlenmesi ve toplumsal etkileşimde etkisini daha da arttırmaktadır. Çünkü internetin sağladığı iletişim şekli, dünya ölçeğinde diğer kitle iletişim araçlarına oranla çok daha kolay, hızlı ve kapsamlı bir şekilde gerçekleşmektedir.

Bu bağlamda internet teknolojileri, diğer geleneksel kitle iletişim araçlarıyla birlikte, küreselleşmenin yarattığı kültürel değerlerin, hem temel taşıyıcısı hem de dağıtıcısı konumundadır. Kısacası internet teknolojileri, küresel sistemin baskı ve kontrol aracı haline gelen en temel mecradır (Güzel, 2006: 8).

2.1.3. Sosyal Ağlar ve Ağ Toplumu

2.1.3.1. Sosyal Ağlar (SNS'LER)

“Sosyal ağ” kavramı internet çağından çok daha önce oluşturulmuş bir kavram olmakla birlikte ilk defa J. A. Barnes tarafından 1954 yılında kullanıldığı görülmektedir. Barnes’e göre sosyal ağ, “bireyler arasındaki rastlantısal tanışmalardan, ailevi bağlara kadar uzanan ilişkilerin bir haritası”dır. Ayrıca bir sosyal ağ, bir dizi sosyal ilişkiyle birbirine bağlanan bir grup insan olarak da tanımlanabilir (Gürsakar, 2009: 513; Garton, Haythorathwaite ve Wellman, 1997).

Sosyal ağlar; düğümler olarak isimlendirilen parçalardan, bireylerden veya organizasyonlardan oluşan ve bu düğümleri aralarındaki sosyal ilişkinin türüne göre birbirine bağlayan bir ağ yapısı olarak tanımlanabilir (Gürsakar, 2009: 513). Bu düğümlerin her biri “Sosyal aktörler” olarak adlandırılır ve bu düğümleri birbirine bağlayan ilişkiler, tanışıklık, yakınlık, benzerlik, ticari etkileşim, vb. çeşitli şekillerde karşımıza çıkmaktadır.

İnsanların sosyal varlıklar olması ve hayatlarını devam ettirmek için başka insanlarla ilişki kurmaları sosyal ağların varlığını gerektirir (Coyle ve Vaughn, 2008: 13). Aile içindeki ilişkilerin gerçekleştirilmesinde akrabalık ağları, sınıf içinde ilişkilerin gerçekleştirilmesinde arkadaşlık ağları, alım-satım gibi ticari ilişkilerin gerçekleştirilmesinde karşılaşılan iş ağları gibi çok çeşitli sosyal ağ türleri karşımıza çıkmaktadır (Snijders ve Steglich, 2013:6-7).

1950’li yıllarda, gerçek hayattaki ilişkilerin ağlar ile temsil edilmesi ve bu ağların incelenmesine yönelik çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Sosyometrinin kurucusu olarak bilinen Moreno ile başlayan çalışmalar, ağ içerisindeki ilişkilerin yönü ve türü üzerine odaklanmaktadır. Moreno, birbirine doğrudan bağlı düğümlerden oluşan ağların görsel sunumu için sosyogram (sociograms) terimini kullanmıştır. Sosyal ağ üzerinde çalışmalar yapan Freeman ve Scott sosyal ağın merkezindeki bireyin saptanmasına odaklanan çalışmalar yaparken, sosyal ağdaki değişimin tanımını yapmak için çalışan Wasserman ve Faust; ağın özelliklerinin gösterimini sağlayan bir grafik üretilmesi üzerinde çalışmalar yapan Watts ve Strogatzve sosyal ağdaki ilişki değişimini açıklayan Barabasi ve Albert’in çalışmaları, sosyal ağ ile ilgili çalışmalara öncülük eden kaynaklardır (Codal ve Coşkun, 2015:3).

Bilgisayarların hayatımıza girmesiyle ortaya çıkan iletişim, günümüzde internet ağları ya da diğer bir deyişle “web” (ağ) denilen yolla gerçekleşmeye başlamıştır. Bu bağlamda web yeni ilişki ve iletişim biçimlerini de beraberinde getirmiştir. Günümüzde ise sosyal ağlar internet tabanlı ve Web2.0 araçlarının kullanımıyla oluşturulmuş, bireylerin internet aracılığıyla içerik paylaşımında bulunduğu, sanal platformlarda, akrabaları, arkadaşları, ortak ilgi ve değerlere sahip olan diğer insanlar ile iletişim kurdukları her türlü sanal ortamlar olarak kabul edilmektedir.

Boyd ve Ellison, (2007) tarafından yapılan ve literatürde kabul görmüş en yaygın tanımıyla sosyal ağlar; “bireylerin sınırları belli olan bir sistem içerisinde açık veya yarı açık profil oluşturmalarına izin veren, farklı kişilerle bağlantı paylaşımında bulunan kişilerin listesini ve bu kişilerin bağlantılı olduğu diğer kişilerin listesini gösteren web tabanlı hizmetler” olarak tanımlanmaktadır. Stenberg, tarafından yapılan tanıma göre ise “Sosyal ağ; sosyal etkileşim ve içerik oluşturma bağlamında çeşitli teknolojik etkinliklerden oluşan bir yapıdır” (Stenberg, 2014). Sicilia ve Palazon ise, sosyal ağları, “katılımcıları arasında ortak bir ilginin paylaşıldığı, biçimlendirilmiş ve dinamik bir

ilişkiler ağına dayalı, özelleştirilmiş ve coğrafi açıdan dağınık nitelik gösteren bir birliktelik” olarak tanımlarlar (Sicilia ve Palazon’dan akt. Yanıklar, 2014:166).

Sanal ağlar çeşitli özelliklere sahip olsalar da, büyük ölçüde bireyleri, belirli ortak ilgi alanlarına sahip yabancılarla birleştirmek olarak nitelendirilir. Başka bir ifadeyle sanal sosyal ağlar; sanal ortamda kurulmuş bir web sitesi üzerinde, ortak ilgi alanlarına sahip bireyler için buluşma alanları oluşturmakta, bireylerin gruplar oluşturarak oyun oynamalarına imkân veren oyun odalarının kurulmasını sağlamakta, hatta eğitim almak veya vermektten, spor yapmadan, değişik türden eğlence ve sanatsal faaliyetlere katılmaya kadar birçok aktivitenin de birlikte ve aynı anda gerçekleştirilebildiği ortamlar olarak ta nitelendirilebilir. Örneğin Yahoo Groups ve Google Groups bu açıdan sanal ağların kurulup geliştirilmesine imkân sağlayan gruplardır.

Bu gün insanlığın ulaştığı teknolojik gelişmeler uzakları yakınlaştırmış ve toplumsal hayatı önemli bir şekilde etkilemiştir. Bu gelişmelerin toplumsal hayata etkileri neticesinde ortaya çıkan sosyal ağlar, kimi zaman internet teknolojisinin sunduğu araçlardan sosyal medya ile karıştırılmaktadır. Wellman tarafından ifade edilen ve bu çalışmada odaklanılmış olan sosyal ağlar, sanal ortamda veya başka bir ifadeyle siber uzayda; ortak amaç, ilgi veya ortak değerler etrafında birleşen insanların oluşturduğu grupları ifade etmektedir. Örneğin; “ChristianNetwork” ve “Hisholyspace”, Hristiyanların siber uzayda Hristiyanlık ortak değeri etrafında bir araya gelerek oluşturdukları sosyal ağlardır. Ancak; sosyal medya kavramı ise her türden düşünceye, değer yargısına ve inanca sahip insanların sanal bir platformda haber, bilgi, video, resim gibi paylaşımlarda bulunmasını sağlayan sanal araçlar için kullanılmaktadır. Örneğin; Bu gün daha çok orta yaş insanların kullandığı Facebook, daha çok gençlerin paylaşımda bulunduğu Instagram ve Periscop ve ya Myspace ve Twitter gibi birçok sosyal medya platformları bulunmaktadır. Örneklerle değinilmiş olan bu sosyal medya platformlarının herhangi birinde milyarları aşan sayıda üyenin, ortak hedef, amaç, ilgi ve değerler etrafında bir araya geldiği söylenemez. Ancak şu açıkça ifade edilebilir ki sosyal medya, sosyal ağlar açısından önemlidir; çünkü bu platformlar üzerinden sanal ortamlarda ortak düşünce ve inanca sahip bireylerden oluşan bir sanal sosyal ağ oluşturma imkânı ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda sosyal medyayı, bünyesinde sosyal ağların oluşturulabilmesine imkân veren bir “Ağ Toplumu (Wired/Network Society)” olarak tanımlamak daha isabetli bir tanımlama olacaktır. Örneğin, Facebookta “Hz. Muhammed’i Sevenler” diye

isimlendirilen bir grupta ortak bir değer etrafında insanlar bir araya gelerek kendi aralarında bir sosyal ağ oluşturabilmektedirler (Haberli,2012:125).

Sosyal ağlar, küresel ısınmadan, GDO'lu besinler gibi çevre sorunlarına; oyun ve eğlenceden, azınlık, hayvan, kadın ve çocuk hakları vb. gibi çok çeşitli yelpazede değerlendirilebilecek her konu hakkında; ortak ilgi, ortak fikir ve değerlere veya ortak yaşam tarzlarına sahip, dünyanın çok farklı bölgelerinden insanları siber uzayda bir araya getirerek oluşturulabilmektedir.

Wellman; geleneksel cemaat yapısının günümüzde ortaya çıkan teknolojik gelişmeler sonucunda değişime uğrayarak sosyal ağlara dönüştüğünü belirtmektedir. O'na göre sosyal ağlar; “sosyal kimlik ve aidiyetin bulunduğu, sosyalleşme ve bilgi paylaşımına imkân veren sosyal örgütlenmelerdir”(Haberli, 2012).

Bu çalışmada odaklanılmış olan sosyal ağ kavramı, Welman'ın da ifade ettiği gibi kısaca, ortak ilgi alanına sahip bireylerin etkileşimli oyunlardan, her türlü içeriğin konuşulduğu tartışma gruplarına, siyasî, dini, kültürel vb. örgütlemelere kadar; her türden geçici ya da daimi, bireylerin bir araya geldiği, sosyal kimlik ve aidiyet bağlarının bulunduğu sanal ortamlar olarak tanımlanabilir (Haberli, 2012).

Başka bir ifadeyle sosyal ağlar;

İki ya da daha fazla kişinin, ortak ilgi alanı doğrultusunda ve coğrafi olarak dağınık bilgisayar aracılı ortamda sosyal etkileşim ve değişimde bulunduğu, üyelerinin diğerlerinin üyeliğinden haberdar olduğu, ortak amaçlar için çabalarken, yazılı olmayan kurallar ve sosyal anlaşma çerçevesinde pozitif bağımlılıklarının farkında olduğu, üyeler arasında duygusal bağların ve topluluğa aidiyet duygusunun olduğu, her bir üyenin birbirleri için içerik, ilişki, kültür gibi değer ürettiği belli kurallara dayalı gruplaşmalar olduğu ifade edilebilir (Dedeoğlu ve Üstündağlı, 2011).

Son yıllarda, özellikle bu çalışmada odaklanılmış olan genç “dijital yerli” kuşağın, günlük yaşamlarının neredeyse tamamını sosyal ağlar üzerinde yaşar ve paylaşır hale geldikleri görülmektedir. Genç dijital kuşak; Instagram, Discord, Twitter, Myspace gibi yeni medya olarak ta adlandırılan sanal ortamlarda sosyalleşmekte, duygu ve düşüncelerini bu tarz platformlarda paylaşmaktadır.

Shao'(2009) ya göre insanların sosyal ağlara katılımına etki eden, onları sosyal ağlara yönelten bir takım etkenler vardır. Bu etkenler; toplumsal etkileşim, başka insanların görebileceği paylaşımları yapmak ve bu paylaşımları görebilen insanların bunlara yorum yaparak fikirlerini paylaşması, içeriğin beğenilmesi gibi etkinliklerdir. Sosyal ağları kullanan bireyler; başka sosyal ağları kullanan bireyler ile sosyal ağlarda,

görüşmeler yapmakta ve bu vasıtasıyla fikirlerini ortaya koyarak kendilerini gerçekleştirme imkânını elde etmektedirler.

Sosyal ağların dünyada gün geçtikçe daha yaygın hale gelmesi, onun etki ettiği birey sayısını arttırmakta ve insanların iletişimi için önemli bir araç haline gelmesine yol açmaktadır. Ayrıca sosyal ağ kullanımının plansız, sınırsız ve kontrolsüz bir şekilde gerçekleşmesi onun bilimsel çalışmalarda önemli bir problem haline gelmesine ve bu konu üzerine araştırmacıların değişik açılardan yönelmesine neden olmuştur.

Yapılan araştırmalar göstermektedir ki genç olarak nitelendirilen kitle, günümüzde yaşanan toplumsal ve kültürel alandaki hızlı değişimlerden en fazla etkilenen ve hatta bu değişimlere en hızlı uyum sağlayan kitledir. Günümüzün post modern gençliği, birbirine taban tabana zıt iki etki alanında sıkışarak çoğul kimlikler (Bayhan, 2011:203) ve dolayısıyla çoğul aidiyetler taşımaktadır.

2.1.3.1.1. Sosyal Ağların Kültürel Değişmeye Etkisi

Değişme bir halden başka bir hale geçişi ifade etmektedir. Değişmenin olmadığı bir toplumdaki bahsedilemez. İnsan topluluklarının tamamında sosyal değişimin kaçınılmaz olduğundan bahsedilebilir. Değişme olumlu yönde yani gelişme şeklinde olabileceği gibi olumsuz yönde de gerçekleşebilir. Yani değişimin yönü ileriye doğru bir gelişme şeklinde olabileceği gibi, geriye doğru da gerçekleşebilir. Ayrıca, sosyal değişim, bir süreç içerisinde, bazen hızlı, bazen de yavaş bir şekilde gerçekleşir (Erkal, 2012:297).

Bir durumdan başka bir duruma geçiş olarak tanımlanan değişim; her alanda gerçekleşebilir. Bu alanlardan biride kültür unsurlarında ortaya çıkan değişimlerdir. Kültüre ait unsurlar, bir toplumu kendine mahsus yapan ve onu diğerlerinden ayırt etmeye yarayan maddi ve manevi unsurlardır. Dil, din, gelenek ve görenekler, örfler, ahlaki normlar vb. gibi unsurlar kültürün manevi kısmını oluştururken; giyim- kuşam, yemek, kullanılan araç ve gereçler gibi maddi cinsten olan her şey kültürün maddi kısmını oluşturur.

Zamanla toplumlarda serbest veya zorunlu, yavaş veya hızlı değişimler ortaya çıkar. Bu değişimlerin kültüre ait unsurlarında gerçekleşen haline sosyo-kültürel değişim denir. Bu değişime yol açan birçok etken vardır. Bu etkenlerin en önde gelenlerinden biri de kitle iletişim araçlarıdır. Zaman içerisinde oransal olarak etkisi değişmekle birlikte, gazete ve dergilerden, televizyon ve radyoya kadar tüm kitle iletişim araçları toplumsal

değişmeye yol açmıştır. Bu iletişim araçlarına son yıllarda diğer kitle iletişim araçlarını da kapsayacak şekilde internette eklenmiştir.

Özellikle yaşadığımız ve bilişim çağı olarak nitelendirilen 21. yy. daki baş döndürücü değişim, tarihin hiçbir döneminde rastlanmamış bir hızda gerçekleşmektedir. Bu yaşanan hızlı dönüşümde en önemli etken, kuşkusuz bilgi teknolojilerinin sağladığı imkân neticesinde ortaya çıkan internetin, hayatımıza girmesi ve hayatımızı bir daha eskisi gibi olmayacak şekilde değiştirmesidir.

İnternetin sunduğu, bilgiye kontrolsüz ve sınırsız erişim imkânı, toplumlarda ekonomik, kültürel ve siyasal yapıları, örgütlenme biçimlerini, sahip olunan değerleri, yaşam alışkanlıklarını ve pratiklerini ve hatta düşünme biçimlerini değiştirmektedir (Gallo, 2011; Stefanone, Lackaff ve Rosen, 2011).

İnsanlığın yaşadığı dijital toplumsal dönüşüm, toplumsal yapılarda köklü değişimlere neden olmakta, bu dönüşüm süreciyle birlikte, insanların algıları ve yaşam biçimleri de değişmektedir. Dijital iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve internetin hayatımıza girmesiyle birlikte toplumsal ilişkileri değişime uğratan yeni iletişim düzenleri ortaya çıkmıştır. İnternetin kullanımı ile toplumsal etkileşim mekânsal ve zamansal sınırları ortadan kaldırarak, yeni ve sınırsız mekân -zaman algısı oluşturarak yeniden yapılanmıştır. İnternet kullanımının sağladığı “Sosyal ağlar” kitlesel ve çift yönlü bir iletişimi kurma ve hatta hızlandırma ve kolaylaştırma niteliğine sahiptir (Castells, 2013: 21).

İnternet teknolojilerinin sunduğu sosyal ağlar; sosyal medya, wikiler, oyun ve chat odaları, mikrobloglar vb. gibi yeni medya ortamları yani sosyal ağlar, bilgi işleme süreçlerini dönüştürmekte, insanların günlük hayatlarına dair faaliyetlerin tümünde ilk sırada gelmekte ve insanların birbirleri ile kurdukları sosyal ilişki şeklini değiştirdiği gibi bu ilişkilerin niteliğinde de değişmelere neden olmaktadır. Ayrıca toplumsal yaşantıyı yeniden şekillendiren önemli araçlar olarak da öne çıkmaktadır. Söz konusu araçlar ağlar yoluyla toplumu bir ağ toplumuna dönüştürmekte ve bu ağlar ile önemli toplumsal dönüşümleri sağlamaktadır (Castells, 2005: 88- 100; Çambay, 2015:237-247).

Sağladığı sınırsız erişim imkânı ile sosyal ağlar; özellikle çocukların ve gençlerin cinsiyet, meslek ve siyaset vb. gibi kimliğini şekillendiren, onların eğilim, tutum, duygu, değer, beklenti ve davranışlarında, yaşam tarzlarında başat bir etken haline gelmiştir.

Hızla artan tüketim kültürü ve bunun sanal ağlarda özellikle genç bireylere sunumu, yemek alışkanlıklarından giyim tarzına, dinlenen müzikten izlenen dizilere kadar her şeyin benimsetilmesine neden olmaktadır. Kùltürler böylelikle birbirine benzemekte tek tipleşme ortaya çıkmakta ve bu durum yerel kùltürleri yok olma tehlikesi ile karşı karşıya bırakmaktadır (Barrett ve Braham, 1995: 96-97; Arslanoğlu, 1998: 168-173).

Sosyal ağların sınırsız ve kontrolsüz kullanımı, farklı kùltürlerin kendine has dokusunu bozmakta, onları birbirinden farksız bir duruma getirmekte, dominant kùltürler diğer kùltürler üzerinde egemenlik kurmakta, McLuhan'ın ifadesiyle "kùresel köy" yaratmaktadır. İnternet araçlarıyla iletilen mesajlar bireyin muhatap olduğu baskın kùltürün hayat kodlarını öğrenerek, yani kod açıklaması yaparak o kùltürün mensuplarından olmasına zemin oluşturur. Böylece kendi kùltüründen uzaklaşarak baskın kùltür ile bütünleşmesine neden olur.

Günümüzde kullanımı artan ve yaygınlaşan bilgisayar, cep telefonu ve internet gibi bilgi iletişim teknolojileri, sosyal ağların kullanımını da hem yaygınlaştırmış hem de arttırmış ve böylece geri dönülmesi mümkün olmayan değişimi başlatmıştır. Bu değişimin en göze çarpan yönü ise toplumun sosyal, ekonomik ve kùltürel tüm yapılarında meydana getirdiği köklü değişimleri içermesidir (Székely&Nagy, 2011:2186'ten akt. Ünal, 2018: 311).

2.1.3.1.2. Sosyal Ağların Bireyleri Sosyalleştirme ve Yalnızlaştırma Etkisi

Sosyalleşme diğer bir ifadeyle toplumsallaşma, bireyin içinde bulunduğu toplumun değerlerini ve normlarını benimsemesi ve bunlara uygun davranışlarda bulunması sürecidir. Doğal olarak bireyler yaşamları boyunca birden fazla gruba üye olmakta ve toplum içinde değişen konumundan dolayı birçok gruba aidiyet duymaktadır. Bireyin üyesi olduğu her bir grubun kendine göre değer ve normları vardır. Bireyler tüm bu gruplarda sosyalleşerek, grubun sunduğu değer ve normları benimseyerek grubun bir parçası olmayı sürdürürler. Bu bağlamda sosyalleşme; insanların hayatları boyunca içinde buldukları geliştikleri bir süreçtir.

Sosyalleşme, en genel tanımıyla bir uyum sağlama ve içinde bulunduğu topluma uyum sağlama sürecidir. Bu sürece etki eden belli başlı sosyalleşme çevreleri; aile, okul, arkadaş çevresi, dini kurumlar ve işyeridir. (Taşdelen, 1997: 59). Ayrıca günümüz modern toplumunda bilişim teknolojilerinin hayatımızda belirleyici, başat bir etkiye sahip olması, sosyal paylaşım ağlarını da önemli bir sosyalleştirme aracı haline getirmiştir.

İnternet ve ona bağılı olarak ortaya çıkan sosyal paylaşım ağıları, zaman ve mekân engeli olmaksızın, diğere bireylerle iletişim kurma imkânı sağlayarak bireyler ve özellikle gençler için sosyalleşmenin önemli bir ögesi haline gelmiştir. Günümüz bilgi toplumunda sosyal ağların sağladığı imkân ile bireyler, sanal ortamlarda yeni sosyal ilişkiler kurma veya zaten var olan ilişkilerini daha kolay sürdürme imkânına sahip olabilmektedirler (Özmen vd. 2011: 45-46).

Sanal sosyalleşmenin özellikle bazı dezavantajları olan, çeşitli engel durumlarına sahip bireylere, sosyal ortamlara katılma fırsatları sunmak ve sosyal ağlar ile gerçek bir zaman içinde diğere ile iletişime ve etkileşime geçmesini sağlamak gibi avantajları olduğu ifade edilebilir (Chana ve Dicianno, 2011' den akt: Kabaklı Çimen, 2018: 1437). Bu iletişim ve etkileşim ortamında özellikle dezavantajlı olan bireylerin sosyalleştikleri ve çeşitli grup aktivitelerine katılarak, grup içindeki bireylerden biri olarak sayıldıkları görülmektedir. Sanal ağlar bu bireylerin dezavantajlarını bertaraf ettikleri, kendilerini kısıtlayan engellere takılmaksızın sanal ortamda kendilerine güvenlerini artırarak “sosyal uygunluk” gösterdikleri görülmektedir (Mangan, 2008' den akt: Kabaklı Çimen, 2018: 1437).

Bireyler sanal ağlarda her türlü bilgi, resim, müzik, görüş, ideoloji vb. paylaşma imkânına sahiptir. Bu bağlamda sanal ağların bireyleri sosyalleştirdiği ifade edilebilir. Bunlara rağmen sanal yalnızlık durumunda birey, sanal ortamlarda vardır, ancak başkaları ile etkileşime girmekten kaçınan, bir şeyler paylaşmaya pek yanaşmayan ve kendini paylaşımlardan yalıtma durumundadır (Kabaklı Çimen, 2018: 1437).

Yalnızlık bireyin duygusal olarak kendini toplumsal ilişkilerden, çevresinden kopmuş ve uzaklaşmış hissetmesi durumudur. Yalnızlık başka insanlarla birlikte olma isteğinden veya arkadaş eksikliği hissetme duygusundan daha da öteye giden, bir duygu durumudur. Yalnızlık çeken insan kendisini toplumdan kopmuş hisseder. Yalnızlık duygusu taşıyan birey, içinde boşluk ve kopukluk hisleriyle doludur (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Yalnızlık>). Yalnızlık kavramını Weiss; duygusal yalnızlık ve sosyal yalnızlık olmak üzere ikiye ayırmaktadır. O'na göre duygusal yalnızlık aile, özel arkadaş ve ilişkilerle ilişkili iken, sosyal yalnızlık sosyal ortamdaki arkadaşlıklarla ilişkilidir (Çeçen, 2008: 3).

Yapılan bazı araştırmalar, aşırı internet kullanımı ile yalnızlık hissi ve yalnızlık durumu arasında ilişki olduğunu göstermektedir. Ayrıca aşırı internet kullanımı ve sanal

ağlarda zaman geçirmenin ders başarısının azalması, gerçek sosyal aktivitelere daha az zaman ayrılması ve bireylerin aile ve arkadaşları ile daha zayıf ilişkiler kurması gibi sonuçlara neden olduğu görülmektedir (Şimşek, 2012: 39).

Bu konuda yapılan çalışmalar, asosyal bireylerin öncelikle bilgisayara, sonra da internete yöneldiklerini göstermektedir. Sosyalleşme mekânları teknolojinin de gelişmesiyle birlikte dönüşüme uğrayarak; gerçek anlamda yüz yüze görüşmenin yerine geçerek bir araya gelme ve paylaşımında bulunma gereksinimine duyulan ihtiyacın azalmasına neden olmaktadır. Daha önce de ifade edildiği gibi yalnızlık ile internet kullanımı arasında bir ilişkinin olduğu bilinmektedir. Sanal ağlarda uzun zaman geçiren bireylerin gerçek yaşam ile bağlantısını kestiği, gerçek dünyadan uzaklaşarak aidiyet duygusundan ve gerçek dünya etkileşimlerinden koptuğu görülmektedir. Bireylerin sanal ağlarda uzun zaman geçirmeleri, yapay online ilişkilere yönelmeleri, beraberinde yalnızlığı getirir. Hatta sanal ağlarda birbirlerini daha önceden tanıyan insanlar arasında sınırlar oluşturarak, onları teknolojik yalnızlığa iter (Özen ve Sarıcı, 2012: 3; Çaycı ve Karagülle, 2014: 2).

Mekân ve zamandan bağımsız olarak iletişim kurma imkânına sahip olan bireyin coğrafi engelleri aşarak; dünyanın farklı noktalarındaki insanlarla iletişim kurma ve dolayısıyla sosyalleşmeleri imkânına sahip olabilmesi insanları bir dünya vatandaşı haline getirmenin yanı sıra; ekranlara bağımlı hale getirerek yalnızlaşmalarına neden olabilmektedir. Bauman (2011) evlerdeki dost meclislerinde ulaşılan sıcaklığın yerine, geçmişte televizyonların geçtiğini ve insanların dostluğun sıcaklığına inançlarını kaybederek, kendi kabuklarına çekildiklerini belirtmektedir. Sosyal medyanında, yalnızlık içinde kıvranan insanın uzun süredir kaybettiği dostunun, online olarak geri dönüşü gibi görüldüğünü belirtir. Ancak ortaya çıkan durumu Riesman'ın (1953) “yalnız kalabalık” kitabına gönderme yaparak “kalabalık yalnızlık” olarak adlandırır. Baudrillard ise; sosyal medyanın aslında, bir cemaat bilinci oluşturmadığını, tersine bireyleri sosyal hayattan kopartarak, onları kendi ruhlarına hapsedtiğini ve böylece yalnızlaştırarak bireyciliği revize ettiğini ifade etmektedir (Baban, 2012:63; Bozkurt, 2018).

Günümüz “Dijital Yerli” olarak ifade edilen genç kuşağın, yüz yüze iletişim kurmak yerine, sanal ağlar ve iletişim teknolojileriyle oluşturulmuş bu sanal iletişim şeklini tercih etmesi, onların bir taraftan sosyalleşmelerine imkân verirken, bir taraftan da ekran bağımlısı olması ve çevresine yabancılaşma ve yalnızlaşma sorunlarını ortaya

çıkardığı görülmektedir. Tıpkı susuzluğunu gidermek amacıyla deniz suyu içenler gibi, yalnızlığını gidermek için kalabalıklara karışanlar, yalnızlıklarını daha çok hissederek hale gelmektedir (Bozkurt, 2018).

2.1.3.2. Ağ Toplumu

İnternetin yaşamımıza girişi ve geri dönülmeyecek şekilde yarattığı dönüşüm ile ortaya çıkan yeni toplum biçimi network/ağ toplumu olarak kavramsallaştırılmıştır (Narine, 2010; Meraz, 2009; Hampton, Livio ve Goulet, 2010).

90'lı yıllarda Manuel Castells tarafından ilk olarak dile getirilen ağ toplumu kavramı, bilgi ve iletişim teknolojileri alanında yaşanan hızlı ve radikal dönüşümleri ve bu dönüşümlere bağlı olarak ortaya çıkan yeni toplum modelini tanımlamak için kullanılmıştır. Castells'e göre günümüzde yaşanan teknolojik, ekonomik ve sosyo-kültürel dönüşümün yarattığı yeni toplum modelini "bilgi toplumu", "endüstri toplumu" veya "sanayi-sonrası toplum" gibi kavramlar ile tanımlamak yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle O'na göre "ağ toplumu" kavramı, bu yeni toplumsal modeli tanımlamakta bize yardımcı olabilecek bir kavramdır.

İnternetin kullanımı neticesinde teknolojik tabanlı değişimin yaşandığını ve bunun alışmış olduğumuz tüm uygulamaları değiştirerek neredeyse tamamen yepyeni bir toplum modeli yarattığını ifade eden Dijk ise, dijitalleşme ile birlikte karşımıza çıkan bu yeni toplum modelini "Dijital Toplum" şeklinde kavramsallaştırır (Çımrın, 2011: 66).

Günümüzde artan bir öneme sahip olan ve hayatımızda radikal dönüşümlere yol açan İnternetin sağladığı imkânlar ile insanlar, yaşamlarını sanal sosyal ağlar ile dolayımlyarak devam ettirmekte ve böylece yeni bir toplum tipinin ortaya çıkmasına vesile olmaktadır.

Friedman(2006:153)'da günümüzde ulaşılmış olan bu yeni toplum tipini oluşturan en önemli etkenin dijital teknolojiler olduğunu ifade etmektedir. Ona göre dijital teknolojilerle kuşatılmış olan, daha önce hiç görülmemiş yeni bir toplum tipi ile karşı karşıyayız. Artık dijital teknolojilerle kuşatılmış elektronik ağlarla sınırları ortadan kaldıran ve aynı zamanda bu elektronik ağlarla birbirine bağlanmış küresel bir dünyanın içinde yaşamaktayız.

Ağ toplumunun ortaya çıkışında değinilmesi gereken en önemli kavramlardan biri de küreselleşmedir. Çünkü küreselleşmeyi hızlandıran en etkili araç internet teknolojilerinin gelişmesidir. Küreselleşmenin etkisiyle bireyler ve gruplar, iletişim

teknolojilerinin kendilerine sunduğu imkânlar ile coğrafi sınırları aşarak, ulus aşırı iletişim kurabilmekte ve kendileri ile ortak ilgi ve çıkarları olan insanlarla yeni topluluklar kurabilmektedirler. Bu yeni topluluklar her türden aidiyet içeriğine sahip olabilecek etnik, dini, siyasi, sınıfsal vs. topluluklar olabilmektedir. Bireyler normal koşullarda varlığından dahi haberdar olamayacakları, dünyanın diğer ucundaki insanlarla bu iletişim ağlarını kullanarak tanışmakta, etkileşime girmekte ve bu gruplarda sosyalleşerek grup aidiyetleri oluşturabilmektedirler. Örneğin sanal ortamda örgütlenecek oluşturulan protesto grupları, çevreci gruplar, herhangi bir dinin, milletin, cinsel kimliğin taraftarı ya da karşıtı gruplar, sanal ortamda ağlar oluşturarak birlikte hareket etmekte ve bu bağlamda ortak kültürel değerlere aidiyet besleyebilmektedirler. İnternet ve sanal ağlarla bağlantılı olmak, bireylerde küresel bir vatandaşlık bilinci ve yeni bir aidiyet şeklini de beraberinde getirmiştir. “Ağ toplumu” olarak tanımlanan bu yeni toplum modelinde bireyler, kendilerini ağın içinde konumlandırmalarına rağmen, ağın içinde sabit olmayan bir konumda olduklarından kendilerine kalıcı bir yer edinmemektedirler.

Bu durumu Marshall Berman (1994: 27) modernlik ile açıklamaktadır. O’na göre modern ortamlarda toplumsal yaşantılar kaotiktir, çünkü modern ortamlarda kurulan iletişim din ve ideolojileri, coğrafi engelleri, etnik, sınıf ve milliyet farklılıklarını aşarak bütün insanlığı birleştirir, ancak bu birlik paradoksal bir birliktir, dağınıklık içinde birliktir. Hepimizi sürekli bir parçalanma ve yenilenme; mücadele ve çelişkiler, belirsizlik ve elem girdabına atar. Berman’a göre modernlik Marx’ın tabiriyle “katı olan her şeyin eridiği ve havaya karıştığı’ bir dünyada yersiz ve yurtsuz yaşamak demektir”.

Giddens, (2012:12)’e göre modern yaşam tarzlarının geleneksel hayat tarzından farklı bir şekilde gerçekleşmesinin altında yatan en önemli etkenlerin başında, teknoloji ve özellikle iletişim teknolojilerinde ki gelişme ve buna paralel olarak toplum yaşantısına yaptığı büyük etkiler gelmektedir. Şöyle ki gelişen her teknoloji, toplumlarda bazı dönüşümlere sebebiyet vermektedir. Özellikle iletişim teknolojilerinde yaşanan büyük gelişme, toplumların kültüründe, alışkanlıklarında, iş yaşamlarında ve buna koşut olan eğitim sistemlerinde değişimler yaratmaktadır. Modernleşmenin ortaya çıkardığı yeni hayat stilleri, geleneksel toplumsal yaşantının değersizleşmesi ve ortadan kaybolmasına yol açmaktadır. Daha önce yaşanmış olan değişim şekillerine oranla, modernleşmenin ortaya çıkardığı dönüşümler çok daha etkili olmuştur.

2.1.4. Sosyal Ağlarda Sanallık, Mekân ve Zaman

2.1.4.1. Sanallık ve Sanal Mekân(Siber Uzay/Cyber Space)

Kökeni Latince bir terim olan ve İngilizcede “space” mesafe ya da dağılım anlamına gelen “spatium” kelimesinden türetilmiş olan mekân kavramı (Elden, 2009) insanların bireysel ya da grupsal olarak kurdukları iletişim ve etkileşimin gerçekleştiği bir düzlem olarak; fiziksel, zihinsel ve toplumsal boyutları olan çok yönlü bir kavramdır. İngilizcede space; Fransızcada. espace; Almancada. Raum sözcükleri ile ifade edilen mekân, Türkçeye Arapçadan geçmiş olmakla birlikte, kâinata denk gelecek şekilde büyük bir alana işaret eder. Mekân kelimesi, “Yer, bulunulan yer, Ev, Yurt, Gök bilimi, Uzay”, şeklinde tanımlanırken, ayrıca “var olanın içinde yer aldığı, tüm sınırlı büyüklükleri içine alan uçsuz bucaksız büyüklük”, “sınırsız ortam, sonsuz büyük kap ya da hazne”, “üç boyutu, yani eni, boyu ve derinliği olan hacim” (TDK,2020; Cevizci, 2010:1080).olarak da tanımlanmaktadır.

Sosyoloji literatüründe ilk defa kentsel mekân dışında “mekân” kavramını ele alan Lefebvre’ ye göre, mekân psikolojik ve sosyolojik açılardan incelenebilir. O’na göre insan öncelikle mekânı duyu organlarıyla algılar ve daha sonra bu mekân, zamanla insan için ona yüklediği anlamlar ile yaşanan bir yere dönüşür (Lefebvre, 2016:214).

Lefebvre (2016)’ ye göre mekânın deneyimlenmesi ile üç farklı ancak birbirini tamamlayan mekân anlayışı ortaya çıkar. Bunlardan birincisi; Algılanan mekân; içinde geçirilen zaman ilerledikçe insanlar o yere bazı anlamlar yükler ve böylelikle oraya bir değer atfedilir. İkinci olarak yaşanan mekân; bazen bir evin odasını, bazen evin kendisini, bazen de uzayı anlatmak için kullanılabilir. Tasarlanan (kurgulanan)mekân ise; siyasi iktidarın, hâkim ideolojinin veya ekonomik düzenin tasarımına göre biçimlenmiş, üretilmiş mekândır. Analitik kolaylık sağlamak ve kavramsal bir çerçeve belirlemek için ayrı ayrı tanımlanmış olan bu üç mekân birbirinden hiçbir zaman ayrı düşünülmemelidir. Çünkü bunlar aralarında, karşıtlık ve çelişki içerisinde bir etkileşim ile birbirlerini tamamlayarak toplumsal mekânı ortaya çıkarmaktadırlar.

Bir yerin mekân olarak tanımlanması, onun bir taraftan fiziksel olarak varlığına bir taraftan da insanlar tarafından ona yüklenen anlam neticesinde inşa edilmesine bağlıdır. Yani bu bir yerin, insanlar tarafından hikâyelendirilmesi, yorumlanarak adlandırılması ve buna bağlı olarak kimliklendirilmesi ile mekân olabileceği anlamına gelmektedir (Gierny, 2000: 465).

Norberg-Schulz mekânı “Genius Loci” kavramı ile açıklamaktadır. O’na göre bir mekâna kimlik kazandıran şey, o bölgede yaşayan insanların doğrudan açıklayamadıkları, ancak varlığından haberdar oldukları yer anlamına karşılık gelmektedir. Bu nedenle mekânın belirgin işlevinin ötesinde, ona yüklenen anlamın doğanın nasıl işlediğini algılama ve yorumlamada odak noktada olduğuna dikkat çekilmektedir. Bu bağlamda, kişilerin çevresindeki kültürü kabullenmesinde, grup ve mekân kimliğinin oluşmasında hem fiziksel çevre hem de giyim tarzı, kullanılan eşyalar, yapılan binalar, bahçeler, caddeler ve limanlar gibi birçok etkenin rol oynadığını ifade etmektedir (Rapoport, 1990: 15).

Mekânın sadece fiziksel değil aynı zamanda insanların izlerini üzerlerinde taşıdığı toplumsal bir ürün olduğu ifade edilebilir. Bu nedenle mekânlar öncelikle fiziksel olarak kurgulanarak imar edilir ve daha sonra insanların yüklediği anlamlarla inşa edilir. İnsan eliyle inşa edilen mekânlar insanoğlunun varlığının vazgeçilmez parçaları olarak onların bireysel ve toplumsal kimliklerinin oluşumunu sağlayan önemli etkenlerdir. Bunu en açık şekilde toplumsal geleneklerin fiziksel çevreyi etkilemesinde ve mekân düzenlemesine yansımada görebiliriz. Konu ile ilgili Çevre Psikolojisi alanında yapılan bilimsel çalışmalar insanların yaşadıkları fiziksel çevre ile onların duygu, düşünce, tutum ve toplumsal kültürleri arasında ilişki olduğunu ortaya koymakta ve mekânın toplumsal aidiyet duygusu ile önemli bağına işaret etmektedir (Güleç Solak,2017: 35).

İnternet teknolojilerinin hayatımıza girmesi ile birlikte fiziksel mekâna alternatif yeni bir mekân daha ortaya çıkmıştır. Sanal mekân olarak kavramsallaştırılan bu yeni mekânda insanlar neredeyse tüm ihtiyaçlarını gidermekte, sosyalleşmekte ve bu mekânda yeni aidiyet duyguları beslemektedirler.

İnternet teknolojileri ile birlikte ortaya çıkan sanal kavramını Baudrillard (2011: 29) “gerçekte yeri olmayıp, zihinde tasarlanan, mefhum, farazi, tahmini plan” anlamında kullanmaktadır.

Sanal kavramının içeriğine uygun olarak türetilmiş olan Sanal Mekân kavramının; Sanal Dünya (Virtual World), Sanal Çevre (Virtual Environment), Siber Uzam –Siber Uzay (Cyber Space), Yapay Gerçeklik- Sanal Gerçeklik (Artificial Reality) veya Dijital Mekân olarak adlandırıldığı da görülmektedir. Tüm bu kavramların tanımlayıcı karakteristiği, kullanıcı ile sanal bir topluluk arasında kurulan ilişkidir. Gerçek bir mekâna alternatif olarak insanların, İnternetin kullanımı ile ortaya çıkan siber uzayda,

sanal ilişkiler kurarak bir takım etkinliklere girişmeleri söz konusudur. Her biri kendi ihtiyaçları doğrultusunda farklı amaçlarla hatta amaçsızca sanal mekânlarda vakit geçiren, sosyal, kültürel ve günlük hayatlarını, internet teknolojileri üzerinden sanal mekânlarda üreten bu insanlar sanal bir topluluğunda parçası haline gelmektedirler.

Rheingold (2000)'a göre sanal mekân, “kelimelerin, insan ilişkilerinin, verinin, zenginliğin ve gücün yeni iletişim teknolojilerini kullanan bireyler tarafından ortaya koyulduğu kavramsal bir uzam” dır. O'na göre yüz yüze iletişim kurma imkânı bulunmayan, çok farklı coğrafi mekânlarda bulunan bireyler, dijital iletişim araçlarının sağladığı sanal mekânlarda bilgi paylaşımında bulunmakta ve bir toplumsal grup oluşturmaktadırlar. Ona göre dijital topluluklar; “Kişisel ilişkiler ağının yaratılması için yeterli sayıda insan bir araya geldiğinde, networkler (internet) vasıtasıyla yaratılan sosyal gruplardır”(Bozkurt,1999).Bell'e göre, “bir sohbet odası veya paylaşılan bir belge aynı zamanda sanal bir dünya” olur. Castronova ise sanal dünyaları “bilgisayarların içinde çok sayıda insanı barındıracak şekilde tasarlanmış mekânlar” olarak tanımlamaktadır (González vd.,2013:330).

Anderson ise sanal mekânı; sanayi sonrası dünya yaklaşımı bağlamında ele almaktadır. O'na göre sanal mekân; küresel ölçekte ve sınırsız olarak birbirine bağlı bilgisayarlar aracılığıyla oluşturulmuş, çok boyutlu, yapay olarak üretilmiş, sanal gerçekliktir (Timisi, 2003: 148).

Tomas'a göre sanal mekân; “internet teknolojileri üzerinden sanayi sonrası çalışma mantığının bir uzantısı olarak bireylere potansiyel çalışma mekânlarının paralel dünyaları arasında doğrudan ve bütünlüklü bir erişim sağlayan bir alandır” (Tomas, 1991'den akt. Timisi, 2003: 148).Bu mekân doğal insanın teknolojik bilgi alışverişinin gerçekleştiği sanal dünya ile olan etkileşiminin gerçekleştiği ortamdır. Sanal mekân, insan birikimlerinin ve kimliğinin global ölçekte dolaşıma girdiği, insanlar arası ilişkinin bilgi temelli ortaklıklar ve işbirliği üzerine gerçekleştiği bir mekândır (Timisi, 2003: 148).

Bu bağlamda bazı yazarlar sanal bir dünyanın, sanal gerçekliğe dayalı, ileri teknoloji kullanılarak oluşturulmuş bilgisayar arayüzü ile çoklu duyuşsal kanallar üzerinden gerçek zamanlı simülasyon ve etkileşimler içermesi gerektiği yönünde görüş bildirmektedirler. Sanal bir dünya simüle edilmiş, her biri ile gerçek zamanlı etkileşime giren avatarların temsil ettiği, çok sayıda kullanıcıya izin veren kalıcı bir bilgisayar simülasyonu olarak tanımlanır. Bu yönü ile kalıcı olmasına rağmen kullanıcılarına avatar

sağlamayan Facebook, Instagram, Myspace gibi sosyal ağ sitelerinden daha farklı bir anlam kazanır (Gonzaleza vd.,2013:331).

Sanal mekân kavramını ilk defa;1984 yılında ‘Neuromancer’ isimli romanında William Gibson kullanmıştır. Sanal mekânı,(mekânı olmayan yer-mekânsızlık) kullanıcıların ortak sanrısı (halüsinasyon) olarak, post endüstriyel toplumsal yaşamın etkileri bağlamında ele almaktadır (Gibson,1998:5).Sanal mekân bilgisayar aracılığıyla yapay olarak oluşturulan bir simülasyonun sanki gerçekmişçesine insana yaşatılmasıdır. Bilgisayar ortamında oluşturulan simülasyonlar ve sanal gerçeklik alanında internet teknolojileri aracılığıyla insan duyuları yanıltılır. Böylece insan gerçek olmayan durumları gerçekmiş gibi düşünür ya da gerçek sanar.

Sanal gerçeklik alanında; “ insanların bilgisayara beş duyu organı ile kask, üç boyutlu gözlük veya beş parmaklı elektronik eldiven gibi araçlarla bağlanarak, gerçekte var olmayan bir hayali mekânda, bir nesnenin yaşanılan bir ortamdaki kadar gerçek bir kopyasını görmesi ve hissetmesi sağlanmaktadır. Sanal gerçeklik, temelde insanlara kendilerini aslında bulunmadıkları bir ortamda oldukları hissini vermeyi sağlamaya yönelik bir teknolojidir. Örneğin bir hava alanı inşaatı başlamadan, tüm mimari bilgiler yüksek hızla bilgisayarlara girilmekte ve alan önce bilgisayar içinde simüle edilmekte yani sanal olarak inşa edilmektedir. Sanal gerçeklik aparatları bağlandıktan sonra bir kontrol ekibi bilgisayar içindeki havaalanına ışınlanır. Bilet gişelerinden tuvaletlerin yerlerine dek, mimari kullanışlılığı sınar. Uçaklar inip kalkmaya başlayabilir. Yapay depremler yaratılarak direnç hesapları yapılır” (Uluç, 2003: 20).

K. Fricke, sanal mekânların, reel dünyanın tam bir antitezi olduğunu ve sanal mekânlarda her şeyin mümkün olduğunu ifade etmektedir. O’na göre sanal gerçeklik teknolojisi insanları zamanın ve mekânın kısıtlayıcı etkilerinden kurtarmakta, herhangi bir gerçek tehdit ile karşılaşmadan içinde bulunduğu durumun dışına çıkıp, farklı koşulları deneme imkânı vermektedir. Ayrıca insanlar sanal mekânlarda Tanrılar gibi, kendi iradesiyle biçimleri, kalıpları değiştirebilmektedir (Robins, 1999: 39). İnsanların gerçek dünyada isteklerini elde etmek için göstermesi gereken çaba, harcaması gereken zaman, sanal ortamlarda anlamını yitirmekte; reel dünyanın kısıtlayıcı etkilerini ortadan kaldırarak, erteleme ve gecikme olmaksızın isteklerine anında ulaşabileceği fırsatlar sunmaktadır. Hatta belkide gerçek dünyada ne kadar çaba sarf etse dahi ulaşamayacağı

istek ve arzularını sanal da olsa anında elde edebileceği imkânı sağlamaktadır. Bu da insanlar için sanal mekânları önemli ve eşsiz bir cazibe merkezi haline getirmektedir.

2.1.4.2. Sosyal Ağlarda Zaman

Bir toplumsal olayı ya da olguyu doğru bir şekilde anlayabilmek ve açıklayabilmek için onun geçtiği mekân ve zaman kavramları dikkate alınmalıdır. Gerek toplumsal gerekse bireysel hayatımızda ortaya çıkan dönüşümü anlayabilmek için de, içinde bulunulan mekânı değişen zaman kavrayışlarıyla birlikte ele almak gerekir.

Bu bağlamda zamanın ne olduğu sorusuna konu ile ilgili farklı disiplinlerde farklı cevaplar verilmiş olmakla birlikte, bu disiplinlerin kendi pencerelerinden bakarak zaman kavramının farklı yönlerini ele alarak tanımlama yaptıkları görülmektedir.

Dilimize Arapçadan geçmiş, aslen Arapça kökenli bir kelime olan zaman kavramı “Bir işin, bir oluşun içinde geçtiği, geçeceği veya geçmekte olduğu süre, vakit, bu sürenin belirli bir parçası, belirlenmiş olan an, çağ, mevsim, bir işe ayrılmış veya bir iş için alışılmış saatler, dönem, devir, olayların oluş ve akış sırasını belirleyen, düzenli ve dönemli gök olaylarını birim olarak kullanan sanal bir kavram”(TDK, 2020).olarak tanımlanmaktadır.

Zaman kavramı, Platon'dan günümüze kadar metafizik gelenekte üzerinde tartışmalar yapılan, değişik açılardan değerlendirilen bir kavramlardır. Platon'a göre içinde bulunduğumuz zaman; her varlığın olduğu gibi, aslının değişmez ve zaman dışı olan yetkin idealar dünyasının, yetkinlikten yoksun bir taklididir. O'na göre zaman zihnin var olanları bir bütün olarak, birdenbire kavrayamamasının sonucu olarak ortaya çıkar (Cevizci, 2010: 943).

Platon'un öğrencisi olan Aristoteles ise 'Fizik' adlı eserinde 'hareket' kavramından yola çıkarak bir zaman tanımı yapmıştır. Ona göre zaman devinim sayıdır. Ancak bu devinim önce ve sonraya göre belirlenir. Daha açık bir ifadeyle insanlar, kendi düşüncelerinde herhangi bir değişimi fark etmediklerinde zamanın geçmediğini düşünmektedirler. Buradan yola çıkarak zamanın, devinimden bağımsız olarak kendi başına var olmasının mümkün olmadığını düşünmektedir (Aristoteles, 2019:15-17).

Felsefe tarihinde zaman kavramı ile ilgili önemli açıklamaları olan iki filozoftan biri olan Aristo zamanı nesnel olarak açıklarken, Augustinus ise zamanı öznel bir temele dayandırarak açıklar. Augustinus 'İtiraflar' isimli eserinde zamanı Tanrının yarattığını, O yaratmadan önce var olmadığını söyler. Tanrı katında geçmiş, şimdi ve gelecek gibi dizili

bir zaman yoktur. O'na göre zaman, gök cisimlerinin ya da dünyadaki bir nesnenin hareketi de değil, ancak öznenin kendi içsel farkındalığı ve zihni ile ölçebileceği bir şeydir: (Augustinus, 2009: 361).

Zaman kavramı üzerinde önemli açıklamaları olan Heidegger ise bu kavramı metafiziğin ne olduğunu açıklamak için kullanır. O'na göre; fizikteki zaman, ölçme niteliği taşır ancak zamanın öznel yönü de vardır. Her hangi bir şeyin veya olayın ne zaman ve ne kadar sürede gerçekleştiğini ya da gerçekleşeceğini ölçme yolu ile biliriz. Saat bir zaman dilimini gösterir ve saatin gösterdiği eşit birimlere ayrılmış süreler yinelenen miktarın bölümlenmesine dayanır (Heidegger, 1996: 65-66).

Zamanın izini toplumsal ilişkilerde ve tarihsel gelişim içinde süren Elias'a göre ise zamanın ne olduğunu açıklamaya yönelik birbirine zıt iki görüş vardır. Bunlardan birincisine göre zaman, fiziksel dünyanın nesnel bir ögesidir. Yani zaman, aslında varlık tarzı bakımından doğadaki diğer nesnelere farklı değildir; tek farkı algılanamaz olma özelliğidir. Newton, bu nesnelci görüşü savunan en önemli temsilcidir. İkinci görüşe göre ise; zaman olayları birlikte değerlendirmenin bir tarzıdır; yani zaman insan bilincinin kendine özgülüğünde temellenen, dolayısıyla da her türlü deneyimin önkoşulu olarak, apriori yani deneyimlerden önce gelen bir şeydir. Descartes bu anlayışla zamanı açıklayan filozofların en önde gelenlerindedir. Yine ünlü filozoflardan Leibniz'e göre ise zaman, "Şeyler" in birbirini izlediği sıra" dır (2000:16; Castells, 2013: 612).

Felsefe tarihinde binlerce yıllık bir tartışma konusu olan zaman kavramı bilimin gelişimine paralel olarak ünlü bilim adamları tarafından da açıklığa kavuşturulmaya çalışılmıştır. Zaman kavramı ile ilgili önemli çalışmaları olan Galileo, Kepler, Newton, Einstein, Hawking gibi fizik biliminin önde gelen isimleri zaman konusuna tutarlı fizik yasaları ile açıklık getirmeye çalışmışlardır.

Klasik fizik çalışmaları içerisinde Galileo ve Kepler'in matematiksel hesaplamaları çerçevesinde zaman kavramı "mutlak uzay" bağlamında açıklığa kavuşturulmaya çalışılır. Ünlü fizikçilerden Newton da zamanı mutlak ve her yerde aynı olarak tanımlarken, Einstein ise zamana mutlaklık çerçevesinden yaklaşmaz. Zamana görelilik kuramı çerçevesinde bir anlam yükler. Görelilik kuramına göre, gözlemcinin içinde bulunduğu konuma göre zaman değişmektedir.

Klasik ve modern fiziği birleştirerek çalışma yapan fizikçilerden Steven Hawking sanal zaman (imaginary time) kavramını ilk defa ortaya atmıştır. O'na göre nasıl ki

kuzeye giderken geri dönüp güneye gitmekte mümkünse, sanal zamanda da ileri doğru giderken, dönüp geriye gitmek de mümkün olmalıdır” (Hawking, 2019: 187).

Günümüzde ulaşılan noktada her ne kadar fiziksel dünyanın ürettiği teknolojik donanımlarla üretilmişse olsa siber uzayda ki zamanın fiziksel uzaydaki matematiksel zaman ile örtüşmediği ifade edilebilir. Sanal ağlarda harcanan zamanda tüm zaman kavramları birbirine karışmış durumdadır. İnsanlar sanal ağlarda zaman geçirdiği sürece gerçek zaman anlamını yitirmekte ve sanal ağlarda kişinin algıladığı zaman ile normal fiziki üç boyutlu mekânda geçirilmiş zaman arasında ciddi farklılıklar görülmektedir. Çünkü gerçek mekân ve zaman içerisinde çok uzun zaman dilimlerinde gerçekleştirilebilecek olan eylemler, sanal ağlarda çok kısa bir sürede gerçekleştirilebilir.

Castells (2013: 577)’e göre ağ toplumunda ortaya çıkan sanal mekânda zaman kavramı parçalanıp yok olmakta ve “zamansız zaman” ya da “zaman dışı zaman” olarak nitelendirdiği yeni bir zaman kavramı oluşmaktadır. Castells’in ifade ettiği bu yeni zaman kavramı ona göre sadece ağ toplumunda ortaya çıkmış ve sadece ağ toplumunda hâkim olan bir zaman biçimidir.

Ağ toplumuna özgü sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan bu yeni zaman kavramının oluşumunda sanallık kültürünün etkisi olduğunu ifade eden Castells’e göre, sanal ağlarda oluşan sanallık kültürünün zaman kavramının bu dönüşümüne “eşzamanlılık” ve “zamansızlık” olarak iki biçimde etki ettiğini belirtir. O’na göre, sanal ağlarda, küresel çapta, çok hızlı gerçekleşen karşılıklı iletişim “eşzamanlılığı” oluşturmaktadır. “Zamansızlık” ise ağlarda gerçekleşen anlık olma durumunun sıkıştırılması, ya da daha öncede ifade ettiğimiz Leibniz’in zaman tarifi gibi “şeyler’in sırasıyla birbiri ardını izlemesi” nin tam aksi şekilde olay sıralamasındaki düzensizlik şeklindedir. Bu bağlamda, zamanda olayların gerçekleşmesi için alışık olduğumuz sıralamanın ortadan kalkması zamanın farksızlaştırılmasını ya da başka bir ifadeyle zamansızlaştırılmasını ortaya çıkarmaktadır. Bu durum “Akışların Uzamına” yani ancak sanal ağlarda ortaya çıkmış olan ağ toplumuna özgü “Zamansız zamanı” doğurmuştur (2013: 613).

Castells’in “Zamansız zaman” kavramına göre örneğin bir saat içinde dünyanın diğer ucuna gidebilir, çok büyük bir kütüphanede araştırma yapabilir, çok uzakta olmasına rağmen aidiyet hissedilen grup üyeleri ile paylaşımlar yapılabilir ya da bir protesto eylemine katılıp hak talebinde bulunulabilir. Dolayısı ile sanal ağlardaki zaman algısı ile gerçek fiziki mekândaki zaman miktarı arasında bir fark ortaya çıkmaktadır.

2.1.4.3. Simülasyon (Hipergerçek) ve Simülakrlar

Latince “simil”, “simulare”, “simulatio” sözcüklerinden kaynaklanan Fransızca bir sözcük olan simülasyon (simulation) “gibi yapma”, “benzeştirme”, “taklit etme” anlamlarına gelmektedir (Etimoloji Türkçe, 2019).

Simülasyon kavramı ilk kez Baudrillard tarafından “Üretimin Aynası” (1973) adlı eserinde kullanmıştır. O’na göre simülasyon “Bir araç, bir makine, bir sistem, bir olguya özgü işleyiş biçiminin incelenme, gösterilme ya da açıklanma amacıyla bir maket ya da bir bilgisayar programı aracılığıyla yapay bir şekilde yeniden üretilmesi” veya bir başka deyişle “bir köken ya da bir gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla türetilmesi hipergerçek diğer bir deyişle simülasyon” şeklinde tanımlanabilir. O’na göre simüle etmek “gerçek olmayan bir şeyi gerçekmiş gibi sunmak, göstermeye çalışmaktır”. Baudrillard simülakrı ise “bir gerçeklik olarak algılanmak isteyen görünüm” olarak isimlendirmektedir (Baudrillard, 2011).

Baudrillard ’ın simülasyon kavramı ile asıl vurguladığı anlam, gerçeğin yerini alan kopyaların egemen hale gelmesidir. Ya da başka bir ifadeyle, olmayan bir şeyi var gibi göstermektir. Simülasyon gerçeğin tüm göstergelerine sahip olduğu halde, gerçeğin kendisi olmayandır. Bu gün ise teknoloji ile özdeşleştirilen bir terim olarak algılanmaktadır. Çünkü günümüzde bir simülasyon teknolojisi ve simülasyon teknikleri kullanılmaktadır. Baudrillard’ ın bahsettiği simülasyon kavramı ise hem bu teknolojik anlamı hem de toplumsal, politik, kültürel ve ekonomik durumları da içermektedir. Simülakr kavramı ile asıl vurgulamak istediği şey ise, orijinal olmayan şeyleri gösteren kopyaların tekrar üretilmiş olan kopyası yani görünümler anlamına gelmektedir (Goldman Papsion, 2003; Adanır,2008:14).

Bu bağlamda yapılan bu açıklamalar, Platon’un mağara alegorisini hatırlatmaktadır. Platon bundan 2400 yıl önce idealar kuramını temellendirmek için kullandığı mağara alegorisinde gerçekliğin yerini alan bir yarılsamadan, bir simülasyondan bahseder. Mağarada kollarından ve bacaklarından, mağaranın iç duvarını göreceğ şekilde zincirlenmiş olan insanların, dışarıda ki gerçek nesnelerin duvara yansıyan silüetlerini gerçeklikmiş gibi algılamalarını ve bu kopyaların (gölgelerin) gerçeğin yerini aldığını belirtmesi simülasyon kavramının buradan esinlendiğini düşündürmektedir.

Günümüzde yaşanan hızlı teknolojik değişme ve gelişmelere bağlı olarak, insanın gerçeklik algısında da değişimler gerçekleşmiş, simülasyonlar daha somut olarak gerçekliğin yerini almıştır. Jean Baudrillard tarafından gerçekleştirilen Simülasyon ve Hipergerçeklik çalışmaları bu değişimleri en iyi şekilde ortaya koymaktadır. Baudrillard'a göre dünyadaki her şey simülasyondur. Gerçek ve simülasyon birbirinden ayırt edilemeyecek duruma gelmiştir. Bu görüşünü şu sözleriyle açıklamaktadır;

Hastaymış gibi yapan kişi yatağa uzanıp bizi hasta olduğuna inandırmaya çalışır. Bir hastalığı simüle eden kişi ise kendinde bu hastalığa ait semptomlar görülen kişidir (Litré) Öyleyse “mış” gibi yapmak (feindre) ya da gizlemek (dissimuler) gerçeklik ilkesine bir zarar veremez, yani bunlarla gerçeklik arasında her zaman açık seçik, gizlenmeye çalışılan bir fark vardır. Oysa simülasyon bu “gerçekle” “sahte” ve “gerçekle” “düşsel” arasındaki farkı yok etmeye çalışmaktadır. Simüle eden kişi gerçekten hasta mıdır, değil midir? Çünkü bu insan gerçek semptomlar üretmektedir. Simüle eden kişiye ne hastasın ne de değilsin denebilmektedir. Bu kişiyi nesnel bir şekilde hasta ya da sağlam olarak değerlendirebilmek mümkün değildir. Hakiki bir hastalık olup olmadığı anlaşılabilen bu şey, psikolojiyle tıbbın elini kolunu bağlamaktadır. Çünkü bütün “semptomlar” üretilebiliyorsa ve bir hastalığa ait “semptom” “doğal” bir olgu olma özelliğini yitirmişse o zaman her hastalığın simüle edilebileceğini hatta edilmekte olduğunu düşünebiliriz. Ama o zaman da tıbbın bir anlamı kalmamaktadır çünkü tıp yalnızca nesnel nedenlerini belirleyebileceği “gerçek” hastalıklarla ilgilenmektedir (2011:11-12).

Baudrillard 1970’li yıllarda simülasyon kavramı üzerine yoğunlaşmaya başlamış ve 1980’li yıllarda ise konu ile ilgili görüşlerini bir ‘simülasyon kuramı’na dönüştürmüştür. Ona göre Batı toplumları hedef, amaç ve illüzyonlarını kaybetmiş olduklarından hangi yöne doğru ilerleyeceklerini bilemez hale gelmişlerdir. Kendi etraflarında dönmeye başlamış ilerleyemedikleri için bir kısır döngü içine girmişlerdir. Yani Batı toplumları bir açmazın içinde; simgesel özelliklerinden ideolojik, politik, felsefi, kültürel değerler bakımından model olma özelliğini kaybetmiştir. Bu kayıplarına ilaveten sahip olduğu maddi değerlerini de kaybetmemek için bu kayıplarını gizlemeye çalışmaktadır. Bu kayıpların gizlenmeye çalışıldığı evrenin ismi Simülasyon evrenidir. Bu simülasyon evreninde kendi refah seviyelerini korumak adına diğer ülkeleri demokrasi kılıfı ile yoksul bırakmaya çalışmaktadırlar. Geçici olarak bunu başarsalar dahi bu böyle devam etmeyecektir. Çünkü düzensizlikle kurdukları denge dünya için duraklamak demektir, oysa dünya denge değil gelişmek istemektedir.

Simülasyon evreninde toplumsal yoktur, toplumsal-ötesi yani bir ‘kitle’ vardır, Politika yoktur, politika-ötesi vardır, kültürel yoktur kültürel-ötesi vardır. Simülasyon evreni bir görünüm evrenidir ve bu evrende gerçeklikten yoksun olan göstergeler, içeriklerini yitirmişlerdir. Gerçeklikler bu evrende kendilerine rağmen veya sözde birer gösterge olarak sadece görünüme dönüşmüşlerdir. Ayrıca kitle iletişim araçları tarih sahnesinin, tiyatro sahnesinin veya politika sahnesinin ortadan kalktığını gösteren

kanıttırlar. Çünkü televizyon ekranı bir sahne olmaktan çok yeniden üretim aracıdır. Kitle iletişim araçları; tüm anlam ve içerikleri nötralize etmekten başka bir işe yarayamayan bir simülasyon evreni yaratmaktadır. Örneğin televizyonda sunulan bir savaş görüntüsüyle, bir deterjan reklamı duygusalya da düşsel açıdan birbirlerinden daha etkileyici değildirler (Adanır, 2008: 16-17).

2.1.5. Sosyal Ağlar ve Kimlik

Yapılmış olan bu çalışmada odaklanılan sosyal ağlar ve aidiyetler konusu kimlik kavramı ile son derece ilişkili bir konudur. Bu bağlamda araştırmanın bu bölümünde kimlik kavramının ne olduğu üzerinde durulmaktadır.

İnsanların toplumsal hayatının en temel belirleyicisi “Ben kimim?” sorusuna verilen yanıt olarak tanımlayabileceğimiz kimlik kavramıdır. Çünkü kimlik, insanların içinde yaşadıkları sosyal ve kültürel çevredeki yaşam şeklini ifade eden inanç, değer yargıları, yaşam alışkanlıkları gibi sosyal konum ve statülerinin göstergesi bir kapsama sahiptir. Bu bağlamda kimlik en basit şekilde; bireylerin ve toplumsal grupların “kimsiniz, kimlersiniz?” sorusuna verdikleri yanıtlardır (Güvenç, 1993:3). şeklinde tanımlanabilir.

Kimlik kelimesi köken itibariyle “Latince ‘idem’ kökünden türetilmiş olup, özdeşlik ve devamlılık anlamlarına gelmektedir”, ayrıca kimlik; “Toplumsal bir varlık olarak insana özgü olarak belirti nitelik ve özelliklerle birinin belirli bir kimse olmasını sağlayan şartların bütünü” (Outhwaite, 2008: 418, TDK, 2020). şeklinde tanımlanmaktadır.

Kimlik kavramını Giddens, “bir insanın ve bir grubun diğerlerinden ayrılmasını sağlayan ve bireyin kişiliğini, grubunda niteliğini belirleyen karakteristik bir özelliktir” şeklinde açıklamaktadır. O’na göre toplumsal faktörler, hem bireyin hem de grubun kimliğini önemli ölçüde belirler. Ayrıca bireyin kimliği, insanların kim olarak tanımlandığı, onlar için neyin anlamlı ve değerli olduğu algıları ile ortaya çıkar (2005:129).

Erikson’a göre de kimlik, hem bireysel hem de toplumsal boyutları olan bir kavramdır. Dolayısıyla “hem bireyin hem de mensup olduğu toplumsal kültürün özünde yer alan bir süreçtir. Bu süreç hem bireysel hem de toplumsal kimliği yaratır”

(Erikson'dan akt. Outhwaite, 2008: 419).Kısacası kimlik bireyin kim olduğunu, kimlerden olduğunu ve kendini kimlerle özdeşleştirdiğini gösteren bir kavramdır.

Kimlik kavramı üç türde açıklanabilir. Bunlardan 1.si kişisel kimliktir ve ben kimim? sorusuna yanıt verir, 2.si psiko-sosyal kimlik, biz kimiz? sorusuna cevap verir, ve 3.olarak ulusal- milli/kültürel kimliktir ve bizler hangi ulustan- milletten/kültürden geliyoruz? sorularına cevap verir (Güleç, 1992: 11-16). Kimlik kavramının 2. ve 3. anlamları aidiyet kavramı ile cevaplandırılabilir kimlik türleridir. Görüldüğü üzere sadece kimlik türleri dahi aidiyetin kimlik oluşumunda ne derecede etkili olduğunu göstermektedir.

Kişisel kimlikte, “ben kimim?” Sorusuna cevap verilirken bireylerin, din, ırk, sınıf, etnik köken, cinsiyet ve milliyet gibi grup bağlarını ve özelliklerini paylaşarak cevap verdikleri görülmektedir. Çünkü bu nitelikler, bireyi ve bireyin kimlik anlayışını nitelemekte bireylere kolaylık sağlar. İnsanlar gerek bireysel gerekse toplumsal olarak, mensup oldukları kültürün aidiyetleri bağlamında yaşar. Olayları bu bağlamda düşünür, bu bağlamda davranır, hatta yediğini, içtiğini buna göre seçer. Kutlama, yas tutma, bayram ritüellerine ait olduğu toplumun kültürüne göre katılır ve paylaşılır. Elbette, zaman içerisinde kültürel kodların değişmesi ve dönüşmesi kaçınılmazdır (Larrain, 1995: 212; Mora, 2008: 4).

Kültürel kodların değişmesi ve dönüşmesi bireyin kendi kimliğinin tanım kodlarını da değiştirmesine neden olur. Bauman'a göre, kimlik bireyin yaşamı boyunca devam eden bir süreçte oluşur. O'na göre, insan yaşamı boyunca kimlik oluşumu sona ermez. Kimliğin insanın özellikle iki temel ihtiyacı olan güvenlik ve özgürlük arasında hayat boyu sürekli salındığını ifade etmektedir. Bunun nedeni olarak ise günümüz post-modern toplumlarında hiçbir şeyin katı halde olmamasını ve her şeyin akıcı halde olmasını gösterir (Bauman, 2010).

Cinsiyet, mensup olunan aile, dil, üzerinde doğulan mekân gibi faktörler kimliğin oluşumunda, bireyin kendi seçimi dışında ve doğuştan verili olan etkenlerdir. Bireyin, sosyalleşme sürecinde kendi seçimleri ile alınan eğitim, girilen arkadaşlık ilişkileri, medya ve dini ve siyasi gruplar gibi unsurlar hem bireysel kimliği hem de toplumsal kimliği şekillendirir. Ancak birey kendi tercih ve seçimleri doğrultusunda kimliğini şekillendirirken yaşadığı mekânı, dilini, hatta dinini ve cinsiyetini dahi değiştirebilir. Bu bağlamda birey kimlik oluşum sürecinde değişimlere açık yanıyla kendi bireysel

kimliğini oluştururken, maruz kaldığı toplumsal olguları benimseyerek de toplumsal kimliğini kazanır.

Kimlik, bir insanın ve toplumun varlığı için en temel koşuldur ve vazgeçilmez bir unsurdur. Kimliksiz bir yaşam söz konusu olsa dahi bu toplumlarda istikrarlı bir hayat biçiminin sağlanması açısından pek istenmeyen bir şeydir. Dolayısıyla her insanın bir kimliğe ihtiyacı vardır. Birey kimliğini oluştururken yukarıda bahsettiğimiz birçok faktörün etkisinde kalır. Post modern dönemde internet ve dolayısıyla sosyal ağlar kimliklere ilişkin bir seçme alanı haline gelmiştir. Bu ortamlarda anonimliğin sağladığı özgürlük ve beden mekânsal sınırlarından kurtulması (Timisi, 2005: 100).sosyal ağları, insanların duygularını, fikirlerini ve bağlantılarını, web ortamına taşıyarak paylaşımları ile ortaya çıkan yeni bir kimlik mekânı haline getirmektedir.

Wellman (2001:228)'a göre coğrafi yakınlık ve dayanışma esasına dayalı olarak şekillenen geleneksel cemaat yapısı yerine, iletişim araçlarının (telefon ve bilgisayar ağları) uzak mesafelerdeki insanların birbirleriyle sosyal ilişki kurmasına imkân tanımaya başladığı bu yeni dönemde yeni örgütlenmeler yani “sosyal ağlar” ortaya çıkmaktadır. O’na göre sosyal ağlar; “sosyal kimlik ve aidiyetin bulunduğu, sosyalleşme ve bilgi paylaşımına imkân veren sosyal örgütlenmeler” dir.

Bireyler sosyal ağlarda kendilerine uygun buldukları değerleri, kuralları, kültürü içselleştirirler ve aidiyet hissettikleri grubun giyim tarzlarını, davranış ve konuşma kalıplarını, grubun değerlerini ve kurallarını öğrenerek kimliklerini oluştururlar. Sosyal ağlar böylece bireylerin kimliklerini istedikleri şekilde inşa etmelerine olanak sunan mecralar haline gelmiştir. Birey sosyal ağlarda mekân, zaman, fiziksel özellik, yaş, cinsiyet gibi sınırlamaları ortadan kaldırarak kimliğini yeniden ve kendi istediği gibi şekillendirilebilmektedir. Bu bağlamda sosyal ağlarda bireylerin birden fazla kimliği olabilmektedir. Bauman’ın da ifade ettiği gibi kimlikler, sabit ve değişmezlik özelliğini kaybetmiş, akışkan bir hale gelmiştir. Özellikle internetin hayatımıza girişi ile birlikte katıldığımız sosyal ağlar kimlikleri, durağanlıktan çıkarmış ve dinamik bir boyuta taşımıştır. Bu bağlamda bireyin kimliğini tanımlaması her an değişiklik göstermektedir. Bazı araştırmacılar internet ortamının sağladığı bedenin gizlenmişliği, beden aracılığıyla kurulan özne tasavvurunun yok olmasına ve bedenle kurulan bütün anlam ve bağlantıların bir anda yok olması ve sadece saf bir öznenin ortaya çıkmasına yol açtığını ifade etmektedirler (Karaboğa, 2018:916; Kök, 2013: 52; Timisi, 2005: 98).

Sosyal ağlar sınırsız özgürlükler alanı olarak, hiyerarşinin olmadığı, toplumsal baskılardan uzak, yenilikçi yapısıyla özellikle gençler için önemli bir cazibe mekânı haline geldi. Bu mecralarda gençler istedikleri zaman gizleyebildikleri kimlikleriyle kendilerini ifade ettikleri ve herhangi bir sınırlamaya maruz kalmadıkları kimlikleriyle sosyal ağlarda, sadece paylaşımda bulunmamakta bunun yanı sıra süreklilik arz eden bir birliktelik içine girmekte ve bu yeni aidiyet alanlarını sosyal ağlarda gerçekleştirme fırsatı bulmaktadırlar. Ancak, sosyal ağların özellikle gençlere sunduğu bu yeni kültürel formların ve yeni kimliklerin, özgürleştirme imkânı sağlamaktan ziyade onları hegamonikleşmiş ve zamanla homojenleşen bir sanal kültüre eklemlediği de ifade edilebilir(Bakıroğlu, 2013: 3; Güzel, 2006: 14).

Sosyal ağlar sayesinde birey kendi gibi düşünenlerle sanal mekânlarda istediği zaman bir araya gelmekte veya kendisiyle aynı fikirde olmayanlarla düşüncelerini tartışabilmektedir. Sosyal ağlarda gerçekleşen bu yeni iletişim ortamı zaman ve mekân üstüdür. Birey bu mekânlarda istediği zaman dünyanın her yerinden insanlarla iletişime geçilebilmektedir. Bu bağlamda sosyal ağlar bilgiye ulaşma anlamında mesafe ve gizliliği ortadan kaldırmakta ve ayrıca bireyler ulaştıkları bu bilgilerle kendi kişisel gelişimlerini gerçekleştirebilecekleri fırsatlara ulaşmaktadırlar.

Bakıroğlu (2013: 1) 'na göre birey sosyal ağlarda, oluşturduğu profillerle idealize ettiği kimliği inşa etme imkânını kazanmıştır. Günlük hayatımızda çok sık kullandığımız sosyal ağlarda oluşturduğumuz kişisel profillerimiz, kimlik inşasında önemli bir gösterge haline gelmiştir.

Bu bağlamda Goffman'ın dramaturjik yaklaşımı, gerçek yaşam içerisinde devam eden sosyal hayat için geliştirilmiş olsa da konuyu açıklığa kavuşturacak en iyi yaklaşımlardan biridir. Çünkü sosyal ağlar, bireyin kimliğini doğrudan ya da dolaylı yollarla ifşa edecek biçimde kullanılmaktadır. Goffman'ın dramaturjik yaklaşımındaki önemli kavramlardan olan "*kişisel vitrin*" bireyin sahip olduğu yaşı, cinsiyeti, medeni hali, eğitim seviyesi, boyu, kilosu, ırksal özellikleri, konuşma kalıpları ve yüz ifadeleri vb. niteliklerini göstermektedir (2012: 35). Bu açıdan bakıldığında, sosyal ağlarda paylaşılan kullanıcının profil fotoğrafı, yaşı, cinsiyeti, eğitim seviyesi, ilişki durumu vb. bilgilerin yer aldığı profil sayfası "*kişisel vitrin*"e en iyi örnektir.

Kimlik oluşturma süreci sürekli olarak devam ederken, sosyal ağlarda paylaşılan her mesaj, fotoğraf, konum bildirimleri vs. bir yaşam şekli göstergesi haline gelmektedir.

Sosyal ağlardaki oluşturulan profiller, sosyal hayattaki kimlik inşasının bir aracı niteliğindedir. Daima olumlu bir kimliğe sahip olma çabasındaki birey, Tajfel ve Turner'a göre mensubiyet hisleriyle bağlandığı grubu olumlarken, kendi olumsuz yönlerini grubun niteliklerinin dışına atar (akt. Bakıroğlu, 2013:4).

Sosyal ağlar, belirli değerlerin oluşturulmasına ve bu değerlerin insanlara benimsetilmesine imkân tanımaktadır. Bu bağlamda, sosyal ağlardaki kültürel ortamda, bireylere erkek veya kadın olmak ya da gençlik durumlarına dair belirli biçimler sunulmakta ve manipüle edilmiş bir kültürel form inşa edilmektedir. Medyanın bu konudaki en önemli işlevi erkek veya kadın olmak ya da gençlik durumlarını oluşturduğu alanlarda temsil etmekten çok, onlara bazı değerler benimsetmesi ve belirli bir kimliğe davet etmesidir. Görüldüğü gibi sosyal ağlar, kendi yapısı, içeriği ve oluşturduğu dil sayesinde bireyleri yeni bir kültürel form ve kimliğe davet edebileceği önemli bir potansiyele sahiptir (Güzel, 2006: 10).

Bu yönüyle sosyal paylaşım ağları bireyin kendi kimlik grubunu oluşturması ve aidiyet hissettiği çevrelerle iletişim kurmasını kolaylaştıran bir mecradır. Birey, gündelik hayatta örneğin politik açıdan daha pasif iken sosyal ağlarda bu anlamda daha güçlü bir kimlik var edebilmektedir (Torun, 2015:12).

Sosyal ağlardaki kimliklerin hızlı ve esnek birlikteliği, kendi gibi düşünenlerle hızlıca bir araya gelebilmesi sosyal ağlar üzerinde gerek dayanışma gerekse de ötekileştirmenin aynı hızla gerçekleşmesine ortam sağlamaktadır (Torun, 2015:12).

2.1.6. Sosyal Ağların Yarattığı Yeni Toplumsal Kategoriler: Dijital Yerliler, Dijital Göçmenler ve Dijital Melezler

Tarihsel açıdan aynı dönemde doğmuş olan, toplumsal ve ekonomik hareketlerin belirlediği zaman aralıklarına veya tarihsel olarak belirli bir toplumsal gruba mensup olanlar için yapılan tanımlamalara kuşak (jenerasyon) denilmektedir (Yüksekbilgili, 2015: 260). Bilişim teknolojilerinde yaşanan hızlı değişme ve gelişme ve bunların kullanımı, kuşaklar arasında nitelik yönünden çeşitli farklılıkları ortaya çıkarmıştır. Bu da yaş değişkenini teknolojiden ve bilgidan etkilenme düzeyleri açısından önemli bir değişken haline getirmiştir.

2.1.6.1. Dijital Yerliler

Teknolojinin değişik yaş gruplarında farklı kullanımı ve yüklenen anlamı bağlamında, dijital teknolojileri özümsemiş olan gençlik kesimini tanımlamak için kullanılan “dijital yerli” kavramı bu araştırmada odaklanılmış olan genç grubu adlandırma açısından literatüre girmiş bir kavramdır. “Dijital yerli” kavramı Castells (2004)’in “Ağ Toplumunun Yükselişi” eserinde irdelediği bir kavram olmakla birlikte, O’na göre doğumundan itibaren bilgisayar, cep telefonu ve İnternet ile büyüyen insanlar için kullanılan bir kavramdır. “Dijital yerli” kavramından ilk defa bahseden araştırmacı Prensky (2001a) olmuştur. İletişimde dijital bir dil kullanan; İnterneti, sanal oyunları, akıllı telefonları hayatının vaz geçilmezi olarak gören genç bireylere “dijital yerli” ismi verilmektedir. Literatürde bu yeni nesil gençliği; “Dijital yerliler” diğer bir deyişle “Z kuşağı” gençleri farklı şekillerde adlandıran birçok kavram mevcuttur. Prensky’e göre bu dijital çağda doğmuş gençler “X jenerasyonu” olarak tanımlandığı gibi, dijital DNA ile doğduğu kabul edilen, “İ jenerasyonu” şeklinde de adlandırılır (Zur ve Zur, 2012: 1). Ayrıca Bayhan’a göre “Dijital yerli” diğer bir deyişle “milenyum kuşağı”, sosyal medya aracılığıyla haberleşmekte ve sosyalleşmektedir (2013: 61). Pedro (2006: 1) ise; dijital teknolojilerle büyüyen gençleri tanımlamak için; “Millennials” (binyılın öğrencileri), “Net Generation” (internet nesli), “The Gamer Generation” (oyun nesli), “N-generation” (yeni nesil), “Cyber Kids” (siber ocuklar), “Homo Zappiens” (zaplayan insan), “Grasshopper Mind” (ekirge zihin)” şeklinde kavramların kullanıldığını ifade etmektedir.

Prensky (2001a:3) günümüzün dijital teknolojileri ile çevrilmiş, ağ ortamında büyüyen ve dijital dili ana dili olarak konuşan bu genç kesimi “dijital yerli” olarak isimlendirmenin daha uygun olduğu düşünceindedir. Çünkü dijital yerliler daha doğar doğmaz sanal ortama ayak uydurarak bu ortam ile uyum içerisinde yaşamakta ve bu teknolojileri hayatlarının merkezine almakta ve hatta tabiri caiz ise dijital teknoloji kullanımı diplomaları ile dünyaya gelmektedirler.

Prensky’in tanımına göre “Dijital yerliler” 1980 ve daha sonra doğan, hayatının her alanında dijital teknolojileri kullanan ve bu dijital teknolojileri yaşamının vazgeçilmez bir unsuru olarak gören gençlik kesimidir. Bu yeni nesil gençleri tanımlamak için üzerinde durulan iki faktörden birincisi evinde sürekli olarak internet erişimine sahip olmak ve ikincisi ise en az 5 yıldır bilgisayar kullanıyor olmaktır. Türkiye’de ise evlerde

internetin, sanal ağların ve bilgisayar kullanımının yoğun ve yaygın olarak kullanımı ancak 2000 ve sonrasında gerçekleşmiştir. Dolayısıyla Türkiye açısından dijital yerli olarak tanımlayabileceğimiz gençlik kesimi 2000 sonrası doğmuş olan genç nesildir.

