



**SANAL TOPLULUKLARA BAĞLILIĞIN
BİLGİ PAYLAŞIM NİYETİNE ETKİSİNDE
İLİŞKİ VE KARŞILIKLILIĞIN ROLÜ**

Tuğba BİCAN

**Yüksek Lisans Tezi
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı
Dr. Öğr. Üyesi Sait Sinan ATILGAN
2022
Her Hakkı Saklıdır**

T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANA BİLİM DALI

Tuğba BİCAN

SANAL TOPLULUKLARA BAĞLILIĞIN BİLGİ PAYLAŞIM
NİYETİNE ETKİSİNDE İLİŞKİ VE KARŞILIKLILIĞIN ROLÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ DANIŞMANI
Dr. Öğr. Üyesi Sait Sinan ATILGAN

ERZURUM – 2022



TEZ BEYAN FORMU

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum " Sanal Topluluklara Bağlılığın Bilgi Paylaşım Niyetine Etkisinde İlişki ve Karşılıklılığın Rolü" adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Gereğini bilgilerinize arz ederim * .

☐ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

☐ Tezimin/Raporumun makale için **altı ay**, patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

14.01.2022

Tuğba BİCAN

Aslı Islak İmzalıdır

*** LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE**

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi MADDE 6– (1) Lisansüstü tezle ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu **iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.**

(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz **makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış** ve internette paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkânı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile **altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.**

Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Graduate School of Social Sciences

TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Dr. Öğr. Üyesi Sait Sinan ATILGAN danışmanlığında, Tuğba BİCAN tarafından hazırlanan bu çalışma 14.01.2022 tarihinde aşağıda isimleri yazılı jüri tarafından Halkla İlişkiler Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Doç. Dr. Eyyup AKBULUT

İmza:

Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Sait Sinan ATILGAN

İmza:

Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Adem TÜRKMEN

İmza:

Prof. Dr. Sait UYLAŞ

Enstitü Müdürü

OF27_V4_03.11.2019

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	IV
ABSTRACT	V
KISALTMALAR ve SİMGELER DİZİNİ	VI
ŞEKİLLER DİZİNİ	VII
TABLolar DİZİNİ	IX
ÖNSÖZ.....	XI
GİRİŞ	1
I. ARAŞTIRMANIN KONUSU	1
II. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	3
III. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI.....	3

BİRİNCİ BÖLÜM

TOPLULUK, SANAL TOPLULUK, BAĞLILIK, İLİŞKİ VE KARŞILIKLILIK, BİLGİ PAYLAŞIM NİYETİ KAVRAMI, ANLAMI, KAPSAMI VE İLİŞKİSİ

1.1. TOPLULUK KAVRAMI	7
1.2. TOPLULUĞUN GELİŞİMİ	8
1.3. TOPLULUK TÜRLERİ	9
1.3.1. Geleneksel Topluluklar	9
1.3.2. Modern Topluluklar	10
1.3.3. Postmodern Topluluklar	10
1.4. GELENEKSEL TOPLULUKTAN SANAL TOPLULUĞA GEÇİŞ SÜRECİ	12
1.5. SANAL TOPLULUK KAVRAMI VE OLUŞUMU	15
1.6. SANAL TOPLULUK MU? SANAL CEMAAT Mİ?	19
1.7. SANAL TOPLULUK TÜRLERİ.....	28
1.8. SANAL TOPLULUK TİPOLOJİSİ.....	29
1.9. SANAL TOPLULUK VE KİMLİK	30
1.10. SANAL TOPLULUKLARDA SOSYAL AĞ DESTEKLERİ	33
1.11. SANAL TOPLULUKLARIN SOSYAL MEDYADAKİ YERİ	38

İKİNCİ BÖLÜM

SANAL TOPLULUK VE BAĞLILIK

2.1. SANAL TOPLULUK VE BAĞLILIK.....	55
2.1.1. Duygusal Bağlılık.....	59
2.1.2. Devamlılık Bağlılığı	60
2.1.3. Normatif Bağlılık	60
2.2. SANAL TOPLULUKLARDA İLİŞKİ VE KARŞILIKLILIK.....	61
2.3. SANAL TOPLULUKLARDA BİLGİ PAYLAŞIM NİYETİ	63
2.3.1. Sanal Topluluklarda Bilgi Paylaşımı İçin Uygulanan Teoriler	73
2.3.1.1. Planlı Davranış Teorisi ve Gerekçeli Eylem	73
2.3.1.2. Teknoloji Kabul Modeli (TAM).....	74
2.3.1.3. Sosyal Sermaye Teorisi	74
2.3.1.4. Sosyal Kavramsal Teori.....	75
2.3.1.5. Sosyal Kimlik Teorisi	76
2.3.1.6. Sosyal Değişim Teorisi (SET).....	76
2.3.1.7. Beklenti Onaylamama Teorisi (EDT)	78
2.3.1.8. Kullanım ve Tatmin Teorisi (U&G teorisi).....	78

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SANAL TOPLULUKLARA BAĞLILIĞIN BİLGİ PAYLAŞIMINA ETKİSİ

3.1. ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLERİ	80
3.2. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI	82
3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	83
3.3.1. Verilerin Toplanması.....	85
3.3.2. Örneklemeye Ait Temel Karakteristik ve Demografik Veriler	87
3.3.3. Ölçeklere Ait Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları (AFA)	88
3.3.3.1. İlişki Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi	88
3.3.3.2. Karşılıklılık Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi	88
3.3.3.3. Bağlılık Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi.....	89
3.3.3.4. Bilgi Paylaşım Niyeti Açımlayıcı Faktör Analizi.....	89
3.3.4. Ölçeklere Ait Ortalama Değerler	90
3.3.5. Ölçeklere Ait Doğrulamalı Faktör Analizi Sonucu (DFA)	92

3.3.5.1. İlişki Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi	93
3.3.5.2. Karşılıklılık Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	93
3.3.5.3. Bağlılık Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi	94
3.3.5.4. Bilgi Paylaşım Niyeti Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	95
3.4. ANALİZ VE BULGULAR.....	96
3.5. ARAŞTIRMA KAPSAMINDA KULLANILAN İSTATİSTİKLER.....	98
3.5.1. Demografik Değişkenlerin Analiz Sonuçları	99
TARTIŞMA VE SONUÇ.....	109
KAYNAKÇA	114
EKLER.....	119
EK 1. Anket Formu	119
ÖZGEÇMİŞ.....	121

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SANAL TOPLULUKLARA BAĞLILIĞIN BİLGİ PAYLAŞIM NİYETİNE
ETKİSİNDE İLİŞKİ VE KARŞILIKLILIĞIN ROLÜ

Tuğba BİCAN

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Sait Sinan ATILGAN

2022, 121 sayfa

Jüri: Dr. Öğr. Üyesi Sait Sinan ATILGAN (Danışman)
Doç. Dr. Eyyup AKBULUT
Dr. Öğr. Üyesi Adem TÜRKMEN

Sanal topluluklara bağlılık ile bilgi paylaşım niyetinde ilişki ve karşılıklılığın rolünün belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmanın evrenini Türkiye’de ki sosyal medya kullanıcıları oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini ise, Facebook’ta bulunan Bilim Kulübü, Düşünce Özgürlüğü, Pozitif Düşünce ve Beyin Gücü ve Psikoloji grupları oluşturmaktadır.

Literatürde bulunan diğer araştırmalar incelendiğinde bu iki değişkenin birlikte değerlendirmeye alındığı bir çalışma ülkemizde bulunmadığı için bu uygulamanın literatüre katkı sağladığı düşünülmektedir. Bu kapsamda Facebook’ta bulunan dört sanal topluluk grubuna, 400 kişiye çevrimiçi anket uygulanmış olup geçerli 376 anket analize tabi tutulmuştur.

Çalışma, nicel araştırma tekniklerinden alan araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Veri toplama tekniği olarak ise anket yöntemi kullanılmıştır. Öncelikle konu ile ilgili detaylı bir literatür taraması yapılmıştır. Konu hakkında Türkçe kaynak oldukça yetersiz olduğu için yabancı kaynaklar taranmıştır. Başta makale, tezler ve kitaplar olmak üzere konu hakkında sempozyum, bildiri, bloglar, internet kaynakları ve resmi belgeler taranmıştır. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde topluluk kavramından başlamak üzere topluluk, sanal topluluk, bağlılık, bilgi paylaşımı gibi konu bütünlüğünü sağlayacak kavramlar ele alınmış olup, kavramlarla ilgili teorilere de değinilerek literatürde yapılan diğer çalışmalara, araştırmada yer verilmiştir. İkinci bölümde, bağlılık, bilgi paylaşım niyeti, ilişki ve karşılıklılık değişkenleri ele alınmıştır. Üçüncü bölümde ise araştırmanın temel amacı doğrultusunda araştırma örnekleminde toplanan verilerin SPSS ve AMOS programları aracılığı ile analiz sonucunda elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Topluluk, Sanal Topluluk, Bağlılık, İlişki, Karşılıklılık, Bilgi Paylaşım Niyeti.