Dijital yerliler günlük hayatlarında dijital medya araçlarıyla kuşatılmış bir şekilde büyüyen ilk nesildir. Hayatlarında gerçekleştirdikleri birçok eylemi, kurdukları karşılıklı iletişimlerini, bilgiyi elde ediş ve onu yönetimlerini dijital teknolojiler aracılığıyla devam ettirmektedirler. Dijital yerlilerin anne ve babalarından dijital medyanın etkisiyle farklı bir şekilde öğrendiği, çalıştığı, oynadığı, eğlendiği, sosyalleştiği ve dijital medyanın gündelik hayatlarında başat bir etkiye sahip olduğu düşünülmektedir (Oblinger ve Oblinger, 2005).

Dijital yerlilerin konu edildiği önemli araştırmalardan Don Tapscott (2009) tarafından yapılan çalışmada sanal ağ kuşağından 6000 denekle görüşmeler yapılarak, ağ kuşağına dair açıklık kazandıracak bir profil çıkarılmıştır.

Pedro (2006: 2-14)'ya göre, dijital yerlileri diğer kuşaklardan ayıran bir takım temel ayırıcı nitelikler vardır. Dijital yerliler “dijital araçların dilini keşfederek, yaparak, yaşayarak öğrenen, çoklu işlemler yapabilen, dikkat süreleri kısa, zihni sürekli konudan konuya atlayan, iletişimde ve ilişkilerde sabırsız, anında dönüt isteyen, oyun merkezli yaşayan ve öğrenen, fantezi dünyası gelişmiş, dijital olarak sosyal çevresi gelişmiş, fiziksel olarak çoğunlukla yalnız, grafik öğeleri metin öğelere tercih eden, dijital araçları kâğıda basılı araçlara tercih eden, eğitimden beklentileri yüksek” gençlik kategorisidir. Dijital yerliler dijital araçların dilini ana dilleri gibi konuştukları için, bu araçları kendi vücutlarının bir uzantısı gibi ya da kendilerini ifade etmenin bir aracı gibi görerek kişiselleştirmeyi istemektedirler (Tapscott, 2009).

Time'in 2012'de yaptığı dijital yerliler ile ilgili araştırmada ulaşılan sonuçlar, şu başlıklar altında toplanmıştır:

- Dijital yerliler 1 saat içerisinde televizyon, gazete, tablet, bilgisayar, akıllı telefon vb. platformlar arasında 27 kez geçiş yapabilmektedir.
- Dijital yerliler yaptıkları işten çok kısa sürede sıkılmakta ve ortamlarını değiştirmek için dikkatlerini başka bir yöne çevirmektedirler.
- Dijital yerliler (% 65) evde, farklı bir odaya geçerken dahi, akıllı telefonları sanki bir uzvuymuş gibi yanından ayırmamaktadır.

- Dijital yerlilerin yarısından fazlası (% 54), insanlarla mesajlaşmayı konuşmaya tercih etmektedir (www.businesswire.com).

Dijital yerlilerin sosyal ağlarda birçok konu ile aynı anda ilgilenmeleri nedeniyle bir konuya uzun süre odaklanamadıkları görülmektedir. Bu nedenle dijital yerliler; 2,6 yılda bir iş değiştirmektedirler. Ayrıca özgürlük istekleri onların geleneksel çalışma ortamlarının dışında, daha serbest ve günlük rutin çalışma saatlerinden bağımsız olarak davranmalarına neden olmaktadır (Tapscoot, 2009).

Ülkemizde INTEL tarafından yapılmış olan “Genç Türkiye Araştırması” nda (2012), internet teknolojilerinin, bilgisayar ve mobil araçların ve sosyal ağların günümüz gençleri açısından vazgeçilmez araçlar hâline geldiği, bu yeni nesil gençlerin dijital ortamlarda sosyalleştiği, internet teknolojilerinin, bilgisayar ve mobil araçların ve sosyal ağların kullanım sürelerinin gün geçtikçe arttığı belirtilmektedir. Söz konusu araştırmada genç bireylerin bilgisayarlarını daha çok sosyalleşme, eğlence ve bilgi-haber alma amaçlı kullandıkları ifade edilmektedir.

Ayrıca bu teknolojilerle yetişen dijital yerliler kendi aralarında benzer özellikler gösterirken, bu teknolojilerle sonradan tanışan önceki kuşaklardan farklı özellikler gösterdiği görülmektedir. Dijital yerlilerin, konuşmaları, giyim ve hayat alışkanlıklarına kadar eski kuşaklardan farklı özellikler gösterdiği görülmektedir. Bu kuşaklar arasındaki farklılıkların büyük kırılma ve kopmalara neden olduğundan söz edilebilir. Öyle ki dijital teknolojilerin dünyada yayılmasıyla ortaya çıkan bu değişim bütün dünyada sosyal bir dönüşümünde göstergesidir (Prensky, 2001a: 1).

Dijital teknolojilerin ortaya çıkardığı kültürel ve yapısal değişikliklerin yanında, sosyal ilişkilerde yeni tarzlar, kimlik ve aidiyet yapısında değişimler, mahremiyet tutum ve algısında değişim, yaratıcılık, güvenlik, sanatsal üretim gibi alanlarda farklılaşma, bilgiye erişimde farklılaşma, bilgi kalitesi ve miktarında farklılaşma gibi konularda bir takım farklılıkların ortaya çıktığı da görülmektedir (Parsa ve Aytas, 2014: 91-93).

2.1.6.2.Dijital Göçmenler

Prensky (2001b)'nin ifade ettiği üzere, 1980 yılından önce doğmuş ve dijital yerlilerden farklı olarak dijital dünya ile daha sonra tanışmış ve dolayısı ile kendini dijital dünyaya yabancı hisseden ve ayak uydurmakta sıkıntı yaşayan eski kuşak bireyler “dijital göçmen” kavramı ile tanımlanmaktadır.

Başka bir ifadeyle dijital yerlilerden farklı olarak internet ve sanal ağlarla ergenlik sonrası, daha ileriki dönemlerde karşılaşmış bireyler “dijital göçmen” kavramı ile tanımlanmaktadır. Dijital göçmenler, teknoloji, internet, sanal ağlar ve web ile ergenlik sonrası tanıştıkları için dijital yerlilere oranla bunların kullanımı ve internet tabanlı öğrenmede zorluklar ya da uyum problemleri yaşayabilen, teknoloji okuryazarlığı nispeten düşük seviyedeki bireylerdir (Prensky, 2001b: 5).

Dijital göçmen bireyleri dijital yerlilerden ayıran en önemli farklılık dijital araçları ana dili gibi gören dijital yerlilerin tersine, dijital medya araçlarını etkin kullanamamalarıdır. Yine aynı şekilde dijital yerlilerden farklı olarak dijital göçmenler grafik ve hiper metin okumaların yerine, alışkın oldukları doğrusal okumaları tercih ederler. Dijital göçmen bireyleri, içerisinde yaşamak zorunda oldukları dijital dünyaya kısmen uyum sağlasalar da dijital araçları kullanım şekillerinin daha acemice olması kendilerini ele vermektedir. Herhangi bir teknik araç gereci veya teknik bir programı kullanabilmek için dijital yerlilerin tersine kullanma kılavuzunu okumak zorundadırlar (Prensky, 2004).

Dijital göçmenlerin bir başka ayırt edici özelliği de dijital dili kullanımları ile ilgilidir. Prensky’e göre, dijital dili öğrenmeye çalışmakta fakat geçmişte edindikleri alışkanlıklarının etkisiyle bu dijital dili tam olarak özümseyemediklerinden aksanlı olarak kullanmaya devam etmektedirler. Dijital dili aksanlı olarak kullanma durumunu “dijital göçmen aksanı” şeklinde ifade eden Prensky, dijital göçmenlerin bilgisayar ekranından yazılı bir belgeyi kolayca düzeltmek yerine, kâğıt çıktısını alarak değiştirmeyi tercih etmelerini dijital göçmen aksanına örnek olarak göstermektedir (Prensky, 2001b).

2.1.6.3.Dijital Melezler

Dijital melezler ile ilgili literatürde çok fazla bilgi bulunmamasına rağmen yapılan literatür taramalarında ulaşılan bilgiler doğrultusunda bir taraftan dijital yerliler ve dijital göçmenlere benzerken bir taraftan da farklılıklar taşıdığı ifade edilebilir.

Dijital dünyanın sunduğu tüm fırsatlardan faydalanan dijital melezler bunları dijital yerlilerin gösterdiği uzmanlık derecesinde iyi ve etkili kullanamamaktadırlar. Ancak belirtmek gerekir ki dijital göçmenler kadar teknolojiye karşı direnç göstermemekte ve ayrıca onlar için eski kavramlar daha samimi ve anlamlı gelmektedir.

Dijital melezler bilgi edinme konusunda da hem dijital yerlilerin hem de dijital göçmenlerin alışkanlık ve uygulamalarını aynı anda göstermektedirler. Bilgi elde etmek için basılı kaynakları okudukları gibi teknolojik kaynakları da kullanmaktan geri durmamaktadırlar. (Karabulut, 2015).

Dijital yerliler ve dijital göçmenler arasında oldukça çok farklılık bulunmaktadır. Bu farklılık bu iki kuşak arasında uçurum yaratacak kadar derindir. Bu büyük uçurumun sebebi hem yaş farklılığı hem de yaşanan dönemin yarattığı ortamların farklılık göstermesidir. Bu iki dönem arasındaki farkı net bir şekilde gösterebilmek için arada bir geçiş döneminin olduğunu belirtmek gerekebilir. Bu bağlamda dijital melezlerin bir geçiş grubu olduğu ifade edilebilir. Dijital yerliler doğrudan teknolojik ortam içerisinde bulunan ve bu nedenle teknolojik araçları çok iyi kullanabilen bir kuşak iken Dijital göçmenler teknolojik ortama ayak uyduramamış veya uyma konusunda direnç göstermiş olduğu ifade edilebilir. Söz konusu bu iki farklı kuşağın arasında kalan ve bu iki grubun bazı özelliklerini bünyesinde taşıyan ara grubun ise dijital melezler olduğu söylenebilir. Kısacası dijital melezlerin yeni gelişen teknolojilerin kullanımına başından itibaren ayak uyduramasa da, bu değişimlere alışmaya çalışan ve ayrıca eski alışkanlıklarından da kopmayan bireyler olduğu ifade edilebilir (Karabulut, 2015:20-21).

İnternet ve sanal sosyal ağ kullanımının ortaya çıkardığı “Dijital yerli”, “Dijital göçmen” ve “Dijital melez” kavramları ile ifade edilen, yeni toplumsal kategorilerin belirgin özellikleri Tablo 3.’de görülmektedir.

Tablo 3. Dijital Göçmen, Dijital Melez ve Dijital Yerlilerin Özellikleri

Dijital Göçmenler: Değişime ayak uyduramayanlar, değişimi anla(ya)mayanlar ve hatta anlamak istemeyenler, teknolojiyi kullan(a) mayanlar, değişime direnenler.
Dijital Melezler: Kendilerini değişime hazırlamaya istekliler, değişime hazır olanlar, değişenler, değişirken eski alışkanlıklarını da bırak(a)mayanlar.
Dijital Yerliler: Değişimin içinde olanlar, ortam hazır doğanlar, doğdukları teknolojik ortamı son derece doğal bulanlar, teknolojisiz bir yaşamı hayal dahi edemeyenler, teknik araçları vücutlarının bir parçası gibi görenler.

Kaynak: Prensky 2009’dan akt.: Tonta, 2009: 7

2.2.Cemaatin Farklı Görünümleri

İnsanlar tek başına yaşaması mümkün olmayan sosyal varlıklardır. İçinde buldukları toplumlarda kendi sosyal statü ve rolleri çerçevesinde toplumsal ilişkiler kurarak yaşamlarına devam ederler. Bu yönüyle bireyler içinde buldukları topluluğun ortak yaşam alışkanlıklarının, ortak ilgi alanlarının, ortak fikir ve değer yargılarının ortaya çıkardığı bir cemaat/topluluk duygusunu birlikte yaşarlar. Ancak bu cemaatler/topluluklar sabit ve durağan olmaktan çok, zaman içerisinde değişerek ve dönüşerek, farklı görünümleri ile karşımıza çıkmaktadır.

2.2.1. Sosyoloji Literatüründe Cemaatin/Topluluğun Farklı İzahları

Bu araştırmaya konu olan sosyal ağlardaki aidiyet duygusunun doğru bir şekilde anlaşılabilmesi için gerçek dünyadaki kimlik ve aidiyet duygusunun, yeni sanal dünyada ortaya çıkan sosyal ağlarda nasıl bir değişim ve dönüşüm içinde olduğunun anlaşılabilmesi gerekir. Bu bağlamda öncelikle farklı cemaat izahlarının irdelenmesi gerekmektedir. Sosyal bilimlerde cemaat olgusuna dair, Tönnies'in "geleneksel cemaati", Anderson'ın "hayali cemaatleri" ve Rheingold'un "sanal cemaatleri" sıklıkla üzerinde durulmuş kavramlardır. Bu bağlamda farklı cemaat izahları bu başlık altında incelenmiştir. Ayrıca bu bölümde sanal cemaatlere/topluluklara katılıma ilişkin kuramlara değinilerek konu açıklığa kavuşturulmaya çalışılmıştır.

2.2.1.1.Tönnies'in "Geleneksel Cemaati/Topluluğu"

Tönnies'in topluluk ve toplum kavramlarına açıklık kazandırmak için yapmış olduğu çalışmalarda klasik sosyolojiye kazandırdığı cemaat (gemeinschaft) ve cemiyet (gesellschaft) kavramları, toplumsal yapılanmaların eski ve yeni hallerini karakteristik olarak birbirinden ayırmak ya da başka bir deyişle modern topluma geçişi ve dönüşümü açıklayan ilk sistematik sosyolojik çalışmalardan biri olarak literatüre geçmiştir. Bu dönüşümün sosyal analizlerde cemaat (gemeinschaft) ve cemiyet (gesellschaft) kavramlarına benzer şekilde; mekanik ve organik dayanışma, geleneksel ve modern toplum, birincil ve ikincil ilişkiler gibi dikotomiler şeklinde de ifade edildiği görülmektedir.

Cemaatin tanımını yapmadan önce sosyolojik olarak tek bir cemaat tipi olmadığını hatta birçok cemaat tiplerinin olduğunu belirtmekte fayda vardır. Köy cemaati, dini cemaat, ideoloji cemaati, okul cemaati gibi değişik kriterler doğrultusunda sayısı arttırılabilecek birçok cemaat tipinden bahsedilebilir. Ancak hangi kritere göre ya da hangi tasnif ve tipleştirmeye göre yapılırsa yapılsın bu tanımlar tek bir “cemaat” ana kavramı altında toplanabilirler (Gezgin, 2011:183).

En yalın tanımıyla cemaat, “belirli bir coğrafyada toplanmış, aynı dil ve aidiyet hissi gibi ortak değerler etrafında bir araya gelen insan topluluğu” şeklinde tanımlanabilir (Wellman, 1996).

Bu bağlamda sosyal yapılanmanın ilksel bir şekli olan cemaat (gemeinschaft)“bulunduğu yere göre hacmi değişik, belirli bir coğrafi bölgede oturan ve aynı kültüre bağlı, aralarında akrabalık, manevî dayanışma gibi sıkı bağlar bulunan bir cinsten bir zümredir” (Ülken, 1969’dan akt. Gezgin, 2011:185), şeklinde de tanımlanmaktadır.

Tönnies (2001:22-28) ise cemaat kavramını; ortak ve belirli bir mekânı paylaşan bireyler tarafından oluşturulmuş, yüz yüze, içten, doğal olarak ortaya çıkan ilişkilerin gerçekleştiği, hedef, inanç ve değerlerin ortaklaşa paylaşıldığı toplumsal birimler şeklinde tanımlamaktadır.

Cemaat kavramına açıklık getirmek için Ozankaya (1984:367) da yazdığı “Toplumbilime Giriş” adlı kitabında cemaatle ilgili birden fazla tanım yapmaktadır. Bu tanımlar:

1. Sınırları belli bir toprak parçası üzerinde yaşayan ve bir uygarlığı paylaşan bireylerin oluşturduğu değişik boyutlarda insan kümeleri.
2. Üyeleri birbirine duygusal bağlarla bağlı, toplumsal ilişkilerin yüz yüze olduğu, yüksek ölçüde bütünleşmiş herhangi bir toplumsal küme.
3. Toplum teriminin karşısı, ileri ölçüde bütünleşmiş birincil ilişkilerin egemen bulunduğu etkinin geleneksel ve türdeş olduğu kapalı yerel kümelerdir.

Tanımlardan da görüldüğü üzere bir grubun cemaat olarak tanımlanabilmesi için ortak mekân üzerinde, yüz yüze ilişkiler kurabilecekleri ve birlikte yaşamının gerektirdiği zorunlulukları paylaşacak şekilde ve “biz” duygusu ile hareket etmeleri gerekmektedir (Bilgiseven, 1995: 6-7). Cemaatler kuruluşlarına bağlı olarak büyük veya küçük olabildikleri gibi, birbirine yakın ya da dağınık yerleşim özellikleri gösterebilmektedir. Hangi şekilde kurulmuş olursa olsun üyeler arasında samimiyete dayalı birincil ilişkiler söz konusudur. Grubun varlığı ve devamı, grup içi gerçekleşen, resmi olmayan, yazısız kurallar çerçevesinde devam eder. Ortak kültürü yani, gelenek-görenek, örf ve adetler, dini inanış ve ortak sembolleri benimseyen bireyler duygusal

olarak birbirlerine yakınlık duymakta ve ben değil biz duygusu ile hareket etmektedirler. Birey kendinden çok grubun menfaatlerine öncelik vermekte, kendi menfaatlerini grubun çıkarlarına feda edebilmektedir. Bu da gruba duyulan güçlü aidiyet duygusu ile gerçekleşmektedir.

Cemaatin çıkarları, üyelerin çıkarlarından önce gelir. Ortak bir mekânda yaşayan cemaat üyelerini aile, akrabalık, komşuluk ve arkadaşlık gibi ilişkiler bir araya getirmektedir (Tönnies, 2001:22-28).Cemaatlerde ortak geçmiş ve ortak yaşam alışkanlıklarına sahip insanlar, bir cemaat duygusunu birlikte yaşarlar. Bu ilişkiler içinde toplumsal ilişkiler samimidir. Ortak irade ve güçlü dayanışma ruhu içinde oluşturdukları bir aile hayatı yaşarlar. Köy toplumsal grubu içinde yaşayan bireyler kendilerini geniş bir aile olarak hissederler. Cemaat yapılanmaları içerisinde bireylerin statüleri de kazanılmış statüler olmaktan çok miras alınmış statülerdir. Cemaatler değişmeye kapalı veya sınırlı değişimin olduğu statik bir toplumdur (Bozkurt, 1999: 65-70).

Aile, akrabalık, komşuluk, arkadaş grupları cemaate verilebilecek örneklerdir. Tönnies'e göre cemaatler; akrabalık-kan bağı cemaati, komşuluk-yer cemaati ve arkadaşlık-fikir cemaati olmak üzere üç şekilde tasnif edilebilir.

Söz konusu cemaat türleri bir toplumda aynı anda var olabilecekleri gibi, cemiyetlerin (gesellschaft) içerisinde de ortaya çıkabilmektedir. Rönesans, Aydınlanma ve Sanayi inkılabıyla birlikte kentleşme ve buna bağlı olarak bireyselleşmenin ve akılcılığın hâkim olması cemaatlerdeki yapının kısmen değişmesine neden olmuş ancak bu durum geleneksel cemaatleri tamamen ortadan kaldıramamış modern cemaat dediğimiz toplum biçimlerine dönüşmüştür. Anderson'a göre bu yeni tip cemaat doğal değil, hayali yani kurgulanmıştır. Bu yeni tip cemaat yasalar, eğitim ve kitle iletişim araçları vasıtasıyla yaratılmıştır.

2.2.1.2.Anderson'ın “Hayali Cemaatleri/Toplulukları”

Benedict Anderson “Hayali Cemaatler” adlı eserinde “hayali cemaat” kavramını temel alarak, ulusun ve ulusal bilincin oluşumunu açıklamaktadır. O'na göre uluslar sosyo-kültürel olarak, toplumdaki ayrıcalıklı tabakalar tarafından hayali olarak kurgulanmış ve yaratılmış siyasi varlıklardır. Hayal edilmiş bir cemiyet olan ulus, belirli alanlarda egemenlik verilmiş ancak bir taraftan da egemenliğinin sınırları çizilmiş bir siyasal topluluktur. Kurgulanmış ve yaratılmış olan cemiyetlerde, cemiyetin üye sayısının

azlığı ya da çokluğu fark etmeksizin, her bir üye diğer üyeleri hiç tanımıyor olsa da, her biri zihinsel olarak vatandaşların toplumlarının hayalini yaşatırlar. Bu durum ulusun hayal edilmiş bir varlık olmasının kanıtıdır. Anderson'a göre yüz yüze ilişkilerin gerçekleştiği ilkel köyler haricindeki tüm cemaatler kurgulanmış ve hayal edilmiştir (2004: 20-21).

Anderson(2004: 65)'un ifadesiyle; "Ulus, gerçek insan toplulukları (cemaatleri) ve ilişkiler ağının gevşemesi, çözülüşü ya da ortadan kalkışlarının doğurduğu duygusal boşluğu doldurabilir" Bu bağlamda cemaatin manevi tatmin sağlama fonksiyonu cemiyetlerde ulus olma duygusu ile karşılanmaya çalışılmaktadır.

Anderson, kapitalizmin oluşum ve gelişim sürecinin, topluluk duygusunu besleyen kaynaklarla doğrudan ilişkili olduğunu ifade etmektedir. Sanayileşme ile üretim araçlarındaki değişim toplumsal ilişkilere sirayet etmesi sonucunda toplumsal ilişkilerde de değişime neden olmuştur. Küreselleşme olarak ifade edilen, bugün gelinen noktada, kapitalizm yeni bir yapılanma içine girmiş ve değişim bu dönem için de geçerlilik kazanmıştır. Sanayileşmeye bağlı olarak gerçekleşen kapitalist üretim biçimi ile yaşanan toplumsal ilişkiler, sınırları belirli coğrafi mekânda, siyasi olarak belirlenmiş, ulusları ortaya çıkarmıştır. Bilgi ve bilişim teknolojilerinin yarattığı enformasyon ekonomisinin örgütlenme biçimi ise esnek üretim şeklidir. Bu bağlamda ortaya çıkan bu yeni toplumsal ilişkilerin yeni kolektiviteler oluşturacağı da kabul edilmelidir. Anderson'a göre kapitalizmin cemaat duygusu oluşturma konusundaki inşa süreçleri, enformasyon ekonomisinin örgütlenme biçiminin ortaya çıkmasına bağlı olarak enformasyonel kapitalizmin ihtiyaç duyduğu cemaati oluşturmadaki inşa süreçleriyle yer değiştirecektir (Anderson,1993'ten akt. Timisi, 2003: 159).

Bu gün bilişim ve internet teknolojilerinin ortaya çıkardığı ve yeni bir cemaat türü olarak karşımıza çıkan sanal cemaatler küresel ölçekte birbirine bağlı bilgisayarlar aracılığıyla oluşturulmuş, çok boyutlu, yapay veya başka bir ifadeyle sanal gerçekliktir (Timisi, 2003: 148).

Anderson (2004), sanal cemaatleri de endüstrileşme sonrasında dünya da ortaya çıkan değişim ile açıklamaktadır. Ona göre sanal cemaatlerde bireyler çok geniş coğrafyalarda yaşadıkları için, en küçük cemiyetin üyesi dahi olsa cemaatin diğer üyeleri ile hiçbir zaman tanışamayacaktır, yüz yüze iletişim kuramayacak ve diğer üyeler hakkında belki de hiçbir şey bilmeyeceklerdir. Ancak buna rağmen aynen ulus topluluklarında olduğu gibi, her bir sanal cemaat üyesinin zihninde diğer üyelerin

toplamlarıyla oluşan bu sanal cemaatin hayali yaşamaya devam edecektir. Bu bağlamda sanal cemaatin bütün üyelerinde ortaklaşa bir cemaat olma duygusu var olacaktır.

Anderson, internet ve bilgisayarlar ile aracılanmış bu sanal mekânlar dada bilgi ve iletişime dayalı kurumların ve çalışmanın aynen fiziksel mekânlarda olduğu gibi kendine özgü bir çalışma gerçekliğine, bir kimliğe ve hatta mimariye sahip olduğunu ifade etmektedir. Çünkü sanal mekân da, bir fiziksel mekâna bağlı coğrafyaya, bir doğaya ve yasalara sahiptir. Sıradan insanlar da bu sanal mekânlarda, bilgiyi arayabilir, yönlendirebilir, kontrol edebilir hatta kendisi üretebilir. Gerçek hayatta olduğu gibi eğlenebilir, eğitim alabilir arkadaşlık ilişkileri kurabilir ve onlarla dayanışma içine girebilir, g ve iktidar kazanıp kaybedebilir ve hatta gerçekte olduğu gibi yaşayıp ölebilir (Timisi, 2003: 149). Bu bağlamda sanal ağların, sanal topluluk aidiyetleri ve kimlikler oluşturabileceği ifade edilebilir.

2.2.1.3.Rheingold'un "Sanal Cemaatleri/Toplulukları-Sosyal Ağ"

Howard Rheingold (1994: 5) tarafından literatüre kazandırılan ve siber uzaydaki ilişki ağlarını tanımlamak için kullanılan "sanal cemaat" ler, küresel ısınma, GDO'lu besinler gibi evre sorunlarından; oyun ve eğlenceye, azınlık, hayvan, kadın ve ocuk hakları vb. gibi çok çeşitli yelpazede değerlendirilebilecek konular, bu konulara duyarlı olan dünyanın çok farklı bölgelerinden insanları siber uzayda bir araya getirerek oluşturulabilmektedir.

Sanal cemaatlerin ortaya çıkışında Web2.0 araçlarının ve internet ve mobil teknolojilerdeki gelişimin etkisi şüphesiz son derece önemlidir. Bugün bireyler, arkadaşlık, oyun, eğlence, bilgi paylaşımı, video paylaşımı, iş arama ya da cinsel tatmin gibi değişik amaçlarla, instagram, facebook, twitter, inci sözlük, chat odaları gibi uygulamalar (Bozkurt, 1999: 65-70).vasıtasıyla sanal cemaatlere katılmaktadırlar.

Sanal cemaat tanımları konusunda literatürde en fazla kabul gören Rheingold'un yaptığı tanımdır. Rheingold sanal cemaatler'i topluluk oluşurmaya yetecek sayıda insanın, siber uzayda bireyler arası bağlar kurma amaçlı olarak elektronik ortamda kamusal tartışmalara ve toplumsal paylaşımlara kalıcı olacak şekilde katılmasıyla sanal ağlarda ortaya çıkan toplumsal bir araya gelmeler olarak tanımlamaktadır (Rheingold,1994: 5). Wellman ise sanal cemaatlerin teknolojik değişimler ile cemaat yapılanmalarının değişime uğraması sonucunda ortaya çıktığını belirterek sosyal ağları;

“sosyal kimlik ve aidiyetin bulunduğu, sosyalleşme ve bilgi paylaşımına imkân veren sosyal örgütlenmeler” (Haberli,2012: 122).şeklinde tanımlamaktadır.

Rheingold’a göre sanal cemaatler, insanların duygu, düşünce ve toplumsal ilişkilerini, internet ortamında sosyal ağlara taşımalarının ve sosyal ağlarda paylaşımlarının sonucunda ortaya çıkan yeni bir cemaatleşme şeklidir. İnternetin sağladığı sosyal ağ ortamındaki ilişkiler bir sosyal anlam taşır ve dolayısıyla bir sosyal durum ortaya çıkarır. Bilgisayar ve internet teknolojilerinin sağladığı sosyal ağ toplumlarında ortaya çıkan sosyal anlam, haber ve iletişim grupları, IRC, mesaj listeleri araştırmaların odağını oluşturmaktadır. Bu araştırmalar göstermiştir ki sistem özelliklerini kullanarak grup üyeleri ifadeci iletişimin yeni formlarıyla oynayabilmek imkânı elde etmiştir. Söz konusu özellikler gruba ait anlam yetisini geliştirirse bu grup bir toplum olarak görülme potansiyeline sahip olabilecektir (Gürhani, 2004:2).

Rheingold internet ortamının sunmuş olduğu çevrimiçi alanları sadece topluluk olarak değil aynı zamanda ruhsal bir cemaat olarak görmektedir. O’na göre sanal cemaatin en önemli özellikleri üyeleri arasındaki çıkar ortaklığı, ortak bilinç ve grup olma düşüncesidir. Sanal cemaatlerde de eski cemaat biçimleri benzetim yoluyla kurulmaktadır. Bir cemaat için vaz geçilmez olan mensupları arasındaki onları birleştiren unsurların, bölen unsurlardan daha sağlam ve daha önemli olmasıdır. İnternetin mekân engellerini ortadan kaldırması ve siber uzayda küreselleşme imkânı kazanması, sanal cemaatlerin ortaya çıkmasını sağlamışsa da her cemaatin dünyasının kendi belirlediği özellikleri ile sınırlı olması söz konusudur(Rheingold, 1994: 110).

Teknoloji ve özelliklede yeni iletişim teknolojilerinden olan internetin ortaya çıkması ve hızla yayılması, geleneksel cemaatin ortaya çıkmasını sağlayan özelliklerden olan insan iradesi ve ortak mekân gibi ölçütlerin değişmesine ve teknolojinin belirlediği yeni bir anlayışla toplumsal birimlerin yeniden ele alınarak yeni tanımlamaların yapılmasına yol açmıştır. Geleneksel cemaat için gerekli olan bireyler arası fiziksel yakınlık sanal ortamlarda anlamsızlaşmış ve dolayısıyla geleneksel anlayış dönemi kapanmaya yüz tutmuş (Wellman ve Gulia,1999:169).bunun yerine yeni cemaat yapılanmalarını tanımlamada toplumsal birimler, onları siber uzayda bir araya getiren ortak ilgi alanları ve değerler üzerinden ele alınmaya başlanmıştır (Ward,1999:98). Ancak bütün bunlara rağmen Rheingold’a göre sanal cemaatler kamusal alanın canlanmasına zemin oluşturacak mekânlar olabilir. İnsanlar bu sanal mekânlarda birbirlerine elektronik

ağlarla bağlanmaktadır. Birbirlerine sanal ağlarla bağlanmış olan insanlar bu sanal dünyada komşuluk ilişkilerini ya da kasaba kamusal alanını yeniden kurabilir, hatta bu bağlılık küresel köy ölçeğine kadar genişletebilir (Robins, 1999: 143).

Dawson'a göre her sosyal paylaşım topluluğu sanal cemaat olarak nitelendirilemez. Sanal cemaatlerin varlığından söz edebilmek için kullanıcı toplulukları arasında etkileşim, kalıcı bir iletişim, üyelerin sabit bir kimlik (Nick name) sahibi olması, üyeler üzerinde bir sosyal kontrolün olması ve paylaşımların ortak kişisel ilgi alanlarıyla ilgili olması gerekir (Haberli,2014: 126-127).

Yeni bir cemaat şekli olan sanal cemaatler, iki farklı tipoloji altında incelenebilir. Bunlardan ilki "cemaat online" (communities online) dir ve geleneksel cemaatlerin siber uzaydaki devamı olan kullanıcı topluluklarını ifade eder. Cemaat online tipi cemaatlerin varlığı ve devamı gerçek fiziksel mekândaki cemaatlerin varlığına bağlıdır ve bu gerçek cemaatlerin ortadan kalkması Cemaat online tipi cemaatlerinde ortadan kalkması anlamına gelir. Bu tipteki sanal cemaatler geleneksel cemaatlerin yerini tutma konusunda yetersizdirler ancak onların vizyon ve misyonlarını güçlendirici bir işleve sahiptirler Sanal cemaatlerin ikinci şekli ise, "online cemaat" (online communities)dir ve aslında fiziksel gerçek dünyada bir karşılığı olmayan ve sadece internet ortamında oluşturulmuş sanal toplulukları ifade etmek için kullanılmaktadır. Online cemaatler gerçek yaşantılarında birbirleri ile tanışma imkânı olmamış hatta tanışma imkânı mümkün olmayan kullanıcıların, siber uzayda bir araya gelerek oluşturdukları sanal cemaatlerdir. Online cemaatler değişik türlerde ortaya çıkabilecek hobi alanları, spor yapma, müzik dinleme veya eğlenmek gibi boş zaman faaliyetleri olabileceği gibi dini, siyasi, kültürel alanlarda ortak değerler etrafında bir araya gelen kullanıcıların oluşturdukları cemaatler şeklinde de ortaya çıkmış olabilirler (Campbell'den akt. Haberli,2014: 125).

Sanal cemaatler, hangi tipolojiye sahip olursa olsun geleneksel cemaatlerle benzer ve farklı yönleri mevcuttur. Sanal ağlarda ortaya çıkan sanal cemaatlerde birey anonim bir kimlik ile zaman ve mekân sınırı olmaksızın -sınırsızlığın belirlediği sınırlarda- sanal buluşmalar gerçekleştirmektedir. Kendilerine bir kimlik ve aidiyet hissi sağlayan sanal cemaatlerde bireyler kendileri gibi düşünen diğer insanlarla bir araya gelerek sosyalleşmekte ortak duygu ve düşünceleri paylaşmakta veya karşıt fikirde olanlarla düşüncelerini tartışmaktadırlar

Geleneksel cemaat yapılanmalarında önemli görülen; bireyler arasındaki hiyerarşi, üyelerin statüleri ve buna bağlı olarak ortaya çıkan rol beklentileri ve cemaat mensuplarının değer algıları sanal cemaatlerde kurulan sosyal ilişkilerde önemini yitirmiştir. Bu bağlamda sanal cemaatlerde güven seviyesinin geleneksel cemaatlere göre daha düşük olduğu ifade edilebilir. İnsanların gerçek dünyadakinden farklı olarak sanal cemaatlerde görünür olması ortadan kalkmakta, gerçek mekânlarda ki yüz yüze ilişkilerin yerini sanal buluşmalar almaktadır. Bu da sanal cemaatlerde toplumsal kontrol, ahlak ve sorumluluk duygusunu zayıflatarak neredeyse ortadan kaldırmaktadır (Bozkurt, 1999: 65-70).

Ayrıca belirtmek gerekir ki sanal ortamdaki sosyal ağlar gerçek yaşamdaki sosyal ağlardan farklı özelliklere sahiptir. Sanal ortamdaki sosyal ağlar gerçek hayata oranla daha geçirgendir. Gerçek hayatta bir grubun içine girebilmek ve o grubun önemli üyelerinden biri olmak zor ve çaba gerektiren bir işken, sanal sosyal ağlarda bu daha kolay gerçekleştirilebilmektedir (Lefebvre, 2007: 89). Gerçek hayatta bir grup sürekli iletişim kurulan bireylerden ve daha güçlü bağlantılardan oluşmaktadır, ancak sanal sosyal ağlarda daha az katılım gösteren, grubun varlığı ve devamı için çok emek harcamayan bireylerde kolaylıkla ağa dâhil edilebilmektedir (Lovink, 2007: 89).

2.2.2. Sanal Topluluklara Katılıma İlişkin Kuramlar

Sanal topluluklar, elektronik iletişimin birincil etkileşim biçimi olduğu ortak ilgi alanları veya hedefleri olan kişilerden oluşan birlikler olarak karakterize edilmiştir (Dennis, Poothari ve Natarajan, 1998). Ayrıca Sanal toplulukları, tüm üyelerin ilgi alanına giren bir konuyu tartışmak için düzenli olarak toplanan (Figallo, 1998) ve ortak çıkarlar veya coğrafi bir bağ tarafından bir araya getirilen insan grupları (Kilsheimer, 1997) şeklinde tanımlamakta mümkündür.

“Sanal” terimi ile birincil etkileşimin elektronik olduğu veya teknoloji tarafından etkinleştirildiği ifade edilmektedir. Bu tür bilgisayar aracılı iletişim, insanların benzer ilgi alanlarına sahip başkalarını bulmalarına ve onlarla konuşmalarına, böylece sanal topluluklar oluşturmalarına ve sürdürmelerine ve yeterli sayıda insan devam ettiğinde İnternet'ten ortaya çıkan “sosyal kümeler” oluşturmalarına olanak tanır (Hiltz ve Wellman, 1997; Rheingold, 1993:5).

İnternet aracılığıyla başkalarıyla bağlantı kurmak sanal bir topluluk oluşturmak için anahtar olsa da, tüm çevrimiçi söylem sitelerini sanal topluluk kavramı ile tanımlamak uygun olmaz (Erickson, 1997; Fernback, 1999). Çünkü örneğin bazı tartışma grupları ve sohbet odaları, üyeler arasında herhangi bir kalıcılık veya tutarlılık duygusu olmadan insanların buluşabileceği yerlerdir. Örneğin, diğer bekâr insanlarla tanışmak isteyen bekâr kişilere hitap eden sohbet odaları vardır, her oda her gün farklı insan karışımına sahiptir ve hiçbiri düzenli olarak katılım göstermez. Bu tür sohbet odaları, müşterileri tarafından düzenli bir katılım temeli olmadığı için sanal bir topluluk olarak nitelendirilmez (Jones, 1997).

Buna göre, sanal topluluk tanımının bir başka yönü, üyelerinin ona katılma sıklığıdır. Tipik olarak, üyeler topluluklarına bağlanırlar ve onları sık sık ziyaret ederler, bazen topluluğa o kadar bağımlı hale gelirler ki “bağımlı” olarak tanımlanabilirler (Hiltz ve Wellman, 1997; Hiltz, 1984). Literatür, hangi katılım sıklığının bir üyeyi aktif yaptığını belirtmese de, sanal bir topluluk genel olarak sürekli etkileşim halindeki üyelerden oluşmaktadır (Smith, 1999). Aynı şekilde Figallo (1998) da sanal toplulukların; üyelerinin kendilerini daha büyük bir sosyal grubun parçası olduğu ve diğer üyelerle iç içe geçmiş bir ilişki ağını hissettiği, değer verilen diğer üyelerle (ortak bir hobi hakkında bilgi gibi) sürekli alışveriş yaptığı ve diğer üyelerle kalıcı ilişkiler kurduğu mekânlar olduğunu öne sürmektedir.

Blanchard ve Markus (2004)’a göre sanal topluluk kavramı hemen hemen internet kavramı kadar eskidir. İnsanların sanal topluluklara neden katıldıkları ve sanal katılım etkenleri hakkında çok az şey bilinmesine rağmen, sanal toplulukların “topluluk hissi” perspektifinden açıklanabileceğini ifade etmektedirler. O’nlara göre sanal topluluklar “öncelikli olarak bilgisayar aracılı iletişim yoluyla etkileşim içinde olan ve birbirlerine ait olma ve bağlılık hisleri geliştirerek birbirleriyle özdeşleşen insan grupları” olarak tanımlanabilir. Bireyler sanal topluluklarda aidiyet duygusu, güvenlik ihtiyacı ve gruba bağlılık duygusu ile ortaya çıkan topluluk hisleri ile grubun diğer üyeleriyle uzun dönemli ilişkiler geliştirmektedirler. Bu bağlamda bağlılık hissettiği sanal topluluğu sosyal ve duygusal destek kaynağı olarak görmektedirler.

Konu ile ilgili olarak yapılan çalışmalar dikkate alındığında, bireylerin gruplara katılımında farklı etkenlerin olduğu görülmektedir. Mevcut literatür, insanların bilgi ve / veya sosyal destek alışverişinde bulunmak için sanal topluluklara katıldığını teorileştirir.

Daha geniş İnternet kullanımı teorileri ise motivasyon güçleri olarak hem eğlenceyi hem de arkadaşlık arayışını göstermiştir (Ridings ve Gefen,2004)

Ridings ve Gefen (2004) insanların, sanal topluluklara katılma etkenlerini şu üç başlık altında toplamaktadır. Bunlar, bilgiye erişmek, sosyal destek sağlamak ve arkadaşlık ilişkileri kurmaktır.

Sanal topluluklara katılmada en temel güdü bilgiye erişimdir. İnsanlar aradıkları bilgiye kolay yoldan erişmek için sanal topluluklara katılmaktadır. Sanal bir topluluk, göreceli olarak yabancılara bilgi sormak için ideal bir yer olabilir. Sanal toplulukların üyeleri arasındaki ilişkiler çoğunlukla belirli konular hakkında bilgi alışverişine odaklanmaktadır (Baym, 2000; Wellman ve Gulia, 1999)

Sanal topluluklara katılımın bir başka nedeni ise topluluğun bireye sağlayacağı sosyal destektir. Sosyal destek, “bir kişinin temel sosyal ihtiyaçlarının başkalarıyla etkileşim yoluyla tatmin edilme derecesidir” (Thoits, 1982:147). Sosyal destek, içerdiği aidiyet ve bağlılık duygusu (Watson ve Johnson, 1972) ve öz kimlik ihtiyacını ele alma şekli (Hogg, 1996) nedeniyle gruplara katılmak için bireylere önemli bir motivasyon kaynağıdır.

İnsanların sanal topluluklara katılmalarının bir başka olası nedeni arkadaşlık aramaktır. Sohbet odaları, anlık mesajlaşma ve ilan tahtaları ile sağlanan etkileşim ve İnternette bulunan çeşitli arama olanakları, bireylerin arkadaşlık kurmak ve sürdürmek amacıyla başkalarını aramaları ve onlarla iletişim kurmaları için bir yol sağlar (Igarria, 1999; Wellman ve Gulia, 1999).

Sosyal psikoloji, insanların genel olarak hem bağlılık ve aidiyet duyguları hem de bilgi ve hedefe ulaşmada yardım almak için gruplara katıldığını bulmuştur. Benzer nedenlerle, insanlar sanal toplulukların çevrimiçi ortamında başkalarının gruplarına da katılırlar (Ridings ve Gefen, 2004).

Tüm bu ifade edilen etkenlerin dışında, bireylerin topluluklara katılmalarını açıklayan ve üzerinde durulması faydalı olacak bazı teoriler vardır. Bu teoriler; sosyal alışveriş teorisi, kullanımlar ve doyumlar teorisi ve sosyal kimlik teorisidir.

2.2.2.1.Sosyal Alışveriş Teorisi

Sosyal alışveriş teorisinin öncü isimlerinden biri olan George Homans'a göre sosyoloji; toplumsal gerçekliğin açıklanması için öncelikle insan davranışlarına

odaklanmalıdır (Bredemeier, 1994). O'na göre, insanlar kâr motivasyonu ile hareket ederler ve kendi çıkarlarını düşünürler (Berberoğlu, 2009: 163). İnsanların kâr güdüsü ile hareket ettikleri varsayımı kabul edildiğinde sosyal hayatta piyasaya benzetilmesi bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Böylece insanlar piyasa koşullarında birbirleriyle alışveriş yapan varlıklar olarak kabul edilebilir. Bu bağlamda ortaya çıkan bu alışveriş hem insan davranışını hemde sosyal ilişkileri açıklayan önemli bir kavram haline gelmektedir. İnsanlar kâr-zarar arasında değerlendirme yaparak, maliyetleri en aza indirecek ve kârlarını maksimum düzeye çıkaracak şekilde hareket ederler (Poloma, 2012: 78).

Bu bağlamda toplumda bireyler kâr -zarar ölçüsü ile hareket ederken, bunu sanal topluluklara da taşır ve bu doğrultuda davranışta bulunurlar. Gerçek toplumsal ilişkilerinde olduğu gibi sanal toplulukta da insanlar içinde buldukları topluluğa bir şey verirken şimdi veya gelecekte bunun karşılığını almayı beklerler. Sanal topluluk üyelerinin, topluluğa üyeliklerindeki beklentileri sadece bilgi ve ürün değişimi değil, aynı zamanda yüksek psikolojik ve sosyal değer alışverişidir. Böylece bireyler arasında topluluk duygusu, karşılıklı bağlılık, toplumsal gruba ait olma, arkadaşlık kurma ve gruptan kaynaklı itibar elde etme gibi ödüller beklenir (Hemetsberger, 2002'den akt. Özbölük;2015).

2.2.2.2.Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi

Psikolojik etki kuramları arasında sayılan kullanımlar ve doyumlar teorisi, Paul F. Lazarsfeld ve Herta Herzog tarafından 1940'lı yılların başında yapılan çalışmalara dayandırılır. Radyo dinleyicileri üzerinde yaptıkları bu araştırmalar teorinin öncülleri olarak kabul edilmektedir. Çalışma radyo dinleyicilerinin tercih ettikleri programları neden tercih ettiklerini, hangi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla bu tercihte bulduklarını anlamak amacıyla yapılmıştır (Jensen ve Rosengren 2005: 55). Teorinin kuramsal temelleri, Elihu Katz'ın "Medya insanlara ne yapıyor?" sorusu yerine "İnsanlar medya ile ne yapıyor?" sorusuyla oluşturulmuştur. Teoriye göre, genel kabulün tersine izleyici edilgin değildir ve medyayı ondan belli bir doyum sağlamak amacıyla kullanmaktadır (Severin ve Tankard, 1994: 474).

Bu teoriye göre, izleyiciler medyayı belli bazı ihtiyaçlarını gidermek amacıyla aktif olarak kullanmaktadırlar. Medyayı kullanırken elde ettikleri doyumlar, ihtiyaçlarını

gidermek için giriştiği faaliyetlerini etkilemektedir (Papacharissi and Rubin,2010’ dan akt. Özbölük;2015) Teoriye göre insanlar ihtiyaçlarının farkındadır ve bunlara en iyi doyumunu sağlayacak yolu özgürce seçebilmektedir. Kullanımlar ve doyumlar teorisine göre, programlara bakarak bunların ne kadar gereksiz olduğundan bahsetmek yerine, bunların hangi doyumları sağladığı üzerinde durulmalıdır. Kullanımlar ve doyumlar teorisi kısaca; “insanlarda bir doyumun söz konusu olduğunu, buna dayalı olarak da bir kullanımdan bahsedilebileceğini, medya- izleyici ilişkisinin de ancak bu yönüyle anlaşılabilirliğini ileri sürmektedir” (Fiske 1996: 199-200’den akt Küçük Kurt vd.:2009.)

Kısacası kullanımlar ve doyumlar teorisi insanların iletişim araçlarını kullanımının arkasındaki güdülerini anlamayı amaçlamaktadır. Bu teori sosyal medya kullanımına da uyarlanabilir. Farklı araştırmalara göre insanlar etkileşim, eğlence, bilgi arama, paylaşma gibi nedenlerle sosyal medya ve sosyal ağ sitelerine katılmakta ve kullanılmaktadırlar. Ayrıca, sosyal ağ siteleri refah, aidiyet ve özgüven kazanmak gibi ihtiyaçları da karşılamaktadır.

2.2.2.3.Sosyal Kimlik Teorisi

Sosyal kimliği ilk olarak tanımlayan Tajfel’dir. O’na göre sosyal kimlik “bireyin grup üyeliğinden kaynaklanan kendisine göre önem arz eden bazı duygu ve değerlerle sosyal gruplara ait olduğuna ilişkin bilgisi”(Tajfel, 1974:292) dir. Ayrıca Tajfel sosyal kimliği, “bireyin benlik algısının, bir sosyal gruba ya da gruplara üyeliğine ilişkin bilgisinden ve bu üyeliğe yüklediği değerden ve duygusal anlamlılıktan kaynaklanan parçası” olarak tanımlamaktadır.

İnsanlar olumlu bir sosyal kimliğe sahip olmaya ve bunu korumaya güdülenmişlerdir. Söz konusu sosyal kimlik, bireyin kendisi için değerli olan sosyal gruplara üyeliği ile ilgili bilgisinden kaynaklanan, benlik tanımının önemli bir parçasıdır. Tajfel, toplumsal gruplaşmanın bireyler için hem kendini hem de başkalarını algılamasında etkili olduğunu ileri sürmektedir. Sosyal kimlik yaklaşımı içerisinde “mensubiyet” ve “aidiyet” kavramlarını da açıklığa kavuşturmak gerekmektedir. Çünkü bireyler kendi sosyal kimliğini inşa sürecinde kendisini gerçekleştirmek için bu kavramlara ihtiyaç duyar. Sosyal kimlik sürecinde “mensubiyet” ve “aidiyet” duygusu bireysel kimliğin artık toplumsal bir hâl almasına neden olmakta ve bireysel kimlik

kolektif kimlik bağlamında ifade edilmeye başlamaktadır. Bireyin dâhil olduğu “etnik kimlik” de bunun bir örneğidir(Bilgin, 2001:60).

Sosyal kimlik teorisine göre (Hogg, 1996; Tajfel, 1974; Turner, 1985) insanlar gerçek veya hayâli sosyal gruplarda algılanan üyelikten kaynaklanan değerler, tutumlar ve davranışsal niyetlerden oluşan bir sosyal kimlik oluşturur. Bir bireyin öz kimliği tipik olarak meslek (Hogg ve Terry, 2000) ve avokasyon (Underwood, Bond ve Baer, 2001) dâhil olmak üzere, önceden var olan, kendi kendini kapsayan bir sosyal gruba üyeliğinden kaynaklanır. Geleneksel, yüz yüze gruplara katılmaya yönelik bu motivasyonlar, sanal topluluklardaki üyeliği incelemek için genişletilebilir.

2.3. Sosyal Paylaşım Ağları (Yeni Medya/Sosyal Medya)

1970’lerde başlayıp 1990’lardan itibaren hızla yayılan internet kullanımı, web2.0 araçlarının gelişimi ile sosyal medya sitelerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Ülkemizde özellikle 2000’li yılların başından itibaren sosyal medyanın işlerlik kazanmasıyla kullanıcı sayısı artırmış ve hemen her kesimden insanı kuşatan bir yaşam alanı haline gelmiştir. Bu bağlamda çalışmanın bu kısmında sosyal medya diğer bir ifadeyle yeni medyanın tanımı ve kapsamı, günümüzde en çok kullanılan sosyal medya platformları ve sosyal medya platformlarının kullanım amaçları başlıkları üzerinden konuya açıklık getirilmeye çalışılmıştır.

2.3.1. Sosyal Paylaşım Ağlarının (Yeni Medya/Sosyal Medya) Tanımı ve Kapsamı

Yeni medya veya diğer bir ifadeyle sosyal medya ile gazete, radyo, televizyon, sinema gibi geleneksel medya araçlarından farklı olarak, dijital kodlama sistemine dayalı, iletişim sürecinin aktörleri arasında eş zamanlı ve çok yoğun kapasitede ve yüksek hızda karşılıklı ve çok katmanlı etkileşimin gerçekleştiği iletişim araçları kastedilmektedir (Van Dijk, 2004: 146). Ayrıca sosyal medya, Web 2.0 teknolojilerine bağlı olarak ortaya çıkan ve sosyal ilişkilerde daha yoğun etkileşime imkân sağlayan, toplumsal gruplar oluşturma ve bunlar arasında işbirliği kurmayı mümkün kılan web siteleri olarak ta tanımlanabilir (Akar, 2010: 17).

We Are Social and Hootsuite'in 2019 Global Digital raporu Sosyal ağların gerek dünyada gerekse ülkemizde yoğun bir şekilde kullanılmakta olduğunu ortaya koymaktadır. Söz konusu rapora göre dünyada 4 milyardan fazla insan interneti kullanmaktadır. Türkiye'de ise yaklaşık 59.36 milyon internet kullanıcısı olmakla birlikte, 52 milyon insan sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır. İnsanlar Türkiye'de günde ortalama 7 saat 15 dakika internette zaman geçirirken, bu zamanın 2 saat 46 dakikasını sosyal medya başında harcamaktadır. We Are Social and Hootsuite'in 2019 raporu Türkiye'de sosyal ağları kullanan kullanıcıların %92'sinin Youtube, %84'ünün Instagram, %83'ünün Whatsapp, %82'sinin Facebook ve %58'inin Twitter üyesi bulunduğunu göstermektedir. İstatistiklere bakıldığında ülkemiz nüfusunun 3/4'ünün internet kullanıcısı ve bu kullanıcıların neredeyse hepsinin en az bir sosyal medya üyesi olduğu görülmektedir (We are social, 2019). Gençler ise en büyük kullanıcı kitlesini oluşturmaktadır (GSB, 2013). Türkiye'de sosyal medyayı kullananların %34'ü 13-24 yaş aralığında (We are social, 2019) olan araştırma hedef kitlesine karşılık gelen dijital yerlilerden oluşmaktadır. Tespit edilen rakamlar doğrultusunda sosyal ağların hayatımızın içerisinde ne oranda önemli bir etken durumuna geldiğini görebilmekteyiz.

İnternet aracılığıyla oluşturulmuş olan sosyal medya platformları, günümüzde her türde yaş, cinsiyet, medeni durum, gelir seviyesinde olan, düşünce, inanç ve sınıf sınırlaması olmaksızın her bireye; eğlence, iletişim, kendini ifade etme, boş zaman faaliyetleri gibi gündelik yaşam pratikleri imkânını aynı anda ve zaman ve mekân sınırı olmaksızın sunabilmekte ve ortak ilgi, değer ve inanç etrafında sosyal ağlar kurmalarına imkân tanımaktadır. Bu yönüyle sosyal medya günlük aktiviteleri sanal ortama aktarmaktadır. (Toprak vd.; 2009: 159).

Sosyal medya, içerik paylaşımı için uygun alana sahip olan, sosyal etkileşime dayalı, katılımcıların tüm içeriği oluşturabildiği, paylaşabildiği ve tartışabildiği, tüm içeriklerin diğer harici ağlara da bağlantı olarak verilebildiği ve siteye aktif olarak katılımda bulunan üyelerin kendilerine ait hesaplarının olduğu platformlardır (Lietsala ve Sirkkunen, 2008: 25).

Sosyal medya; siber uzayda, çevrimiçi veya çevrimdışı, insanların birbirleri ile bağlantı kurarak iletişim kurabildikleri ve sanal ortamdaki arkadaşları tarafından yapılan paylaşımları görebildikleri, internet tabanlı servisler bütünüdür. Sosyal medyayı diğer iletişim araçlarından ayıran en önemli özelliği, sanal ortam arkadaşlarının paylaşımlarını

izleyebilme ve onlarla görüş ve düşüncelerini rahatça paylaşabilme imkânına sahip olmasıdır (Ellison ve diğerleri, 2007:1144-1148' den akt. Seyfi,2017:185).

Sosyal medya ile ilgili çalışmalarda en dikkat çekici araştırmacılardan biri olan Michael Frunchter (2009), sosyal medyayı onu oluşturan“5 C” ile açıklamaktadır. Conversation(sohbet), commenting (yorumlamak), contribution (katkı), community (topluluk) ve collaboration (işbirliği)' dir. O'na (2009) göre bu “5 C”ye kısaca değinmek gerekirse;

- Conversation(sohbet); sosyal medyanın asıl karakteristik özelliği karşılıklı iletişimin bulunmasıdır.
- Commenting (yorumlamak), sosyal medya da paylaşılanların yorum ve eleştiriye açık olmasıdır.
- Contribution (katkı), sosyal medyanın yeni fikirlerle katkı sağlamasıdır.
- Community (topluluk), sosyal medyadaki sosyal ilişkiler için topluluğa ihtiyaç vardır.
- Collaboration (işbirliği) ise, sosyal medyanın varlığını devam ettirebilmesi için işbirliğinin yapılmasını ifade etmektedir.

Ayrıca sosyal medyayı geleneksel medyadan ayıran bazı karakteristik özellikleri vardır. Bu özellikler şunlardır (Mayfield, 2008: 5);

- Katılım: Sosyal medya katılımcıların geri bildirimde bulunmasına imkân verirken onları cesaretlendirmekte ve medya ile izleyicisi arasındaki çizgiyi silikleştirmektedir.
- Açıklık: Sosyal medya hizmetleri geribildirim ve katılımcıya açık olan hizmetlerdir. Kullanıcıyı bilgiyi paylaşma, oylama, yorum yapma gibi konularda cesaretlendirmektedir. İçeriğe ulaşma ve siteye giriş için engeller neredeyse yok sayılabilecek düzeydedir. Bireyler için özgür bir kullanımı alanı sağlar.
- Karşılıklı Konuşma: Geleneksel medyanın tek yönlü iletişim içermesine karşılık, sosyal medya bireylere, çift yönlü iletişime imkân tanınması açısından daha caziptir.
- Toplum: Sosyal medyanın topluluk oluşumu için hızlı ve etkili imkânlar tanınması ve bu toplulukların fotoğraf, politik değerler, favori TV şovları gibi ilgili oldukları şeyleri kolayca paylaşabilmesi imkânıdır.

- Bağlantısallık: Sosyal medya sitelerinin çoğu bağlantısaldır. Bu da kullanıcıya kolaylık sağlamakta, kullanıcıların ilgili oldukları diğer siteler, araştırmalar ve kullanıcılarla bağ kurmasına imkân sağlamaktadır.

Sayılan bu özelliklerin yanında ayrıca; erişilebilirlik, kullanılrlık, yenilik ve kalıcılık özellikleri de vardır. Erişilebilirlik özelliği ile sosyal medyanın ücretsiz olması ya da çok az bir ücret ödeyerek insanların erişimine imkân tanınması kastedilmektedir. Kullanılrlık özelliği ise, kullanıcının sosyal medyada kolayca içeriğe katılım sağlamasıdır. Yenilik özelliği, sosyal medyanın çok hızlı bir şekilde anlık mesaj paylaşımı imkânı ile avantaj sağlamasıdır. Kalıcılık özelliği ile sosyal medya içeriklerinde oynama ve düzeltme yapılmasına imkân tanınması ve böylece daha kalıcı olması kastedilmektedir. (Vural ve Bat, 2010: 3352)

Şekil1.'de görüldüğü gibi1997 yılında kurulan sixdegrees.com sitesi kullanıcılara kendi profillerini oluşturma ve arkadaşlarını listeleme imkânı tanıyan, 1998'de ise arkadaşlarının listelerini inceleme imkânı veren arkadaş odaklı ilk sosyal medya örneği olarak ortaya çıkmıştır (Gönenli ve Hürmeriç, 2012: 218-219). Günümüzde en çok kullanılan sosyal medya platformu olan Facebook ise, 2004 yılında kurulmuş ve 2006 yılında şimdiki niteliklerine kavuşarak kullanıma devam etmiştir” (Hazar, 2011: 155-156).

Şekil 1: Sosyal Medya Sitelerinin Kuruluş Tarihleri Zaman Çizelgesi



Kaynak: <https://visual.ly/tag/history-social-media> (Erişim Tarihi: 07.12.2021)

Sayıları gün geçtikçe artan sosyal medya platformları bu gün hayatımızın vaz geçilmez bir parçası haline gelmiş ve bu sosyal medya platformlarından birine üye olma, bireyler tarafından sosyal bir zorunluluk olarak görülmeye başlamıştır. Bu gün 1,2 milyar kullanıcı sayısı ile Facebook, dünyanın en kalabalık ülkesi denilebilecek bir konuma gelmiştir (www.alex.com).

2.3.2. Günümüzde En Çok Kullanılan Sosyal Paylaşım Platformları (Sosyal Medya)

Günümüzde değişik kitlelere hitap eden ve farklı özelliklere sahip içerikleri ile çeşitlenmiş birçok sosyal medya platformu bulunmaktadır. Bunlardan birkaçından bahsetmek sosyal medya kavramına ve sosyal medya platformlarının önemine açıklık kazandıracaktır

















- **Facebook;** Aktif kullanıcı sayısı 1,2 Milyar olan Facebook insanların iletişim kurma ve bilgi alışverişi yapmak amacıyla kullandığı bir sosyal paylaşım platformudur.
- **Twitter;** Aktif Kullanıcı Sayısı 230 Milyon olan Twitter insanların iletişim kurma ve haberleşme amacıyla kullandığı bir sosyal paylaşım platformudur, aynı zamanda güçlü bir reklam aracı haline gelmiştir.
- **Youtube;** Aktif Kullanıcı Sayısı 800 Milyon olan Youtube dijital dünyanın en popüler sosyal medya sitelerinden biridir ve markaların ve kişilerin tanıtım aracı olarak ta kullanılmaktadır.
- **Google Plus;** Aktif Kullanıcı Sayısı 540 Milyon olan ve Google tarafından yönetilen sosyal ağ ve kimlik doğrulama hizmeti sağlayan bir sitedir.
- **LinkedIn;** Aktif Kullanıcı Sayısı 275 Milyon olan LinkedIn İş dünyasında farklı uzmanlık alanlarındaki kişileri bir araya getiren sosyal platformdur. Özellikle topluluk ve marka yönetimleri için aktif olarak kullanılmaktadır.
- **Instagram;** Aktif Kullanıcı Sayısı 150 Milyon olan ve özellikle gençler tarafından kullanılan Instagram, fotoğraf-video paylaşım ağıdır

- **Badoo;** Aktif Kullanıcı Sayısı 200 Milyon olan ve arkadaşlık sitelerinden en çok kullanılan olan Badoo, milyonlarca insanı bir araya getiren ve kültürel alışverişi sağlaması açısından da önemli bir sosyal medya sitesidir.
- **Windows Live;** Aktif Kullanıcı Sayısı 370 Milyon olan Windows Live, eskisi kadar ünlü olmasa da hala kullanılmaya devam edilmektedir.
- **Formspring;** Aktif Kullanıcı Sayısı 290 Milyon olan ve soru sorma ve takip etme özelliği olan Formspring, eğlenceli paylaşım platformudur.
- **Fizy;** Aktif Kullanıcı Sayısı 250 Bin olan İnternet ve mobil cihazlardan bağlanma kolaylığı sağlayan bir sosyal medya sitesidir.
- **MySpace;** Aktif Kullanıcı Sayısı 50 Milyon olan MySpace, özellikle müzikle ilgili olan kişilerin kullandığı sosyal bir platformdur.
- **WordPress;** Aktif Kullanıcı Sayısı 73 Milyon olan WordPress bir blog sistemidir.
- **Tumblr;** Aktif Kullanıcı Sayısı 175 Milyon olan ve Blog Metin, fotoğraf, video, ses gibi farklı paylaşımlara olanak tanıyan Tumblr, Yahoo ürünü bir mikroblog sitesidir
- **Technorati;** Aktif Kullanıcı Sayısı 112 Milyon olan Blog yayıncılarının kendi indekslerini oluşturmasını sağlıyor.
- **DailyMotion;** Aktif Kullanıcı Sayısı 115 Milyon olan bir video paylaşım platformudur. Video yükleme, grup oluşturma gibi popüler video paylaşım sitesidir.
- **Netlog;** Aktif Kullanıcı Sayısı: 95 Milyon olan ve kullanıcıların kendilerinin yönettiği bir web sayfasına sahip oluyor ve bu sayfa üzerinden bloglarını, fotoğraf ve videolarını, müzik listelerini yayınlatabildikleri bir sitedir
- **PhotoBucket;** Aktif Kullanıcı Sayısı 100 Milyon olan ve Facebook ve Twitter kullanıcılarının da görsel edinme amacıyla kullandıkları bir platformdur.
- **Tagged;** Aktif Kullanıcı Sayısı 100 Milyon olan ve onu diğer paylaşım platformlarından ayıran özelliği de profil sayfasının kimler tarafından ziyaret edildiğini görme imkânı veren bir platformdur (<https://www.seokursu.com.tr/sosyal-medya-siteleri>).

Bazı sosyal medya türleri Şekil 2.'de görüldüğü gibi kategorileri ve amaçları açısından sınıflandırılmıştır. Bunlar kategorileri açısından; Arkadaşlık ve çevre edinme, İş ağları, Çöpçatanlık ağları, Mezuniyet ağları ve Marka sosyal ağları şeklinde

sınıflandırılmaktadır. Sosyal medya türleri kuruluş amaçları açısından ise; Sosyal çevre odaklı, Kariyer ve iş geliştirme, Ruh eşini bulma ve evlilik, Mezunlar ve aynı okulda okuyanlar ve Marka tutkunları şeklinde sınıflandırılmaktadır.

Şekil 2: Sosyal Medya Platformları Sınıflandırılması

SOSYAL AĞLARDA SINIFLANDIRMA					
KATEGORİ	Arkadaşlık ve Çevre Edinme	Sosyal İş Ağları	Çöpçatanlık Ağları	Mezuniyet Ağları	Marka Sosyal Ağları
AMAÇ	Sosyal Çevre Odaklı	Kariyer ve İş Geliştirme	Ruh Eşini Bulma, Evlilik	Mezunlar ve Aynı Okul Okuyanlar	Marka Tutkunları Marka Elçileri
	  	  	   	  	  
<p>* Sosyal Ağlar burada verilen marka örnekleri ile sınırlı değildir. Sınıflandırmayı örneklendirmek için seçilmişlerdir * Facebook 2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencilerini bir araya getiren bir sosyal paylaşım sitesi olarak kuruldu. Ancak diğer kategorilerde hizmet ediyor.</p>					
Tasarım Ercüment Büyüksener 2009 - Türkiye İnternet Konferansı Sosyal Ağlar Konuşması					

Kaynak: Büyüksener, 2009: http://inet-tr.org.tr/inetconf14/kitap/buyuksener_inet09

Yukarıda saydığımız sosyal paylaşım platformları dışında kullanıcı sayısı daha az olan ancak gelecekte önemli sosyal paylaşım platformları haline gelebilecek platformlarda vardır. Bunlar; Flixter, Flickr, My Yahoo, Last.fm, Fotolog, LiveJournal, Foursquare, Xing, StumbleUpon, DeviantArt, GoodReads, Blogger, SlideShare, Vimeo, FriendFeed, GrooveShark, Mylife, Classmates, Pinterest gibi sosyal paylaşım platformlarıdır.

2.3.3. Sosyal Paylaşım Ağlarına Katılım Amaçları

Sosyal medya siteleri her biri farklı içerik sunumlarıyla siber uzayda kullanıcılarına değişik fırsatlar ve imkânlar sunmaktadır. Konu ile ilgili daha önce yapılan araştırmalar sonucunda kullanıcıların; arkadaş ediniminden, eğitim alma veya vermeye, alışveriş yapmaktan, siyasi veya dini örgütlenmeye veya bunların biri ya da birkaçını birlikte

yapmaya kadar değişik gerekçelerle sosyal medya kullanımını tercih ettikleri görülmektedir. Toprak ve arkadaşları tarafından 2009 yılında yapılan araştırmaya göre sosyal medyanın kullanım amaçları şu şekildedir: Arkadaş bulmak, denetim ve gözetim, video-resim-müzik-fikir paylaşımı, oyun oynamak, örgütlenmek, siyasal, E-ticaret, cinsel, ihbar amaçlı(Toprak vd., 2009).

Bu çalışmada, yapılmış olan literatür taraması ışığında, sosyal medya kullanım amaçları aşağıdaki başlıklar halinde tespit edilmiştir.

2.3.3.1.Arkadaşlık (Sosyalleşme) Amacıyla Katılım

Önemli bir sosyalleşme mekânı olarak öne çıkan sosyal medya ortamları, eski arkadaşlarla yeniden iletişime geçmeye, yeni arkadaşlıkların kurulmasına, mevcut arkadaşlarla iletişimin devam ettirilmesine imkân sağlamaktadır. Sosyal medyanın uzakları yakın haline getirmesi, zaman ve mekân kısıtlamasını ortadan kaldırması arkadaşlık ilişkilerinin kurulup, devam ettirilmesi açısından fırsat olarak değerlendirilebilir.

Sosyal medyanın ve özellikle Facebook'un öncelikli kullanım amacı arkadaş edinmektir. Sosyal medya arkadaşları kullanıcının kendi sosyal çevresinden olabileceği gibi sanal ortamlarda da edinilmiş yeni arkadaşlıkları da içerebilir. Sosyal medya kullanıcılarının, geçmişte okul arkadaşlığı, iş ya da komşuluk gibi çevrelerde edinmiş oldukları ancak zamanla iletişimin koptuğu eski arkadaşlarını yeniden bularak iletişime geçme amacı taşıdıkları da görülmektedir(Göker vd., 2010:189).

Morgan ve arkadaşları tarafından 2010 yılında yapılan araştırmada da son yıllarda sosyal medya platformlarının en yüksek oranda yeni arkadaşlar bulmak, mevcut arkadaşlarla görüşmek, kendini ifade etmek, grupça etkinlik yapmak, kısaca sosyalleşmek amaçlı ve ayrıca fotoğraf, video paylaşımı gibi amaçlarla yoğun bir şekilde kullanıldığı ve bu amaçlarla kullanımının hızla yayıldığı tespit edilmiştir (Morgan vd., 2010: 1405).

Yine 2013 yılında, "Digital Age" dergisi tarafından 1012 denek üzerinde yapılan araştırma sonuçlarına göre; sosyal medya kullanıcıları, sosyal medyayı en çok arkadaşlarla iletişim, haberleşme ve gündemi izleme amaçlarıyla kullanmaktadır (Digital Age,2013: 64-65).

Sosyal medya platformlarında birey kendisi ile aynı ilgi alanlarına sahip, benzer dini, siyasi, çevresel, duyarlılıklara sahip bireyler ile arkadaşlıklar kurmakta ve bu ilgi

alanlarına göre paylaşımlar yapmaktadır. Yapılan her paylaşıma sosyal medya arkadaşlarının yorum yapması veya beğeni göndermesi veya tepkide bulunması bireyler için sosyalleşme anlamına gelmektedir. Bu bağlamda sosyal medyanın bu şekilde kullanımı onu önemli bir sosyalleşme mekânı haline getirmektedir.

Kullanıcılar, gerçek yaşantılarında ki alışkanlık ve değer yargılarını, kendilerini ait hissettikleri arkadaş grupları içerisindeki davranış örüntülerini sanal ortama taşımakta ve sanal ortam arkadaşları ile gerçek yaşantılarında yaptıkları aktiviteleri de gerçekleştirebilmektedirler. Bu yolla kendileri ile benzer görüş ve düşüncedeki insanlarla, ortak bir sanal platform üzerinde yaptıkları paylaşımlar onların aidiyet hislerini güçlendirmekte ve kendi sosyal ağlarını oluşturmaktadırlar.

Ancak burada şunu da belirtmek gerekir ki sosyal medya her ne kadar sosyalleştirici etkiye sahip olsa da, yüz yüze kurulan ilişkilerdeki duygusallığı sağlayamamakta ve sanal ortamda çok fazla zaman geçiren bireyleri gerçek dünyadan koparmakta ve kullanıcıyı kalabalıklar içinde yalnız bireyler haline getirmektedir

2.3.3.2.Eğitim ve Araştırma Yapma Amacıyla Katılım

Bu gün insanlık olarak ulaşılmış olduğumuz siber çağda, bilgisayar teknolojilerinin kullanımı kâğıt kalem kullanımı kadar yaygınlaşmış ve zaruri bir ihtiyaç halini almıştır. Özellikle internet temelli olarak oluşturulmuş olan sosyal ağlar insanların hayatının ayrılmaz bir parçası haline gelmiş ve kullanıcılar hemen her ihtiyaçlarını sosyal ağlarda gidermeye başlamışlardır. İnsanların yaşam boyu devam eden eğitim süreçlerinde sosyal ağlar da yerini almış ve sağladığı imkânlar ile tercih edilir hale gelmiştir.

Özellikle Türkiye’de 2000’li yıllardan itibaren sosyal ağların çok sık ve yaygın kullanımı neticesinde, onu eğitim konusunda da önemli hale getirmiştir. Özellikle hayat boyu öğrenme anlayışı öğrenme öğretme sürecinde sosyal medyayı daha da önemli bir hâle getirmektedir. Sosyal medya her yaş grubundan ve her eğitim seviyesinden bireylere yaygın, kolay ve ücretsiz kullanım imkânı sunmaktadır. Sosyal ağların kullanıcılarına sosyal destek ve işbirliğini sağlaması, akranlar ile yardımlaşma imkânı vermesi, esnek ve kolay uygulanabilir bir öğrenme ortamı sağlaması, eğitim ve öğretimin değerlendirme süreçlerinde daha farklı uygulamalara imkân tanınması, yapılacak araştırma süreçlerini desteklerken bunu çok fazla üniversite desteği almaksızın gerçekleştirebilmesi gibi

niteliklere sahip olması, onu eğitimde oldukça önemli bir araç haline getirmektedir (Blackey ve Chew, 2009: akt. Jones, Blackey, Fitzgibbon ve Chew, 2010).

Gonzales ve Vodicka (2010)'da sosyal ağların eğitim amaçlı kullanılabilceğini belirtmektedir. Onlara göre sosyal ağlar; eğitim alma ve verme konusunda hem kullanışlı, hem de yararlıdır. Hatta sosyal ağları ücretsiz kişisel öğrenme ağları olarak tanımlamaktadırlar.

Gonzales ve Vodicka sosyal ağlarla ilgili eğitim amaçlı kullanım konusunda yaptıkları sıralamada Twitter'ı birinci, Facebook'u ikinci, Blogger'ı da üçüncü sıraya yerleştirmişlerdir.

Sosyal ağlar ve bunlardan özellikle Bloglar; video, resim, ses gibi imkânlar sunan, bunları kullanıcıların otomatik olarak arşivleyebildikleri, kullanıcılar arası bilgi paylaşımı ve öğrenme imkânı sağlayan platformlardır (Arıkan, Sarsar ve Harmon, 2014).

Yapılan araştırmalarda sosyal ağların bireysel öğrenme imkânı sağlaması onu geleneksel sınıf ortamına nazaran daha esnek ve bireysel yönetimli kullanılabilmesinden dolayı avantajlı olarak göstermektedir (Chu, 2014). Örneğin bu gün milyonlarca kullanıcısı olan "Udemy" adlı eğitim platformu, ihtiyaç duyulabilecek hemen her konu ile ilgili zaman ve mekân sınırı olmaksızın eğitimlerin verildiği çok önemli bir eğitim mekânı haline gelmiştir.

Ayrıca yine sosyal ağlar konusunda yapılan çalışmalarda özellikle işbirliğine dayalı eğitim çalışmalarında bireyin kendini yansıtmasına imkân vermesi konusunda çok faydalı olduğu (Palloff ve Pratt, 2007) ifade edilmektedir. Ajjan ve Harsthone (2008) ise, eğitimsel alanda sanal sosyal ağların kullanımının iyi bir materyal olarak görülebileceğini düşünmekle birlikte ayrıca sanal sosyal ağların öğrencilerin öğrenmelerine katkı sağladığını ifade etmişlerdir.

Sosyal medyayı öğrenciler eğitimle ilgili materyallere ulaşmak, ödev yapmak ve sunmak amacıyla kullanırken, daha üst düzey akademik araştırmalarda da profesyoneller, lisansüstü ve doktora öğrencileri vaz geçilmez bir veri kaynağı olarak kullanmaktadırlar.(Erdoğan, 2015)

Montreal üniversitesinde yapılan konu ile ilgili araştırmalarda sosyal medyanın öğrencilerin ödevleri konusunda daha organize hareket edebilmelerinde, ödevlerini yapmalarında ve eğitildikleri alanda gelişim göstermelerinde oldukça önemli rol oynadığını göstermektedir. Ayrıca öğrencilerin eğitim konusundaki önemli

paydaşlarından olan velilerle iletişim kurmak, onlara bilgi vermek ve onlarla güçlü bağlar kurabilmek için de önemli bir araçtır (Sarıca, 2015)

Mejias, (2005)'de sanal sosyal ağların öğrenci ile öğrenci arasında olduğu kadar okul ve öğrenci arasında da iletişimi arttırdığını ifade etmektedir. Ayrıca O'na göre sosyal ağlar öğrencilerin derslere karşı olan tutumlarına olumlu katkılar sağlamaktadır. Mejias' a göre sosyal ağlar öğrencilerin yazma yeteneklerini geliştirmekte, derslere uyum sağlama konusunda olumlu etki sağlamakta ve ayrıca salt eğitim içeriğine ulaşım aracı olmaktan çıkarak, sanal ortamlarda sosyal uygulama deneyimlerinin arttığı sonsuz bir öğrenim süreci sağlamaktadır.

Muijs vd. (2010) göre ise sosyal ağlar; okul ortamını geliştirme, eğitime dair fırsatları artırma ve kaynak paylaşımının hızlı ve kolay gerçekleştirilmesi gibi eğitime katkı sağlayan ortamlar yaratmaktadır.

Kısaca sanal sosyal ağlar eğitim ve öğrenme konusunda oldukça önemli bir araç haline gelmiş, öğrenme ortamlarını değişime uğratmış, eğitim ve öğretimin zaman ve mekân engellerini ortadan kaldırarak daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamıştır

2.3.3.3.Video, Resim, Fotoğraf, Müzik Paylaşımı Amacıyla Katılım

Kullanıcılar sosyal medyada özellikle resim ve video paylaşımı amacıyla kurulmuş olan Instagram gibi ve ya diğer platformlarda kendileri için anlamlı olan resim, fotoğraf, müzik ve video gibi paylaşımlar yapmakta ve bu yolla kendi beğenilerini, ideolojilerini ve zevklerini sosyal ağlarında bulunan diğer kullanıcılarla paylaşmaktadırlar.

Yapılan araştırmalar sosyal ağları kullanan kitlelerin büyük çoğunluğunun boş vakit geçirme ve eğlenme amaçlı kullandığını göstermektedir. Bu amaçlarla müzik dinleme, film ve video izleme ve program indirme gibi aktiviteler yapmaktadırlar (Hampton, Livio ve Goulet, 2010).

Sosyal medyada görsel öge kullanımının ön plana çıkmasıyla birlikte bu platformlar resim, fotoğraf paylaşımlarının merkezi haline gelmiştir. Öyle ki kullanıcılar arasında sosyal medyada yayınlamak için fotoğraf çekme ya da selfie yapma davranışları ortaya çıkmıştır. Ayrıca sosyal medyada kullanıcılar sadece kendine ait resimleri paylaşmıyor aynı zamanda sosyal medyada ve ya internette yaygınlaşan ve ilgi çeken video ve resimleri de ağlarındaki arkadaşları ile paylaşabilmektedirler (Göker vd., 2010:189).

Yapılan araştırmalar sosyal medyanın en popöler kullanım amaçlarından biri olarak video, resim, fotoğraf ve müzik paylaşımını göstermektedir. Sosyal medya kullanıcıları bu platformlarda sınırsız sayıda video, resim, fotoğraf ve müziği yükleyerek istedikleri herkesle paylaşabilmektedirler. (Akkaş, 2012:122).

Sosyal medyada görsel öğeler yani video, resim, fotoğraf kullanımı aynı zamanda kullanıcıların amaçladıkları hedef kitleye ulaşabilmesine ve bu kitleye kendilerini sunabilmesine imkân sağlamaktadır. Kullanıcılar, örneğin Youtube'a yükledikleri videoları ile müzisyen, muhabir, komedyen, direktör veya guru olarak istedikleri imajlar ile kendilerini sunabilmektedirler (Schepp ve Schepp, 2009:12-14'den akt.,Aslan, 2011:27).

Zhao vd., (2008: 1824-1826) göre; sosyal ağlardaki kimlik inşası süreci üç aşamada gerçekleşir. Bunlar; *görsel kimlik*, *listelenen kimlik* ve *anlatılan kimlik* olarak sıralanmaktadır. Bunlardan örneğin, duvar gönderileri, resimler ve fotoğraflar görsel kimlik inşasını simgelemektedir.

Bu bağlamda kullanıcılar izledikleri filmleri, TV programlarını veya okudukları kitapları sosyal ağlarda paylaşarak kendi ilgi alanları hakkında diğer kullanıcılara bilgi vermektedirler. Böylece, resim ve fotoğraf paylaşımlarındaki “beni izle” iması, ilgi alanlarının sunulmasıyla “sevdiğim/yaptığım/okuduğum/dinlediğim şeylere bak” imasına dönüşmektedir.

Kısacası kullanıcılar sosyal medyada her paylaştıkları görsel ile kendi benliklerini takipçilerine sunmaktadırlar.

2.3.3.4.Oyun Oynama Amacıyla Katılım

Boş vakit geçirmenin en eğlenceli hali olan oyun; belirli kurallar çerçevesinde birden fazla kişi ile birlikte bir taraftan eğlendirirken, bir taraftan da yetenek ve zekâ gelişimine yardımcı olan, birtakım etkinlikler şeklinde tanımlanabilir. Oyun etkinlikleri günümüze gelene kadarki süreçte çok çeşitli şekillerde gerçekleştirilmiştir (Ulutaş, 2011: 236).Bu oyun türlerinden biri de dijital oyundur. Dijital oyun; bu gün internet ortamının sunduğu dijitallik, etkileşimlilik, sanallık, değişkenlik, modülerlik özelliklerini bünyesinde barındıran ve bu özellikleri ile oyun ortamı sunan etkileşimli bir mekândır” (Yengin, 2012: 111).

Dünyada oynanan ilk mobil oyun olan ‘Tetris’ ile başlayan dijital oyunların, zamanla ve çok hızlı bir şekilde sayıları ve çeşitliliği de artmış ve internetin hayatımıza girişi ile oyun türleri de zamansız ve mekânız bir dönüşüme uğramıştır (Castells vd., 2007: 97).

Sosyal paylaşım ağları kullanıcıların boş zamanlarını geçirmeleri amacıyla oluşturulmuş platformlardır. Özellikle kullanıcılarına sundukları çeşitli eğlendirici etkinliklerle diğer internet sitelerinin fonksiyonlarını da üstlenmiş gözükmektedir. Sosyal medya kullanıcılarına sunduğu hizmetlerden biri de ‘oyun’dur. Geliştirilen farklı türlerde ki oyunlar sosyal ve interaktif nitelikleri ile kullanıcılarının bir taraftan oyun oynayarak eğlendikleri bir taraftan da bu oyunları oynayan kitle ile sosyalleştikleri bir iletişim ortamı haline gelmiştir (Göker vd., 2010:189).

Sosyal medya platformlarında kullanıcılar etkileşimli bir şekilde çeşitli oyunlar oynayabilmekte, bu oyunlara arkadaşlarını davet edebilmektedirler. Sosyal medya platformlarının ve özellikle Facebook'un dünya genelinde yaygınlaşması ve kullanıcı sayısının artması oyun firmalarının dikkatinden kaçmamış, sosyal platformlarını aynı zamanda bir oyun mekânı haline getirmek için bir takım anlaşmalar yapmışlardır. Bu platformlardan Facebook'ta Zynga'nın geliştirdiği oyunlar oldukça popülerdir. Bu oyunlar arasında CityVille, FarmVille, Texas HoldEm Poker ve FrontierVille gibi sayısı bini aşan oyunlarla adeta bir oyun bahçesi kurmuşlardır. Kullanıcılar bu çok geniş oyun alternatiflerinden istediklerini seçerek ücretsiz bir şekilde oynayabilmektedirler (Akkaş,2012:122, www.socialbakers.com, 2019).

2.3.3.5.Örgütlenme Amacıyla Katılım

Sosyal medya ortamları, sahip oldukları donanımlarla kullanıcılara toplumsal sorun ve olaylardan anlık haberdar olma ve bunlara anında tepki verme imkânı sağladığı gibi yine sanal ortamda örgütlenmelerini de mümkün kılmaktadır (Şener,2013: 255).

Sosyal medya kullanımı neticesinde birey duyarlılık gösterdiği dini, siyasi, çevresel, ekonomik birçok toplumsal olayı, çok kolay bir şekilde takip edebilmekte, bu olaylara tepki verebilmekte, sosyal medyada örgütlenerek birlikte harekete geçebilmektedir.

Sosyal medyada kullanıcılar kendileri gibi düşünen başka kullanıcılarla bir arada olma eğilimine sahiptir. Kullanıcıların kendileri gibi düşünen başka kullanıcılarla

oluşturdukları grubun ismi çoğunlukla kendilerini bir araya getiren ortak fikir ve ya ideolojiyi yansıtır niteliktedir. Sosyal medyada oluşturulan bu gruplar, grubu var eden amaçlarla ilgili konularda çeşitli kampanyalar düzenlemektedirler. Grubun üyeleri bu kampanyaya destek vermek için davet edilmekte ve kampanyayla ilgili gelişmeler hakkında bilgiler sıklıkla güncellenmektedir (Toprak vd., 2009: 45-47). Bu konuya verilecek en iyi örneklerden biri, Türkiye’de 2008 yılında sosyal medyada başlatılan “Ermenilerden özür diliyoruz” imza kampanyasıdır. 1915 yılında pek çok Ermeni'nin hayatını kaybettiği zorunlu göçün yol açtığı olaylar nedeniyle Ermeni soykırımı iddiası dile getirilmiş ve bu motivasyonla sosyal medyada Ermeni halkından özür dilemeyi amaçlayan “Ermenilerden özür diliyoruz” imza kampanyası başlatılmıştır. Buna karşılık böyle bir soykırımın yapılmadığını, hatta tam tersine söz konusu dönemde Ermenilerin Türk halkına saldırılarda bulunarak birçok Türk’ün ölümüne neden olduklarını dile getiren taraftarlarca da “Ermenilerden özür dilemiyoruz” imza kampanyası başlatılmıştır.

Grupların sosyal medyadaki sanal örgütlenme eylemlerin bazı durumlarda gerçek yaşamada devam ettirme girişimlerinin de olduğu görülmektedir. Söz konusu girişimler yardım kampanyaları, taraf ya da karşı olunan olaylarla ilgili imza kampanyaları, protesto yürüyüşleri gibi olabileceği gibi yıkıcı ve zarar verici tarzda da gerçekleşebilmektedir. (Toprak vd., 2009: 45-47).

Sosyal medyanın örgütlenme amaçlı kullanımı, sadece siyasi örgütlenme amaçlı değil birtakım farklı amaçlı gruplar da sosyal medya ortamlarında kendi karşı duruşlarını ve buna bağlı söylemlerini dolaşıma sokmakta ve böylece diğer kullanıcılarla söylemlerini ve etkinliklerini paylaşmakta ve sanal âlemin dışında, gerçek dünyada da örgütlenme ve eylem çağrılarının sanal mekânı olarak kullanılmaktadırlar. Bunun en iyi örneği ülkemizde 28 Mayıs 2013’te başlayan “Taksim Gezi Parkı Eylemleri” dir. Bu süreçte sosyal medyada çok yoğun paylaşımlarla, bireylerin bir araya getirilmesi ve kitleler halinde toplu hareket ettirmesi sağlanmıştır. “Gezi parkı eylemleri sırasında meydana gelen olaylar üzerine Twitter’ın en aktif kullanılan sosyal ağ olduğu görülmektedir. Somemto’nun hazırladığı analize göre 31 Mayıs – 6 Haziran tarihleri arasında tam 91.377.342 adet Türkçe tweet atıldığı ortaya çıkmıştır (Topbaş ve Işık, 2014:218). “Taksim Gezi Parkı Eylemleri” dışında kadına yönelik şiddeti protesto etmek amacıyla girişilen her türlü etkinlikte yine çevrim içi sosyal medyada başlayıp, çevrim

dışı yaşamda da devam ettirilebilmektedir. Bunlardan en fazla dikkat çekici olanlardan biride “Münevver Karabulut Cinayeti” ile ilgili (Toprak vd., 2009: 45-47) yapılan eylemlerdir.

Sadece Türkiye’de değil dünyada da etki uyandıran toplumsal eylemler sosyal medya üzerinden sağlanan örgütlenmelerle gerçekleştirilmiştir. “Arap Baharı, Wall Street’i İşgal Et” gibi yüksek katılımın sağlandığı eylemlerde dünyada büyük ses getiren olaylardandır (Babacan,2014: 143).

Sosyal medya ortamında çeşitli amaçları gerçekleştirmek için oluşturulmuş yasal ya da yasadışı birçok gruba rastlanmaktadır. Bunlardan en çok dikkat çekici olan örnek siyasi amaçlarla oluşturulmuş örgütlenmelerdir. Özellikle siyasi partiler ve onların adayları, sosyal medyayı reklamlarını yapmak amacıyla kullanmaktadırlar. Seçmenler sosyal medya ortamında hem siyasi partileri ve onların adaylarını takip edebilmekte hem de bu sanal ortamlarda kendi görüşlerini, önerilerini, destek veya tepki ve eleştirilerini yazarak geri bildirim sağlayabilmektedirler (Toprak vd., 2009: 48).

Sosyal medyada kullanıcıların, bütün bunların dışında, kitlelerce tercih edilme ya da doğrulanma kaygısı taşımaksızın, sadece kendi görüşlerini ifade etmek veya kendileri ile aynı fikri paylaşan kişilerle bir arada olabilecekleri sanal bir mekân yaratma amacıyla da paylaşımda bulunabildikleri görülmektedir(Akkaş,2012:124).

2.3.3.6.E-ticaret/Alış -Veriş Amacıyla Katılım

Günümüzde yoğun tempolu iş yaşantısı, uzayan ve zorlaşan eğitim hayatı, 2020’de yaşanan Covit 19 pandemisinin yol açtığı, sokaklardan uzak durma, insanlarla uzak mesafede bulunmanın zorunluluğu, bulunulan bölgede ihtiyaç duyulan ürünlerin veya çeşitlerin bulunmaması ve ihtiyaçların çeşitlenmesi gibi sıralayabileceğimiz daha birçok etken, bireylere önemli bir avantaj ve fırsatlar mekânı haline gelen sanal ortamda alış veriş yapmayı tercih edilir hale getirmiştir. Bireyler için internet üzerinden satın almak istedikleri tüketim mallarına kolayca ulaşmak, alışveriş merkezlerinde ya da çarşıda gezmenin yerini almaya başlamıştır.

Sosyal medyayı kullanan kişi sayısının çokluğu ve sosyal medya kullanıcılarının kişisel bilgilerine kolayca erişilebilir olması gibi etkenler, ticari alanda bu sosyal medya platformlarını özellikle de Facebook’u önemli bir cazibe merkezi haline getirmiştir. Bu imkânı ile Facebook önemli bir reklam aracı haline gelmiş; herhangi bir ürünü ideal

tüketici kitlesi için görünür kılarak bu ürünlerin kolayca tanıtımının yapılması fırsatını sunmaktadır (Toprak vd., 2009: 49). Bu reklamları gören bireyler ihtiyaç duydukları bu ürünleri satın almak için bu kanalları tercih etmeye başlamıştır.

Bunların dışında İnternet aracılığıyla oluşturulan sanal toplulukların alış veriş açısından önemli cazibe merkezleri haline geldiğini söylemek mümkündür. Üretici, tüketici ve satıcının bir araya gelerek kolayca alış veriş yapabildikleri ortamlar olarak E-Bay.com, HepsiBurada.com, N11.com, Trendyol.com, GittiGidiyor.com gibi markaların İnternet siteleri örnek olarak gösterilebilir. Bu platformlarda, alıcıyla satıcının karşılıklı etkileşim kurabilmesinin dışında; bu sanal toplulukları kullanan kullanıcılar tarafından, markaların ürünleri hakkında olumlu olumsuz tüm özellikleri de ifade edilebilmekte ve diğer kullanıcılarla paylaşılabilir (Shih, 2009: 81).

“Online shopping” şeklinde isimlendirilen bu tür kullanım, sanal ağları en yaygın kullanım araçlarından biri haline getirmektedir. Sanal ağların bu tür kullanımı özellikle 1990’larda, Pizza Hot, Intershop, Amazon ve e-Bay tarafından yapılmıştır. Zamanla “On Line Shopping Mall” lar gelişmiştir. Kullanıcılar istedikleri her an arama motorlarında istedikleri ürünü arayarak ve fiyat karşılaştırması yapabilmekte, ürün yorumlarını okuyarak tercih yapabilmekte, satın alıp beğenmedikleri ürünü iade edebilmektedirler. Araştırmalar, sanal ağlarda alış veriş yapan insanların çoğunlukla orta sınıf ve üzeri, eğitilmiş insanlardan oluştuğunu göstermektedir (Erdoğan, 2015:222-223)

Ayrıca İnternet ortamının sağladığı sanal topluluklardaki üyelerin arkadaşlık bağlantıları sayesinde, ağdaki üyeler herhangi bir fiziksel mekâna ihtiyaç duymaksızın kendi ürünlerinin de reklamını ve satışını yapabilmekte ve dolayısıyla kişisel bir pazarlama da yürütülebilmektedirler (Shih, 2009: 81).

Sosyal medya fenomenlerinin bu konudaki reklam aracılığını da burada ifade etmek gerekir. Şöyle ki sosyal medya fenomenleri takipçilerinin ilgisini çekmenin dışında aynı zamanda markalar ve kurumların da reklam aracı haline gelmektedir. Sosyal medya platformlarının mümkün kıldığı ‘influencer marketing’ günümüzde en fazla kullanılan pazarlama tekniklerinden biri olarak kullanılmaktadır. ‘Influencer marketing’, sosyal medya ortamlarında herkes tarafından bilinen ve görüşlerine güvenilen, ünlü kişilerin ürünle ilgili edindikleri bilgilerini paylaşarak, ağlarındaki başka kullanıcıları bu ürünü satın alma noktasında motive etmekte ve onları satın alma ve tüketim davranışları konusunda yönlendirmektedirler. (Yaylagül, 2019:222).

Tüm bu etkenler neticesinde sanal pazarlama mekânları gün geçtikçe sayılarını arttırmakta ve büyümeye devam etmektedir. Metaforik bir anlatımla bireyler artık günümüzde “dijital cüzdanlarla” hayatlarını devam ettirmeye başlamışlardır (Solomon, 2003:104-105).

2.3.3.7.Haberleşme/İletişim Amacıyla Katılım

Yapılan çalışmalarda internet, sosyal medya ve sosyal ağları kullanım amaçlarının neler olduğu konusunda kullanıcıların verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde en yüksek oranda özellikle, sosyal ağları, gündemi izlemek ve bilgi akışını sağlamak için kullandıkları cevapları tespit edilmektedir. Bireyler artık haberleri gazetelerden geriden takip etmek yerine, sanal ortamda oluşturulan sanal gazetelerden ya da diğer haber kanallarından anlık takip etmeyi tercih etmeye başlamışlardır.

Bu bağlamda günümüzde, sosyal medyanın yoğun bir şekilde kullanımı neticesinde haber sitelerinin de web 2.0 özelliğini kullanmaya başladığı görülmektedir. Web 2.0 araçları kullanılarak oluşturulmuş haber sitelerinde yer verilen haberleri, kullanıcılar anlık takip edebilmekte ve bu haberlere eşzamanlı yorum yapabilmekte; ayrıca, haberi kendi sosyal ağlarında anında paylaşabilmektedirler.

Ayrıca Facebook, Twitter ve Instagram ve bunlar gibi benzer nitelikteki sosyal medya platformlarında; ağdaki diğer kullanıcıların nerede, ne zaman, ne yaptıklarını kolayca takip edip sanal ortam arkadaşlarından hatta arkadaş olmadıkları kişilerden dahi kolayca haber alabilen bireyler, meraklarını da bu şekilde giderebilmektedirler. Ayrıca kendileri yaşantılarına dair duyurmak istedikleri haberleri de sosyal medyada paylaşarak diğer kullanıcılara kendileri hakkında haber verebilmektedirler.

Yine sanal ortamda e-mail kullanımı oldukça yaygınlaşmış ve her vatandaşın bir e-postasının olması zarureti ortaya çıkmıştır. Geleneksel haberleşme araçları artık terkedilmeye başlamış ve bunların yerine haberleşmenin daha az masraf ve emek harcanarak, çok kısa zamanda hatta saniyeler içinde anlık gerçekleştirildiği bir dönem yaşanmaya başlamıştır.

Yine burada ifade edilmesi gereken önemli bir nokta; sosyal medyanın sağladığı anlık yazılı, sözlü ve görüntülü iletişim imkânı ile telefonların ve mektupların yerini almaya başlamış olmasıdır. Pahalı olan diğer haberleşme yöntemlerine nazaran neredeyse bedava diyebileceğimiz bir haberleşme imkânı ile dünyanın diğer ucundaki tanıdıklarımız

ile yazılı, sesli ve görüntülü iletişim kurma imkânı sağlayan sosyal medya bu açıdan da yoğun bir şekilde kullanıma nedenlerindedir.

Tüm bu gelişmelere ek olarak son zamanlarda Türkiye’de ortaya çıkan Onedio, Line, Haberself, Poltio gibi mizah odaklı sosyal içerik platformları; kullanıcılar tarafından yoğun bir şekilde tercih edilmeye başlamıştır. Sanal ortamda bulunan bu tür platformlarda, kullanıcılar kendi bireysel çabalarıyla oluşturdukları içeriği söz konusu platformlara yükleyerek bu içerikleri herkesin görüp okuyabileceği ortak kullanıma açarak yaygınlaştırma imkânı elde etmektedirler.

Bu gelişmeler sanal ortamların bireyler tarafından haberleşme amacıyla çok yoğun bir şekilde kullanılması sonucunu ortaya çıkarmıştır.

2.3.3.8.Flört ve Evlilik Amaçlı Katılım

Günümüzde teknolojinin özellikle sosyal medyanın hayatımıza girişi ile gündelik yaşam pratiklerimizin de bu sanal ortama aktarılması sonucunu doğurmuştur. Özellikle insanların duyduğu duygusal ve psikolojik ihtiyaçlar, kendilerini uzaktan ifade etmenin verdiği rahatlık sayesinde sosyal medya aracılığı ile karşılanır hale gelmektedir.

Sosyal medyada bazı platformlar romantik ilişkiler kurabilme ihtiyacı doğrultusunda kurulmuş ve bu ihtiyacı karşılama yönünde hizmet vermektedir. Çöpçatanlık siteleri olarak isimlendirilebilecek, yukarıda Şekil 2’de isimleri verilmiş sitelerin bir kısmı bu yönde hizmet veren site örnekleridir.

Yapılan araştırmalarda sosyal medyanın karşı cinsten kullanıcılarla arkadaşlıklar kurmak için yoğun bir şekilde kullanıldığını göstermektedir. Bu bağlamda sosyal medyanın bireylerin duygusal ihtiyaçlarını tatminde önemli bir araç haline geldiği ifade edilebilir. Özellikle karşı cins ile iletişim güçlüğü yaşayan bireyler için bu tür platformların sağladığı ortam önemli bir sığınak olmaktadır.

Ancak bu tür sitelerde kullanıcılar kendilerine ait bilgileri diğer kullanıcılarla paylaştığından, dolandırıcılık, istismar ve şantaj gibi sorunlara maruz kalabildiği gibi, ayrıca evlilik vaadiyle kandırılan birçok kullanıcı çeşitli olumsuz olaylara da maruz kalabilmektedir.

2.3.3.9. Cinsel Amaçlı Katılım

Sosyal medyanın kullanım amaçlarından biride cinsel amaçlı kullanımdır. Sosyal medya kullanıcılarının bir kısmı da karşı cinsle iletişim kurmak amacıyla bu platformları kullanmaktadırlar. Ayrıca Sosyal medyada açılan bazı hesaplarda, bazı kullanıcıların cinsel içerikli öğeleri ön plana çıkararak paylaşımda buldukları görülmektedir. Hatta söz konusu hesaplarda kullanıcılar kendi iletişim adreslerini de paylaşarak ağlarındaki başka kullanıcıları ile bu manada kendileri ile iletişime geçmeye davet etmektedirler (Toprak ve ark., 2009:53).

Bunun dışında farklı cinsel tercihleri olan bireyler sosyal medya platformlarını kendileri gibi olanlarla bir araya gelmek, tercihlerini özgürce ifade etmek gibi gerekçelerle de kullanmaktadırlar. Sosyal medya örneğin “LGBTİ” gibi platformlarda gay, lezbiyen, heteroseksüel vs. türden cinsel tercihleri olan bireylerinde en önemli mekânlarından biri haline gelmiştir.

Sosyal medya ortamında cinsel içerikli sayfaların bir başka şekilde, kullanıcılar tarafından oluşturulan, sahte kimlikler üzerinden, başka kullanıcıları yanıltma durumudur. Bu durum bazen bazı ünlü kişiler adına açılan sahte hesaplar ile gerçekleştirilmektedir (Akkaş, 2012:124)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: SANAL SOSYAL AĞ AİDİYETİ VE DİJİTAL YERLİ GENÇLİK

3.1. Aidiyet Kavramının Sosyolojik İzahı

Dijital yerli gençlerin sanal sosyal ağ aidiyetlerinin anlaşılabilmesi için öncelikle aidiyet kavramının açıklığa kavuşturulması gerekmektedir. İnsanlar için önemli bir ihtiyaç olan aidiyet, bireyin kimlik inşasında önemli bir unsur olmakla birlikte, değişik türlerde gerçekleşerek, bireyin toplumla bütünleşmesini sağlamaktadır.

Bu bağlamda araştırmanın bu kısmında, aidiyet kavramı, farklı açılardan ele alınarak konu açıklığa kavuşturulmaya çalışılmıştır.

3.1.1. Aidiyet Kavramı

Aidiyet, en temel manada “ilişkinlik”, “ait olma” gibi ifadeleri içermekle birlikte “insanın kendini emniyet ve güven içinde hissettiği bir grupta duygusal bağ kurması” ya da başka bir ifadeyle bireyin bir sistem ya da çevreye karışma deneyimi, bireyleri sistemin ya da çevrenin bir parçası olarak eklemlenmeye yönelten hisler(Güneş, 2014: 15, Levett-Jones vd., 2007: 211) şeklinde tanımlanabilir.

Sosyoloji, psikoloji, sosyal psikoloji ve beşeri bilimler alanlarında konu edilen aidiyet kavramı ile bireylerin; bir mekâna, bir millete, dine veya dile, bir topluluğa, kuruma ya da kuruluşa, bir gruba, ideolojik bir fikre, spor takımına, bir insana hatta bir nesneye yönelik hissettikleri güçlü bağlılık duygusu olarak ifade edilmektedir. “Bütün bu aidiyetler her hâlükârda aynı anda, elbette aynı derecede önem taşımazlar. Ama hiçbiri de tam olarak anlamsız değildir” (Maalouf, 2014: 16).

İnsanlar; kişilerarası ilişkiler konusunda kalıcı, olumlu ve önemli ilişki yaratma ve bunları koruma konusunda yaygın bir aidiyet içgüdüsüne sahiptir. Bu içgüdüü tatmin etmek için iki kriter mevcuttur. Her şeyden önce, bireylerin karşılıklı uzun süreli duygusal ilgiyi sürdürmek için genellikle bir veya birkaç kişiyle hoş duygusal etkileşim kurması gerekir. İkinci olarak ise, bu etkileşimler sırasında bireylerin bu ilişkilerin iyi gitmesi için özen göstermesi gerekir (Baumeister and Leary, 1995). Anant (1966), aidiyet duygusunu, bireylerin kendilerini bu sistemin veya çevrenin bir parçası olarak algıladıklarında bu sisteme veya çevreye kişisel bağlılıkları olarak tanımlamaktadır. Hagerty ve ark.(1992)

göre ise, söz konusu sistem bir ilişki veya organizasyon olabileceği gibi doğal veya kültürel bir ortam da olabilir. Bu kavramsallaştırmada aidiyet iki boyutta tanımlanmaktadır. Birincisi, değerli katılımı ilgilidir: Değerli olma, ihtiyaç duyulma ve kabul görme duygularını yaşamak. İkincisi ise, uyumla ilgili: bireylerin özellikleri ve sistemin veya çevrenin tamamlayıcılığına ilişkin algıları.

İlk çağlardan itibaren insanlar mensup oldukları topluluklara aidiyet duygusu ile bağlanmışlardır. Özellikle doğa ile mücadele, dış tehditler, ulaşım ve iletişim zorlukları, insanların bir arada yaşaması mecburiyetini doğurmuştur. Bu birlikte yaşam onların kendi içlerinde uyumlu ve düzenli bir biçimde çalışmalarını sağlarken bireyin o gruba aidiyetini sağlamıştır (Karakeçili, 2015: 2).

Bauman ise toplumsal aidiyet kavramını “biz” ve “onlar” kavramları ile açıklamaktadır. O’na göre (1998: 51) “biz” denilen ortam, hâkim olarak birincil yüz yüze ilişkilerin gerçekleştiği, gruba aidiyet duygusunun ortaya çıktığı, içinde güvenlikte ve huzur içinde hissedilen bir yerdir. “Onlar” denilen ortam ise bireyin kendini ait hissetmediği, istenilmeyen bir yerdir. “Onlar”, “biz” den olmayan her şeydir. Bu bağlamda onlar ve biz sadece iki sosyal grubu tanımlamaz, hatta birbirine tezat iki tutum arasındaki; sempati ve antipati, güven ve güvensizlik, emniyette hissetmek ve korku, işbirliği ve mücadele arasındaki farkı da temsil etmektedir.

Aidiyet bireyi sarmalar ve sosyal çevre ile arasında kurduğu tüm ilişkilerde doğrudan ya da dolaylı şekilde ortaya çıkan örnekler sunar. Bireyin içinde doğduğu sosyal çevre benliğinde doğrudan bir aidiyet duygusunun oluşmasını sağlar. Bu şekilde sosyal bir varlık olan bireyin de yaşamı boyunca yaptığı tercihlerin bir sonucu olarak oluşur.

Aidiyetin gereklilikleri de bu duruma göre, doğum ile birlikte gelen ve normalleştirilen sosyal çevreye (etnik kimlik, aile, din, vatan vb.) göre şekillenebileceği gibi bireyin seçimleri ile de oluşabilir. Aynı zamanda güncellenebilir ve değişkenlik de arz edebilir. Bu sebeple de eğitim, siyaset ve ekonomik çevreler gibi değişkenlerin de söz konusu olduğu boyuttan da bahsedilebilir. Dolayısıyla da ben kimim sorusu kimlik olgusunu açıklamayacağı için disiplinler arası işbirliğine ve etkileşime ihtiyaç duyulur. Bütün bireyler kendi kimlik özelliklerini barındıran bir takım sosyal, kültürel, psikolojik, ekonomik öğeleri davranışsal ve düşünsel olarak yansıtan toplumsal ilişkiler ve bağlar kurar. Toplumsal birer varlık olarak da yaşamını bu şekilde sürdürür. Bireyin doğumdan itibaren bir hikâyesini andıran bu gelişimi, doğumuyla dâhil olduğu sosyal kategori, kendi

çabası ve çevreyle kurduğu ilişkileri ile yavaş yavaş şekillenir. Toplumu oluşturan bireyler için aynıdır demek oldukça zordur. Aynı zamanda birbirlerinden farklı olduğunu söylemek de aynı derecede zordur (Alptekin, 2011).

Bireyde aidiyet duygusu mekâna bağlılık olarak gerçekleşebilir. Bu bazen somut olarak ülke, şehir, köy ve ev olabileceği gibi bazen de kurgulanmış/soyut bir mekân da olabilir. Her durumda bireyin kendi varlığını tanımlaması mekândan ayrı düşünülemez (Karakeçili, 2015: 2). İnsanlar, ister gerçek ister sanal olsun, toplum içinde, sahip olduğu aidiyetlere göre konumlanırlar. Bunu Manzo ve Perkins şu şekilde ifade etmektedirler, “aidiyet kavramı sadece fiziksel unsurlara karşı oluşan bir olgu değildir. Aynı zamanda sosyal etkileşimlerin ortaya çıktığı sosyal ortamlara karşı da aidiyet oluşabilir” (2006: 335).

Bu sosyal ortamlar bir barın daimi müşterisi olabileceği gibi siyasi parti üyeliği, bir müzik grubunun hayranı veya bir suç örgütüne bağlılık şeklinde de olabilir. Böylece birey, herhangi bir Jack, Olga, Mehmet değil, şu ülkenin vatandaşı, şu şehrin insanı, şu kurumun çalışanı, şu partinin, derneğin veya kulübün üyesi gibi etiketlerle daha tanımlayıcı bir etikete kavuşmuş olur (Alptekin, 2011: 23).

Daha önce de ifade edildiği gibi bireylerin aidiyet hissettikleri sosyal çevreye (etnik kimlik, aile, din, vatan gibi kurumlara) son yıllarda sanal ağlarda katılmıştır. Bireyler günün büyük bir kısmında sanal ağlarda vakit geçirmekte ve bu sanal ağlarda sosyalleşmektedirler.

Sanal sosyal ağlar bireylere yeni aidiyet ortamları yaratmaktadır. Geleneksel topluluklardan farklı niteliklere sahip olan sanal topluluklar içinde bireyler, sanal da olsa yalnızlıklarını ve sıkıntılarını paylaşacakları, içlerini dökebilecekleri veya karşılaştıkları sorunların çözümüne katkı sağlayabilecek yeni dostlar edinmektedirler. Böylelikle sanal ağlar insanların yalnızlık hislerini gidermelerine katkı sağladığı gibi onlara yeni mensubiyet hissettikleri gruplara katılma imkânı da vermektedir (Robins, 1999: 148).

Yaşadığımız dijital dönemde ortaya çıkan “Ağ Topluları” ile birlikte, gençlik kültürü de dönüşüme uğramıştır. Bu gün artık gençler; yenilik ve özgürlük isteklerini, gizleyebildikleri kimlikleri ve ifade ettikleri yeni aidiyet alanlarını, İnternet üzerinden sanal sosyal ağlarda inşa etme imkânı bulmaktadırlar. Ayrıca sanal sosyal ağların sunduğu bu yeni kültürel ortamlar ve kimlikler; gençleri özgürleştirdiği gibi, onları başat ve homojen tüketim kültürüne eklemlenmektedir (Güzel, 2006: 14).

3.1.1.1. Bir İhtiyaç Olarak Aidiyet

Bireylerin aidiyet ihtiyacının Antropoloji, Psikoloji, Sosyoloji, Sosyal Psikoloji gibi beşeri bilimlerin konusu oluşu ifade edilmiştir. Bu bilimlerden Antropoloji araştırmaları yapan antropologlar en ilkel topluluklarda dahi insanların içinde buldukları gruplara aidiyet hissettiklerini ve davranışlarını bu aidiyetler çerçevesinde gerçekleştirdiklerini tespit etmişlerdir.

İlkel topluluklarda aidiyetin ortaya çıkış sürecine ilişkin yapılan antropolojik araştırmalarda, aidiyetin sosyal davranışlar üzerindeki belirleyiciliği üzerine önemli bulgular elde edilmiştir. Antropologların yaptıkları araştırmalara göre ilkel topluluklardaki insanlar için, yeme, içme, barınma gibi fizyolojik ihtiyaçların giderilebilmesi, doğayla mücadele, yırtıcı hayvanlardan veya başka topluluklardan gelebilecek saldırılara karşı güvenliğini sağlama yerleşik hayatta gerekli olan düzeni sağlama gibi temel hayati eylemlerini gerçekleştirebilmek için, işbirliği, dayanışma ve uyumun olduğu bir topluluk içinde olmak varlığın devamı için önemli görülürdü (Levett-Jones vd., 2007: 212).

Bu bağlamda, ilkel topluluklardan kastettiğimiz ilkel klan ailesinden, bu gün ulaştığımız dijital çağa kadar aidiyet bireyin temel ihtiyaçlarından biridir. Bireyin temel ihtiyaçlarından biri olan aidiyet ihtiyacının altında yatan psikolojik sebeplere odaklanan psikologlardan Abraham Maslow, Psikolojide 1900' lü yılların başlarında insan davranışlarını ortaya çıkaran en önemli faktörün ihtiyaçlar olduğunu savunarak "İhtiyaçlar Kuramı" nı ortaya atmıştır.

Abraham Maslow'a göre insan, birbirine sıkı sıkıya bağlı ihtiyaçların oluşturduğu bir bütündür. Bu ihtiyaçlar belirli ve üst üste gelecek şekilde öneme sahip bir hiyerarşiye göre sıralanır (Güleç, 2002: 37). Ayrıca çoğunlukla bir alt düzeydeki ihtiyaç doyurulmadan, hiyerarşide daha üst sıradaki bir diğer ihtiyacın giderilmesine ait bir çabanın sergilenemeyeceğini iddia eden Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine dair oluşturduğu piramit şekil aşağıda verilmiştir (Aydın, 2003: 102):

Şekil 3: Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi



Kaynak:Özgen, 2019: <https://www.slideshare.net/FerhatOzgen/ihtiyaclar-hiyerarşisi-142225579>

Şekil 3. te görüldüğü gibi ihtiyaçlar önem sırasına göre hiyerarşik bir şekilde dizilmiştir. En altta ve en önemli görülen ihtiyaçlar; bireyin varlığı ve devamının sağlanabilmesi için gerekli olan fizyolojik ihtiyaçlardır. Yeme, içme, barınma gibi temel gereksinimler ve daha sonra güvenlik ihtiyacı giderildikten sonra birey aidiyet ve sevgi ihtiyacı duymaktadır.

Maslow'a göre bireyin duyduğu aidiyet gereksinimi, diğer insanlar tarafından tanınma ve kabul edilme, değerli ve önemli olma ihtiyacıdır. Bireyler bu ihtiyaçlarını gidermek için ortak ilgi, ortak fikir, ortak yaşam tarzı, ortak amaç vb. ortaklıklara sahip olduğu insanlarla bir araya gelerek oluşturdukları gruplara katılır ve bu gruplara aidiyet bağı ile bağlanır.

Önemli bir ihtiyaç olarak kabul edilen aidiyet ihtiyacının giderilmediği durumlar çeşitli yoksunluklar ortaya çıkarmakta ve bir takım problemlere neden olmaktadır. Anksiyete, duygu durum bozuklukları, kaygı, depresyon, yalnızlık ve yabancılaşma, ilişki kurmada ve devam ettirmede sorunlar gibi duygusal ve sosyal problemler, bireylerin aidiyet gereksinimlerini karşılamadaki başarısızlıklarından kaynaklanmaktadır. Öyle ki,

yeme bozukluğundan intihara kadar davranışsal birçok patoloji, aidiyet bağlarından yoksun bireylerde yaygın olarak görülmektedir (Baumeister ve Leary, 1995).

Aidiyet ihtiyacının giderilmesi için, bireyin içinde olduğu grubun önemli bir parçası olduğunu hissetmesi oldukça önemlidir ve aidiyet gereksiniminin giderilmesi bireyin yaşam doyumunu ve hayattan beklentilerini etkilemektedir. Bununla birlikte, aidiyet ihtiyacının giderilememesi durumunun yarattığı yoksunluk ile intihar arasındaki bağı vurgulayan Durkheim, ünlü “intihar” çalışmasında bunun bencil intiharlara yol açabileceğini belirtir. O’na göre bencil intihar, bireyin toplumun ortak amaç ve hedefleriyle bütünleşme konusundaki yetersizliği neticesinde ortaya çıkmaktadır. Bu bütünleşme yetersizliği bireyin hayatında anlamsızlık duygusu yaratmakta ve böylece birey hayatı anlamsız görerek intihar davranışına yönelebilmektedir.

3.1.1.2. Bir Kimlik İnşası Aracı Olarak Aidiyet

Bugün literatürde sosyolojik olarak; özcü anlayışa göre; “kurgulanan ve inşa edilen” anlamında kullanılan kimlik, tutarlı ve yaşam boyu az çok aynı kalana ters biçimde kurulan anlamıyla ilk kez 20. yy. ele alınmıştır. Latince kökeni “idem” kelimesinden gelmekle birlikte “aynılığı ve sürekliliği” olan anlamına gelmektedir (Marshall, 1999:405). Türkçe’de kimlik kavramının karşılığı ise, kim ve kimlerden(sin)? Sorusundan kaynak alan, zorunlu bir aidiyet işaretidir.” (Kılıçbay, 2003: 155) Kimlik kavramı “Ben kimim?” sorusuyla olduğu kadar “Ben nereye aidim?” sorusuyla da bağlantılı bir kavramdır (Gleason, 2006:194) Kimlik kavramı; çoğu kez aidiyet yerine kullanılmakla birlikte, diğer insanlarla paylaştığımız ortak noktalara ya da diğerlerinden bizi ayıran farklı noktalar anlamında bir aidiyet problemidir (Weeks, 1998:85).

Sosyolojik olarak kimliğin genel özelliklerinden biride bütüne bağlı kurulması, ait olma durumu, aidiyet duygusu içermesidir. Toplumsal kimlik bireyin ait olduğu toplumun değerlerine, sanatına, diline, inanç yaklaşımına, gelenek-görenekler ve diğer tüm kurumsal yapıları ile bağlantılı bir aidiyet bilincini belirtir. Birey kendi toplumunu diğer toplumlar ile arasındaki benzerlikler, karşıtlıklar ve çatışmalara yüklediği anlamlar etrafınca tanır. Bu toplumsal kimlik vasıtasıyla yaşam pratiklerine ve gündelik hayata katılır (Özdemir,2001:2).

Bireyler topluma çeşitli grup aidiyetleri ile katılır ve bu aidiyetleri ile varlık gösterirler. Farklı sosyal kategorilerde topluma üyelikleri bulunan bireyler içinde buldukları gruplarla değişen oranlarda özdeşimler kurarlar ve kimliklerini bu özdeşim çerçevesinde oluşturdukları aidiyetleri ile şekillendirmektedirler. Bireyin sahip olduğu ve kendisini ait hissettiği özellikleri, cinsiyeti, dini, dili, milliyeti, etnik grubu vb. onun hayatını, kim olduğunu ve toplum içindeki varlığını belirleyen ona bir kimlik kazandıran niteliklerdir.

Bu bağlamda bir kimliğin bir özelliği göstermekte olduğu ve bu kimliğin işlevi kendine benzeyenler ile benzemeyenleri ayırt etmek olduğuna göre kimliğin bir aidiyet gerçeği olduğu kendiliğinden ortaya çıkmaktadır (Ergun, 2000:122).

Yapılan bazı bilimsel çalışmalarda bilim adamları, kimliğin test edilmesinde, insanların, kendi kendilerine ardı sıra ve çok kez “Ben kimim?” (Kuhn ve Mc Partland’ın “Who am I?” testi ya da “Twenty Statements Test”) sorusunu sorarak bu soruya cevap vermelerini istemişlerdir. Bu araştırmalarda, deneye tabi tutulan bireylerin cevaplarının büyük bir kısmı, mensubiyet duygusu taşıdıkları çeşitli gruplara aidiyetlerini gösterecek niteliktedir. Bu araştırmalar, bireylerin kimlik tanımı için sadece kişilik özellikleri değil aynı zamanda toplumsal statü ve rollerinin de kimlik tanımında önemli bir faktör olduğunu göstermiştir (Bilgin, 2001: 9).

Bu bağlamda bireylerin kimliklerini oluştururken içinde buldukları gruplarla özdeşleşmekte oldukları ifade edilebilir (Schnaper,2005:151). Kendilerini özdeşleştirdikleri gruplara aidiyet hisseden ve grubun hedef ve idealleriyle bütünleşen birey kendi grubunu diğerlerinden daha doğru, üstün ve önemli görmekte ve gruba sıkı sıkıya bağlılık göstermekte ve ben kimim? sorusuna bu grup aidiyetleri ile cevap vermektedirler.

Son yıllarda internet teknolojileri kitle iletişimi ve ulaşım araçlarında yarattığı dönüşüm sayesinde bireylerin, coğrafi mekândan ve siyasi sınırlardan bağımsız olarak dünyanın her yerinden farklı insanlarla iletişim kurmalarına imkân vermektedir. Bu iletişim süreçlerinin etkileri ile bireyler kendi (özel) kimlik ve aidiyet algılarını inşa edebilmektedirler (Krzyzanowski ve Wodak, 2008).

3.1.1.3. Bir Toplumsal Bütünleşme Aracı Olarak Aidiyet

Toplumsal bütünleşme, “işleyen bir bütüne ve sosyal sisteme sahip olabilmek için sosyal sistemin parçalarının birbirleriyle uyum sağlamalarıdır” (Caplow, 1965:16-17’den akt; Erkal, 2000: 260).

Erkal(2000: 261) toplumsal bütünleşmeyi “dar anlamda boy, kabile, aşiret, cemaat mensubiyeti duygusunun aşılarak millî topluma dâhil olduğunun fark edilmesidir” şeklinde tanımlamaktadır. Erkal’ın tanımında yer alan boy, kabile, cemaat vs. daha küçük gruplara duyulan aidiyet hisleri, bireylerin daha geniş manada milli topluma bağlılık gösterebilmesi ve bütünleşebilmesi için bir alt basamaktır. Toplumsal bütünleşme, toplum içindeki küçük gruba hissedilen (boy, kabile, cemaat vs.) aidiyetin ve biz duygusunun büyük toplumsal gruba (milli topluma) taşınarak büyük toplumsal yapının yani başka bir ifadeyle milli toplumun idrakine varılmasıdır (Erkal, 2000: 276-277).

Fichter (2009: 232)'e göre ise toplumsal bütünleşme; “tutunum, dayanışma, birlik, uyarlanma ve armoni ”kelimeleri ile aynı anlamdadır ve sıklıkla toplumun değerlerini özümseyerek sosyalleşme süreçlerini belirtir.

Bütünleşmeyi özellikle manevi açıdan; içinde bulunulan toplumun değerlerine özellikle inanç, dil, gelenek, örfler, estetik beğeniler vb. gibi değerlerde ortak aidiyet duygusunun sağlanması olarak tanımlayabiliriz.

İnsanlar bir toplum içerisinde yaşar ve o toplumun normlarına ayak uydurur. Bu da bireye, hem bireysel olarak kendi olma hem de bir gruba bağlı olması nedeni ile grup mensubiyeti kazandırır. Birey grup içerisinde kendi kimliğini ifade ederken aslında çoğunlukla grup aidiyetini ifade eden unsurlarla cevaplar verir. Bu bağlamda insanın bireysel kimliği mensubiyet ve aidiyet unsurları ile şekillendirilir, dolayısıyla bireysel kimlik de aslında kolektif/toplumsal kimliğe göre şekillenir (Göka ve Beyazyüz, 2005: 21).

Sherif ve Tajfel’e göre de bireyler, bireysel kimliklerini oluştururken içinde yer aldığı gruplarla kendini özdeşleştirmektedir (Schnaper, 2005:151). İnsanın mensup olduğu millet, din ve ya siyasi vb. gruplara oluşturduğu sosyal özdeşleşmelerine bağlı olarak grup aidiyetlerine vurgu yapan ve bu gruplara olan bağlılığına göre şekillenen toplumsal ya da kolektif kimlik (Yapıcı: 2004: 55) bireylerin mensubiyet hissettikleri grupları diğer gruplardan üstün görme eğilimini de beraberinde getirmektedir. Böylece

birey kendisi için en doğru ve diğerlerinden üstün gördüğü ve özdeşleştiği gruba sıkı sıkıya bağlanarak o grupla bütünleşmektedir.

Rose (1995)'a göre bireylere kim olduğu sorusu yöneltildiğinde; toplum içerisindeki statüleri ile örneğin anne, baba, evlat, eş, arkadaş, millet, etnik grup, vatan, bölge, şehir, mahalle vb gibi toplumsal statülerine atıf yaparak cevaplar vermektedirler. Bireyler yaşamın akışı içinde farklı gruplara aidiyet duygusu geliştirebilir, bu gruplar içerisinde bazen dâhil olarak, bazen de vaz geçerek, devam eden bu toplumsal etkileşim ve bütünleşme sürecinde yeni bağlantılar kurabilir ya da eskilerinden vazgeçerek kendini yeniden konumlandırır.

3.1.2. Toplumsal Grup Aidiyeti ve Toplumsal Grup Aidiyetine İlişkin Kuramlar

Bir grup içinde bulunmak, o grup ile özdeşleşmek yani bir gruba aidiyet hissetmek her birey için zaruri bir ihtiyaçtır. İnsanlar doğası gereği sosyal varlıklardır ve yaşamlarını tek başlarına devam ettirmeleri mümkün değildir. Dolayısıyla ilkel klan ailesinden günümüz modern toplumlarına kadar insanlar bir toplumsal grup içerisinde yaşamlarını devam ettirirler.

Günümüzde internet kullanımına dayalı olarak ortaya çıkan sanal topluluklarında grup oluşturdukları bir gerçektir. İster gerçek ister sanal olsun insanlar grup normlarını benimseyerek sosyal bir grubun parçası olurlar. En az iki kişinin ortak bir hedef doğrultusunda oluşturduğu bu sosyal grupta, kendileri için ortak bir sosyal kimliği paylaşan bireyler kendilerini aynı sosyal kategorinin üyeleri olarak algılayarak, sosyal grubu oluştururlar.

Grup kavramının tek bir tanımından bahsetmek mümkün değildir. Farklı bilim adamları tarafından farklı kriterler doğrultusunda farklı grup tanımlamaları yapılmaktadır. Bunlardan “Marshall Sosyoloji Sözlüğü”nde, toplumsal grubu “Üyelerinin resmi ya da resmi olmayan ölçütlerle bir araya geldiği, göreceli de olsa istikrarlı bir sürekliliği bulunan, karşılıklı ilişkiler kurma yoluyla birlik meydana getirme duygusunun paylaşıldığı veya kendilerini oluşturdukları gruba bağlı hisseden birden fazla sayıdaki bireyden oluşan bir küme” (1999: 285) şeklinde tanımlanırken, Fichter (2009: 54) toplumsal grubu, “Müşterek toplumsal amaçları paylaşan, toplumsal normlar, ilgiler

ve değerler çerçevesinde karşılıklı roller oynayan toplumsal bireylerin tanımlanabilir, yapılaşmış, devamlı birlikteliğidir” şeklinde tanımlamaktadır.

Toplumsal gruplar işlevleri, kapsamları, üye sayıları, gevşek veya katı yapıları, gibi birçok özelliğe ve bu özelliklerin süreklilik gösterip göstermediğine bakılarak sınıflandırılabilirler. Örneğin bu özelliklerden grupların yapılarına bakılarak yapılan sınıflandırmada gruplar, yapılaşmaları en katı olandan en gevşek olana doğru uzanan bir doğru üzerine yerleştirilirler. Bireylerin sosyal rolleri göz önünde bulundurularak yapılan sınıflandırmada ise gruplar, içinde buldukları grubun mensuplarından beklentinin çok oluşundan daha az oluşuna göre tasnif edilebilirler. Başka bir sınıflandırma ise grup mensupları arasındaki iletişimin azlığına ve çokluğuna bağlı olarak yapılabilir. Grup mensuplarının paylaştıkları değerlere ya da yöneldikleri hedeflerin türlerine göre de tasnifler yapılabilir (https://cdnacikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/1920Guz/sosyo_lojiyegiris1/8/index.html).

Grup tasniflerinden en çok bilinenlerden biri de iç-grup ve dış-grup şeklindedir. İç-gruplarda, grup mensuplarının birbirlerine karşı duydukları saygı ve sadakat hisleri oldukça güçlüdür. Dış-grup ise, bireyin rekabet ve karşıtlık duyguları beslediği kendi grubu dışındaki, yabancı gruplardır. Grupların bu tarz iç ve dış gruplar şeklinde yapılan tasnifi, açıkça görüldüğü gibi, ‘biz’ ve ‘onlar’ ayrımına dayalı olarak ortaya çıkar ve tüm olumlu değer ve özellikleri ‘biz’e atfederken, olumsuz değer ve özellikleri ‘onlar’a, bizden olmayan ‘öteki’ne atfeder (Bauman, 1998: 51-52).

Grup türleri tasniflerinden en çok bilinenlerden biride, Cooley’in yapmış olduğu birincil gruplar – ikincil gruplar ayrımıdır. O’na göre birincil gruplar, mensuplarının bireysel, sürekli, resmi olmayan ve yüz yüze ilişkileri paylaştığı küçük gruplardır. Bireyler bu gruplarda sıkı bir şekilde bütünleşmişlerdir. Grubun üyeleri grubu, hedeflerine ulaşmak için bir araç değil, amaç olarak görürler. Bu gruplara geleneksel, cemaat, mekanik dayanışmacı, kapalı gruplar, dayanışmacı, resmi olmayan, ailesel, küçük gruplar, folk ve yerleşik grup isimleri de verilmektedir. O’na göre ikincil gruplar ise mensuplarının belirli bir hedef için bir araya geldiği büyük ve resmi ilişkiler üzerine kurulu gruplardır. Bu gruplarda üyeler arasında duygusal bağlar zayıftır. Grubun üyeleri grubu, hedeflerine ulaşmak için bir amaç olarak görürler. Bu gruplara, cemiyet, organik dayanışmacı, açık gruplar, resmi, büyük grup isimleri de verilmektedir. Birincil ve ikincil grup ayrımı, Tönnies’in cemaat ve cemiyet şeklinde yaptığı toplum tasnifiyle de büyük

benzerlikler göstermektedir. Cemaat, birincil grup ilişkilerinin egemen olduğu bir toplum tasnifi iken, cemiyet ikincil grup ilişkilerinin gerçekleştiği toplumlardır (Özkalp, 1995: 234-235; Elias, 2000: 81-82).

Grup tasnif kriterlerinden de açıkça görüldüğü gibi bireyin gruba hissettiği aidiyet, grubun sosyal kategorizasyon süreçleri ile yakından ilgilidir. Dinamiklerine, üye sayılarına, kapsamlarına, yapılarına, süreklilik gösterip göstermemelerine, işlevlerine vs. göre çeşitli şekillerde karşımıza çıkan toplumsal gruplar, toplumlarda çok farklı, karmaşık ve geniş süreçler içerisinde gözlemlenirler. Aidiyet hissinin bu farklı, karmaşık ve geniş durumların temel belirleyicilerinden oldukları ifade edilebilir. Çünkü açıkça görüldüğü üzere aidiyet duygusu grup olarak yaşamının karmaşık ancak kaçınılmaz yönlerini içermekte ve grubun varlığını ve devamını sağlayan en önemli unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Grup üyelerinin gruba aidiyet duygusu güçlü bir biçimde hissedildikçe, paylaşıldıkça ve vurgulandıkça grubun belli amaçlara sahip olması ve varlığını devam ettirmesi mümkün olabilir. Buna karşın üyelerin grubun amaçlarına uyumsuzluk hissetmeleri halinde grup bağlılığı yani grup aidiyeti kaybolmaya başlar ve grup dağılma eğilimi sergiler.

Bireyin aidiyet grupları ile kurduğu ilişkilere odaklanan ve kimliğin kişisel ve toplumsal yönünün vurgulandığı iki önemli kuram bulunmaktadır. Bunlardan ilki Turner'ın "Benlik kategorizasyonu" kuramıdır. Turner kuramında bilişsel yapıya odaklanmış ve açıklamalarını bilişsel yapı çerçevesinde gerçekleştirmiştir. O'na göre kişisel kimlik özerkliğin ve bağımsızlığın öne çıkarılması iken, toplumsal kimlik özerkliğin ve bağımsızlığın, yani kişisel kimliğin kaybedilmesidir. Tajfel tarafından geliştirilen "Toplumsal kimlik kuramı"nda ise kişisel ve toplumsal kimlik farklılıklarından bahsedilmektedir. O'na göre toplumsal kimlik bireyin grubun diğer üyeleri ile benzerliklerine odaklanırken kişisel kimlik bireyin grup içindeki tekilliğine ilişkin algılamasıdır. Bireyin kişisel kimliğinin olumlu algılanması onun grup içinde olumlu bir statüye sahip olmasına bağlıdır. Bireyin olumlu bir kimliğe sahip olma ihtiyacı, onun olumlu farklılıklar taşıyan bir gruba aidiyet hissetmesine ve o grupla özdeşleşme duygusuna bağlı olarak karşılanır. Bireyin kendisi ile ilgili algısı kendini özdeşleştirdiği gruplardan etkilenmektedir (Zıllıoğlu, 2008:21-22; Kağıtçıbaşı, 2006: 279).

3.1.3. Toplumsal Aidiyet Türleri

Bireylerin aidiyet hisleri ile bağlı oldukları aile ve okul gibi bir kurum olabileceği gibi, ideolojik, dini veya ulusal/etnik ve kültürel kimlik gibi kolektif bir yapı veya herhangi bir alan(vatan) ya da mekân (Ryzin, Gravely ve Roseth, 2009; Hill, 2006; Peled ve Muzicant,2008) olabilir. Ayrıca günümüzde dijitalleşmenin etkisi ile yeni aidiyet alanı olarak sanal topluluklara hissedilen sanal aidiyetlerde karşımıza çıkmaktadır. Ancak burada şunu da belirtmek gerekir ki, bir birey aynı anda birden fazla türden aidiyet hissine sahip olabilirler. Yani aynı anda birey kendini hem Türk milletine hem İslam dünyasına hem kendi ailesine hem de herhangi bir meslek örgütüne ait hissedebilir veya sanal bir toplulukta kendisine yeni bir kimlik inşa ederek bu bağlamda davranış örüntüleri sergileyebilir.

3.1.3.1.Ulusal-Etnik ve Kültürel Aidiyet

Kültür kavramının literatürde sayısız tanımı yapılmakla birlikte en basit şekilde; bir milleti kendine mahsus yapan, geçmiş kuşaklardan devraldığı ve kendisinin de katkıda bulunarak gelecek kuşaklara devrettiği, maddi ve manevi unsurların bütünü olarak tanımlayabiliriz. Kültür kavramının tanımından da anlaşılacağı üzere bir milleti “biz” yapan ve “bizi” “diğerleri”nden ayıran niteliklere vurgu yapan bir kavramdır.

Bireyin kendisini birey olmak bakımından tekil algılamakla birlikte aynı zamanda duyduğu toplumsal kimlik ihtiyacını karşılamak için, belirli sosyal, kültürel veya etnik gruplara aidiyet duygusu ile bağlılık göstermesi kaçınılmaz bir ihtiyaçtır. “Biz” in dışındaki “Öteki” ile toplumsal ilişkilerin kurulmasının neticesinde ortaya çıkan toplumsal davranışlar ve tanımlar, içinde bulunduğumuz toplumun yapısal gerçeklerini yansıtan bağlamsal ifadelerdir. Birey “biz” ve “öteki” arasındaki farka vurgu yapan özellikler bağlamda “beni (kimliğini)” yaratır. Öteki olana yaptığımız atıflarla, kendimizin aslında ne olmadığımız üzerinden, aidiyet hissettiğimiz grubun daha net ve doğru bir şekilde tanımlanmasını yaparız (Taylor,1996).

Bireyler belirli bir kültürün parçası olarak o kültürün gerekliliklerini yerine getirmekten memnuniyet duyarlar. Bireylerin içinde bulunduğu grupla kurduğu sosyal bağlar neticesinde onların gruba ait olma, bağlılık hissetme ve grubun üyesi olmaktan gurur duyma gibi ihtiyaçları karşılanmaktadır.

Milliyet ve etnisitenin “ortak bir soy, paylaşılan anı ve kültürel unsurlar, tarihi bir bölge veya vatan bağlantısı ve dayanışma ölçütü ile adlandırılmış bir insan nüfusu” (Smith, 1993: 49) olarak yapılan tanımına bağlı olarak, bireylerin aidiyetlerini besleyen ortak köken inancı aidiyet bağını ortaya çıkarmaktadır. Milli ve etnik aidiyetin ortaya çıkardığı bağ henüz doğmamış olan bireylerde dâhil olmak üzere farklı kuşaklara ve belki de hiç tanışmamış olduğumuz uzaktaki akrabalara kadar uzanır (Smith, 1993:50).

Milliyet ve kültür, bireylerin kendilerini tanımlamaları, onları diğerlerinden ayıran repertuarları, ortak bilinç ve ortak aidiyet üretmede ve kimlik oluşumunda merkezi bir öneme sahiptir. Schlesinger’e göre, “kültürün toplulukları birbirinden ayıran öğelerin bileşimi olarak görülmesi gerekmektedir” (1994: 244).

Delanty (2001)’e göre ortak paylaşılan kültüre hissedilen aidiyetin varlığı milli ve etnik aidiyetin varlığı ve devamlılığı açısından önemlidir. O’na göre özellikle geçmişten günümüze paylaşılan en önemli kültürel öğeler dil, milliyet ve dindir.

3.1.3.2.Dinsel ve İdeolojik Aidiyet

Din bireyin kimliğinin merkezi bir parçasıdır. İngilizcesi “religion” olan din kelimesi “birbirine bağlamak” anlamına gelen Latince kökenli bir kelimedir. Modern sözlükler, dini; doğaüstü bir varlığa veya varlıklara odaklanan organize bir inanç ve ritüel sistemi olarak tanımlar. Bir dine ait olmak, genellikle inançlarını paylaşmaktan ve onun ritüellerine katılmaktan daha fazlasını ifade eder; aynı zamanda bir topluluğun ve bazen bir kültürün parçası olmak anlamına gelir.

İnsanlar doğal olarak ait olacak bir yer, kimlik ve güvenlik sunan bir yer ihtiyacı duyarlar. İşte bu noktada din, birçok insan için topluluk ve aidiyet duygusu sağlayan önemli bir kurum haline gelir.

Sosyolojinin kurucularından Durkheim dinin toplumlar için bir ihtiyaç olduğunu ve toplumsal bütünleşmeyi sağlayan bir tutkal görevi üstlendiğinden bahseder. O’na göre din bireylerin üyesi oldukları topluma mensubiyet duygularını veya başka bir ifadeye bağlılıklarını (aidiyetini) güçlendirir. Ona göre dinin en önemli görevlerinden birisi bireyler arasında birleşme ve dayanışma sağlamasıdır (Özkalp, 1995: 176).

3.1.3.3.Örgütsel-Kurumsal Aidiyet

Genel olarak literatürde kabul görmüş tanımıyla örgüt; “bireylerin salt kendi çabalarıyla başarmakta zorlanacakları amaçlarını, başka bireylerle güç birliği yaparak, grup halinde bir iş bölümü ve koordinasyon ile sağlanan çaba, bilgi ve yetenek birliği sayesinde ortaya çıkan sinerji ile başarmalarını mümkün kılan bir sistem” (Koçel, 1998:108) olarak izah edilmektedir.

Kurumun varlığı ve devamı için üyelerinin, içinde yer aldıkları kurumlarına bağlılık hissetmeleri ve kişisel yeteneklerini kurumun başarısına katkı sağlayacak şekilde kullanmaya istekli olmaları gereklidir. Araştırmalar, kurum üyelerinin kurumlarına hissettikleri güçlü aidiyet bağı neticesinde, örgütün varlığını sağlayan amaç ve bu amaçları gerçekleştirmek için paylaşılması gereken değerleri benimseyeceği, kuruma üyeliğinin sürmesi konusunda istek duyacağı, fedakârlıkta bulunacağı ve kurumun kimliği ile kendisini özdeşleştireceğini göstermektedir (İbicioğlu, 2000:14-16).

En kısa şekilde, çalışanların üyesi oldukları kurumların gerektirdiği kurumsal değerleri ve hedefleri sahiplenmesi ve bu hedeflere ulaşmak için çaba sarf etmesi ile kurum üyeliğini sürdürme isteği olarak tanımlanabilecek kurumsal aidiyet duygusunun kurum üyelerince yüksek orandaki paylaşımı neticesinde, üyeler yeterliliklerini arttırmaya çalışmakta ve dolayısıyla örgütün verimliliğinin ve başarısının artmasına katkı sağlamaktadırlar (Öztop, 2014: 304).

Bu bağlamda kurumsal aidiyet duygusu yüksek bir üye, kurumunun başarısını kendi çıkarlarından daha önemli görmekte ve kendisi zarar görecektir olsa dahi kurumda uzun süre kalma çabası göstermekte ve sonuç olarak bu durum çalışanı kurum için hem çok değerli bir kaynak hem de önemli bir rekabet avantajı haline getirmektedir (Allen & Meyer, 1990:1; Yu & Egri, 2005:336’dan akt. Öztop, 2014:305).

3.1.3.4.Vatan-Mekânsal(Coğrafi) Aidiyet

Aidiyet kavramının mekânsal olarak; bireyin topophilia¹ düzeyinde bir yer ile kendini özdeşleştirmesi (Proshansky, Fabian ve Kaminoff, 1983’den akt Bezirgan, 2014:49), özel bir çevreyle iç içe geçme, o yerde kökleşme, o yer ile duygusal olarak

¹ Topophilia: Bir yere aşk düzeyinde bağlanma.

birleşme ya da insanların bir yer ile ilgili oluşturdukları duygusal bağ gibi anlamlarda kullanılmakta olduğu görülmektedir (Bracato, 2006; Hidalgo ve Hernandez'e 2001'dan akt Bezirgan, 2014:49).

Yapılan araştırmalar insanların varlıklarını devam ettirmek için bir mekâna ve hatta aidiyet hissettikleri mekâna ilişkin bir kimliğe ihtiyaç duyduklarını göstermektedir. Bireylerin herhangi bir yere hissettikleri mekânsal bağlılıkların onların kimlikleri ile ilişkili olduğunu belirten Proshansky (1978) bireyin kimlikle ilişkili olan mekân bağına "yer kimliği" ifadesiyle kavramsallaştırmıştır. Proshansky'e göre "yer kimliği", "insanın içinde yaşadığı doğal ve yapay çevreyle ve diğer insanlarla kurduğu sosyal ilişkilerinde ortaya koyduğu bir takım tercihleri, beklentileri, duyguları, değer ve inançları bağlamında ortaya çıkan, yerin ve kişinin kimliğini kendi bünyesinde birleştiren bir örüntü"dür (akt. Göregenli, 2010:179; Karakuş, 2014:124).

Nitekim fiziksel-coğrafi bir mekânın anlamlandırılarak yere yani vatana dönüştürülmesi aidiyetin en temel bileşenlerinden biridir. Bireyin bir yere aşk ile bağlanması, o yerin tarihi ile, sınırları ile, mezarları ile bağlanılıp sevilmesi o yeri vatan yapan unsurlardır. Bireyler gerekirse o yer için seve seve canını vermeye razı olduğu için orası basit bir toprak parçası değil artık onun için vatan olur.

Milligan (1998)'a göre; mekânsal aidiyet; insanlar ile onlar için anlamlı olan binalar, bölgeler, evler, nesnelere, yaşam alanları arasında kurulan duygusal bağ neticesinde kurulur. Milligan, mekânsal aidiyet ile ilgili olarak, fiziksel alanların sosyal ilişkilerin kurulduğu ortamlar olduğunu ve bu ortamların fiziksel ve sosyal yapılandırmayı sağladıklarını ifade etmektedir. Bireyler arasında kurulan sosyal ilişkilerin mekânı olan ve bireysel olarak anlam yüklenen fiziksel alanlara karşı duygusal bağlar gelişmekte ve bu da mekânsal aidiyet kavramını ortaya çıkarmaktadır (Bracato, 2006'dan akt. Bezirgan, 2014:49).

Bireylerin herhangi bir mekâna duydukları bağlılık ve aidiyet duygusu, onların çevresel doyumunu arttıran ve mekânla bütünleşmelerini kolaylaştıran bir faktördür (Göregenli, 2010:187).

3.1.3.5.Sanal Aidiyet

A. Maslow tarafından literatüre kazandırılmış olan ihtiyaçlar hiyerarşisinde insan ihtiyaçlarından; ait olma ve sevgi ihtiyacı ile saygı ihtiyacı, sosyal ağlardaki beğenilme

ve onaylanma yönündeki paylaşımları açıklama ve anlama noktasında aydınlatıcı olabilir. Sosyal ağların; bireyler tarafından kendilerini bir gruba ait hissetme, sevmeye, sevilme, toplumda saygı duyulan, ünlü ve itibarlı bireyler olarak tanınma (İnceoğlu, 2010:111-112) gibi temel ihtiyaçlarını gidermek amacıyla kullanıldığını ifade edebiliriz. Bu bağlamda aidiyetin, neredeyse gıda seviyesinde temel ve zorlayıcı bir ihtiyaç olduğunu ifade edebilir (Baumeister ve Leary, 1995: 498).

Yapılan araştırmalar bireylerin kendilerini ait hissedebilecekleri bir grup içinde yaşamak için bir koşullandırmaya sahip olduğunu göstermektedir. Aidiyet duygusu, bir bireyin kendini, bir veya birden fazla toplumsal grubun parçası olarak görme durumu olarak açıklanabilir (Furman ve Robbins, 1985'den akt. Quinn ve Oldmeadow, 2013: 136).

Sosyal ağ kullanımına ilişkin araştırmalarda tespit edilen, bireyin aidiyet ihtiyacı, başka insanlarla etkileşime girme ve başka insanlarla işbirliği yapma ihtiyacından kaynaklanmaktadır. Aidiyet duygusu, başka insanlarla ilişkiler kurma ve sürdürmenin başat motivasyonlarından biridir (Baumeister ve Leary, 1995: 497).

İnternet teknolojileri, insanlar için kullanılacak bir araç olmaktan daha fazla anlamlar kazanarak, en içteki âlemlerimizin bir bileşeni olarak, kimliğimizin inşa edildiği merkezi bir eksen haline gelmektedir. Bu bağlamda bireyler, kendilerini sosyal ağlara bağlı varlıklar olarak sunma eğilimi göstermektedirler (Fisher, 2010: 163).

Son yıllarda bireyler özellikle internet teknolojileri vasıtasıyla yaşadıkları bölgelerin fiziksel sınırlarını aşarak, dünyanın her yerinden farklı insanlarla iletişime geçebilmektedirler. Bireyler milli sınırlardan bağımsız olarak, kendi seçtikleri değişkenlere göre, farklı bireyler ve gruplar ile iletişime geçebilmekte ve bu iletişim ve etkileşim süreçleri sonucunda, kendi (özel) kimlik ve aidiyet algılarını inşa edebilmektedir (Krzyzanowski ve Wodak, 2008).

Çakır'a göre bireylerin ihtiyaç duyduğu, kendini bir yere ait hissetme duygusunun karşılanması için sanal da olsa bugün ulaşılmış olduğumuz sanal coğrafyalar oldukça fonksiyoneldir. Sanal sosyal ağlar, aslında kaybedilmiş bir imkân olan aidiyet duygusuna duyulan gereksinimin giderilmeye çalışıldığı ortamlar haline gelmiştir (2014:368). Bu bağlamda sosyal ağların, bireylere başkaları ile etkileşime girme ve başkaları hakkında bilgilere erişme imkânı vererek, aidiyet duygusuna katkı sağladığını söylenebilir (Seidman, 2013: 402).

Sanal dünya, toplumsal bir canlı olan insanoğlu için reel dünyanın kısıtlayıcı ve engelleyici hegemonyasından kurtularak, kendilerine yeni kimlikler inşa ederek, var olabilecekleri, yeni bir mekân haline gelmiştir. Bu yeni sanal sosyal ağlarda insanlar kendilerine yeni kimlikler ve yeni aidiyetler oluşturmanın rahatlığını yaşamaktadırlar(Ağaç Sucu, 2019).

İnsanlar, toplumsal varlıklardır ve toplumsal ilişkiler kurmak için doğuştan gelen isteklere sahiptirler. Bu bağlamda akran kabulü veya başkalarıyla ilişkilerin devamı ve korunmasının da önemli olduğu söylenebilir. (Baumeister ve Leary, 1995: 498)

Sanal ağlarda kullanıcılar; kendi kişisel bilgilerini paylaştıkları, fotoğraflar yükleyebildikleri, mesajlaşabildikleri ve oyunlar oynayabildikleri arkadaşlarıyla, sıklıkla etkileşime girebilmektedirler. Böylece bu sanal ağların işlevlerinden etkilenmektedirler. Aidiyet duygusunun tanımını da dikkate alındığında; sanal ağlar ile aidiyetin geliştirilebileceği de ifade edilebilir (Davis, 2012:1527).

Sosyal ağlar; geçmişten günümüze “aileler, bölgeler, kabileler, iş yerleri, inanç grupları ve ulus devlet etrafında örgütlenmiştir”. Bütün bu topluluk ve aidiyet biçimlerinin aslında hayali olduğunu belirten Sparcklen’e göre, sanal sosyal ağlar da aynı şekilde sanal ortamlarda bir topluluk ve o topluluğa aidiyet duygusu oluşturmak amacıyla kullanılabilir (2015: 95).

Davis (2012)’e göre; sosyal ağlar ve anlık mesajlaşma gibi araçlar vasıtasıyla kurulan karşılıklı ilişkiler ve alışverişlerin kullanıcılar arasında aidiyet hislerini geliştirdiği görülmektedir. Sosyal ağlar özellikle genç bireylerin akranlarıyla iletişim kurmasına yardımcı olurken, onların arkadaşlık gruplarını genişletmekte ve onay arayışına imkân sağlamaktadır.

Sosyal ağların bireyler için sanal ortamlarda kendini ifşa etme, kendini gerçek hayatın risklerinden koruma, akranlarıyla yakınlık kurma ve kendisine benzeyenlerle sosyal bağlantı kurmak için bir takım fırsatlar sağlayabileceği bazı araştırmalarda tespit edilmiştir (Davis, 2012; Valkenburg ve Peter, 2007; Valkenburg ve Peter, 2011). Bu araştırmalardan Davis (2012)’de sosyal ağlarda kendisi ile benzer özellikler gösteren akranlarla bağlantı ve iletişim kurmanın algılanan kişisel kimlik duygusunu teşvik ettiği ifade edilmektedir. Ayrıca araştırmaya katılan örneklem grubundaki bireylerin kendi özel konularını, örneğin cinsellik, siyasi düşünce gibi konularını çevrimiçi olarak ifşa etme konusunda daha rahat davrandıkları tespit edilmiştir. Bu bağlamda gençlerin sosyal ağları

sanal ortamda hem bir kimlik hem de çeşitli sosyal gruplara aidiyet ve bağlantı duygusu geliştirmek için kullandıkları görülmektedir (Lips vd., 2017; Middaugh, Bowyer ve Kahne, 2017).

Blanchard ve Markus (2004: 69)'a göre sosyal ağlar, bireyler arasında sosyal ilişki ve bağlantı kurmayı kolaylaştırmakta ve bir aidiyet bağı oluşturmaktadır. Fakat bazı araştırmalar sanal sosyal ağların bu nitelikleri zayıflatmakta olduğunu göstermektedir. Yani başka bir ifadeyle sosyal ağ kullanımının artışı özellikle gençlerin, aidiyet duygusuna olumsuz etkiler yapabilmektedir (Elciyar ve Küçük, 2020).

Bu bağlamda sosyal ağların, kullanıcılarına sağladığı siber uzayda sürekli hareket edebilme imkânı, hiçbir otorite veya baskı unsuruna boyun eğme zorunluluğuna maruz kalmaksızın istedikleri gibi göç edebilme imkânı, onların anlaşmazlık durumlarında üyelikten ayrılmasını kolaylaştırmakta ve kullanıcıların aidiyet pratiklerini etkilemektedir (Narmanlıoğlu, 2016: 12). Bu tip bir davranış aidiyet hissini ortadan kaldırmakta bireyler için bir sosyal izolasyon, dışta kalma ve sosyal kopukluk sonuçlarını doğurmaktadır (Williams, 2007).

Sonuç olarak sanal sosyal ağlardaki aidiyet duygusu, çevrimiçi bir sosyal ağda topluluğun bir parçası olmaya dair hem psikolojik hem de toplumsal bir durumdur. Açık bir sosyal medya sitesinde üyeler bir sohbet veya bir tartışma başlatır ya da bir grup kurabilirler. Bir ağ yayınlamak web sitesinden makaleler, sorular, videolar, resimler, davetiyeler gibi duygusal, değerlendirici ve bilişsel sosyal kimlik türetilirler. Sanal ağlara üyelerin bu tip bir katılımı aktif/çekirdek katılım iken, diğerleri ise yorum yaparak ve yanıtlayarak çevresel üye konumu ile katılabilirler.

3.1.4. Genç Kuşağın Toplumsal Aidiyeti

3.1.4.1. Gençlik Kuşağı

Genç, “yaşı ilerlememiş olan, ihtiyar karşıtı”, “gelişmesini tamamlamamış olan”, “gençlikteki özelliklerini koruyan, dinç”, “zihin bakımından yeterince gelişmemiş olan toy”, “yeni gelişmekte olan, kısa bir geçmişi olan” şeklinde tanımlanabileceği gibi “çocukluk ve erişkinlik arasında yer alan, gelişme ve ruhsal olgunlaşma gösteren, yaşama hazırlık dönemi” olarak da tanımlanabilir (TDK, 2015; Yörükoğlu, 2000: 42).

Kocacık(1985: 42) gençliğin, “bireyi sosyal olgunluğa hazırlayan ergenlik ve delikanlılık özelliklerinin bir arada görülebildiği çok daha kapsamlı bir kavram” olduğunu belirtmektedir.

İlk çağ filozoflarından Aristo’ya göre gençlik; “ölçü tanımayan, dünyayı pembe gören, ihtiras dolu ve her şeyde aşırılığa kaçan” bireylere karşılık gelmektedir. O’na göre bu dönemde bireyde, ruhsal ve zihinsel olarak bağımsız hareket etme eğilimi artarken, neden, niçin ve nasıl sorularını sormaya ve cevaplar aramaya başlamaktadır. Bu dönemde fizyolojik ve psikolojik olarak “birey” kendini arama çabası göstermektedir. Bu nedenle bunalımlar, radikal ve asi tutumlar, çelişkiler, aşırı duygusal davranışlar, bireyin yakasını bırakmaz (Şener, 2012: 11). Gençlik döneminde bireyin sevgi arayışı karşı cins ile ilişkilerinde yoğunlaşmalara neden olurken, gelecek hayatına yön verme noktasında önemli tercihler yapmak zorunda olması, bu dönemde karmaşık duygular yaşamasına ve otorite ile olan ilişkileri bağlamında zorlukların ve çatışmaların yaşanmasına neden olmaktadır.

Mc Grath (2002) ise gençlik konusunda diğerlerine göre daha farklı bir yorum getirerek gençliğin; “yetişkinliğe geçiş süreci” olarak tanımlandığında, gençliğin aslında yetişkin olamama durumu, yani “eksik” olma hali olarak algılanabileceğini belirtmiştir (Mc Grath, 2002:291’den akt. Görgün Baran,2013:11) Bu yönü ile Mc Grath gençliğin kimlik ve kişiliğini tam olarak tamamlayamamış bireyler olarak değerlendirilebileceğini belirtmektedir.

Gençlik kavramının farklı araştırmacılar tarafından farklı izahlarla tanımlandığı görülmekle birlikte, sosyoloji literatüründe sosyolojik teoriler açısından yapılan gençlik değerlendirmelerinin de farklı olduğu görülmektedir. Bu teorilerin en önemlilerinden biri olan yapısal fonksiyonalist kurama göre gençlik toplumsal bütünleşme açısından ele alınmakta ve işlevsel ve dinamik yönü vurgulanmaktadır. Bir diğer önemli yaklaşım olan çatışmacı kuram açısından ise gençliğe toplumsal yapıda ortaya çıkan eşitsizlikler ve çatışma ortamı açısından yaklaşmakta ve gençlik dönemi; çalışan gençlik ve genç emeği üzerinden değerlendirilmektedir. Sembolik etkileşimci kuram ise; toplumsal etkileşim üzerinden gençlik kavramına yaklaşmakta ve gençliği bu bağlamda değerlendirmektedir.

Bu bilgiler ışığında sosyoloji literatüründe sosyolojik teoriler açısından söz konusu tüm yaklaşımların gençliğe farklı açılardan yaklaştığını ifade edebiliriz. Ancak hangi yaklaşım olursa olsun hepsinin de gençlik konusunda birleştiği temel argüman gençliğin

yaşadığımız hızlı değişimlerden en fazla etkilenen kuşak olduğu ve bu etkiler ile şekillenen genç kuşak ile eski nesiller arasında kaçınılmaz olarak ortaya çıkan kuşak çatışmalarının varlığıdır.

Bu bağlamda özellikle yaşadığımız enformasyon toplumunda gerçekleşen toplumsal ve kültürel değişimlerden en fazla etkilenen ve hatta bu değişimlere en hızlı ve kolay adapte olan kesimin gençlik kesimi olduğu ifade edilebilir. Gençlik, bu dönemde bir yandan ailelerinin ve okul sisteminin benimsetmeye çalıştığı püritan etikle yetiştirilirken, bir taraftan da onun sosyalleşmesine en fazla etkisi olan medyanın hedonist ahlak anlayışına sürekli olarak maruz kalmakta ve bu çelişkili ve karışık ortamda çoğul kimlik örüntüleri sergilemektedir (Bayhan, 2011:203).

Yapılan araştırmalar internet ve sosyal medya kullanımında gençlerin lider konumda olduğunu göstermektedir. Mobil iletişim araçları olan akıllı telefon ve tabletlerin kullanım oranının özellikle gençlerde artışıyla birlikte, Twitter, Facebook vb. sosyal ağ sitelerinin kullanımında da gençler ön sıralarda yer almakta (Lenhart, Purcell, Smith ve Zickuhr, 2010) ve dolayısıyla bu teknolojilerden en fazla etkilenen kesimin de gençlik kesimi olması kaçınılmaz hale gelmektedir. Bayhan (2011:203)'a göre günümüzde gençlik dönemi bireyin kimlik örüntülerinin oluşmasında medya ve özellikle internet teknolojileri önemli ve etkili bir model sunucu ajan rolü oynamaktadır. Bu yeni teknoloji, genç neslin kimliğini ve aidiyet duygusunu şekillendirerek, bu yeni genç kuşağın dijital yerli olarak tanımlanması sonucunu doğurmuştur.

3.1.4.2. Bir Gençlik Kategorisi Olarak Dijital Yerlilerin Toplumsal Aidiyeti: Akışkan/ Hibrit Aidiyetler

Bu gün akışkan toplumun üyeleri olan bireylerin aidiyet ihtiyaçları gereği bu ihtiyaçlarına cevap verecek yeni bir mekânda/ortamda kendilerini tanımlamaları ve bu aidiyet duyguları ile bağlanabilecekleri ortamda, kendilerine yeni bir yer edinmeleri gerekir. Giddens, küreselleşme sürecinin yaşandığı bu dönemde insanların istedikleri ve ihtiyaç duydukları şeyin “ait olacak bir yer” olduğunu, fakat bu ihtiyaçlarına rağmen aynı zamanda da bu “yerin” dışında neler olduğunu keşfetmek adına oradan ayrılmayı göze aldıklarını söyler (Servaes ve Lie, 2018: 159). Bu gün sanal sosyal ağlar, insanlar ve

özellikle dijital yerli gençlik kesimi için bu ihtiyacı karşılamak üzere kullanılan vazgeçilmez ortamlar haline gelmiştir.

Dijital yerli gençlik kuşağı, İnternet, kişisel bilgisayarlar ve medya teknolojisinin hâkim olduğu bir toplumda büyüyen ilk nesildir. Bu yeni teknoloji, bu neslin kimliğini ve aidiyet duygusunu hem olumlu hem de olumsuz yönde şekillendirmiştir. Ingeborg Kjaerstad (2014)'ın araştırmasına göre sosyal ağlar, dijital yerlilerin kendi kişisel kimliklerini şekillendirmesine ve bireysel aidiyet alanlarını inşa etmesine izin vermiş ve bu kimliği sosyal ağlar aracılığıyla kişisel iletişimde daha iyi ifade edebilme imkânına sahip olmuştur. Ancak belirtmek gerekir ki, sosyal ağlar kendisinin birçok versiyonunu koruma eğiliminde olmasının yanı sıra, kişinin büyüdüğü belirli kimlikleri sürdürme eğiliminde olması nedeniyle kimlik kargaşası yaratmıştır (Kjaerstad, 2014)

Boyd tarafından 'ağa bağlı halklar' olarak tanımlanan, dijital yerliler, sosyal ağlarda başkalarıyla etkileşime girebilir ve tartışabilir, ortak davranış değerleri ve normları paylaşabilir (Facer, 2011). Ayrıca çevrimiçi sosyalleşme ve sanal dünya, bazı dijital yerlilerin, sosyal etkileşim kurmak için onu daha az risk alacağı bir alan haline gelmiştir.

Sosyal ağlarda gençlik kültürü ve sosyal ağ yapısı üzerine bir çalışma olan Ito ve ark. (2009) tarafından yapılan araştırmaya göre dijital yerliler sosyal ağlarda, belirli ilgi alanları etrafında dönen özel faaliyetlere, hobilere ve kariyer hedeflerine vb. odaklanan, ilgi odaklı uygulamalarda, farklı yaşlardan ve geçmişlerden gelen katılımcılar ile işbirliği yapmaktadırlar. Z kuşağı, geleneksel kurumsal bağlılık yerine "ilişkisel aidiyet" ararlar. Ayrıca Dijital yerliler "Kendileri için hoş karşılandıklarını ve kabul gördüklerini hissettikleri kabilelerle ilişki kurmayı tercih ederler" (Outsight Network, 2015: 5).

Bu işbirliğini anlatan bir çalışma olan, Thorne ve Black (2011) tarafından yapılan bir çalışmada çevrimiçi kimlik inşası ve aidiyet konusu açıklanmaktadır. Bu çalışmada, İngilizce öğrenen Nanako'nun bir çevrimiçi hayran kurgu sitesinde, nasıl çevrimiçi hayran kitlesi oluşturulduğu ve gençlere yeni kimliklerini inşa etmek, yeni aidiyetler oluşturmak için, yeni fırsatları nasıl sağlayabileceğini göstermektedir. Burada takipçi kitle anime veya Japon animasyonuna ortak ilgi duyan bir gruptur. Bu kitle kurguyu sahiplenerek, ona uyum sağlayarak ve etkileşime girerek popüler kültür ve dilsel kaynaklar yolu ile hayran kurgu metinleri oluşturmaktadır. Burada Nanako dil ve kültür açısından yazdıkları ile ilgili geri bildirim alabilmekte, Çince ve Japonca bilgisini gösterebilmektedir. Böylece kullanıcıların, Asya kimliği ve Asya kültürü hakkındaki

bilgisini arttırarak, onların kendi kimliklerini müzakere etmesini sağlamaktadır. Thorne ve Black (2011) dijital ortamda seferber edilen koşullar ve imkânlarla odaklanmaktadır. Bu koşulların yarattığı etkileşimleri analiz ederek, bunlarda dil gelişiminin nasıl olduğunu ve çevrimiçi alanların kimliklerin inşası ile nasıl iç içe geçmiş olduğunu ortaya koymaktadırlar.

Bazı araştırmacılar çevrimiçi profillerin ve kimliklerin manipüle edildiğini ve cilalandığını (Horan, 2010) ve bir oyuncunun ön sahnesinin bir parçası olduğunu iddia etse de (Goffman, 2012), bu kendini sunum biçimleri, dijital yerlilerin toplu bir çevrimiçi kimlik bulmasıyla sonuçlanabilir. Bu, özellikle kendilerini azınlık olduklarını düşündükleri bir ortamda bulduklarında olumlu bir topluluk hissi verebilir (Kjaerstad, 2014).

Dijital yerliler bireyci olmalarının yanında kendi isteklerini gerçekleştirme motivasyonu ile yetiştirilmiş ve eğitilmiş olmalarından dolayı esnek ve hareketlidirler. Ayrıca açık fikirlidirler ve maddi mallara daha az önem verirler, dolayısıyla kendilerini kimlik etiketlerine ve geleneksel gruplara ait hissetmemektedirler. Bu nesil özellikle farklılıkları kucaklamayı, bireyselliği ve akışkan kimlikleri tercih etmektedirler (Newswire, 2015). Aynı zamanda, paradoksal olarak hiper-bireyci olsalar da, sosyal olarak bilinçli ve sivil fikirlidirler ve kendileri ile benzer düşünen insanlarla bağlantı kurmak ve çağımızın önemli sorunlarıyla yüzleşmek isterler. Bu bağlamda kendi kimliklerini inşa ederken, ait olmak, topluluklarını geliştirmek ve paylaşmak isterler (Wiersum, 2015).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: ARAŞTIRMAYA KATILAN DİJİTAL YERLİLERİN SOSYAL AĞ AİDİYETLERİNE DAİR BULGULAR

Bu bölümde araştırmanın bulguları, amaçlar doğrultusunda ele alınarak değerlendirilmiştir. Buna göre öncelikle araştırmada elde edilen ve çalışma grubunu oluşturan dijital yerli olarak belirtilen öğrencilerin, bazı sosyo-demografik özelliklerine dair veriler analiz edilerek tablo ve grafikler halinde sunulmuştur.