ABSTRACT**MASTER THESIS****THE ROLE OF RELATIONSHIP AND RECIPROCITY IN THE EFFECT OF
COMMITMENT TO VIRTUAL COMMUNITIES ON INFORMATION
SHARING INTENTION****Tuğba BİCAN****Advisor: Assist. Prof. Dr. Sait Sinan ATILGAN****2022, 121 pages****Jury: Assist. Prof. Dr. Sait Sinan ATILGAN (Advisor)****Assoc. Prof. Dr. Eyyup AKBULUT****Assist. Prof. Dr. Adem TÜRKMEN**

The universe of this study, which was conducted to determine the role of relationship and reciprocity in commitment to virtual communities and intention to share information, consists of Science Club, Freedom of Thought, Positive Thinking and Brain Power and Psychology groups on Facebook.

When the other studies in the literature are examined, it is thought that this application contributes to the literature, since there is no study in our country in which these two variables are evaluated together. In this context, an online questionnaire was applied to 400 people in four virtual community groups on Facebook, and 376 valid questionnaires were analyzed.

The study was carried out using the field research method, which is one of the quantitative research techniques. Questionnaire method was used as data collection technique. First of all, a detailed literature review on the subject was made. Foreign sources were scanned because the Turkish source on the subject was quite insufficient. Symposiums, papers, blogs, internet resources and official documents on the subject, especially articles, theses and books, were scanned. The study consists of three parts. In the first chapter, starting from the concept of community, concepts such as community, virtual community, commitment, and information sharing that will ensure the integrity of the subject are discussed, and other studies in the literature are included in the research by referring to the theories related to the concepts. In the second part, the variables of commitment, intention to share information, relationship and reciprocity are discussed. In the third part, the findings obtained as a result of the analysis of the data collected from the research sample through SPSS and AMOS programs were interpreted in line with the main purpose of the research.

Keywords: Community, Virtual Community, Commitment, Relationship, Reciprocity, Knowledge Sharing Intent.

KISALTMALAR ve SİMGELER DİZİNİ

AFA	: Açımlayıcı Faktör Analizi
BİT	: Bilgi iletişim Teknolojileri
CI	: Topluluk Kimliği
CoP	: Uygulama Toplulukları
CMC	: Bilgisayar Aracılı İletişim
CPA	: Topluluk Katılımı
CPR	: Topluluk Teşviki
CT	: Topluluk Güveni
DFA	: Doğrulayıcı Faktör Analizi
EDT	: Beklenti Onaylama Teorisi
FETÖ	: Fethullahçı Terör Örgütü
GWI	: Globalwebindex
ICT	: Bilgi ve İletişim Teknolojileri
SET	: Sosyal Değişim Teorisi
SOC	: Topluluk Duygusu
SOVC	: Sanal Topluluk Duygusu
SSS	: Sık Sorulan Sorular
TAM	: Teknoloji Kabul Modeli
U&G	: Kullanım ve Tatmin Teorisi
VC	: Sanal Topluluk
vCoP	: Sanal Uygulama Toplulukları
WELL	: Whole Earth Lectronic Link
WWW	: World Wide Web

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. Sanal Topluluk Tipolojisi	29
Şekil 1.2. Çevrimiçi İhtiyaçlar Hiyerarşisi	35
Şekil 1.3. Sanal Topluluk Çıktıları	37
Şekil 1.4. Dünya Çapında Dijital	42
Şekil 1.5. Dünya Çapında İnternet Kullanımının Bir Anlık Görüntüsü	43
Şekil 1.6. Dünya Çapında Sosyal Medya Kullanımı	43
Şekil 1.7. Çeyrek Yıl Bazında Görelî Değişimle Birlikte Küresel Sosyal Medya Kullanıcılarının Toplam Sayısı	44
Şekil 1.8. 16-64 Yaş Arası İnternet Kullanıcılarının (Çin Hariç) Favori Sosyal Medya Platformları Yüzdesi	45
Şekil 1.9. Küresel İnternet Kullanıcılarından 16-64 Yaş Aralığındaki Kadın ve Erkeklerle Göre Favori Sosyal Platformların Yüzdesi.....	45
Şekil 1.10. Dünyanın En Çok Kullanılan Sosyal Platformlarının Küresel Aktif Kullanıcı Rakamları	46
Şekil 1.11. 16-64 Yaş Arası İnternet Kullanıcılarının Sosyal Medyayı Kullanarak Günde Ortalama Olarak Geçirdiği Sürenin Evrimi.....	47
Şekil 1.12. 16-64 Yaş Arası İnternet Kullanıcılarının Her Gün Sosyal Medyayı Kullanarak Geçirdikleri Ortalama Süre (Saat ve Dakika Olarak).....	48
Şekil 1.13. 16-64 Yaş Arası İnternet Kullanıcılarının Her Gün Farklı Medya ve Cihazlarla Geçirdikleri Ortalama Süre	49
Şekil 1.14. 16-64 Yaş Arası İnternet Kullanıcılarının Herhangi Bir Cihaz Üzerinden İnterneti Kullanarak Günde Ortalama Olarak Geçirdiği Süredeki Değişim	49
Şekil 1.15. 16-64 Yaş Arası İnternet Kullanıcılarının, Herhangi Bir Cihazda İnterneti Kullanarak Geçirdikleri Günlük Ortalama Süre (Saat ve Dakika Olarak)	50
Şekil 1.16. 16-64 Yaş Arası Global İnternet Kullanıcılarının İnterneti Kullanmasının Başlıca Nedenleri.....	51
Şekil 1.17. Instagram’da Bulunan İndirim Sayfasındaki Bir Ürün Ve Sanal Topluluk Üyelerinin Etkileşimi.....	53

Şekil 1.18. Sanal Topluluk Üye Etkileşimi Sırasında Ekranda Ürün Yerleştirme Belirmesi	54
Şekil 2.1. Güven Ölçütleri	56
Şekil 2.2. Kısmi Kapanma Tedbirleri ile İlgili Sıkça Sorulan Sorular	68
Şekil 2.3. Trendyol Popüler Sorular	69
Şekil 2.4. Hepsiburada Çözüm Merkezi	69
Şekil 2.5. Sanal Topluluk Üyelerinin Fenomen veya Sayfaların Önerisi Üzerine Satın Aldıkları Ürün Hakkındaki Yorumları.....	70
Şekil 2.6. Sanal Topluluk Üyelerinin Influencer Önerisi Üzerine Aldıkları Ürün Hakkındaki Yorumları.....	71
Şekil 2.7. Bir Soru-Cevap Sitesi Olarak Kızlar Soruyor	73
Şekil 3.1. Sanal Topluluklarda Bağlılık, Bilgi Paylaşım Niyeti, İlişki (Moderatör) ve Karşılıklılık (Mediatör) Modeli.....	81
Şekil 3.2. İlişki Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi	93
Şekil 3.3. Karşılıklılık Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi	93
Şekil 3.4. Bağlılık Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi	94
Şekil 3.5. Bilgi Paylaşım Niyeti Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	95
Şekil 3.6. Bağımlı ve Bağımsız Değişkenler Arasında Düzenleyici Rol Grafiği	106
Şekil 3.7. Gruba Bağlılık ile Grup İçerisinde Bilgi Paylaşım Niyeti Arasındaki İlişkide Karşılıklılık Değişkenine Ait Yol Analizi.....	107

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. Sanal Topluluk Tanımları	17
Tablo 3.1. İlişki Ölçeği İfadeleri	85
Tablo 3.2. Karşılıklılık Ölçeği İfadeleri	86
Tablo 3.3. Bağlılık ile İlgili Ölçek İfadeleri	86
Tablo 3.4. Bilgi Paylaşım Niyeti Ölçeği İfadeleri	87
Tablo 3.5. Anketin Facebook'ta Uygulandığı Sanal Topluluklar ve Üye Sayıları	87
Tablo 3.6. İlişki Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi	88
Tablo 3.7. Karşılıklılık Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi	88
Tablo 3.8. Bağlılık Açıklayıcı Faktör Analizi	889
Tablo 3.9. Bilgi Paylaşım Niyeti Açıklayıcı Faktör Analizi	889
Tablo 3.10. İlişki Ölçeğine Ait Ortalama Değerler ve Standart Sapmalar	90
Tablo 3.11. Karşılıklılık Ölçeğine Ait Ortalama Değerler ve Standart Sapmalar	90
Tablo 3.12. Bağlılık Ölçeğine Ait Ortalama Değerler ve Standart Sapmalar	91
Tablo 3.13. Bilgi Paylaşım Niyeti Ölçeğine Ait Ortalama Değerler ve Standart Sapmalar	92
Tablo 3.14. İlişki Değişkeni Yapısal Eşitlik Modeli Uyum İyiği İndeksleri	93
Tablo 3.15. Karşılıklılık Değişkeni Yapısal Eşitlik Modeli Uyum İyiği İndeksleri ...	94
Tablo 3.16. Bağlılık Değişkeni Yapısal Eşitlik Modeli Uyum İyiği İndeksleri	95
Tablo 3.17. Bilgi Paylaşım Niyeti Değişkeni Yapısal Eşitlik Modeli Uyum İyiği İndeksleri	95
Tablo 3.18. Katılımcılara Ait Demografik Veriler	97
Tablo 3.19. Demografik Verilerin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri	98
Tablo 3.20. Sanal Topluluk Gruplarında Bilgi Paylaşım Niyeti Etkisinin Katılımcıların Yaşına Göre Farklılaşmasına Yönelik Tek Faktörlü ANOVA Analizi Sonuçları	99
Tablo 3.21. Sanal Topluluk Gruplarında Bilgi Paylaşım Niyeti Etkisinin Katılımcıların Yaşına Göre Farklılaşmasında Welch Testi Sonuçları	99
Tablo 3.22. Tamhane İkili Grup Karşılaştırma Testi Sonucu	100
Tablo 3.23. Katılımcıların Yaş Ortalamaları	100