Daha sonra dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeyleri ve aidiyet düzeyleri ile doğrudan bağlantılı olduğu düşünülen, karşılıklı bağlılık düzeylerine dair elde edilen veriler, tablolar halinde sunulmuştur. Ayrıca dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet hissi ve karşılıklı bağlılık düzeylerinin, bazı sosyo-demografik değişkenler, sanal sosyal ağlara üyelik süresi ve sanal sosyal ağlarda ki paylaşım sıklığı değişkenleri ile anlamlı bir ilişki gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla bağımsız örneklem T-testi ve tek yönlü varyans Anova testi yapılarak sonuçlar yorumlanmıştır.

Bunların dışında dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet tutumlarının kaynağını tespit etmek amacıyla yöneltilen ifadelerin, faktör analizi ile ortaya çıkardığı üç boyuta dair veriler, aynı şekilde tablolar halinde sunulmuş ve tespit edilen düzeylerin bazı sosyo-demografik değişkenler, sanal sosyal ağlara üyelik süresi ve sanal sosyal ağlarda ki paylaşım sıklığı değişkenleri ile anlamlı bir ilişki gösterip göstermediğini de tespit etmek amacıyla, bağımsız örneklem T-testi ve Anova testi yapılarak sonuçlar yorumlanmıştır.

Ayrıca tespit edilmiş olan örneklem grubunun sanal sosyal ağlara dair aidiyet hissi, karşılıklı bağlılık, ortak ilgi, ortak fikir ve ortak yaşam tarzı düzeyleri arasında bir ilişki olup olmadığı pearson korelasyon analizi ile tespit edilmeye çalışılmıştır.

Son olarak dijital yerli öğrenciler tarafından aidiyet hissedildiği ifade edilen sanal sosyal ağ türleri ile bazı sosyo-demografik değişkenler, sanal sosyal ağlara üyelik süresi ve sanal sosyal ağlarda ki paylaşım sıklığı değişkenleri karşılaştırılarak çapraz tablolar halinde sunulmuştur.

4.1. Araştırmaya Katılan Dijital Yerlilerin Sosyo-Demografik Özelliklerine Dair Bulgular

Toplumsal yapı araştırmalarında sosyo-demografik faktörler olan nüfusun; yaşa, cinsiyete, gelir seviyesine, eğitim durumuna, medeni duruma, yerleşim yerine göre

dağılımı gibi, özellikleri dikkate alınmak zorundadır. Çünkü bu gibi özellikler ile toplumun işleyiş düzeni arasında sıkı bir ilişki vardır. Dolayısıyla sosyal bilimciler için sosyo-demografik özellikler temel veri kaynaklarıdır. Bu bağlamda araştırmamıza katılan dijital yerlilerin sosyo-demografik özelliklerinin bilinmesi problemin açıklığa kavuşması için son derece önem arz etmektedir.

4.1.1. Dijital Yerlilerin Cinsiyet Özellikleri

İlkel toplumlardan günümüz modern toplumlara kadar cinsiyet farklılığı bir statü ve rol farklılaşmasına, hatta kaynakların erişimi, kullanımı, bunlara duyulan ihtiyaç gibi sınırsız örneklerde verilebilecek birçok farklılaşmaya neden olmaktadır. Konumuz itibariyle internetin, bilgisayar ve mobil araçların kullanımı ve bunlara duyulan ihtiyaç ve kullanım şekli de cinsiyet değişkenine göre farklılıklar gösterebilmektedir. Bu bağlamda yapılacak olan araştırmalarda cinsiyet değişkeninin araştırma örnekleminde dengeli bir düzeyde olması araştırmadan daha doğru sonuçlar elde etmek açısından önemlidir.

Tablo 4. Dijital Yerlilerin Cinsiyete Göre Dağılımı

		<i>f</i>	%
Cinsiyet	Kadın	404	51,1
	Erkek	386	48,9
	Toplam	790	100,0

Tablo 4. de görüldüğü gibi araştırmaya katılan dijital yerlilerin katılım oranları her iki cinsiyet grubunu temsil eden bir miktardadır. Tablo 4.'de görüldüğü üzere araştırmamıza 790 dijital yerli katılmış olmakla birlikte, bunların %51,1'i (f=404) kadın, %48,9'u (f=386) erkek öğrencilerden oluşmaktadır.

4.1.2. Dijital Yerlilerin Yaş Özellikleri

Cinsiyet değişkeninde olduğu gibi yaş değişkeni de bireylerin sosyal ilişkilerinde önemli bir etkidir. Özellikle araştırma konumuz itibariyle dijital yerli kavramının belirleyici özelliklerinden birisi de yaş faktörüdür. Dijital yerlilerin 2000 ile 2011 yılları arasında doğmuş yaş grubu olduğu kuramsal çerçevede ifade edilmişti. Ancak bu aralıkta doğmuş olsalar dahi bireyler arasında farklı yaş gruplarında farklı davranış özellikleri

görülebileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda araştırmamıza katılan 790 dijital yerlinin yaş değişkenine göre oranları Tablo 5. de görülmektedir.

Tablo 5. Dijital Yerlilerin Yaşa Göre Dağılımı

		<i>f</i>	%
Yaş	10-12	43	5,4
	13-15	418	52,9
	16-18	321	40,6
	19-21	8	1,0
	Toplam	790	100,0

Araştırmaya katılım gösteren dijital yerli öğrencilerin yaş grupları değerlendirildiğinde ise; örneklem grubunun en büyük kısmının %52,9 ile 13-15 yaş aralığındaki öğrencilerden oluştuğu görülmektedir. Yine araştırmaya katılan öğrenciler içerisinde ikinci en yüksek oranda katılım gösteren yaş grubu %40,6 ile 16-18 yaş aralığındaki öğrencilerden oluşmaktadır. 10–12 yaş grubunda olanlar %5,4 ile 43 öğrenci iken, en düşük oranda katılım gösteren öğrenci grubu ise %1 ile 8 kişiden oluşan 19-21 yaş aralığında olan öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırmaya 19-21 yaş aralığında olan öğrencilerin sayısal olarak daha düşük oranda katılım göstermiş olmasının nedeni bu yaş aralığı öğrencilerin lise eğitimini tamamlayarak Milli Eğitim kademelerindeki öğrencilik hayatından ayrılmış olmasının doğal sonucu olduğu düşünülmektedir.

4.1.3. Dijital Yerlilerin Okul Türü

Araştırmaya katılan dijital yerli öğrencilerin okudukları okul türü değişkeni, öğrencilerin buldukları sosyal ortam farklılığı manasına geleceği ve okul kültürünün farklı tutum ve davranış örüntüleri ortaya çıkarabileceği varsayımından hareketle anket sorularına dâhil edilmiştir. Araştırmaya katılan dijital yerli öğrencilerin okul türü değişkenine göre oranları Tablo 6.da görülmektedir.

Tablo 6. Dijital Yerlilerin Okul Türüne Göre Dağılımı

Okul Türü		<i>f</i>	%
Anadolu Lisesi		354	44,8
Fen Lisesi		109	13,8
Mesleki ve Teknik Lise		48	6,1
İmam Hatip Lisesi		146	18,5
Sosyal Bilimler Lisesi		61	7,7
Ortaokul		45	5,7
Güzel Sanatlar Lisesi		27	3,4
Toplam		790	100,0

Araştırmaya katılan dijital yerli öğrencilerin okul türü değişkenine göre dağılımına bakıldığında; araştırma örnekleminin büyük kısmının Anadolu Lisesi öğrencilerinden oluştuğu görülmektedir. Anadolu Lisesi öğrencileri 354 katılımcı ile araştırmanın %44,8’lik bir kısmını oluşturmaktadır. İmam Hatip Lisesi öğrencileri ise araştırmaya en yüksek katılım gösteren ikinci gruptur ve 146 öğrenci ile %18,5’lik bir kitle söz konusudur. Fen Lisesi’nden 109 öğrenci toplam katılımcıların %13,8’ini oluştururken, Sosyal Bilimler Lisesi 61 öğrenci ile %7,7, Mesleki ve Teknik Lise’den 48 öğrenci %6,1, Güzel Sanatlar Lisesi öğrencilerinden 27 öğrenci %3,4 ve Ortaokul öğrencisi olan 45 öğrenci %5,7’lik bir oranda katılım göstermişlerdir.

Araştırmaya mümkün olduğu ölçüde tüm okul türlerinden öğrencinin katılımı sağlanmaya çalışılmıştır. Ancak özellikle Mesleki ve Teknik Lise ve Ortaokul öğrencilerinin anketi doldurma konusunda isteksiz olduğu görülmüştür. Güzel Sanatlar Lisesi ve Sosyal Bilimler Lisesi öğrencilerinin toplam içerisindeki oransal düşüklüğünün nedeni ise bu okul türlerinin Malatya’da birer tane olması ve bu okul türlerinde öğrenci sayısının düşük olmasının doğal sonucudur. Araştırmadan elde edilen sonuçlar Tablo 6.’da görülmektedir.

4.1.4. Dijital Yerlilerin Aile Gelir Seviyesi

Sosyo-ekonomik faktörlerden olan gelir düzeyi arttıkça, bireylerin kaynaklara erişimi ve kullanımı da kolaylaşmakta ve artmaktadır. Özellikle internet, bilgisayar ve mobil araçlara erişim belli bir maddi düzeyi de zorunlu kılmaktadır. Dijital yerlilerin bu araçlara erişimi ve aktif kullanımı ve hatta onların dijital yerli olarak nitelendirilebilmesi doğrudan gelir düzeyi ile bağlantılıdır. Bu bağlamda araştırmamıza katılan 790 dijital yerli öğrencinin, aile toplam gelir seviyesini tespit etmek amacıyla sorduğumuz soruda

gelir seviyesi ile ilgili 5 düzeyde derecelendirme yapılmıştır. Verilen cevaplar doğrultusunda yaptığımız istatistiki analiz sonuçları aşağıdaki Tablo 7.'de ayrıntılı bir şekilde görülmektedir.

Tablo 7. Dijital Yerlilerin Aile Toplam Gelir Seviyesine Göre Dağılımı

		<i>f</i>	%
Toplam Gelir Seviyesi	2500 TL ve altı	234	29,6
	2501- 3.500 TL	228	28,9
	3.501-5.500 TL	173	21,9
	5.501-8.000 TL	102	12,9
	8.001 TL ve üstü	53	6,7
	Toplam	790	100,0

Araştırmaya katılan dijital yerlilerin aile toplam gelir seviyesi incelendiğinde %58,5'inin 3500 TL ve altı bir düşük gelir seviyesine sahip olduğu görülmektedir. 3501 ve 8000 TL arası orta gelir seviyesine sahip olan katılımcılar ise %34,8' lik bir kesimi oluştururken katılımcıların %6,7'si ise 8001TL ve üzerinde yüksek oranda bir gelir düzeyine sahiptir.

Araştırmaya katılan dijital yerlilerin aile toplam gelir seviyesinin %80,4 gibi bir oranda büyük çoğunluğunun düşük gelir düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Ancak buna rağmen, katılımcıların internet ve bilgisayar ya da mobil araçlara erişiminin olması ve bunları aktif kullanması, bu araçların dijital yerli gençlik için bir lüks tüketim malzemesi olmaktan çıkıp, neredeyse fizyolojik ihtiyaç olarak görüldüğü ve satın alındığı anlamına gelmektedir. Bu duruma günümüzde yaşanan Covid-19 Pandemisinin zorunlu kıldığı sosyal izolasyon neticesinde gerek iletişim ve sosyalleşme, gerekse eğitimin de bu araçlar üzerinden sürdürülmesinin katkısının yüksek olduğu düşünülmektedir.

4.1.5. Dijital Yerlilerin Anne ve Baba Eğitim Seviyesi

Malatya'da Türkiye İstatistik Kurumu (2020) eğitim istatistiklerine göre 15 yaş ve üzerinde toplam 611 bin 870 kişi bulunmaktadır. Malatya'da 15 yaş ve üzerindeki nüfusun %26,4'ü (159302) lise ve dengi meslek okulu mezunu, %17,7'si (108128) ilkokul mezunu, %16,3'ü (99758) yüksekokul veya fakülte mezunu, %19,2'si (117680) ortaokul veya dengi mesleki ortaokul mezunu, %8,5'i (51825) ilköğretim mezunu, %6,1'i (37144) okuma yazma bilmemekte, %3,8'i (23418) okuma yazma bilmekte fakat bir okul bitirmemiş, %1,5'i (8873) yüksek lisans mezunu, %0,3'ü (1761) doktora mezunudur.

Türkiye İstatistik Kurumu (2020) eğitim istatistikleri değerlendirildiğinde, tüm eğitim kademelerinde kadın eğitim oranlarının erkeklerinkine göre daha düşük oranlarda olduğu görülmektedir.

Malatya'daki dijital yerlilerin anne eğitim seviyesi açısından yapılan analizlere ait tablo aşağıda sunulmuştur.

Tablo 8. Dijital Yerlilerin Anne Eğitim Seviyesine Göre Dağılımı

		<i>f</i>	%
Anne Eğitim Seviyesi	Okuma Yazması Yok	40	5,1
	İlkokul	319	40,4
	Orta Okul	128	16,2
	Lise	164	20,8
	Üniversite	117	14,8
	Yüksek Lisans veya Doktora	22	2,8
	Toplam	790	100,0

Malatya'da Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) eğitim istatistiklerine göre 15 yaş üzeri kadınların %5,2'si okuma yazma bilmediği görülmektedir. Yapılmış olan bu çalışmada elde edilen verilerde de neredeyse aynı oranda bir kesim okuma yazması olmayan grupta yer almaktadır. Araştırmada elde edilen verilere göre %5,1 anne eğitim seviyesi görülmektedir. Dijital yerli olarak nitelendirilen 10-20 yaş aralığı öğrencilerin anne eğitim seviyesi olarak yüksek denebilecek bir oranda okuma yazması olmayan anne sayısı günümüz modern bilgi toplumu için düşündürücü bir seviyedir. Tablo 8. diğer eğitim kademeleri için değerlendirildiğinde %61,6 ile ortaokul ve altı eğitim seviyesine sahip bir kitleden oluşmaktadır. %20,8 lise seviyesinde bir eğitim almıştır. Araştırmaya katılan dijital yerli öğrencilerin anne eğitim seviyesinin toplam içerisinde %82,4 lise ve altı bir eğitim seviyesinde olduğu görülmektedir. %14,8'lik bir oranda üniversite seviyesinde eğitim düzeyi görülmektedir. Yüksek Lisans veya Doktora seviyesinde eğitim düzeyine sahip anne oranı toplam içerisinde ancak %2,8 düzeyindedir.

Tablo 9. Dijital Yerlilerin Baba Eğitim Seviyesine Göre Dağılımı

		<i>f</i>	%
Baba Eğitim Seviyesi	Okuma Yazması Yok	8	1,0
	İlkokul	180	22,8
	Orta Okul	130	16,5
	Lise	230	29,1
	Üniversite	209	26,5
	Yüksek Lisans veya Doktora	33	4,2
	Toplam	790	100,0

Malatya’da Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) eğitim istatistiklerine göre 15 yaş üzeri erkeklerin %0,88’i okuma yazma bilmemektedir. Bu oran yapılmış olan bu araştırma verileri ile de uyusmaktadır. Araştırma verileri okuma yazması olmayan %1,0 baba eğitim seviyesini göstermektedir. Ortaokul ve altı eğitim seviyesine sahip olan %40,3’lük bir kesim bulunmaktadır. %29,1 lise, %26,5 üniversite mezunudur. Yüksek Lisans veya Doktora mezunu olan %4,2’lik bir yüksek eğitim düzeyi görülmektedir. Araştırmaya katılan dijital yerli öğrencilerin baba eğitim seviyesinin toplam içerisinde %69,4 lise ve altı bir eğitim seviyesinde olduğu görülmektedir

4.1.6. Dijital Yerlilerin Anne ve Baba Mesleği

Yapılan araştırmalar meslek yaşamının, ev ve aile yaşamına zaman ayırma, ekonomik kaynakları belirleme, yeniliklere ve teknolojiye açık olma ve bunlara erişmeye kadar bireysel ve toplumsal hayatı çeşitli boyutlarda etkilediğini göstermektedir. Bu kapsamda anne ve baba mesleklerinin dijital yerli olarak ifade edilen yaş grubunun içinde buldukları bu kuşağın özelliklerini ne ölçüde taşıyıp taşımayacağına etki edeceği düşünülmektedir. Bu bağlamda anne ve baba mesleklerini tespit etmek amacıyla belli başlı meslekler seçenekler halinde verilmiş olup verilen cevaplar doğrultusunda ortaya çıkan veriler Tablo 10 ve Tablo 11.’de gösterilmiştir.

Tablo 10. Dijital Yerlilerin Anne Mesleğine Göre Dağılımı

		<i>f</i>	%
Anne Mesleği	Ev Hanımı	648	82,0
	Memur	73	9,2
	İşçi	41	5,2
	Serbest Meslek- Esnaf	20	2,5
	Emekli	4	0,5
	İşsiz	4	0,5
	Toplam	790	100,0

Anne mesleklerinin tespiti için sorulan soruya verilen cevaplar çerçevesinde dijital yerlilerin annelerinin çok büyük bir kısmının %82,0 ev hanımı, %9,2'sinin memur, %5,2'sinin işçi, %2,5'inin serbest meslek- esnaf, %0,5'inin emekli, %0,5'inin ise işsiz olarak nitelendirilen grupta oldukları görülmektedir. Toplamda bakıldığında dijital yerlilerin annelerinin %83'ünün iş ve çalışma hayatının dışında kalan bir profil sergilediği görülmektedir.

Malatya'daki dijital yerlilerin baba mesleği açısından yapılan analizlere ait tablo aşağıda sunulmuştur.

Tablo 11. Dijital Yerlilerin Baba Mesleğine Göre Dağılımı

		<i>f</i>	%
Baba Mesleği	İşsiz	55	7,0
	Memur	195	24,7
	İşçi	184	23,3
	Serbest Meslek- Esnaf	185	23,4
	Çiftçi	90	11,4
	Emekli	81	10,3
	Toplam	790	100,0

Katılımcıların baba mesleklerinin tespiti için yöneltilen soruya verilen cevaplar çerçevesinde dijital yerlilerin baba meslekleri açısından %24,7'si memur, %23,3'ü işçi, %23,4'ü Serbest Meslek- Esnaf olmak üzere birbirine çok yakın oranlarda mesleklere sahip oldukları görülmektedir. Ayrıca %11,4'ünün çiftçi, %10,3'ünün emekli, %7'sinin ise işsiz olarak nitelendirilen grupta oldukları görülmektedir.

4.1.7. Dijital Yerlilerin Aile Tipi

Yapılan araştırmalar; bilgisayar, mobil teknolojiler ve internet kullanımı ile yalnızlık arasında bir ilişki olduğunu göstermektedir. Ailede yaşayan birey sayısının niceliksel olarak azlığının bu tip teknolojik araçlara yönelimi arttırdığı ve insanların bu mecralarda yalnızlığını gidermeye çalıştığı gözlenmektedir. Bu bağlamda aile tipinin dijital yerlilerin sanal ortam arkadaşlıkları ve bu arkadaşlıklardan doğan gruplarda zaman geçirmesine paralel olarak bu gruplara aidiyet duygusu geliştirdikleri düşünölmektedir. Bu bağlamda dijital yerlilerin içinde buldukları aile tipini tespit etmek amacıyla belli başlı aile tipleri seçenekler halinde verilmiş olup verilen cevaplar doğrultusunda ortaya çıkan veriler Tablo 12.'de gösterilmiştir.

Tablo 12. Dijital Yerlilerin Aile Tipine Göre Dağılımı

		<i>f</i>	%
Aile Tipi	ekirdek Aile	620	78,5
	Geniş Aile	126	15,9
	Eşlerden Birinin lmüş Olduğu Aile	31	3,9
	Eşlerin Boşanmış Olduğu Aile	13	1,6
	Toplam	790	100,0

Tablo 12'de göröldüğu gibi araştırmaya katılan dijital yerlilerin büyük çoğunluğu %78,5'i çekirdek aile içerisinde yaşamaktadır. Dijital yerli katılımcıların %15,9'u geniş aile, %3,9'u eşlerden birinin ölmüş olduğu aile, %1,9'u ise eşlerin boşanmış olduğu ailede yaşamaktadır.

4.1.8. Dijital Yerlilerin Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yerleşim Birimi

Yaşanılan yerleşim biriminin imkânlara erişim noktasında önemli bir belirleyici etken olduğu bilinmektedir. Kentsel yaşam teknolojik açıdan birçok imkâna daha kolay erişilebilme, yenilikleri takip edebilme noktasında imkânlar sunmaktadır. Ancak bunlara rağmen aynı zamanda özellikle ocuk ve gençleri doğal çevreden uzaklaştırarak onları daha sınırlı alanlara hapsetmektedir. Bu sınırları aşmak isteyen gençler ise sanal ortamları bir özgürlük alanı olarak görmekte ve bu sanal ortamlara yönelmektedirler. Kırsal ve açık alanlarda daha özgür yaşama imkânı bulan kesim ise bu anlamda dijital araçlara daha az ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda dijital yerlilerin yaşamlarının çoğunu geçirdikleri

yerleşim biriminin onların hayatlarında, farklı yaşam alışkanlıkları ortaya çıkardığı düşünülmektedir. Bu bağlamda dijital yerlilerin yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimini tespit etmek amacıyla sorulan soruya verilen cevaplar doğrultusunda ortaya çıkan veriler Tablo 13. 'te gösterilmiştir.

Tablo 13. Dijital Yerlilerin Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yerleşim Birimine Göre Dağılımı

		<i>f</i>	%
Yaşamınızın Çoğunu Geçirdiğiniz Yerleşim Birimi	Köy	142	18,0
	İlçe	128	16,2
	Şehir	194	24,6
	Büyük Şehir	326	41,3
	Toplam	790	100,0

Araştırmaya katılan dijital yerlilerin % 34,2'si yaşamlarının çoğunu köy ve ilçe gibi kırsal alanlarda, %65,9'u ise şehir ve büyükşehir gibi kentsel bölgelerde geçirmişlerdir.

4.1.9. Dijital Yerlilerin İnternet Kullanım Sıklığı

Daha önce de bahsedildiği gibi Time'ın 2012 yılında yaptığı bir araştırmada dijital yerlilerin yarısından fazlasının (%54), insanlarla mesajlaşmayı yüz yüze konuşmaya tercih etmekte oldukları tespit edilmiştir. Bu veriden yola çıkarak dijital yerlilerin internet ve sanal ağları yoğun bir şekilde kullandıkları ifade edilebilir. Araştırmaya katılan gençlerin İnternet kullanım sıklığının tespit edilebilmesi amacıyla sorulan soruya verilen cevaplar Tablo 14.'de görülmektedir.

Tablo 14. Dijital Yerlilerin İnternet Kullanım Sıklığına Göre Dağılımı

		<i>f</i>	%
İnternet Kullanım Sıklığı	Kullanmıyorum	29	3,7
	Bir günde 1-3 Saat	308	39,0
	Bir günde 4-8 Saat	310	39,2
	Bir günde 9 Saat ve üzeri	92	11,6
	Haftada Bir Gün	8	1,0
	Haftada Birkaç Gün	43	5,4
	Toplam	790	100,0

Tablo 14.'de görüldüğü gibi araştırmaya katılan gençlerin ancak %3,7'si interneti kullanmadığını ifade etmiştir. Ancak yapılmış olan araştırmanın pandemi koşullarından dolayı Google anket şeklinde hazırlanmış ve sanal ortamlarda Whatsapp gruplarında doldurulmuş olması, aslında araştırmaya katılan bütün katılımcıların internet kullandığını; dolayısıyla internet kullanmadığını ifade eden %3,7'lik kesimin de ifade ettikleri bu cevabın aksine internet kullandıklarını göstermektedir. Buradan araştırmaya katılan gençlerin İnternet kullanımına daha farklı anlamlar yükledikleri, bu nedenle Whatsapp kullanımını internet kullanımını dışında tuttukları düşünülmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların %39'u bir günde 1-3 saat internet kullandığını ifade ederken yine bu orana çok yakın bir oranda %39,2' oranında; bir günde 4-8 saat arasında internet kullandığını ifade eden bir kesim bulunmaktadır. Bir günde 9 saat ve üzeri internet kullanan katılımcıların oranı ise %11,6 dır. Haftada bir gün ve haftada birkaç gün cevaplarını veren kesim ise %6,4'tür.

Araştırmada bu başlık ile ilgili yapılan gözlemler internet kullanımının pandemi döneminde eğitimin de internet üzerinden yapıyor olmasının doğal sonucu olarak aslında gençlerin hemen her gün ve uzun sürelerde internet kullandığını göstermektedir.

4.1.10. Dijital Yerlilerin Sanal Ağ Kullanım Sıklığı

Araştırmaya katılan gençlerin sanal ağları kullanım sıklığının tespit edilebilmesi amacıyla sorulan soruya verilen cevaplar Tablo 15.' de görülmektedir.

Tablo 15. Dijital Yerlilerin Sanal Ağ Kullanım Sıklığına Göre Dağılımı

		<i>f</i>	%
Sanal Toplulukta Paylaşım Sıklığı	Bir günde 1-3 Saat	275	34,8
	Bir günde 4-8 Saat	40	5,1
	Bir günde 9 Saat ve üzeri	14	1,8
	Haftada Bir Gün	141	17,8
	Haftada Birkaç Gün	320	40,5
	Toplam	790	100,0

Araştırmaya katılan katılımcıların %34,8'i bir günde 1-3 saat sanal ağları kullandığını ifade ederken, katılımcıların %5,1'i bir günde 4-8 saat arasında internet kullandığını ifade etmektedir. Bir günde 9 saat ve üzeri internet kullanan katılımcıların

oranı ise %1,8 dir. Haftada bir gün ve haftada birkaç gün cevaplarını veren kesim ise %58,3'tür.

4.1.11. Dijital Yerlilerin Sanal Topluluğa Üyelik Süresi

Kuramsal çerçevede dijital yerlilerin internetle çevrili bir dünyada yaşadıklarını ve internetin hayatlarının vazgeçilmez bir parçası olduğu belirtilmişti. Dijital yerlilerin internet ortamında sosyalleştiği ve birçok ihtiyaçlarını bu sanal ortamda girdikleri, alışveriş yaptıkları, eğitim aldıkları, oyun oynadıkları ve benzeri etkinliklerde buldukları ifade edilmektedir. Araştırmanın bu kısmında araştırmaya katılan gençlerin bu sayılan ihtiyaçlarını gidermek amacıyla girdikleri internet ortamında kurulmuş olan sanal topluluklara üyelik süreleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmaya katılan gençlerin sanal topluluk üyeliği süreleri Tablo 16.'de görülmektedir.

Tablo 16. Dijital Yerlilerin Sanal Topluluğa Üyelik Süresine Göre Dağılımı

		<i>f</i>	%
Sanal Topluluğa Üyelik Süresi	3 ay ve altı	256	32,4
	4-6 ay arası	158	20,0
	7-9 ay arası	98	12,4
	10-12 ay arası	64	8,1
	13 ay ve üzeri	214	27,1
	Toplam	790	100,0

Tablo 15'de görüldü gibi araştırmaya katılan dijital yerli gençlerin %32,4'ü 3 ay ve altı süredir, %20'si ise 4-6 ay arası sanal topluluk üyelikleri olduğunu ifade etmektedir. %12,4'ü 7-9 ay arası, %8,1'i 10-12 ay arası ve %27,1'i ise 13 ay ve üzeri şikkını işaretleyerek bir yıldan daha uzun süredir sanal topluluk üyesi olduğunu ifade etmiştir.

4.1.12. Dijital Yerlilerin Sanal Topluluğa Katılma Şekli

Araştırmaya katılan dijital yerli gençlerin sanal topluluğa katılım şekli için sorduğumuz soruya verilen cevaplar Tablo 17.'de görülmektedir.

Tablo 17. Dijital Yerlilerin Sanal Topluluğa Katılım Şekline Göre Dağılımı

	<i>f</i>	%
Üyesi Olunan Sanal Topluluğa Katılım Şekli		
İnternette dolaşırken tesadüfen	190	24,1
Arkadaş tavsiyesiyle	134	17,0
Arkadaşın üye olduğu gruplar listesinden	161	20,4
Önce grubun bir etkinliğine katılarak	119	15,1
Eğitim amaçlı	186	23,5
Toplam	790	100,0

Tablo 17’de bu soruya verilen cevaplar görülmektedir. Tablo 17’e göre dijital yerlilerin en yüksek oranda %24,1’i üyesi olduğu sanal topluluğa internette dolaşırken tesadüfen rastlayıp üye olduğunu belirtirken, %23,5’i ise eğitim amacıyla sanal topluluğa üye olduğunu belirtmektedir. Özellikle bu dönem yaşadığımız Covid-19 salgınından dolayı sosyal izolasyon sürecinde birçok etkinlikte olduğu gibi eğitimin de sanal ortamlarda gerçekleşmesine bağlı olarak bu oranın ortaya çıktığı düşünülmektedir. Yine Tablo 17’ün verilerine göre katılımcıların %20,4’ü arkadaşın üye olduğu gruplar listesinden görerek sanal topluluğa üye olduğunu, %17’si arkadaş tavsiyesiyle, %15,1’i önce grubun bir etkinliğine katılarak üyesi olduğu sanal topluluğa katıldığını ifade etmiştir.

4.2.Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağ Aidiyetlerine Dair Bulgular

Toplumsal gruplar ister gerçek ister sanal ortamlarda kurulmuş olsun, onu oluşturan bireylerin ortak amaçları, ortak ilgileri ve değerleri çerçevesinde kurulurlar.

Toplumsal grubu oluşturan bireylerin, karşılıklı roller çerçevesinde yerine getirmesi gereken görev ve sorumlulukları olduğu gibi, bu grubun gerektirdiği normları benimseyerek bunlara uyması gerekir. Buda grubu oluşturan bireylerde ortak yaşam alışkanlıkları, ortak ilgi, inanç ve değerler (fikirler) yaratır.

Aidiyet genellikle yakın ilişkiler, kendini ifşa etme, düzenli iletişim, akrabalık ve karşılıklı destek ile gerçekleşir. Örneğin aile üyeleri yakın arkadaşlar ve meslektaşlar arasında genellikle güçlü bağlar bulunabilir (Garton vd; 2005’den akt Walz; 2008).

Günümüz bilgi toplumunda internet teknolojilerinin yoğun bir şekilde kullanılması neticesinde toplumsal ilişkiler sadece yüz yüze değil aynı zamanda sanal ortamlara da taşınmış ve böylece sanal sosyal ağlar ortaya çıkmıştır. Sanal sosyal ağlar, internet

ortamında bireylerin arkadaşlık ağlarının kurulmasını ve sürdürülmesini teşvik etmektedir. Wyn vd (2005) ayrıca, çevrimiçi toplulukların genel olarak üyeleri, hikâyeleri veya anlatıları kendi yönlerini ifade etmek için kullanmaya teşvik ettiğini ve bunun da kimlik gelişimini kolaylaştırdığını ileri sürmektedir. Ayrıca Wyn vd. göre bilgi ve iletişim teknolojileri (çevrimiçi topluluk ağları dâhil) kimlik oluşumuna yardımcı olmaktan daha fazlasını yapmakta hatta; “... kime ve nasıl ait olduğumuza dair olasılıkları da şekillendirmektedir”.

Hagerty vd. (1992) aidiyet duygusunu “bir sistem veya çevreye kişisel katılım deneyimi, böylece kişilerin kendilerini bu sistemin veya çevrenin ayrılmaz bir parçası olarak hissetmeleri” olarak tanımlamıştır. Kimlik ve aidiyet son derece girift ve iç içe geçmiş kavramlardır.

Aidiyet kavramını araştırmacılar, iki boyuta göre daha ayrıntılı olarak tanımlamaktadırlar. İlk boyut, “değerli katılım” veya “Değerli, gerekli, kabul edilmiş hissetme deneyimi ”ikinci boyut “uygunluk” veya “kişinin özelliklerinin sistem veya çevre ile ifade edildiği veya tamamladığı yönündeki algısı” dır.

Hagerty vd. (1992), aidiyet duygusuyla ilişkili öncülleri (yani, deneyimin varlığından önce meydana gelmesi gereken olaylar) ve sonuçları (yani, deneyimin bir sonucu olarak meydana gelen olaylar) birleştiren ve açıklayan bir aidiyet duygusu modeli geliştirmiştir. . Bu modele göre, üç öncüllü aidiyet duygusu şunları içerir: “(1) katılım için enerji, (2) potansiyel ve anlamlı katılım için arzu ve (3) paylaşılan veya tamamlayıcı özellikler için potansiyel”.

Dedeoğlu ve Üstündağ (2011) ise; tüketicilerin sosyal pratiklerini tüketim, kimlik ve yaşam tarzı açısından sanal topluluklar bağlamında inceledikleri çalışmalarında üyelerin karşılıklı bağlılık gösterdiklerini, aidiyet duygusuyla ilişkili olarak aktif üyelerin sanal topluluğun özelliklerini daha fazla içselleştirdiklerini ve daha yüksek aidiyet hissi düzeyine sahip olduklarını, topluluk kimliği ile daha tutarlı kimlik tanımına sahip olduklarını belirtmektedirler. Ayrıca sanal topluluğa aidiyet duygusu yüksek bireylerin topluluk faaliyetleri ile uyumlu faaliyetler içeren sosyal yaşam tarzına sahip olduğu, ilgi alanlarının topluluğun faaliyetleri ile daha uyumlu olduğunu öne sürmektedirler. Kısacası insanlar arasındaki ortak noktalar onların sanal ortamlarda bir araya gelerek sanal topluluklar oluşturmalarını sağlamaktadır.

Ait olma duygusu, bir kullanıcının bir sosyal ağ ile özdeşleşme veya ona bağlanma hissi olarak kabul edilebilir. Aidiyet duygusu ve sanal sosyal ağ kullanımı arasındaki pozitif ilişki, çevrimiçi topluluk araştırmalarında gösterilmiştir (Lin vd.,2013) .

Joinson (2008), tarafından yapılmış olan çalışmada kullanıcıların Facebook kullanımından elde ettikleri hazlar ve ortak paylaşılan kimlikler araştırılmıştır. Bu çalışmada Facebook kullanıcılarının kendilerini profilleri aracılığıyla ifade ettikleri, kendileri ile “ortak fikirlere” sahip insanlarla tanıştıkları ve arkadaşları ile ortak bir kimlik geliştirdikleri ifade edilmiştir. Bu nedenle sanal sosyal ağlar, üyelerini “karşılıklı sosyal bağlar” ve ilişkiler yoluyla birbirine bağlar (Powell vd., 2013). Kullanıcılar bir sanal sosyal ağa daha güçlü bir aidiyet duygusuna sahip olduklarında ve kendilerini bu sanal sosyal ağa bağlı hissettiklerinde, bu onların sanal sosyal ağı kullanmaya devam etmeye motive edecektir (Lin, Fan, Chau; 2014).

Bu bağlamda araştırma konusu olan sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan toplulukların, dijital yerli öğrenciler tarafından ne ölçüde benimsendiği ve ne ölçüde “aidiyet duygusu” ile “karşılıklı bağlılık” gösterildiği ve dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılımını belirleyen etkenlerin neler olduğunu, ayrıca katılımcıların kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türlerini tespit etmek üzere oluşturulmuş olan anket formu çok sayıda sorudan oluşmaktadır. Konu ile ilgili Türkiye’de yapılmış yeterli çalışmanın bulunmayışı soru sayısını arttırmıştır. Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet tutumlarının ortaya çıkarılması amacıyla anket formuna eklenmiş olan 35 soru faktör analizine tabi tutularak değişkenlerin bağımlılık analizleri yapılmış ve elde edilen veriler temel bileşenler analizi tekniğine dayalı olarak gruplandırılmıştır.

Araştırmanın geçerlilik ve güvenilirlik bölümünde tablo halinde sunulmuş olan verilere göre araştırma soruları toplam beş boyut olarak gruplanmıştır. Bu beş boyut “Karşılıklı Bağlılık”, “Aidiyet Hissi”, “Ortak İlgi Alanı”, “Ortak Yaşam Tarzı”, “Ortak Fikirler” alt boyutlarında araştırılmıştır. Söz konusu boyutlara dair araştırma verileri frekans analizi, yüzde hesabı ve ortalamalar tespit edilerek tablolar halinde gösterilmiştir. Ayrıca ortaya çıkan sonuçların dijital yerli öğrencilerin bazı sosyo-demografik özelliklerine, aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığına ve aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlara üyelik süresi değişkenlerine göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek üzere bağımsız örneklem T-testi ve tek yönlü varyans

analizi Anova testi ve bahsi geçen beş boyut arasındaki ilişkinin tespit edilmesi için Pearson korelasyon katsayısı hesaplanmıştır.

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet tutumları “Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Aidiyet Hissi Düzeyleri”, “Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri”, “Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak İlgi Düzeyi”, “Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyi”, “Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikirler Düzeyi” alt boyutlarında araştırılmıştır.

Ayrıca “Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak İlgi Alanı”, “Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı”, “Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikirleri” alt boyutları dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağları tercih etkenleri olarak kabul edilmiş ve bu bağlamda değerlendirilmiştir.

4.2.1. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Hissi Düzeyleri

Wellman, sanal toplulukları; internet uygulamaları sonucu ortaya çıkan, aidiyet hissi sağlayan sosyal ağlar olarak tanımlayarak, toplum yapısının yerini sosyal ağlara bıraktığını söylemiştir (Haberli, 2012). Sanal sosyal ağlar, bireyin çevrimdışı gerçek yaşantısında gerçekleştiremediği aidiyet hissini gerçekleştirebilmek için girdiği bir ortam haline gelmiştir (Seidman, 2013:406). Trottier (2016), sanal sosyal ağların kullanımının bireyin grup aidiyeti hissi ve bağlantıda kalma isteğiyle ilişkili olduğunu belirtmektedir.

Hall kimliği, “tarihi, yerel, kültürel ve küresel şartlar ve deneyimler içerisinde sürekli olarak kurulan, sahip çıkılan, özdeşleşme ve güven hissini temin etmeye çalışan, diğer yandan farklı unsurlar arasındaki mütalaa ve tevettürden şekillenen aidiyet durumu” şeklinde tanımlamaktadır (Binark,2001:75). İnsanlar, gerçek hayatta kurdukları ilişkileri, sahip oldukları istek ve beklentilerini, duygu ve düşüncelerini sanal ağlarda da gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar. Gerçek yaşamlarında kendilerini ait hissettikleri gerçek topluluklarda benimsedikleri görüş, fikir ve değer yargılarını sanal ağlara taşıyarak, kendileri ile benzer olan insanlarla bu sanal ağlarda bir araya gelerek paylaşımlarda bulunmakta ve bu yolla aidiyet ihtiyaçlarını pekiştirmektedirler (Çiftçi vd., 2017)

Bu bağlamda gerçek topluluklarda ortaya çıkan aidiyet hissini sanal topluluklarda ne düzeyde oluşturduğunu tespit etmek üzere “*Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet düzeyleri nedir?*” sorusu sorulmuştur. Bu soruya cevap bulmak amacıyla yöneltilmiş olan “Aidiyet Hissi” boyutuna dair ifadeler; “Üyesi

olduğum sanal topluluğun diğer üyeleri benimle iletişimde kalmak isterler”, “Üyesi olduğum sanal topluluğun en önemli üyelerinden biriyim”, “Üyesi olduğum sanal gruba kendimi ait hissediyorum” “Üyesi olduğum sanal topluluğun kendine has bir kimliği olduğuna inanıyorum”, “Üyesi olduğum sanal topluluğa olan üyeliğim, kim olduğum hakkındaki görüşlerimde merkezi rol oynar”, “Üyesi olduğum sanal topluluğun kimliği benim kendi kimliğimle tutarlıdır”, “Facebook ve benzeri ortamlarda kullandığım profil resimleri üyesi olduğum sanal topluluğun kimliği ile tutarlıdır”, “Üyesi olduğum sanal toplulukta kullandığım üye ismim topluluk kimliği ile tutarlıdır” ifadeleridir. Bu ifadelere verilen cevaplara ait Tablo 18.’de görölmektedir.

Araştırmaya katılan dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara dair “Aidiyet Hissi” düzeylerinin analizinde frekans, yüzde ve ortalama değerleri tablo ile gösterilmiştir.

Tablo 18. Dijital Yerlilerin Üyesi Olduğu Sanal Topluluğa Aidiyet Duygusu Düzeyleri

Aidiyet_hissi		<i>f</i>	%	Birikimli %	Ortalama
Üyesi olduğum sanal topluluğum kendine has bir kimliği olduğuna inanıyorum.	Kesinlikle Doğru Değil	77	9,7	9,7	
	Doğru Değil	63	8,0	17,7	
	Kararsızım	211	26,7	44,4	
	Doğru	317	40,1	84,6	
	Kesinlikle Doğru	122	15,4	100,0	
	Toplam	790	100,0		3,44
			<i>f</i>	%	Birikimli %
Üyesi olduğum sanal topluluğa olan üyeliğim, kim olduğum hakkındaki görüşlerimde merkezi rol oynar.	Kesinlikle Doğru Değil	133	16,8	16,8	
	Doğru Değil	126	15,9	32,8	
	Kararsızım	274	34,7	67,5	
	Doğru	201	25,4	92,9	
	Kesinlikle Doğru	56	7,1	100,0	
	Toplam	790	100,0		2,90
			<i>f</i>	%	Birikimli %
Üyesi olduğum sanal topluluğum kimliği benim kendi kimliğimle tutarlıdır.	Kesinlikle Doğru Değil	85	10,8	10,8	
	Doğru Değil	83	10,5	21,3	
	Kararsızım	220	27,8	49,1	
	Doğru	314	39,7	88,9	
	Kesinlikle Doğru	88	11,1	100,0	
	Toplam	790	100,0		3,30
			<i>f</i>	%	Birikimli %
Facebook ve benzeri ortamlarda kullandığım profil resimlerim Üyesi olduğum sanal topluluğum kimliği ile tutarlıdır	Kesinlikle Doğru Değil	177	22,4	22,4	
	Doğru Değil	123	15,6	38,0	
	Kararsızım	185	23,4	61,4	
	Doğru	231	29,2	90,6	
	Kesinlikle Doğru	74	9,4	100,0	
	Toplam	790	100,0		2,88
			<i>f</i>	%	Birikimli %
Üyesi olduğum sanal toplulukta kullandığım üye isimim topluluk kimliği ile tutarlıdır	Kesinlikle Doğru Değil	103	13,0	13,0	
	Doğru Değil	68	8,6	21,6	
	Kararsızım	165	20,9	42,5	
	Doğru	323	40,9	83,4	

	Kesinlikle Doğru	131	16,6	100,0	
	Toplam	790	100,0		3,40
		<i>f</i>	%	Birikimli %	Ortalama
Üyesi olduğum sanal Kendimi ait hissediyorum	Kesinlikle Doğru Değil	96	12,2	12,2	
	Doğru Değil	71	9,0	21,1	
	Kararsızım	215	27,2	48,4	
	Doğru	300	38,0	86,3	
	Kesinlikle Doğru	108	13,7	100,0	
	Toplam	790	100,0		3,32
			<i>f</i>	%	Birikimli %
Üyesi olduğum sanal topluluğun en önemli üyelerinden biriyim	Kesinlikle Doğru Değil	128	16,2	16,2	
	Doğru Değil	172	21,8	38,0	
	Kararsızım	257	32,5	70,5	
	Doğru	166	21,0	91,5	
	Kesinlikle Doğru	67	8,5	100,0	
	Toplam	790	100,0		2,84
			<i>f</i>	%	Birikimli %
Üyesi olduğum sanal topluluğun diğer üyeleri benimle iletişimde kalmak isterler.	Kesinlikle Doğru Değil	98	12,4	12,4	
	Doğru Değil	85	10,8	23,2	
	Kararsızım	245	31,0	54,2	
	Doğru	297	37,6	91,8	
	Kesinlikle Doğru	65	8,2	100,0	
	Toplam	790	100,0		3,18
	Aidiyet_hissi	Toplam	790		

Dijital yerli öğrencilerin üye oldukları sanal sosyal ağlara kendilerini ne düzeyde ait hissettiklerini tespit etmek üzere yöneltilmiş olan ifadelerden; “Üyesi olduğum sanal topluluğun kendine has bir kimliği olduğuna inanıyorum” ifadesine verilen cevaplar değerlendirildiğinde; Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %17,7’ olduğu görülmektedir. Kararsız olan %26,7 iken Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %55,5’dir. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %82,2’ye tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “3,44 ” dür. Yüksek düzey bir oranla katılımcılar üyesi oldukları sanal sosyal toplulukların kendine has bir kimliği olduğunu

düşünmektedir. Bu madde aidiyet hissi boyutunda en yüksek ortalama puan alan maddedir.

Konuya dair yapılmış olan mülakatlardan elde edilen veriler kapsamında; “Üyesi olduğunuz sanal topluluğun kendine has bir kimliği olduğuna inanıyor musunuz?” sorusunu ALK3 kodlu katılımcı bu konuda “*Evet kesinlikle üyesi olduğum kitap okuma topluluğunun kendine has bir kimliği var, zaten bende o yüzden o gruptayım...*” şeklinde cevaplandırmıştır. Bununla birlikte katılımcıların çoğu üyesi oldukları sanal toplulukların o toplulukları belirleyen ve oluşmasını sağlayan kimlikleri olduğunu ve bu bağlamda sanal topluluklara katıldıklarını ifade etmişlerdir. Örneğin bu duruma yönelik görüşünü Anime ve Manga içerikli oluşturulmuş olan gruplarda üyeliği bulunan FLK1 kodlu öğrenci MangaTR sitesinde ve TürkAnime sitesinde takipçi olduğunu ve bunların Discord’da kendisinin de katıldığı gruplarının olduğunu ifade etmektedir. Örneğin TürkAnime’nin Discord grubunda yirmi binden fazla üye bulunduğunu ve “*Burada belli konular hakkında diğer arkadaşlarımızla beraber konuşuyoruz. Yani konu belli, herkesin burada bulunma nedeni belli, bunu sağlayan sanal topluluğun kimliği, yoksa çoktan dağılırdık...*” şeklinde ifade etmiştir. Ayrıca MTLE7 kodlu öğrenci ise Facebook’ta üyesi olduğu “Tarantulam” isimli grup ismini vererek “*evet kesinlikle üyesi olduğum grup diğerlerinden çok farklı bu yüzden kendine has bir kimliğe sahip*” şeklinde konuya açıklık kazandırmıştır.

FLE2 kodlu öğrenci daha çok “World of Warcraft” ve “League of Legends” isimli oyunları oynamaktadır. Bu oyunların bulunduğu grup paylaşımlarını göz önünde bulundurarak şu açıklamayı yapmıştır; “*Tabiki onu var eden bir kimliği var. Belli bir amaçla kurulmuş olduğuna göre bir kimliği de var*”.

“Üyesi olduğum sanal topluluğa olan üyeliğim, kim olduğum hakkındaki görüşlerimde merkezi rol oynar” ifadesine verilen cevaplar değerlendirildiğinde ise; Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %32,8’dir. Kararsız olan %34,7 iken Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %32,5’dir. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %67,2’ye tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “2,90 ” dür. Katılımcıların orta düzeyde bir oranla üyesi oldukları sanal sosyal toplulukların kendi kimlik tanımlamalarında merkezi bir rol oynadığını düşündükleri ifade edilebilir.

Bu kapsamda “Üyesi olduğunuz sanal topluluğa olan üyeliğiniz, kim olduğunuz hakkındaki görüşlerinizde merkezi bir rol oynar mı?” sorusunun katılımcılardan OOK11 kodlu kız öğrenci sanal sosyal toplulukların kendini tanımlamadaki görüşlerinde merkezi rol oynamadığı cevabını vermiştir. OOK11 kodlu öğrenci bu görüşünü “...Yani grupta benim gibi arkadaşlarımla bir aradayız, ama ben kendimi tanımlarken yani kim olduğum hakkındaki görüşlerimde çok belirleyici değil. Yani olmazsa olmazım değil...” şeklinde ifade etmiştir. Bu konuda MTLE7 kodlu öğrenci ise çok net bir şekilde “ben kendimi yani u sanal ortamda gerçek hayattaki önemli hobim ya da ilgi alanım ile ilgili bir gruptayım, bu grupta bu hobim ile ilgili başka yerlerde yapamayacağım etkinlikleri yapıyorum, yeni şeyler öğreniyorum. Yani grup benim için hayatımda önemli bir yere sahip ...” cevabını vererek kendini ait hissettiği grubun kendini tanımlamadaki önemli yerini ifade etmiştir. FLE2 kodlu öğrenci ise “ Bu oyunu ne kadar oynadığına bağlı. Yani günde on saat ya da daha fazla oynadığım zamanlar oyun hayatım haline geliyor ve kimliğim haline geliyor ”sözleri ile oyunda uzun zaman geçirdikçe kendisini tanımlamada önemli bir ölçüt haline geldiğini ifade etmektedir.

“Üyesi olduğum sanal topluluğun diğer üyeleri benimle iletişimde kalmak isterler” ifadesine verilen cevaplar analiz edildiğinde ise; Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %23,2’dir. Kararsız olan %31 oranında bir kitle varken, Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %45,8’dir. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %75,8’e denk gelmektedir. Bu maddenin ortalaması “3,18 ” dir.

Bu maddeyle ilgili olarak görüşme yapılan öğrencilerden “Üyesi olduğunuz sanal topluluğun diğer üyeleri sizinle iletişimde kalmak isterler mi?” sorusu ile ilgili ALE4 kodlu erkek öğrenci; “Yani benim yorumlarımı okuyup cevap verenler var, görüşlerimi takip edip yorum yapmaları benimle iletişimde kalmak istediklerini düşündürüyor...” şeklinde bir yorum getirmiştir. FLE2 kodlu katılımcı ise; oyun grubunda aktif ve çekirdek bir üye olduğunu ve bu nedenle diğer üyelerin kendisi ile iletişimde kalmak istediğini şu sözlerle açıklamaktadır;“ Grupta kilit bir rolde bulunduğum için tabiki diğer üyeler discort gruplarında benimle iletişimde kalmak istiyor, oyunu oynarken ben o oyuncu için ve oyunu kazanmak için önemli oluyorum”. FLK1 kodlu öğrenci ise tersi yönde bir yorum yaparak “ Hayır çünkü gerçek bir arkadaşlığımız yok ortak olduğumuz bir konu hakkında bir araya geliyoruz sadece ”sözleri ile bu soruya olumsuz cevap vermiştir.

“Üyesi olduğum sanal topluluğun kimliği benim kendi kimliğimle tutarlıdır” ifadesi dijital yerli öğrencilerin kendi kimlik tanımları ile üyesi oldukları sanal topluluğun kimliğinin birbiri ile uyumlu olup olmadığını tespit etmek amacıyla sorulmuştur. Sorulan bu maddeye verilen cevaplar değerlendirildiğinde katılımcıların %21,3’lük bir kısmı Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şıklarını işaretleyerek Sanal topluluğun kimliği ile kendi kimliklerinin uyumlu olmadığını ifade etmiştir. Kararsızım şikkını işaretleyerek kesin bir yargıda bulunmayan katılımcıların oranı ise %27,8’dir. Kesinlikle Doğru ve Doğru seçeneklerini işaretleyerek üyesi oldukları sanal topluluğun kimliğinin kendi kimlikleri ile tutarlı olduğunu ifade eden %50,8’lik bir kitle bulunmaktadır. Bu sonuç ile katılımcıların yarısından fazlasının bu konuda olumlu yaklaşım sergilediği görülmektedir. Ayrıca bu konuda tamamen olumsuz yaklaşmayan kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %78,6’lık bir oran karşımıza çıkmaktadır. Bu ifadeye verilen cevapların ortalaması “3,30 ” dur. Dolayısıyla katılımcılar orta düzeyde üyesi oldukları sanal topluluğun kimliğinin kendi kimlikleri ile tutarlı olduğu konusunda görüş bildirmişlerdir.

Bu madde ile ilgili yapılan mülakatlarda sorulan “Üyesi olduğunuz sanal topluluğun kimliği sizin kendi kimliğinizle tutarlı mıdır” sorusuna verilen cevaplardan bazıları şöyledir; FLE2 kodlu öğrenci “ *mesela klanların lideri olduğum için gerçek hayatta da yine lider rolüm devam diyor*” sözleri ile sanal topluluğun kimliğinin kendi kimliği ile tutarlı olduğunu ifade etmektedir. Bununla birlikte FLK1 kodlu kız öğrenci ise “ *Yok ama şöyle diyebilirim içinde bulunduğum manga grubu içinde herkes manga seviyor bu yönden uyuyoruz* ” şeklinde bir yorum getirmiştir. Aynı şekilde ALE4 kodlu katılımcıda topluluğun kimliği ile kendi kimliğinin “*paralel*” olduğu şeklinde görüşünü açıklamıştır

Bireyin, sanal sosyal ağlarda profil resmi olarak seçtiği fotoğraflar o kişinin kimlik inşasının aracı olarak kullanılmaktadır. Yapılan bir araştırmaya göre; özellikle genç kızlar profil fotoğraflarını kimlik ifade aracı olarak görmektedirler (Siibak, 2010) Sanal ağlarda kullanılan profil resmi site genelinde kullanıcı için bir simge olarak belki de kimlik performansının en önemli unsurudur. Mendelson ve Papacharissi (2011: 251), Facebook'taki profil resimlerinin bir 'kendini tanıtmaya ve kimliğini gerçekleştirme' aracı olduğunu belirtirken Siibak (2010) ise; profil resimlerini sosyal ağda izlenim oluşturma yönetiminin aracı olarak tanımlamaktadır. Brown ve Vaughn (2011: 223), tek bir profil

resminin dahi bireyin potansiyel olarak bir ırkı ve etnik kökeni, din dâhil olmak üzere kullanıcı hakkında çok sayıda bilgi, cinsiyet, yaş, cinsel yönelim, fiziksel çekicilik, sigara içme alışkanlıkları vb. gibi birçok kimlik ve aidiyet bilgisini verebileceğini ifade etmektedir.

Özellikle profil resmi, bu durumda, bir simge veya profilin temsili, tıpkı bir kişinin adıyla aynı şekilde o bireyi temsil eder hale geliyor. Bu bağlamda “Facebook ve benzeri ortamlarda kullandığım profil resimleri üyesi olduğum sanal topluluğun kimliği ile tutarlıdır” ifadesi ile sosyal ağlarda kullanıcıların dijital kimliğini temsil eden profil sayfasında yer alan profil resimlerinin seçiminde üyesi olunan sanal topluluğun etkisinin olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda katılımcıların verdikleri cevaplara göre %38 Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şıklarını işaretleyerek böyle bir yaklaşımlarının bulunmadığını ifade ederken, Kararsız olanların oranı %23,4 iken, Kesinlikle Doğru ve Doğru seçeneklerini işaretleyerek bu maddeye açıkça katılanların oranı %38,6’dır. Bu madde tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %62’ye tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “2,88” dir. Yine orta düzey bir puanla katılımcılar üyesi oldukları sanal sosyal toplulukların kimliği ile kullandıkları profil resimlerinin tutarlı olduğunu düşünmektedir. Ancak bu oranın orta düzey bir puan olmasına rağmen “Aidiyet Hissi” boyutundaki en düşük değere sahip ifadelerden biri olduğu görülmektedir.

Araştırmanın bu bölümü ile alakalı olarak yapılmış olan mülakatlarda sorulan “Facebook ve benzeri ortamlarda kullandığımız profil resimleri üyesi olduğunuz sanal topluluğun kimliği ile tutarlı mıdır?” sorusu ile ilgili olarak elde edilen veriler kapsamında FLE2 kodlu katılımcı bu konuda “*Hayır profil resmim kesinlikle üyesi olduğum sanal topluluğunun kimliği ile tutarlı değil. Çünkü benim kullandığım profil resmim Türk tarihinden önemli bir karakter, ancak üyesi olduğum sanal topluluğun oluşum amacı ve konusu ile bu karakterin hiçbir ilgisi yok...*” şeklinde cevap vermiştir. Bununla birlikte katılımcıların bir kısmı ise bu konuda olumlu fikir bildirmiştir, örneğin bu duruma yönelik görüşünü FLK1 kodlu öğrenci “*Evet kullandığım profil resmi benim üyesi olduğum sanal topluluğun kimliği ile tutarlı ben bir anime sevenler topluluğunun üyesiyim. Seçtiğim profil resmimde bir anime karakteri, bazen profil resmimi değiştiriyorum ama yine seçtiğim profil resmi yine bir anime karakteri oluyor...*” şeklinde ifade etmiştir. Ayrıca bu konuda MTLE7 kodlu öğrenci ise “*profil resmimi*

zaman zaman değiştiryorum, ama mesela grupta yine gruba uygun profil resmi koyuyorum...” sözleri ile kullandığı profil resimlerinin üyesi olduğu sanal topluluğun kimliği ile tutarlı olduğu yönünde bir açıklama yapmıştır.

“Üyesi olduğum sanal toplulukta kullandığım üye ismim topluluk kimliği ile tutarlıdır” ifadesine verilen yanıtlara göre; Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %21,6’dır. Kararsız olan %20,9 iken Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %57,5’dır. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %78,4’e tekabül etmektedir. Bu maddeye verilen yanıtların ortalaması “3,40 ” dır. Bu sonuca dayalı olarak dijital yerli öğrencilerin sanal toplulukta kullandıkları üye isimlerinin topluluk kimliği ile yüksek düzeyde tutarlı olduğu ifade edilebilir.

“Üyesi olduğunuz sanal toplulukta kullandığınız üye isminiz topluluk kimliği ile tutarlı mıdır” sorusuna FLE2 kodlu erkek katılımcı bu soru ile ilgili olarak; “*Yani nicknameim tabiki tutarlı ama herkes için geçerli değil bu, herkes tutarlı isim seçmiyor*” açıklamasını yaparken, FLK1 kodlu katılımcıda yine aynı paralelde; “*Evet uyumlu manga da “Ciel” karakterini seviyorum. “Ciel” ismini kullanıyorum*” şeklinde üye isminin topluluk kimliği ile tutarlı olduğunu ifade etmiştir

Demirel (2020)’de “*ARMY’lerin Twitter gibi dijital uzamındaki profil fotoğrafları, profil isimleri ve paylaşımları üzerinden benlik sunumları geręekleřtirmekte*” olduklarını ifade etmektedir. O’na göre “*bu sunumlarda özellikle gruba ait fotoğraf ve isim kullanımı hayranlar tarafından hayran kültürünün, grup aidiyetinin bir parçası olarak değerlendirilmektedir*”.

“Üyesi olduğum sanal gruba kendimi ait hissediyorum” ifadesine verilen cevaplar analiz edildiğinde yine olumsuz cevaplar olan Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil cevapları ortalamanın altında bir oranda şaretlenmiştir. Bu iki cevap birlikte %21,2’lik bir orana tekabül etmektedir. Kararsızlar %27,2 oranına sahipken Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %51,7’dır. Bu oran kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %78,9’a denk gelmektedir. Bu maddeye verilen cevapların ortalaması ise “3,32 ” dir. Özellikle bu ifadede ortaya çıkan bu oran dijital yerli öğrencilerin üye oldukları sanal sosyal ağlara kendilerini orta düzeyde ait hissettiklerini göstermektedir.

Bu madde ile ilgili olarak sorulan “Üyesi olduğunuz sanal gruba kendinizi ait hissediyor musunuz” sorusunu; özellikle yaz tatillerinde oyun grubunda on saati aşan sürelerde vakit geçirdiğini belirten FLE2 kodlu erkek katılımcı bu maddeyi “ *hayatımda oyun önemli bir yer oluşturduğu için gruba kendimi ait hissediyorum*” sözleri ile cevaplamış ve açıkça grup aidiyetini onaylamıştır. Bu konuda tarantula ile ilgili bir grupta olduğunu ifade eden MTLE7 kodlu öğrenci ise çok net bir şekilde “... *bu gruba kendimi ait hissediyorum, çünkü benim için önemli olan, ilgi alanımla ilgili bu grupta konuşup paylaşım yapabiliyorum. Gerçek hayatta bana saçmalama diyenler olduğu için pek bu ilgi alanımla alakalı konuşmuyorum, ama tarantulam grubunda açıkça konuşup paylaşım yapabiliyorum...*” sanal grup aidiyetini ifade etmektedir. Ancak FLK1 kodlu kız katılımcı “*Şöyle manga hakkında konuşuyoruz, yazar bunu yazarken ne düşünüyordu? Gibi konularda konuşuyoruz, fikir alış verişi yapıyoruz. Bu kadar...*” sözleri ile grup aidiyeti konusunda olumsuz bir yorum yapmıştır. ALE4 kodlu öğrenci ise net bir şekilde kendisini içinde bulunduğu sanal gruba “*Evet ait hissediyorum*” cevabı ile aidiyet hissettiğini ifade etmiştir.

“Üyesi olduğum sanal topluluğun en önemli üyelerinden biriyim” ifadesine Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %21,1’dir. Kararsız olan %32,5 iken Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %29,5’dir. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %62’ye denk gelmektedir. Bu maddeye verilen cevapların ortalaması ise “2,84” tür. “Üyesi olduğum sanal topluluğun en önemli üyelerinden biriyim” ifadesi için elde edilmiş olan bu oran “Aidiyet Hissi” boyutundaki en düşük ortalama puanıdır.

“Üyesi olduğunuz sanal topluluğun en önemli üyelerinden birisi olduğunuzu düşünüyor musunuz? Sorusunu FLK1 kodlu kız öğrenci üyesi olduğu sanal topluluğa üyeliği ile ilgili olarak; “*Çok önemli bir üye olduğumu düşünmüyorum. Zaten manga grubunu açan üye dışında hiç kimse en önemli üye konumunda değil bence*” şeklinde bir açıklama yapmıştır. FLE2 kodlu katılımcı ise tersi bir yorum yaparak; “*evet klan bensiz raid yapamaz, o yüzden en önemli üyelerindenim*” şeklindeki yorumuyla sanal topluluğun önemli bir üyesi olduğunu düşündüğü görülmektedir. Aynı şekilde ALE4 kodlu katılımcı ise sanal ortamda “Genç Fenerbahçeliler” grubunun önemli bir üyesi olduğunu şu sözleri ile ifade etmektedir; “*Ben hemen her gün bu grupta paylaşım yapar, paylaşımları takip*

eder ve cevap yazarım. Grupta tanınan bir kişiyim, hatta Fenerbahçe'nin maçı için takım Malatya'ya geldiğinde bir karşılama organize ettim..." sözleri ile çekirdek bir üye konumunda olduğunu ifade etmektedir.

Elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde "Üyesi olduğum sanal toplulukta kullandığım üye ismim topluluk kimliği ile tutarlıdır" ifadesi ile "Facebook ve benzeri ortamlarda kullandığım profil resimleri üyesi olduğum sanal topluluğun kimliği ile tutarlıdır" ifadesi birbirine benzer iki ifade olmasına rağmen, sanal sosyal ağlarda seçilen üye isminin topluluk ile uyumlu olma durumunun daha çok grup aidiyeti ile seçildiğini ancak buna rağmen profil resminin aynı duyguyla seçilmediğini göstermektedir.

"Aidiyet Hissi" boyutundaki tüm ifadelerle verilen cevapların toplam ortalama puan değerleri "3,15" dir. Bu değer orta düzey bir puandır. Dolayısıyla dijital yerli öğrencilerin üye oldukları sanal sosyal ağlara aidiyet hissi düzeylerinin orta düzeyde olduğu ifade edilebilir. Bu sonuca dayanarak; H1. "Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet düzeyleri yüksektir." hipotezimizin geçerli olmadığı görülmüştür.

Aidiyet Hissi düzeyi ile ilgili yapılan mülakatlarda varılan sonuç ise sanal topluluğa üyelik süresinde ki ve paylaşım sıklığında ki artış ve topluluktaki aktif ve çekirdek üye olma etkenleri ile bağlantılı olarak katılımcıların kendilerini grupla özdeşleştirdikleri ve buna bağlı olarak "Aidiyet Hissi" düzeyinin de arttığı ifade edilebilir.

4.2.1.1. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeylerinin Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler İle İlişkisi

Araştırmanın bu bölümünde "Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet düzeyleri ile bazı sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır? Sorusuna cevap aranmıştır. Bu kapsamda bağımsız değişkenlerden cinsiyet ve bağımlı değişkenlerden aidiyet hissi düzeyleri arasında bir ilişki olup olmadığını bağımsız örneklem t- testi; yine bağımsız değişkenlerden yaş, okul türü, gelir seviyesi, aile tipi ve yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenleri ile bağımlı değişkenlerden aidiyet hissi düzeyleri arasında bir ilişki olup olmadığı ise tek yönlü varyans analizi Anova testi ile ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Bu bağlamda bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans Anova analizi yürütülmüş ve analiz sonucu elde edilen grup istatistikleri tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 19. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeyleri İle Cinsiyet İlişkisi

Değişkenler	Gruplar	N	X	ss	t testi		
					t	sd	p
Aidiyet düzeyi	Kadın	404	3,2661	0,7978	3,702	788	,000
	Erkek	386	3,0408	0,9108			

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin cinsiyetleri ile ilişkili olup olmadığını tespit etmek üzere yapılan t- testi sonuçlarına göre kadın ve erkek dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin anlamlı olarak ilişkili olduğu bulunmuştur ($p < .05$). Buna göre kadın dijital yerli öğrencilerin (ort=3,266) aidiyet düzeyleri puanları, erkek dijital yerli öğrencilere (ort=3,040) göre anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur ($t(788) = 3,702, p = ,000 < .05$).

Bu sonuçlara göre kadın dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin, erkek katılımcılara göre daha yüksek düzeyde olduğu ifade edilebilir.

Tablo 20. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeyleri İle Yaş İlişkisi

Yaş	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. 10-12 arası	43	3,153	0,9778	G. Arası	1,546	3	0,515			
2. 13-15 arası	418	3,148	0,8562	G. İçi	584,413	786	0,744			
3. 16-18 arası	321	3,161	0,8573	Toplam	585,959	789		0,693	0,556	
4. 19-21 arası	8	3,578	0,6909							
Toplam	790	3,156	0,8617							

Tablo 20. incelendiğinde, dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin yaş değişkeni ile ilişkili olup olmadığını tespit etmek üzere yapılan Anova testi sonuçlarına göre, dijital yerli öğrencilerin yaş değişkenine göre, sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p = .556 > .05$). Bu sonuçtan yola çıkarak dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin yaş değişkeni ile bir ilişkisinin olmadığı ifade edilebilir.

Tablo 21. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeyleri İle Gelir Seviyesi İlişkisi

Gelir Seviyesi	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. 2500 TL ve altı	234	3,172	,9406	G. Arası	,559	4	0,140			
2. 2501 – 3.500 TL arası	228	3,179	,8093	G. İçi	585,400	785	0,746			
3. 3.501-5.500 TL arası	173	3,133	,8615	Toplam	585,959	789				
4. 5.501-8.000 TL arası	102	3,104	,8175					,188	0,945	
5. 8.001 TL ve üstü	53	3,156	,8247							
Toplam	790	3,156	,8617							

Tablo 21. incelendiğinde, dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin gelir seviyesi ile ilişkili olup olmadığını tespit etmek üzere yapılan Anova testi sonuçlarına göre dijital yerli öğrencilerin gelir seviyesi değişkenine göre sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p=.945>.05$). Bu sonuçtan yola çıkarak dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin gelir seviyesi değişkeni ile bir ilişkisinin olmadığı ifade edilebilir.

Tablo 22. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeyleri İle Okul Türü İlişkisi

Okul Türü	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1.Anadolu Lisesi	354	3,169	,8558	G. Arası	16,514	6	2,752			
2.Fen Lisesi	109	3,231	,72465	G. İçi	569,445	783	0,727			
3.Mesleki ve Teknik Lise	48	3,033	,98349	Toplam	585,959	789				
4.İmam Hatip Lisesi	146	2,922	,97004					3,785	.001	1-4,1-5, 4-2, 4-5, 4-7
5.Sosyal Bilimler Lisesi.	61	3,459	,59892							
6.Orta Okul	45	3,205	,9270							
7.Güzel Sanatlar Lisesi	27	3,384	,70449							
Toplam	790	3,156	,86178							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin okul türü ile ilişkili olup olmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre okul türü değişkenine göre dijital yerli öğrencilerin, sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin, anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($p<.05$).

Buna göre dijital yerli öğrencilerin aidiyet düzeylerinin okul türü değişkenine göre, hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi sonrası post-hoc LSD testi yapılmıştır. Bu test sonucunda Anadolu Lisesi öğrencilerinin lehine üyesi oldukları sanal topluluklara dair aidiyet düzeyi ile İmam Hatip Lisesi öğrencilerinin aidiyet düzeylerinin farklılaştığı ve yine Anadolu Lisesi öğrencilerinin üyesi oldukları sanal topluluklara dair aidiyet düzeyi ile Sosyal Bilimler Lisesi($p=.015$) öğrencilerinin lehine farklılık gösterdiği görülmektedir. Ayrıca aidiyet düzeyinin en düşük oranda olduğu görülen, İmam Hatip Lisesi öğrencilerinin üyesi oldukları sanal topluluklara dair aidiyet düzeyi ile Fen Lisesi($p=.004$), Sosyal Bilimler Lisesi($p=.000$) ve Güzel Sanatlar Lisesi ($p=.010$)lehine anlamlı bir farklılık

bulunmaktadır ($t(6-783) = 3,785$, $p = .001 < .05$). Diğer alt boyutlar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p > .05$).

Elde edilen bu verilere dayanarak sanal ortamlarda en yüksek aidiyet hissi düzeyine sahip öğrencilerin bulunduğu okul türünün Sosyal Bilimler Lisesi olduğu görülmektedir.

Bu sonuçtan yola çıkarak dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin okul türü değişkeni ile ilişkili olduğu ifade edilebilir.

Tablo 23. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeyleri İle Aile Tipi İlişkisi

Aile Tipi	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. Çekirdek Aile	620	3,146	,8571	G. Arası	1,035	3	,345			
2. Geniş Aile	126	3,190	,8499	G. İçi	584,924	786	,744			
3. Eşlerin Boşanmış Olduğu Aile	31	3,274	,8523	Toplam	585,959	789		0,463	0,708	
4. Eşlerden Birinin Ölmüş Olduğu Aile	13	2,980	1,2288							
Toplam	790	3,156	,8617							

Tablo 23. incelendiğinde, dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin aile tipi ile ilişkili olup olmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre, dijital yerli öğrencilerin aile tipi değişkenine göre, sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p = .708 > .05$). Tablo 23. ortalamalar açısından incelendiğinde eşlerin boşanmış olduğu aileye mensup öğrencilerin, diğer aile türlerine oranla aidiyet hissi ortalamasının daha yüksek olduğu görülmektedir. Ancak bu durum yapılan Anova testine göre anlamlı bir farklılık oluşturacak miktarda değildir.

Bu sonuçtan yola çıkarak dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin aile tipi değişkeni ile bir ilişkisinin olmadığı ifade edilebilir.

Tablo 24. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeyleri İle Okul Türü İlişkisi

Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yer	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. Köy	142	3,152	,9579	G. Arası	1,574	3	,525			
2. İlçe	128	3,243	,7454	G. İçi	584,385	786	0,743			
3. Şehir	194	3,170	,8150	Toplam	585,959	789		0,706	0,549	
4. Büyük Şehir	326	3,114	,8879							
Toplam	790	3,156	,8617							

Tablo 24. incelendiğinde, dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin katılımcıların, yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi ile ilişkili olup olmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre, dijital yerli öğrencilerin yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenine göre sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p=.549>.05$).

Bu sonuçtan yola çıkarak dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkeni ile bir ilişkisinin olmadığı ifade edilebilir.

“Aidiyet Hissi” boyutuna dair elde edilen veriler kullanılarak, araştırma kapsamında, “*Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet düzeyleri ile bazı sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır?*” Sorusuna cevap bulmak amacıyla bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans Anova analizi yürütülerek analiz edilmiştir. Söz konusu analizler sonucu elde edilen grup istatistikleri tablolar halinde sunulmuştur. Bu bağlamda elde edilen verilere göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki genel aidiyet düzeyleri, bazı sosyo-demografik değişkenler açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir. Dijital yerlilere dair cinsiyet ve okul türü değişkenleri ile sanal sosyal ağlara aidiyet düzeyleri arasında farklılık görülürken, yaş,

gelir düzeyi, aile tipi ve yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenleri ile bir farklılık tespit edilmemiştir.

Elde edilmiş olan bu verilere dayalı olarak; H2. “Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet düzeyleri ile bazı sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişki vardır.” hipotezinin kısmen geçerli olduğu görülmüştür.

4.2.1.2. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeyleri İle Üyesi Oldukları Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı ve Üyelik Süresi İlişkisi

Sanal ağlarda açık topluluk forumundaki tartışmalara, hatta münazaralara aktif olarak katılan, sanal ağda sıkça paylaşım yapan üyeler çekirdek gruptur. Çekirdek üyeler genellikle topluluk projelerini üstlenirler, topluluğun ele alacağı konuları belirler ve topluluğu öğrenme gündemine doğru hareket ettirirler. Bu grup, topluluğun kalbidir. Topluluk olgunlaştıkça, bu çekirdek grup, topluluğun liderliğinin çoğunu üstlenirler. Bu üyeler düzenli olarak toplantılara katılırlar. Çekirdek üyelere oranla sanal ağda daha az sorumluluk üstlenen ve paylaşım sıklığı daha az olan üyeler ise çevresel üye olarak nitelendirilebilirler. Çevresel üyelere sanal ağa katılım çekirdek grubun düzenliliği veya yoğunluğu olmaksızın gerçekleşir. Topluluk üyelerinin büyük bir kısmı çevreseldir ve topluluğa nadiren katılırlar, kenarda kalırlar, çekirdek ve aktif üyelerin etkileşimini izlerler (Wenger vd. 2002).

Sanal sosyal ağlarda hangi paylaşım sıklığının üyeyi aktif ve ya çekirdek üye olarak nitelendirilmesini sağlayacağı konusu tam olarak açıklığa kavuşmamasına rağmen, paylaşım sıklığı sanal sosyal ağlardaki üyeliğin aktif üyelik veya çevresel üyelik olarak nitelendirilmesi için kullanılabilir. Bu bağlamda paylaşım sıklığının yüksek olması üyenin çekirdek üye olduğunu da göstermektedir. Sanal sosyal ağda paylaşım sıklığı daha az olan üyeler ise çevresel üye olarak nitelendirilebilir.

Bu bağlamda araştırmanın problemler kısmında ifade edilen “*Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet düzeyleri ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki var mıdır?*” sorusuna cevap bulmak amacıyla tek yönlü varyans Anova analizi yürütülmüştür. Söz konusu analiz sonucu elde edilen grup istatistikleri tablo halinde sunulmuştur.

Tablo 25. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeyleri İle Aidiyet Hissettikleri Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı İlişkisi

Paylaşım Sıklığı	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. Bir günde 1-3 Saat	275	3,260	,87242	G. Arası	14,539	4	3,635			
2. Bir günde 4-8 Saat	40	3,456	,56227	G. İçi	571,420	785	,728			
3. Bir günde 9 Saat ve üzeri	14	3,625	1,03078	Toplam	585,959	789		4,993	0,001	4-1, 4-2, 4-3, 5-1, 5-2, 5-3
4. Haftada Bir Gün	141	3,056	,82423							
5. Haftada Birkaç Gün	320	3,052	,87031							
Toplam	790	3,156	,86178							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara aidiyet düzeylerinin sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığına göre, farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre, aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığına göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($p < .05$).

Buna göre dijital yerli öğrencilerin aidiyet düzeylerinin sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı değişkenine göre, hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi sonrası post-hoc LSD testi yapılmıştır. Bu test sonucunda üyesi oldukları sanal topluluklara dair aidiyet düzeyi ile sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı haftada bir gün olan öğrencilerin; bir günde 1-3 saat ($p = .021$), bir günde 4-8 saat ($p = .009$) ve bir günde 9 saat ve üzeri ($p = .018$) paylaşım düzeyine sahip olan öğrencilerden ve sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı haftada birkaç gün olan öğrencilerin; bir günde 1-3 saat ($p = .003$), bir günde 4-8 saat ($p = .005$) ve bir günde 9 saat ve üzeri ($p = .014$) paylaşım sıklığına sahip olan öğrencilerin aidiyet hissi düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($t(4-785) = 4,993$, $p = .001 < .05$). Diğer alt boyutlar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p > .05$).

Bu bağlamda sanal sosyal ağlarda paylaşım yapma sıklığı ile aidiyet hissi arasında; Bir günde 1-3 saat, bir günde 4-8 saat ve bir günde 9 saat ve üzeri paylaşım yapan öğrenciler lehine; haftada bir gün ve haftada birkaç gün paylaşım yapanlara göre anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Bu sonuçlara göre sanal sosyal ağlardaki paylaşım yapma sıklığı arttıkça aidiyet hissi düzeyinin de artmakta olduğu ve üyenin aktif ve çekirdek üye olarak nitelendirilebileceği ifade edilebilir. Örnekleme grubumuzdaki üyelerin öğrenci olduğu ve dersleri ve okulda geçirilen süreleri dikkate alarak sanal sosyal ağda her gün paylaşım yapan üyelerin aktif üye olarak nitelendirilebileceği düşünülmektedir. Ayrıca her gün paylaşım yapmayan paylaşım sıklığını haftada birkaç kez ve haftada bir olarak belirten üyelerin ise çevresel üye olarak tanımlanabileceği varsayılmaktadır. Dolayısıyla örnekleme grubumuzda toplam 790 dijital yerlinin 329'u aktif, 461'i ise çevresel üye konumundadır.

Yine elde edilen bulgulara dayanarak sanal sosyal ağlardaki aktif üyelerin, sanal sosyal ağa aidiyet duygularının da çevresel üyelere oranla daha yüksek olduğu ifade görülmektedir.

Sanal sosyal ağlardaki paylaşım yapma sıklığı gibi, sanal sosyal ağlara üyeliğin süresi de üyenin çekirdek üye veya çevresel üye olarak nitelendirilmesi için kullanılabilir. Bu bağlamda katılımcının üyelik süresinin uzaması üyenin çekirdek üye olduğunun bir delili olarak gösterilebilir. Sanal sosyal ağa yeni üye olmuş üyeler ise çevresel üye olarak nitelendirilebilir.

Sanal grup içi ilişkilerde devamlılık aidiyetin gerçek anlamda ne düzeyde olduğunun ölçütünü verir. Bu bağlamda dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet düzeyleri ile üyesi oldukları sanal sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki olup olmadığını tespit etmek üzere tek yönlü varyans Anova analizi yürütülmüştür. Söz konusu analiz sonucu elde edilen grup istatistikleri tablo halinde sunulmuştur.

Tablo 26. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Aidiyet Düzeyleri İle Aidiyet Hissettikleri Sanal Sosyal Ağlardaki Üyelik Süresi İlişkisi

Üyelik Süresi	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. 3 ay ve altı	256	2,969	,99612	G. Arası	15,787	4	3,947			
2. 4-6 ay arası	158	3,257	,74890	G. İçi	570,172	785	,726			
3. 7-9 ay arası	98	3,162	,71508	Toplam	585,959	789				
4. 10-12 ay arası	64	3,412	,75615					5,434	,000	1-2, 1-3, 1-4, 1-5
5. 13 ay veya daha fazla	214	3,225	,82072							
Toplam	790	3,156	,86178							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin, sanal sosyal ağlara üyelik süresine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre, aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki üyelik sürelerine göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($p < .05$).

Buna göre dijital yerli öğrencilerin aidiyet düzeylerinin sanal sosyal ağlardaki üyelik süresi değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi sonrası yapılan post-hoc LSD testi sonucunda, üyesi oldukları sanal topluluklara dair aidiyet düzeyi ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlara üyelik süresi 3 ay ve altı olan öğrencilerin; 4-6 ay arası ($p = .001$), 7-9 ay arası ($p = .049$), 10-12 ay arası ($p = .000$) ve 13 ay veya daha fazla ($p = .001$) üyelik süresine sahip olan öğrencilerin aidiyet hissi düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($t(4-785) = 5,434, p = .000 < .05$). Diğer alt boyutlar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p > .05$).

Bu bağlamda sanal sosyal ağlara üyelik süresi ile aidiyet hissi arasında; 4-6 ay arası, 7-9 ay arası, 10-12 ay arası ve 13 ay veya daha fazla paylaşım yapan öğrenciler lehine; üyelik süresi 3 ay ve altı olan öğrencilere göre anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre aidiyet hissedilen sanal sosyal ağlara üyelik süresi arttıkça aidiyet hissi düzeyinin de arttığı ifade edilebilir.

Bu bağlamda sanal sosyal ağlardaki üyelik süresi arttıkça aidiyet hissi düzeyinin de artmakta olduğu ve üyenin çekirdek üye olarak nitelendirilebileceği düşünülmektedir. Örneklem grubumuzdaki üyelerin üyelik sürelerini dikkate alınarak elde edilen bulgular ışığında üyelik süresi 3 ay ve altı olan öğrencilere çevresel üye, üyelik süresi 4-6 ay arası, 7-9 ay arası, 10-12 ay arası ve 13 ay veya daha fazla olan üyelerin ise çekirdek üye olarak nitelendirilebileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla örneklem grubumuzda toplam 790 dijital yerlinin 534'ü çekirdek, 256'sı ise çevresel üye konumundadır.

Yine elde edilen bulgulara dayanarak sanal sosyal ağlardaki çekirdek üyelerin, sanal sosyal ağa aidiyet duygularının da, çevresel üyelere oranla daha yüksek olduğu ifade edilebilir. Elde edilmiş olan bu bulgulara dayalı olarak; *H3. "Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet düzeyleri ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süresi arasında bir ilişki vardır.* Hipotezi doğrulanmıştır.

Bu noktada katılımcıların sanal sosyal ağlara üyelik süresi ve sanal sosyal ağlarda paylaşım yapma sıklığının birbiri ile ilişkisi olup olmadığı önem arz etmektedir. Bu konunun açıklığa kavuşturulması için yapılan pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre; katılımcıların sanal sosyal ağlara üyelik süresi ve sanal sosyal ağlarda paylaşım yapma sıklığı arasında çok güçlü düzeyde, pozitif yönde ($r=,98$; $p<,05$) ilişki olduğu görülmektedir.

4.2.2. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri

Sanal aidiyet, bireylerin gerçek üstü toplumsal ilişkiler sonucunda inşa ettiği cemaatlere ve bu cemaatler içinde sosyalleştiği bir siber uzama olan bağlılığını ifade etmektedir (Elitaş ve Keskin, 2014:172). İnternette kurulan sanal ağları kullanmak bireyler için büyük bir küresel nüfusa bağlantı imkânı sağlar, sanal ortamlarda kurulan mevcut ilişkilerdeki birbirine bağlılığı iyileştirir.

Katılımcıların sanal sosyal topluluklardaki karşılıklı bağlılık düzeyleri onların sanal sosyal topluluklara olan aidiyet duyguları ile yakından ilişkilidir. Bireyler aidiyet hissettikleri toplulukların faaliyetlerine katkı sağladıkça, hem o gruba aidiyet duyguları hem de karşılıklı bağlılıkları artacaktır. Ayrıca sanal sosyal topluluklarda ortak paylaşımların yüksek olması, bireyin o toplulukta sosyalleştiği, topluluğa ait sembolleri ve anlamları içselleştirdiği anlamına gelmektedir. Böylece bireyin topluluğa yönelik

olarak ortak duygu ve düşünceleri benimsemesi, grup ile olan karşılıklı bağlılıklarını arttırdığı gibi aynı zamanda kendilerini o gruba ait hissetme duygularını da arttıracaktır.

Bu bağlamda “*Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan karşılıklı bağlılık düzeyleri nedir?*” sorusuna cevap bulmak amacıyla yöneltilmiş olan “Karşılıklı bağlılık” boyutuna dair ifadeler; “Üyesi olduğum sanal topluluğun ortak etkinliklerinin gerçekleştirilmesi için katkıda bulunurum”, “Üyesi olduğum sanal topluluğun faaliyetleri ile ilgili sorunları çözmek için katkıda bulunurum”, “Üyesi olduğum sanal topluluğun gelişmesi için öneriler getiririm”, “Üyesi olduğum sanal topluluğun aktiviteleri ile ilgili grupta sıkça yorum yaparım”, “Üyesi olduğum sanal topluluğun etkinliklerine sıklıkla katılırım”, “Üyesi olduğum sanal topluluğun etkinliklerine katılacaklara çeşitli konularda tavsiyelerde bulunurum”, “Üyesi olduğum sanal toplulukta fotoğraf, video, yorum, tavsiye, linkler gibi konularda çok sık paylaşımda bulunurum”, “Üyesi olduğum sanal toplulukta fotoğraf, video, yorum, tavsiye, linkler gibi konularda çok sık paylaşımda bulunurum” gibi tutum ifadeleridir.

Bu ifadelere verilen cevaplar Tablo 27.’de görülmektedir. Araştırmaya katılan dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlarda “Karşılıklı bağlılık” düzeylerinin analizinde frekans, yüzde ve ortalama değerleri tablo ile gösterilmiştir.

Tablo 27. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri

		<i>f</i>	%	Birikimli %	Ortalama
Üyesi olduğum sanal topluluğun ortak etkinliklerinin gerçekleştirilmesi için katkıda bulunurum.	Kesinlikle Doğru Değil	102	12,9	12,9	
	Doğru Değil	96	12,2	25,1	
	Kararsızım	242	30,6	55,7	
	Doğru	287	36,3	92,0	
	Kesinlikle Doğru	63	8,0	100,0	
	Toplam	790	100,0		3,14
Üyesi olduğum sanal topluluğun faaliyetleri ile ilgili sorunları çözmek için katkıda bulunurum	Kesinlikle Doğru Değil	84	10,6	10,6	
	Doğru Değil	90	11,4	22,0	
	Kararsızım	201	25,4	47,5	
	Doğru	339	42,9	90,4	
	Kesinlikle Doğru	76	9,6	100,0	
	Toplam	790	100,0		3,29
Üyesi olduğum sanal topluluğun gelişmesi için öneriler getiririm.	Kesinlikle Doğru Değil	80	10,1	10,1	
	Doğru Değil	103	13,0	23,2	
	Kararsızım	206	26,1	49,2	
	Doğru	319	40,4	89,6	
	Kesinlikle Doğru	82	10,4	100,0	
	Toplam	790	100,0		3,28
Üyesi olduğum sanal topluluğun aktiviteleri ile ilgili grupta sıkça yorum yaparım.	Kesinlikle Doğru Değil	123	15,6	15,6	
	Doğru Değil	208	26,3	41,9	
	Kararsızım	242	30,6	72,5	
	Doğru	168	21,3	93,8	
	Kesinlikle Doğru	49	6,2	100,0	
	Toplam	790	100,0		2,76
		<i>f</i>	%	Birikimli %	Ortalama

Üyesi olduğum sanal topluluğun etkinliklerine sıklıkla katılıyorum	Kesinlikle Doğru Değil	95	12,0	12,0	
	Doğru Değil	126	15,9	28,0	
	Kararsızım	248	31,4	59,4	
	Doğru	236	29,9	89,2	
	Kesinlikle Doğru	85	10,8	100,0	
	Toplam	790	100,0		3,11
		<i>f</i>	%	Birikimli %	Ortalama
Üyesi olduğum sanal topluluğun etkinliklerine katılacaklara çeşitli konularda tavsiyelerde bulunurum.	Kesinlikle Doğru Değil	111	14,1	14,3	
	Doğru Değil	143	18,1	32,8	
	Kararsızım	231	29,2	62,6	
	Doğru	245	31,0	94,2	
	Kesinlikle Doğru	45	5,7	100,0	
	Toplam	775	98,1		
Missing System	15	1,9			
Toplam	790	100,0		2,96	
		<i>f</i>	%	Birikimli %	Ortalama
Üyesi olduğum sanal toplulukta fotoğraf, video, yorum, tavsiye, linkler gibi konularda çok sık paylaşımda bulunurum.	Kesinlikle Doğru Değil	188	23,8	23,8	
	Doğru Değil	258	32,7	56,5	
	Kararsızım	189	23,9	80,4	
	Doğru	123	15,6	95,9	
	Kesinlikle Doğru	32	4,1	100,0	
	Toplam	790	100,0		2,43
		<i>f</i>	%	Birikimli %	Ortalama
Üyesi olduğum sanal topluluk hakkında diğer üyelerle ortak duyguları paylaştığımı düşünüyorum	Kesinlikle Doğru Değil	85	10,8	10,8	
	Doğru Değil	106	13,4	24,2	
	Kararsızım	271	34,3	58,5	
	Doğru	270	34,2	92,7	
	Kesinlikle Doğru	58	7,3	100,0	
	Toplam	790	100,0		3,14

		f	%	Birikimli	
				%	Ortalama
Üyesi olduğum sanal topluluğun haberlerini arkadaşlarımla paylaşıyorum	Kesinlikle Doğru Değil	95	12,0	12,0	
	Doğru Değil	121	15,3	27,3	
	Kararsızım	170	21,5	48,9	
	Doğru	324	41,0	89,9	
	Kesinlikle Doğru	80	10,1	100,0	
	Toplam	790	100,0		3,22
Üyesi olduğum sanal topluluğun ilişkilerinin sağlıklı yürütmesi için çaba gösteririm	Kesinlikle Doğru Değil	92	11,6	11,6	
	Doğru Değil	98	12,4	24,1	
	Kararsızım	174	22,0	46,1	
	Doğru	346	43,8	89,9	
	Kesinlikle Doğru	80	10,1	100,0	
	Toplam	790	100,0		3,28
Üyesi olduğum sanal topluluk hakkında soru soralara bilgilendirme yaparım	Kesinlikle Doğru Değil	76	9,6	9,6	
	Doğru Değil	70	8,9	18,5	
	Kararsızım	147	18,6	37,1	
	Doğru	386	48,9	85,9	
	Kesinlikle Doğru	111	14,1	100,0	
	Toplam	790	100,0		3,49
Karşılıklı Bağlılık	Toplam	790			3,09

Dijital yerli öğrencilerin üye oldukları sanal sosyal ağlarda “Karşılıklı Bağlılık” düzeylerini tespit etmek üzere yöneltilmiş olan “Karşılıklı Bağlılık” boyutuna dair ifadelerden; “Üyesi olduğum sanal topluluğun ortak etkinliklerinin gerçekleştirilmesi için katkıda bulunurum.” ifadesine verilen cevaplar analiz edildiğinde; Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %25,1’dir. Kararsız olan %30,6 iken, Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %44,3’dür. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %74,9’a tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “3,14 ” dür.

Bu verilere dayalı olarak dijital yerli öğrencilerin orta düzey bir oranla sanal sosyal toplulukların etkinliklerine katılım gösterdikleri ifade edilebilir.

Bu ifade ile ilgili olarak “Üyesi olduğunuz sanal topluluğun ortak etkinliklerinin gerçekleştirilmesi için katkıda bulunur musunuz?” sorusuna OOK11 kodlu öğrenci “...discorddaki grupta uygulamada kullandığımız bir para birimi var, onunla ilgili çekilişler yapıyorum, yani orada etkinlikler olunca katılıyorum veya soru soran olunca ben cevap veriyorum...” şeklinde grupta aktif bir üye olduğunu ve sanal topluluk etkinliklerine katıldığını ifade etmiştir. ALE4 kodlu katılımcı ise sanal ortamda “Genç Fenerbahçeliler grubunun maçından önce ve sonra mutlaka grupta etkinlikler yapıyoruz. Bazen etkinlik planını ben yapıyorum” cevabını verirken FLE2 kodlu öğrenci; “Oyunu oynamak için ve oyunun devam etmesi için tabiki katkıda bulunuyorum”, FLK1 kodlu öğrenci ise “ mesela Sezin Karameşe youtube kanalı var, onyediyane filmin olduğu bir program hazırladı üyelerle birlikte izleyip yorum yapıyoruz, instagramda...” şeklinde üyesi oldukları sanal topluluğun ortak etkinliklerinin gerçekleştirilmesi için katkıda bulduklarını ifade etmişlerdir.

“Karşılıklı Bağlılık” boyutunun ikinci maddesi olan “Üyesi olduğum sanal topluluğun faaliyetleri ile ilgili sorunları çözmek için katkıda bulunurum” ifadesine olumsuz yaklaşım sergileyerek Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şıklarını işaretleyen dijital yerli öğrencilerin oranı %22’dir. Kararsız olan %25,4 iken bu maddeye Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %52,5’dir. Araştırmaya katılan dijital yerli öğrencilerin yarıdan fazlası üyesi oldukları sanal topluluğun faaliyetleri ile ilgili sorunları çözmek için katkıda bulunduğunu ifade etmektedir. Ayrıca bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %77,9’a tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “3,29” dur. Yine dijital yerli öğrencilerin orta düzeyde üyesi oldukları sanal topluluğun faaliyetleri ile ilgili sorunları çözmek için katkıda bulunduğu görülmektedir.

“Üyesi olduğunuz sanal topluluğun faaliyetleri ile ilgili sorunları çözmek için katkıda bulunur musunuz?” sorusuna cevap olarak FLK1 kodlu öğrenci “...Evet bulunurum; çünkü bu grup benim için önemli hatta hayatımın bir parçası olarak gördüğüm için sorunları çözmeye çalışırım, grubumu devam ettirmeye çalışırım...” şeklinde gruba bağlılık düzeyi yüksek ve aktif bir üye olarak sanal topluluğun faaliyetleri ile ilgili sorunları çözmek için katkıda bulunduğunu ifade etmiştir. FLE2 “ klanlarda çok

fazla sorun çıkmıyor. Çünkü sorun çıkacak bir ortam değil oyun ortamı” cevabını vermiştir.

“Üyesi olduğum sanal topluluğun gelişmesi için öneriler getiririm” ifadesi için verilen yanıtlar incelendiğinde Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şıklarını işaretleyerek sanal topluluğun gelişmesi için öneriler getirmeye gerek duymayan ve bu açıdan katkı sağlamayan dijital yerli öğrencilerin oranı %23,2’dir. Bu konuda Kararsız seçeneğini işaretlemiş olan %26,1’lik bir kitle bulunmaktadır. Ancak bu maddeye Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap vererek sanal topluluğun gelişmesi için öneriler getirmeye çalışan ve dolayısıyla bu açıdan katkı sağlayan dijital yerli öğrencilerin oranı ise %50,8’dir. Yine diğer maddelerde olduğu gibi bu madde içinde kararsızlar ve Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranları birleştirildiğinde %76,9’luk bir kitle görülmektedir. Bu maddenin ortalaması ise “3,28” dir. Yine dijital yerli öğrencilerin orta düzey bir oranda üyesi oldukları sanal topluluğun gelişmesi için öneriler getirerek veya bu konuda gönüllü olduğunu ifade ederek katkıda bulunduğu görülmektedir.

Yapılan mülakatlarda “Üyesi olduğunuz sanal topluluğun gelişmesi için öneriler getirir misiniz?” sorusu için verilen yanıtlardan FLE1 kodlu öğrenci “ *biraz şöyle herkes oyunda ne yapması gerektiğini biliyor, herkesin belli rolleri var bu yüzden farklı öneriler getirmeye gerek kalmıyor*” cevabını verirken, ALE4 kodlu katılımcı ise sanal ortamda “*Genç Fenerbahçeliler ve exboll oyununda da gerekli grafik tasarımlar ve grubunun logo çalışmalarına katkı sağladım*” demiştir.

“Üyesi olduğum sanal topluluğun aktiviteleri ile ilgili grupta sıkça yorum yaparım” ifadesine verilen yanıtlara göre; Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil seçeneklerini işaretleyen ve sanal topluluğun aktiviteleri ile ilgili sıkça yorum yapmayan daha çok izleyici düzeyinde katılım gösteren ve bu açıdan katkı sağlamayan dijital yerli öğrencilerin oranı %41,9’dur. Bu konuda Kararsız seçeneğini işaretlemiş olan %30,6’lık bir kitle bulunmaktadır. Ancak bu maddeye Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap vererek sanal topluluğun aktiviteleri ile ilgili sıkça yorum yapan ve dolayısıyla aktif katılımında bulunan ve dolayısıyla bu açıdan katkı sağlayan dijital yerli öğrencilerin oranı ise %27,5’dir. Bu madde içinde Kararsızlar ve Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranları birleştirildiğinde %58,1’lik bir kitle görülmektedir. Bu maddenin ortalaması ise “2,76” dir. Yine dijital yerli öğrencilerin ortalama bir puanla

ve bu boyuttaki en düşük orandaki ortalama ile sanal topluluğun aktiviteleri ile ilgili sıkça yorum yapan bireyler olduklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Yapılan mülakatlarda; “Üyesi olduğunuz sanal topluluğun aktiviteleri ile ilgili grupta sıkça yorum yapar mısınız? Sorusuna ALE4 kodlu katılımcı bu soru ile ilgili olarak sanal ortamda “Genç Fenerbahçeliler” grubunda maçlardan sonra mutlaka yorum ve değerlendirme yaparım” şeklinde bir açıklama getirmiştir. Yine aynı şekilde FLK1 kodlu katılımcı ise “*Bildiğim bir şey hakkında ise tabii evet yorum yapar ve cevap veririm*” sözleri ile açıklık kazandırmıştır.

“Üyesi olduğum sanal topluluğun etkinliklerine sıklıkla katılırım” ifadesine verilen yanıtlara göre; Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil seçeneklerini işaretleyen %28, Kararsızlar %31,4, Kesinlikle Doğru ve Doğru seçeneklerini işaretleyenler ise %40,7’dir. Bu madde içinde Kararsızlar ve Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranları birleştirildiğinde %72,1’lik bir kitle görülmektedir. Bu maddenin ortalaması ise “3,11” dir. Yine dijital yerli öğrencilerin orta puan düzeyinde sanal topluluğun etkinliklerine sıklıkla katılan bireyler olduklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Bu madde ile ilgili olarak yapılan mülakatlarda “Üyesi olduğunuz sanal topluluğun etkinliklerine sıklıkla katılır mısınız?” sorusuna; ALE4 kodlu katılımcı sanal ortamda “*Genç Fenerbahçeliler grubunun etkinliklerine her zaman katılırım*” sözleri ile açıklık getirmiştir. Ayrıca bu madde ile ilgili olarak OOK11 kodlu öğrenci üyesi olduğu sanal topluluğun etkinliklerine sıklıkla katıldığını şu sözlerle açıklamıştır; ... “*etkinliklerde en önemli katılımcılardan birisiyim, çünkü grubu ben kurdum, grupta kendimizi geliştirecek etkinlikler yapıyoruz, bilgi alışverişinde bulunuyoruz. Bu bilgilerin beni geliştirdiğini düşünüyorum, bundan dolayı gruptaki etkinlikleri kaçırmamaya çalışıyorum...*” .Bu madde ile ilgili olarak FLE1 kodlu öğrenci ise “*oyun benim için önemli hayatımda önemli bir yere sahip dolayısıyla sıklıkla katılıyorum*” sözleri ile bir açıklama getirmiştir.

“Üyesi olduğum sanal topluluğun etkinliklerine katılacaklara çeşitli konularda tavsiyelerde bulunurum” ifadesi katılım boyutunun son maddesidir. Bu maddeye verilen cevaplar değerlendirildiğinde Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil seçeneklerini işaretleyen %32,8’lik bir kitle görülmekle birlikte Kararsız olduğunu belirten %29,2’lik bir kitle görülmektedir. Kesinlikle Doğru ve Doğru seçeneklerini işaretleyerek bu açıdan katkı sağladığını ifade edenler ise %36,7’dir. Bu madde içinde Kararsızlar ve Kesinlikle

Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranları birleştirildiğinde %65,9'luk bir kitle görülmektedir. Bu maddenin ortalaması ise "2,96" dır. Yine dijital yerli öğrencilerin orta düzeyde sanal topluluğun etkinliklerine katılacaklara çeşitli konularda tavsiyelerde bulduklarını ifade ettikleri görülmektedir. Bu madde ile ilgili olarak yapılan görüşmelerde sorulan "Üyesi olduğunuz sanal topluluğun etkinliklerine katılacaklara çeşitli konularda tavsiyelerde bulunur musunuz?" sorusuna; ALE4 kodlu katılımcı sanal ortamda "*Genç Fenerbahçeliler grubu ile takımı karşılamaya gitmiştik, gitmeden önce yapılabilecek şeyler hakkında grupta soru sorulmuştu, bununla ilgili 2013'te Malatya'ya geldiklerinde otobüsü taşılamışlardı bende buna tepki olsun diye biz de karanfil atalım dedim ve bu uygulandı*". FLK1 kodlu katılımcı ise; "*evet manga ile ilgili yorum yapar, bildiğim kadarı ile tavsiyelerde bulunurum*" şeklinde cevaplar verilmiştir.

"Üyesi olduğum sanal toplulukta fotoğraf, video, yorum, tavsiye, linkler gibi konularda çok sık paylaşımda bulunurum" ifadesi "Karşılıklı bağlılık" boyutunun bir başka maddesidir. Bu ifadeye verilen cevaplar analiz edildiğinde Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %56,5'dir. Kararsız olan %23,9 iken Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %19,7'dir. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %43,26'ye tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması "2,43" tür. "2,43" puan ortalamasının "Ortak paylaşım" boyutundaki en düşük değere sahip olduğu görülmektedir. Dijital yerli öğrenciler ortalamanın altında bir oranla üyesi oldukları sanal sosyal topluluklarda fotoğraf, video, yorum, tavsiye, linkler gibi konularda çok sık paylaşımda bulunmaktadır. Dolayısıyla katılımcıların çoğunluğunun aktif katılımcı olmaktan çok izleyici veya takipçi olmayı seçtikleri ifade edilebilir.

Konuya açıklık kazandırmak amacıyla yapılmış olan mülakatlardan elde edilen veriler kapsamında "Üyesi olduğunuz sanal toplulukta fotoğraf, video, yorum, tavsiye, linkler gibi konularda çok sık paylaşımda bulunur musunuz?" sorusuna FLK1 kodlu öğrenci "*evet paylaşımda bulunuyorum, bir mangayı sevdiysem ya da güzel çizimi olan manga görselleri varsa onu da paylaşırım*" şeklinde bir cevap verirken; ALK14 kodlu katılımcı bu konuda; "*üyesi olduğum grubu takip ediyorum, ama çok fazla paylaşım yapmıyorum, arada sırada çok beğendiğim bir fotoğraf ya da video olursa onu paylaşıyorum. Grupta paylaşılanlara fazla yorum yapmamaya çalışıyorum çünkü*

yaptığım yorum bazen yanlış anlaşılabilir ve çatışmalar olabiliyor o yüzden fazla yorum yapmıyorum ...” şeklinde cevap vermiştir. Bununla birlikte katılımcıların bir kısmı üyesi oldukları sanal toplulukların aktif üyesi olduklarını ve bu bağlamda sanal topluluklarda kendilerini ev sahibi gibi gördüklerini ve bolca paylaşım yaparak grubun devam etmesini sağladıklarını ifade etmişlerdir. Örneğin bu duruma yönelik görüşünü OOK11 kodlu öğrenci “*Sanal topluluğu ben ve birkaç arkadaşım beraber kurduk, sonra grup büyüdü şimdi ben ev sahibi sayıyorum kendimi. Grupta video, fotoğraf, önemli gördüğüm bilgileri paylaşıyorum. Her gün mutlaka paylaşım yapıyorum, böylece grup devam ediyor, yoksa takip edilecek bir şey olmazsa grup devam etmez...*” şeklinde ifade etmiştir. ALE4 kodlu katılımcı ise sanal ortamda “Genç Fenerbahçeliler” grubunun aktif bir üyesiyim ve mutlaka paylaşım yaparım” demiştir.

“Üyesi olduğum sanal topluluk hakkında diğer üyelerle ortak duyguları paylaştığımı düşünüyorum” ifadesine olumsuz yaklaşım sergileyerek Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şıklarını işaretleyen dijital yerli öğrencilerin oranı %24,2’dir. Kararsız olan %34,3 iken bu maddeye Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %41,5’dir. Araştırmaya katılan dijital yerli öğrencilerin yarıdan daha azı üyesi oldukları sanal topluluk hakkında diğer üyelerle ortak duyguları paylaştığını düşündüğünü ifade etmektedir. Ancak bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %75,8’a tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “3,14” dur. Bu sonuca göre dijital yerli öğrencilerin ortalama bir oranda üyesi oldukları sanal topluluk hakkında diğer üyelerle ortak duyguları paylaştığı görülmektedir.

Bu madde ile ilgili olarak “Üyesi olduğunuz sanal topluluk hakkında diğer üyelerle ortak duyguları paylaşıyor musunuz?” sorusuna FLE2 kodlu katılımcı “burada herkesin amacı güçlenmek ve eğlenmek bu yüzden evet ortak duygularla katılımı buluyoruz diyorum” derken, FLK1 kodlu katılımcı ise, “*evet diğer üyelere manga seviyor ben de bu açıdan ortak duyguları paylaşıyoruz*”, ALE4 kodlu katılımcı ise sanal ortamda “Genç Fenerbahçeliler” grubunun üyelerinin Fenerbahçe sevgisi ile bir araya geldiğini belirterek “*...tabiki ortak duyguları paylaşıyoruz...*” şeklinde bir yorum yapmışlardır.

“Üyesi olduğum sanal topluluğun haberlerini arkadaşlarımla paylaşırım” ifadesine verilen cevaplara göre; Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %27,3’dür. Kararsız olan %21,5 ve Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %51,1’dir. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım

göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %72,6'ya tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “3,22 ” dir. Bu sonuca göre dijital yerli öğrencilerin orta düzey bir oranda üyesi oldukları sanal topluluk hakkındaki haberleri arkadaşları ile paylaştığı görülmektedir.

“Üyesi olduğunuz sanal topluluğun haberlerini arkadaşlarınızla paylaşıyor musunuz?” sorusuna; FLE2 kodlu öğrenci “*mesela arkadaşlarıma oyuna bir güncelleme geldiğinde bilmeyenlerle hemen paylaşıyorum*”, FLK1 kodlu öğrenci “*Evet arkadaşlarımla beraber etkinlik yapmak için haberleri paylaşıyorum mesela yeni bir manga çıkmış beraber okuyoruz, ya da yeni bir Anime çıkmış beraber izlemek için haberini arkadaşlarımla paylaşıyorum*” şeklinde bir cevap vermişlerdir.

“Üyesi olduğum sanal topluluğun sayfasına yüklenen fotoğraf, video, yorum, tavsiye, linkler gibi paylaşımları takip ederim” ifadesi ne verilen cevaplara göre; Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %16,5'dür. Kararsız olan %17,6 ve Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %66'dır. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %83,6'ya tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “3,57 ” dir. Bu sonuca göre dijital yerli öğrencilerin ortalamasının üzerinde bir oranda ve yüksek düzeyde üyesi oldukları sanal topluluğun sayfasına yüklenen fotoğraf, video, yorum, tavsiye, linkler gibi paylaşımları takip etikleri görülmektedir. “3,57” puan ortalaması ile dijital yerli öğrencilerin ortalamasının üzerinde ve yüksek düzeyde üyesi oldukları sanal sosyal topluluklarda sanal topluluğun sayfasına yüklenen fotoğraf, video, yorum, tavsiye, linkler gibi paylaşımları takip etikleri görülmektedir.

“Üyesi olduğunuz sanal topluluğun sayfasına yüklenen fotoğraf, video, yorum, tavsiye, linkler gibi paylaşımları takip eder misiniz?” sorusuna FLK1 kodlu katılımcı “*Evet takip ediyorum, böylece bilmediğim mangalara ulaşabiliyorum, ya da yani animelerden haberim oluyor...*”cevabını verirken, ALE4 kodlu katılımcı ise sanal ortamda “*Genç Fenerbahçeliler” grubunda yüklenen her şeyi takip ederim, hiç kaçırmam*” şeklinde bir yaklaşım sergilemiştir.

“Üyesi olduğum sanal topluluğun ilişkilerinin sağlıklı yürümesi için çaba gösteririm” ifadesidir. Bu ifadeye verilen cevaplar analiz edildiğinde Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap veren katılımcıların oranı %24,1'dir. Kararsız olan %22 iken Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin

oranı ise %53,9'dur. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %75,9'a tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması "3,28" gibi orta düzey bir puandır. Dijital yerli öğrenciler ortalamanın üstünde bir oranla üyesi oldukları sanal sosyal topluluklarda ilişkilerinin sağlıklı yürümesi için çaba gösterdiğini ifade etmektedir. Dolayısıyla katılımcıların içinde buldukları sanal sosyal ağlarda ilişkilerin bozulmasını önlemeye yönelik çaba içinde oldukları ifade edilebilir.

Yapılan mülakatlarda "Üyesi olduğunuz sanal topluluğun ilişkilerinin sağlıklı yürümesi için çaba gösterir misiniz?" sorusuna ALE4 kodlu katılımcı sanal ortamda "*Genç Fenerbahçeliler grubunda gerek olmadı, herhangi bir sorun olmadı, her zaman sağlıklı yürüyor ilişkiler ama olursa mutlaka yaparım*" şeklinde bir cevap vermiştir. OOK11 kodlu öğrenci ise "*Bu topluluğu ben ve birkaç arkadaşım beraber kurduğumuz için grubun sahiplerinden biriyim, grubun devam etmesi için tabi ki çaba gösteririm...*" şeklinde bir cevap vermiştir.

"Üyesi olduğum sanal topluluk hakkında soru soranlara bilgilendirme yaparım" ifadesine olumsuz yanıt verenlere bakıldığında Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şıklarını işaretleyenlerin oranı %18,5'dir. Kararsız %18,6 iken Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %63'tür. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %81,6' gibi yüksek bir orana tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması "3,49" ile yüksek düzeyde tespit edilmiştir.

"Üyesi olduğunuz sanal topluluk hakkında soru soranlara bilgilendirme yapar mısınız?" sorusuna FLE2 kodlu öğrenci; "*klana adam toplamak için soru soranları bilgilendirir hatta ikna etmeye çalışırım*", FLK1 kodlu öğrenci; "*Evet yardımcı olmak isterim, bildiğim şeyleri anlatırım çünkü manga hakkında konuşmaktan hoşlanıyorum*" ALE4 kodlu katılımcı ise sanal ortamda "*Genç Fenerbahçeliler grubunda her zaman bilgilendirme yaparım*" cevapları verilmiştir.

"Üyesi olduğum sanal toplulukta fotoğraf, video, yorum, tavsiye, linkler gibi konularda çok sık paylaşımında bulunurum" ifadesi ile "Üyesi olduğum sanal topluluğun sayfasına yüklenen fotoğraf, video, yorum, tavsiye, linkler gibi paylaşımları takip ederim" ifadesi birlikte değerlendirildiğinde sanal sosyal topluluklarda dijital yerlilerin büyük çoğunluğunun aktif içerik üreticisi ve bu üretilenleri paylaşan aktif katılımcı üyeler olmak yerine; daha pasif ve izleyici olarak konumlandığı görülmektedir.

“Karşılıklı Bağlılık” boyutundaki tüm ifadelerine verilen cevapların toplam ortalama puan değerleri “3,09” dur. Bu değer orta düzey bir puandır. Dolayısıyla dijital yerli öğrencilerin üye oldukları sanal sosyal ağlarda karşılıklı bağlılık düzeylerinin orta düzeyde olduğu görülmektedir. Bu sonuç ile *H4*. “*Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan karşılıklı bağlılık düzeyleri yüksektir.*” hipotezinin geçersiz olduğu görülmüştür.

Bu sonuca rağmen ifade edilmesi gereken önemli bir nokta; Aidiyet hissi boyutunda tespit edildiği gibi, aynı şekilde karşılıklı bağlılık boyutunda da sanal toplulukta ki aktif ve çekirdek üye konumunda olan katılımcıların, karşılıklı bağlılık düzeylerinin yüksek olduğudur. Bu sonuç konu ile ilgili yapılmış olan mülakatlarda da açıkça görülmektedir.

4.2.2.1. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeylerinin Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler İle İlişkisi

Araştırmanın bu bölümünde “*Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan karşılıklı bağlılık düzeyleri ile bazı sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır?*” Sorusuna cevap aranmıştır. Bu kapsamda bağımsız değişkenlerden cinsiyet ve bağımlı değişkenlerden karşılıklı bağlılık düzeyleri arasında farklılık olup olmadığını bağımsız örneklem t- testi; yine bağımsız değişkenlerden yaş, okul türü, gelir seviyesi, aile tipi ve yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenleri ile bağımlı değişkenlerden karşılıklı bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı ise tek yönlü varyans analizi Anova testi ile ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Bu bağlamda bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans Anova analizi yürütülmüş ve analiz sonucu elde edilen grup istatistikleri tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 28. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri İle Cinsiyet İlişkisi

Değişkenler	Gruplar	N	X	ss	t testi		
					t	sd	p
Karşılıklı Bağlılık	Kadın	404	3,203	,8146	3,419	788	0,001
	Erkek	386	2,996	0,8909			

Tablo 28’de görülen bağımsız örneklem t- testi analizi sonucuna göre dijital yerlilerin üyesi oldukları sanal topluluklara karşılıklı bağlılık düzeyleri cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p < .05$). Bu farklılık için yapılan analize göre kadın dijital yerli öğrencilerin ($ort=3,203$) karşılıklı bağlılık düzeyi puanları erkek dijital yerli öğrencilere ($ort=2,996$) göre anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur ($t(788) = 3,419, p = .001 < .05$).

T-testi sonucuna bağlı olarak kadın öğrencilerin, sanal topluluklara, erkek öğrencilere oranla daha fazla bağlılık gösterdiği ve dijital yerlilerin üyesi oldukları sanal topluluklara karşılıklı bağlılık düzeyleri ile cinsiyet arasında bir ilişki olduğu ifade edilebilir.

Tablo 29. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri İle Yaş İlişkisi

Yaş	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. 10-12 arası	43	3,133	,9001	G. Arası	4,617	3	1,539			
2. 13-15 arası	418	3,060	,8504	G. İçi	576,939	786	0,734			
3. 16-18 arası	321	3,136	,8592	Toplam	581,556	789		2,097	,099	
4. 19-21 arası	8	3,761	,8513							
Toplam	790	3,102	,8585							

Tablo 29’da görüldüğü gibi, dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeylerinin yaş değişkenine ile ilişkili olup olmadığını tespit etmek üzere yapılan Anova testi sonuçlarına göre dijital yerli öğrencilerin yaş değişkenine göre sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p = .099 > .05$). Dolayısı ile dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeylerinin yaş değişkeni ile anlamlı düzeyde ilişkili olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 30. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri İle Gelir Seviyesi İlişkisi

Gelir Seviyesi	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. 2500 TL ve altı	234	3,135	,9475	G. Arası	2,947	4	,737			
2. 2501 – 3.500 TL arası	228	3,113	,8178	G. İçi	578,609	785	,737			
3. 3.501-5.500 TL arası	173	3,081	,8210	Toplam	581,556	789				
4. 5.501-8.000 TL arası	102	2,971	,8332					,999	0,407	
5. 8.001 TL ve üstü	53	3,228	,7784							
Toplam	790	3,102	,8585							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeylerinin gelir seviyesi değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan Anova testi sonuçlarına göre dijital yerli öğrencilerin gelir seviyesi değişkenine göre sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p=.407>.05$).

Bu sonuca dayanarak; sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeylerini etkileme noktasında sanal ortamların mekânsal olarak farklı gelir seviyesindeki bireyler açısından bir farklılık yaratmadığı, gerçek yaşamda toplumsal gruplara giriş ve bu gruplarda bağlılık açısından son derece önemli olduğu bilinen gelir farklılıklarının sanal ortamda yaşanmadığı ve önemini kaybettiği ifade edilebilir.

Tablo 31. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri İle Okul Türü İlişkisi

Okul Türü	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1.Anadolu Lisesi	354	3,082	,8652	G. Arası	19,348	6	3,225			
2.Fen Lisesi	109	3,227	,7104	G. İçi	562,209	783	0,718			
3.Mesleki ve Teknik Lise	48	3,181	,9550	Toplam	581,556	789				
4.İmam Hatip Lisesi	146	2,853	,9425					4,491	.000	1-5, 1-7, 4-1, 4-2, 4-3, 4-5, 4-7.
5.Sosyal Bilimler Lisesi.	61	3,363	,6468							
6.Orta Okul	45	3,088	,8759							
7.Güzel Sanatlar Lisesi	27	3,488	,7042							
Toplam	790	3,102	,8585							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeylerinin okul türü değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre okul türü değişkenine göre, dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($p < .05$).

Buna göre dijital yerli öğrencilerin karşılıklı bağlılık düzeylerinin okul türü değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi sonrası post-hoc LSD testi yapılmış ve test sonucunda Anadolu Lisesi öğrencilerinin üyesi oldukları sanal topluluklara dair karşılıklı bağlılık düzeyi ile Sosyal Bilimler Lisesi ($p = .017$) ve Güzel Sanatlar Lisesi ($p = .017$) öğrencileri lehine bir farklılık bulunduğu tespit edilmiştir.

Ayrıca İmam Hatip Lisesi öğrencilerinin üyesi oldukları sanal topluluklara dair karşılıklı bağlılık düzeyi ile Anadolu Lisesi ($p = .006$), Fen Lisesi ($p = .001$), Mesleki ve Teknik Lise ($p = .020$); Sosyal Bilimler Lisesi ($p = .000$) ve Güzel Sanatlar Lisesi ($p = .000$) öğrencileri lehine olmak üzere bir farklılık bulunmaktadır. ($t(6-783) = 4,491, p = .000 < .05$). Diğer alt boyutlar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p > .05$).

Tablo 31.'de görüldüğü gibi İmam Hatip Lisesi öğrencilerinin sanal sosyal ağlara karşılıklı bağlılık düzeylerinin diğer okul türlerine göre en düşük ortalamaya sahip olması, okulda verilen eğitim ve okul kültürünün gençlerde farklı tutumlara yol açtığı şeklinde yorumlanabilir. Tüm bu veriler değerlendirildiğinde dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeylerinin okul türü ile ilişkili olduğu ifade edilebilir.

Tablo 32. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri İle Aile Tipi İlişkisi

Aile Tipi	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. Çekirdek Aile	620	3,093	,8622	G. Arası	,694	3	,231			
2. Geniş Aile	126	3,149	,8407	G. İçi	580,862	786	,739			
3. Eşlerin Boşanmış Olduğu Aile	31	3,150	,81705	Toplam	581,556	789		0,313	0,816	
4. Eşlerden Birinin Ölmüş Olduğu Aile	13	2,951	1,0093							
Toplam	790	3,102	,8585							

Tablo 32. incelendiğinde, dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeylerinin aile tipi değişkenine göre anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p=.816>.05$).

Bu sonuca dayanarak; sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeylerini etkileme noktasında farklı aile tiplerinde yaşamanın bireyler açısından bir farklılık yaratmadığı, gerçek yaşamda ortaya çıkan grup içi bağlılıklara da önemli bir etken olduğu bilinen aile tipi farklılıklarının sanal ortamda anlamını ve önemini yitirdiği ifade edilebilir.

Tablo 33. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri İle Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yerleşim Birimi İlişkisi

Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yer	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. Köy	142	3,139	,9404	G. Arası	,484	3	,161			
2. İlçe	128	3,099	,7870	G. İçi	581,072	786	,739			
3. Şehir	194	3,120	,8444	Toplam	581,556	789		0,218	0,884	
4. Büyük Şehir	326	3,076	,8594							
Toplam	790	3,102	,8585							

Tablo 33. incelendiğinde, dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeylerinin yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre; dijital yerli öğrencilerin yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenine göre sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p=.549>.05$).

“Karşılıklı bağlılık” boyutuna dair veriler kullanılarak araştırma kapsamında “Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan karşılıklı bağlılık düzeyleri ile bazı sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır? Sorusuna cevap bulmak amacıyla bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans Anova analizi yürütülmüştür. Söz konusu analizler sonucu elde edilen grup istatistikleri tablolar halinde sunulmuştur. Bu bağlamda elde edilen verilere göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeyleri bazı sosyo-demografik değişkenler ile anlamlı bir ilişki göstermektedir.

Dijital yerlilere dair cinsiyet ve okul türü değişkenleri ile sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki görülürken, yaş, gelir düzeyi, aile tipi ve yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenleri ile bir ilişki tespit edilmemiştir. Söz konusu sonuçlar ile; H5. “Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda

ortaya çıkan karşılıklı bağlılık düzeyleri ile bazı sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişki vardır”. Hipotezi kısmen doğrulanmıştır.

4.2.2.2. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri İle Üyesi Oldukları Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı ve Üyelik Süresi İlişkisi

Araştırmanın problemler kısmında ifade edilen “Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan karşılıklı bağlılık düzeyleri ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki var mıdır?” sorusuna cevap bulmak amacıyla tek yönlü varyans Anova analizi yürütülmüştür. Söz konusu analiz sonucu elde edilen grup istatistikleri tablo halinde sunulmuştur.

Tablo 34. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri İle Üyesi Oldukları Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı İlişkisi

Paylaşım Sıklığı	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. Bir günde 1-3 Saat	275	3,216	,8612	G. Arası	17,767	4	4,442			
2. Bir günde 4-8 Saat	40	3,416	,7308	G. İçi	563,789	785	,718			
3. Bir günde 9 Saat ve üzeri	14	3,651	1,02148	Toplam	581,556	789		6,185	,000	4-1, 4-2, 4-3, 5-1, 5-2, 5-3
4. Haftada bir gün	141	3,026	,7930							
5. Haftada birkaç gün	320	2,974	,8639							
Toplam	790	3,102	,8585							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeylerinin üyesi oldukları sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığına göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan Anova testi sonuçlarına göre, aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sürelerine göre, dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($p < .05$).

Buna göre dijital yerli öğrencilerin karşılıklı bağlılık düzeylerinin üyesi oldukları sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi sonrası post-hoc LSD testi sonucunda, üyesi oldukları sanal topluluklara dair karşılıklı bağlılık düzeyi ile sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı haftada bir gün olan öğrencilerin; bir günde 1-3 saat ($p=.031$), bir günde 4-8 saat ($p=.010$) ve bir günde 9 saat ve üzeri ($p=.009$) paylaşım düzeyine sahip olan öğrenciler lehine ve sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı haftada birkaç gün olan öğrencilerin; bir günde 1-3 saat ($p=.001$), bir günde 4-8 saat ($p=.002$) ve bir günde 9 saat ve üzeri ($p=.004$) paylaşım sıklığına sahip olan öğrenciler lehine, karşılıklı bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($t(4-785)=6,185$, $p=.000<.05$). Diğer alt boyutlar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p>.05$).

Bu bağlamda sanal sosyal ağlarda paylaşım yapma sıklığı ile karşılıklı bağlılık hissi arasında; Bir günde 1-3 saat, bir günde 4-8 saat ve bir günde 9 saat ve üzeri paylaşım yapan öğrenciler lehine; haftada bir gün ve haftada birkaç gün paylaşım yapanlara göre anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Bu sonuçlara göre sanal sosyal ağlardaki paylaşım yapma sıklığı arttıkça karşılıklı bağlılık düzeyinin de arttığı ifade edilebilir.

Ayrıca karşılıklı bağlılık düzeyi ile sanal sosyal ağlara üyelik süresi arasında bir ilişki olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla yapılan anova testi sonucu tablo halinde sunulmuştur.

Tablo 35. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Karşılıklı Bağlılık Düzeyleri İle Üyesi Oldukları Sanal Sosyal Ağlardaki Üyelik Süresi ilişkisi

Üyelik Süresi	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. 3 ay ve altı	256	2,926	,9782	G. Arası	17,780	4	4,445			
2. 4-6 ay arası	158	3,257	,6949	G. İçi	563,776	785	,718			
3. 7-9 ay arası	98	3,309	,6660	Toplam	581,556	789		6,189	,000	1-2, 1-3, 1-4, 1-5 2-5
4. 10-12 ay arası	64	3,313	,7798							
5. 13 ay veya daha fazla	214	3,080	,8736							
Toplam	790	3,102	,8585							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeylerinin üyesi oldukları sanal sosyal ağlara üyelik süresine göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki üyelik sürelerine göre, dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($p < .05$).

Buna göre dijital yerli öğrencilerin karşılıklı bağlılık düzeylerinin üyesi oldukları sanal sosyal ağlardaki üyelik süresi değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi sonrası yapılan post-hoc LSD testi sonucunda üyesi oldukları sanal topluluklara dair karşılıklı bağlılık düzeyi ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlara üyelik süresi 3 ay ve altı olan öğrencilerin; 4-6 ay arası ($p = .001$), 7-9 ay arası ($p = .049$), 10-12 ay arası ($p = .000$) ve 13 ay veya daha fazla ($p = .001$) üyelik süresine sahip olan öğrencilerin lehine karşılıklı bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Ayrıca sanal sosyal ağlara üyelik süresi 4-6 ay arası olan öğrencilerin, 13 ay veya daha fazla ($p = .010$) üyelik süresine sahip olan öğrenciler lehine karşılıklı bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($t(4-785) = 6,189, p = .000 < .05$). Diğer alt boyutlar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p > .05$).

Bu bağlamda üyesi oldukları sanal sosyal ağlara üyelik süresi ile karşılıklı bağlılıkları arasında bir ilişki tespit edilmiştir.

Bu sonuçlara göre sanal sosyal ağlara üyelik süresi arttıkça karşılıklı bağlılık düzeyinin de arttığı ifade edilebilir. Bu veriler ışığında; *H6*. “*Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan karşılıklı bağlılık düzeyleri ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süresi arasında bir ilişki vardır.*” hipotezinin geçerli olduğu görülmüştür.

4.2.3. Dijital Yerlilerin Sosyal Ağlara Üyelik Tercihlerini Belirleyen Etkenler

“Ağlar üzerinden oluşan topluluklar, oluşum özellikleri açısından iki türlü gerçekleşmektedir; birincisi, gerçek hayatta birbirlerini tanımayan, sanal ortamda bir araya gelerek oluşturdukları topluluklardır. Ortak ilgi alanları, ortak değerler (din, inanç) etrafında bir araya gelen kullanıcılar bunlara örnek gösterilebilir. İkincisi ise, geleneksel toplulukların uzantısı durumunda olan, hem fiziksel hem de sanal ortamda bir araya gelen, her iki alanı da kullanan topluluklardır. İnternetin ve sosyal ağların sağladığı olanaklar sonucunda oluşan sanal topluluklar insanların ortak değer, inanç ve düşüncelerini paylaşmalarına imkân sağlamıştır” (Çiftçi vd. 2017)

Kuramsal çerçevede de bahsedildiği gibi sanal topluluklar, katılımcıların faaliyetleri ve ya başka bir ifadeyle yaşam tarzları (örn. Dağcılık, scuba dalış grupları), ilgi (örn. Animasyon film türü olan Anime sevenlerin oluşturduğu gruplar veya BTS grupları) ve fikirleri (örn. İdeolojik, dini, siyasi, milli, kültürel gruplar) doğrultusunda oluşturulabilmektedir.

Yapılan araştırmalar genç kuşakların sanal topluluklara daha çok ilgi alanları doğrultusunda katılımında bulduklarını göstermektedir. Ayrıca bu araştırmalar; sanal topluluklarda ortaya çıkan aidiyet inşa sürecinde ise, ana akım geleneksel topluluklardan bağımsız olarak “kendi ilgi alanları, hobileri, arkadaş grupları, farklı cinsiyet algıları, müzik tarzları vb. gibi çok fazla çeşitlilik gösterebilen ilgi alanları” (Çağırkan, 2019:568) üzerinden oluşturulan gruplara katılarak bu gruplara aidiyetler inşa ettiklerini göstermektedir. Çağırkan, (2019)’a göre;

Gençlerin aidiyet algılarının temelinde din, dil, kültür, etnisite gibi genel kapsayıcılığı daha geniş olan kavramlardan ziyade, bireylerin kendi tercihleri üzerinden, kapsayıcılığı daha dar olan (bir müzik grubu, film karakteri, sporcu, çevrimiçi oyun vb. gibi) ve görece yeni olan faktörler üzerinden hibrit aidiyet algıları inşa edebilirler.

O’na göre sanal ağların sunmuş olduğu çoğulculuk içinde bireyler sahip oldukları farklılıklara rağmen ortak ilgileri çerçevesinde başka bireylerle tanışma, bir araya gelme ve topluluk olma imkânı bulabilmektedirler.

Sahip olunan veya sosyalizasyon süreçleri sonucunda sahip olunacak olan her türlü farklı düşünce, ideoloji, yaşam tarzı, serbest zaman aktiviteleri gibi etmenler üzerinden oluşturulan topluluklar kendi biz algılarını yaratır. Aynı zamanda bu toplulukların üyeleri arasında ortak bir biz algısı ve tüm farklılıkları kapsayan ortak bir hibrit aidiyet algısı yaratılır(Çağırkan: 569)

Literatür taramalarında ifade edilen dijital yerliler tarafından sanal ağlara üyelik tercihlerini belirlediği düşünülen etkenlerden “Ortak İlgi”, “Ortak Yaşam Tarzı” ve “Ortak Fikirler” etkenlerinin dijital yerlilerde ne düzeyde karşılık bulduğunu ortaya çıkarmak amacıyla, hazırlanmış olan anket sorularının bir kısmı bu başlıklara cevap bulacak niteliğe sahip sorulardan oluşturulmuştur. Anket soruları için yapılan faktör analizi ile bu soruların bir kısmının bu soruya cevap verecek şekilde gruplandırıldığı görülmüştür. Uygulanan faktör analizi ile toplam beş boyut elde edilmiştir. Söz konusu boyutlardan üç tanesi dijital yerli öğrencilerin üyesi oldukları sanal sosyal ağ türlerini tercih nedenlerini niteliksel olarak ifade edecek şekilde “Ortak İlgi”, “Ortak Yaşam Tarzı” ve “Ortak Fikirler” başlıkları halinde gruplandırıldığı görülmüştür.

Araştırmanın bu kısmında “*Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenleri nelerdir?*” sorusuna cevap aranmaktadır. Bu bağlamda ortaya çıkmış olan üç boyut “Ortak İlgi”, “Ortak Yaşam Tarzı”, ve “Ortak Fikirler” boyutlarıdır. Bu

boyutlarda araştırılan söz konusu soru için verilen cevaplar; frekans, yüzde ve ortalama değerleri gösterecek şekilde tablolar halinde sunulmuştur.

Ayrıca; cinsiyet, yaş, okul türü, gelir seviyesi, aile tipi ve yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi ile bu alt boyutlar birlikte değerlendirilerek söz konusu demografik değişkenler ile ilişkili olup olmadığını tespit etmek amacıyla bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans analizi Anova testi yürütülmüş ve elde edilen verilere dair tablolar oluşturularak sunulmuştur.

Sosyo-demografik etkenlerin dışında söz konusu bu alt boyutların dijital yerlilerin üyesi oldukları sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığına ve sanal sosyal ağlara üyelik süresi ile ilişkili olup olmadığını tespit etmek üzere bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans analizi Anova testi yürütülmüş ve elde edilen veriler de yine tablolar halinde gösterilmiştir.

4.2.3.1. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Üyelik Etkenlerinden Ortak İlgi Düzeyleri

Sanal topluluklar; zaman ve mekân engelini aşarak internet aracılığıyla, siber uzayda oluşmaktadır. Sanal ortamda oluşan bu sanal topluluklar, ortak değer ve ilgi alanı etrafında bir araya gelen insanlar tarafından oluşturulmuş, sanal toplulukları ifade etmektedir (Çiftçi vd., 2017:333)

Gruba aidiyeti belirleyen en önemli etkenlerden biri ortak ilgidir. Çünkü “Bireyler ilgilerine göre içinde bulunduğu toplumun kültürüne, ait olduğu sosyal sınıfın kültürüne ve içinde bulunduğu esas küçük grupların kültürüne katılmaktadır” (İnceoğlu, 2010: 26). Bu bağlamda dijital yerlilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet tutumlarını ortaya çıkarabilmek için onların bu topluluklarda ki “Ortak ilgi” düzeylerinin tespit edilmesi gerekmektedir.

“Ortak İlgi” boyutuna dair ifadeler dijital yerli gençlerin sanal sosyal ağlara dâhil olmalarında etkili olduğunu düşündüğümüz ortak ilgiyi ölçmeye yönelik ifadelerden oluşmaktadır. Bu ifadeler; “Üyesi olduğum sanal topluluğun etkinlikleri yaşam tarzımı gösteren faaliyetlerime uygundur”, “Üyesi olduğum sanal topluluğun düzenlediği aktivitelerin hobilerimi yansıttığını düşünüyorum”, “Üyesi olduğum sanal topluluğun etkinlikleri benim ilgi alanlarıma uygundur”, “Üyesi olduğum sanal topluluğun görüşleri benim dünya görüşlerime uygundur”, “Üyesi olduğum sanal topluluk gerçek yaşamda

kendimi ait hissettiğim topluluğun sanal ortamdaki halidir”, “Üyesi olduğum topluluğa katılım nedenim ortak ilgi alanlarına sahip olmam”, “Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim bu grupta hoş vakit geçirmem” ifadeleridir.

Tablo 36. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Üyelik Etkenlerinden Ortak İlgi Düzeyleri

		<i>f</i>	%	Birikimli %	Ortalama
Üyesi olduğum sanal topluluğun etkinlikleri yasam tarzımı gösteren faaliyetlerime uygundur.	Kesinlikle Doğru Değil	66	8,4	8,4	
	Doğru Değil	55	7,0	15,3	
	Kararsızım	217	27,5	42,8	
	Doğru	358	45,3	88,1	
	Kesinlikle Doğru	94	11,9	100,0	
	Toplam	790	100,0		3,45
Üyesi olduğum sanal topluluğun düzenlediği aktivitelerin hobilerimi yansıttığını düşünüyorum	Kesinlikle Doğru Değil	57	7,2	7,2	
	Doğru Değil	77	9,7	17,0	
	Kararsızım	258	32,7	49,6	
	Doğru	288	36,5	86,1	
	Kesinlikle Doğru	110	13,9	100,0	
	Toplam	790	100,0		3,40
Üyesi olduğum sanal topluluğun etkinlikleri benim ilgi alanlarıma uygundur	Kesinlikle Doğru Değil	49	6,2	6,2	
	Doğru Değil	52	6,6	12,8	
	Kararsızım	196	24,8	37,6	
	Doğru	367	46,5	84,1	
	Kesinlikle Doğru	126	15,9	100,0	
	Toplam	790	100,0		3,60
Üyesi olduğum sanal topluluğun görüşleri benim dünya görüşlerime uygundur	Kesinlikle Doğru Değil	67	8,5	8,5	
	Doğru Değil	75	9,5	18,0	
	Kararsızım	292	37,0	54,9	
	Doğru	291	36,8	91,8	
	Kesinlikle Doğru	65	8,2	100,0	
	Toplam	790	100,0		

		Toplam	790	100,0	3,27
			<i>f</i>	%	Birikimli % Ortalama
Üyesi olduğum sanal topluluk gerçek yaşamda kendimi ait hissettiğim topluluğun sanal ortamdaki halidir	Kesinlikle Doğru Değil		87	11,0	11,0
	Doğru Değil		109	13,8	24,8
	Kararsızım		255	32,3	57,1
	Doğru		254	32,2	89,2
	Kesinlikle Doğru		85	10,8	100,0
	Toplam		790	100,0	3,20
			<i>f</i>	%	Birikimli % Ortalama
Üyesi olduğum topluluğa katılım nedenim ortak ilgi alanlarına sahip olmam	Kesinlikle Doğru Değil		76	9,6	9,6
	Doğru Değil		87	11,0	20,6
	Kararsızım		172	21,8	42,4
	Doğru		331	41,9	84,3
	Kesinlikle Doğru		124	15,7	100,0
	Toplam		790	100,0	3,43
			<i>f</i>	%	Birikimli % Ortalama
Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim bu grupta hoş vakit geçirmem	Kesinlikle Doğru Değil		105	13,3	13,3
	Doğru Değil		97	12,3	25,6
	Kararsızım		175	22,2	47,7
	Doğru		272	34,4	82,2
	Kesinlikle Doğru		141	17,8	100,0
	Toplam		790	100,0	3,31
Orta_İlgi	Toplam		790		3,38

“Ortak İlgi” boyutuna dair ifadelerden; “Üyesi olduğum sanal topluluğun etkinlikleri yaşam tarzımı gösteren faaliyetlerime uygundur” maddesine verilen yanıtlar değerlendirildiğinde Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %15,3’tür. Kararsız olan %27,5 iken Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %57,2’dir. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %84,7’ye tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “3,45 ” dir. Yüksek düzey bir oranla katılımcılar üyesi oldukları sanal topluluğun etkinliklerinin yaşam tarzlarını gösteren faaliyetlerine uygun olduğunu düşünmektedir.

Bu madde ile ilgili olarak “Üyesi olduğunuz sanal topluluğun etkinlikleri yaşam tarzınızı gösteren faaliyetlerinize uygun mudur?” sorusu sorulmuştur. Bu soruya GSLK19 kodlu öğrenci “*Ben müzikle ilgili bir gruptayım, okul olarakta müzik bölümünü tercih ettim, Yani gerçek hayatımda da müzikle ilgiliyim onun için bu grubun benim yaşam tarzıma tam olarak uyduğunu söyleyebilirim...*” şeklinde bir açıklama yapmıştır. Aynı şekilde SBLK20 kodlu öğrenci ise siyasete çok ilgi duyduğunu bir partinin gençlik alt yapısında olduğunu ve hayatını bu görüşe göre şekillendirdiğini şu sözlerle açıklamaktadır; “*...Ben siyaset daha doğrusu davama inanıyorum ve bütün hayatımı davama hizmet etmek üzerine kurdum, biz ailecek böyleyiz. Üyesi olduğum sanal grupta bu amaçla kurulmuş bir grup. Bu yüzden içinde olduğum sanal grubun yaşam tarzımı gösteren faaliyetlerime tam olarak uygun olduğunu düşünüyorum...*”. Ancak bunun tersi yönünde açıklamalar da mevcuttur, örneğin İHLE18 kodlu öğrenci kendisinin aslında din öğretimi yapan bir okulda okuduğunu ve yaşam tarzının da buna göre şekillendiğini ancak üyesi olduğu sanal grubun bununla hiçbir ilgisinin olmadığını şu sözlerle açıklamaktadır; “*Benim zamanımın çoğu okulda geçiyor ve dini bilgilere göre yaşıyorum ama üyesi olduğum sanal grupta dinle ilgili hiçbir şey yok, yani yaşam tarzımla uyumlu bir grupta değilim*”.

“Üyesi olduğum sanal topluluğun düzenlediği aktivitelerin hobilerimi yansıttığını düşünüyorum” ifadesine verilen cevaplara bakıldığında Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %17 dir. Kararsız olan %24,8 ve Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %50,4’tür. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %83,1’e tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “3,40” dır. Yüksek düzey bir oranla katılımcılar üyesi oldukları sanal topluluğun düzenlediği aktivitelerin hobilerini yansıttığını düşünmektedir.

“Üyesi olduğunuz sanal topluluğun düzenlediği aktivitelerin hobilerinizi yansıttığını düşünüyor musunuz?” sorusu ile ilgili yapılan mülakatlardan bazı yorumlar şu şekildedir; FLE2 kodlu katılımcı; “*tabiki oyun benim önemli bir hobim o nedenle bu gruptayım evet yansıtıyor*” şeklinde bir yorum yaparken, FLK1 kodlu öğrenci; “*Evet hatta doğrudan manga benim önemli hobim zaten*” şeklinde bir açıklama getirmiştir.

“Üyesi olduğum sanal topluluğun etkinlikleri benim ilgi alanlarıma uygundur” ifadesi bu boyutta katılımcıların en fazla olumlu yaklaşım gösterdiği ifadededir. Bu

maddeye verilen yanıtlar değerlendirildiğinde Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %12,8 dir. Kararsız olan %32,7 iken Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %62,4'tür. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %95,1'e tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması "3,60 " dır. Yüksek düzey bir oranla katılımcılar üyesi oldukları sanal topluluğun etkinliklerinin kendi ilgi alanlarına uygun olduğunu düşünmektedir.

Konu ile ilgili olarak yapılan görüşmelerin tamamında katılımcılar sanal topluluğun etkinliklerinin kendi ilgi alanlarına uygun olduğu konusunda görüş bildirmiştir. Bu madde için yapılan görüşmelerdeki "Üyesi olduğunuz sanal topluluğun etkinlikleri sizin ilgi alanlarınıza uygun mudur?" sorusu için yapılan bazı açıklamalar şunlardır; FLE2 " özel ilgi alanım oyun olduğu için o gruptayım ve etkinlikler de tabii ki uygun", FLK1 " Evet zaten ilgi alanıma uygun olmasa neden o grupta olayım...", GSLK19 "Ben müzikle ilgili bir gruptayım, müzikle çok ilgiliyim onun için bu grubu tercih ettim", ALE10 "evet kodlamaya, yazılıma ve hackerlığa ilgi duyuyorum. İçinde olduğum bu grupta herkes benim gibi, birbirimizden çok şey öğreniyoruz bunlarla çok ilgiliyim bu grubu tercih nedenim ilgi alanım olması "Bu maddeden elde edilen sonuca dayanarak katılımcıların tercih ettikleri sanal sosyal ağları yüksek oranda ilgi alanına göre tercih ettikleri söylenebilir.

"Üyesi olduğum sanal topluluktaki ilgi alanım benim için vazgeçilmez bir öneme sahiptir." maddesine verilen yanıtlara göre; Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %18' dir. Kararsız olan %37 iken, Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %45'dir. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %82'ye tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması "3,27 " dir. Bu sonuca göre orta düzey bir oranla katılımcılar üyesi oldukları sanal topluluğun etkinlikleri kendileri için vazgeçilmez olduğunu düşünmektedir.

Bu madde için yapılan görüşmelerde "Üyesi olduğunuz sanal topluluktaki ilgi alanınız sizin için vazgeçilmez bir öneme sahip midir?" sorusu yöneltmiştir. Bu soru için yapılan yorumlardan bazıları şunlardır; FLE1 kodlu katılımcı " yani bu grupta oyun oynuyorum ama vazgeçilmez gibi böyle bir kriterim yok "derken, FLK1 kodlu öğrenci " Yok artık ne alakası var bu tamamen benim manga ve anime sevmem ile ilgili ama benim

için vazgeçilmez de değil... ”, İHLE18 kodlu öğrenci ise gerçek yaşamında belki hiç arkadaş olamayacağı kişilerle sanal sosyal ortamlarda ilişkiler kurduğunu ve bu nedenle üyesi olduğu sanal topluluktaki ilgi alanının kendisi için vazgeçilmez olması gibi bir durumun olmadığını şu sözlerle açıklamıştır; “...mesela ben oyun grubundayım grupta her düşünce ve inançtan insanlar var, hatta açıkça eşcinsel olduğunu ya da ateist olduğunu söyleyenler var ama bu beni oyun grubu içinde çokta ilgilendirmiyor, yani sanal ortamda bunlara takılmıyorum ama çok rahatsız olursam gruptan çıkarım...”

Bu veriye dayanarak sanal sosyal ağların zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldırarak isteyen her bireyin farklı kültür ve değerlere sahip başka bireyler ile bir araya gelebildiği bir ortam yarattığı ifade edilebilir. Dolayısıyla farklı dünya görüşlerine sahip bireyler sanal ortamlarda bir araya gelerek ortak etkinliklerde bulunabilmektedir, ancak gençlerin bu gruplara üyeliklerinin onlar için vazgeçilmez bir öneme sahip olmadığını göstermektedir. Kısacası ilgili oldukları alanlardaki sanal ağlarda üyelikleri akışkan ve değişebilir bir nitelik taşımaktadır.

“Üyesi olduğum sanal topluluk gerçek yaşamda kendimi ait hissettiğim topluluğun sanal ortamdaki halidir” ifadesine verilen yanıtlara göre; Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %24,8’ dir. Kararsız olan %32,3 iken, Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %43’dür. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %75,3’e tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “3,18 ” dir. Bu sonuca göre orta düzey bir oranla katılımcılar üyesi oldukları sanal topluluğun gerçek yaşamda kendilerini ait hissettikleri topluluğun sanal ortamdaki hali olduğunu düşünmektedir. Bu oran ortak ilgi boyutundaki en düşük orandır.

Bu madde ile ilgili olarak “Üyesi olduğunuz sanal topluluk gerçek yaşamda kendinizi ait hissettiğiniz topluluğun sanal ortamdaki hali midir ”sorusu sorulmuştur. Bu soruya; FLK1 kodlu katılımcı “ *Hayır bu tamamen sanal ortamla ilgili bir grup, gerçek hayatımla bir ilgisi yok...*”sözleri ile çalışmamıza ışık tutarken bir BTS hayranı olan ALK6 kodlu kız öğrenci “...ben BTS grubunun hayranıyım ama günlük hayatımda bu gruba hayran olan arkadaşların olduğu bir grubum yok. Benim gibi birkaç arkadaşım var ama onlarla da yine internetteki BTS grupları üzerinden görüşüyoruz, yüz yüze görüşemiyoruz...” sözleri ile açıklık getirmiştir.

“Üyesi olduğum topluluğa katılım nedenim ortak ilgi alanlarına sahip olmam” ifadesine verilen cevaplara göre; Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %20,6’ dır. Kararsız olan %21,8 iken, Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %57,6’dır. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %79,4’e tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “3,43 ” dür. Bu sonuca göre yüksek düzey bir oranla katılımcılar üyesi oldukları sanal topluluğa katılım nedeninin ortak ilgi alanlarına sahip olmak olduğunu düşünmektedir.

Yapılan mülakatların tamamında bu soruya verilen cevaplar sanal topluluğa katılım etkeni olarak ortak ilgi etkenini onaylamıştır. Bu madde ile ilgili olarak “Üyesi olduğunuz topluluğa katılım nedeniniz ortak ilgi alanlarına sahip olmanız mı?” sorusu sorulmuştur. Bu soruya verilen cevaplardan bazıları şunlardır; FLE2kodlu katılımcı; “ *evet tabiki üyesi olduğum topluluğa katılım nedenim ortak ilgi alanlarına sahip olamam zaten başka bir nedeni yok*”, FLK1 kodlu katılımcı; “ *Evet tamamen manga ve anime gibi ortak ilgili olmamız bizi bir araya getiriyor, başka bir nedeni yok...*”, ALK6 kodlu kız öğrenci ise “ *...ben BTS grubunun hayranıyım ve BTS ile ilgili olan onlara ilgi duyan kişilerle BTS gruplarında konuşuyoruz...* ” sözleri ile açıklık getirmiştir.

“Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim bu grupta hoş vakit geçirmem” maddesine verilen yanıtlara göre; Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %25,6’ dır. Kararsız olan %22,2 iken, Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %52,2’dir. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %74,4’e tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “3,31” dir. Bu sonuca göre orta düzey bir oranla katılımcılar üyesi oldukları sanal topluluğa katılım nedenlerinin bu grupta hoş vakit geçirmek olduğunu ifade etmiştir.

Bu madde ile ilgili olarak “Üyesi olduğunuz sanal topluluğa katılım nedeniniz bu grupta hoş vakit geçirmeniz mi?” sorusu yöneltmiş ve soruya verilen cevaplardan bazıları sunulmuştur. Bu bağlamda katılımcılardan FLE2 kodlu öğrenci “ *evet hoş vakit geçiriyorum, mutlu oluyorum*”, FLK1 kodlu öğrenci “ *Evet bu grupta olmak beni mutlu ediyor, oradaki arkadaşlarımla sevdiğim bir konu hakkında konuşmak beni mutlu ediyor* ”derken, ALK6 kodlu öğrenci ise “ *...gerçek hayatımda dersler ve sınavlar beni çok yoruyor ama BTS grubunda bu stresimden kurtulup onların şarkılarını dinleyerek ve*

benim gibi hisseden arkadaşlarımla bir araya gelerek mutlu oluyorum...” şeklinde cevaplar verilmişlerdir.

Ito ve ark. (2009) tarafından dijital yerlilerin sosyal ağlarda, belirli ilgi alanları etrafında dönen özel faaliyetler, hobiler gibi ilgi odaklı uygulamalar vasıtasıyla, geleneksel kurumsal bağlılık yerine “ilişkisel aidiyet” ler kurdukları ifade edilmektedir. Yapılmış olan bu çalışmanın verileri de bu bilgiyi destekler niteliktedir. “İlgi” boyutundaki tüm ifadelerine verilen cevapların toplam ortalama puan değerleri 5 puan üzerinden “3,37” dir. Dolayısıyla dijital yerli öğrencilerin üye oldukları sanal sosyal ağlarda ortak ilgi düzeylerinin orta düzeyde olduğu ve ortak ilgiler etrafında sanal sosyal ağlara katılım gösterdikleri ve bu ağlara aidiyet hissettikleri ifade edilebilir.

Özellikle “Üyesi olduğum sanal topluluğun etkinlikleri benim ilgi alanlarıma uygundur” ifadesine verilen yanıtların ortalama puan değerinin 5 puan üzerinden “3,60” gibi yüksek düzey bir puan olması ve “Üyesi olduğum topluluğa katılım nedenim ortak ilgi alanlarına sahip olmam” ifadesine verilen yanıtların ortalama puan değerinin 5 puan üzerinden “3,43” gibi yine yüksek düzey bir puan almış olması dijital yerli gençlerin sanal sosyal ağlara katılım etkeni olarak ortak ilgi alanlarının belirleyici olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Elde edilmiş olan bu sonuç ile; H7. “*Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkeni ortak ilgi alanıdır*” hipotezi doğrulanmıştır.

4.2.3.1.1. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Üyelik Etkenlerinden Ortak İlgi Düzeyleri İle Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler ilişkisi

Araştırmanın bu bölümünde “*Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin bazı sosyo-demografik özellikleri ile bir ilişkisi var mıdır?*” Sorusuna cevap aranmıştır. Bu kapsamda bağımsız değişkenlerden cinsiyet ve bağımlı değişkenlerden ilgi düzeyleri arasında bir ilişki olup olmadığını bağımsız örneklem t-testi; yine bağımsız değişkenlerden yaş, okul türü, gelir seviyesi, aile tipi ve yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenleri ile bağımlı değişkenlerden ortak ilgi düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ise tek yönlü varyans analizi Anova testi ile ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Bu bağlamda bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans Anova analizi yürütülmüş ve analiz sonucu elde edilen grup istatistikleri tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 37. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Ortak İlgi Düzeyleri İle Cinsiyet İlişkisi

Değişkenler	Gruplar	N	X	ss	t testi		
					t	sd	p
Ortak İlgi	Kadın	404	3,434	,8113	1,923	767	0,055
	Erkek	386	3,316	,9149			

Tablo 37’de görülen bağımsız örneklem t- testi analizi sonucuna göre dijital yerlilerin üyesi oldukları sanal topluluklarda ortak ilgi düzeyleri, cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p=0,055>.05$). Bu sonuca dayalı olarak dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeylerinin cinsiyet değişkeni açısından bir farklılık oluşturmadığı ifade edilebilir.

Tablo 38. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Ortak İlgi Düzeyleri İle Yaş İlişkisi

Yaş	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. 10-12 arası	43	3,189	,8609	G. Arası	2,883	3	,961			
2. 13-15 arası	418	3,368	,8757	G. İçi	587,447	786	0,747			
3. 16-18 arası	321	3,368	,8563	Toplam	590,330	789		1,286	,278	
4. 19-21 arası	8	3,750	,5164							
Toplam	790	3,377	,8649							

Tablo 38’de görüldüğü gibi, dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeylerinin yaş değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan Anova testi sonuçlarına göre dijital yerli öğrencilerin yaş değişkenine göre sanal sosyal ağlardaki ilgi düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p=.278>.05$).Elde edilen bu veriler ışığında dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeylerinin yaş değişkeni ile bir ilişkisinin olmadığı ifade edilebilir.

Tablo 39. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Ortak İlgü Düzeyleri İle Gelir Seviyesi İlişkisi

Gelir Seviyesi	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. 2500 TL ve altı	234	3,356	,9106	G. Arası	1,789	4	,447			
2. 2501 – 3.500 TL arası	228	3,366	,8585	G. İçi	588,541	785	,750			
3. 3.501-5.500 TL arası	173	3,422	,8198	Toplam	590,330	789				
4. 5.501-8.000 TL arası	102	3,438	,8907						,597	0,665
5. 8.001 TL ve üstü	53	3,245	,7876							
Toplam	790	3,377	,8649							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeylerinin gelir seviyesi değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan Anova testi sonuçlarına göre dijital yerli öğrencilerin gelir seviyesi değişkenine göre sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p=.665>.05$).

Bu sonuca dayanarak; sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeylerini etkileme noktasında sanal ortamların mekânsal olarak farklı gelir seviyesindeki bireyler açısından bir farklılık yaratmadığı, gerçek yaşamda var olan gelir farklılıklarının yarattığı farklı ilgi alanları ve bu alanlara olan ilgi düzeyinin sanal ortamda yaşanmadığı ve dolayısıyla dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeylerinin gelir seviyesi ile ilişkili olmadığı ifade edilebilir.

Tablo 40. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Ortak İlgil Düzeyleri İle Okul Türü İlişkisi

Okul Türü	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1.Anadolu Lisesi	354	3,422	,8745	G. Arası	7,822	6	1,304			
2.Fen Lisesi	109	3,437	,7253	G. İçi	582,508	783	,744			
3.Mesleki ve Teknik Lise	48	3,309	,9431	Toplam	590,330	789				
4.İmam Hatip Lisesi	146	3,222	,9671					1,752	.106	
5.Sosyal Bilimler Lisesi.	61	3,503	,6622							
6.Orta Okul	45	3,193	,8764							
7.Güzel Sanatlar Lisesi	27	3,508	,8351							
Toplam	790	3,377	,8649							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeylerinin okul türü değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre okul türü değişkenine göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p=.106>.05$).

Yapılan istatistik analizlerinde Aidiyet düzeyi ve karşılıklı bağıllık düzeylerinde bir farklılık oluşturduğu tespit edilen okul türü değişkeninin, ortak ilgi boyutunda herhangi bir farklılaşmaya yol açmadığı görülmektedir. Dolayısıyla gençlerin hangi okul türünde okursa okusun kendi ilgi alanlarına giren sanal sosyal ağları tercih ettikleri görülmektedir. Bu sonuca dayalı olarak dijital yerlilerin sanal ortamlardaki ortak ilgi düzeyleri ile okul türü arasında bir ilişki olmadığı söylenebilir.

Tablo 41. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Ortak İlgü Düzeyleri İle Aile Tipi İlişkisi

Aile Tipi	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. Çekirdek Aile	620	3,355	,8648	G. Arası	1,367	3	,456			
2. Geniş Aile	126	3,443	,8650	G. İçi	588,963	786	,749			
3. Eşlerin Boşanmış Olduğı Aile	31	3,483	,7374	Toplam	590,330	789		0,608	0,610	
4. Eşlerden Birinin Ölmüş Olduğı Aile	13	3,494	1,1600							
Toplam	790	3,377	,8649							

Tablo 41. incelendiğinde, dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeylerinin aile tipi değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre dijital yerli öğrencilerin aile tipi değişkenine göre sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p=.610>.05$).Elde edilen bu veriye dayalı olarak gençlerin hangi aile tipinde yaşarsa yaşasın kendi ilgi alanlarına giren sanal sosyal ağları tercih ettikleri ve ayrıca dijital yerlilerin sanal ortamlardaki ortak ilgi düzeyleri ile aile tipi arasında bir ilişki olmadığı da görülmektedir.

Tablo 42. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Ortak İlgü Düzeyleri İle Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yerleşim Birimi İlişkisi

Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yerleşim Birimi	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. Köy	142	3,304	,9612	G. Arası	1,483	3	,494			
2. İlçe	128	3,417	,7915	G. İçi	588,848	786	,749			
3. Şehir	194	3,426	,8191	Toplam	590,330	789		0,660	0,577	
4. Büyük Şehir	326	3,363	,8761							
Toplam	790	3,377	,8649							

Tablo 42. incelendiğinde, dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeylerinin yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre; dijital yerli öğrencilerin yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenine göre sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p=.577>.05$). Diğer sosyo-demografik etkenlerde olduğu gibi, gençlerin yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkeni ile sanal ortamlardaki ortak ilgi düzeyleri arasında bir ilişki olmadığı görülmektedir.

Araştırma kapsamında “*Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin bazı sosyo-demografik özellikleri ile bir ilişkisi var mıdır?*” Sorusuna cevap bulmak amacıyla Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinden “Ortak İlgi” düzeyi ile bazı sosyo-demografik etkenler arasında ilişki olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla t-testi ve tek yönlü varyans Anova analizi yürütülmüştür. Bu analizler sonucunda elde edilen verilere göre; dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeyleri orta düzeyde ve bazı sosyo-demografik değişkenler açısından anlamlı bir farklılık göstermemekte ve dolayısıyla ortak ilgi düzeyleri ile bazı sosyo-demografik değişkenler arasında bir ilişki olmadığı görülmektedir.

4.2.3.1.2. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Ortak İlgi Düzeyleri İle Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı ve Üyelik Süresi İlişkisi

Araştırmanın problemler kısmında ifade edilen “*Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki var mıdır?*” sorusuna cevap bulmak amacıyla dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinden “Ortak İlgi” düzeyi ile sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında tek yönlü varyans Anova analizi yürütülmüştür. Söz konusu analiz sonucu elde edilen grup istatistikleri tablo halinde sunulmuştur.

Tablo 43. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Ortak İlgü Düzeyleri İle Üyesi Oldukları Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı İlişkisi

Paylaşım Sıklığı	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. Bir günde 1-3 saat	275	3,461	,8672	G. Arası	14,930	4	3,732			
2. Bir günde 4-8 saat	40	3,714	,5841	G. İçi	575,401	785	,733			
3. Bir günde 9 saat ve üzeri	14	3,908	1,0157	Toplam	590,330	789		5,092	,000	4-2, 4-3, 5-1, 5-2, 5-3
4. Haftada Bir Gün	141	3,267	,8151							
5. Haftada Birkaç Gün	320	2,974	,8845							
Toplam	790	3,377	,8649							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeylerinin üyesi oldukları sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığına göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre üyesi oldukları sanal sosyal ağlardaki paylaşım sürelerine göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ilgi düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($p < .05$).

Buna göre dijital yerli öğrencilerin ilgi düzeylerinin üyesi oldukları sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi sonrası post-hoc LSD testi yapılmıştır. Bu testin sonucunda üyesi oldukları sanal topluluklara dair ortak ilgi düzeyi ile üyesi oldukları sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı haftada bir gün olan öğrencilerin; bir günde 4-8 saat ($p = .009$) ve bir günde 9 saat ve üzeri ($p = .013$) paylaşım düzeyine sahip olan öğrencilerden ve aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı haftada birkaç gün olan öğrencilerin; bir günde 1-3 saat ($p = .006$), bir günde 4-8 saat ($p = .002$) ve bir günde 9 saat ve üzeri ($p = .006$) paylaşım sıklığına sahip olan öğrencilerin ortak ilgi düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($t(4-785) = 5,092$, $p = .000 < .05$). Diğer alt boyutlar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p > .05$).

Bu bağlamda sanal sosyal ağlarda paylaşım yapma sıklığı ile ortak ilgi düzeyi arasında; haftada bir gün paylaşım yapanlar ile bir günde 4-8 saat ve bir günde 9 saat ve

üzeri paylaşım yapan öğrenciler lehine ve haftada birkaç gün paylaşım yapanlar ile Bir günde 1-3 saat, bir günde 4-8 saat ve bir günde 9 saat ve üzeri paylaşım yapan öğrenciler lehine anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Bu sonuçlara göre sanal sosyal ağlardaki paylaşım yapma sıklığı arttıkça ortak ilgi düzeyinin de arttığı ifade edilebilir.

Yapılan araştırmalar, sanal grup içi ilişkilerde devamlılık ile sanal ortamlardaki bireylerin ortak ilgi düzeyi arasında bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Bu verinin Dijital yerliler bağlamında geçerli olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Anova testi sonuçları aşağıda görülmektedir.

Tablo 44. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Ortak İlgi Düzeyleri İle Sanal Sosyal Ağlara Üyelik Süresi İlişkisi

Üyelik Süresi	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. 3 ay ve altı	256	3,144	1,0465	G. Arası	20,975	4	5,244			
2. 4-6 ay arası	158	3,462	,7177	G. İçi	569,355	785	,725			
3. 7-9 ay arası	98	3,456	,6645	Toplam	590,330	789		7,230	,000	1-2, 1-3, 1-4, 1-5
4. 10-12 ay arası	64	3,522	,7054							
5. 13 ay ve daha fazla	214	3,512	,7961							
Toplam	790	3,377	,8649							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeylerinin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlara üyelik süresine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre, üyesi oldukları sanal sosyal ağlardaki üyelik sürelerine göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($p < .05$).

Buna göre dijital yerli öğrencilerin ortak ilgi düzeylerinin üyesi oldukları sanal sosyal ağlardaki üyelik süresi değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi sonrası post-hoc LSD testi yapılmış

ve bu test sonucunda üyesi oldukları sanal topluluklara dair aidiyet düzeyi ile sanal sosyal ağlara üyelik süresi 3 ay ve altı olan öğrencilerin; 4-6 ay arası ($p=.000$), 7-9 ay arası ($p=.002$), 10-12 ay arası ($p=.002$) ve 13 ay veya daha fazla ($p=.000$) üyelik süresine sahip olan öğrencilerin ortak ilgi düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu görülmüştür ($t(4-785) = 7,230, p=.000 < .05$). Diğer alt boyutlar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p > .05$).

Bu bağlamda sanal sosyal ağlara üyelik süresi ile ortak ilgi düzeyi arasında; 4-6 ay arası, 7-9 ay arası, 10-12 ay arası ve 13 ay veya daha fazla paylaşım yapan öğrenciler lehine; üyelik süresi 3 ay ve altı olan öğrencilere göre anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre sanal sosyal ağlara üyelik süresi arttıkça ortak ilgi düzeyinin de arttığı ifade edilebilir.

4.2.3.2. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Üyelik Etkenlerinden Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri

Bireyler, ait olduğu bir topluluğun öteki topluluklarla yan yana bir biçimde yaşamasını kabul etmekle birlikte, ortak yaşam tarzı ve ilişkileriyle ait olduğu topluluğun değerlerini içselleştirmiş olmalıdır (Laçiner, 2002: 73). Bu bağlamda araştırmanın bu bölümünde “*Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenleri nelerdir?*” sorusuna cevap bulmak amacıyla yapılan analizlerde ortaya çıkan; tercih etkenlerinden “Ortak Yaşam Tarzı” boyutuna dair elde edilen veriler incelenmiştir.

“Ortak Yaşam Tarzı” boyutuna dair ifadeler, dijital yerli gençlerin sanal sosyal ağlara dâhil olmalarında etkili olduğu düşünülen ortak yaşam tarzını ölçmeye yönelik ifadelerden oluşmaktadır. Bu ifadeler; “Hayatımda kullandığım her tür tüketim ürünleri hakkında üyesi olduğum sanal topluluktan sıklıkla bilgi alıyorum”, “Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim ortak değerleri paylaşıyor olmam”, “Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim ortak dini inançları paylaşıyor olmam”, “Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim ortak siyasi görüşlere sahip olmam”, “Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim kendi cinsel tercihlerim” ifadeleridir.