Tablo 3.24. Sanal Topluluk Gruplarında Bilgi Paylaşım Niyeti Etkisinin Katılımcıların Cinsiyetine Göre Farklılaşmasına Yönelik Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları.....	101
Tablo 3.25. Sanal Topluluk Gruplarında Bilgi Paylaşım Niyeti Etkisinin Katılımcıların Medeni Durumuna Göre Farklılaşmasına Yönelik Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları	101
Tablo 3.26. Sanal Topluluk Gruplarında Bilgi Paylaşım Niyeti Etkisinin Katılımcıların Eğitim Seviyesine Göre Farklılaşmasına Yönelik Tek Faktörlü ANOVA Analizi Sonuçları	102
Tablo 3.27. Sanal Topluluk Gruplarında Bilgi Paylaşım Niyeti Etkisinin Katılımcıların Eğitim Düzeyine Göre Farklılaşmasında Welch Testi Sonuçları	102
Tablo 3.28. Sanal Topluluk Gruplarında Bilgi Paylaşım Niyeti Etkisinin Katılımcıların Gelir Seviyesine Göre Farklılaşmasına Yönelik Tek Faktörlü ANOVA Analizi Sonuçları	103
Tablo 3.29. Scheffe Test Sonucu.....	103
Tablo 3.30. Katılımcıların Gelir Durumu Ortalamaları.....	104
Tablo 3.30. H1 Hipotezi ve Buna Bağlı Alt Hipotezlere İlişkin Test Sonuçları	104
Tablo 3.32. Gruba Bağlılık ve Bilgi Paylaşım Niyetleri ile Grup İçi İlişkinin Düzenleyici Rolü Olduğuna Dair Çoklu Doğrusal Regresyon Analiz Sonuçları	105
Tablo 3.33. H2 Hipotezine İlişkin Test Sonuçları.....	106
Tablo 3.34. Gruba Bağlılık ile Grup İçerisinde Bilgi Paylaşım Niyeti Arasındaki İlişkide Karşılıklılık Değişkeninin Standardize Edilmiş Kestirim Sonuçları	107
Tablo 3.35. H3 Hipotezine İlişkin Test Sonuçları.....	108

ÖNSÖZ

Alman sosyolog Ferdinand Tönnies, uygarlığın gelişiminde iki dönemden bahsetmektedir. Bunlardan ilki olan topluluk çağını, irade bakımından örf, din ve uyum olarak betimler. Toplum çağını ise irade bakımından kamuoyu görüşü, siyaset ve uzlaşma olarak betimlemektedir (2019: 447). Tönnies, topluluk ve cemiyet kavramları üzerinde durmuş, topluluktan cemiyete bir geçiş süreci olduğunu vurgulamıştır. Nitekim bireyler ilkel dönemlerden başlamak üzere sürekli topluluk kurmuşlardır. Bu topluluklar göçebe hayattan başlayarak tarım toplumuna yani geleneksel topluluğa, sanayileşmeyle birlikte modern topluluğa, internetin gelişmesiyle birlikte ise modernizmi de yıkarak postmodern topluluğa yani sanal topluluklara evrilmiştir.

Günümüzde büyük bir hızla büyüyen WEB (World, Wide, Web), iletişim alanında da sıklıkla başvurulmuş bir araç haline gelmiştir. Küresel ölçek haline gelen internet bireylerin fiziksel ortamlarda yapılan kısıtlı aktivitelerine iyi bir alternatif oluşturabilmektedir. Artık birçok insan zamanının büyük bir bölümünü internette harcamaktadır. Bununla ilgili yapılan birçok araştırma mevcut olmakla birlikte bu çalışmada asıl ele alınacak konu daha çok sanal dünya üzerine olacaktır. İnternetle birlikte sanal kelimesinin önem kazandığı bir dönem içerisindeyiz. Sanallık kimi araştırmacılara göre gerçek kimilerine göre ise sahte bir kavramdır. Bu kavram geleneksel topluluklarında sanal olarak anılmasına neden olmuştur. Geleneksel topluluklarda zaman ve mekân algısı sanallaşmayla oluşan topluluklarda ortadan kalmaktadır. Dünyanın her yerinden insanlar ortak değerler çerçevesinde oluşan gruplar içinde yer almakta ve buna istedikleri zaman erişim sağlamaktadırlar. Bu durumda bireyleri sanal topluluklara katılma konusunda güdüleyebilmektedir.

Sanal topluluk olgusu internetin doğuşuyla hayatımıza katılan bir mefhumdur. Bu yapı internetin yaygınlaşmasıyla ise birçok insan tarafından kullanılabilir hale gelmiştir. Nitekim her geçen gün yeni bir sanal topluluğun ortaya çıkmasının nedeni internetin ulaşım ağlarını genişleterek birçok insana hitap eder hale gelmesidir. Topluluklar reel olarak varlığını sürdürse de internetle birlikte sanal ortama doğru bir kayma söz konusu olmuştur. Fakat baştan belirtmekte fayda vardır ki sanal topluluk üyelerine ait özelliklerin bir tanıtımda toplanması oldukça zordur.

İnternetin iş yerlerine, evlere hatta cep telefonlarına girmesiyle birlikte insanlar her an her yerden sanal ortamda bir topluluğa katılma olanağı bulmuşlardır. Böylece zaman ve mekân algısı da ortadan kalkmıştır. Kişiler bulundukları ortamdan nicknameler oluşturarak diledikleri sanal topluluğa üye olma şansı elde etmiştir. Üstelik yüz yüze iletişim ortadan kalktığı için kişilerin bir sanal topluluğa istedikleri zaman üye olup, istedikleri zaman üyelikten kolayca çıkma imkânları bulunmaktadır. Her sanal topluluk grubu kendine özgü kurallar koyabilir. Bu kurallara uymayanlar tıpkı topluluklarda olduğu gibi gruptan atılabilir. Fakat birey farklı bir nickname ile gruba yeniden katılabilir. Sanal topluluğu, geleneksel topluluktan ayıran temel farklardan biri budur. İnsanlar katıldıkları geleneksel veya sanal topluluklara bağlanabilir. Bu çalışma, sanal topluluklara bağlılık ile bilgi paylaşım niyeti arasındaki ilişkinin moderatör (düzenleyici) bir etkiye sahip olduğunu savunmaktadır. Ayrıca sanal topluluklara bağlılık ile bilgi paylaşım niyeti arasında karşılıklılık rolünün ise mediatör (aracı) etkisinin bulunduğunu ileri sürmektedir. Özetlemek gerekirse, sanal topluluklara bağlılığın moderatör etkisi olan ilişki ile mediatör rol üstlenen karşılıklılık esasının bir sonucu olarak bilgi paylaşım niyetinin ortaya çıktığı savunulmaktadır.

Araştırma kapsamında nicel bir çalışma yürütülerek alan araştırma yöntemi kullanılmış olup veri toplama tekniklerinden anket tekniği ile Facebook'ta bulunan dört sanal topluluk üyelerinden, 597 kişiye surveey.com online anket sistemi üzerinden ulaşılmıştır. Eksik cevaplama nedeniyle 197 anket, çalışma dışı bırakılmış, uç değerler ayıklanarak veri setimiz 376'ya düşürülmüştür. Veriler SPSS ve AMOS ile analiz edilmiştir. Araştırmada, üç boyuttan oluşan Bağlılık (Duygusal, Devam ve Normatif), İlişki, Karşılıklılık ve Bilgi Paylaşım Niyeti gibi dört ölçek kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyeti sosyo-demografik değişkenlerden yaş ve gelir seviyesine göre anlamlı bir farklılık gösterirken cinsiyet, medeni durum ve eğitim seviyelerinde farklılığa rastlanmamıştır. Ayrıca sanal topluluk gruplarına bağlılık ve bilgi paylaşım niyetleri arasındaki grup ile olan ilişkinin moderatör rolünün anlamlı ve orta düzey pozitif bir etkisi olduğu da saptanmıştır. Tüm bunlara ek olarak sanal topluluklara, üyelerinin gruba bağlılığı ile grup içerisinde bilgi paylaşım niyetleri arasındaki ilişkide karşılıklılığın mediatör rolünün de anlamlı ve doğrusal pozitif etkisi tespit edilmiştir.

Çalışmama bilgi ve tecrübelerini aktarmayı ve katkılar sunmayı benden esirgemeyen çok değerli danışman hocam sayın Dr. Öğr. Üyesi Sait Sinan ATILGAN'a, SPSS paket programını öğrenmemi sağlayan Doç. Dr. Eyyup AKBULUT'a ve desteklerini esirgemeyen bölüm hocalarıma teşekkürlerimi arz ederim. Çalışmayı hazırlama sürecinde benden hiçbir zaman maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen aileme, konu belirleme ve bütünlüğünü sağlama konusunda yardımcı olan Sayın Öğr. Gör. Asiye Nurcihan DERELİ'ye ve ayrıca bölüm arkadaşım Gülcan Saygı'ya teşekkür ederim.

Erzurum – 2021

Tuğba BİCAN



GİRİŞ

F. Tönnies, toplum ve topluluk kavramlarının ayrımını yaparken toplumun geçiciliğini ifade ederken, topluluğun kalıcılığını savunmaktadır (2019: 36), Tönnies, toplum teorisini topluluk teorisine benzetmekle birlikte ona göre toplum, bireyleri birbirine bağlayan etmenlerin bulunmasına karşın ayrı insan grubunu ifade ederken; topluluk, bireyleri birbirinden ayıran etmenlere kıyasla bir arada kalan insan grubuna işaret eder (s.98). Bunun yanı sıra toplumu, gelişmekte olan ortak ve ulusal yaşam sürecinin en tepe noktası olarak değerlendirir (s.123). Topluluğu ise yaşamla oluşan bağlara karşın özgür olarak nitelendirir ve bu özgürlüğün sınırının geniş olmasının, topluluk için oldukça yarar sağlayacağını savunur (s.127).

Stolterman, Ågren ve Croon'a (1999: 1) göre, siber uzay insanların günlük yaşantılarını kolaylaştırıcı etkiye sahiptir. İnsanlar iletişim kurmak, alışveriş yapmak, çalışmak kısaca yaşamak gayeleri bulunur. Siber uzay bunların gerçekleşmesi için alternatifler sunar. Fakat çalışmamız açısından üstünde durulması gereken nokta siber uzayla ilişki olan sanal topluluklardır. Bunlar yeni sosyal yaşam formlarından biridir. Siber uzayın büyümesi sanal toplulukların incelenmesini gerekli kılar. Çünkü sanal toplulukların insanlar nezdinde ne anlama geldiği veya hayatlarımızın ne kadarına sirayet ettiği gibi soruların cevaplanmasını sağlayacaktır.

Dünya internet ve dijitalleşmenin ilerlemesine doğru hızla yol alırken, bilgi dağıtımını açısından sanal platformlar aracılık rolünü üstlenmiştir. Chang ve diğerleri, sanal toplulukların, kullanıcıların yüz yüze görüşmek zorunda kalmadan iletişim kurmaları ve etkileşimde bulunmaları için bir platform sağladığını ileri sürmektedir (akt Fauzi vd. 2020). Araştırmacılar (Akhavan vd. Djelantik), insanların bilgiyi veri tabanında aramak yerine sanal ağlar vasıtasıyla diğer insanlara danışarak ulaştıklarını belirtmişlerdir (akt Fauzi vd. 2020).

I. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Sosyoloji alanına ait olan topluluk kavramı ortak ideolojiler doğrultusunda, zaman ve mekân mefhumu ile bir araya gelen bireylerden oluşur. Sanayi devrimiyle başlayan birçok dönüşüm ile internet olgusu da gelişmiş ve bu durum sanal toplulukların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Geleneksel topluluklardan, sanala doğru bir yönelme söz konusu

olmuştur. Bu yöneliş gerçekleşirken topluluklar sanallaşmış, zaman ve mekân algısı ortadan kalkmıştır. Teknolojinin gelişmesi sosyal medyanın gelişimini hızlandırmış bu da üyelerin bilgi alışverişi devinimini basitleştirerek çevrimiçi platform sayısında patlamalara yol açmıştır. Bu platformlar, üyeler arasında sık yaşanan etkileşimle, sanal topluluklara dönüşmeye başlamıştır. Dünyanın her bir bölgesinde yaşayan insanlar sanal topluluklar aracılığıyla bir araya gelmiştir. Fiziksel olarak bir araya gelmek ise yalnızca üyelerin istekleri üzerine gerçekleşir. Dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla birlikte her an her yerde sanal topluluklara katılarak, diğer üyelerle etkileşime girmek oldukça kolay hale gelmiştir. İnternetin cep telefonlarımıza kadar indirgenmiş olması sanal toplulukların yaygınlaşmasını da hızlandırmaktadır. Bu durumun ise üyelerde, bağlılık duygusunun oluşmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Tabi bunun yanında diğer üyelerle olan etkileşim, bilgiyi arama arzusu, eğlence, sosyalleşme arzusu gibi nedenlerde bağlılığı artırabilir. Bağlılığın artması ise üyelerin söz konusu sanal topluluklarda bilgi paylaşım düzeylerini etkileyebilir. Bu düşüncelerin doğruluğunu ispatlamak üzere yüksek lisans çalışması sanal topluluklara bağlılığın bilgi paylaşımı üzerindeki etkisini araştırmak üzerine yapılmıştır. Sanal topluluklarla ilgili yapılan diğer araştırmalara bakıldığında bağlılığın bilgi paylaşım davranışları üzerindeki etkilerinin incelenmediği görülmektedir. Ayrıca bu etkilerin insanlar arası ilişki ve karşılıklılık esası gibi değişkenlerin de dahil olduğu bir çalışmaya ülkemizde rastlanmamaktadır. Bu tür benzer bir çalışmaya Çin’de rastlanmaktadır. Araştırma, bağlılık modelini ve sosyal değişim teorisini entegre ederek, kullanıcı bağlılığının, sosyal değişim faydalarının sanal topluluklarda kullanıcıların bilgi alışverişi davranışları üzerindeki etkisine aracılık ettiğini savunmaktadır. Bunların yanında araştırmacılar, üç tür sosyal değişim faydası olarak ilişki, itibar ve karşılıklılık ilkesinin, kullanıcı bağlılığının önemli öncülleri olarak hizmet ettiğini varsaymaktadır. Bu çalışmadan hareketle, geleneksel topluluklardan sanal topluluklara geçişle birlikte yaşanan değişimler nedeniyle, sanal topluluk mensuplarının üye oldukları gruplara bağlılığını ölçerek, bu bağlılığın bilgi paylaşımına etkisinin araştırılması ve sonuçlarının istatistiki verilerle desteklenmesini hedeflemektir. İnsanlar arasında kurulan iletişim, bireylerin ilişki biçimlerini şekillendirebilmektedir. Bu ilişki gerek yüz yüze gerekse dijital ortamda yürütülebilir. Günümüzde, bireysel yaşamın ağırlık kazanması ve zaman kavramının giderek kısılması, bireyler arası ilişkilerin sanal ortamlarda sıklık kazanmasına neden olduğu

düşünülmektedir. Bu varsayımlar dahilinde, bireylerin sanal topluluk gruplarına bağlılık ile bilgi paylaşım niyetlerinin grup içi ilişkide moderatör rol üstlendiği varsayılmaktadır. Ayrıca insanların kurdukları ilişkilerde, karşılıklılık esasına göre hareket edebileceği düşünüldüğünden, sanal topluluklara bağlı bireylerin bilgi paylaşım niyetlerinde, karşılıklılığın mediatör bir rolünün olduğu savunulur. Böylece oluşan araştırma boşluğu bu çalışma ile doldurulmak istenmiştir.

II. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Sanal topluluklarla ilgili derinlemesine çalışmaların yeterli olmaması, üyeler arasında güçlü bağların gelişip gelişmediğini ve gelişmişse de ne kadar güçlü olduğunu keşfetmeyi zorlaştırır. Böylece bilgi alışverişinin de buna bağlı olarak ne ölçüde paylaşıldığı hususundaki araştırmaların yeterli olmaması bu çalışmanın önemini açıkça ortaya koymaktadır. Ayrıca ülkemizde bu konuyla ilgili yapılan çalışmaların miktarı oldukça azdır. Bu nedenle miktarı artırarak sanal topluluklar konusunda literatürün zenginleştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca yayımlanan diğer çalışmalarda anket yönteminin kullanılmamış olması da bu çalışmanın önemini açığa çıkarmaktadır.

III. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI

Toplumsal değişim bağlamında geleneksel topluluktan, modern topluluğa geçişle birlikte, özellikle teknolojinin hızla yayılarak insan hayatına sirayet etmesi sonucu, toplulukların dijital platformlara taşınmasıyla topluluklar, sanal ortamda varlıklarını sürdürmeye başlamıştır. Teknolojinin gelişmesi sosyal medyanın gelişimini hızlandırmış bu da üyelerin bilgi alışverişi devinimini basitleştirerek çevrimiçi platform sayısında patlamalara yol açmıştır. Bu platformlar, üyeler arasında sık yaşanan etkileşimle, sanal topluluklara dönüşmeye başlamıştır.

Sanal topluluklarla ilgili yapılan diğer araştırmalara bakıldığında sanal topluluk, bilgi alışverişi veya bağlılık üzerine ayrı ayrı yapılan çalışmalar olsa da sanal topluluklara bağlılığın bilgi paylaşım niyeti üzerindeki etkisini araştırmak için yapılmış olan bir çalışmanın ülkemizde olmadığı, diğer ülkelerde ise oldukça sınırlı olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca sosyal değişim teorisine ait değişkenlerden olan ilişki ve karşılıklılık kavramlarının da sanal topluluk konularında araştırılmadığı görülmüştür.