Tablo 45. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Üyelik Etkenlerinden Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri

		<i>f</i>	%	Birikimli %	Ortalama
Hayatımda kullandığım her tür tüketim ürünleri hakkında Üyesi olduğum sanal topluluktan sıklıkla bilgi alıyorum	Kesinlikle Doğru Değil	164	20,8	20,8	
	Doğru Değil	194	24,6	45,3	
	Kararsızım	241	30,5	75,8	
	Doğru	157	19,9	95,7	
	Kesinlikle Doğru	34	4,3	100,0	
	Toplam	790	100,0		2,62
Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim ortak değerleri paylaşıyor olmam	Kesinlikle Doğru Değil	92	11,6	11,6	
	Doğru Değil	115	14,6	26,2	
	Kararsızım	240	30,4	56,6	
	Doğru	274	34,7	91,3	
	Kesinlikle Doğru	69	8,7	100,0	
	Toplam	790	100,0		3,14
Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim ortak dini inançları paylaşıyor olmam	Kesinlikle Doğru Değil	219	27,7	27,7	
	Doğru Değil	211	26,7	54,4	
	Kararsızım	180	22,8	77,2	
	Doğru	135	17,1	94,3	
	Kesinlikle Doğru	45	5,7	100,0	
	Toplam	790	100,0		2,46
Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim ortak siyasi görüşlere sahip olmam	Kesinlikle Doğru Değil	271	34,3	34,3	
	Doğru Değil	220	27,8	62,2	
	Kararsızım	176	22,3	84,4	
	Doğru	94	11,9	96,3	
	Kesinlikle Doğru	29	3,7	100,0	
	Toplam				

		Toplam	790	100,0	2,23
Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim kendi cinsel tercihlerim	Kesinlikle Doğru Değil	360	45,6	45,6	
	Doğru Değil	170	21,5	67,1	
	Kararsızım	152	19,2	86,3	
	Doğru	78	9,9	96,2	
	Kesinlikle Doğru	30	3,8	100,0	
	Toplam	790	100,0		2,05
	Yaşam Tarzı	Toplam	790		

“Ortak yaşam tarzı” boyutuna dair ifadelerden, “Hayatımda kullandığım her tür tüketim ürünleri hakkında üyesi olduğum sanal topluluktan sıklıkla bilgi alıyorum” ifadesine verilen yanıtlar değerlendirildiğinde; Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %45,3’tür. Kararsız olan %30,5 iken Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %24,2’dir. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde ancak %69,5’e tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “2,62 ” dir. Orta düzey bir oranla katılımcılar hayatlarında kullandıkları her tür tüketim ürünleri hakkında üyesi oldukları sanal topluluktan sıklıkla bilgi aldıklarını ifade etmektedirler.

Bu madde ile ilgili olarak “Hayatınızda kullandığınız her tür tüketim ürünleri hakkında üyesi olduğunuz sanal topluluktan sıklıkla bilgi alıyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya katılımcılar tarafından yapılan bazı cevaplar şöyledir; FLE2 kodlu katılımcı; “*hayır o kadar da değil*”, FLK1 kodlu katılımcı “*Evet bilgi alıyorum mesela narito karakteri olan penye ve kazakları aldım. Ayrıca onların yemeklerini yemeyi çok istiyorum, yapmaya çalışıyorum, Japonya’ya gitmek istiyorum...*” ALK6 kodlu öğrenci “*... evet ben anime çok seviyorum ve anime karakterleri ile ilgili çanta, kalemlik, kıyafet gibi şeyler alıyorum. Bunları nereden alacağımı da gruptakilere soruyorum...*” şeklindedir.

“Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim ortak değerleri paylaşıyor olmam” ifadesine verilen cevaplara bakıldığında Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %26,2’ dir. Kararsız olan %30,4 ve Kesinlikle

Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %43,4'tür. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %73,8'e tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması "3,14" tür. Orta düzey bir oranla katılımcılar üyesi oldukları sanal topluluğa katılım nedenlerinin ortak değerleri paylaşıyor olmalarından kaynaklandığını düşünmektedir.

Bu madde ile ilgili olarak "Üyesi olduğunuz sanal topluluğa katılım nedeniniz ortak değerleri paylaşıyor olmanız mı?" sorusu sorulmuştur. Bu soru için öğrencilerin yaptığı bazı açıklamalar şöyledir; FLE2 kodlu öğrenci "...hayır öyle bir belirleyici kriterim yok", FLK1 kodlu öğrenci " Hayır aslında buna bakmıyorum burada önemli olan manga sevgisi..." İHLE18 kodlu öğrenci "...ben oyun grubundayım oyun amaçlı orada olduğumuz için ortak değerleri paylaşmak gibi bir şey yok..." şeklinde cevaplar verilmiştir.

"Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim ortak dini inançları paylaşıyor olmam" ifadesine verilen yanıtlara göre; Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %54,4'tür. Kararsız olan %22,8 iken Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %22,8'dir. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %45,6'ya tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması "2,46" dır. Düşük düzey bir oranla katılımcılar sanal topluluğa katılım nedenlerinin ortak dini inançları paylaşıyor olmalarından kaynaklandığı yönünde cevaplar vermişlerdir.

Yapılan mülakatlarda bu madde ile ilgili olarak "Üyesi olduğunuz sanal topluluğa katılım nedenim ortak dini inançları paylaşıyor olmanız mıdır?" sorusu yöneltmiştir. Bu soru ile ilgili olarak öğrencilerin verdiği bazı cevaplar şöyledir; FLK1 kodlu katılımcı " Hayır, bu grupta din hiç konu edilmez, konuşulmaz çünkü böyle bir amacı yok" cevabını verirken MTLE7 kodlu katılımcı "ben tarantulam grubunda hiç dini bir konunun konuşulduğunu görmedim. Zaten grup din ile ilgisiz yani dini inançlarla grubun bağı yok..." şeklinde bir cevap vermiştir. ALE13 kodlu katılımcı ise, "mesela ben aleviyim ama grupta her inançtan insan var, kimse kimsenin dinini, inancını bilmez, sormaz da..." cevabını vermiştir.

Bu maddeden elde edilen sonuca dayanarak katılımcıların tercih ettikleri sanal sosyal ağları tercihlerinde dini inancın etkisinin düşük oranda etkili olduğu söylenebilir.

“Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim ortak siyasi görüşlere sahip olmam” maddesine verilen yanıtlara göre; Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %62,2’ dir. Kararsız olan %22,3 iken, Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %15,6’dır. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde dahi ancak %37,9’a tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “2,23 ” tür. Bu sonuca göre düşük düzey bir oranla katılımcılar sanal topluluğa katılım nedenlerinin ortak siyasi görüşleri paylaşıyor olmalarından kaynaklandığını düşünmektedir.

Bu madde ile ilgili olarak mülakatlarda “Üyesi olduğunuz sanal topluluğa katılım nedeniniz ortak siyasi görüşlere sahip olmanız mıdır?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya verilen bazı cevaplar şöyledir; OOK16 kodlu katılımcı “*kesinlikle hayır ben eğitim amaçlı kurulan bir gruptayım, orada derslerle ilgili videolar paylaşıyoruz, çözemediğimiz soruları gruba atıp yardımlaşıyoruz...*” FLK1 kodlu katılımcı “*Hayır manga grubunda siyaset hiç gündeme gelmez, ama bazen instagramda siyasi ve ya dini konularda çatışmalar yaşayabiliyoruz*”. SBLK20 kodlu katılımcı ise “*evet benim üyesi olduğum sanal grup zaten bir siyasi görüşün etkinliklerin, bilgilendirmelerin yapıldığı bir grup...*” açıklamalarını getirmişlerdir.

“Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim kendi cinsel tercihlerim” ifadesine verilen yanıtlara göre; Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %67,1’ dir. Kararsız olan %19,2 iken, Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %13,7’dir. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde %32,9’a tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “2,05” dir. Bu sonuca göre düşük düzey bir oranla katılımcılar üyesi oldukları sanal topluluğa katılım nedenlerinin kendi cinsel tercihleri olduğunu ifade etmektedirler. Bu oran ortak yaşam tarzı boyutundaki en düşük orandır.

Bu madde ile ilgili olarak yapmış olduğumuz mülakatlarda “Üyesi olduğunuz sanal topluluğa katılım nedeniniz cinsel tercihleriniz mi?” sorusu sorulmuştur. Sorulmuş olan bu soruya öğrencilerin yaptığı bazı açıklamalar şöyledir; FLK1 kodlu katılımcı “*Hayır böyle bir eğilimim yok*”, ALE10 kodlu katılımcı “*yani bu soruya cevap vermek benim için zor ama evet sanırım böyle bir durum var, ben gerçek hayatta sormadığım soruları orada soruyorum ya da söyleyebiliyorum...*”cevabını vermişlerdir.

Bu verilere dayanarak sanal sosyal ağların zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldırarak isteyen her bireyin farklı düşünce, tercih ve değerlere sahip bireyler ile bir araya gelebildiği bir ortam yarattığı ifade edilebilir. Dolayısıyla farklı yaşam tarzlarına sahip bireyler sanal ortamların yarattığı küresel dünyada bir araya gelerek ortak etkinliklerde bulunabilmektedir.

“Ortak yaşam tarzı” boyutundaki tüm ifadelerle verilen cevapların toplam ortalama puan değerleri “2,50” dir. Bu değer düşük düzey bir puandır. Dolayısıyla dijital yerli öğrencilerin üye oldukları sanal sosyal ağlarda ortak yaşam tarzı düzeylerinin düşük düzeyde olduğu ifade edilebilir. Elde edilen bu veriler ile; dijital yerli öğrencilerin üyesi oldukları sanal sosyal ağları tercihlerinde “Ortak yaşam tarzı ”na sahip olmalarının düşük düzey bir belirleyici olduğu görülmektedir.

Yukarıda da örnekleri verilmiş olan mülakatlarda da ortak yaşam tarzının sanal sosyal ağ tercihinde çok fazla bir etkisinin olmadığı yönünde açıklamalar yapılmıştır. Bu sonuca dayanarak gerçek toplumsal ilişkilerde belirleyici etkenlerden olan ortak yaşam tarzının paylaşıyor olmasının sanal sosyal ilişkilerde anlamını ve belirleyici bir etken olma özelliğini yitirdiği ve düşük düzey bir belirleyici etken olduğu ifade edilebilir.

4.2.3.2.1. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri İle Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler İlişkisi

Araştırmanın bu bölümünde de “*Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin bazı sosyo-demografik özellikleri ile bir ilişkisi var mıdır?*” Sorusuna cevap aranmıştır. Bu kapsamda dijital yerlilerin sanal sosyal ağları tercih etkenlerinden bir diğeri olan ortak yaşam tarzı düzeyi ile bazı sosyo-demografik etkenler arasında bir ilişki olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla bağımsız değişkenlerden cinsiyet ve bağımlı değişkenlerden yaşam tarzı düzeyleri arasında farklılık olup olmadığını t- testi; yine bağımsız değişkenlerden yaş, okul türü, gelir seviyesi, aile tipi ve yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenleri ile de Anova testi uygulanmış ve analiz sonucu elde edilen grup istatistikleri tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 46. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri ile Cinsiyet ilişkisi

Değişkenler	Gruplar	N	X	ss	t testi		
					t	sd	p
Ortak Yaşam Tarzı	Kadın	404	2,468	,7748	500	759,547	0,006
	Erkek	386	2,516	,8998			

Tablo 46’da görülen bağımsız örneklem t- testi analizi sonucuna göre dijital yerlilerin üyesi oldukları sanal topluluklara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeyleri, cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p=0,006<.05$). Bu sonuca dayalı olarak dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin cinsiyet değişkeni ile bir ilişkisi olduğu ve erkek öğrencilerin kız öğrencilere oranla; sanal ortamlarda, daha yüksek oranda, ortak yaşam tarzına uygun sanal ağları tercih ettikleri ifade edilebilir. Buradan kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha yüksek bir oranda sanal ortamları bir özgürlük alanı olarak algıladığı ve tercihlerini bu yönde kullandıkları görülmektedir.

Tablo 47. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri İle Yaş İlişkisi

Yaş	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. 10-12 arası	43	2,586	,8667	G. Arası	8,202	3	2,734			
2. 13-15 arası	418	2,421	,8071	G. İçi	545,696	786	0,694			
3. 16-18 arası	321	2,577	,8667	Toplam	553,899	789		3,938	,008	2-3, 2-4
4. 19-21 arası	8	3,150	,5424							
Toplam	790	2,501	,8378							

Tablo 47’de görüldüğü gibi, dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağları tercih etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin yaş değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan Anova testi sonuçlarına göre dijital yerli öğrencilerin yaş değişkenine göre ortak yaşam tarzı düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($p<.05$).

Buna göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağları tercih etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin yaş değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi sonrası, post-hoc LSD testi yapılmıştır. Söz konusu test sonucunda sanal sanal sosyal ağları tercih etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin yaş değişkenine göre 13-15 yaş aralığında olan öğrencilerin; 16-18 yaş arası ($p=.012$) ve 19-21 yaş arası ($p=.015$) olan öğrenciler lehine aralarında anlamlı bir farklılık oluşturduğu tespit edilmiştir ($t(3-786)=3,938, p=.008<.05$). Diğer alt boyutlar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p>.05$). Bu veriye dayalı olarak dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağları tercih etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeyleri ile yaş değişkeni arasında bir ilişki olduğu ifade edilebilir.

Tablo 48. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri İle Gelir Seviyesi İlişkisi

Gelir Seviyesi	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. 2500 TL ve altı	234	2,653	,8547	G. Arası	14,119	4	3,530			
2. 2501 – 3.500 TL arası	228	2,550	,8385	G. İçi	539,780	785	,688			
3. 3.501-5.500 TL arası	173	2,390	,8146	Toplam	553,899	789		5,133	,000	1-3, 1-4,1-5 2-4,2-5
4. 5.501-8.000 TL arası	102	2,262	,7707							
5. 8.001 TL ve üstü	53	2,237	,8293							
Toplam	790	2,501	,8378							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin gelir seviyesi değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan Anova testi sonuçlarına göre dijital yerli öğrencilerin gelir seviyesi değişkenine göre sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($p<.05$).

Buna göre dijital yerli öğrencilerin katılım etkenlerinden yaşam tarzı düzeylerinin gelir seviyesi değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan post-hoc LSD testi sonucunda sanal katılım etkenlerinden yaşam tarzı düzeylerinin gelir seviyesi değişkenine göre 2500 TL ve altı gelir seviyesinde olan

öğrenciler lehine; 3501-5.500 TL arası (p=.002),5501-8.000 TL arası (p=.000), 8.001 TL ve üstü(p=.000)gelir seviyesinde olan öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık gösterdiği, ayrıca gelir seviyesi 2501-3500 TL arası olan öğrenciler ile 5501-8.000 TL arası (p=.000) ve 8.001 TL ve üstü (p=.000) olan öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu görülmektedir ($t(4-785) = 5,133, p=.000 < .05$). Diğer alt boyutlar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (p>.05). Bu sonuçlardan yola çıkarak gelir seviyesindeki artışın ortak yaşam tarzı konusunda belirleyici bir etken olma özelliğini azalttığı ve alt gelir gruplarında ortak yaşam tarzının paylaşıyor olmasının çok daha önemli bir etken olarak görüldüğü ifade edilebilir.

Tablo 49. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri İle Okul Türü İlişkisi

Okul Türü	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1.Anadolu Lisesi	354	2,477	,8265	G. Arası	10,141	6	1,690			
2.Fen Lisesi	109	2,413	,8254	G. İçi	543,758	783	,694			
3.Mesleki ve Teknik Lise	48	2,862	,9436	Toplam	553,899	789				
4.İmam Hatip Lisesi	146	2,576	,8843					2,434	.024	3-1, 3-2, 3-4, 3-5, 3-6,
5.Sosyal Bilimler Lisesi.	61	2,554	,7065							
6.Orta Okul	45	2,515	,7751							
7.Güzel Sanatlar Lisesi	27	2,555	,8177							
Toplam	790	2,501	,8378							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin okul türü değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre okul türü değişkenine göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden yaşam tarzı düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur (p<.05).

Buna göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin okul türü değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan post-hoc LSD testi sonucunda; Mesleki ve Teknik Lise öğrencilerinin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeyi ile Anadolu Lisesi (p=.000), Fen Lisesi öğrencileri(p=.008), İmam Hatip Lisesi(p=.047), Sosyal Bilimler Lisesi(p=.049) ve Ortaokul(p=.045) öğrencileri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($t(6-783) = 2,434, p=.024 < .05$). Diğer alt boyutlar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p > .05$).

Bu veriler değerlendirildiğinde dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin okul türü değişkenine göre farklılık taşıdığı görülmektedir. Buradan farklı okul türlerinin, yarattığı okul kültürüne dayalı olarak farklı yaşam alışkanlıkları ortaya çıkardığı ve öğrencilerin farklı tutumlara sahip olmasını sağladığı bununda sanal sosyal ağları tercih etme noktasında bir yansımalarının olduğu ifade edilebilir.

Tablo 50. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri İle Aile Tipi İlişkisi

Aile Tipi	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. Çekirdek Aile	620	2,450	,8181	G. Arası	7,767	3	2,589			
2. Geniş Aile	126	2,711	,8740	G. İçi	546,132	786	,695			
3. Eşlerin Boşanmış Olduğu Aile	31	2,587	,8114	Toplam	553,899	789		3,726	,011	1-2
4. Eşlerden Birinin Ölmüş Olduğu Aile	13	2,676	1,1762							
Toplam	790	2,501	,8378							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin aile tipi değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre aile tipi değişkenine göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($p < .05$).

Buna göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin aile tipi değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan post-hoc LSD testi sonucunda, çekirdek aileye mensup öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeyi ile geniş aileye mensup(p=.000) öğrenciler arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($t(3-786) = 3,726, p = .011 < .05$). Diğer alt boyutlar arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p > .05$).

Tablo 51. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri İle Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yerleşim Birimi İlişkisi

Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yer	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. Köy	142	2,666	,8184	G. Arası	10,311	3	3,437			
2. İlçe	128	2,615	,8037	G. İçi	543,588	786	,692			
3. Şehir	194	2,508	,8673	Toplam	553,899	789		4,970	,002	1-4, 2-4
4. Büyük Şehir	326	2,380	,8262							
Toplam	790	2,501	,8378							

Dijital yerliler tarafından aidiyet hissedilen sanal ağları tercihlerini belirleyen etkenlerden ortak yaşam tarzı düzeylerinin yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi yapılmış ve test sonuçlarına göre yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenine göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($p < .05$).

Buna göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağları tercih etkenlerinden yaşam tarzı düzeylerinin yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan post-hoc LSD testi sonucunda, yaşamlarının çoğunu Köyde geçiren öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeyi ile yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim

birimi Büyük şehir(p=.000) olan öğrenciler arasında ve yine yaşamlarının çoğunu ilçede geçiren öğrenciler ile yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi Büyük şehir(p=.001) olan öğrenciler arasında, yaşamlarının çoğunu köy ve ilçede geçiren öğrenciler lehine anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($t(3-786) = 4,970, p=.002 < .05$). Diğer alt boyutlar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p > .05$). Bu veriler ile yaşamlarının çoğunu Büyük şehirde geçiren öğrencilerin, yaşamlarının çoğunu köy ve ilçe gibi daha küçük yerleşim birimlerinde geçiren öğrenciler arasında ortak yaşam tarzı arasında önemli bir ilişki tespit edilmiştir. Köy ve ilçe gibi daha küçük yerleşim birimlerinde yaşamlarını geçirmiş öğrencilerin ortak yaşam tarzı düzeyleri büyük şehirde yaşamış öğrencilere göre daha yüksek tespit edilmiştir.

“Ortak yaşam tarzı” boyutuna dair veriler kullanılarak araştırma kapsamında elde edilen verilere göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin düşük düzeyde etkili olduğu ancak bazı sosyo-demografik değişkenler açısından anlamlı bir ilişki göstermekte olduğu ifade edilebilir.

4.2.3.2.2. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyi İle Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı ve Üyelik Süresi İlişkisi

Araştırmanın problemler kısmında ifade edilen “*Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki var mıdır?*” sorusuna cevap bulmak amacıyla; dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerden “Ortak yaşam tarzı” düzeyi ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım düzeyi ve üyelik süreleri arasında bir ilişki olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla tek yönlü varyans Anova analizi yürütülmüştür. Söz konusu analizler sonucu elde edilen grup istatistikleri tablo halinde sunulmuştur.

Tablo 52. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Yaşam Tarzı Düzeyleri İle Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı İlişkisi

Paylaşım Sıklığı	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. Bir günde 1-3 Saat	275	2,646	,8805	G. Arası	25,906	4	6,476			
2. Bir günde 4-8 Saat	40	2,840	,7034	G. İçi	527,993	785	,673			
3. Bir günde 9 Saat ve üzeri	14	3,171	,8765	Toplam	553,899	789		9,629	,000	3-1, 3-4, 4-1, 4-2, 5-1, 5-2, 5-3
4. Haftada Bir Gün	141	2,421	,7891							
5. Haftada Birkaç Gün	320	2,340	,7900							
Toplam	790	2,501	,8378							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin sanal sosyal ağlardaki paylaşım yapma sıklığına göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre; sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ile dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($p < .05$).

Buna göre dijital yerli öğrencilerin ortak yaşam tarzı düzeylerinin sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan post-hoc LSD testi sonucunda üyesi oldukları sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeyi ile sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı bir günde 9 Saat ve üzeri olan öğrencilerin lehine, bir günde 1-3 saat paylaşım yapanlar ($p = .020$), haftada bir gün paylaşım yapanlar ($p = .008$) ve haftada birkaç gün paylaşım yapanlar ($p = .000$) arasında farklılık gösterdiği; paylaşım sıklığı haftada bir gün olan öğrencilerin, bir günde 1-3 saat ($p = .008$), bir günde 4-8 saat ($p = .004$) ve bir günde 9 saat ve üzeri ($p = .001$) paylaşım düzeyine sahip olan öğrenciler lehine ve sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı haftada birkaç gün olan öğrencilerin; bir günde 1-3 saat ($p = .000$), bir günde 4-8 saat ($p = .000$) ve bir günde 9 saat ve üzeri ($p = .000$) paylaşım sıklığına sahip olan öğrenciler lehine ortak yaşam tarzı düzeyleri arasında anlamlı bir

ilişki bulunmaktadır ($t(4-785) = 9,629$, $p = .000 < .05$). Diğer alt boyutlar arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p > .05$).

Bu bağlamda sanal sosyal ağlarda paylaşım yapma sıklığı ile ortak yaşam tarzı düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olduğu ifade edilebilir. Bu sonuçlara göre aidiyet hissedilen sanal sosyal ağlardaki paylaşım yapma sıklığı arttıkça ortak yaşam tarzı düzeyinin de arttığı ifade edilebilir.

Tablo 53. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlardaki Ortak Yaşam Tarzı Düzeyi İle Sanal Sosyal Ağlara Üyelik Süresi İlişkisi

Üyelik Süresi	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. 3 ay ve altı	256	2,518	,9111	G. Arası	4,624	4	1,156			
2. 4-6 ay arası	158	2,524	,7880	G. İçi	549,274	785	,700			
3. 7-9 ay arası	98	2,534	,7629	Toplam	553,899	789		1,652	,159	
4. 10-12 ay arası	64	2,678	,8601							
5. 13 ay ve daha fazla	214	2,396	,8021							
Toplam	790	2,501	,8378							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin sanal sosyal ağlara üyelik süresine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki üyelik sürelerine göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p = ,159 > .05$). Dolayısıyla dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin sanal sosyal ağlara üyelik süresi ile bir ilişkisi olmadığı görülmektedir.

4.2.3.3.Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Üyelik Etkenlerinden Ortak Fikir Düzeyleri

Bireylerin, kendilerini ait hissettikleri topluluk ile ortak amaçları ve fikirleri paylaşması, ait olduğu topluluğun değerlerini içselleştirmiş olmaları beklenir. Bu bağlamda sanal ağlara üyeliği olan dijital yerlilerin bu ağlara üyeliğinde “Ortak fikir” faktörünün de ne düzeyde etkili olduğunu tespit etmek üzere anket ve mülakat formlarına eklenen ifadeler; “Üyesi olduğum sanal topluluğun aktivitelerinin benim dini inançlarımla uyumlu olması benim için önemlidir”, “Üyesi olduğum sanal topluluğun aktivitelerinin benim siyasi inançlarımla uyumlu olması benim için önemlidir”, “Üyesi olduğum sanal topluluğun aktivitelerinin benim Milli aidiyetimle uyumlu olması benim için önemlidir”, “Üyesi olduğum sanal topluluğun aktivitelerinin benim kültürel değerlerimle uyumlu olması benim için önemlidir” ifadeleridir.

Tablo 54. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlara Üyelik Etkenlerinden Ortak Fikir Düzeyleri

		<i>f</i>	%	Birikimli %	Ortalama
Üyesi olduğum sanal topluluğun aktivitelerinin benim dini inançlarımla uyumlu olması benim için önemlidir	Kesinlikle Doğru Değil	101	12,8	12,8	
	Doğru Değil	80	10,1	22,9	
	Kararsızım	186	23,5	46,5	
	Doğru	253	32,0	78,5	
	Kesinlikle Doğru	170	21,5	100,0	
	Toplam	790	100,0		3,39
Üyesi olduğum sanal topluluğun aktivitelerinin benim siyasi inançlarımla uyumlu olması benim için önemlidir	Kesinlikle Doğru Değil	162	20,5	20,5	
	Doğru Değil	160	20,3	40,8	
	Kararsızım	224	28,4	69,1	
	Doğru	163	20,6	89,7	
	Kesinlikle Doğru	81	10,3	100,0	
	Toplam				

	Toplam	790	100,0	2,80
Üyesi olduğum sanal topluluğun aktivitelerinin benim Millî aidiyetimle uyumlu olması benim için önemlidir	Kesinlikle Doğru Değil	82	10,4	10,4
	Doğru Değil	72	9,1	19,5
	Kararsızım	229	29,0	48,5
	Doğru	260	32,9	81,4
	Kesinlikle Doğru	147	18,6	100,0
	Toplam	790	100,0	3,40
Üyesi olduğum sanal topluluğun aktivitelerinin benim kültürel değerlerimle uyumlu olması benim için önemlidir	Kesinlikle Doğru Değil	80	10,1	10,1
	Doğru Değil	98	12,4	22,5
	Kararsızım	252	31,9	54,4
	Doğru	289	36,6	91,0
	Kesinlikle Doğru	71	9,0	100,0
	Toplam	790	100,0	3,22
Ortak Fikir Toplam		790		3,20

Dijital yerli gençlerin sanal sosyal ağlara dâhil olmalarında etkili olduğunu düşündüğümüz ortak fikir düzeylerini ölçmeye yönelik ifadelerden ilki “Üyesi olduğum sanal topluluğun aktivitelerinin benim dini inançlarımla uyumlu olması benim için önemlidir” ifadesine verilen yanıtlar değerlendirildiğinde; Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %22,9’dur. Kararsız olan %23,5 iken Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %53,5’dir. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde ancak %76,4’e tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “3,20” dir. Orta düzey bir oranla katılımcılar üyesi oldukları sanal topluluğun aktivitelerinin kendi dini inançları ile uyumlu olmasının kendileri için önemli olduğunu ifade etmektedirler.

Bu madde ile ilgili olarak yapılan mülakatlarda “Üyesi olduğunuz sanal topluluğun aktivitelerinin sizin dini inançlarınızla uyumlu olması sizin için önemli midir?” sorusu yöneltilmiştir. Söz konusu soruya öğrencilerin verdiği bazı cevaplar şöyledir;

FLK1 kodlu katılımcı “ *Hayır herkesin inancı kendine ama benim dini inancıma karşı bir saldırı olmasını istemem* ”cevabını verirken, OOK11 kodlu katılımcı “*yok benim için bana ve inancıma saygılı olunması önemli, yani dini inanç farklı olabilir, zaten sanal ortamda herkesin dini inancını sormayız...*”cevabını vermiştir. İHLE18 kodlu katılımcı ise; “*benim için dinim önemli ama oyun grubunda dinle ilgili bir şey yok, onun için uyumlu olması gerekmiyor...*”, SBLK20 kodlu katılımcı ise “*tabi önemli zaten üyesi olduğum grup benim dini inançlarımla uyumlu...*” şeklinde soruya olumlu ve ya olumsuz yaklaşımlarla cevaplar verilmiştir.

“Üyesi olduğum sanal topluluğun aktivitelerinin benim siyasi inançlarımla uyumlu olması benim için önemlidir” ifadesine verilen yanıtlar değerlendirildiğinde ise Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %40,8’dir. Kararsız olan %28,4 iken Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %30,9’dur. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde ancak %59,4’e tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “2,80 ” dir. Orta düzey bir oranla katılımcılar üyesi oldukları sanal topluluğun aktivitelerinin kendilerinin siyasi inançları ile uyumlu olmasının kendileri için önemli olduğunu ifade etmektedirler. Bu ortalama puan Ortak fikir boyutundaki en düşük puandır. Bu maddeye 5 puan üzerinden “2,80 ”ortalama puan verilmesi “Ortak Fikir” boyutundaki diğer maddelere kıyasla daha düşük bir puan almış olması, sanal ağ üyeliğinde siyasi fikirler açısından uyumlu olmanın, diğer maddelere oranla daha düşük düzeyde bir etken olduğunu göstermektedir.

Bu madde ile ilgili olarak “Üyesi olduğunuz sanal topluluğun aktivitelerinin sizin siyasi inançlarınızla uyumlu olması sizin için önemli midir?” sorusu sorulmuştur. Bu soru ile ilgili öğrencilerin yaptığı bazı açıklamalar şöyledir; FLK1 “ *Hayır zaten siyasetle çok ilgili değilim* ”derken, SBLK20 kodlu öğrenci “*tabi önemli zaten üyesi olduğum grup benim siyasi görüşümle ilgili bir grup...*”, ALK14 “*benim bir siyasi görüşüm yok, hiçbirine inanmıyorum, onun için sanal grupta böyle bir şey aramam* ”cevabını vermişlerdir.

“Üyesi olduğum sanal topluluğun aktivitelerinin benim Milli aidiyetimle uyumlu olması benim için önemlidir” ifadesine verilen yanıtlar değerlendirildiğinde ise Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %19,5’dir. Kararsız olan %29 iken Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %46,5’dir. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde ancak %80,5’e tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “3,40 ” dır. Yüksek düzey bir oranla katılımcılar üyesi oldukları sanal topluluğun aktivitelerinin kendi milli aidiyetleri ile uyumlu olmasının kendileri için önemli olduğunu ifade etmektedirler. Bu ortalama puan Ortak fikir boyutundaki en yüksek puandır. Bu maddeye 5 puan üzerinden “3,40 ”ortalama puan verilmesi ve “Ortak Fikir” boyutundaki diğer maddelere kıyasla daha yüksek bir puan almış olması, sanal ağ üyeliğinde milli aidiyetlerin diğer maddelere oranla daha yüksek düzeyde önemli görülen bir etken olduğunu göstermektedir.

Bu madde ile ilgili olarak “Üyesi olduğunuz sanal topluluğun aktivitelerinin sizin milli aidiyetinizle uyumlu olması sizin için önemli midir?” sorusu sorulmuştur. Bu soruya öğrencilerin verdiği bazı cevaplar şöyledir; SBLK20 “ *milli aidiyetim benim için çok önemli eğer toplulukta buna uyulmazsa o grubu terk ederim...*”, FLK1 “ *Hayır zaten çok farklı milletlerden insanlar var grupta, böyle bir kriter olmuyor zaten*”, ALE8 “*yani sanal ortam herkese açık ama grupta benim milletime ters bir şey olmasını istemem. Olursa da cevabını veririm...*” şeklinde cevaplar verilmiştir.

“Üyesi olduğum sanal topluluğun aktivitelerinin benim kültürel değerlerimle uyumlu olması benim için önemlidir” ifadesine verilen yanıtlar değerlendirildiğinde ise Kesinlikle Doğru Değil ve Doğru Değil şeklinde olumsuz cevap verenlerin oranı %22,5’dir. Kararsız olan %31,9 iken Kesinlikle Doğru ve Doğru şeklinde olumlu cevap verenlerin oranı ise %51,5’dir. Bu oran tamamen olumsuz yaklaşım göstermeyen kararsızlar ile birlikte değerlendirildiğinde ancak %83,4’e tekabül etmektedir. Bu maddenin ortalaması “3,22 ” dir. Orta düzey bir oranla katılımcılar üyesi oldukları sanal topluluğun aktivitelerinin kendilerinin kültürel değerleri ile uyumlu olmasının kendileri için önemli olduğunu ifade etmektedirler.

Bu madde ile ilgili olarak “Üyesi olduğunuz sanal topluluğun aktivitelerinin sizin kültürel değerlerinizle uyumlu olması sizin için önemli midir?” sorusu sorulmuştur. Bu soruya verilen yanıtlar şöyledir; FLK1 “ *Hayır çok farklı milletlerden ve kültürlerden*

insanların bir araya geldiği bir grup dolayısıyla böyle bir uyum dan söz edemeyiz”, FLK5 “ sanal ortamda her kültürden katılımcı var, onları dışlayamayız, hoşgörülü olmak gerek...”, ALE12 “mesela dil kültürdür ama sanal ortamda daha çok İngilizce kelimelerle konuşuyoruz, ben sanal ortamda böyle bir uyumun aranabileceğini pek sanmıyorum”.

“Ortak fikir” boyutundaki tüm ifadeler verilen cevapların toplam ortalama puan değerleri “3,20” dir. Bu değer orta düzey bir puandır. Dolayısıyla dijital yerli öğrencilerin üye oldukları sanal sosyal ağlarda ortak fikir düzeylerinin orta düzeyde etkili olduğu ifade edilebilir. Bu sonuca dayanarak gerçek toplumsal ilişkilerde belirleyici etkenlerden olan ortak fikirlerin paylaşılıyor olmasının sanal sosyal ilişkilerde orta düzey belirleyici bir etken olma özelliği taşıdığı ifade edilebilir.

“Ortak fikir” boyutunda yöneltelen ifadeler arasında en yüksek puanı alan “Üyesi olduğum sanal topluluğun aktivitelerinin benim Milli aidiyetimle uyumlu olması benim için önemlidir” ifadesi iken en düşük puan alan ifade ise “Üyesi olduğum sanal topluluğun aktivitelerinin siyasi inançlarımla uyumlu olması benim için önemlidir” ifadesidir. Bu sonuçlara dayanarak dijital yerlilerin milli konulara daha duyarlı ancak siyasi konulara diğer maddelere oranla daha ilgisiz oldukları ifade edilebilir.

4.2.3.3.1. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyi İle Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler İlişkisi

Araştırmanın bu bölümünde de “*Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin bazı sosyo-demografik özellikleri ile bir ilişkisi var mıdır?*” Sorusuna cevap aranmıştır. Bu kapsamda bağımsız değişkenlerden cinsiyet ve bağımlı değişkenlerden ortak fikir düzeyleri arasında bir ilişki olup olmadığı, bağımsız örneklem t- testi; yine bağımsız değişkenlerden yaş, okul türü, gelir seviyesi, aile tipi ve yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenleri ile bağımlı değişkenlerden ortak fikir düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı ise tek yönlü varyans analizi Anova testi ile ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Bu bağlamda bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans Anova analizi yürütülmüş ve analiz sonucu elde edilen grup istatistikleri tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 55. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyleri İle Cinsiyet İlişkisi

Değişkenler	Gruplar	N	X	ss	t testi		
					t	sd	p
Ortak Fikir	Kadın	404	3,198	,9994	1,717	788	0,988
	Erkek	386	3,197	1,0586			

Tablo 55.'de görülen bağımsız örneklem t- testi analizi sonucuna göre dijital yerlilerin üyesi oldukları sanal topluluklardaki ortak fikir düzeyleri, cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p=0,988>.05$). Bu sonuca dayalı olarak dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasında bir ilişki olmadığı ifade edilebilir.

Tablo 56. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyleri İle Yaş İlişkisi

Yaş	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. 10-12 arası	43	3,108	1,0976	G. Arası	1,723	3	,574			
2. 13-15 arası	418	3,165	1,0136	G. İçi	832,320	786	1,059			
3. 16-18 arası	321	3,250	1,0361	Toplam	834,042	789		,542	,653	
4. 19-21 arası	8	3,291	1,1742							
Toplam	790	3,198	1,0281							

Tablo 56'da görüldüğü gibi, dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeylerinin yaş değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan Anova testi sonuçlarına göre dijital yerli öğrencilerin yaş değişkenine göre sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p=.653>.05$). Bu sonuca dayalı olarak dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeyleri ile yaş değişkeni arasında bir ilişki olmadığı ifade edilebilir.

Tablo 57. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyleri İle Gelir Seviyesi İlişkisi

Gelir Seviyesi	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. 2500 TL ve altı	234	3,280	1,0047	G. Arası	7,199	4	1,800			
2. 2501 – 3.500 TL arası	228	3,225	1,0128	G. İçi	826,844	785	1,053			
3. 3.501-5.500 TL arası	173	3,211	1,0723	Toplam	834,042	789		1,709	,146	
4. 5.501-8.000 TL arası	102	2,980	1,0285							
5. 8.001 TL ve üstü	53	3,094	1,0198							
Toplam	790	3,198	1,0281							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeylerinin gelir seviyesi değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan Anova testi sonuçlarına göre dijital yerli öğrencilerin gelir seviyesi değişkenine göre sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p=.146>.05$). Bu sonuca dayalı olarak dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeyleri ile gelir seviyesi değişkeni arasında bir ilişki olmadığı ifade edilebilir.

Tablo 58. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyleri İle Okul Türü İlişkisi

Okul Türü	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. Anadolu Lisesi	354	3,123	1,0379	G. Arası	11,396	6	1,899			
2. Fen Lisesi	109	3,232	1,0168	G. İçi	822,646	783	1,051			
3. Mesleki ve Teknik Lise	48	3,159	1,1065	Toplam	834,042	789		1,808	.095	
4. İmam Hatip Lisesi	146	3,310	1,0639							
5. Sosyal Bilimler Lisesi.	61	3,491	,8768							
6. Orta Okul	45	3,148	,9887							
7. Güzel Sanatlar Lisesi	27	2,925	,8738							
Toplam	790	3,198	1,0281							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeylerinin okul türü değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre okul türü değişkenine göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p=.095>.05$). Bu sonuca dayalı olarak dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeyleri ile okul türü değişkeni arasında bir ilişki olmadığı ifade edilebilir.

Tablo 59. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyleri İle Aile Tipi İlişkisi

Aile Tipi	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. Çekirdek Aile	620	3,172	1,0399	G. Arası	7,902	3	2,634			
2. Geniş Aile	126	3,402	,9402	G. İçi	826,140	786	1,051			
3. Eşlerin Boşanmış Olduğu Aile	31	3,032	,8448	Toplam	834,042	789		2,506	,058	
4. Eşlerden Birinin Ölmüş Olduğu Aile	13	2,871	1,4371							
Toplam	790	3,198	1,0281							

Tablo 59. incelendiğinde, dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeylerinin aile tipi değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre dijital yerli öğrencilerin aile tipi değişkenine göre sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p=.058>.05$). Bu sonuca dayalı olarak dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeyleri ile aile tipi değişkeni arasında bir ilişki olmadığı ifade edilebilir.

Tablo 60. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyleri İle Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yerleşim Birimi İlişkisi

Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yer	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. Köy	142	3,291	1,0479	G. Arası	5,469	3	1,823			
2. İlçe	128	3,325	,9395	G. İçi	828,574	786	1,054			
3. Şehir	194	3,182	,9887	Toplam	834,042	789		1,729	,160	
4. Büyük Şehir	326	3,117	1,0712							
Toplam	790	3,198	1,0281							

Tablo 60. incelendiğinde, dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeylerinin yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre dijital yerli öğrencilerin yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenine göre sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p=.160>.05$). Bu sonuca dayalı olarak dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeyleri ile yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkeni arasında bir ilişki olmadığı ifade edilebilir.

Bu bağlamda elde edilen verilere göre; dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeyleri orta düzeyde ve bazı sosyo-demografik değişkenler açısından anlamlı bir ilişki göstermemektedir.

4.2.3.3.2. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyleri İle Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı ve Üyelik Süresi İlişkisi

Araştırmanın problemler kısmında ifade edilen “*Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki var mıdır?*” sorusu Ortak fikir boyutunda araştırılmıştır. Bu bağlamda tek yönlü varyans Anova analizi yürütülmüştür. Söz konusu analiz sonucu elde edilen grup istatistikleri tablo halinde sunulmuştur.

Tablo 61. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyleri İle Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı İlişkisi

Paylaşım Sıklığı	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. Bir günde 1-3 Saat	275	3,253	1,0276	G. Arası	3,855	4	,964			
2. Bir günde 4-8 Saat	40	3,366	,9083	G. İçi	830,187	785	1,058			
3. Bir günde 9 Saat ve üzeri	14	3,261	1,2688	Toplam	834,042	789				
								,911	,457	
4. Haftada Bir Gün	141	3,208	,9900							
5. Haftada Birkaç Gün	320	3,122	1,0482							
Toplam	790	3,198	1,0281							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeylerinin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığına göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığının göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olmadığı bulunmuştur ($p=.457>.05$)

Bu sonuçlara göre aidiyet hissedilen sanal sosyal ağlardaki paylaşım yapma sıklığı ile ortak fikir düzeyleri arasında bir ilişki olmadığı ifade edilebilir.

Tablo 62. Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağlarda Ortak Fikir Düzeyleri İle Üyelik Süresi İlişkisi

Üyelik Süresi	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
1. 3 ay ve altı	256	3,001	1,1266	G. Arası	19,696	4	4,924			
2. 4-6 ay arası	158	3,316	,9082	G. İçi	814,346	785	1,037			
3. 7-9 ay arası	98	3,323	,9011	Toplam	834,042	789				
								4,747	,001	1-2, 1-3, 1-4, 1-5
4. 10-12 ay arası	64	3,505	,8012							
5. 13 ay ve daha fazla	214	3,197	1,0658							
Toplam	790	3,198	1,0281							

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeylerinin sanal sosyal ağlara üyelik süresine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre sanal sosyal ağlardaki üyelik sürelerine göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak fikir düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($p < .05$).

Buna göre dijital yerli öğrencilerin ortak fikir düzeylerinin sanal sosyal ağlardaki üyelik süresi değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan post-hoc LSD testi sonucunda, üyesi oldukları sanal topluluklara dair ortak fikir düzeyi ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlara üyelik süresi 3 ay ve altı olan öğrencilerin; 4-6 ay arası ($p = .002$), 7-9 ay arası ($p = .008$), 10-12 ay arası ($p = .000$) ve 13 ay veya daha fazla ($p = .038$) üyelik süresine sahip olan öğrencilerin ortak fikir düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($t(4-785) = 4,747$, $p = .001 < .05$). Diğer alt boyutlar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p > .05$).

Bu bağlamda aidiyet hissedilen sanal sosyal ağlara üyelik süresi ile ortak fikir düzeyi arasında; 4-6 ay arası, 7-9 ay arası, 10-12 ay arası ve 13 ay veya daha fazla paylaşım yapan öğrenciler lehine; üyelik süresi 3 ay ve altı olan öğrencilere göre anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Bu sonuçlara göre aidiyet hissedilen sanal sosyal ağlara üyelik süresi arttıkça ortak fikir düzeyinin de arttığı ifade edilebilir.

Tüm bu sonuçlara dayanarak “Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenleri nelerdir?”, “Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin bazı sosyo-demografik özellikleri ile bir ilişkisi var mıdır?”, “Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki var mıdır?” sorularına cevap bulunmuştur.

Araştırma problemi ve hipotezlerinde belirtilmiş olan Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara üyelik etkenlerinin neler olduğu ve bu etkenlerle ilişkili olan sosyo-demografik faktörler ve sanal sosyal ağlarda ki paylaşım sıklığı ve üyelik süresi değişkenleri “Ortak İlgi”, “Ortak Yaşam Tarzı” ve “Ortak Fikir” boyutlarında araştırılmıştır.

Yapılmış olan analizler sonucunda Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara üyelik etkenleri olarak “Ortak İlgi” boyutu en yüksek ortalama puana sahip etken olarak ortaya çıkmıştır. “Ortak Fikir” boyutu da yine orta düzey bir ortalama puan almıştır. Ancak katılım etkenlerinden “Ortak Yaşam Tarzı” boyutu düşük düzey bir ortalama puana sahiptir. Dolayısıyla dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağları tercih etkeni olarak “Ortak Yaşam Tarzı” boyutunun en düşük oranda etkili boyut olduğu görülmektedir.

“Ortak İlgi” boyutu ile bazı sosyo-demografik etkenler arasında bir ilişki olup olmadığının ortaya çıkarılabilmesi amacıyla yapılan analizlere göre; ortak ilgi düzeyi ile sosyo-demografik etkenler arasında bir ilişki tespit edilememiştir. Ancak söz konusu boyutun sanal sosyal ağlarda paylaşım sıklığı ve üyelik süresi ile ilişkili olduğu görülmektedir.

“Ortak Yaşam Tarzı” boyutu ile bazı sosyo-demografik etkenler arasında bir ilişki olup olmadığının ortaya çıkarılabilmesi amacıyla yapılan analizlere göre ise; ortak yaşam tarzı düzeyi ile araştırmada odaklanılmış olan tüm sosyo-demografik etkenler arasında bir ilişki tespit edilmiştir. Ancak söz konusu boyutun sanal sosyal ağlarda paylaşım sıklığı ile bir ilişkinin olduğu görülmesine rağmen üyelik süresi ile ilişkili olmadığı görülmektedir.

“Ortak Fikir” boyutu ile bazı sosyo-demografik etkenler arasında bir ilişki olup olmadığının ortaya çıkarılabilmesi amacıyla yapılan analizlere göre; ortak fikir düzeyi ile sosyo-demografik etkenler arasında bir ilişki tespit edilememiştir. Ancak söz konusu boyutun sanal sosyal ağlarda paylaşım sıklığı ile bir ilişkisi tespit edilememiş olmasına rağmen, üyelik süresi ile ilişkili olduğu görülmektedir.

Tüm bu sonuçlara dayanarak H7. “Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkeni ortak ilgi alanıdır” hipotezi doğrulanmış, H8. “Dijital yerliler tarafından aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkeni ortak yaşam tarzıdır” hipotezi kısmen doğrulanmış, H9. “Dijital yerliler tarafından aidiyet hissedilen sanal ağları tercih etkeni ortak fikirlerdir.” hipotezi doğrulanmıştır. Ayrıca H10. “Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin bazı sosyo-demografik özellikleri ile bir ilişkisi vardır?” hipotezi kısmen doğrulanırken, H11. “Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki

paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki vardır? ” hipotezi de kısmen doğrulanmıştır.

4.2.4. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissi Düzeylerinin, Karşılıklı Bağlılık, Ortak İlgi, Ortak Yaşam Tarzı ve Ortak Fikirler Boyutları Arasındaki İlişki Bağlamında İncelenmesi

Araştırmanın bu kısmında yapılmış olan anket çalışmasından elde edilen aidiyet hissi, karşılıklı bağlılık, ortak ilgi, ortak yaşam tarzı ve ortak fikirler boyutları arasında bir ilişkinin olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla Pearson korelasyon testi yapılmıştır. Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara aidiyet ve karşılıklı bağlılık duyguları ile sanal sosyal ağlara katılım etkenleri olarak tespit edilmiş olan ortak ilgi, ortak yaşam tarzı ve ortak fikirler boyutları arasındaki ilişki için yapılan istatistikî analiz sonuçları Tablo 63'de görülmektedir.

Tablo 63. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissi Düzeylerinin, Karşılıklı Bağlılık, Ortak İlgi, Ortak Yaşam Tarzı Ve Ortak Fikirler Boyutları Bağlamında İncelenmesi

		Correlations				
		Aidiyet hissi	Karşılıklı bağlılık	Ortak ilgi	Ortak yaşam tarzı	Ortak fikirler
Aidiyet hissi	Pearson Correlation		,821**	,708**	,481**	,457**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000
	N		790	790	790	790
Karşılıklı bağlılık	Pearson Correlation	,821**		,664**	,444**	,386**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	790		790	790	790
Ortak ilgi	Pearson Correlation	,708**	,664**		,493**	,528**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	790	790		790	790
Ortak yaşam tarzı	Pearson Correlation	,481**	,444**	,493**		,517**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	790	790	790		790
Ortak fikirler	Pearson Correlation	,457**	,386**	,528**	,517**	
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	790	790	790	790	

Araştırmaya katılan dijital yerli öğrencilerin aidiyet hissi, karşılıklı bağlılık, ortak ilgi, ortak yaşam tarzı ve ortak fikirler boyutlarında ortaya çıkan düzeyler arasında bir

ilişkinin olup olmadığını tespit etmek amacıyla pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 63'de görüldüğü gibi bu testin sonucunda 0.95 güven aralığında istatistiksel olarak katılımcıların karşılıklı bağlılık düzeyi ($r= 0,000$, $N=790$, $p=0, 821^{**}$), ortak ilgi ($r= 0,000$, $N=790$, $p=,708^{**}$), ortak yaşam tarzı ($r= 0,000$, $N=790$, $p=0, 481^{**}$) ve ortak fikirler ($r= 0,000$, $N=790$, $p=0, 457^{**}$) değişkenleri ile aidiyet hissi düzeyi arasında bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Bu sonuçlardan yola çıkarak aidiyet hissi ve karşılıklı bağlılık düzeyleri arasında pozitif yönde, 0.821 düzeyinde ve çok yüksek oranda bir ilişki olduğu ifade edilebilir. Ayrıca yine bu sonuca dayanarak sanal sosyal ağlarda aidiyet hissi düzeyi arttıkça karşılıklı bağlılık düzeyinin de arttığı öne sürülebilir.

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenleri olarak tespit edilmiş olan boyutlardan birisi olan ortak ilgi düzeyi ile aidiyet hissi düzeyi arasındaki ilişkinin pozitif yönde, 0.708 düzeyinde ve yüksek oranda olduğu görülmektedir.

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden bir diğer boyut olarak ortak yaşam tarzı düzeyi ile aidiyet hissi düzeyi arasındaki ilişkinin yine pozitif yönde, 0,481 değerinde ve orta düzeyde olduğu görülmektedir.

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden bir diğer boyut olarak ortak fikirler düzeyi ile aidiyet hissi düzeyi arasındaki ilişkinin yine pozitif yönde, 0,457 değerinde ve orta düzeyde olduğu görülmektedir.

Elde edilen bu veriler ışığında özellikle dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenleri olarak tespit edilmiş olan üç boyuttan ortak ilgi boyutu aidiyet hissi boyutu ile diğer iki boyuta göre daha yüksek düzeyde ilişkilidir. Bu sonuca dayalı olarak dijital yerlilerin sanal sosyal ağlara katılımlarında ortak yaşam tarzı ve ortak fikirler boyutlarından ziyade ortak ilgi boyutunun daha yüksek oranda bir belirleyiciliğinin olduğu görülmektedir.

4.3. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerine Dair

Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde, dijital yerli öğrencilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türleri ile katılımcıların sosyo-demografik özellikleri, sanal sosyal ağlardaki

paylaşım sıklığı ve sanal sosyal ağlardaki üyelik süresi arasında bir ilişki olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Dijital yerli öğrencilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türlerinin tespit edebilmesi amacıyla katılımcılara yöneltilmiş olan soru birden fazla şık seçilebileceği belirtilerek sorulmuş ve bu bağlamda soruya çoklu cevaplar verilmiştir.

Araştırmaya katılan 790 dijital yerli genç, bu soruya toplamda 1567 cevap vererek aidiyet hissettikleri sanal sosyal topluluk türlerine dair konuyu açıklığa kavuşturmuşlardır.

4.3.1. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türü

Dijital yerlilerin gerçek yaşamlarını internet ortamında sanal topluluklara taşıdıklarını ve birçok etkinliklerini bu sanal ortamlarda gerçekleştirdiklerini ifade etmiştik. Çalışmanın bu bölümünde dijital yerli gençlerin daha çok hangi topluluk türlerine kendilerini ait hissettiklerini ve böylece sanal ortam etkinliklerinin de neler olduğunu tespit etmek amacıyla sorulmuş olan soruya verilen yanıtlar Tablo 64.'de görülmektedir.

Tablo 64. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türüne Göre Dağılımı

		<i>f</i>	%
Aidiyet Hissedilen Sanal Sosyal Ağ Türü	Oyun	351	22,4
	Dini	76	4,9
	Siyasi	43	2,7
	Bilimsel	165	10,5
	Eğitim	122	7,8
	Spor	109	7,0
	Eğlence, Müzik, Film	472	30,1
	Milli- Kültürel	43	2,7
	Tanınmış Kişi Fan Sayfası	87	5,6
	Çevreci Faaliyetler	53	3,4
	Diğer	46	2,9
	Toplam	1567	100,0

Araştırmaya katılan dijital yerli gençlerin aidiyet hissettikleri sanal topluluk türlerini kapsamlı bir şekilde tespit edilebilmesi amacıyla sorulmuş olan soru birden fazla şık seçilerek cevaplanmıştır. Dijital yerli gençler bu soruya toplamda 1567 cevap vererek konuyu açıklığa kavuşturmuşlardır. Tabloda toplam “N” sayısı çoklu yanıtlar ile elde

edildiğinden toplam örneklem hacmini aşmaktadır. Verilen cevaplar çoklu olarak değerlendirilmiştir.

Dijital yerli gençler tarafından verilen cevaplar değerlendirildiğinde en yüksek oranda işaretlenen seçenek %30,1 ile eğlence, müzik, film seçeneğidir. İçinde buldukları gençlik dönemi özellikleri ile uyuşan bu seçeneği %22,4 ile oyun seçeneği izlemektedir. Bu iki seçenektan sonra en fazla işaretlenen seçenek %10,5 ile bilimsel, %7,8 ile eğitim, %7 ile spor, %5,6 ile tanınmış kişi fan sayfası şeklinde devam etmektedir.

Dijital yerli gençlerin diğer seçenekler olan dini, çevreci faaliyetler, milli- kültürel, siyasi içerikli sanal toplulukları daha düşük oranlarda işaretledikleri görülmektedir. Bu sonuçlara bağlı olarak dijital yerli gençlerin kendi yaş dönemlerinin özelliklerine bağlı olarak daha çok duygularına hitap eden, mutluluk ve hazza dayalı ve doğrudan ihtiyaçlarını gidermelerine imkân sağlayacak sanal topluluklara ilgi duyduklarını, buna rağmen toplumsal içerikli sanal topluluklara daha az katılım gösterdikleri tespit edilmiştir.

4.3.2. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerinin Sosyo-Demografik Özellikleri Bağlamında İncelenmesi

Araştırmada dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türleri katılımcıların sosyo-demografik özellikleri başlığı altında ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Araştırmanın bu bölümünde ise araştırmaya katılan *“Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türleri ile sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır?”* Sorusuna cevap aranmıştır.

Dijital yerli öğrencilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türlerini gösteren Tablo 64’de toplam “N” sayısı çoklu yanıtlar ile elde edildiğinden toplam örneklem hacmini aşmaktadır. Dolayısıyla çoklu cevapların sosyo-demografik değişkenler ile birlikte değerlendirildiği tüm verilerde de toplam “N” sayısı örneklem hacmini aşmaktadır.

“Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türleri ile bazı sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır?” sorusuna cevap bulmak amacıyla cinsiyet, yaş, okul türü, aile tipi, gelir seviyesi ve yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenleri ile dijital yerli öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri ağ türlerinin birlikte değerlendirildiği analizlerde, frekans ve çapraz analizler yapılarak sonuçlar tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 65. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerinin Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	Oyun	Dini	Siyasi	Bilimsel	Eğitim	Spor	Eğlence- Müzik- Film	Milli- Kültürel	Tanınmış Kişi Fan Sayfası	Çevreci faaliyetler	Diğer
Kadın	95	22	13	65	49	28	331	21	46	29	25
	23,6%	5,5%	3,2%	16,1%	12,2%	6,9%	82,1%	5,2%	11,4%	7,2%	6,2%
Erkek	256	54	30	100	73	81	141	22	41	24	21
	66,8%	14,1%	7,8%	26,1%	19,1%	21,1%	36,8%	5,7%	10,7%	6,3%	5,5%

Tablo 65'e göre dijital yerli öğrencilerin aidiyet hissettikleri sanal topluluk türü cinsiyet değişkeni ile birlikte değerlendirildiğinde; kadın dijital yerli öğrenciler tarafından en çok tercih edilmiş olan kategorinin %82,1 ile Eğlence, Müzik, Film kategorisi olduğu görülmektedir. Bunu %23,6 ile Oyun kategorisi izlemektedir. Kadın katılımcıların en düşük oranda tercih ettikleri kategoriler ise %3,2 ile Siyaset kategorisi ve %5,2 Milli-Kültürel ve %5,5 ile Dini sanal sosyal ağ kategorileridir.

Erkek katılımcıların aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak en yüksek oranda tercih edilmiş olan kategori ise %66,8 ile Oyun kategorisidir. Bunu %36,8 ile Eğlence, Müzik, Film kategorisi izlerken erkek katılımcıların en düşük oranda işaretledikleri kategori %5,5 ile Diğer kategorisinde olduğu görülmektedir. Erkek katılımcıların en düşük oranda tercih ettiği bir başka kategori ise %5,27 ile Milli- Kültürel kategorisidir.

Bu sonuçlara bağlı olarak dijital yerli gençlerin kendi yaş dönemlerinin özelliklerine bağlı olarak daha çok duygularına hitap eden, mutluluk ve hazza dayalı ve doğrudan bu ihtiyaçlarını gidermelerine imkân sağlayacak sanal topluluklara ilgi duyduklarını, buna rağmen toplumsal içerikli sanal topluluklara daha az katılım gösterdikleri başka bir ifadeyle toplumun dertleri ile dertlenmedikleri tespit edilmiştir.

Ayrıca Tablo 65.'de görüldüğü gibi cinsiyet değişkeni açısından aidiyet hissedilen sanal sosyal ağ türlerinin değiştiği ifade edilebilir. Bu veriler ışığında kadın ve erkek dijital yerli katılımcıların kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal toplulukların genel toplumsal cinsiyet kalıplarına dayalı olarak olduğu düşünülmektedir. Örneğin erkek egemen alanlardan spor ve siyaset kategorisinde bu açıkça görülmektedir. Erkek katılımcılar spor kategorisinde %21,'lik bir tercihte bulunurken bu kategori kadın

katılımcılar tarafından %6,9 oranında tercih edilmektedir. Siyaset kategorisinde erkek katılımcılar %7,8 oranında katılım gösterirken kadın katılımcılar %3,2 oranında tercih etmişlerdir. Bu verilere dayalı olarak toplumsal cinsiyet kalıplarının sanal sosyal topluluklara da aktarılmış olduğunu ifade edebiliriz.

Ayrıca Milli- Kültürel, Çevreci, Siyasi ve Dini kategorileri her iki cinsiyet tarafından en düşük oranda tercih edilen kategoriler olduğu görülmektedir. Bu sonuca dayalı olarak dijital yerli öğrencilerin daha çok hedonist bir tutum gösterdikleri ve toplumun problemlerine karşı ilgisiz oldukları düşünülmektedir.

Tablo 66. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerinin Yaşa Göre Dağılımı

Yaş	Oyun	Dini	Siyasi	Bilimsel	Eğitim	Spor	Eğlence	Müzik- Film	Milli- Kültürel	Tanımlı Ş Kişi Fan Savfaçı	Çevreci faaliyetler	Diğer
10-12	16	3	2	8	8	5	24	3	4	1	6	
	38,1%	7,1%	4,8%	19,0%	19,0%	11,9%	57,1%	7,1%	9,5%	2,4%	14,3%	
13-15	192	33	14	82	64	50	256	19	48	23	19	
	46,0%	7,9%	3,4%	19,7%	15,3%	12,0%	61,4%	4,6%	11,5%	5,5%	4,6%	
16-18	138	40	27	74	49	54	189	21	34	28	19	
	43,3%	12,5%	8,5%	23,2%	15,4%	16,9%	59,2%	6,6%	10,7%	8,8%	6,0%	
19-21	5	0	0	1	1	0	3	0	1	1	2	
	62,5%	0,0%	0,0%	12,5%	12,5%	0,0%	37,5%	0,0%	12,5%	12,5%	25,0%	

Dijital yerli öğrencilerin aidiyet hissettikleri sanal topluluk türü yaş değişkeni ile birlikte değerlendirildiğinde en düşük yaş kategorisi olan 10-12 yaş kategorisi tarafından en yüksek oranda tercih edilen kategorinin %57,1 ile Eğlence, Müzik, Film kategorisi olduğu görülmektedir. Bunu %38,1 ile Oyun kategorisi izlemektedir. Bu yaş grubunda en düşük oranda tercih edilen sanal sosyal ağ türü ise %2,4 ile Çevreci Faaliyetler içerikli sanal sosyal ağ kategorisidir.

13-15 yaş kategorisindeki dijital yerli öğrenciler tarafından en çok tercih edilmiş olan kategori ise %61,4 ile Eğlence, Müzik, Film kategorisidir. Bu kategori tüm yaş kategorileri açısından en yüksek oranda 13-15 yaş kategorisinde tercih edilmiştir. Bunu %46 ile Oyun kategorisi izlemektedir. Yine oyun kategorisini en yüksek oranda tercih etmiş yaş kategorisi de 13-15 yaş kategorisidir. Bu yaş kategorisinin en düşük oranda tercih ettiği sanal sosyal ağ kategorisi %3,4 ile Siyaset , %4,6 ile Milli- Kültürel ve %5,5 ile Çevreci faaliyetler içerikli sanal topluluklardır.

16-18 yaş kategorisinden katılımcıların en yüksek oranda tercih ettikleri sanal sosyal ağ kategorisi %59,2 ile Eğlence, Müzik, Film kategorisidir. Oyun kategorisini tercih oranı %43,3'tür. Söz konusu yaş grubunun en düşük oranda tercih ettiği kategori ise %6 ile Diğer , %6,6 ile Milli- Kültürel ve %8,5 ile Siyaset kategorisidir.

Araştırmadaki katılımcıların en büyük yaş grubu ve aynı zamanda dijital yerli gençlerin en eski mensupları olan 19-21 yaş grubu, diğer yaş gruplarına oranla nispeten daha farklı tercihlerde bulunmuşlardır. 19-21 yaş grubu dijital yerli öğrencilerin, diğer yaş gruplarından farklı olarak %62,5 ile en fazla tercih etmiş oldukları kategori "Oyun" kategorisi iken ikinci en yüksek oranda tercih etmiş oldukları kategori %37,5 ile Eğlence- Müzik- Film ve %25 ile Diğer başlıklı sosyal ağ türü kategorileridir. Bu yaş grubu tarafından hiç tercih edilmemiş olan sosyal ağ türü ise siyasi, dini, spor ve Milli- Kültürel sosyal ağ türü kategorileridir.

Bu sonuçlara dayalı olarak dijital yerli gençlerin 19-21 yaş kategorisi hariç tüm yaş kategorileri tarafından en yüksek oranda tercih edilen sanal sosyal ağ kategorisinin Eğlence, Müzik- Film kategorisi olduğu görülmektedir. Dolayısıyla 19-21 yaş kategorisinde ki farklılık dışında tercih edilen sanal sosyal ağ türlerinde bir farklılaşma görülmemektedir. 19-21 yaş kategorisinde ki farklılığında bu yaş grubundaki örneklem sayısının diğer yaş gruplarına göre daha az olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Tablo 67. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerinin Gelir Seviyesine Göre Dağılımı

Toplam Gelir	Oyun	Dini	Siyasi	Bilimsel	Eğitim	Spor	Eğlence- Müzik- Film	Milli- Kültürel	Tanınmış Kişi Fan Sayfası	Çevreci faaliyetler	Diğer
2500 ve altı	87 37,3%	33 14,2%	17 7,3%	44 18,9%	35 15,0%	33 14,2%	132 56,7%	15 6,4%	19 8,2%	17 7,3%	19 8,2%
2501-3.500	98 43,4%	16 7,1%	8 3,5%	42 18,6%	31 13,7%	28 12,4%	140 61,9%	14 6,2%	28 12,4%	21 9,3%	13 5,8%
3.501-5.500	91 52,6%	21 12,1%	13 7,5%	34 19,7%	28 16,2%	26 15,0%	108 62,4%	6 3,5%	21 12,1%	10 5,8%	4 2,3%
5.501-8.000	53 52,5%	4 4,0%	2 2,0%	28 27,7%	20 19,8%	14 13,9%	63 62,4%	6 5,9%	13 12,9%	5 5,0%	6 5,9%
8.001 ve üstü	22 41,5%	2 3,8%	3 5,7%	17 32,1%	8 15,1%	8 15,1%	29 54,7%	2 3,8%	6 11,3%	0 0,0%	4 7,5%

Araştırmaya katılan dijital yerli öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü gelir seviyesi değişkeni açısından incelendiğinde en alt gelir grubu olan 2500 TL ve altı gelir seviyesindeki öğrencilerinin %56,7'si ve en fazla tercih etmiş olduğu sanal sosyal ağ türünün “Eğlence- Müzik- Film” kategorisi, %37,3'ünün ise ikinci en yüksek oranda kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak “Oyun” kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. Bu gelir seviyesi grubu tarafından en az tercih edilmiş olan sosyal ağ türü ise %6,4 ile Milli- Kültürel sanal sosyal ağ türü kategorisidir. Bunu %7,3 ile siyasi ve Çevreci faaliyetler içerikli sanal ağ türleri takip etmektedir.

2501-3500 TL gelir seviyesindeki öğrencilerin %61,9'u en yüksek oranda “Eğlence- Müzik- Film” kategorisini, %43,4'ünün ise ikinci en yüksek oranda kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak “Oyun” kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. Bu gelir seviyesi grubu tarafından en az tercih edilmiş olan sosyal ağ türü ise %3,5 ile “Siyasi” içerikli sanal sosyal ağ türü kategorisidir.

3501-5500 TL gelir seviyesindeki öğrencilerin %62,4 oranı ile en yüksek tercih etmiş olduğu sanal sosyal ağ türü “Eğlence- Müzik- Film ”kategorisi iken, %52,6'sının ise ikinci en yüksek oranda kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak “Oyun” kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. Bu gelir seviyesi grubu tarafından en az tercih edilmiş olan sosyal ağ türü ise %2,3 ile “Diğer” ve %3,5 ile” Milli- Kültürel ”sanal sosyal ağ türü kategorileridir.

5501-8000 TL gelir seviyesindeki öğrencilerin % 62,4 oranı ile en yüksek tercih etmiş olduğu sanal sosyal ağ türünün “Eğlence- Müzik- Film” kategorisi, %52,5'inin ise ikinci en yüksek oranda kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak “Oyun” kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. Bu oranlar neredeyse bir alt gelir grubu olan 3501-5500 TL gelir seviyesindeki öğrencilerin tercihleriyle aynı orandadır. 5501-8000 TL gelir seviyesindeki öğrenciler tarafından en az tercih edilmiş olan sosyal ağ türü ise %2 ile “Siyasi” ve %4 ile “Dini” içerikli sanal sosyal ağ türü kategorileridir.

Araştırma kapsamında en yüksek gelir seviyesi olan 8001 ve üzerinde gelire sahip olan katılımcıların en yüksek oranda tercih ettikleri sanal sosyal ağ türü ise %54,7 ile “Eğlence- Müzik- Film” kategorisidir. Katılımcıların %41,5'inin ise ikinci en yüksek oranda kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak “Oyun” kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. 8001 TL ve üzerinde gelire sahip olan öğrenciler tarafından en az tercih edilmiş olan sosyal ağ türü ise hiç tercih edilmemiş olan “Çevreci

faaliyetler” içerikli sanal sosyal ağ türüdür. Bunun dışında en düşük oranda tercih edilen ağ türleri %3,8 ile “Dini” ve” Milli- Kültürel” içerikli sanal sosyal ağ türü kategorileridir.

Bu verilere dayanarak gelir seviyesi açısından tercih edilen sanal sosyal ağ türlerinde belirgin bir farklılaşma görülmediği ifade edilebilir. Bu sonuçla sanal sosyal topluluklarda gelire dayalı herhangi bir sınıflaşma veya farklı topluluk örüntülerinin bulunmadığı, sanal ortamların küresel dünya vatandaşları halinde insanları tek tiplendirdiği de ifade edilebilir.

Tablo 68. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerinin Aile Tipine Göre Dağılımı

Aile Tipi	Oyun	Dini	Siyasi	Bilimsel	Eğitim	Spor	Eğlence- Müzik- Film-	Milli- Kültürel	Tanınmış Kişi Fan Sayfası	Çevreci faaliyetler	Diğer
Çekirdek Aile	280	55	31	132	99	87	367	34	72	43	40
	45,5%	8,9%	5,0%	21,4%	16,1%	14,1%	59,6%	5,5%	11,7%	7,0%	6,5%
Geniş Aile	56	16	9	25	18	19	77	9	13	6	3
	44,4%	12,7%	7,1%	19,8%	14,3%	15,1%	61,1%	7,1%	10,3%	4,8%	2,4%
Boşanmış Aile	10	4	1	8	5	3	19	0	0	3	2
	32,3%	12,9%	3,2%	25,8%	16,1%	9,7%	61,3%	0,0%	0,0%	9,7%	6,5%
Eşlerden Birinin Ölmüş Olduğu Aile	5	1	2	0	0	0	9	0	2	1	1
	38,5%	7,7%	15,4%	0,0%	0,0%	0,0%	69,2%	0,0%	15,4%	7,7%	7,7%

Araştırmaya katılan dijital yerli öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü aile tipi değişkeni açısından incelendiğinde çekirdek aile mensubu olan katılımcıların %59,6’sı kendini ait hissettiği sanal topluluk türünün “Eğlence- Müzik- Film” kategorisi, %44,4’ünün ise ikinci en yüksek oranda kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak “Oyun” kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. Aile tipi çekirdek aile olan dijital yerli öğrenciler tarafından en düşük oranda tercih edilmiş olan sosyal ağ türü ise %5 ile “Siyasi” içerikli sanal sosyal ağ türü kategorisidir. Bunu %5,5 ile “Milli-Kültürel” faaliyetler içerikli sanal ağ türleri takip etmektedir.

Geniş aileye mensup olan dijital yerli öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak katılımcıların %61,1’i “Eğlence- Müzik- Film” kategorisini, %45,5’inin ise ikinci en yüksek oranda kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü

olarak “Oyun” kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. Aile tipi geniş aile olan katılımcılar tarafından en az tercih edilmiş olan sosyal ağ türleri ise sırasıyla %2,4 ile “Diğer”, %4,8 ile “Çevreci faaliyetler”, %7,1 ile “Siyasi” ve “Milli-Kültürel” faaliyetler içerikli sanal ağ türleri takip etmektedir.

Eşlerin boşanmış olduğu aile mensubu olan katılımcıların kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak %61,3’ü “Eğlence- Müzik- Film” kategorisini, %32,3’ünün ise kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak “Oyun” kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. Aile tipi Eşlerin boşanmış olduğu aile olan katılımcılar tarafından en az tercih edilmiş olan sosyal ağ türleri araştırıldığında ise “Tanınmış Kişi Fan Sayfası” ve “Milli-Kültürel” kategorilerinin hiç tercih edilmediği görülmektedir. Bunların dışında ise en düşük oranda %3,2 ile “Siyasi” faaliyetler içerikli sanal ağ türlerinin tercih edildiği görülmektedir.

Eşlerden birinin ölmüş olduğu aile mensubu olan katılımcıların kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak %69,2’si “Eğlence- Müzik- Film” kategorisini, %38,5’inin ise kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak “Oyun” kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. Aile tipi Eşlerden birinin ölmüş olduğu aile olan katılımcılar tarafından en az tercih edilmiş olan sosyal ağ türleri araştırıldığında ise “Spor”, “Eğitim”, “Bilimsel” ve “Milli-Kültürel” kategorilerinin hiç tercih edilmediği görülmektedir. Bunların dışında ise en düşük oranda %7,7 ile “Dini” ve “Çevreci Faaliyetler” faaliyetler içerikli sanal ağ türlerinin tercih edildiği görülmektedir.

Tablo 68. genel olarak incelendiğinde Aile Tipi değişkeni açısından da dijital yerli öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türlerinin oranları değişmekle birlikte en yüksek oranlar açısından aynı başlıklarda olduğu görülmektedir. Ancak eşlerden birinin ölmüş olduğu aile mensubu olan katılımcıların diğer tüm kategorilerde belli oranlarda tercih edilmiş olan “Spor”, “Eğitim”, “Bilimsel” kategorilerinde hiç tercihte bulunmamış olmaları ve yine diğer tüm kategorilerde en düşük oranlarda tercih edilmiş olan “Siyasi” faaliyetler içerikli sosyal ağ türlerinin %15,4 oranında tercih edilmiş olması dikkat çekicidir.

Tablo 69. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerinin Yaşamlarının Çoğunu Geçirdikleri Yerleşim Birimine Göre Dağılımı

Yaşamın Çoğunun Geçirildiği Yerleşim Birimi	Oyun	Dini	Siyasi	Bilimsel	Eğitim	Spor	Eğlence- Müzik- Film	Milli- Kültürel	Tanımlı Kişi Fan Sayfası	Çevreci faaliyetler	Diğer
Köy	60	18	8	19	17	16	83	12	13	10	6
	42,6%	12,8%	5,7%	13,5%	12,1%	11,3%	58,9%	8,5%	9,2%	7,1%	4,3%
İlçe	50	14	4	23	18	18	80	4	12	9	8
	39,7%	11,1%	3,2%	18,3%	14,3%	14,3%	63,5%	3,2%	9,5%	7,1%	6,3%
Şehir	91	18	11	41	28	24	113	10	23	15	14
	46,9%	9,3%	5,7%	21,1%	14,4%	12,4%	58,2%	5,2%	11,9%	7,7%	7,2%
Büyük Şehir	150	26	20	82	59	51	196	17	39	19	18
	46,2%	8,0%	6,2%	25,2%	18,2%	15,7%	60,3%	5,2%	12,0%	5,8%	5,5%

Araştırmaya katılan dijital yerli öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü hayatlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkeni açısından incelendiğinde yaşamlarının çoğunu köyde geçirmiş olan katılımcıların %58,9'u kendini ait hissettiği sanal topluluk türünün "Eğlence- Müzik- Film" kategorisi, %42,6'sının ise ikinci en yüksek oranda kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak "Oyun" kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. Yaşamlarının çoğunu köyde geçirmiş olan dijital yerli öğrenciler tarafından en düşük oranda tercih edilmiş olan sosyal ağ türleri ise sırasıyla %4,3 ile "Diğer", %5,7 ile "Siyasi" içerikli sanal sosyal ağ türü kategorileridir.

Yaşamlarının çoğunu ilçede geçirmiş olan katılımcıların %63,5'i kendini ait hissettiği sanal topluluk türünün "Eğlence- Müzik- Film" kategorisi, %39,7'sinin ise kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak "Oyun" kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. Yaşamlarının çoğunu ilçede geçirmiş olan dijital yerli öğrenciler tarafından en düşük oranda tercih edilmiş olan sosyal ağ türleri ise % 3,2 ile "Milli- Kültürel" ve "Siyasi" içerikli sanal sosyal ağ türü kategorileridir.

Yaşamlarının çoğunu şehirde geçirmiş olan katılımcıların %58,2'si kendini ait hissettiği sanal topluluk türünün "Eğlence- Müzik- Film" kategorisi, %46,9'unun ise kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak "Oyun" kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. Yaşamlarının çoğunu şehirde geçirmiş olan dijital yerli öğrenciler

tarafından en düşük oranda tercih edilmiş olan sosyal ağ türleri ise sırasıyla % 5,2 ile “Milli-Kültürel” ve %5,7 ile “Siyasi” içerikli sanal sosyal ağ türü kategorileridir.

Yaşamlarının çoğunu büyük şehirde geçirmiş olan katılımcıların %60,3’si kendini ait hissettiği sanal topluluk türünün “Eğlence- Müzik- Film” kategorisi, %46,2’sinin ise kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak “Oyun” kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. Yaşamlarının çoğunu büyük şehirde geçirmiş olan dijital yerli öğrenciler tarafından en düşük oranda tercih edilmiş olan sosyal ağ türleri ise sırasıyla % 5,2 ile “Milli-Kültürel” ve %5,5 ile “Diğer” ve %5,8 ile “Çevreci faaliyetler” içerikli sanal sosyal ağ türü kategorileridir.

Gerçek yaşantıda hayatın çoğunun geçirildiği yerleşim birimi, sunduğu imkânların farklılaşması ve farklı yaşam alışkanlıkları oluşturması, farklı kültürel ortamlar yaratması gibi etkenlere dayalı olarak insanların tercih ettikleri sosyal ağ türlerini değiştirmektedir. Ancak bu gerçekliğin sanal ortamlarda anlamını yitirdiği ve tüm insanlara bu manada eşit imkânlar sunduğu görülmektedir. Araştırmanın bu kısmından elde edilen veriler de bu olguyu destekler ve aynı zamanda açıklar niteliktedir. Dolayısıyla Tablo 69’da görüldüğü gibi dijital yerli öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü ile onların hayatlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi arasında farklılık oluşturacak nitelikte bir ilişki tespit edilmemiştir.

Tablo 70. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerinin Okul Türüne Göre Dağılımı

Okul Türü	Oyun	Dini	Siyasi	Bilimsel	Eğitim	Spor	Eğlence- Müzik- Film	Milli- Kültürel	Tanınmış Kişi Fan Sayfası	Çevreci faaliyetler	Diğer
A L	157	21	22	80	55	50	238	19	49	20	17
	44,5%	5,9%	6,2%	22,7%	15,6%	14,2%	67,4%	5,4%	13,9%	5,7%	4,8%
FL	40	10	4	31	24	17	69	4	10	12	8
	37,0%	9,3%	3,7%	28,7%	22,2%	15,7%	63,9%	3,7%	9,3%	11,1%	7,4%
MTL	24	4	3	4	1	5	31	3	5	2	2
	50,0%	8,3%	6,3%	8,3%	2,1%	10,4%	64,6%	6,3%	10,4%	4,2%	4,2%
İHL	91	28	12	27	23	24	40	4	12	8	7
	63,2%	19,4%	8,3%	18,8%	16,0%	16,7%	27,8%	2,8%	8,3%	5,6%	4,9%
SBL	13	7	1	11	8	5	45	8	7	8	4
	21,3%	11,5%	1,6%	18,0%	13,1%	8,2%	73,8%	13,1%	11,5%	13,1%	6,6%
Ortaokul	18	4	0	8	8	6	27	3	2	2	7
	40,0%	8,9%	0,0%	17,8%	17,8%	13,3%	60,0%	6,7%	4,4%	4,4%	15,6%
GSL	8	2	1	4	3	2	22	2	2	1	1
	29,6%	7,4%	3,7%	14,8%	11,1%	7,4%	81,5%	7,4%	7,4%	3,7%	3,7%

Araştırmaya katılan dijital yerli öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü, okul türü değişkeni açısından incelendiğinde okul türü Anadolu Lisesi olan katılımcıların %67,4’ü kendilerini ait hissettiği sanal topluluk türü olarak “Eğlence- Müzik- Film” kategorisini, %44,5’inin ise kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak “Oyun” kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. Anadolu lisesinde okuyan dijital yerli öğrenciler tarafından en düşük oranda tercih edilmiş olan sosyal ağ türleri ise sırasıyla % 4,8 ile “Diğer”, %5,4 “Milli-Kültürel”, %5,7 ile “Çevreci faaliyetler” ve %5,9 ile “Dini” içerikli sanal sosyal ağ türü kategorileridir.

Fen Lisesi öğrencisi olan katılımcıların %63,9’u kendini ait hissettiği sanal topluluk türünün “Eğlence- Müzik- Film” kategorisi, %37’sinin ise kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak “Oyun” kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. Fen lisesinde okuyan dijital yerli öğrenciler tarafından en düşük oranda tercih edilmiş olan sosyal ağ türleri ise sırasıyla %3,7 ile “Milli-Kültürel” ve “Siyasi” içerikli sanal sosyal ağ türü kategorileridir.

Okul türü açısından Lise giriş sınavında en yüksek puanla öğrenci alan okul türü olması ve aynı zamanda bilimsel çalışmalarında daha nitelikli ve etkili olarak yapıldığı gözlemlenen bu okul türü öğrencileri, bu bağlamda tüm okul türlerine göre “Bilimsel”

kategoride en yüksek oranda tercih yapmış öğrencilerden oluşmaktadır. Bu bakımından elde edilen verilere göre Fen Lisesi öğrencilerinin %28,7'si “Bilimsel” kategoride sanal sosyal toplulukları tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Bu sonuca dayalı olarak içinde buldukları sosyal ortamın ve aldıkları eğitimin sanal sosyal topluluk tercihlerine etki ettiği ifade edilebilir.

Araştırmaya katılan Mesleki ve Teknik Lise öğrencisi olan dijital yerli katılımcıların kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü okul türü değişkeni açısından incelendiğinde okul türü Mesleki ve Teknik Lise öğrencisi olan katılımcıların %64,6'sı kendini ait hissettiği sanal topluluk türünün “Eğlence- Müzik- Film” kategorisi, %50'sinin ise kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak “Oyun” kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. Mesleki ve Teknik Lisede okuyan dijital yerli öğrenciler tarafından en düşük oranda tercih edilmiş olan sosyal ağ türleri ise sırasıyla %2,1 ile “Eğitim” ve % 4,2 ile “Diğer”, ve “Çevreci faaliyetler” içerikli sanal sosyal ağ türü kategorileridir. “Bilimsel” kategoride Mesleki ve Teknik Lisede okuyan öğrencilerin tüm okul türlerine kıyasla en düşük oranda %8,3 ile tercih yapmış öğrencilerden oluşması bu okul türü açısından düşündürücü bir sonuçtur.

İmam Hatip Lisesi öğrencisi olan katılımcıların diğer tüm okul türlerinin tersine en yüksek oranda tercih ettiği sanal sosyal ağ türü %63,2 ile “Oyun” kategorisidir. Diğer tüm okul türlerinde en yüksek oranda tespit edilmiş olan “Eğlence- Müzik- Film” kategorisinde İmam Hatip Lisesi öğrencilerinin %27,8'inin kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak bu kategoriyi işaretlemiş olduğu görülmektedir. İmam Hatip Lisesinde okuyan dijital yerli öğrenciler tarafından en düşük oranda tercih edilmiş olan sosyal ağ türü %2,8 ile “Milli-Kültürel” içerikli sanal sosyal ağ türü kategorileridir.

İmam Hatip Lisesi öğrencisi olan katılımcıların bu okul türünün kuruluş amacının din adamı yetiştirmek olması bağlamında “Dini” sanal sosyal ağ kategorisi açısından kuruluş ve işleyişine paralel olarak diğer tüm okul türlerine göre “Dini” kategoride %19,4 ile en yüksek oranda tercih yapmış öğrencilerden oluşmakta olduğu görülmektedir.