Dolayısıyla bu çalışmanın amacı, yaşanan değişimler nedeniyle sanal topluluk mensuplarının üye oldukları gruplara bağlılığını ölçerek ve bu bağlılığın bilgi paylaşım niyetine etkisinde ilişki ve karşılıklılığın rolünü keşfederek araştırma boşluğunun doldurulmaya çalışılmasıdır. Ayrıca bağlılığın bilgi paylaşımına katkısını keşfederek, üyelerin gruplarıyla olan psikolojik, duygusal ve normatif bağlarının sanal topluluklardaki biliş ve davranışlarını etkileyip etkilemediğinin ortaya çıkarılmasıdır. Sanal topluluk üyelerinin, karşılıklılık ilkesine bağlı olarak aracı rolü ve grup içinde birbirleriyle gerçekleşen ilişkileri göz önüne alındığında da düzenleyici rolü ile gruba ne oranda bağlı olduğu ve bu bağlılığın bilgi paylaşımını ne oranda etkilediği yapılan çalışma ile açıklanmaktadır.

Bu çalışmada, Facebook'ta bulunan, 'Bilim Kulübü', 'Düşünce Özgürlüğü', 'Psikoloji', 'Pozitif Düşünce ve Beyin Gücü' sanal topluluklarına üye bireylerin, gruba olan bağlılıklarının bilgi paylaşım niyeti üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda; bağlılık ve bilgi paylaşım niyeti değişkenleri arasındaki düzenleyici rol üstlenen ilişki ve aracı rol üstlenen karşılıklılık değişkenleri araştırılırken, sosyo-demografik değişkenlerin de söz konusu bağlılık ve bilgi paylaşımı üzerindeki etkileri de araştırılmıştır. Ayrıca, bu çalışma Facebook'ta bulunan dört sanal topluluk üzerinde yapıldığı için diğer sosyal platformlara ait sanal toplulukları kapsamaması düşünülemez.

BİRİNCİ BÖLÜM

TOPLULUK, SANAL TOPLULUK, BAĞLILIK, İLİŞKİ VE KARŞILIKLILIK, BİLGİ PAYLAŞIM NİYETİ KAVRAMI, ANLAMI, KAPSAMI VE İLİŞKİSİ

Ortak amaç, fikir ve görüşler dâhilinde bir araya gelen toplulukların topluluk oluşturdıkları göz önüne alındığında, topluluk kavramından önce topluluk kavramı üzerinde durulmuştur. Topluluk kavramı açıklandıktan sonra topluluk kavramı detaylı bir şekilde ele alınacaktır. F. Tönnies, topluluk ve cemiyet kavramları üzerinde durmuş ve topluluklara değinmiştir. O, birlikte yaşayan toplulukların kan bağı neticesinde mekân topluluğuna (fiziksel yaşam) dönüştüğünü ve bu durumun evrilerek manevi toplulukları (zihinsel yaşam) meydana getirdiğini savunur. Son olarak ise kutsal mekân, ibadet, tanrı gibi konularda bireylerin bir araya gelerek topluluk oluşturduğunu ifade eder (s.53). Tönnies, topluluk yaşamının, ortak malların mülkiyeti ve bu ortak mallardan faydalanım anlamına geldiğini vurgular. Ona göre tarla, ev gibi mülkiyetlere sahip kişiler bulundukları yere bağlanır. Örneğin bir aile geçimini sahibi olduğu tarladan sağlar. Bu da ortak mallardan faydalanım biçimini ortaya koyar. Bu mülkiyet aynı zamanda nesilden nesile aktarılabilmesi için insanların bir arada yaşamasına neden olur. Bu da toplulukları meydana getirir (s.70). Kan, toprak ve inancı topluluğun üç temel taşı olarak ele alır ve hepsinin ailede var olduğunu vurgular. Ailenin özünü ise kan ve akrabalığın oluşturduğunu ileri sürer. İnanç topluluğunu, ortak meslek veya işe, yani ortak değerlere dayandırır. Ayrıca Tönnies, inanç topluluğuyla ilgili şunları ifade eder:

“Tabii ki en başta inanç topluluğuna bağlı olan, üyeliğin tamamen gönüllülük esasına dayanmadığı, fakat ilgili olan herkesin ait olduğu birlikler de vardır. Bu birlikler arasında en başta zanaatkâr loncaları, dinsel kardeşlikler ve topluluklar ile kilise tarikatları gelir. Bunların tümünde aile fikri ve modeli muhafaza edilir” (s.259).

Topluluk kavramı coğrafi bir bölgede birlikte yaşayan insan grubunu temsil etmektedir. Sosyolojide topluluk, ortak bir yerde yaşayarak etkileşimde bulunan insan grubunu ifade eder. Mulyadi ve Fitriana (2018: 47), topluluk olgusunu, sosyal değişim açısından bir araç konumunda olduğunu ifade eder. Topluluk, bir alanda, muayyen normları, değerleri, kimliği, kültürel uygulamaları paylaşan, birbirlerini tanımaya

çalışmak ve onlarla etkileşimde bulunmak için bir araya gelen insan grubunu temsil eder. Sosyolog Simmel, topluluk kavramını incelerken öncelikle kentleşme süreciyle birlikte bireylerin hayatında yaşanan değişimleri inceler. Modernliğin bir metaforu olarak metropol yaşamının insan nezdinde özgürlük olarak algılandığını vurgular. Lyu vd.'a (2019: 245) göre topluluk kavramı, yüksek hızla gelişim gösteren endüstriyel teknolojisinin arka planında yer almaktadır. Lazzarini ise insanların geleneksel bağlardan uzaklaştığını dile getirirken, Crespi vd.' göre insanlar teknolojiye daha bağımlı hale gelmiştir. Frisby ve Featherstone ise kentleşmeyle birlikte entellektüalizmin arttığını ve tutumların kolay değişebileceğini vurgular (akt, Agostini, ve Mechant'a, 2019).

Tönnies, belki de tüm bu araştırmacılardan önce köy, kent, metropol kavramlarına değinmiştir. O, tüm bu kavramlardan önce bireyden ve böylece oluşan aile kavramından bahseder. Ona göre aile, topluluk yaşamının temelidir. Bu nedenle de köy ve şehirlerde varlığını sürdürmeye devam eder. Bunun yanı sıra köy topluluğunu ve şehirleri, büyük ailelere benzetmektedir. Gelişmiş toplumlar dâhil olmak üzere insanların birlikte yaşadıklarını vurgularken, şehirlerin ortaklaşa insan yaşamının karmaşık bir versiyonu olduğunu dile getirir. Fakat köy ve kent yaşamının, ailenin özelliklerini koruduğunu da savunur. Ancak şehirlerin büyükşehirlere dönüşmesinin, bireyleri birbirinden ayırdığını ve hatta aileleri yok ettiğini ifade eder. Bu nedenle mekânlar sadece konut olarak kullanılmaya devam eder. Tüm bunlara rağmen topluluk yok olmaya yüz tutsa da insanların toplum içinde yaşamaya devam ettiğini destekler. Bu toplumsal durumun evrensel hale gelmesi, tüm dünyanın metropole dönüşmesine neden olacağını da dile getirir. Üst sınıfların toplumda etkin olmasına karşın alt tabakadaki insanların ise toplumsal güç elde etmeleri dâhilinde üst tabakadaki bireylere uyum sağlayabileceğini ifade etmiştir (2019: 438, 439, 441).

McMillan ve Chavis'e (1986: 14) göre, güçlü topluluklar, üyelere olumlu etkileşim yolları, paylaşılacak önemli olaylar ve bunları olumlu şekilde çözme yolları, üyeleri onurlandırma fırsatları, topluluğa yatırım yapma fırsatları ve üyeler arasında manevi bir bağ deneyimleme fırsatları sunan topluluklardır. Bu bağ, ortak amaç ve fikirler dâhilinde bir araya gelen kişilerce oluşturulur. Türk (2020: 8), ortak amaçlarla bir araya gelen toplulukların, biz duygusunu güçlü bir şekilde oluşturmasıyla birlikte

ötekilerden farklı özelliklere sahip olmalarının, toplulukların oluşmasına olanak sağladığını belirtir.