Sosyal Bilimler Lisesi öğrencisi olan katılımcıların %73,8'i kendini ait hissettiği sanal topluluk türünün “Eğlence- Müzik- Film” kategorisi, %21,3'ünün ise kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak “Oyun” kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. Sosyal Bilimler Lisesi'nde okuyan dijital yerli öğrenciler tarafından en

düşük oranda tercih edilmiş olan sosyal ağ türü ise %1,3 ile “Siyasi içerikli sanal sosyal ağ türü kategorileridir

Ortaokul öğrencisi olan ve araştırma kapsamında ki en düşük eğitim kademesinde bulunan katılımcıların %60’ı kendini ait hissettiği sanal topluluk türünün “Eğlence- Müzik- Film” kategorisi, %40’ının ise kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak “Oyun” kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. Ortaokulda okuyan dijital yerli öğrenciler tarafından en düşük oranda tercih edilmiş olan sosyal ağ türlerine bakıldığında hiç tercih edilmemiş olan “Siyasi” içerikli sanal sosyal ağ türü kategorisi ve %4,4 ile “Tanınmış Kişi Fan Sayfası” ve “Çevreci faaliyetler” içerikli sanal sosyal ağ türü kategorileridir.

Güzel Sanatlar Lisesi öğrencisi olan katılımcıların ise %81,5’i kendini ait hissettiği sanal topluluk türünün “Eğlence- Müzik- Film” kategorisi olarak ifade etmiştir. %29,6’sının ise kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak “Oyun” kategorisini işaretlemiş olduğu görülmektedir. Güzel Sanatlar Lisesi’nde okuyan dijital yerli öğrenciler tarafından en düşük oranda tercih edilmiş olan sosyal ağ türleri ise sırasıyla %3,7 ile “Çevreci faaliyetler”, “Diğer” ve “Siyasi içerikli sanal sosyal ağ türü kategorileridir.

Güzel Sanatlar Lisesi öğrencisi olan katılımcıların kendini ait hissettiği sanal topluluk türü olan “Eğlence- Müzik- Film” kategorisi tüm okul türleri ile kıyaslandığında en yüksek oranda Güzel Sanatlar Lisesi öğrencileri tarafından tercih edilmiştir. Yine bu sonuçta Fen Lisesi öğrencilerinin “Bilimsel”, İmam Hatip Lisesi öğrencilerinin “Dini” kategorilerde en yüksek oranda tercih yapmalarına paralel bir şekilde okulun kuruluş amacı doğrultusunda okulda verilen eğitimin, sunduğu sosyal ortamın sanal sosyal toplulukları tercihte etkili olduğunu göstermektedir.

Tüm bu verilere dayanarak okul türü değişkeninin dijital yerli öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü üzerinde etkili olduğu, başka bir ifadeyle okul türünün dijital yerli öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türünü farklılaştırdığı tespit edilmiştir.

4.3.3. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerinin Sanal Sosyal Ağlardaki Paylaşım Sıklığı ve Üyelik Süresi Bağlamında İncelenmesi

Araştırmanın bu kısmında “Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türleri ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki var mıdır?” sorusuna cevap aranmaktadır.

Tablo 71. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağlarda Paylaşım Sıklığına Göre Dağılımı

		Oyun	Dini	Siyasi	Bilimsel	Eğitim	Spor	Eğlence- Müzik- Film	Milli- Kültürel	Tanınmış Kişi Fan Clubları	Çevreci faaliyetler	Diğer
Sanal Toplulukta Paylaşım Sıklığı	Bir günde 1-3 Saat	137	28	12	71	51	54	157	17	27	25	15
		50,0%	10,2%	4,4%	25,9%	18,6%	19,7%	57,3%	6,2%	9,9%	9,1%	5,5%
	Bir günde 4-8 Saat	23	3	3	9	7	4	26	3	8	2	3
		57,5%	7,5%	7,5%	22,5%	17,5%	10,0%	65,0%	7,5%	20,0%	5,0%	7,5%
	Bir günde 9 Saat ve üzeri	10	1	3	1	1	2	7	1	3	0	2
		76,9%	7,7%	23,1%	7,7%	7,7%	15,4%	53,8%	7,7%	23,1%	0,0%	15,4%
Haftada Bir Gün		50	13	9	26	21	13	96	8	17	13	7
		35,5%	9,2%	6,4%	18,4%	14,9%	9,2%	68,1%	5,7%	12,1%	9,2%	5,0%
Haftada Birkaç Gün		131	31	16	58	42	36	186	14	32	13	19
		41,2%	9,7%	5,0%	18,2%	13,2%	11,3%	58,5%	4,4%	10,1%	4,1%	6,0%

Katılımcıların kendilerini ait hissettikleri ağ türü paylaşım yapma sıklığı açısından değerlendirildiğinde, sanal ağlarda Bir günde 1-3 Saat arasında paylaşımında bulunan öğrencilerin %57,3’ünün “Eğlence- Müzik- Film” kategorisinde etkinlikte bulunduğu, %50’sinin ise “Oyun” kategorisinde etkinlikte bulunduğu görülmektedir. Bir günde 1-3 Saat arasında paylaşımında bulunan öğrencilerin diğer tüm paylaşım sıklığı değişkenlerinden farklı olarak en yüksek oranla tercih edilmiş olan kategoriler %25,9 ile Bilimsel, %18,6 ile Eğitim ve %19,7 ile Spor kategorileridir.

Bir günde 4-8 Saat arasında sanal ağda etkinlikte bulunan katılımcıların yine en yüksek oranda %65 ile “Eğlence- Müzik- Film” kategorisinde, %57,5’inin ise “Oyun” kategorisinde etkinlikte bulunduğu görülmektedir. Bir günde 4-8 Saat arasında sanal ağda

etkinlikte bulunan katılımcıların %22,5 ile Bilimsel, %17,5 ile Eğitim ve %10 ile Spor kategorilerini tercih ettikleri görülmektedir. Bir günde 4-8 Saat arasında sanal ağda etkinlikte bulunan öğrencilerin %20'sinin “Tanınmış Kişi Fan Sayfası” nda etkinlikte bulunduğu görülmektedir.

Sanal sosyal ağlarda geçirilen en uzun zaman dilimi olan Bir günde 9 Saat ve üzeri seçeneğinde diğer seçeneklere göre bir farklılaşma görülmektedir. Sanal ağlarda Bir günde 9 Saat ve üzeri etkinlikte bulunan öğrencilerin %76,9'unun “Oyun” kategorisinde etkinlikte bulunduğu görülmektedir. Diğer tüm seçeneklerde ilk sırada olan “Eğlence- Müzik- Film” kategorisi oransal olarak burada %53,8'e gerilemektedir. Bu kategoride dikkat çekici olan, diğer tüm paylaşım sıklığı değişkenlerinden farklı olarak, bir günde 9 Saat ve üzeri paylaşımında bulunan katılımcıların %23,1'inin “Siyasi” ve “Tanınmış Kişi Fan Sayfası” nda etkinlikte bulunduğunu ifade etmesidir. Bu sonuçtan yola çıkarak paylaşım sıklığı arttıkça fanatizmi çağrıştıran sanal sosyal ağlarda etkinlikte bulunma oranının arttığı düşünülebilir.

Her gün sanal ağlarda paylaşım yapmayan ancak haftada birkaç gün paylaşım yapan öğrencilerin %58,5'inin “Eğlence- Müzik- Film” kategorisini tercih ettiği görülmektedir. Bu kategorinin ikinci en yüksek tercih ettiği kategori de yine %41,2 ile “Oyun” kategorisidir. Sanal ağları en seyrek kullanan kitle olan ve sanal ağları ancak haftada bir kullanan öğrencilerin %68,1 gibi büyük çoğunluğunun “Eğlence- Müzik- Film” kategorisini, %35,5'inin ise “Oyun” kategorisini tercih ettikleri görülmektedir.

Sonuç olarak Tablo 71.' de açıkça görüldüğü gibi paylaşım sıklığının aidiyet hissedilen ağ türleri üzerinde bazı farklılıklar oluşturduğu ifade edilebilir. Ayrıca sanal ağlarda geçirilen zamanın uzaması ile gençlerin “Oyun”, Siyaset”, “Tanınmış Kişi Fan Sayfası” gibi grup etkinliklerine yöneldiği ifade edilebilir.

Çalışmanın bu bölümünde; Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türleri ile sanal sosyal ağlardaki üyelik süresi arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır.

Tablo 72. Dijital Yerlilerin Aidiyet Hissettiği Sanal Sosyal Ağ Türlerinin Sanal Ağa Üyelik Süresine Göre Dağılımı

		Oyun	Dini	Siyasi	Bilimsel	Eğitim	Spor	Eğlence- Müzik- Film	Milli- Kültürel	Tanınmış Kişi Fan Clubları	Çevreci faaliyetler	Diğer
Sanal Topluluğa Üyelik Süresi:	3 ay ve altı	126 49,8%	25 9,9%	8 3,2%	43 17,0%	31 12,3%	29 11,5%	134 53,0%	12 4,7%	16 6,3%	15 5,9%	15 5,9%
	4-6 ay arası	60 38,2%	4 2,5%	0 0,0%	22 14,0%	17 10,8%	16 10,2%	86 54,8%	7 4,5%	17 10,8%	8 5,1%	12 7,6%
	7-9 ay arası	42 42,9%	13 13,3%	7 7,1%	16 16,3%	10 10,2%	13 13,3%	63 64,3%	3 3,1%	9 9,2%	6 6,1%	2 2,0%
	10-12 ay arası	25 39,1%	9 14,1%	6 9,4%	18 28,1%	15 23,4%	13 20,3%	48 75,0%	4 6,3%	11 17,2%	3 4,7%	2 3,1%
	13 ay veya daha fazla	98 45,8%	25 11,7%	22 10,3%	66 30,8%	49 22,9%	38 17,8%	141 65,9%	17 7,9%	34 15,9%	21 9,8%	15 7,0%

Katılımcıların kendilerini ait hissettikleri sanal ağ türü, sanal ağa üyelik süresi açısından değerlendirildiğinde, öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal ağlara üyelik süresi 3 ay ve altı olan öğrencilerin %53 ile “Eğlence- Müzik- Film” kategorisinde ve %49,8 ile “Oyun” kategorisinde tercihte buldukları görülmektedir.

Üyelik süresi 4-6 ay arası olan öğrencilerin de yine %54,8’i “Eğlence- Müzik- Film” kategorisinde ve %38,2 ile “Oyun” kategorisinde tercihte buldukları görülmektedir.

Üyelik süresi 7-9 ay arası olan öğrencilerin de %64,3’ünün “Eğlence- Müzik- Film” kategorisinde tercih yaptığı ve %42,9’unun ise “Oyun” kategorisinde tercihte buldukları görülmektedir.

Üyelik süresi 10-12 ay arası olan öğrencilerin de %75’inin “Eğlence- Müzik- Film” kategorisinde tercih yaptığı ve %39,1’inin ise “Oyun” kategorisinde tercihte buldukları görülmektedir.

Üyelik süresi 13 ay ve daha fazla olan öğrencilerin de %65,9’unun “Eğlence- Müzik- Film” kategorisinde tercih yaptığı ve %45,8’inin ise “Oyun” kategorisinde tercihte buldukları görülmektedir.

Bu sonuca dayalı olarak üyelik süresi ne olursa olsun istikrarlı bir şekilde katılımcılar öncelikle “Eğlence- Müzik- Film” ve “Oyun” kategorisinde tercihte bulunmaktadır. Ancak üyelik süresinde ki artış ile “Dini”, “Siyasi”, “Bilimsel”, “Eğitim”, “Spor”, “Milli –Kültürel” ve “Tanınmış Kişi Fan Sayfası” kategorilerini tercih düzeylerinde artış görülmektedir.



5. TARTIŞMA

5.1. Aidiyet ve Karşılıklı Bağlılık

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağ aidiyetlerinin araştırıldığı bu çalışmada yapılan anket ve mülakat sorularına verilen cevaplar değerlendirildiğinde; gerek “Aidiyet hissi” gerekse “Karşılıklı bağlılık” boyutları puanlarının ortalama bir puan değerinin olduğu ve dijital yerlilerin üyesi oldukları sanal sosyal ağlara aidiyet ve bağlılık duygularının orta düzeyde olduğu görülmüştür.

Bu iki boyuttan “Aidiyet hissi” boyutuna dair elde edilen veriler değerlendirildiğinde “Aidiyet hissi” boyutundaki tüm ifadeler verilen cevapların toplam ortalama puan değerlerinin “3,15” olduğu görülmektedir. Dolayısıyla dijital yerli öğrencilerin üye oldukları sanal sosyal ağlarda aidiyet düzeylerinin orta düzeyde olduğu ifade edilebilir.

Yapılmış olan bu çalışma ile benzer yönleri bulunan Bilimser Yağmur Demirel tarafından 2020 yılında yapılan “Yeni Medya Döneminde Hayran Kültürü-Topluluk Duygusu ve Pratikleri Üzerine İnceleme” isimli doktora çalışmasında sosyal ağlar ile değişen hayran kültürü Kore Dalgası (Hallyu) üzerinden tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu çalışmada BTS gruplarında dijital etnografik yöntem kullanarak üyelerin yüksek bir aidiyet duygusu taşıdıkları tespit edilmiştir. Bilimser Yağmur Demirel’in ifadesiyle;

“Kendilerini bu gruba ait hisseden ARMY’lerin aktif, duygusal olarak gruba bağlı ve oldukça sık sosyal ağda olduğunu söylemek mümkündür. ARMY’ler Twitter dijital uzamındaki profil fotoğrafları, profil isimleri ve paylaşımları üzerinden benlik sunumları gerçekleştirmektedirler. Bu sunumlarda özellikle gruba ait fotoğraf ve isim kullanımı hayranlar tarafından hayran kültürünün, grup aidiyetinin bir parçası olarak değerlendirilmektedir”.

Sanal sosyal ağlara dair aidiyet düzeyine etki ettiği düşünülen bazı sosyo-demografik değişkenlerin aidiyet hissi düzeyinde bir farklılık oluşturup oluşturmadığını tespit etmek amacıyla; araştırma sorularından “*Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet düzeyleri ile bazı sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır?*” sorusu sorulmuş ve bu soruya cevap bulmak amacıyla demografik değişkenlerden cinsiyet için T-testi yürütülmüş ve dijital yerlilerin üyesi oldukları sanal topluluklarda “Aidiyet hissi” düzeylerinin cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p < .05$). Buna göre kadın öğrencilerin ($X=3,266$) aidiyet düzeyleri puanları erkek dijital yerli öğrencilere ($X=3,040$) göre anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuçlara göre kadın dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal

ağlardaki aidiyet düzeylerinin, erkek katılımcılara göre daha yüksek düzeyde olduğu ifade edilebilir. Araştırma sonucunun kadınların lehine çıkmasında özellikle kadınların erkeklere oranla, daha duygusal olması ve bunun tutum, davranış ve ihtiyaçlarına doğrudan yansımalarının bir sonucu olabileceği ve ayrıca sosyal farkındalık ve sosyal paylaşım açısından, kadın öğrencilerin, erkek öğrencilere oranla daha yüksek aidiyet ihtiyacı duygusuna sahip olmasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir.

Ayla Özhan Dedeoğlu ve Elif Üstündağlı tarafından 2011 yılında yapılan “Sanal Topluluklar Bağlamında Tüketicilerin Tüketim, Yaşam Tarzı ve Kimlik Yönünden Değerlendirilmesi” isimli çalışmada cinsiyet ile aidiyet düzeyi arasında bir ilişki bulunmazken; Konu ile benzer nitelikteki başka bir çalışma olan; Laura O. Walz tarafından 2008 yılında yapılan “The Relationship Between College Students' Use Of Social Networking Sites And Their Sense Of Belonging” adlı doktora çalışmasında aidiyet hissi düzeyi ile demografik etkenlerden cinsiyet ve yaş değişkenleri açısından bir farklılık olup olmadığı araştırılmıştır. Walz(2008) tarafından yapılan bu çalışmada araştırmacı tarafından üretilen hipotezlerden birisi de kız öğrencilerin erkek öğrencilere oranla aidiyet düzeyinin daha yüksek olacağı varsayımdır. Ancak çalışma sonucunda tam tersi bir şekilde erkek öğrencilerin kız öğrencilere oranla daha yüksek bir aidiyet düzeyi tespit edilmiştir. Bu sonuç bizim elde ettiğimiz sonuç ile uyuşmamaktadır. Ancak diğer taraftan Walz bu ilişkilerin önemli ölçüde olacağı varsayımını dayandırdığını ifade ettiği daha önceki araştırmalara göre; sosyal ağlarda kız öğrenciler erkek öğrencilere göre sanal ağlarda daha fazla zaman geçirmekte bu da kadınların erkek öğrenciler ile karşılaştırıldığında önemli ölçüde daha yüksek aidiyet duygusu taşıdığını veya sanal ağlara daha yüksek bağlanma duygusu (Boogart, 2006; Hagerty vd, 1996'den akt. Walz,2008) beslediğini göstermektedir.

Literatürde bulunan bazı araştırmalar bu araştırma sonuçlarını desteklemektedir. Bunlardan Abdüssamed Meltem tarafından 2020 yılında yapılan “Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi: (Tarsus Örneği)” isimli Yüksek Lisans çalışmasında Lise öğrencilerin cinsiyetine göre sosyal medyaya ilişkin tutumlarında kadın öğrenciler lehine anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Diğer sosyo-demografik değişkenler için ise tek yönlü varyans analizi Anova testi yürütülmüş ve dijital yerlilerin üyesi oldukları sanal topluluklarda “Aidiyet hissi” düzeyleri, yaş ($p>.05$), gelir seviyesi ($p>.05$), aile tipi ($p>.05$) ve yaşantılarının çoğunu

geçirdikleri yerleşim birimi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği ($p > .05$) tespit edilmiştir. Yine Walz (2008) bu çalışmanın bulguları ile aynı paralelde olmak üzere söz konusu çalışmada yaş ile aidiyet duygusu arasında bir ilişki tespit etmediğini ifade etmektedir.

Demografik etkenlerden okul türü açısından yapılan değerlendirme sonucunda; dijital yerli öğrencilerin üyesi oldukları sanal topluluklarda aidiyet hissi düzeyleri ile okul türü değişkeni arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir ($p < .05$). Buna göre dijital yerli öğrencilerin aidiyet düzeylerinin okul türü değişkenine göre Anadolu Lisesi öğrencilerinin lehine üyesi oldukları sanal topluluklara dair aidiyet düzeyi ile İmam Hatip Lisesi öğrencilerinin aidiyet düzeylerinin farklılaştığı ve yine Anadolu Lisesi öğrencilerinin üyesi oldukları sanal topluluklara dair aidiyet düzeyi ile Sosyal Bilimler Lisesi ($p = .015$) öğrencilerinin lehine farklılık gösterdiği görülmektedir. Ayrıca aidiyet düzeyinin en düşük oranda olduğu görülen, İmam Hatip Lisesi öğrencilerinin üyesi oldukları sanal topluluklara dair aidiyet düzeyi ile Fen Lisesi ($p = .004$), Sosyal Bilimler Lisesi ($p = .000$) ve Güzel Sanatlar Lisesi ($p = .010$) lehine anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Elde edilen bu verilere dayanarak sanal ortamlarda en yüksek aidiyet hissi düzeyine sahip öğrencilerin bulunduğu okul türünün Sosyal Bilimler Lisesi olduğu görülmektedir. Bu sonuçtan yola çıkarak dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet düzeylerinin okul türü değişkeni ile ilişkili olduğu ifade edilebilir.

Bu sonuçlara dayanarak özellikle İmam Hatip Lisesi öğrencilerinin sanal sosyal ağlara dair aidiyet hissi düzeyinin diğer okul türlerine göre anlamlı bir şekilde farklılaşmakta olduğu görülmektedir. Buradan İmam Hatip Lisesi'nin okul kültürü ya da öğrencilerine benimsettiği yaşam tarzı, öğrenciler arası etkileşim gibi faktörler açısından diğer okul türlerine kıyasla anlamlı bir farklılık oluşturduğu düşünülmektedir. Bu sonuç ayrıca gerçek toplumsal grupların sanal toplumsal gruplardaki aidiyet hissini etkilediği şeklinde de yorumlanabilir.

Meltem (2020)'de lise öğrencilerinin okul türüne göre sosyal medyaya ilişkin tutumlarında anlamlı farklılık bulunduğunu ifade etmektedir. Ayrıca Argın(2013), Atalay (2014) ve Aksak (2017) tarafından yapılan çalışmalarda da okul türüne göre öğrencilerin sosyal medya tutumlarında farklılıklar olduğu görülmektedir. Lise öğrencilerinin eğitim gördüğü okul türlerinin söz konusu çalışmalarda da farklılık oluşturması bu çalışmanın bulgularını destekler niteliktedir.

“Aidiyet hissi” boyutunda sorguladığımız bir başka soru ise; “*Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet düzeyleri ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki var mıdır?*” sorusudur. Bu soruya cevap bulmak amacıyla öncelikle sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet düzeyleri ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı arasında ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla tek yönlü varyans Anova analizi yürütülmüştür. Analiz sonuçlarına göre dijital yerli öğrencilerin üyesi oldukları sanal topluluklarda aidiyet hissi düzeyleri ile sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu tespit edilmiştir ($p < .05$). Bu bağlamda aidiyet hissedilen sanal sosyal ağlarda paylaşım yapma sıklığı ile aidiyet hissi arasında; paylaşım sıklığı haftada bir gün ($X=3,056$) olan öğrencilerin; bir günde 1-3 saat ($p=.021$, $X=3,263$), bir günde 4-8 saat ($p=.009$, $X=3,456$) ve bir günde 9 saat ve üzeri ($p=.018$, $X=3,625$) paylaşım düzeyine sahip olan öğrencilerden ve aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı haftada birkaç gün ($X=3,052$) olan öğrencilerin; bir günde 1-3 saat ($p=.003$, $X=3,263$), bir günde 4-8 saat ($p=.005$, $X=3,456$) ve bir günde 9 saat ve üzeri ($p=.014$, $X=3,625$) paylaşım sıklığına sahip olan öğrencilerin aidiyet hissi düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Ortalama puanlar açısından değerlendirildiğinde sanal sosyal ağlarda paylaşım sıklığı arttıkça sanal sosyal ağ aidiyetlerinin de arttığı görülmektedir. Sanal ağları daha sık kullanan bireylerin sanal ağlarda aktif katılımında bulunduğu dolayısı ile aktif üye konumunda oldukları düşünülmektedir. Dolayısıyla sanal ağlarda aktif üye konumunda bulunan katılımcıların, çevresel üyelere oranla daha yüksek aidiyet duygularının olduğu görülmektedir.

Konu ile ilgili olarak yapılan literatür taramalarında ulaşılmış olan çalışmalardan Lin (2007), Lin(2008) ve Lin vd.(2014)’ e göre de aktif üye katılımı aidiyet için anahtar bir öneme sahiptir.

Walz (2008)’de sosyal ağların kolektif aidiyet duygusu ile ilişkili olduğunu ifade etmektedir. Çalışmanın verilerine göre sanal ağdaki paylaşım sıklığı yani sanal sosyal ağdaki geçirdiği haftanın gün sayısı ile aidiyet hissi arasında pozitif korelasyon olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca öğrencilerin aidiyet duyguları ile öğrencilerin sanal sosyal ağdaki geçirdiği günlük saat miktarı arasında da bir ilişki tespit edilmiştir.

Ayrıca yine bu çalışma ile benzer olarak, Chung-Tzer Liu ve Yi Maggie Guo tarafından 2015 yılında yapılan “The Role of Sense of Belonging in Social Media Usage:

A Tale of Two Types of Users” isimli çevrimiçi bir sosyal ağ üzerinden üyelerine dair aidiyet duygusunun ölçüldüğü bir çalışmada; çevrimiçi olarak harcanan saat aralığına göre kullanıcılar ikiye ayrılmıştır. Sanal ağda günlük zaman geçirme açısından her gün 3 saatten az zaman geçirenler için hafif İnternet kullanıcıları olarak tanımlama yapılırken, her gün 3 saatten fazla çevrimiçi olan ve sanal ağda uzun zaman geçirenler ise yoğun(aktif- çekirdek) kullanıcı olarak tanımlanmıştır. Bu iki grubun aidiyet düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için yaptıkları t testleri sonucunda iki grup arasında önemli farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Ayrıca yapılmış olan bu çalışma ile benzer olan başka bir çalışma da Lin vd. tarafından 2014 yılında yapılan “Determinants of User’s Continuance of Social Networking Sites: A Self-Regulation Perspective” isimli çalışmadır. Bu çalışmada; kullanıcıların sanal sosyal ağları uzun süre kullanılması sonucunda bu sanal sosyal ağlara ait olma duygusu geliştirdikleri ifade edilmektedir. Çalışmanın verilerine göre, deneysel sonuçlar, aidiyet duygusunun sosyal ağ kullanımında çok önemli bir rol oynadığını göstermiştir. Aidiyet duygusu, sanal ağları kullanımın güçlü bir belirleyicisi olduğunu kanıtlamakta ve aidiyet duygusu ile sanal sosyal ağları kullanım sıklığı ve üyelik süresinin uzaması arasında önemli bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet hissi düzeylerinin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlara üyelik süresine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre ise; aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki üyelik sürelerine göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki aidiyet hissi düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($p<.05$). Üyesi oldukları sanal topluluklara dair aidiyet düzeyi ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlara üyelik süresi 3 ay ve altı($X=2,969$) olan öğrencilerin; 4-6 ay arası ($p=.001$, $X=3,257$), 7-9 ay arası ($p=.049$, $X=3,162$), 10-12 ay arası ($p=.000$, $X=3,412$) ve 13 ay veya daha fazla ($p=.001$, $X=3,225$) üyelik süresine sahip olan öğrencilerin aidiyet hissi düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır Bu sonuçlara göre aidiyet hissedilen sanal sosyal ağlara üyelik süresi arttıkça aidiyet hissi düzeyinin de arttığı ifade edilebilir. Sanal sosyal ağ üyelik süresinin artması ve devamlılığı, katılımcıların bu sanal ağa aidiyet duygusu besleyerek çekirdek üye konumunda bulunduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla çekirdek üyelerin üyesi oldukları sanal ağlara aidiyet duygularının, çevresel üyelere göre daha yüksek olduğu

görülmektedir. Konu ile ilgili katılımcılarla yapılmış olan mülakatlarda da bu düşünceyi güçlendiren birçok açıklama yapılmıştır.

Araştırmada elde edilen bu sonuçlara paralel olarak Lin vd. (2014) tarafından yapılan çalışmada da; sanal sosyal ağ kullanmaya yönelik olumlu bir tutum geliştirmek daha kolay olsa da, aidiyet duygusunu sürdürmek için daha derinlemesine ve sürekli kullanım gerektirdiği ifade edilmektedir. Ayrıca çalışmaya göre; sanal sosyal ağlarda, kullanıcılar kendilerini bir kolektifin parçası olarak tanımladıklarında, bu daha güçlü bağları teşvik edecek yani aidiyet duygusu ile bağlanacak ve böylece sanal sosyal ağları kullanmaya devam etme olasılıklarını artıracaktır.

Sanal sosyal ağlarda kullanıcıların “Karşılıklı Bağlılık” duygusunun aidiyet hissi ile doğrudan bağlantılı olması araştırmada karşılıklı bağlılık düzeyinin tespit edilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda “*Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan karşılıklı bağlılık düzeyleri nedir?*” sorusu sorulmuştur. “Karşılıklı Bağlılık” boyutuna dair elde edilen veriler değerlendirildiğinde “Karşılıklı Bağlılık” boyutundaki tüm ifadeler verilen cevapların toplam ortalama puan değerleri “3,09” dur. Dolayısıyla dijital yerli öğrencilerin üye oldukları sanal sosyal ağlarda karşılıklı bağlılık düzeylerinin orta düzeyde olduğu ifade edilebilir. Ancak yapılan mülakatlarda konu ile ilgili görüşlerini aktaran katılımcıların büyük çoğunluğu aynı anda birden fazla sanal topluluğa aidiyet ve bağlılık duyduklarını ifade etmişlerdir. Bunlardan BTS grupları, Anime, Manga, taraftar ve oyun grupları özellikle aidiyet hissedilen ve bağlılık gösterilen özel ilgi topluluklarıdır.

Demirel (2020)’de BTS grupları üzerinde yaptığı çalışmasında BTS hayran grubu ARMY’lerin bu bağlamda karşılıklı bağlılık duygularının yüksek olduğu ve bu bağlılığa dayalı topluluk duygusu üzerine inşa olmuş bir topluluk olduğunu ifade etmektedir.

“*Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan karşılıklı bağlılık düzeyleri ile bazı sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır?*” sorusuna cevap bulmak amacıyla demografik değişkenlerden cinsiyet için T-testi yürütülmüş ve Dijital yerlilerin üyesi oldukları sanal topluluklarda karşılıklı bağlılık düzeylerinin cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p < .05$). Araştırmada kadın öğrencilerin ($X=3,203$) karşılıklı bağlılık düzeylerinin, erkek öğrencilere ($X=2,996$) oranla daha yüksek bir oranda olduğu görülmektedir.

Bu çalışma ile benzer yönleri bulunan Collin Michael Ruud tarafından 2013 yılında yapılan “College Student Social Networking And Its Relationship To Perceived Social

Support” isimli doktora çalışmasında, sosyal medya kullanımı ile sosyal destek ve aidiyet duyguları arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Sosyal destek ve aidiyet duyguları ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkinin tespit edilmeye çalışıldığı bu araştırmada, demografik etkenler açısından yapılan değerlendirilmede, cinsiyetin sosyal destek ve aidiyet arasında bir farklılık oluşturduğu ifade edilmektedir. Buna göre kadın olan katılımcıların bağlılık ve aidiyet duygularının erkeklere oranla daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Araştırmada karşılıklı bağlılık düzeyi ile ilişkisi araştırılan diğer demografik değişkenler için ise tek yönlü varyans analizi Anova testi yürütülmüş ve dijital yerlilerin üyesi oldukları sanal topluluklarda karşılıklı bağlılık düzeylerinin yaş ($p>.05$), gelir seviyesi ($p>.05$), aile tipi ($p>.05$) ve yaşantılarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği ($p>.05$) tespit edilmiştir.

Dedeoğlu ve Üstündağlı (2011) bu çalışmanın bulgularından farklı olarak katılımcıların yaşları arttıkça toplulukta deneyimlenen karşılıklı bağlılığın azalmakta olduğunu tespit etmiştir.

Dijital yerli öğrencilerin üyesi oldukları sanal topluluklarda karşılıklı bağlılık düzeyleri ile okul türü değişkeni arasında diğer sosyo-demografik değişkenlerden farklı olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<.05$). Buna göre dijital yerli öğrencilerin karşılıklı bağlılık düzeylerinin okul türü değişkenine göre Anadolu Lisesi öğrencilerinin üyesi oldukları sanal topluluklara dair karşılıklı bağlılık düzeyi ile İmam Hatip Lisesi($p=.006$), Sosyal Bilimler Lisesi($p=.017$) ve Güzel Sanatlar Lisesi ($p=.017$) öğrencileri arasında bir farklılık tespit edilmiştir. Ayrıca İmam Hatip Lisesi öğrencilerinin üyesi oldukları sanal topluluklara dair karşılıklı bağlılık düzeyi ile Anadolu Lisesi ($p=.006$), Fen Lisesi($p=.001$), Mesleki ve Teknik Lise($p=.020$), Sosyal Bilimler Lisesi($p=.000$) ve Güzel Sanatlar Lisesi ($p=.000$) öğrencileri arasında bir farklılık bulunmaktadır. Aidiyet hissi boyutunda olduğu gibi karşılıklı bağlılık boyutunda da okul türünün farklılaşmaya neden olduğu görülmektedir. Bu farklılığın kaynağının tüm lise türleri ile İmam Hatip Lisesi arasında olması da ayrıca dikkat çekici bir sonuçtur

“Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan karşılıklı bağlılık düzeyleri ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki var mıdır? ” sorusuna cevap bulmak amacıyla Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan karşılıklı bağlılık düzeyleri ile aidiyet hissettikleri sanal

sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı arasında tek yönlü varyans Anova analizi yürütülmüştür. Dijital yerli öğrencilerin üyesi oldukları sanal topluluklarda karşılıklı bağlılık düzeyleri ile sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<.05$). Katılımcıların üyesi oldukları sanal topluluklara dair karşılıklı bağlılık düzeyi ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı haftada bir gün olan öğrencilerin; bir günde 1-3 saat ($p=.031$, $X=3,216$), bir günde 4-8 saat ($p=.010$, $X=3,416$) ve bir günde 9 saat ve üzeri ($p=.009$, $X=3,651$) paylaşım düzeyine sahip olan öğrencilerden ve aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı haftada birkaç gün olan öğrencilerin; bir günde 1-3 saat ($p=.001$, $X=3,216$), bir günde 4-8 saat ($p=.002$, $X=3,416$) ve bir günde 9 saat ve üzeri ($p=.004$, $X=3,651$) paylaşım sıklığına sahip olan öğrencilerin karşılıklı bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Ortalama puanlar açısından değerlendirildiğinde sanal sosyal ağlarda paylaşım sıklığı arttıkça sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılığında arttığı görülmektedir.

Sanal ağları daha sık kullanan bireylerin, sanal ağlarda aktif katılımında bulunduğu dolayısı ile aktif üye konumunda oldukları ifade edilmişti. Dolayısıyla sanal ağlarda aktif üye konumunda bulunan katılımcıların, çevresel üyelere oranla karşılıklı bağlılıklarının daha yüksek bir düzeyde olduğu görülmektedir.

Bu sonuçtan yola çıkarak sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı arttıkça, sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeyinin de arttığı ifade edilebilir. Dedeoğlu ve Üstundağlı (2011)'de bu bulgular ile aynı paralelde, aktif üyelerin, çevresel üyelere göre çok daha fazla karşılıklı bağlılık gösterdiklerini ifade etmektedir.

Yine Demirel (2020)'de BTS gruplarında sanal ortamda sürekli kılınan etkileşimin, paylaşımın ve çevrimdışına taşınan iletişim ile zaman zaman hayal edilen cemaat algısının ötesine geçerek bir topluluk oluşturduğunu ifade etmektedir.

Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan karşılıklı bağlılık düzeyleri ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlara üyelik süresi arasında bir ilişki olup olmadığını bulmak amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi Anova testi sonuçlarına göre ise; aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki üyelik sürelerine göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki karşılıklı bağlılık düzeylerinin anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($p<.05$).

Katılımcıların üyesi oldukları sanal topluluklara dair karşılıklı bağlılık düzeyi ile aidiyet hissettikleri sosyal ağlara üyelik süresi; 3 ay ve altı olan öğrencilerin; 4-6 ay arası ($p=.001$, $X=3,257$), 7-9 ay arası ($p=.049$, $X=3,309$), 10-12 ay arası ($p=.000$, $X=3,313$) ve 13 ay veya daha fazla ($p=.001$, $X=3,080$) üyelik süresine sahip olan öğrencilerin lehine karşılıklı bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Ayrıca sanal sosyal ağlara üyelik süresi 4-6 ay arası olan öğrencilerin, 13 ay veya daha fazla ($p=.010$, $X=3,080$) üyelik süresine sahip olan öğrenciler lehine karşılıklı bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Sanal sosyal ağ üyelik süresinin artması ve devamlılığı katılımcıların bu sanal ağda çekirdek üye konumunda olduğu ifade edilmişti. Bu bağlamda çekirdek üyelerin üyesi oldukları sanal ağlara karşılıklı bağlılık düzeylerinin çevresel üyelere göre literatürle uyumlu bir şekilde (Wenger vd., 2002) daha yüksek olduğu görülmektedir. Konuya açıklık kazandırmak amacıyla gerçekleştirilmiş olan görüşmelerde bu sonucu destekler nitelikte birçok açıklama yapılmıştır.

Özhan Dedeoğlu ve Üstündağlı (2011)'nin çalışmalarında da bu çalışmanın bulguları ile aynı paralelde katılımcıların topluluğa üyelik süresi arttıkça ve başka bir ifadeyle çekirdek üye konumunda ki katılımcıların karşılıklı bağlılık düzeyinin de arttığı tespit edilmiştir.

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara aidiyet tutumlarını ölçmeye yönelik olarak gerçekleşen “aidiyet hissi” ve “karşılıklı bağlılık” boyutlarından elde edilen veriler birbiri ile tutarlı, paralel sonuçlar vermiştir. Her iki boyut için de elde edilen ortalamalar dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlarda orta düzeyde bir aidiyet ve karşılıklı bağlılık tutumuna sahip olduğunu göstermektedir. Ancak çekirdek ve aktif katılımcılar açısından gerek aidiyet hissi gerekse karşılıklı bağlılık düzeyleri yükselmektedir. Kısacası yapılan anket ve mülakat verilerine göre dijital yerli öğrenciler açısından tüm örneklem için ortalama olarak, sanal ortamlarda gerçekleşen aidiyet ve bağlılık duygusu çok yüksek ve güçlü olmamasına rağmen, sanal ağlarda uzun zaman geçiren ve üyelik süresi uzun olan katılımcıların aidiyet ve bağlılık düzeyinin yüksek seviyede olduğu görülmektedir. Konu ile ilgili olarak Demirel (2020)'de sanal ağlarda uzun zaman geçiren ve sık paylaşımda bulunan BTS topluluğunda bulunan bireylerde “sanal ağların aidiyet, bağlılık düzeyi ve sosyalleşme açısından, yüksek düzeyde olduğu ve hayranların sosyalleşmesinde etkili bir yere sahip olduğunu” ifade etmektedir.

Bu aşamada gerek aidiyet hissi gerekse karşılıklı bağlılık tutumları açısından bazı sosyo-demografik etkenlerin bir farklılık oluşturduğu görülmüştür. Sosyo-demografik etkenlerden cinsiyet ve öğrencilerin devam ettiği okul türü hem aidiyet hissi düzeyinde hem de karşılıklı bağlılık düzeyinde bir farklılık oluşturmaktadır. Dijital yerlilere dair cinsiyet ve okul türü değişkenleri ile sanal sosyal ağlara aidiyet ve karşılıklı bağlılık düzeyleri arasında ortaya çıkan bu ilişki cinsiyet açısından değerlendirildiğinde; kadın katılımcıların aidiyet ve karşılıklı bağlılık düzeylerinin daha yüksek bir oranda gerçekleştiği görülmektedir. Kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre daha duygusal olmaları onların katıldıkları topluluklara daha yüksek aidiyet ve karşılıklı bağlılık duygusu taşımalarına neden olabilmektedir. Ayrıca toplumsal cinsiyet kalıplarından kaynaklanan, kadınların erkek katılımcılara oranla gerçek toplumsal ilişkilere daha sınırlı ve kontrollü katılımları; onların daha kolay, sınırsız ve özgürce katılabildikleri sanal topluluklara aidiyet ve karşılıklı bağlılık duygularının daha yüksek gerçekleşmesine neden olduğu düşünülmektedir. Bu görüşümüzü yapılan mülakatlarda açıkça göstermektedir. Örneğin FLK1 kodlu kız öğrenci üyesi olduğu sanal topluluğa üyeliği ile ilgili olarak; *“Annem arkadaşlarımla bir yerlere gitmeme izin vermiyor. Başka arkadaşlarım dışarıda sinemaya, kafeye falan gidiyor ama ben buralara gidemediğim için daha çok sanal arkadaşlıklar kuruyorum”* şeklinde açıklamıştır.

Dijital yerlilere dair okul türü değişkenleri ile sanal sosyal ağlara aidiyet ve karşılıklı bağlılık düzeyleri arasında ortaya çıkan bu farklılaşma İHL öğrencileri açısından diğer okul türlerine göre daha düşük oranda gerçekleşmektedir. Bu sonuç değerlendirildiğinde ise İHL öğrencilerinin okulda almış oldukları dini eğitimin ve okulda verilen okul kültürünün bu farklılaşmaya neden olduğunu düşündürmektedir. Sanal ortamların daha özgürce ve her türden sınırsızca imkânlar sunmasının İHL öğrencileri tarafından diğer okul türlerine göre benimsenme düzeyinin daha düşük oranda gerçekleştiğini ve bu öğrencilerin sanal ağlarda ortaya çıkan topluluklara daha mesafeli bir katılım gösterdiklerini düşündürmektedir.

Gerçek toplumsal ilişkilerde farklılaşmaya yol açtığı bilinen; yaş, gelir seviyesi, aile tipi ve yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi gibi statü farklılaşması yaratabilecek demografik değişkenlerin sanal ortamda dijital yerli olarak nitelendirilen katılımcıların aidiyet ve karşılıklı bağlılık düzeylerinde herhangi bir farklılaşma oluşturmadığı görülmektedir. Bu sonuçla sanal sosyal topluluklarda bu tip statüsel

faktörlerin gerçek yaşamda taşıdığı önemi ve anlamı yitirdiği ve dolayısıyla herhangi bir sınıflama veya farklı topluluk örüntüleri yaratmadığı, sanal ortamların bireyleri küresel dünya vatandaşları halinde tek tipleştirdiği hatta eşitlediği de ifade edilebilir. Buradan gelir seviyesi düşük, kırsal bölgelerde yaşayan bireyler açısından internete erişimin mümkün olmaması nedeni ile eşitsizlik oluşturduğu görüşünün aksi yönünde bir sonuç elde edilmiştir. Yaşadığımız bu dönemde internet erişimi neredeyse fizyolojik bir ihtiyaç haline gelmiş ve hemen her eve internet girmiş durumdadır. Bu nedenle gerçek yaşamda ortaya çıkan statü farklılıklarının yarattığı eşitsizliğin sanal ortamda neredeyse ortadan kalktığı hatta bireyleri eşit dünya vatandaşları haline getirdiği görülmektedir.

5.2. Sanal Sosyal Ağları Tercih Etkenleri

Araştırmalar “kişinin kendine benzeyen ve yaptıkları eylemler kendi eylemlerine benzer olan kişilerle arkadaşlık inşa etme eğiliminde olduğunu göstermektedir. Twitter kullanıcılarının sıklıkla kendilerinin ilgilenmedikleri konularda tweet atan hesapları takip etmeyi bıraktıkları gözlemlenmiştir” (Kwak, Chun ve Moon, 2011).

Bu bağlamda araştırmada “*Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenleri nelerdir?*” Sorusu “Ortak İlgi”, “Ortak Yaşam Tarzı”, ve “Ortak Fikirler” boyutlarında araştırılmıştır.

Bu boyutlardan ilki olan “Ortak ilgi” boyutuna dair elde edilen veriler değerlendirildiğinde “Ortak ilgi” boyutundaki tüm ifadeler verilen cevapların toplam ortalama puan değerleri “3,38” dir. Dolayısıyla dijital yerli öğrencilerin üye oldukları sanal sosyal ağlarda ortak ilgi düzeylerinin orta düzeyde ancak yüksek düzeye çok yakın bir değerde olduğu ifade edilebilir. Castels (2000)’de Dijital yerlilerin sanal ağlarını ilgi alanlarına, değerlerine ve projelerine göre kurduklarını ifade etmektedir. O’na göre Dijital yerliler, sanal toplulukları genel olarak okul ve sosyal etkinlikler veya ortak ilgi alanları hakkında bilgi ve içerik paylaşmak için yaratıyorlar.

Demirel (2020)’ e göre de, araştırılan Kore Hallyu ve bu çalışma özelinde BTS ve hayranları ARMY’ler tamamen ortak bir ilgi alanı olarak sanal ağda kurulan grupların kaynağıdır. Ortak ilgi alanı olarak BTS gruplarında ki hayranlar, LG ve Hyundai markalarının yanı sıra kartlar, sırt çantası, kozmetik ürünlere kadar birçok ürünü tercih etmekte ve satın almaya yönelik talepte bulunmaktadır. Ayrıca bu çalışmaya göre aidiyet oluşumunda ortak ilgi alanının ne derece etkili olduğu şu ifadelerle açıklanmıştır;

“BTS ARMY TURKEY hesabından yapılan ve hesabın adminlerinin tüm ARMY’lere samimi bir arkadaş, aileden biri gibi seslenerek, nasıl olduğunu, hayallerini, hedeflerini paylaşmalarını, kendilerinden bahsetmelerini istedikleri ve karşılıklı motive edici konuşma şeklinde gerçekleşen paylaşımlar bireylerin kendi kimliklerini, kendilerini paylaşması, hayran grubu ailesi olarak ARMY vurgusu oldukça dikkat çekicidir. Ayrıca ARMY’ler çevrimdışı hayatında özellikle ilgi alanı (bu örnekte BTS hayranlığı) anlaşılamadığı için dışlanmışlığı paylaşmakta, çevrimdışı ilişkilerde bir araya gelerek arkadaşlık kurmaktadır”.

Yine bu çalışmada odaklanılmış olan dijital yerli kuşağı gençler ile yapılan mülakatlarda Anime, BTS, Genç Fenerbahçeliler, Manga Okurları, Clas of Calns oyunu, Tarantulam vb. gibi ortak ilgi grupları içinde sosyalleşen ve zamanının çoğunu bu topluluklarda geçiren önemli bir kitle bulunduğu görülmektedir.

Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan ortak ilgi düzeyleri ile bazı sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla sosyo-demografik değişkenlerden cinsiyet için T-testi yürütülmüş ve Dijital yerlilerin üyesi oldukları sanal topluluklarda ortak ilgi düzeylerinin cinsiyetlerine göre anlamlı bir ilişkisi olmadığı tespit edilmiştir ($p>.05$).

Yapılmış olan bu çalışmanın bu sonucuna benzer olarak Funda Akbuğa tarafından 2014 yılında ODTÜ’de okuyan ve dijital yerli olarak tanımladığı birinci sınıf öğrencileri üzerinde yaptığı “Uses Of Social Network Sites Among Digital Natives: The Case Of Facebook Use Among Metu Students” isimli yüksek lisans çalışmasında Facebook kullanımı üzerine odaklanılmıştır. Bu çalışmada da elde edilen verilere göre, cinsiyet ile facebook kullanımı ve ilgi düzeyleri arasında bir ilişki tespit edilmemiştir.

Araştırmada ortak ilgi düzeyi ile ilişkisi araştırılan diğer demografik değişkenler için ise tek yönlü varyans analizi Anova testi yürütülmüş ve dijital yerlilerin üyesi oldukları sanal topluluklarda ortak ilgi düzeylerinin yaş ($p>.05$), gelir seviyesi ($p>.05$), aile tipi ($p>.05$), yaşantılarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi ($p>.05$) ve okul türü değişkeni açısından anlamlı bir ilişki bulunmadığı ($p>.05$) tespit edilmiştir. Kısacası dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan “ortak ilgi” düzeyleri ile sosyo-demografik özellikleri arasında herhangi bir ilişki tespit edilmemiştir.

“Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki var mıdır? ” sorusu katılımcıların aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinden ortak ilgi düzeyi açısından değerlendirildiğinde; katılımcıların üyesi

oldukları sanal topluluklara dair ortak ilgi düzeyi ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı haftada bir gün olan ($X=2,974$) öğrencilerin; bir günde 4-8 saat ($p=.009, X=3,714$) ve bir günde 9 saat ve üzeri ($p=.013, X=3,908$) paylaşım düzeyine sahip olan öğrencilerden ve aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı haftada birkaç gün ($X=3,267$) olan öğrencilerin; bir günde 1-3 saat ($p=.006, X=3,461$), bir günde 4-8 saat ($p=.002, X=3,714$) ve bir günde 9 saat ve üzeri ($p=.006, X=3,908$) paylaşım sıklığına sahip olan öğrencilerin ilgi düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Ortalama puanlar açısından değerlendirildiğinde sanal sosyal ağlarda paylaşım sıklığı arttıkça sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeyinin de arttığı görülmektedir.

Sanal ağları daha sık kullanan bireylerin sanal ağlarda aktif katılımında bulunduğu dolayısı ile aktif üye konumunda oldukları ifade edilmişti. Dolayısıyla sanal ağlarda aktif üye konumunda bulunan katılımcıların çevresel üyelere oranla içinde yer aldıkları sanal toplulukların kuruluş amacıyla daha yüksek bir düzeyde ilgili olduğu görülmektedir.

Sanal topluluk üyeleri sanal topluluğa ilgi duydukları konular çerçevesinde dahil olmakta, üyeliklerinin ilk zamanlarında aktif katılım yapmayı sadece izlemeyi tercih eden birer bilgi toplayıcısı iken, zamanla sanal toplulukta daha fazla zaman geçirip diğer üyelerle daha samimi ilişkilere yönelmektedirler (Solomon vd., 2006: 356'den akt. Özbölük:82).

Bu bağlamda dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlardaki ortak ilgi düzeylerinin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki üyelik süresine göre anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur. Katılımcıların üyesi oldukları sanal topluluklarda ortak ilgi düzeyi ile aidiyet hissettikleri sosyal ağlara üyelik süresi 3 ay ve altı olan ($X=3,144$) öğrencilerin; 4-6 ay arası ($p=.000, X=3,462$), 7-9 ay arası ($p=.002, X=3,456$), 10-12 ay arası ($p=.002, X=3,522$) ve 13 ay veya daha fazla ($p=.000, X=3,512$) üyelik süresine sahip olan öğrencilerin aidiyet hissi düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Araştırmada yapılmış olan görüşmelerde sanal topluluğun kuruluş amacıyla daha ilgili olan üyelerin bu toplulukta istikrarlı bir şekilde daha uzun süre üyeliklerinin olduğu görülmektedir.

Kısacası dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinden ortak ilgi düzeyleri ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki olduğu görülmektedir.

Araştırmada “*Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağları tercih etkenleri nedir?*” sorusuna cevap bulmak amacıyla yöneltilmiş olan ifadelerden katılımcıların sanal sosyal ağ tercihinde etkili olabileceği varsayılan “Ortak yaşam tarzı” boyutundaki tüm ifadelere verilen cevapların ortalama puan değerleri “2,50” dir. Bu değer düşük düzey bir puandır. Dolayısıyla dijital yerli öğrencilerin üye oldukları sanal sosyal ağları tercih nedenlerinden ortak yaşam tarzı ifadelerine verilen cevap puanlarının düşük düzeyde olduğu görülmektedir. Bu sonuca dayanarak gerçek toplumsal ilişkilerde belirleyici etkenlerden olan ortak yaşam tarzının paylaşıyor olmasının, sanal sosyal ilişkilerde anlamını yitirdiği ve belirleyici bir etken olma özelliğini kaybettiği ifade edilebilir.

Ayrıca bu sonuç dijital yerli öğrencilerin daha çok; fiziksel gerçek dünyada bir karşılığı olmayan ve sadece internet ortamında oluşturulmuş “online cemaat” (online communities) özelliği taşıyan sanal ağlara katılım gösterdiklerinin de bir delili sayılabilir. Ortak yaşam tarzının paylaşıyor olmasının düşük düzey bir belirleyici olması; gerçek toplumsal grupların sanal ortamda devamı sayılan “Cemaat online” olarak ifade edilen geleneksel cemaatlerin siber uzayda daha düşük bir oranda tercih edildiğini göstermektedir.

Dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan ortak yaşam tarzı düzeyleri ile bazı sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla sosyo-demografik değişkenlerden cinsiyet için T-testi yürütülmüş ve dijital yerlilerin üyesi oldukları sanal topluluklara katılım etkeni olarak ortak yaşam tarzı düzeylerinin cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p>.05$). Araştırmada kadın öğrencilerin ($X=2,468$) ortak yaşam tarzı düzeylerinin, erkek öğrencilere ($X=2,516$) oranla daha düşük bir oranda olduğu görülmektedir.

Sanal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin yaş değişkenine göre 13-15 yaş aralığında ($X=2,421$) olan öğrenciler ile; 16-18 yaş arası ($p=.012$, $X=2,577$) ve 19-21 yaş arası ($p=.015$, $X=3,150$) olan öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin gelir seviyesi değişkenine göre 2500 TL ve altı gelir seviyesinde ($X=2,653$) olan öğrencilerin; 3501-5.500 TL arası ($p=.002$, $X=2,390$) ve 5501-8.000 TL arası ($p=.000$, $X=2,262$) gelir seviyesinde olan öğrenciler lehine anlamlı bir farklılık bulunmakta iken ayrıca gelir seviyesi 2501 – 3500 TL arası olan ($X=2,550$) öğrenciler ile 5501-8.000 TL arası ($p=.000$, $X=2,262$) olan öğrenciler lehine anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Ortaya çıkan bu sonuca dayanarak gençlerin sanal sosyal ağları tercihlerinde sosyo-demografik etkenlerden gelir seviyesindeki farklılıkların ortak yaşam tarzını etkilediği ve bazı farklılıklar oluşturduğu ifade edilebilir.

Dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden yaşam tarzı düzeylerinin okul türü değişkenine göre anlamlı olarak birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($p<.05$).

Buna göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden yaşam tarzı düzeylerinin okul türü değişkenine göre Mesleki ve Teknik Lise ($p=.000$, $X=2,862$) ve İmam Hatip Lisesi ($p=.047$, $X=2,579$) öğrencileri arasında Anadolu Lisesi öğrencileri lehine, yine Fen Lisesi öğrencileri lehine Mesleki ve Teknik Lise ($p=.008$, $X=2,862$) ve Mesleki ve Teknik Lise ile İmam Hatip Lisesi ($p=.047$, $X=2,579$) ve Ortaokul ($p=.045$, $X=2,515$) öğrencileri lehine anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Sanal ağlarda yaşam tarzı düzeyinin farklı okul türleri açısından farklılıklar oluşturduğu görülmekle birlikte bu farklılığın okul ortamından kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Okul kültürü ve okullarda verilen eğitimden kaynaklı ortaya çıkan farklı bakış açılarının bu farklılığı oluşturduğu düşünülmektedir.

Aile tipi değişkenine göre dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin, çekirdek aileye mensup öğrenciler ($X=2,450$) ile geniş aileye mensup ($p=.000$, $X=2,711$) öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Katılımcıların yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenine göre sanal sosyal ağlara katılım etkenlerinden yaşam tarzı düzeylerinin yaşamlarının çoğunu köyde geçiren öğrenciler ($X=2,666$) ile yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi büyük şehir ($p=.000$, $X=2,380$) olan öğrenciler arasında ve yine yaşamlarının çoğunu ilçede geçiren öğrencilerin yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi büyük şehir ($p=.001$, $X=2,380$) olan öğrenciler arasında; yaşamlarının çoğunu köy ve ilçede

geçiren öğrenciler lehine anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Kısacası köy ve ilçede daha uzun yaşamış olan katılımcıların ortalama puanları, büyükşehirde uzun süre yaşamış olan katılımcıların puanlarından daha yüksektir.

Tüm bu verilere dayanarak dijital yerli öğrenciler için sanal sosyal ağları tercih etkeni olan ortak yaşam tarzı düzeyinin düşük düzey bir belirleyici olması, gerçek toplumsal grupların sanal ortamlarda devamının düşük düzeyde gerçekleştiğinin de göstergesi durumundadır. Başka bir ifadeyle dijital yerli öğrenciler, sanal sosyal ağlarda “cemaat online” tipi topluluklara daha düşük bir düzeyde katılım göstermektedir.

Ayrıca burada ortak yaşam tarzı düzeyinin sosyo-demografik değişkenlerin tamamı ile ilişkili olması da anlamlıdır. Bu sonuç gerçek toplumsal ilişkilerde belirleyici olan cinsiyet, toplam gelir seviyesi, yaşanan yerleşim yeri vb. gibi etkenlerin “cemaat online” olarak ifade edilen sanal sosyal ağlara katılım için de etkili olduğunu göstermektedir.

“Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki var mıdır?” sorusu ortak yaşam tarzı boyutunda araştırılmıştır. Bu bağlamda yapılan analizlere göre; sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı bir günde 9 saat ve üzeri olan öğrencilerin ($X=3,171$), bir günde 1-3 saat paylaşım yapanlar ($p=.020$, $X=2,646$), haftada bir gün paylaşım yapanlar ($p=.008$, $X=2,421$) ve haftada birkaç gün paylaşım yapanlar ($p=.000$, $X=2,440$) arasında farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca paylaşım sıklığı haftada bir gün olan öğrencilerin ($X=2,421$), bir günde 1-3 saat ($p=.008$, $X=2,646$), bir günde 4-8 saat ($p=.004$, $X=2,840$) ve bir günde 9 saat ve üzeri ($p=.001$, $X=3,171$) paylaşım düzeyine sahip olan öğrencilerden ve aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı haftada birkaç gün olan öğrencilerin ($X=2,440$); bir günde 1-3 saat ($p=.000$, $X=2,646$), bir günde 4-8 saat ($p=.000$, $X=2,840$) ve bir günde 9 saat ve üzeri ($p=.000$, $X=3,171$) paylaşım sıklığına sahip olan öğrencilerin yaşam tarzı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Bu bağlamda dijital yerli öğrencilerin sanal sosyal ağları tercih etkenlerinden ortak yaşam tarzı düzeylerinin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ile ilişkili olduğu bulunmuştur.

Ancak yapılan istatistikî analizlere göre katılımcıların üyesi oldukları sanal toplulukları tercihlerinde ortak yaşam tarzı düzeyi ile aidiyet hissettikleri sosyal ağlara üyelik süresi arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Araştırmada “*Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağları tercih etkenleri nedir?*” sorusuna cevap bulmak amacıyla yöneltilen, katılımcıların sanal sosyal ağ tercihinde etkili olabileceği varsayılan “Ortak fikir” boyutundaki tüm ifadelerine verilen cevapların ortalama puan değerleri “3,20” dir. Bu değer orta düzey bir puandır. Dolayısıyla dijital yerli öğrencilerin üye oldukları sanal sosyal ağlarda ortak fikir düzeylerinin orta düzeyde olduğu ifade edilebilir. Bu sonuca dayanarak gerçek toplumsal ilişkilerde belirleyici etkenlerden olan ortak fikirlerin paylaşılıyor olmasının sanal sosyal ilişkilerde orta düzey belirleyici bir etken olma özelliği taşıdığı ifade edilebilir.

“*Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin bazı sosyo-demografik özellikleri ile bir ilişkisi var mıdır?* Sorusu ortak fikir boyutunda araştırılmıştır. Bu soruya cevap bulmak amacıyla, ortak fikir düzeyi ile demografik değişkenlerden cinsiyet arasında bir ilişki olup olmadığını tespit etmek üzere T-testi yürütülmüştür. Analiz sonucunda dijital yerlilerin üyesi oldukları sanal topluluklarda ortak fikir düzeylerinin cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p>.05$).

Araştırmada ortak fikir düzeyi ile ilişkisi araştırılan diğer sosyo-demografik değişkenler için ise tek yönlü varyans analizi Anova testi yürütülmüştür. Elde edilen verilere göre dijital yerlilerin, üyesi oldukları sanal topluluklarda ortak fikir düzeylerinin; yaş değişkenine ($p>.05$), gelir seviyesi değişkenine ($p>.05$), aile tipi değişkenine ($p>.05$), yaşantılarının çoğunu geçirdikleri yerleşim birimi değişkenine ($p>.05$) ve okul türü değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği ($p>.05$) tespit edilmiştir. Kısacası dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan ortak fikir düzeyleri ile sosyo-demografik özellikleri arasında herhangi bir ilişki tespit edilmemiştir.

“*Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal ağları tercih etkenlerinin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süreleri arasında bir ilişki var mıdır?* Sorusu ortak fikir düzeyleri açısından değerlendirilmiştir. Bu bağlamda ortak fikir düzeyleri ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı arasında bir ilişki tespit edilmemiştir.

Yine dijital yerlilerin sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan ortak fikir düzeyleri ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlara üyelik süresi arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. Yapılan analizlere göresine; dijital yerli öğrencilerin ortak fikir düzeylerinin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki üyelik süresi değişkenine göre,

sanal sosyal ağlara üyelik süresi 3 ay ve altı olan öğrencilerin($X=3,001$); 4-6 ay arası ($p=.002$, $X=3,316$), 7-9 ay arası ($p=.008$, $X=3,323$), 10-12 ay arası ($p=.000$, $X=3,505$) ve 13 ay veya daha fazla ($p=.038$, $X=3,1797$) üyelik süresine sahip olan öğrencilerin ortak fikir düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu bağlamda ortak fikir düzeyleri ile aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağlardaki üyelik süresi arasında bir ilişki tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan dijital yerli öğrencilerin aidiyet hissi, karşılıklı bağlılık, ortak ilgi, ortak yaşam tarzı ve ortak fikirler boyutlarında ortaya çıkan düzeyler arasında bir ilişkinin olup olmadığını tespit etmek amacıyla pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Bu testin sonucunda 0.95 güven aralığında istatistiksel olarak katılımcıların karşılıklı bağlılık düzeyi ($r= 0,000$, $N=790$, $p=0, 821^{**}$), ortak ilgi ($r= 0,000$, $N=790$, $p=,708^{**}$), ortak yaşam tarzı ($r= 0,000$, $N=790$, $p=0, 481^{**}$) ve ortak fikirler ($r= 0,000$, $N=790$, $p=0, 457^{**}$) değişkenleri ile aidiyet hissi düzeyi arasında bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Bu bağlamda araştırmada “*Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağları tercih etkenleri nedir?*” sorusu; katılımcıların sanal sosyal ağ tercihinde etkili olabileceği varsayılan “Ortak ilgi”, “Ortak yaşam tarzı” ve “Ortak fikir” boyutlarında araştırılmıştır. Elde edilen veriler ışığında dijital yerli öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal topluluğa katılımını en yüksek düzeyde belirleyen etkenin “Ortak ilgi” olduğu tespit edilmiştir. Sanal ortamlarda oluşturulan topluluklarda dil, din, ırk, kültür gibi farkların etkisinin azaldığı ve dolayısıyla “Orak yaşam tarzı” ve “Ortak fikir” etkenlerinin daha düşük bir düzeyde etkili olduğu görülmektedir. Anketlerden elde edilen bu sonucu, araştırmaya netlik kazandırmak amacıyla yapılan mülakatlarda elde edilen bulgular da bu veriyi tamamen desteklemektedir. Ayrıca yapılmış olan literatür taramalarında konu ile ilgili Veysel Bozkurt’a göre de “sanal topluluklar, daha ziyade, ötekisiz bir şekilde, ilgi alanlarına göre bir araya gelmedir.” Yani sanal topluluğu oluşturan ve üyelerini bir arada tutan daha çok benzer ilgi alanlarıdır.

Kısacası dijital yerlilerin sanal sosyal ağlara katılımlarında sırasıyla; ortak ilgi, ortak yaşam tarzı ve son olarak ortak fikirler boyutlarının belirleyiciliğinin olduğu görülmektedir.

Aynı şekilde McLuhan’ın global köy tanımlamasına benzer şekilde bir ilgi alanı doğrultusunda bir araya gelen insanların, hayatlarının her alanına yönelik paylaşımlarıyla

dil, din, ırk, kültür farklarını aşarak yeni bir kültür, yaşam birlikteliği oluşturdukları, bu etkileşime açık bir konumda oldukları söylenebilir (Demirel, 2020).

Sanal topluluklar, elektronik iletişimin birincil etkileşim biçimi olduğu ortak ilgi alanları veya ortak hedefleri olan kişilerden oluşan birlikler olarak karakterize edilmiştir (Dennis, Poothari ve Natarajan, 1998). Tüm üyelerin ilgi alanına giren bir konuyu tartışmak için düzenli olarak toplanan insan grupları (Figallo, 1998) şeklinde de tanımlanan sanal toplulukların bu tanımı, yapılmış olan bu çalışmanın sonuçları ile de teyit edilmiştir.

5.3. Dijital Yerli Öğrencilerin Kendilerini Ait Hissettikleri Sanal Sosyal Ağ Türleri

Dijital yerli öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türlerinin neler olduğunun tespit edilmesi amacıyla yapılan analizler incelendiğinde en yüksek oranda (%30,1) ve 472 öğrenci tarafından işaretleniş olan “Eğlence- Müzik- Film” kategorisinde işaretleme yapıldığı görülmektedir. “Oyun” kategorisi %22,4 ve 351 öğrenci ile ikinci en yüksek oranda işaretleme yapılmış olan kategoridir. Dijital yerli öğrencilerin 165’i ve oransal olarak %10,5’i tarafından üçüncü en yüksek oranda işaretlenmiş olan kategori ise “Bilimsel” kategoridir. Dijital yerli öğrencilerin aidiyet hissettikleri sanal topluluk türü cinsiyet değişkeni ile birlikte değerlendirildiğinde; kadın dijital yerli öğrenciler tarafından en çok tercih edilmiş olan kategorinin %82,1 ile “Eğlence-Müzik-Film” kategorisi olduğu görülmektedir. Erkek katılımcıların aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak en yüksek oranda tercih edilmiş olan kategori ise %66,8 ile “Oyun” kategorisidir.

Bu çalışma ile elde edilmiş olan bu sonuç Çağırkan, (2019)’un çalışması ile paralel bir sonuçtur. O’na göre de; “gençlerin aidiyet algılarının temelinde din, dil, kültür, etnisite gibi genel kapsayıcılığı daha geniş olan kavramlardan ziyade, kapsayıcılığı daha dar olan bir müzik grubu, film karakteri, sporcu, çevrimiçi oyun vb. gibi ve görece yeni olan faktörler üzerinden hibrit aidiyet algıları inşa edebilirler”. Dolayısı ile Çağırkan ortaya çıkan bu sonuca dayalı olarak gençlerin bu sanal gruplarda ki aidiyetlerini “hibrit aidiyet” olarak tanımlamaktadır.

Dijital yerli öğrencilerin aidiyet hissettikleri sanal topluluk türü cinsiyet değişkeni ile birlikte değerlendirildiğinde; kadın dijital yerli öğrenciler tarafından en çok tercih edilmiş olan kategorinin %82,1 ile “Eğlence-Müzik-Film” kategorisi olduğu

görülmektedir. Erkek katılımcıların aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak en yüksek oranda tercih edilmiş olan kategori ise %66,8 ile “Oyun” kategorisidir.

Elde edilen sonuçlara göre dijital yerli gençler kendi yaş dönemlerinin özelliklerine bağlı olarak daha çok duygularına hitap eden, mutluluk ve hazzaya dayalı ve doğrudan ihtiyaçlarını gidermelerine imkân sağlayacak sanal topluluklara ilgi duymaktadırlar. Ortaya çıkan veriler ışığında kadın ve erkek dijital yerli katılımcıların kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal toplulukların genel toplumsal cinsiyet kalıplarına dayalı olarak oluştuğu düşünülmektedir. Örneğin erkek egemen alanlardan spor ve siyaset kategorisinde bu açıkça görülmektedir. Erkek katılımcılar spor kategorisinde %21,1’lik bir tercihte bulunurken bu kategori kadın katılımcılar tarafından %6,9 oranında tercih edilmektedir. “Siyaset” kategorisinde erkek katılımcılar %7,8 oranında katılım gösterirken kadın katılımcılar %3,2 oranında tercih etmişlerdir. Bu verilere dayalı olarak toplumsal cinsiyet kalıplarının sanal sosyal topluluklara da aktarılmış olduğu ifade edilebilir.

Ayrıca “Milli- Kültürel”, “Çevreci Faaliyetler”, “Siyasi” ve “Dini” kategorileri her iki cinsiyet tarafından en düşük oranda tercih edilen kategorilerdir. Bu sonuca dayalı olarak dijital yerli öğrencilerin daha çok hedonist bir tutum gösterdikleri ve toplumun problemlerine karşı ilgisiz oldukları düşünülmektedir.

Dijital yerli öğrencilerin aidiyet hissettikleri sanal topluluk türü yaş değişkeni ile birlikte değerlendirildiğinde 19-21 yaş kategorisi haricinde tüm yaş kategorileri tarafından en yüksek oranda tercih edilen kategorinin “Eğlence- Müzik- Film” kategorisi olduğu görülmektedir. Bunu ikinci sırada Oyun kategorisi izlemektedir. Neredeyse tüm yaş kategorilerinde “Siyasi”, “Milli- Kültürel” ve “Çevreci faaliyetler” içerikli sanal topluluklar en düşük oranda tercih edilen kategorilerdir.

Araştırmanın en büyük yaş grubu ve aynı zamanda dijital yerli gençlerin en eski mensupları olan 19-21 yaş grubu diğer yaş gruplarına oranla nispeten daha farklı tercihlerde bulunmuşlardır. 19-21 yaş grubu dijital yerli öğrencilerin diğer yaş gruplarından farklı olarak en fazla tercih etmiş oldukları kategori “Oyun” kategorisi iken ikinci en yüksek oranda tercih etmiş oldukları kategori “Eğlence-Müzik- Film” ve Diğer başlıklı sosyal ağ türü kategorileridir. Bu yaş grubu tarafından hiç tercih edilmemiş olan sosyal ağ türleri ise “Siyasi”, “Dini”, “Spor” ve “Milli- Kültürel” sosyal ağ türü kategorileridir.

Gelir seviyesi açısından dijital yerli öğrencilerin aidiyet hissettikleri sanal topluluk türlerinde bir farklılaşma görülmediği ifade edilebilir. Bu sonuçla sanal sosyal topluluklarda gelire dayalı herhangi bir sınıflaşma veya farklı topluluk örüntülerinin bulunmadığı, sanal ortamların küresel dünya vatandaşları halinde insanları tekipleştirdiği de ifade edilebilir. Buradan gelir seviyesi düşük bireyler açısından internete erişimin mümkün olmaması nedeni ile eşitsizlik oluşturduğu görüşünün aksi yönünde bir sonuç elde edilmiştir. Yaşadığımız bu dönemde internet erişimi neredeyse fizyolojik bir ihtiyaç haline gelmiş ve hemen her eve internet girmiş durumdadır. Bu nedenle gerçek yaşamda ortaya çıkan gelir düzeyinin yarattığı eşitsizliğin sanal ortamda neredeyse ortadan kalktığı ve bir farklılık oluşturmadığı görülmektedir.

Aile Tipi değişkeni açısından da dijital yerli öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türlerinin, oranları değişmekle birlikte, en yüksek oranlar açısından aynı başlıklarda olduğu görülmektedir. Ancak eşlerden birinin ölmüş olduğu aile mensubu olan katılımcıların diğer tüm kategorilerde belli oranlarda tercih edilmiş olan “Spor”, “Eğitim”, “Bilimsel” kategorilerinde hiç tercihte bulunmamış olmaları ve yine diğer tüm kategorilerde en düşük oranlarda tercih edilmiş olan “Siyasi” faaliyetler içerikli sosyal ağ türlerinin %15,4 oranında tercih edilmiş olması dikkat çekicidir. Bu konuda evde yaşanan ebeveyn eksikliğinin siyasetteki figürler ile giderilmeye çalışıldığı düşünülmektedir.

Dijital yerli öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü yaşantılarının çoğunun geçirildiği yerleşim birimi ile karşılaştırıldığında herhangi bir farklılık oluşturmadığı görülmektedir. Tüm yerleşim birimleri için “Eğlence- Müzik- Film” kategorisi en yüksek oranda tercih edilen kategori durumundadır. Gerçek yaşantıda yaşantının çoğunun geçirildiği yerleşim birimi sunduğu imkânların farklılaşması ve farklı yaşam alışkanlıkları oluşturması, farklı kültürel ortamlar yaratması gibi etkenlere dayalı olarak insanların tercih ettikleri sosyal ağ türlerini değiştirmektedir. Ancak bu gerçekliğin sanal ortamlarda anlamını yitirdiği ve tüm insanlara bu manada eşit imkânlar sunduğu görülmektedir. Araştırmanın bu kısmından elde edilen veriler de bu olguyu destekler ve aynı zamanda açıklar niteliktedir.

Araştırmaya katılan dijital yerli öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü okul türü değişkeni açısından incelendiğinde okul türü Anadolu Lisesi olan katılımcıların %67,4’ü kendini ait hissettiği sanal topluluk türünün “Eğlence- Müzik-

Film” kategorisi, Fen Lisesi öğrencisi olan katılımcıların %63,9’u kendini ait hissettiği sanal topluluk türünün “Eğlence- Müzik- Film” kategorisidir. “Bilimsel” kategoride en yüksek oranda tercih yapmış olan okul türü yine Fen Lisesi öğrencileridir. Mesleki ve Teknik Lise öğrencisi olan dijital yerli katılımcıların kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü %64,6’ ile en yüksek oranda “Eğlence- Müzik- Film” kategorisidir. Mesleki ve Teknik Lisede okuyan öğrencilerin “Bilimsel” kategoride, tüm okul türlerine kıyasla en düşük oranda tercih yapmış öğrencilerden oluşması bu okul türü açısından düşündürücü bir sonuçtur. Ayrıca Mesleki ve Teknik Lise öğrencisi katılımcıların kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak %2,1’i ve çok düşük oranda “Eğitim” seçeneğini işaretlemiş olması da dikkat çekicidir.

İmam Hatip Lisesi öğrencisi olan katılımcıların diğer tüm okul türlerinin tersine en yüksek oranda tercih ettiği sanal sosyal ağ türü %63,2 ile “Oyun” kategorisidir. Diğer tüm okul türlerinde en yüksek oranda tespit edilmiş olan “Eğlence- Müzik- Film” kategorisinde İmam Hatip Lisesi öğrencilerinin %27,8’inin ise kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü olarak bu kategoriyi işaretlemiş olduğu görülmektedir. Diğer okul türlerine kıyasla “Eğlence- Müzik- Film” kategorisinin en düşük oranda tercih edildiği okul türüdür. Ayrıca İmam Hatip Lisesi öğrencisi olan katılımcıların bu okul türünün kuruluş amacının din adamı yetiştirmek olması bağlamında “Dini” sanal sosyal ağ kategorisi, okulun kuruluş ve işleyişine paralel olarak diğer tüm okul türlerine göre “Dini” kategoride %19,4 ile en yüksek oranda tercih yapmış öğrencilerden oluşmakta olduğu görülmektedir.

Sosyal Bilimler Lisesi öğrencisi olan katılımcıların %73,8’i kendini ait hissettiği sanal topluluk türünün “Eğlence- Müzik- Film” kategorisi, Ortaokul öğrencisi olan ve araştırma kapsamında ki en düşük eğitim kademesinde bulunan katılımcıların %60’ı kendini ait hissettiği sanal topluluk türünün “Eğlence- Müzik- Film” kategorisi, Güzel Sanatlar Lisesi öğrencisi olan katılımcıların ise %81,5’i kendini ait hissettiği sanal topluluk türünün “Eğlence- Müzik- Film” kategorisi olarak ifade etmiştir.

Bu bakımından elde edilen verilere göre “Eğlence- Müzik- Film” kategorisi tüm okul türleri ile kıyaslandığında en yüksek oranda Güzel Sanatlar Lisesi öğrencileri tarafından tercih edilmiştir. Yine Fen Lisesi öğrencilerinin “Bilimsel”, İmam Hatip Lisesi öğrencilerinin “Dini” kategorilerde en yüksek oranda tercih yapmalarının, okulun kuruluş amacı doğrultusunda okulda verilen eğitimin, sunduğu sosyal ortamın sanal sosyal

toplulukları tercihte etkili olduğunu göstermektedir. Bu sonucun içinde buldukları sosyal ortamın ve okullarda verilen eğitimin amaçlarının sanal sosyal topluluk tercihlerine etki ettiği ifade edilebilir. Ayrıca tüm okul türleri açısından geçerli olmak üzere en düşük oranlarda tercih edilen sanal sosyal ağ türleri; “Milli-kültürel, “Siyasi”, “Çevreci Faaliyetler” içerikli ağ türleridir.

Tüm bu verilere dayanarak okul türü değişkeninin dijital yerli öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türü üzerinde etkili olduğu, başka bir ifadeyle okul türünün dijital yerli öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türünü farklılaştırdığı tespit edilmiştir.

Araştırmaya açıklık sağlayacağı düşünülen ve cevabı aranan bir başka soru “*Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türleri ile sanal sosyal ağlardaki paylaşım sıklığı ve sosyal ağlardaki üyelik süresi arasında bir ilişki var mıdır?*” sorusudur. Bu soruya dair elde edilen veriler doğrultusunda sanal sosyal ağdaki paylaşım sıklığının aidiyet hissedilen ağ türleri üzerinde bazı farklılıklar oluşturduğu ifade edilebilir.

Sanal ağlarda haftada birkaç gün, Bir günde 1-3 Saat ve Bir günde 4-8 Saat arasında paylaşımda bulunan öğrencilerin ilk sırada “Eğlence- Müzik- Film” kategorisinde ikinci sırada ise “Oyun” kategorisinde tercihte bulunduğu görülmektedir.

Bir günde 1-3 Saat arasında paylaşımda bulunan öğrenciler tarafından diğer tüm paylaşım sıklığı değişkenlerinden farklı olarak en yüksek oranla tercih etmiş oldukları kategorilerin %25,9 ile Bilimsel, %18,6 ile Eğitim ve %19,7 ile Spor kategorileri olduğu görülmektedir.

Bir günde 4-8 Saat arasında sanal ağda etkinlikte bulunan katılımcıların ise %22,5 ile Bilimsel, %17,5 ile Eğitim ve %10 ile Spor kategorilerini tercih ettikleri görülmektedir. Ayrıca bir günde 4-8 Saat arasında sanal ağda etkinlikte bulunan öğrencilerin %20’sinin “Tanınmış Kişi Fan Sayfası” nda etkinlikte bulunduğu görülmektedir.

Sanal sosyal ağlarda geçirilen en uzun zaman dilimi olan, Bir günde 9 Saat ve üzeri seçeneğinde diğer seçeneklere göre bir farklılaşma görülmektedir. Sanal ağlarda Bir günde 9 Saat ve üzeri etkinlikte bulunan öğrencilerin ilk sırada “Oyun” kategorisinde etkinlikte bulunduğu görülmektedir. Diğer tüm paylaşım sıklığı seçeneklerinde ilk sırada olan “Eğlence- Müzik- Film” kategorisi ikinci sıraya gerilemektedir. Ayrıca bu kategoride dikkat çekici olan diğer tüm paylaşım sıklığı değişkenlerinden farklı olarak bir

günde 9 Saat ve üzeri paylaşımda bulunan katılımcıların %23,1'inin "Siyasi" ve "Tanınmış Kişi Fan Sayfası" nda etkinlikte bulunduğunu ifade etmesidir. Bu sonuçtan yola çıkarak paylaşım sıklığı arttıkça fanatizmi çağrıştıran sanal sosyal ağlarda etkinlikte bulunma oranının arttığı düşünülebilir.

Sonuç olarak aidiyet hissedilen sanal sosyal ağdaki paylaşım sıklığının aidiyet hissedilen ağ türleri üzerinde bazı farklılıklar oluşturduğu ifade edilebilir. Ayrıca sanal ağlarda geçirilen zamanın uzaması ile insanların "Oyun", "Siyaset", "Tanınmış Kişi Fan Sayfası" gibi grup etkinliklerine yöneliminin arttığı ve ayrıca bu sonuca dayalı olarak grup bağlılığının da arttığı ifade edilebilir.

Sanal cemaatlerin varlığından söz edebilmek için kullanıcılar arasındaki etkileşimin, kalıcı bir iletişimin ve paylaşımların ortak kişisel ilgi alanlarıyla ilgili olması gerekir. Bu bağlamda "Dijital yerlilerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağ türleri ile sanal sosyal ağlardaki üyelik süresi arasında bir ilişki var mıdır?" sorusu bu araştırmada cevap aranan bir başka sorudur. Katılımcıların kendilerini ait hissettikleri sanal ağ türü sanal ağa üyelik süresi açısından değerlendirildiğinde, öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal ağlara üyelik süresi ne olursa olsun istikrarlı bir şekilde ilk sırada tercih edilen kategori "Eğlence- Müzik- Film" kategorisi ve ikinci olarak tercih edilen kategori ise "Oyun" kategorisidir.

Ancak üyelik süresinde ki artış ile "Dini", "Siyasi", "Bilimsel", "Eğitim", "Spor", "Milli -Kültürel" ve "Tanınmış Kişi Fan Sayfası" kategorilerini tercih düzeylerinde artış görülmektedir. Sanal sosyal ağlara üyelik süresi daha kısa olan bireyler duyguya ve hazzaya dayalı tercihler yaparken, üyelik süresinde ki artışla katılımcıların toplumsal içerikli, bireysel gelişimlerini destekleyecek tarzda sanal sosyal ağları tercih etmiş oldukları görülmektedir.

Dijital yerli öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri sanal sosyal ağ türleri nelerdir? Sorusuna cevap bulmak amacıyla yapılan analizler incelendiğinde en yüksek oranda "Eğlence- Müzik- Film" ve ikinci sırada ise "Oyun" kategorisi en çok tercih edilen kategorilerdir. Dijital yerli öğrencilerin "Dini", "Siyasi", "Bilimsel", "Eğitim", "Spor", "Milli -Kültürel" gibi kategorileri daha düşük oranlarda tercih ettikleri görülmektedir. Bu sonuç ile Dijital yerli öğrencilerin daha çok "ortak ilgi" alanlarına göre tercihte buldukları ve ortak ilgi alanlarının ise eğlence ve oyun gibi daha çok hazzaya dayalı

içeriklere sahip topluluklar olduğu görülmektedir. Aynı zamanda toplumsal, kültürel, siyasi ve dini konulara ilgi düzeylerinin düşük olduğu görülmektedir.

Ayrıca bu başlıkta üzerinde durulması gerekli önemli bir başka nokta dijital yerlilerin kendinizi ait hissettiğiniz ağ türü nedir? sorusuna birden fazla seçenek seçerek cevap vermiş olmasıdır. Bu durum Cova and Cova (2002)'nın “postmodern birey, her birinde farklı bir role sahip olduğu ve belirli bir maske taktığı birden fazla kabilenin üyesidir” ifadesini haklı çıkarmaktadır.