1.1. TOPLULUK KAVRAMI

Türk'e (2020: 7) göre topluluk, ortak bir mekânda, aynı sembolik anlamları üreten, kendilerine özel bir kültürel dile sahip, aidiyet duygusu gelişmiş insan topluluğuna denir. Bell ve Newby topluluk mefhumunun çeşitli anlamları üzerinde durmuşlardır ve bunlardan ilki, topluluk kavramının bir yerleşimin sınırlarını işaret etmek gibi oldukça sıradan bir anlamının bulunmasıdır. Daha sonra yerel insanlar ile kurumların toplumsal bağlantı derecesini ifade eden yerel toplumsal sistem olarak ele alırlar. Topluluğun bir diğer anlamı ise kişisel bağları, sıcaklık ve ait olma duygusunu vurgulayan özel bir tür kişi birliğidir. Son olarak rastgele bir özel yerleşim tipi tarafından zorunlu olarak değil de, alışlagelmiş yakınlık yokluğundan da meydana gelebileceğine işaret etmektedirler. Ayrıca Bell ve Newby, topluluğun bir ideoloji olarak anlaşılabilirliğini ifade etmektedir (Urry, 1999: 23. akt. Akkaş, 2012: 50-51). F. Tönnies'in modern toplumu açıklayabilmek adına kavramsallaştırdığı cemaat-cemiyet (Gemeinschaft-Gesellschaft) kavramları, yaşanan toplumsal değişimi izah edebilmek için sosyal bilimcilerin sıklıkla başvurduğu kavramlardan birisi olagelmıştır. Tönnies'in yapmış olduğu bu tasnif toplumsal yapının analiz edilmesinde önemli kolaylıklar sağlamıştır (Yıldız, 2019:163). Tönnies'in yapmış olduğu cemaat-cemiyet tasnifini Durkheim, 'Mekânik dayanışmalı toplum ve Organik Dayanışmalı Toplum'; İbn-i Haldun, 'Bedevi ve Hazeri'; Cooley, 'Birincil İlişkiler ve İkincil İlişkiler'; Spencer, 'Askeri Toplum ve Endüstri Toplum'; Weber, 'Geleneksel Toplum ve Rasyonel Toplum' şeklinde ifade etmektedir (Bayhan, 2005:198. akt. Tüzünoğlu, 2020:259). Tönnies'in oluşturduğu kavramsallık, cemaat ve cemiyet ayrımını bütün olarak ortaya koyduğu için bu tasnif üzerinden yola çıkılacaktır. Tönnies'in söz konusu tasnifinde Gemeinschaft, belirli bir coğrafyayı paylaşan bireylerin oluşturduğu ve yakın ilişkilerin hâkim olduğu toplumsal birimleri; Gessellschaft ise modern endüstriyel ilişkilerin hüküm sürdüğü toplumsal birimleri ifade eder (Tönnies, 2001:22. akt. Haberli, 2012:120). Cemaatte bulunan doğal irade, bireylerin eğilimlerine göre topluluk mensuplarının ortak eylemlerini güdülerken, cemiyet hayatını oluşturan rasyonel irade, bireyi toplumun baskısı ve kontrolünden uzaklaştıran, özgürleştiren, kendi amaç ve

çıkarlarını ön plana alan bir bakış açısı sunmaktadır. Kendi amaçlarını gerçekleştirmeye çalışan bireylerin çatışmasını önleyecek kurumlar, modern toplumun rasyonel bakış açısı çerçevesinde oluşmaktadır. Cemiyet tarzı örgütlenme, yazılı hukuk ve sözleşme temeline göre çağdaş yaşam kültürünün ön plana alındığı topluluklardan meydana gelmektedir (Horke, 1994: 95. akt. Perşembe, 2004:34).

1.2. TOPLULUĞUN GELİŞİMİ

Bireylerin belirli bir amaç doğrultusunda bir araya gelmeleri, topluluk kavramının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu toplulukların oluşumunda ortak dil, mekân ve zaman önemlidir. Yüz yüze iletişim söz konusu olmakla birlikte topluluk mensuplarının aralarında bir etkileşim söz konusudur. İnsanlar bir yere veya yine başka bir insana, zamana, olaya vb. birçok alana kendini ait hissetmek ister. Bu ilk başta ailede başlasa da zamanla sosyal çevrede de kendini göstermeye devam eder. Bu her insanda süregelen bir ihtiyaçtır ve giderilmesi hususunda insanlar topluluklara katılmaya başlar. Her topluluk için ortak bir amaç söz konusu değildir. Nitekim toplulukları bir araya getiren bulundukları coğrafyadır. Toplulukları topluluklardan ayıran temel etken de budur. İnsanlar ortak amaç ve fikirler dâhilinde bir araya geldiklerinde topluluk oluşturabilir. Weber'de (akt. Akkaş, 2012:55), birey davranışları, sosyal oluşumları ve ilişkilerine bağlı topluluk oluşumunu ele almıştır. Bireyler arasındaki her türlü bağın toplumsal nitelik taşımadığını ileri sürer Weber. Karşı karşıya gelen iki arabanın birbirlerine çarpması toplumsal bağ değildir fakat sonrasında gerçekleşen iletişim (tartışma, uyarı, vs.) toplumsal bir davranıştır. Duygusal hareketler, topluluğun meydana gelmesine neden olurken, değer ve hedef bakımından rasyonel davranışlar toplumu oluşturur. Ussal esaslar dâhilinde kurulan bir sivil toplum örgütü, okul veya inşaatta çalışan işçiler bir araya gelerek topluluğun meydana gelmesine neden olabilirler.

Freyer (akt, Türk, 2017:9), topluluğun unsurlarını komşuluk, kan bağı/akrabalık ve ortak değer olmak üzere üçe ayırmıştır. Komşuluk ilişkilerine bakıldığında aynı mekânda yaşayan insanların biz duygusuyla hareket ederek karşılıklı etkileşim içinde oldukları görülmektedir. Freyer'e göre aile en küçük topluluk biçimidir. Bu derin ilişkiler topluluk üyeleri arasında ortak duygu, düşünce ve değer yargılarının oluşmasını sağlamaktadır. Ortak değer yargıları ile birlikte hareket eden topluluk üyeleri arasında

güçlü bir biz duygusu/asabiye meydana gelmekte, üyeler topluluk çıkarlarını her şeyin üzerinde tutmaya başlamaktadır.

1.3. TOPLULUK TÜRLERİ

Akkaş (2015), toplulukları, üç dönemde incelemiştir. Bunlardan ilki Tönnies'in de ele aldığı tarım toplumdur. Bu dönem geleneksel topluluk olarak ele alınmaktadır. Bunu sanayi toplumunun ön plana çıkmasıyla modern topluluklar takip eder. Son olarak ise postmodern dönem olarak ele alınan modern ötesi topluluklar yani sanal topluluklar incelenmektedir.

1.3.1. Geleneksel Topluluklar

Tarım toplumuyla birlikte ele alınan dönem aslında, bu bölüme kadar olan kısımda yer alan topluluk söylemlerinin büyük bir bölümünü içermektedir. Kısaca değinecek olursak Türk'e (2020:19) göre sosyolojik literatürde geleneksel topluluk daha çok kırsal nitelikli bir toplumsal grup olarak değerlendirilmektedir. Geleneksel toplulukların genel özellikleri ise şöyledir:

1. *Üyeler arası ilişkilerde; gelenek-görenek ve adetlerin hâkim olması,*
2. *Samimi, resmiyetten uzak ilişkiler,*
3. *Tarıma ve hayvancılığa dayalı iktisadi faaliyet,*
4. *Kırsal nüfus,*
5. *Homojen bir yapı,*
6. *Şahsî ilişkilerin öncelik taşıması,*
7. *Dayanışma,*
8. *Güçlü bir mensubiyet-biz duygusu.*

Tönnies (Akkaş, 2015:80), kültürel farklılıklara karşın, geleneksel toplumun toprağa yani tarıma dayalı olduğunu savunur. Ona göre topluluk de bu toplumun yaşama biçimidir. Kısaca yaşamın toprak etrafındaki örgütlenme biçimine vurgu yapar.

1.3.2. Modern Topluluklar

Anderson, modern topluluklar hakkındaki görüşlerini aşağıdaki gibi ifade etmektedir (akt, Türk, 2020):

‘Bireyciliğin ve akılcılığın hâkim olması topluluklardaki bağların zayıflamasına neden olmuş; topluluklardan, modern topluluk dediğimiz cemiyetlere evrilen topluluklar sanayileşmiş, kentleşmiş, eğitim ve refah seviyesi yüksek, bireyciliğin ve rasyonelliğin hâkim olduğu toplum biçimlerine dönüşmüştür. Anderson bu yeni tip toplulukçiliğin kurgulanmış olduğunu; yasalar, eğitim, iletişim araçları yolu ile yaratıldığını vurgulamaktadır. Ona göre birey, en küçük cemiyetin üyesi bile olsa diğer üyelerle hiçbir zaman tanışamayacaktır. Çünkü geniş coğrafi sınırlar içinde var olan bireyler dağılmış bir şekilde yaşamaktadır. Dolayısıyla ona göre bireyler bu dağılımlık içerisinde yüz yüze iletişim kuramadıkları diğer üyeler hakkında hiçbir şey bilmesede, yine de her bir üyenin zihninde tek tek diğer üyelerin toplamıyla oluşan topluluğun hayali yaşamaya devam edecek, böylece her bir üyede ortak bir topluluk olma duygusu daima var olacaktır’.

Akkaş (2015:83), köyden kente göç ile yapılan mekân değişikliğiyle birlikte, kültürel, sosyal ve ekonomik alanda da dönüşümler yaşandığını vurgular. Bunun yanı sıra, bireyler arasındaki ilişkilerde aracı rol üstlenen ahlak, din, gelenek ve göreneklerle birlikte topluluğa özgü dayanışmanın da eski önem ve anlamını yitirdiğini savunur. Tüm bunların nedeni sanayi sonrası toplumla birlikte modernizmin önem kazanması neticesinde oluşur. Böylece moderniteyle birlikte topluluklarda boşluklar oluştuğunu bu boşlukların yerini ise postmodernizm ile birlikte sanal toplulukların doldurduğunu vurgular.