SONUÇ

Sonuç olarak, içinde bulunduğumuz XXI. yüzyılda İnternet ve sanal sosyal ağların, bireysel ve toplumsal açılardan geri dönülmez bir şekilde, büyük değişimler ve dönüşümler yarattığı görülmektedir.

İnternet ortamı insanların, özellikle genç kuşakların, günlük hayatlarının büyük kısmını geçirdikleri alternatif bir yaşam alanı haline gelmiştir. Eğlence, sosyalleşme, alış-veriş, eğitim alma, bilgi arama, haberleşme, oyun, e-ticaret vb. gibi sayısız ihtiyaçlar, bu sanal platformlar üzerinden karşılanmaya başlamıştır. Sosyal hayat; özellikle bilgisayar ve mobil teknolojileri, çok iyi kullanabilen genç kesim için, neredeyse tamamen, gerçek mekânlardan sanal ortamlara taşınmıştır.

İnternet ve mobil teknolojileri hayatlarının en önemli parçası olarak gören, hatta internetsiz bir hayatı hayal dahi edemeyen, genç kesim ile sanal ortamlara tam olarak ayak uyduramayan diğer kuşaklar arasında, nitelik yönünden bir takım ayırıcı farklar oluşmuştur. Bu farklar, farklı kuşakların oluşması için bir dayanak olarak görülmüş ve ilk defa 2001 yılında Prensky tarafından bu farklılıklara vurgu yapan “dijital yerli” kavramı kullanılmıştır. Prensky’ye göre 1980 sonrasında doğmuş olan, İnterneti, sanal oyunları, akıllı telefonları vb. dijital bir dile çevirerek, iletişim kuran, dijital teknolojilerle etrafi sarılmış bir ortamda büyüyen hatta bu dijital teknolojileri hayatının ayrılmaz bir parçası olarak kabul eden yeni nesile “dijital yerli” ismi verilmektedir.

Bu nesil öğrencileri tanımlamak için iki temel özellik belirtilmektedir; evinde internet erişimine sahip olmak ve son 5 yıldır veya daha fazla zamanda bilgisayar kullanıyor olmak. Türkiye’de ise internetin ve sanal ağların evlerimize girişi ve yoğun olarak kullanılmaya başlaması 2000 sonrasında gerçekleşmiştir. Dolayısıyla Türkiye açısından “dijital yerli” olarak tanımlayabileceğimiz gençlik kesimi, 2000 ve sonrası doğmuş olan nesildir.

İnternet kullanımı ve sanal ağlara katılımın ortaya çıkardığı, “dijital yerli” kuşağın, sosyal ağlar üzerinden kurduğu ilişkiler, gerçek yaşamlarının yerini almaya başlamıştır. Bu bağlamda sanal sosyal ağlar, günlük uygulamalara entegre hale gelmiş ve özellikle burada “öncü” ve “erken benimseyenleri” olarak tanımlanan dijital yerli gençler için yeni aidiyet ve bağlılık biçimleri ortaya çıkarmıştır.

Gerçek toplumsal ilişkilerde ortaya çıkan, sosyal baskılardan uzaklaşarak, sanal ortamlarda özgürce hareket etme imkânına sahip olan birey, kendi sosyal evrenini de

yeniden dizayn etme fırsatını elde etmiş, pasif izleyici olmaktan çıkarak, aktif üretici konuma gelmiştir. Sanal ortamlarda uzun zaman geçiren birey, gerçek toplumsal ilişkilerinden uzaklaşmakta ve bir taraftan özgürleşirken bir taraftan da yalnızlaşmaya başlamaktadır. Bu sonuç, bireyi sanal ortamlarda, kendine alternatif sosyal bağlar kurma arayışına yöneltmiştir. Sanal sosyal ağlarda gerçekleşen yeni sürecin, bireyciliğin tersine, yeni sosyal bağların kurulduğu, bireylerin birlikte hareket edeceği bir tür postmodern kabileciliğe giden yolun başlangıcı olduğu düşünülmektedir.

Miller'in (2011) de ifade ettiği gibi, Twitter, Instagram, Snapchat, Facebook ve Whatsapp gibi sosyal ağların kendilerinin araştırılması, yalnızca bunları anlamamıza yardımcı olmak için önemli değil, aynı zamanda ortaya çıkan çağdaş toplumu anlamamızda yardımcı olmaktadır. Toplumu oluşturan sosyal etkileşimlerin aracılık ettiği farklı yollar, sürekli, değerlendirme ve analiz gerektirir. Bu araştırma bu geniş resme katkıda bulunma ve interneti hayatının vazgeçilmezi olarak gören dijital yerli neslin varlık ve aidiyet pratiklerini şekillendiren ve geliştiren etkenlerin, ortaya çıkarılmasına imkân sağlaması itibariyle önemli görülmektedir.

Elde edilmiş olan veriler ışığında, özellikle genç kesim için sosyal ilişkilerin neredeyse tamamen sanal ortama taşınmış olduğu ve internetin sunmuş olduğu sanal ortamların, zaman ve mekân engellerini ortadan kaldırarak, genelde bireyler, özelde ise araştırmamıza konu olan dijital yerli öğrenciler için, yeni sosyalleşme biçimlerini de ortaya çıkardığı ileri sürülebilir. Sosyal ağ siteleri kullanıcılarına edinmiş oldukları bilgilerini, tecrübelerini ve fikirlerini kolaylıkla paylaşma imkânı sunarak onların bu sanal mekânlarda sosyalleşmelerine ortam sağlamaktadır.

Yapılmış olan bu çalışmanın verilerine dayanarak; dijital yerli gençlerin esnek ve hareketli oldukları ve açık fikirli oldukları ifade edilebilir. Çünkü sadece kendi kültür ve toplumlarına mensup olan insanlarla değil, çok farklı kültür ve değer yargılarına sahip, başka bireyler ile sanal topluluklarda paylaşımlar yaparak, bir araya gelmektedirler. Bu durum dijital yerlileri, kimlik etiketlerinin ve geleneksel grupların ötesinde bir evrensel, küresel dünya vatandaşı konumuna getirmektedir.

Bu kuşak özellikle, bireyselliği ve akışkan kimlikleri tercih etmektedir. Ancak bununla birlikte, bireyci olsalar dahi sosyal olarak bilinçli ve kendileri ile ortak ilgi alanlarına sahip insanlarla bağlantıda kalmak istemektedirler. Bunu yaparken, üyesi oldukları sanal topluluklara, ait olmak, topluluklarını geliştirmek ve paylaşmak

istemektedirler. Özellikle sanal ağlarda aktif ve çekirdek üye konumunda olan üyeler, içinde buldukları bu sanal topluluğun lokomotifini olma rolünü üstlenmiş olmakla birlikte, gruba çok güçlü bağlılık ve aidiyet duygusu taşımaktadırlar.

Yapılmış olan bu çalışmada dijital yerli gençlerin üyesi oldukları sanal sosyal ağlara aidiyet düzeylerinin ve karşılıklı bağlılık düzeylerinin kadın öğrencilerde, erkek öğrencilere göre daha yüksek düzeyde olmakla birlikte, ortalamada orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Orta düzey bir bağlılığın tespit edilmiş olması, özellikle çevresel üyeler için sabit bir aidiyet duygusundan çok, akışkan ya da başka bir ifadeyle hibrit bir aidiyet duygusunun varlığını ifade etmektedir. Ancak gerçek topluluklarda olduğu gibi, sanal sosyal topluluklarda da, topluluğa üyelik süresi ve paylaşım sıklığının artmasının, onları aktif ve çekirdek üye konumuna getirerek, grup aidiyetleri üzerinde pozitif bir etki yaptığı ve güçlendirdiği gözlenmiştir. Yani başka bir ifadeyle; üyesi olunan sanal sosyal ağa uzun süre üyeliği bulunan katılımcıların ve aynı şekilde bu sanal ağda paylaşım sıklığı yoğun olan katılımcıların, söz konusu sanal sosyal ağlara daha yüksek düzeyde bağlılık gösterdikleri ve aidiyet hissettikleri görülmektedir.

Yine araştırmanın verileri dikkate alındığında dijital yerli gençlerin aidiyet hissettikleri sanal sosyal ağları belirleyen etkenler değerlendirildiğinde; dijital yerli gençlerin daha çok “ortak ilgi” teması çerçevesinde sanal ağ tercihinde buldukları gözlenmektedir. Kendi ilgi alanlarına uygun sanal sosyal ağlara üyelikleri olan dijital yerliler için “ortak fikirler” ve “ortak yaşam tarzları”, “ortak ilgi” boyutuna göre daha düşük düzey belirleyiciler durumundadır. Nitekim yapılmış olan mülakatlarda da bu durum katılımcılar tarafından açıkça ifade edilmiştir. Dolayısıyla dijital yerlilerin, daha çok “ortak ilgi” ile birbirine bağlanan katılımcılardan oluşan, sanal sosyal toplulukların üyeleri oldukları ifade edilebilir. Bunlara ek olarak; eğlence, müzik, film ve oyun gibi, aynı ilgi alanları etrafında bir araya gelen katılımcıların oluşturdukları topluluklara “online cemaat” (online communities) ismi verildiğini ifade etmiştik. Bu bağlamda araştırmaya katılan dijital yerli gençlerin oluşturdukları sanal toplulukların “online cemaat” (online communities) özelliği taşıdığı ifade edilebilir.

Araştırmada aidiyet hissedilen sanal sosyal ağ türlerinin; elde edilen verilere dayanarak, dijital yerli gençlerin çeşitli ilgi alanları etrafında organize olan ve rasyonel olmaktan çok, duyguya ve hıza dayalı olarak tercih edilen, sanal ağ türleri oldukları görülmektedir.

Başkalarıyla bir araya gelerek paylaştıkları duygulardan tatmin arayan kullanıcılar, ait olmak istedikleri ve kendi kimliklerini kolaylıkla ifade edebilecekleri toplulukları seçerek ya da bizzat bu toplulukları kurarak sosyal bağlar oluşturmaktadırlar. Bu açıdan sanal topluluklarda katılımcıların, daha çok “eğlence, müzik, film, oyun” gibi hazza dayalı, hoş vakit geçirebilecekleri, sanal sosyal ağları tercih ettikleri ve bu platformlarda zaman geçirdikleri görülmektedir. Bu yönü ile dijital yerlilerin toplumsal sorunlara, siyaset ve din gibi temel hareket ettirici kurumlara, en azından sanal sosyal ağlarda mesafeli oldukları görülmektedir.

Sanal sosyal ağlarda kurulan sanal topluluklar, gerçek topluluklardan bazı yönlerden farklılıklar göstermektedir. Sanal topluluklar yukarıda bahsedildiği gibi ortak ilgi, ortak fikir veya ortak yaşam tarzına sahip olan bireyler tarafından, herhangi bir gerçek mekâna ihtiyaç duyulmaksızın kurulabilirken, gerçek topluluklarda belirli bir coğrafi mekânda bir araya gelme ve yüz yüze ilişkiler söz konusudur. Gerçek topluluklarda topluluğa sadakat ile bağlı olmak ve sadece o topluluğa bağlılık esastır. Buna rağmen sanal topluluklarda bireyler, gerçek topluluklarda gösterdiği sadakati göstermemekte ve değişik gerekçelerle sanal toplulukları terk edebilmekte ve başka topluluklara kolayca dâhil olabilmektedir. Hatta katılımcı tek bir sanal topluluğa değil, aynı anda çok farklı, hatta birbirine zıt sanal topluluklara dâhil olabilmektedir. Tüm bunların dışında gerçek toplumsal gruplara girişte belirleyici etkenler olan, bireyin yaşı, cinsiyeti, gelir ve eğitim seviyesi, medeni durumu, sosyal statüsü vb. gibi etkenler, sanal sosyal ağlarda tamamen önemini kaybetmiştir. Bireyler tüm bu sayılan etkenlerden sıyrılıp, kendilerine yeni bir kimlik inşa ederek, ilgi duydukları sanal topluluklara kolayca dâhil olabilmektedirler. Bu yeni inşa edilen kimlikler; arzu edilen, hayal edilen kimliklerdir. Bu kimliklerin oluşturulmasını sınırlayan herhangi bir kısıtlayıcı etken de yoktur. Dünyanın herhangi bir bölgesinden, herhangi bir toplumsal sınıftan, kendine yeni bir kimlik inşa etmek isteyen birey; bilgisayar ekranı karşısında oturup, kral elbisesi giyerek, kendine bir kral kimliği çizebilmektedir. Ancak hayal edilen bu sanal kimlik ile gerçek kimlik arasında oluşan bu farklılık, zaman içerisinde mesafenin iyice açılmasına ve kimlik kargaşasına neden olmaktadır.

Ayrıca araştırmadan elde edilen verilere göre bireylerin sahip olduğu yaş, cinsiyet, eğitim, aile tipi, gelir seviyesi, yerleşim birimi gibi etkenler dijital yerli öğrencilerin

aidiyet hissettikleri sanal topluluk türlerinde, tartışma ve bulgular kısmında ifade edilen küçük ayrıntılar dışında, bariz bir farklılaşmaya neden olmamaktadır.

Bu sonuçla, sanal sosyal topluluklarda, bu tip etkenlere dayalı, herhangi bir sınıflaşma veya farklı topluluk örüntülerinin bulunmadığı, sanal ortamların bireyleri küresel dünya vatandaşları haline getirerek, onları tek tipleştirdiği ve eşitlediği ifade edilebilir.

Yapılan araştırmada; anketlerden elde edilmiş veriler ve yapılmış olan mülakatlarda katılımcılar tarafından ifade edilen ve aynı zamanda gözlemlenmiş olduğumuz bir başka dikkat çekici husus ta, eğlence, müzik ve film kategorisinde, dijital yerli gençler tarafından çok fazla ilgi duyulan, Japon kültürünü benimsetmek için üretilmiş olan çizgi filmler, yani Animelerin ve yine aynı amaçla kaleme alınmış olan çizgi kitaplar yani Mangaların ve Koreli bir hip-hop idol grubu olan (cinsiyetsiz bir görünüme sahip)BTS 'in takipçilerinin varlığıdır. Bu takipçilerin sayıları gün geçtikçe artmaktadır. Sanal ortamlarda MangaTR, TürkAnime sitesinde ve BTS ARMY Turkey gibi gruplarda takipçi olan ve bu gruplara son derece yüksek düzeyde bağlılık ve aidiyet hisseden bir kitlenin varlığı, sanal ortamlarda kendi kültüründen ve değerlerinden uzaklaşarak, kültürel yozlaşmaya maruz kalan bir genç kesimin varlığını gözler önüne sermektedir.

Bu çalışmanın yapıldığı, özellikle Covid-19 pandemisi döneminde, internet erişimi neredeyse fizyolojik bir ihtiyaç haline gelmiş ve hemen her eve, hatta ceplerimize kadar girmiş durumdadır. Bu nedenle gerçek yaşamda ihtiyaç duyulan her şey sanal ortamda, internet üzerinden giderilmeye başlamış ve özellikle gençlerimiz için internet, Bayhan'ın ifadesiyle “önemli bir model sunucu ajan” haline gelmiştir.

Sanal sosyal ağlarda ortaya çıkan aidiyet duygusunun betimsel bir şekilde çözümlendiği bu araştırma sonuçları doğrultusunda dijital bir dönemin ortaya çıktığı öne sürülebilir. Jenkins(2001)'in ifadesiyle bir “Dijital Rönesans” döneminden geçildiği de söylenebilir. İşte bu sanal topluluklarda kurulan ilişkiler, yeni bir devri başlatmakta ve yeni sosyalleşme mekânlarında, özellikle genç kesim yeniden kodlanarak kültür yeniden üretilmektedir. Bu bağlamda internet, hayatımızı kolaylaştırıcı etkilerinin yanında, özellikle dijital yerli gençler ve daha sonra gelecek olan nesil için, bir takım riskler de taşımaktadır. Çünkü bu yeni mekânlar, yeni kimlik ve aidiyet mekânı haline gelmiştir. Genç nesil, bu sanal mekânlarda kendilerine sunulan yeni kültürü benimsemekte ve bu

küresel kültüre eklemlenmektedir. Yapılan bu çalışma bu sürecin başladığını açıkça gözler önüne sermektedir.



KAYNAKÇA

- ACUN, R. (2011). “Her Dem Yeniden Doğmak: Online Sosyal Ağlar ve Kimlik”, **Milli Folklor Dergisi**, Yıl 23, Sayı 89 66-77.
- ADANIR, O. (2008). **Simülasyon Kuramı Üzerine Notlar ve Söyleşiler**, Hayalet Kitap, İstanbul.
- AĞAÇ SUCU, S. (2019). **Kitlelerin Yeni Göç Mekânları Olarak Sosyal Medya ve Sanal Göç İlişkisi Bağlamında Toplumsal Değişimin İncelenmesi**, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- AJJAN, H., ve HARTSHORNE, R. (2008). “Investigating Faculty Decisions To Adopt Web 2.0 Technologies: Theory And Empirical Tests”, **The Internet And Higher Education**, 11(2), 71-80.
- AKAR, E. (2010). **Sosyal Medya Pazarlaması Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri**, Efil Yayın Evi, Ankara.
- AKBUĞA, F. (2014). **Uses Of Social Network Sites Among Digital Natives: The Case Of Facebook Use Among Metu Students**, In Partial Fulfillment Of The Requirements For The Degree Of Master Of Science In Sociology Graduate Program, Ankara.
- AKKAŞ, İ. (2012). **Sanal Cemaatler**, Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- AKSAK, M. (2017). **Farklı Lise Türlerine Devam Eden Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları İle Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Gaziosmanpaşa İlçesi Örneği)**, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- AKTAŞ, C.(2007).“Bir İletişim Aracı Olarak İnternetin Toplum Etkileri”, ss. 121-130, içinde Erol, G. (der.), **Medya Üzerine Çalışmalar**, Beta Yayınları, İstanbul.

- ALEMDAROĞLU, A. ve DEMİRTAŞ, N. (2004). “Mynet’te Erkeklik Halleri”, **Toplum ve Bilim**, 101: 206-225.
- ALLEN, N. J., MEYER, J. P., (1990). The Measurement And Antecedents Of Affective, Continuance And Normative Commitment To The Organization, **Journal of Occupational Psychology**, 63: 1-18.
- ALPTEKİN, D. (2011). **Toplumsal Aidiyet ve Gençlik: Üniversite Gençliğinin Aidiyeti Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ANANT, S. S. (1966). “Need to Belong”, **Canadas Mental Health**, 14(2), 21-27
- ANDERSON, B. (2004). **Hayali Cemaatler, Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması**,(Çev. İskender Savaşır), Metis Yayınları, İstanbul.
- ARGIN, S. F. (2013). **Ortaokul ve Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi (Çekmeköy Örneği)**,Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi.
- ARIKAN, Y. D., SARSAR, F., ve HARMON, S. (2014). “Facebook vs. Blogs in Education: A study For Creating An Opinion Scale”, **In Society for Information Technology & Teacher Education International Conference**(Vol. 2014, No. 1, pp. 1169-1171).
- ARISTOTELES. (2019). **Fizik**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- ARSLANOĞLU, R.(1998). **Kent ve Küreselleşme**, Asa, Bursa.
- ASLAN, P. (2011). **Halkla İlişkilerde Yeni Eğilimler: Sosyal Medya**, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ATABEK, Ü. (2005).“İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar”, ss.61-90, içinde Alankuş, S. (der.), **Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya**, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul.

- ATALAY, R. (2014). **Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları İle Algıladıkları Sosyal Destek Arasındaki İlişki**, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- AUGUSTINUS (2009). **İtirafklar**, Kabalcı Yayınevi, İstanbul.
- AYDIN, A. (2003). **Gelişim ve Öğrenme Psikolojisi**, 4. baskı, Alfa Yayınları, İstanbul.
- BABACAN, M. E. (2014). “Sosyal Medya Sonrası Yeni Toplumsal Hareketler”, **Birey ve Toplum Dergisi**, Cilt: 4, Sayı: 7, 135-160.
- BABAN, E. (2012). “Mc Luhan ve Budrillard’ın Penceresinden Sosyal Medyanın Etkisi: İfaden Esareti, Gözetlenen Toplum Ve Kayıp Kimlik Sendromu”, **Sosyal Medya Akademi İçinde** (57-83) Beta, İstanbul.
- BAKIROĞLU, C. (2013, Ocak). “Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları”, **Akademik Bilişim Konferansı**, Antalya.
- BARRETT, O.B. ve BRAHAM, P. (1995), **Media, Knowledge and Power**, Routledge, London.
- BAUDRILLARD, J. (1991). **Sessiz Yığınların Gölgesinde Ya Da Toplumsalın Sonu**, (Çev.Oğuz Adanır), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- BAUDRILLARD, J. (2011). **Simülakrlar ve Simülasyon**, Doğu Batı Yayınları, Ankara.
- BAUMAN, Z. (1998). **Sosyolojik Düşünmek**, Ayrıntı Yay., İstanbul.
- BAUMAN, Z. (2010). **Etiğin Tüketiciler Dünyasında Bir Şansı Var Mı?**, De Ki Yayınevi, Ankara.
- BAUMAN, Z. (2011). **Modernite, Kapitalizm, Sosyalizm**, Say Yayınevi, İstanbul.
- BAUMEISTER, R., ve LEARY, M. (1995). “The Need To Belong: Desire for Interpersonal Attachments As a Fundamental Human Motivation”, **Psychological Bulletin**, 117(3), 497- 529.

- BAYHAN, V. (2011). “Hedonist ve Puritan Etik Sarmalında Postmodern Gençlik”, **38. ICANAS, Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi**, 10-15 Eylül 2007, Bildiriler, Çevre, Kentleşme Sorunları ve Çözümleri, 1.Cilt, Ankara.
- BAYHAN, V. (2013). “Gençlik, Sosyal Medya ve İnternet Bağımlılığı”, **Düşünce Dünyasında Türkiz Siyaset ve Kültür Dergisi**, Yıl:4 / Sayı: 23 / Eylül - Ekim 2013.
- BAYM, N. K. (2000). **Tune In, Log On: Soaps, Fandom And Online Community**, Thousand Oaks, Sage Publications, Inc.
- BERBEROĞLU, B. (2009). **Klasik ve Çağdaş Sosyal Teoriye Giriş: Eleştirel Bir Perspektif**, Can Cemgil(çev), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- BERMAN, M. (1994). **Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor, Modernite Deneyimi**, Ümit Altuğ ve Bülent Peker(çev), İletişim yay. (1. Baskı), İstanbul.
- BEZİRGAN, M.(2014). **Destinasyon İmajı, Algılanan Değer, Aidiyet Ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesi: Bir Araştırma**, Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BİLGİN, N. (2001). **İnsan İlişkileri ve Kimlik**, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- BİLGİSEVEN, A.K., (1995). **Genel Sosyoloji**. (5. Baskı), Filiz Kitabevi, İstanbul.
- BİNARK, M. (2001), “Kadının Sesi Radyo Programı ve Kimliği Konumlandırma Stratejisi”, **Toplumbilim: Kültürel Çalışmalar Özel Sayısı**, Sayı 14, Bağlam Yayınları, Ankara, s.75-90
- BİNARK, M. (2005). “Kimlik (lenme) Dipnotsuz İletişim ve Etnik Laflama Odaları”, **İnternet Toplum Kültür**, (der. Mutlu Binark Barış Kılıçbay), Epos Yayınları, Ankara.
- BLANCHARD, A. L., and MARKUS, M. L. (2004). “The Experienced Sense Of A Virtual Community, Characteristics And Processes”, **ACM SIGMIS Database: the DATABASE for Advances in Information Systems**, 35(1), 64-79.
- BLANCHOT, M. (1997). **İtiraf Edilemeyen Cemaat**, (Çev. Işık Ergüden), Ayrıntı, İstanbul.

- BOYD, D. M. ve ELLISON, N. B. (2007). "Social Network Sites: Definition, History, And Scholarship", **Journal Of Computer-Mediated Communication**, Cilt: 13, Sayı:1, Ss. 1-11. [Http://Jcmc.Indiana.Edu/Vol13/Issue1/Boyd.Ellison.Html](http://Jcmc.Indiana.Edu/Vol13/Issue1/Boyd.Ellison.Html) (Erişim Tarihi 04.10.2019)
- BOZKURT, V. (1999). **Yıkıcı Gemeinshaft'tan "Öteki" siz Post Modern Kabilelere Sanal Cemaatler**, Birikim, İstanbul.
- BOZKURT, V. (2018). Sosyal Medya Kullanan Gençler Arasında Bencillik ve Yalnızlık, **Türkiye'nin Yüzyılı Ve Geleceği Uluslararası Gençlik Sempozyumu Tebliğler Kitabı**, Yayına Haz. M. Aslan.
- BREDEMEIER, B. J. L. (1994). "Children's Moral Reasoning And Their Assertive, Aggressive, And Submissive Tendencies In Sport And Daily Life", **Journal Of Sport And Exercise Psychology**, 16(1), 1-14.
- BROWN, V. R. & VAUGHN, E. D. (2011) "The Writing On The (Facebook) Wall: The Use Of Social Networking Sites In Hiring Decisions", **Journal of Business and Psychology**, 26 (2). p. 219-225.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. vd (2013). **Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Pegem Akademi Yayınları, Ankara.
- BÜYÜKŞENER, E. (2009). http://inet-tr.org.tr/inetconf14/kitap/buyuksener_inet09
- CANKORKMAZ, Z. (2010). "Üniversite Öğrencilerinin Bilgi Teknolojilerini Kullanma Düzeyleri ve İnternetteki Tüketim Eğilimleri", **C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt 11, Sayı 2, ss.l 11-131.
- CASTELLS, M. (2004). **Ağ Toplumunun Yükselişi, Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum Kültür**, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- CASTELLS, M. (2005). **Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Ağ Toplumunun Yükselişi**, Cilt 1 (Çev. E. Kılıç), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

- CASTELLS, M. (2013). **İsyan ve Umut Ağları: İnternet Çağında Toplumsal Hareketler**, (Çev. E. Kılıç), Koç Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- CASTELLS, M., ARDEVOL, M. F., QIU, J. L. ve SEY, A. (2007). **Mobile Communication and Society a Global Perspective**, The MIT Press, London.
- CEVİZCİ, A. (2010). **Felsefe Sözlüğü**, Paradigma Yayınları, İstanbul.
- CHU, R. J. (2014). “Empowerment Online: Feminist Adult Learning Strategies”, **Creative Education**, 05(03), 141–144. doi:10.4236/ce.2014.53022.
- CODAL, K. S. ve COŞKUN, E. (2015). “Sosyal Ağ Yapılarının Değerlendirilmesi Üzerine Odaklanan Modellerin İncelenmesi”, **İşletme Bilimi Dergisi**, Sayı: 2, Cilt: 3, Sakarya, ss. 1-7.
- COLLEY, A. and MALTBY, J. (2008), “Impact Of The Internet On Our Lives: Male And Female Personal Perspectives”, **Computers In Human Behavior**, Vol. 24 No. 5, pp. 2005-2013.
- COVA, B. and COVA, V. (2002). “Tribal Marketing: The Tribalisation of Society and Its Impact on The Conduct of Marketing”, **European Journal of Marketing**, Vol. 36 Iss: 5/6, pp. 595-620.
- COYLE, C. ve VAUGHN, H. (2008). “Social Networking: Communication Revolution Or Evolution?” **Bell Labs Technical Journal**, 13(2), 13.
- ÇAĞIRKAN, B. (2019). “Çokkültürlü Toplumsal Yapılarda Değişen Aidiyet Algıları: Yeni Toplumlar, Yeni Aidiyetler”, **Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 12(2), 558-573. doi: 10.17218/hititsos bil.620067
- ÇAKIR, M. (2014). **Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü**, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- ÇAMBAY, S. O. (2015). “Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak Yeni Medya: Kuramsal Bir Değerlendirme.” **Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 5/2, 237-247.

- ÇAYCI, B. ve KARAGÜLLE, A. E., (2014). “Mobil İletişim Teknolojileriyle Değişen Örgütlenme Biçimleri: Ağlarda Örgütlenen Toplumsal Hareketler”, **Journal of Yasar University**, 9 (36), ss. 6261-6380.
- ÇEÇEN, A. R.(2008). Öğrencilerinin Cinsiyetlerine Ve Anababa Tutum Algılarına Göre Yalnızlık Ve Sosyal Destek Düzeylerinin İncelenmesi, **Türk Eğitim Bilimleri Dergisi** Yaz 2008, 6(3), 415-431.
- ÇIMRIN, F.(2011). “Manuel Castells’i Yeniden Okumak: Küresel Ağ Hareketliliği Yaklaşımının Eleştirel Bir Değerlendirmesi”, **Y.D.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi**, Vol:4, S.2, s. 65-77.
- ÇİFTÇİ, O. vd.(2017). “İletişim Teknolojileriyle Değişen Örgütlenme Biçimleri: Sanal Topluluklar”, **The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC** April 2017 Volume 7 Issue 2.
- DAĞSALGÜLER, A. (2013). **Ağ Toplumu Ekonomi Politikası: Türkiye’de 1990-2010 Yılları Arasında Medya Sektörünün Yeniden Şekillenmesi**, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- DAVIS, K. (2012). “Friendship 2.0: Adolescents’ Experiences Of Belonging And Self-Disclosure Online”, **Journal Of Adolescence**, 35(6), 1527-1536.
- DEDEOĞLU, A. O. VE ÜSTÜNDAĞLI, E. (2011).“Sanal Topluluklar Bağlamında Tüketicilerin Tüketim, Yaşam Tarzı ve Kimlik Yönünden Değerlendirilmesi”, **Business and Economics Research Journal**, Volume 2 Number 2 . 2011 pp. 23-40 ISSN: 1309-2448 www.berjournal.com
- DELANTY, G. (2001). “Nationalism: Between Nation and State”, **Hand Book of Social Theory**, (Ed: G. Ritzer ve B. Smart), Sage, London.
- DEMİREL, B. Y. (2020). **Yeni Medya Döneminde Hayran Kültürü-Topluluk Duygusu ve Pratikleri Üzerine İnceleme**, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- DENNIS, A. R., POOTHERI, S. K., & NATARAJAN, V. L. (1998). "Lessons From The Early Adopters Of Web Groupware", **Journal Of Management Information Systems**, 14 (4), 65– 86.
- DIGITAL AGE(2013). "Mobilde Sosyal Medyayı Nasıl Tüketiyoruz", **Eylül**, ss.64-65.
- ELCİYAR, K. ve KÜÇÜK, M.(2020). "Sosyal Ağ Kullanımı: Sosyal Kazanımlar, Kendini Gerçekleştirme ve Aidiyet", **Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 33, s. 198-210
- ELDEN, S.(2009). "Space I", Ed. R. Kitchin & N. J. Thrift, **International Encyclopedia Of Human Geography**, (Çevrimiçi) Vol. 10, pp. 460, Oxford, Elsevier,UK.
- ELIAS, N. (2000). **Uygarlık Süreci**, çev. Ender Ateşmen, İletişim Yay., İstanbul.
- ELİTAŞ, T. ve KESKİN, S. (2014) "Sanal Aidiyet Bağlamında Zihinsel Diaspora: Facebook Örneği", **Atatürk İletişim Dergisi**, Sayı 7.
- ERDOĞAN, İ. (1995). "Uluslararası Bilgisayar Şebekesi İnternet ve İletişimin Kontrolü", **Bilim ve Ütopya Dergisi**, Temmuz 1995 (13.).
- ERDOĞAN, İ. (2015). **Medya Sosyolojisi**, Anadolu Üniversitesi, Yayını No: 2832, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 17901995 (13.), Eskişehir.
- ERGUN, D. (2000), **Kimlikler Kıskaçında Ulusal Kişilik**, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.
- ERICKSON, T. (1997). "Social İnteraction On The Net: Virtual Community As Participatory Genre",**Paper Presented At The 30th Annual Hawaii International Conference On System Sciences**, Hawaii .
- ERKAL, M. (2000). **Sosyoloji**, Der Yayınları, İstanbul.
- ERKAL, M. (2012). "Sosyal Değişme ve Sosyal Gelişmeye Çağdaş Bir Yaklaşım", **Journal of Social Policy Conferences**,0(31),297-328.Retrieved from <https://dergipark.org.tr>
- ETİMOLOJİ TÜRKÇE, (2019). <https://www.etimolojiturkce.com>

- FACER, K. (2011). **Learning Futures: Education, Technology and Social Change**, Uppsala University.
- FERNBACK, J. (1999). **There Is A There There: Notes Toward A Definition Of Cybercommunity**, In S. Jones (Ed.), *Doing Internet Research: Critical Issues And Methods For Examining The Net* (pp. 203– 220), Sage Publications, Thousand Oaks.
- FICHTER, J. (2009). **Sosyoloji Nedir?**, çev. Nilgün Çelebi, Anı Yayıncılık, Ankara.
- FIGALLO, C. (1998). “Hosting Web Communities: Building Relationships, Increasing Customer Loyalty, And Maintaining A Competitive Edge”, **John Wiley & Sons, Inc.**, New York.
- FISHER, E. (2010). **Media and New Capitalism in the Digital Age The Spirit of Networks**, **Palgrave**, Macmillan, New York.
- FRIEDMAN, T. (2006). **Dünya Düzdür, Yirmibirinci Yüzyılın Kısa Tarihi**, Çev. Levent Cinemre, Boyner Yayınları, İstanbul.
- GALLO, J. (2011). **Weblog Journalism: Between Infiltration and Integration**. http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/weblog_journalism_pf.html
- GARTON, L., HAYTHORNTHWAİTE, C., WELLMAN, B. (1997). “Studying Online Social Networks”, **Journal of Computer-Mediated Communication**, Volume 3, Issue 1, 1 June 1997, JCMC313.
- GEZGİN, M. (2011). “Cemaat-Cemiyet Ayırımı ve Ferdinand Tönnies”, **Istanbul Journal of Sociological Studies**, 0(22), <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuoskon/issue/9527/119110>
- GIBSON, W. (1998). **Neuromancer**, (Çeviren: Melike Altıntaş), Sarmal Yayınevi, İstanbul.
- GIDDENS, A. (2000). **Elimizden Kaçıp Giden Dünya**, (Çeviren: Osman Akınhay), Alfa Yayınları, İstanbul.

- GIDDENS, A. (2005). **Sosyoloji**, Ayraç Yayınları, Ankara.
- GIDDENS, A. (2012). **Modernliğin Sonuçları**, Ersin Kuşdil (Çev.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- GIERNY, T, F. (2000), “A Space For Place In Sociology”, **Annual Review of Sociology**, Vol. 26, ss. 463–96.
- GLEASON, P. (2006). “Identifying Identity”, B. Ashcroft, G. Griffiths ve H. Tiffin (Der.) içinde, **The Post-Colonial Studies Reader** (p. 194-196), Oxford, Routledge.
- GOFFMAN, E. (2012). **Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu**, (Çev. Barış Cezar), Metis Yayınları, İstanbul.
- GOLDMAN, R. ve PAPSON, S. (2003). ‘Simulacra definition’, **St. Lawrence University**, New York. (<http://it.stlawu.edu/~global/glossary/simulacra.def.html> (Erişim tarihi: 4 Nisan 2020.))
- GONZALES, L. ve VODICKA, D. (2010). “Top Ten İnternet Resources For Educators”, **Leadership**, 39 (3), 8-37.
- GONZÁLEZA, M. M. A., vd.(2013). “Virtual Worlds. Opportunities and Challenges in the 21st Century”, **Procedia Computer Science**, 25 (2013) 330 – 337
- GÖKA, E. ve BEYAZYÜZ, M. (2005). “Yeni Dünya Düzeninin ‘Kimlik Siyaseti’: Psikolojik Bir Bakış Denemesi”, **Türkiye Günlüğü**, s: 83, ss. 17-26.
- GÖKER, G., vd. (2010). “Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Paylaşım: Facebook Üzerine Ampirik Bir Araştırma”, **E-Journal of New World Sciences Academy Humanities**, 4C0035, 5, (2), 183-206.
- GÖNENLİ, G. ve HÜRMERİÇ, P (2012). “**Sosyal Medya: Bir Alan Çalışması Olarak Facebook Kullanımı**”, Sosyal Medya/Akademi, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- GÖREGENLİ, M. (2010). **Çevre Psikolojisi: İnsan-Mekân İlişkileri**, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

- GÖRGÜN BARAN, A. (2013). **Pratik Kültür, Sermaye, Habitus ve Alan Teorileriyle Pierre Bourdieu Sosyolojisi, Sosyolojide Yakın Dönem Gelişmeler** (Edit. Serap Suğur, Aylin Görgün Baran), Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir.
- GÜLEÇ SOLAK, S. (2017). “Mekan-Kimlik Etkileşimi: Kavramsal ve Kuramsal Bir Bakış”, **MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 6(1), 13-37.
- GÜLEÇ, C. (1992), **Türkiye’de kültürel Kimlik Krizi**, Verso Yayıncılık, Ankara.
- GÜLEÇ, Y. (2002). **Ergenlerin Öfke Yaşantıları, Benlik Algıları Ve Akademik Başarı İlişkileri**, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- GÜLERARSLAN, A. (2011). **İzleyici Reklamla Ne Yapar İnternet Reklamlarına Yönelik Kullanım ve Motivasyonlar**, Tablet Kitapevi, Konya.
- GÜNEŞ, A. (2014). **Tutunma Çabası Aidiyet**, Timaş Yayınlar, İstanbul.
- GÜRHANİ, N. (2004). “On-Line (Çevrimiçi) Toplumun Doğuşu,” <http://sinemafanatik.com>.
- GÜRSAKAL, N. (2009). **Sosyal Ağ Analizi: PAJEK, UNICET ve GMINE Uygulamalı**, Dora Basım Yayın, Bilgisayar Kitapları Dizisi, Bursa.
- GÜVENÇ, B. (1993), **Türk Kimliği**, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- GÜZEL, M. (2006). “Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü”, **Küresel İletişim Dergisi**, sayı 1, Bahar- 2006
- GÜZEL, M. (2007). “Küreselleşme, Tüketim Kültürü ve İnternet’teki Gençlik Siteleri” içinde Der. Binark, M. **Yeni Medya Çalışmaları**, Dipnot Yayınları, Ankara.
- HABERLİ, M. (2012). “Yeni Bir Örgütlenme Biçimi Olarak Sanal. Cemaatler”, **İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi**, Sayı 3, 118-134.
- HAGERTY, B. M., LYNCH-SAUER, J., PATUSKY, K. L., BOUWSEMA, M. VE COLLIER, P. (1992). Sense Of Belonging: A Vital Mental Health Concept, **Archives of Psychiatric Nursing**, 6(3), 172-177

- HAMPTON, K. N., LIVIO, O. ve GOULET, L. S. (2010). “The Social Life of Wireless Urban Spaces: Internet Use, Social Networks, and the Public Realm”, **Journal of Communication**, 60: 701-722.
- HAWKING, S. (2019). **Zamanın Kısa Tarihi**, Alfa Basım, İstanbul.
- HAZAR, M. (2011). “Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Sayı: 32, ss.151-175.
- HEIDEGGER, M. (1996). **Zaman ve Varlık Üzerine**, A Yayınevi, Ankara.
- HILL, L. H. (2006). “Sense of Belonging as Connectedness, American Indian Worldview, and Mental Health”, **Archives of Psychiatric Nursing**, 20 (5), 210–216
- HILTZ, S. R. (1984). **Online Communities: A Case Study Of The Office Of The Future**, Norwood, Ablex Publishing Corporation, NJ.
- HILTZ, S. R.& WELLMAN, B. (1997). Asynchronous Learning Networks As A Virtual Classroom, **Communications of the ACM**, 40 (9), 44– 49.
- HOGG, M. A.& TERRY, D. J. (2000). “Social Identity And Self- Categorization Processes İn Organizational Contexts”, **Academy Of Management Review**, 25 (1), 121– 140.
- HOGG, M. A. (1996). **Group Structure And Social Identity**, In W. P. Robinson (Ed.), **Social Groups And Identities: Developing The Legacy Of Henri Tajfel** (pp. 65– 94). UK: Butterworth- Heinemann.
- HORAN, D. P. (2010). “Striving Toward Authenticity: Merton’s “True Self” And The Millennial Generation’s Search For Identity”, **Merton Annual** (23): 80-89.
- IGBARIA, M. (1999). “The Driving Forces İn The Virtual Society”, **Communications Of The ACM**, 42 (12), 64– 70.
- INTEL.(2012). **Genç Türkiye Araştırması**, <http://www.btnet.com.tr/58547-intelin-turkiyede-yaptigi-arastirma-teknolojiningencler-uzerindeki-etkisini-ozler-onune-seriyor.html>

ITO, M., BAUMER, S., BITTANTI, M., BOYD, D., CODY, R., HERR-STEPHENSON, B., ET AL. (2009). **Hanging Out, Messing Around, And Geeking Out: Kids Living And Learning With New Media**, The MIT Press, Cambridge.

İBİCİOĞLU, H. (2000). “Örgütsel Bağlılıkta Paradigmatik Uyumun Yeri”, **Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 15(1): 13-22.

İNCEOĞLU, M. (2010). **Tutum, Algı, İletişim**, Beykent Üniversitesi Yayınevi, İstanbul.

JENKINS, H. (2001).“Digital Renaissance: Convergence? I Diverge”, **Technology Review** (Erişim Tarihi: 10.11.2020 <http://web.mit.edu/~21fms/People/henry3/converge.pdf>)

JENSEN, K. B. ve ROSENGREN, K. E. (2005). “İzleyicinin Peşindeki Beş Gelenek”, Şahinde-Yiğit Yavuz (çev), **Medya ve İzleyici Bitmeyen Tartışma**, Vadi Yayınları, Ankara.

JOINSON, A. N. (2008, April). “Looking At, Looking Up Or Keeping Up With People? Motives And Use Of Facebook”, **In Proceedings Of The SIGCHI Conference On Human Factors İn Computing Systems** (Pp. 1027-1036).

JONES, N., BLACKKEY, H., FİTZGİBBON, K., ve CHEW, E. (2010). “Get Out Of My Space!” **Computers & Education** 54 (3), 776–782.

JONES, Q. (1997). “Virtual- Communities, Virtual Settlements & Cyber- Archaeology: A Theoretical Outline”, **Journal Of Computer Mediated Communication**, 3 (3). Retrieved October 17, 2003 from

KABAKLI ÇİMEN, L. (2018). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı İle Sanal Ortam Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**. Cilt:17 Sayı:68 (1431-1452)

KAĞITÇIBAŞI, Ç. (2006), **Yeni İnsan ve İnsanlar / Sosyal Psikolojiye Giriş**, 10. Basım, Evrim Yayınevi, Ankara.

KARABIÇAK, M. (2002).“Küreselleşme Sürecinde Gelişmekte Olan Ülke Ekonomilerinde Ortaya Çıkan Yönelim ve Tepkiler”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi**, Cilt:7, Sayı:1

- KARABOĞA, M. T.(2018). “Üniversite Öğrencilerinin Bir Sosyalleşme Alanı Olarak Sosyal Medya Hakkındaki Görüşleri”, **Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 14(3): 912-936”
- KARABULUT, B. (2015). “Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler”, **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 21, 11-23.
- KARAGÜLLE, A. E. ve ÇAYCI, B. (2014). Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma, **The Turkish Online Journal Of Design, Art and Communication – Tojdac** Volume 4 Issue 1
- KARAKEÇİLİ, E. (2015). **Aidiyet Meselesi Bağlamında Bedenin Mekânsızlığı**, Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara
- KARAKUŞ, P. (2014). **Farklı Kimlik Gruplarında Yer Kimliği, Yerin Anlamları Ve Kültürlenme Süreçleri** (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Ege Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- KARASAR, N. (2011). **Bilimsel Araştırma Yöntemi**, Nobel Yayınları, Ankara.
- KAYA, Y.ve TALAS, M.(2011). “Küresel Endişe”, **Istanbul Journal of Sociological Studies**, 0 (28), 89-104. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusoskon/issue/9523/118990>
- KEYMAN, E.F. (1999). **Türkiye ve Radikal Demokrasi**, 1. Baskı, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- KILIÇBAY, M. A. (2003), “Kimlikler Okyanusu”, **Doğu-Batı**, “Kimlikler”, Sayı: 23, Mayıs-Haziran-Temmuz 2003, Doğu-Batı Yayınları, Ankara.
- KILSHEIMER, J. (1997, April 7). “Virtual Communities; Cyberpals Keep İn Touch Online”,**The Arizona Republic**, P. E3.
- KJAERSTAD, I. (2014). İ Generation Or Generation Me? Identity Development With The Millennials”,Doctoral Dissertation, **Faculty of Society & Design, Bond University**. Accessed May 18, 2019 (www.ingeborgkjaerstad.wordpress.com).

KOCACIK, F. (1985). “Toptumsal Bir Olgu Olarak Gençlik”, **C. Ü. Fen Edebiyat Fak. Sos. Bil. Dergisi**, sa11:4.

KOÇEL, T. (1998). **İşletme Yöneticiliği**, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

KÖK, A. (2013). **Günümüz Toplumsal Ortamında Kişilerarası İlişkilerdeki Dönüşümün Sosyal Medyayı Kullanan Çocuklar Üzerinden İncelenmesi**, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi.

KRZYZANOWSKI, M. ve WODAK, R. (2008). “Multiple Identities, Migration and Belonging: Voices of Migrants”, **Identity Trouble**, (Ed: C.R. Caldas-Coulthard ve R. Ledema), Palgrave Macmillan London.

KÜÇÜKKURT, M. vd. (2009). “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Perspektifinden Üniversite Öğrencilerinin Medyaya Bakışı”, **Selçuk İletişim**, 6, 1.<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/177853>

KWAK, H., CHUN, H. and MOON, S. (2011).“Fragile Online Relationship: A First Look At Unfollow Dynamics İn Twitter”,**In Proceedings Of The SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems**. (s. 1091-1100). ACM.

LAÇİNER, Ö. (2002), “Kentlerin Dönüşümü ve Yeni Kentlilik Bilinci”, Ed.: Ferzan Yıldırım, **Kentte Birlikte Yaşamak Üstüne**, 2. Basım, Demokrasi Kitaplığı, İstanbul.

LARRAIN, J. (1995). **İdeoloji ve Kültürel Kimlik**, Sarmal Yayınevi, İstanbul. Medyanın Toplumsal Etkileri Mayıs 17, 2010 <https://medyakulturvetoplum.wordpress.com/medyanin-toplumsal-etkileri/> (Erişim Tarihi:6.10.2020)

LEFEBVRE, H. (2007). **Modern Dünyada Gündelik Hayat**, 2. Baskı, Metis Yayınları, İstanbul.

LEFEBVRE, H. (2016). **Mekanın Üretimi**, Sel Yayıncılık, İstanbul.

LENHART, A., PURCELL, K., SMİTH, A. VE ZICKUHR, K. (2010). “Social Media & Mobile İnternet Use Among Teens And Young Adults, Millennials”, **Pew İnternet ve American Life Project**.

- LEVETT-JONES, T., LATHLEAN, J., MAGUIRE, J. & MCMILLAN, M., (2007). "Belongingness: A Critique of The Concept and Implications for Nursing Education", **Nurse Education Today**, Elsevier Ltd., Vol. 27, s. 210- 218.
- LIETSALA, K. ve SIRKKUNEN, E. (2008). **Social Media: Introduction To The Tools And Processes Of Participatory Economy**, Tampere University Press, Finland.
- LIN, H. F. (2007). The Role of Online and Offline Features in Sustaining Virtual Communities: An Empirical Study. **Internet Research**, 19(2), 119-138.
- LIN, H. F. (2008). Determinants of Successful Virtual Communities: Contributions from System Characteristics and Social Factors, **Information and Management**, 45(8), 522-527.
- LIN, H., FAN, W., & WALLACE, L. (2013). "The Effects of Social and Technical Factors on User Satisfaction, Sense of Belonging and Knowledge Community Usage", **International Journal of e-Collaboration (IJeC)**, 9(3), 13-30. doi:10.4018/jec.2013070102
- LIPS, M., EPPEL, E., BARLOW, L., LOFGREN, B., LOFGREN, K., & SIM, D. (2017). "Kiwis Managing their Online Identity Information: Second and Final Research Report – Interview Findings, Focus Group Findings And Project Recommendations", **Wellington: Victoria University**. <http://www.victoria.ac.nz/sog/researchcentres/egovt>.
- LIU, C. T. ve GUO, Y. M.(2015). The Role of Sense of Belonging in Social Media Usage: A Tale of Two Types of Users, **Asia Pacific Journal of Information Systems**, Vol. 25 No. 2 (JUNE 2015), 211-233
- LIIN, H., FAN, W., & CHAU, P. Y. K. (2014). Determinants of User'S Continuance of Social Networking Sites: A Self-Regulation Perspective, **Information and Management**, 51, 595-603.
- LOVINK, G. (2007). "The Pride and Glory of Web 2.0", **Zero Comments Kernels of Critical Internet Culture**, NY. Routledge.

- MAALOUF, A. (2014). **Ölümcül Kimlikler**. (Çev. A. Bora), Yapı Kredi Yayınları, 16, 27, İstanbul.
- MAYGRET, E. (2011). **Medya ve İletişim Sosyolojisi**, Çev. Halime Yücel, İletişim Yayıncılık, İstanbul.
- MANZO, L. C. ve PERKINS, D. D. (2006). "Finding Common Ground: The Importance of Place Attachment to Community Participation and Planning", **Journal of Planning Literature**, 20 (4), 335, 35.
- MARSHALL, G. (1999). **Sosyoloji Sözlüğü**, (Çev. Osman Akınhay, Derya Kömürcü), Bilim ve Sanat, Ankara.
- MAYFIELD, A. (2008). **What is Social Media, iCrossing, e- book**,<http://www.icrossing.com/sites/default/files/what-is-socialmedia-uk.pdf>. (ErişimTarihi: 03.02.2020).
- MEJIAS, U. (2005). **Nomad's Guide to Learning and Social Software**, 1-9
- MELTEM, A. (2020). **Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi: (Tarsus Örneği)**, Yüksek Lisans Tezi, Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- MENDELSON, A. L.,& PAPACHARISSI, Z. (2011). "Look At Us Collective Narcissism İn College", In Z. Papacharissi (Ed.), **A Networked Self: Identity, Community, And Culture On Social Network Sites** (pp. 251–273). New York, NY and London, UK: Routledge.
- MERAZ, S. (2009). "Is There an Elite Hold? Traditional Media to Social Media Agenda Setting Influence in Blog Networks", **Journal of Computer-Mediated Communication**, 14: 682-707.
- MILLER, S.M. (2011). "Transmediating With Multimodal Literacies: Adolescent Literature Learning Through Digital Video Composing", In P.J. Dunston & L. B. Gambrell (Eds.) **The 60th Literacy Research Association Yearbook**. Oakcreek, WI: Literacy Research Ass.

- MILLIGAN, M. J. (1998). "Interactional Past and Potential: The Social Construction of Place Attachment", **Symbolic Interaction**, 21 (1), 1-33.
- MİDDAUGH, E., BOWYER, B., KAHNE, J. (2017). "Siyasi Söylem Katılımcı Medya ve Gençlik Deneyimleri", **Gençlik ve Toplum**, 49 (7): 902-922. doi: 10.1177/0044118X16655246
- MORA, N.(2008). Medya ve Kültürel Kimlik, **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**
<http://www.insanbilimleri.com>
- MORGAN, E. vd. (2010). "Image and Video Disclosure of Substance Use on Social Media Websites." **Computer in Human Behavior** (26): 1405-1411.
- MUIJS, D., WEST, M. ve AINSCOW, M. (2010). "Neden Ağ? Ağ Üzerine Kuramsal Bakış Açıları", **Okulun Etkililiği ve Okul Gelişimi**, 21 (1), 5-26.
- NARINE, N. (2010). "Global Trauma And The Cinematic Network Society", **Critical Studies in Media Communication**, 27(3): 209 - 234.
- NARMANLIOĞLU, H. (2016). **Yurttaş'tan Nettaş'a Dijital Kavramlar, Olanaklar, Deneyimler**, Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- NEWSWIRE. (2015). "Top 10 Millennial Identity Factors Revealed", **NewsWire**, December 2. (www.newswire.com).
- OBLINGER, D. G., ve OBLINGER, J. L. (2005). "Educating the Net Generation", **Educause**.
<https://www.educause.edu/ir/library/PDF/pub7101.PDF>
- OUTHWAITE, W. (2008). **Modern Toplumsal Düşünce Sözlüğü**. (Çev.M Pekdemir), İletişim Yayınları, İstanbul.
- OUTSIGHT NETWORK. (2015). "Engaging Millennials in Ministry, Mequon", **WI:Outsight Network**.
- OZANKAYA, Ö. (1984). **Toplum Bilimine Giriş**, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Yayınları, Ankara.

- ÖZBÖLÜK, T. (2015). **Postmodern Tüketici Kabileleri Ve Sanal Topluluklar: Netnografik Bir Araştırma**, Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- ÖZDEMİR, C. (2001). “Kimlik ve Söylem”, **Osman Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, S.2
- ÖZEN, Ü. ve SARICI, M. B. (2012). Yalnızlık Olgusu ve Sanal Sohbetin Yalnızlığın Paylaşımına Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma, **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 24 (1), 149-159.
- ÖZGEN, F. (2019). **Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi**, <https://www.slideshare.net/FerhatOzgen/ihtiyaclar-hiyerarşisi-142225579>(Erişim tarihi: 12.9.2019).
- ÖZKALP, E. (1993). **Sosyolojiye Giriş**, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- ÖZMEN, F. vd. (2011), “Sosyal Ağ Sitelerinin Eğitsel Ortamlardaki İşlevselliği”, **6. International Advanced Technologies Symposium (IATS’11)**, Elazığ, Turkey, ss.45-46, <http://web.firat.edu.tr/iats/cd/subjects/Instructional/ITE-9.pdf>, (12.9.2019).
- ÖZTOP, S. (2014). “Kurumsal Aidiyet Bilincinin Çalışanların Örgütsel Değişim Algısı Üzerinde Etkisi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, C.19, S.1, s.299-316, Isparta.
- PALLOFF, R. M., ve PRATT, K. (2007). **Building Online Learning Communities: Effective Strategies For The Virtual Classroom** (2nd ed.), CA: Jossey-Bass, San Francisco.
- PARSA, A. ve AYTAŞ, M. (2014). “Yeni Gerçeklik: Dijital Yerliler ve Göçmenlerle 21.Yüzyıl Okuryazarlığında Birleşmek”, **Dijital Panorama Bilgi İletişim Teknolojilerinde Son Gündem** (Editör: Z. B. A. Vural), Ütopya Yayınevi, Ankara.
- PASCARELLA, E.T. (2006). “Üniversite Öğrencileri Nasıl Etkiler: Gelecekteki Araştırmalar İçin On Yön”, **Üniversite Öğrenci Gelişimi Dergisi**, 47 (5), 508–520. <https://doi.org/10.1353/csd.2006.0060>

- PEDRO, F. (2006). "The New Millennium Learners: Challenging Our Views On Ict And Learning", **Nordic Journal of Digital Literacy** 2(4):244-264DOI: 10.18261/ISSN1891-943X-2007-04-04
- PELED, E. ve MUZICANT, A. (2008). "The Meaning of Home For Runaway Girls", **Journal of Community Psychology**, 36 (4), 434–451.
- POLOMA, M. (2012). **Çağdaş Sosyoloji Kuramları**, Hayriye Erbaş (çev), Palme Yayıncılık, Ankara.
- POWELL, P.W., GRAY, G., REESE, M.K. (2013). "Connecting With Others: A Qualitative Study Of Online Social Networking Site Usage", **Practitioner Scholar: J. Couns. Profess. Psychol.** (2), 2013, pp. 52–67.
- PRENSKY, M. (2001)a. **Digital Natives, Digital Immigrants** (MCB University Press, 9(5).
- PRENSKY, M. (2001)b. **Digital Natives, Digital Immigrants, Part II: Do They Really Think Differently?** NCB University Press, 9(6).
- PRENSKY, M. (2004). The Emerging Online Life Of The Digital Native: What They Do Differently Because Of Technology And How They Do It. <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky>
- QUINN, S., ve OLDMEADOW, J. A. (2013). "Is The Igeneration A 'We'generation? Social Networking Use Among 9- To 13- Year- Olds and Belonging", **British Journal Of Developmental Psychology**, Mar;31(Pt 1):136-42. doi: 10.1111/bjdp.12007. Epub 2012 Dec 20. PMID: 23331112.
- RAPOPORT, A. (1990).**The Meaning Of The Built Environment**, A Nonverbal Communication Approach, The University Of Arizona Pres, Tucson.
- RHEINGOLD, H. (1993). **The Virtual Community: Homesteading On The Electronic Frontier**, Harper Perennial, New York.
- RHEINGOLD, H. (1994). **The Virtual Community: Finding Connection in a Computerised World**, Londra, Secker&Warburg.

- RHEINGOLD, H. (2000). **Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier**. Cambridge:MITPress.http://books.google.com.tr/books?id=fr8bdUDisqAC&printsec=frontcover&hl=tr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- RIDINGS, C. M. and GEFEN, D. (2004). “Virtual Community Attraction: Why People Hang out Online”, **Journal of Mediated Communication**, Vol. 10, Issue 1.
- ROBINS, K. (1999). **İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası**, (Çev. Nurçay Türkoğlu), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- ROSE, G. (1995). “Place and Identity: A Sense of Place”, D. Massey ve P. Jess (Eds.). **A Place in the World? Places, Cultures and Globalization** İçinde (88-132), The Open University, Oxford.
- RUUD, C.M. (2013). **College Student Social Networking And Its Relationship To Perceived Social Support**, Doctoral Dissertation, University of Illinois, UrbanaIllinois.
- RYZIN, M. J. V., GRAVELY, E. A. A. VE ROSETH, C. R. (2009). “Autonomy, Belongingness, And Engagement İn School As Contributors To Adolescent Psychological Well-Being”, **Journal Of Youth Adolescence**, 38, 1–12
- SABUNCUOĞLU İNANÇ, A., SERBES, H., GÜLTEKİN, B. (2020). “Ağ Toplumunda Dijital Kimlik Tasarımı: Instagram Üzerine Bir Araştırma”, **Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi**.
- SARICA, G. (2015). **Eğitimde Sosyal Medya Kullanımı**, <http://www.egitimdeteknoloji.com/egitimde-sosyal-medya-kullanimi/> (Erişim tarihi 19.9.2020)
- SCHLESINGER, P. (1994). **Medya, Devlet ve Ulus**. (Çev. Mehmet Küçük), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- SCHNAPPER, D. (2005). **Sosyoloji Düşüncesinin Özünde Öteki ile İlişki** (Çev. Ayşegül Sönmezay), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

- SEIDMAN, G. (2013). "Self-Presentation And Belonging On Facebook: How Personality Influences Social Media Use And Motivations", **Personality and Individual Differences**, 54(3), 402-407
- SERVAES, J. & LIE. R. (2018). "Yerelleşme Aracılığıyla Medyanın Küreselleşmesi", **İletişim ve Modernleşme** Cilt1-Ed. Uğur Gündüz, Çev. Hatice Irmaklı, Büyük Kitaplar Yayıncılık, 151-165, İstanbul.
- SEVERIN, W. J. ve TANKARD, J. W. (1994). **İletişim Kuramları**. (çev. Ali Atıf Bir ve Serdar Sever), Kibele Sanat Merkezi, Eskişehir.
- SEYFİ, M. (2017). "Sosyal Medyada Kültürel Sermaye Ölçeği: Ölçek Geliştirme Çalışması", **Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi** 2017 Cilt: 6 Sayı: 2
- SHAO, G., (2009). "Understanding The Appeal Of User- Generated Media: A Uses and Gratification Perspective", **Internet Research**, 19(1), pp.7-25
- SHIH, C. (2009). **The Facebook Era: Tapping Online Social Networks to Build Better Products Reach New Audiences, and Sell More Stuff**, Pearson Education, Boston.
- SICILIA, M.ve PALAZON, M. (2008). "Brand communities on the Internet: A. case study of Coca-Cola's Spanish Virtual Community", **Corporate Communications: An International Journal**, Volume 3, Issue 13, 255- 270.
- SIIBAK, A. (2010). "Constructing Masculinity On A Social Networking Site: The Case-Study Of Visual Self-Presentations Of Young Men On The Profile Images Of SNS Rate", **Young**, 18(4), 403–425.
- SMITH, A. D. (1993). "The ethnic Sources of Nationalism", **Survival**, 35/1, 48-62.
- SMITH, A. D. (1999). "Problems Of Conflict Management In Virtual Communities", In M. A. Smith & P. Kollock (Eds.), **Communities In Cyberspace** (pp. 134– 163), Routledge, New York.
- SNIJDERS, T.A.B. VE STEGLICH, C.E.G. (2013), "Representing Micro-Macro Linkages by Actor-Based Dynamic Network Models", **Sociological Methodology and Research**.

- SOLOMON, R. M. (2003). **Tüketici Krallığının Fethi**. (S. Çetinkaya, Çev.), MediaCat Kitapları, İstanbul.
- SPARCKLEN, K. (2015). **Digital Leisure, The Internet and Popular Culture, Communities and Identities in a Digital Age**, Palgrave Macmillan, England
- STEFANONE, M. A., LACKAFF, D. ve ROSEN, D. (2011). “Contingencies of Self-Worth and Social-Networking-Site Behavior”, **Cyberpsychology, Behavior and Social Networking**. 14 (1-2): 41-50.
- STENDBERG, I. D. (2014). **Inşuence Of Social Media In Stages Of Democratization**, Master Thesis, University Of Nevada, Las Vegas.
- ŞAHİN, M. C. (2009). “Yeni Binyılın Öğrencileri’nin Özellikleri”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt/Vol.: 9- Sayı/No: 2 : 155–172 (2009)
- ŞENER, G. (2013). **Toplumsal Mücadele Alanı Olarak Sosyal Medya. Sosyal Medya ve Ağ Toplumu: II: Kültür, Kimlik, Siyaset**. Ed: Can Bilgili, Gülüm Şener, Reklam Yaratıcıları Derneği Yayınları, İstanbul.
- ŞENER, S. (2012). **Türkiye’de Gençlik: Beklentiler, Problemler, Düşünceler**, İnkılab Yayınları, İstanbul.
- ŞİMŞEK, T.N. (2012). **Modem Kent Toplumunda Facebook İle Yalnızlaşan Gençlik: İstanbul Üniversitesi Örneği**, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- TAJFEL, H. (1974). **Intergroup Behaviour, Social Comparison and Social Change**, Unpublished Katz-Newcomb Lectures, University of Michigan, Ann Arbor.
- TAPSCOOT, D. (2009). **Grown Up Digital**, Mc Graw–Hill, New York.
- TAŞDELEN, M. (1997). **Siyaset Sosyolojisi**, Sistem Yay., İstanbul.
- TAYLOR, C. (1996). **Çokkültürcülük**, (Haz. A. Gutman), YKY, İstanbul.

TDK. (2020). **Güncel Türkçe Sözlük**, <https://sozluk.gov.tr/>

THOITS, P. A. (1982). “Conceptual, Methodological and Theoretical Problems In Studying Social Support As A Buffer Against Life Stress”, **Journal Of Health And Social Behavior**, 23, 145– 159.

THORNE, S. L.,& BLACK, R. W. (2011). “Identity and Interaction in Internet-Mediated Contexts”, In C. Higgins (ed.), **Identity Formation in Globalizing Contexts** (pp. 257-278). Mouton de Gruyter, New York.

TİMİSİ, N. (2003). **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, Dost Kitabevi, Ankara.

TİMİSİ, N. (2005). **Sanallığın Gerçekliği: İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanlarına Girişi, İnternet Toplum Kültür**, (Der. Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay), Epos Yayınları, Ankara.

TİMİSİ, N.(1999). **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi: İnternet Ortamında Kamusal Katılım**, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

TONTA, Y. (2009). “Dijital Yerliler, Sosyal Ağlar ve Kütüphanelerin Geleceği”, **Türk Kütüphaneciliği**, <http://www.tk.org.tr/index.php/tk/article/view/534/527>

TOPBAŞ, H. ve IŞIK, U. (2014). Kurgu ile Gerçeklik Arasında Gezi Parkı Eylemleri ve Soysal Medya, **Birey ve Toplum Dergisi**, Cilt: 4, Sayı:7.

TOPRAK, A., vd.(2009). **Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görülüyorum Öyleyse Varım!**, Kalderon Yayınları, İstanbul.

TORUN, A. (2015). “Öteki” İle “Biz” İlişkisinde Yeni Medya”, **SSHIF2015 Sosyal ve Beşeri Bilimlere ve Küresel Yaklaşımlar: Kuram ve Uygulamalar Uluslararası Sempozyumu**, 16-18 Eylül 2015. Varşova Polonya

TÖNNIES, F. (2001). **Tönnies: Community and Civil Society**. Edited by Harris, J. and Hollis, University Press, M.Cambridge..

- TROTTIER, D. (2016). **Social Media Surveillance: Rethinking Visibility in a Converging World**, Routledge.
- TURNER, J. C. (1985). “Social Categorization And The Self- Concept: A Social Cognitive Theory Of Group Behavior”,In E. L. Lawler (Ed.), **Advances In Group Processes**(Vol. 2, pp. 77– 122). JAI Press Inc, UK .
- TÜİK,(2020).[https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Egitim,-Kultur,-Spor-ve-urizm -105](https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Egitim,-Kultur,-Spor-ve-urizm-105) (Erişim Tarihi:04.02.2021)
- ULUÇ, G. (2003). **Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı, Olanaklar Sorunlar-Tartışmalar**, Anahtar Kitaplar Yayınevi, İstanbul. <http://www.dorduncukuvvetmedya.net/dkm/article.php?sid=4365>.
- ULUTAŞ, A. (2011). “Okul Öncesi Dönemde Drama ve Oyunun Önemi”, **Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 6, 233-242.
- UNDERWOOD, R., BOND, E., & BAER, R. (2001). “Building Service Brands Via Social Identity: Lessons From The Sports Marketplace”,**Journal of Marketing Theory and Practice**, 9 (1), 1– 13.
- ÜNAL, S. (2018). “Yüzyılın Yeni Bilgi Erişim Çevreleri Tehdit mi Fırsat mı?” Dijital Yerli Gençlerde Aşırı Bilgi Yüğü ve Kaygısı”, **Journal of Current Researches on Social Science Dergisi**, No.8, s.310-341.
- VALKENBURG, P. M.,& PETER, J. (2007). “Preadolescents’ and Adolescents’ Online Communication And Their Closeness To Friends”, **Developmental Psychology**, 43(2),267–277.
- VALKENBURG, P. M.,& PETER, J. (2011). “Online Communication Among Adolescents: An İntegrated Model of its Attraction, Opportunities and Risks”, **Journal of Adolescent Health**, 48(2), 121–127.
- VAN DIJK, J. (2004). **Ağ Toplumu**, Çev.: Özlem Sakin, Kafka Yayınevi, İstanbul.

- VURAL, Z. (2006). **Bilgi İletişim Teknolojileri ve Yansımaları**, Yayın No:893, Nobel Yayınları, Ankara.
- VURAL, Z. ve BAT, M. (2010). “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, **Journal of Yasar University**, S. 20(5), s. 3348- 3382.
- WALZ, L. O. (2008). “The Relationship Between College Students' Use Of Social Networking Sites and Their Sense of Belonging”, **University of Hartford Graduate Institute of Professional Psychology Approval of the Psy.D. Dissertation**
- WARD, K. J. (1999), “Cyber-Ethnography and the Emergence of the Virtually New Community”, **Journal of Information Technology**, c.14, ss. 95-105.
- WATSON, G.,& JOHNSON, D. (1972). **Social Psychology: Issues and Insights**, J. B. Lippincott, Philadelphia.
- WEARESOCIAL, (2019). <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2019> (Erişim Tarihi:6.10.2019)
- WEEKS, J. (1998). “**Farklılığın Değeri**”, **Kimlik: Topluluk, Kültür, Farklılık**, çev. İrem Sağlamer, Sarmal Yayınevi, İstanbul.
- WELLMAN, B.(1996). “An Electronic Group is Virtually A Social Network”, www.homes.chass.utoronto.ca/~wellman/publications
- WELLMAN, B.(2001). “Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking”, **International Journal of Urban and Regional Research**, c. 25 (2).
- WELLMAN, B.ve GUILA, M.(1999), “Virtual Communities as Communities: Net Surfers Don't Ride Alone”, **Communities in Cyberspace**, (Edt. M. A. Smith-P. Kollock), Routledge, New York.
- WENGER, E., MCDERMOTT, R. & SNYDER, W. (2002). **Cultivating Communities Of Practice: A Guide To Managing Knowledge**, Harvard Business School Press, Usa.

WIERSUM, N. (2015). "What About Millennials?" **The Sharing Tower**, February 23. Last accessed on February 16, 2016 (www.thesharingtower.com).

WILLIAMS, K. D. (2007). "Ostracism", **Annual Review Of Psychology**, 58

WYN, J. vd (2005). "Young People, Wellbeing and Communication Technologies", **Mental Health and Wellbeing Unit Victorian Health Promotion Foundation**.
<https://www.vichealth.vic.gov.au/>

WYN, J., CUERVO, H., WOODMAN, D., & STOKES, H. (2005). **Young People, Wellbeing and Communication Technologies**. University of Melbourne, Youth Research Centre. Australia.

YANIKLAR, C. (2014). "Sanal Topluluklar ve Geleneksel Topluluklar Arasındaki Farklılıkların Sosyolojik Bir Analizi", **Sosyoloji Araştırmaları Dergisi**, *Cilt 17, Sayı 1*, 158-190.

YAPICI, A. (2004). **Din Kimlik ve Ön Yargı Biz ve Onlar**, Karahan Kitabevi, Adana.

YAYLAGÜL, Ş. (2019). "Sosyal Medya Fenomenlerine Bağlanışlığın Belirlenmesi: Yükseköğretim Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama", **Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 3.

YENGİN, D. (2012). **Dijital Oyunlarda Şiddet**, Beta Yayınları, İstanbul.

YÖRÜKOĞLU, A.(2000). **Gençlik Çağı**, İş Bankası Yayınları. Ankara.

YURTSAN, A. (1996). "Medyada Görsellik ve Etkileşim Çağı", **Yeni Türkiye**, Medya Özel Sayısı, Sayı:11, Eylül-Ekim.

YÜKSEKBİLGİLİ, Z. (2015). "Türkiye'de Y Kuşağının Yaş Aralığı", **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (ESOSDER)**, Bahar-2015, Cilt:14, Sayı:53 (259-267).

ZHAO, S., GRASMUCK, S., & MARTİN, J. (2008). "Identity Construction On Facebook: Digital Empowerment In Anchored Relationships", **Computers In Human Behavior**, 24(5), 1816-1836.

ZILLIOĞLU, M. (2008). “Kimliğin Kavramsal Serüveni”, Sen Benim Kim Olduğumu Biliyor musun? / **Toplumsal Yaşamda Kimlik İzdüşümleri**, Ed.: Hülya Uğur Tanrıöver, Hil Yayın, İstanbul.

ZUR, O. ve ZUR, A. (2012). **On Digital Immigrants and Digital Natives: How the Digital Divide Affects Families**, Educational Institutions, Publication. Retrieved on April and the Workplace. Zur Institute -Online30, 2012 from <http://www.zurinstitute.com/digitaldivide.html>, (Erişim tarihi 19.9.2019)

http://inet-tr.org.tr/inetconf14/kitap/buyuksener_inet09/(Erişim tarihi 19.9.2019)

<https://www.seokursu.com.tr/sosyal-medya-siteleri>(Erişim tarihi 19.9.2019)

https://cdnacikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/1920Guz/sosyo_lojiyegiris1/8/index.html
(Erişim tarihi 19.9.2019)

<http://www.businesswire.com/news/home/20120409005536/en/Time-Study-Reveals-“Digital-Natives”-Switch-Devices> (Erişim tarihi 19.9.2019).

www.alexa.com (Erişim tarihi 19.9.2019)

www.socialbakers.com, (Erişim tarihi 19.9.2019)

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Yalnizlik> (Erişim tarihi 19.9.2019)

<https://visual.ly/tag/history-social-media> (Erişim Tarihi: 04.10.2019)

EKLER

EK: 1. ANKET FORMU

Değerli Katılımcı;

Bu anket İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji ABD’da Doç. Dr. Yaşar KAYA danışmanlığında yapmış olduğum doktora çalışmasına veri kaynağı olarak hazırlanmıştır. Anket kapsamında toplanan veriler yalnızca bilimsel çalışma veri kaynağı olarak kullanılacak olup, başka herhangi bir kişi veya kurumla paylaşılmayacaktır. Soruları anlayarak doğru bir şekilde cevaplandırmanız çalışmada doğru sonuçlar elde edilmesi açısından önem arz etmektedir. Anketimizi doldurarak araştırmamıza vereceğiniz destek için şimdiden teşekkür ederim.

Arzu BOZDAĞ TULUM

I.BÖLÜM: SOSYO-DEMOGRAFİK BİLGİ FORMU

- 1- Cinsiyetiniz: 1) Kadın 2) Erkek
- 2- Yaşınız: 1)10 ve altı 2)11-14 arası 3)15-17 arası 4)18-20 arası 5)21-23 arası
- 3- Ailenizin Toplam Gelir Seviyesi: 1)2500 TL ve altı 2)2501 – 3.500 TL arası 3)3.501-5.500 TL arası 4)5.501-8.000 TL arası 5)8.001 TL ve üstü
- 4- Okul Seviyeniz: 1)Orta Okul 2)Lise
- 5- Okul Türünüz: 1)Devlet Okulu 2)Özel Okul 3)Özel Okulda Burslu
- 6- Okul Tipiniz: 1) Anadolu Lisesi 2) Fen Lisesi 3) Mesleki ve Teknik Lise
4) İmam Hatip Lisesi 5) Sosyal Bilimler Lisesi
- 7- Anne Eğitim Seviyesi: 1) Okuma Yazması Yok 2) İlkokul 3)Orta Okul 4)Lise
5) Üniversite 6) Yüksek Lisans veya Doktora
- 8- Baba Eğitim Seviyesi: 1) Okuma Yazması Yok 2) İlkokul 3)Orta Okul 4)Lise
5) Üniversite 6) Yüksek Lisans veya Doktora
- 9- Anne Mesleği: 1) Ev Hanımı 2) Memur 3) İşçi 4) Serbest Meslek- Esnaf 5)
Çiftçi 6) Emekli 7) İşsiz
- 10- Baba Mesleği: 1) İşsiz 2) Memur 3) İşçi 4) Serbest Meslek- Esnaf 5)
Çiftçi 6) Emekli
- 11- Aile Tipiniz: 1)Çekirdek Aile 2)Geniş Aile 3)Eşlerin Boşanmış Olduğu Aile
4)Eşlerden Birinin Ölmüş Olduğu Aile 5)Diğer
Belirtiniz.....
- 12- Yaşamınızın Çoğunu Geçirdiğiniz Yerleşim Birimi: 1) Köy 2) İlçe 3) Şehir
4) Büyük Şehir
- 13- İnternet Kullanım Sıklığınız: 1) Kullanmıyorum 2) Bir günde 1-3 Saat 3) Bir günde 4-8 Saat
4) Bir günde 9 Saat ve üzeri 5) Haftada Bir Gün 6) Haftada Birkaç Gün
- 14- Herhangi bir Sanal Topluluğa Üyeliğiniz var mı? 1) Evet 2) Hayır
- 15- Sanal Topluluğa Üyeliğiniz Varsa Topluluğa Ne Kadar Zamandır Üyesiniz ? : 1)3 ay ve
altı 2)4-6 ay arası 3)7-9 ay arası 4) 10-12 ay arası 5) 13 ay veya daha fazla
- 16- Üyesi Olduğunuz Sanal Topluluğa Katılma Şekliniz: 1)İnternette dolaşırken Tesadüfen
2)Arkadaş Tavsiyesiyle 3)Arkadaşın üye olduğu gruplar listesinden 4)Önce grubun bir
etkinliğine katılarak 5) Diğer Belirtiniz.....
- 17- Üyesi Olduğunuz Sanal Toplulukta Paylaşım Sıklığınız: 1)Bir günde 1-3 Saat 3) Bir günde 4-
8 Saat 4) Bir günde 9 Saat ve üzeri 5) Haftada Bir Gün 6) Haftada Birkaç Gün 7) Diğer
Belirtiniz
- 18- (Birden Fazla İşaretleme Yapabilirsiniz) Üyesi Olduğunuz Sanal Topluluk Türü: 1)Oyun
2)Dini 3)Siyasi 4) Bilimsel 5) Eğitim 6) Spor 7) Eğlence- Müzik- Film 8) Milli- Kültürel
9) Tanınmış Kişi Fan Sayfası 10) Çevreci faaliyetler 11)Diğer
Yazınız.....

II. BÖLÜM: İNTERNET ORTAMINDA SİZİN İÇİN ÖNEMLİ GÖRDÜĞÜNÜZ SANAL TOPLULUK ÜYELİĞİNİZE GÖRE CEVAPLAYINIZ.

Yanda verilmiş olan numaraların karşılığı: 1-Kesinlikle Doğru Değil, 2- Doğru Değil, 3-Kararsızım- 4- Doğru, 5-Kesinlikle Doğru Size uygun olan seçeneği X ile işaretleyiniz.	1	2	3	4	5
19-Üyesi olduğum sanal topluluğun ortak etkinliklerinin gerçekleştirilmesi için katkıda bulunurum.					
20- Üyesi olduğum sanal topluluğun faaliyetleri ile ilgili sorunları çözmek için katkıda bulunurum					
21- Üyesi olduğum sanal topluluğun gelişmesi için öneriler getiririm.					
22- Üyesi olduğum sanal topluluğun aktiviteleri ile ilgili grupta sıkça yorum yaparım.					
23- Üyesi olduğum sanal topluluğun etkinliklerine sıklıkla katılırım.					
24-Üyesi olduğum sanal topluluğun etkinliklerine katılacaklara çeşitli konularda tavsiyelerde bulunurum.					
25- Üyesi olduğum sanal topluluğun ilişkilerinin sağlıklı yürütmesi için çaba gösteririm.					
26- Üyesi olduğum sanal topluluk hakkında soru soranlara bilgilendirme yaparım.					
27- Üyesi olduğum sanal toplulukta etik (Ahlaki) olmayan ya da kavga amaçlı paylaşımlarda topluluğu ve/veya yöneticiyi uyarırım					
28- Üyesi olduğum sanal toplulukta fotoğraf, video, yorum, tavsiye, linkler gibi konularda çok sık paylaşımında bulunurum.					
29- Üyesi olduğum sanal topluluk hakkında diğer üyelerle ortak duyguları paylaştığımı düşünüyorum					
30- Üyesi olduğum sanal topluluğun haberlerini arkadaşlarımla paylaşırım					
31- Üyesi olduğum sanal topluluğun sayfasına yüklenen fotoğraf, video, yorum, tavsiye, linkler gibi paylaşımları takip ederim.					
32- Üyesi olduğum sanal topluluğun kendine has bir kimliği olduğuna inanıyorum.					
33- Üyesi olduğum sanal topluluğun diğer üyeleri, benimle iletişimde kalmak isterler					
34- Üyesi olduğum sanal topluluğun en önemli üyelerinden biriyim					
35- Üyesi olduğum sanal gruba Kendimi ait hissediyorum					
36- Üyesi olduğum sanal topluluğa olan üyeliğim, kim olduğum hakkındaki görüşlerimde merkezi rol oynar.					
37- Üyesi olduğum sanal topluluğun kimliği benim kendi kimliğimle tutarlıdır.					
38-Facebook ve benzeri ortamlarda kullandığım profil resimleri Üyesi olduğum sanal topluluğun kimliği ile tutarlıdır					
39- Üyesi olduğum sanal toplulukta kullandığım üye ismim topluluk kimliği ile tutarlıdır					
40- Üyesi olduğum sanal toplulukla ilişkili tüketim ürünleri hakkında topluluk içinden sıklıkla bilgi alıyorum.					
41-Hayatımda kullandığım her tür tüketim ürünleri hakkında Üyesi olduğum sanal topluluktan sıklıkla bilgi alıyorum.					
42- Üyesi olduğum sanal topluluk içindeki paylaşımlar benim genel tüketim tercihlerimle tutarlıdır.					
43- Üyesi olduğum sanal topluluğun aktivitelerinin benim dini inançlarımla uyumlu olması benim için önemlidir					
44- Üyesi olduğum sanal topluluğun etkinlikleri yaşam tarzımı gösteren faaliyetlerime uygundur.					
45- Üyesi olduğum sanal topluluğun aktivitelerinin benim siyasi inançlarımla uyumlu olması benim için önemlidir					
46- Üyesi olduğum sanal topluluğun aktivitelerinin benim Milli aidiyetim ile uyumlu olması benim için önemlidir					

47- Üyesi olduğum sanal topluluğun düzenlediği aktivitelerin hobilerimi yansıttığını düşünüyorum					
48- Üyesi olduğum sanal topluluğun etkinlikleri benim ilgi alanlarıma uygundur.					
49- Üyesi olduğum sanal topluluğun üyeleriyle ortak kültürel görüşleri paylaşıyorum.					
50- Üyesi olduğum sanal topluluğun görüşleri benim dünya görüşlerime uygundur					
51- Üyesi olduğum sanal topluluk gerçek yaşamda kendimi ait hissettiğim topluluğun sanal ortamdaki halidir					
52- Üyesi olduğum sanal topluluk gerçek hayattaki ilişkilerimi güçlendirmektedir.					
53- Üyesi olduğum sanal topluluk ile paylaşımlarım yeterli geldiği için gerçek hayatta sosyal ilişkiler kurmaya gerek duymuyorum					
54- Üyesi olduğum sanal topluluk ile katıldığım aktivitelerim gerçek yaşantımdaki aktivitelerimi azalttı					
55- Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim ortak değerleri paylaşıyor olmam					
56- Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim ortak dini inançları paylaşıyor olmam					
57- Üyesi olduğum topluluğa katılım nedenim ortak ilgi alanlarına sahip olmam					
58- Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim ortak siyasi görüşlere sahip olmam					
59- Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim kendi cinsel tercihlerim					
60- Üyesi olduğum sanal topluluğa katılım nedenim bu grupta hoş vakit geçirmem					