1.3.3. Postmodern Topluluklar

Postmodern zamanların insanı büyük ölçüde salt bireydir. Bu dönemin insanı toplumsallığı, önceki dönemlerin toplumsallığından daha başka bir açıyla işlemektedir. Örnek verilecek olursa dili, uzamı ve zamanı ile farklılaşmaktadır. Postmodern birey ‘şüphe’ ve ‘sorgu’ içindedir. Modern dışı toplumlar ve modern öncesi zamanlarda kişi topluluğunun mümessiliydi. Varlık ve bilgi bakımından tam anlamıyla güven duygusunu barındırıyordu. Modernite bu güven duygusunu zedeleyerek insanları adeta bir bilinmeze doğru itti. Postmodern dönem ise belirsizliğin hâkim olduğu bir dönem olarak nitelendirilmesine neden oldu. Postmodernite ana duygu olarak şüpheyi öne çıkardı. Dolayısıyla insanlar kendilerini güven içerisinde hissetmiyorlardı. Bu

dönemdeki insan topluluğunun en belirgin tarafını sanallık oluşturur. Buradaki kişilerinde toplulukları vardır, fakat neredeyse tamamı sanaldır; sanal uzam ve kimliklerle sanal zamanda işlemektedir (Vatandaş, 2020: 23).

Sanal topluluk muhaliflerinin temel noktası olarak Wellman ve Gulia, modern veya post-modern topluluğun gerçek niteliklerinden çok öyküsel bir kırsal idil aldıklarını savunurlar (Ellis, Oldridge ve Vasconcelos, 2005). Ellis vd.'a (s.150) göre topluluk kavramı giderek değişmektedir. Kişilerin gün içerisindeki yüz yüze etkileşiminin yerini telefon ve faks yoluyla kendi kişisel topluluklarının sürdürülmesi evrimine doğru bir yolculuk gerçekleşmektedir. Onlara (s.177) göre postmodern toplumun ekonomik ve sosyal güçleri, bir zamanlar toplumun kaynağını oluşturan kurumları, toplulukları ve örgütleri değiştirdi. Hem güçlü hem de zayıf bağları sürdürmek için sanal topluluklar tarafından desteklenen ilişkiler ve bağlantılar gerçek yaşamın bir parçası haline gelmiştir. Bilgisayar aracılığıyla sanal topluluklardaki bireylerin etkileşimleri, gerçek hayat etkileşimlerinden net bir şekilde ayrılır. Paylaşılan sosyal niteliklerden ziyade ortak ilgi alanlarına dayanır. Esasında genellikle bilgi sağlamaya özgüdür. Bununla beraber, sanal topluluklar ve bilgisayar aracılı etkileşim, bireyin kişisel topluluğunun istikrarının bir parçası haline gelir. Post-endüstriyel topluluklarda, bireylerin çok yönlü bağları olduğu varsayılır ve bu durum insanların küçük, tek ve yerel topluluklara bağlandığı endüstri öncesi yaşam izleniminin tersidir.

Türk (2020:35), sanal toplulukların doğuşunun 1970'li yıllara dayandığını ileri sürer. O, ayrıca birçok araştırmacı gibi modernizme tepki olarak da postmodernitenin oluştuğunu vurgularken, bireylerin ait olma, topluluklaşma gibi ihtiyaçlarından ötürü sanal toplulukların ortaya çıktığını savunmaktadır. Akkaş (2015:93), sanal gerçeklik üzerinde durarak birkaç araştırmacının bu konu hakkındaki görüşlerine değinmiştir. Akkaş'a göre bu araştırmacılardan biri olan Robins'in, sanal âlemin çekiciliğinin artarak kendisini topluma alternatif bir alan olarak gösterdiğini vurgular. Ayrıca sanal alanı, diğer insanlarla birlikte bedensiz bir biçimde ilişki kurmaya fırsat veren, sosyal bir hareket olarak tanımlar. Modern döneme de bu nedenle alternatif bir ortam sunma imkânı verir. Bunlara ek olarak ona göre, sanal âlemin, dokunulamaz derecede kurgusal bir yapı sunması, ilgileri üzerine çekmesini kolaylaştırmıştır. Bu nedenle tüm eksi yönlerine rağmen sanalın, gerçekliğin yerini alabilecek potansiyelde bir yapı içerdiğini savunur.

1.4. GELENEKSEL TOPLULUKTAN SANAL TOPLULUĞA GEÇİŞ SÜRECİ

Geleneksel topluluğun aslı, aynı ortam ve bölüşülen ortaklık hissidir. Toplulukların büyük bir bölümü kuvvetli dayanışma bağı oluşturmuş mekânlara yerleşikliğinin oluşturduğu şartlardan meydana gelir. Kısaca belirli fayda ve itibarların pay edildiği, her bireyin diğerine ihtimam gösterdiği, eş değerlerin varlığı, iletişim, süreklilik, birbirine bağlılık, işbirliği, kollektif kimlik, karşılıklı sorumluluk, istikrar vb. özellikler geleneksel topluluğun önemli maddelerinden birkaçıdır (Bozkurt 1999. akt. Kar ve Kesim 2004:5).

İnternetin hızlı bir dönüşüm içerisinde olduğu bilinmektedir. Gelişen teknolojilerle birlikte çığ gibi büyüyen bir bilgi enformasyonu sayesinde insan hayatında da bazı değişiklikler söz konusu olmuştur. İnternet sanallaşmayı beraberinde getirdiğinden insan hayatı da sanal ortamlara taşınmaya başlamıştır. Bu yüzden aynı ortam anlayışından kaynaklanan topluluk ve cemiyet kavramları tekrar değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. İnsanlar arasındaki bağların fiziki bakımdan anlatılan çağ ortadan kalkmaya başlamıştır (Wellman ve Gulia, 1999:169. akt. Haberli, 2012:121) Ayrıca toplumsal birimler, bireyleri bir araya getiren ortak değerler üzerinden anılmaya başlamıştır (Ward, 1999:98. akt. Haberli, 2012:121). Bundan dolayı, sosyal ağlar bağlamında Barry Wellman; ekonomik, politik ve sosyal değişimlerden ötürü şekillenen yeni teşkilatlanma şekillerinin topluluk olgusunu çürütmeye başladığını; dayanışma ve coğrafi yakınlık temeline dayanarak biçimlenen topluluk olgusunun tahtını sosyal ağlara bıraktığını ifade etmiştir (Haberli, 2012:121-122).

Ellis, Oldridge ve Vasconcelos'e (2005: 149) göre, literatürdeki çalışmalara bakıldığında sanal toplulukların geleneksel toplulukları ne ölçüde etkilediği konusunda karmaşıklık olduğunu savunan eğitimciler mevcuttur. Bu nedenle sanal bir topluluğa dâhil olmanın bir kişiyi geleneksel topluluktan çıkarabileceği düşüncesinin etkileyici fakat eksik olduğunu ileri sürerler. Bu varsayımın ikisi arasında bir tür doğrudan değiş tokuşun var olduğu fikrine dayandırıldığı görülmektedir. Gerçek ve sanal özelliklere sahip bir toplulukta iletişimin farklı yönlerini destekleyerek etkileşimde bulunulabilir. Gomez'e göre sanal toplulukların oluşturulması, ille de demokratikleşmeye veya gelişmeye yol açmaz. Kimble vd.'a göre kimlik ve güven, geleneksel topluluklarda yüz

yüze görüşmelerle gerçekleştirilirdi. Fakat dijital ortamda iletişim gerçekleştirilirken, güven ve kimlik unsurları ağır ağır yok olmaya başladılar. Tamamen sanal bir ortamda bu tür bir kişisel bağlantı kurmak ve sürdürmek uzun vadede oldukça güçtür. Buzan, etkili çift yönlü iletişimi özendirmede güvenin aracı rolüne dikkat çeker. Bireyler, karşılıklı gerçekleştirecekleri iletişimi ve güveni nasıl kuracaklarını irdeler. Buzan ise etkileşim kurmada en önemli faktörlerin risk almak ve yeni fikirler üretmek olduğuna inanmaktadır. Güven eksikliği, özgür düşünerek yeni fikirler üretmeye mani olur ve kişinin kendini güvenli hissedeceği yere yönelmesine neden olur. Von Krogh da bir bilgi paylaşım kültürünün geliştirilmesi veya yönlendirilmesinde güvenin tesiri üzerinde durur (akt, Ellis vd. 2005).

Sanal topluluğa hakkında söylenmiş birçok hususun topluluk olgusundan yola çıkılarak oluşturulduğu bilinmektedir. Tıpkı *İtiraf Edilemeyen Topluluk* (Blanchot, 1997. akt. Subaşı, 2001)’te de vurgulandığı gibi, beraberliklerin temeline dayalı bir yoğunlaşma bakıldığında ontolojiyi anlamlandıran bir olgunun eylemi gerçekleştirerek mevcut olduğunu vurgulamaktadır. Modern zamanda toplumsal yöntemler mahiyetinde kollektiviteler ortaya çıkaran, karakteristik etkileşimlerle bağdaştırılmış fiziksel ortamların topluluğu çağrıştıran niteliklerden devinimle, internet dünyasındaki örgütsel oluşumlar da sanal topluluk mahiyetinde betimlenebilir.

Sanal topluluk ağlarının oluşturulmasını mevcut topluluk biçimleri için bir tehdit olarak gören araştırmacılar olduğu gibi bu tür ağların sosyal kişi oluşumu için yeni temeller sağladığına inanan araştırmacılar da mevcuttur. Yang ve Liu’e göre topluluk tarafından algılanan işlevsel değer, kişilerin sanal gruplara katılmaktan elde ettikleri işlevsel yararları vurgular. Özellikle, bu işlevsel faydalar kolaylık, bilgi ve verimlilik olabilir (akt, Li vd. 2021). Van Dijk, VC'lerin toplum için faydalı olmakla birlikte organik toplulukların yerini alabileceğini belirtmektedir (akt, Agostini ve Mechant, 2019). Geleneksel topluluklardan sanal topluluklara geçişi ve aralarındaki farkları ortaya koyan Robins (1999: 161. akt. Kar ve Kesim 2004: 7), bu konuya şu şekilde açıklık getirmiştir:

‘Herkesin paylaştığı ortak ilgi, sanal toplulukları geleneksel topluluklardan ayırır ve sanal topluluk üyelerini mutlu kılan en önemli unsurlardan biridir. Sanal alanda hiç kimsenin bir zorlaması olmadan bir araya gelir, konuşur, paylaşır, istediğiniz kişileri veya grupları seçer katılırsınız ve istediğiniz anda hiç bir bağlılık

hissetmeden ayrılırsınız. Sanal toplulukların birey ve toplum için yararlı olduğunu ve kaybedilen geleneksel toplulukların yerine konulabileceğini ileri sürenler de bulunmaktadır. Bu sava ilişkin olarak Robins Rheingold'dan alıntıyla, şenlik için biraraya geline yerlerin, modern yaşamın takdir edilmeyen agoralarının toplumsal önemini vurgulayarak, otomobil merkezli, kenar mahalleli, fast-foodlu, alışveriş merkezli yaşam biçiminin, geleneksel kent ve kasabalardaki toplulukların toplumsal dokusunu yok etmeye başladığını ileri sürer. Sanal topluluk alanlarını, yitirilen topluluk özelliklerinin yeniden kurulabileceği ve toplumsal ortaklık duygusunun yeniden yakalanabilme ihtimalini göstermesi açısından önemli bulmaktadır'.

Barry Wellman'a göre; ırk, cinsiyet, coğrafya ve dil bakımından farklı olan kişilerin internet ortamında bir araya gelmesi neticesindeki sosyal ağlar, üyelerine sağladıkları imkânlar bağlamında geleneksel topluluklardan farklılık göstermektedir. Wellman, bu iki sosyal örgütlenme biçimi arasındaki farklılıkları şöyle sıralamaktadır (Wellman, 1999. akt. Haberli, 2012: 129-130):

1. *Bireylere her bir ilgi alanı için farklı bir sanal topluluğun üyesi olma şansını veren sosyal ağlar, bireylerin geleneksel gruplara katılımını düşürür.*
2. *Sosyal ağlar, çevrenin birey üzerindeki sosyal kontrolünü azaltırken; topluluğun de bireye karşı olan sorumluluğunu azaltır.*
3. *Sosyal ağlar, bireyler arasındaki etkileşimin, bireylerin doğuştan kazandıkları yaş, cinsiyet, ırk gibi karakteristik özelliklere göre değil, yaşamlarında elde ettikleri -hayat tarzı- gibi ortak değerler noktasında şekillenmesini sağlarlar.*
4. *Bireyler, geleneksel gruplar içerisinde izole edilirken, sosyal ağlar bireyin küresel ölçekte bir ağa bağlanmasına imkân sağlar.*
5. *Geleneksel grup üyeliği bireye aidiyet duygusu sağlarken sosyal ağlar, bireyler üzerindeki grup içi aidiyet hissi ve kimlik baskısını azaltır.*

Komito, sanal toplulukların, ortak hedeflere dayalı ahlaki toplulukların veya paylaşılan kurallar temelinde oluşturulan normatif toplulukların özelliklerine sahip olduğunu ileri sürer. Ayrıca, geleneksel toplulukların, bilgi toplumunun neden olduğu sosyal ve ekonomik değişimlerin hızlanması nedeniyle tehdit altında olduğu algısını ve geleneksel toplulukların varlığını tehdit eden teknolojilerin sanal toplulukların oluşturulmasıyla çözüme kavuşacağı algısını irdelemektedir. Sanal toplulukların geleneksel toplulukların özelliklerinin tümünü çoğaltamayacağı, sanal topluluklara

katılma isteğinin geleneksel politik ve sosyal katılımdan ayrılmasıyla ilişkilendirilebileceği neticesine varır (akt, Ellis vd. 2005). Vitell, üyelerin sanal grupların katılımına rehberlik eden ahlaki ilke ve standartları, özgecilik olarak nitelendirir. Bazı araştırmacılara (Arenas-Gaitán; Rondan-Cataluña; Ramírez-Correa) göre ise özgecilik, kişilerin bilgilerini sanal dünyada paylaşma isteğini yönlendirmede önemli bir etmen olarak değerlendirir (akt, Rubio, Villaseñor, ve Jesús 2020).

Günümüzde hemen her üniversitenin bilgi paylaşım ve itiraf platformu bulunur. Öğrenciler bu türden grupları takibe alarak gerek üniversitelerdeki etkinlikler hakkında paylaşılan bilgiye ulaşır gerekse anonim bir şekilde başlarından geçenleri paylaşarak grup içerisinde gizem oluşturmaya çalışırlar. Tabi bunların altına yatan nedenler bilgi aramak ya da paylaşmak olabileceği gibi aynı üniversitede bulunan öğrencilerinin etkileşime girerek sosyalleşmek istemesi de olabilir. Oluşturulan bu sanal topluluklardaki üyeler amacı iyi veya kötüye kullanan bireylerden de oluşabilmektedir. Tam da burada etik konusu gündeme getirilebilir. Parsell ve Townley sanal toplulukların daha çok etik problemleri üzerinde durmuştur. Onlara (2012: 501) göre bazı sanal topluluklar, ahlaki kodların geliştirilmesini destekler niteliktedir. Bu durum, grup içi reforma neden olurken normları yıkmak için ise yaptırımlara olanak sağlar. Tabi bu durum her zaman olumlu olmayabilir. Örneğin üyelerine veya grup dışı bireylere zarar verebilecek formda tutum ve uygulamalara teşvik eden topluluklar da bulunur. Geleneksel topluluklarda da olduğu gibi sanal gruplarda da karmaşık etik sorunları gündeme gelmelidir. Fakat sanal toplulukların değişim göstermesi, geleneksele göre daha fazla olabilir. Örneğin, bir sanal topluluk grubu olumsuz örnek teşkil eden paylaşımlarından dolayı kapatılmak zorunda bırakılabilir. Üyeler yeniden toplanıp başka bir isim altında yeni bir sanal grup oluşturabilir fakat kullanıcı sayılarının çok fazla olduğu sanal gruplarda, herkese ulaşmak mümkün olmayabilir. Oysa geleneksel topluluklarda üyelerin tamamına ulaşmak daha kolay olabileceği için toplantılar gizli de olsa sürdürülebilir.

1.5. SANAL TOPLULUK KAVRAMI VE OLUŞUMU

Sanal topluluk kavramını incelemeden önce sanallık kelimesine değinmekte fayda vardır. Nitekim yaşadığımız çağda sıklıkla karşımıza çıkan bu kavram birçok araştırmacının da incelediği alanların temelini teşkil etmektedir. Oral (Vatandaş, 2020:

23) sanal kelimesini çoğunlukla internet teknolojinin var ettiği mekân ile birlikte kullanılması gerektiğini savunur. Bu kullanım ise, fiziki ortam bakımından gerçekleşen rastgele bir beraberliğin olmadığı, katılan kişilerin sadece internet teknolojisi aracılığıyla gerçekleştirdikleri iletiler vasıtasıyla beraberlik sağladıkları; ilişkilerin yalnızca yazışma, görüntü ve ses ile gerçekleştirildiği bir platformu nitelemiştir. Bu nedenle, yüz yüze iletişim olmadan oluşturulan toplulukların mekânsız uzay tabiriyle anılması sanallık kavramını oluşturmaktadır. Dünyanın sahip olduğu niteliklere uzak olmanın yanında çok farklı bir dünya ile rastlaştığımız düşüncesine de etken olduğundan sanal olarak belirtilmektedir. Burada ele alınan sanal kelimesinin internet ile doğrudan ilişkili bir kavram olduğu aşikârdır. Bu nedenle toplulukların artık internet ortamına geçerek sanallaştığı görülmektedir. Bireyler, sanal mekânlarda reel dünyada yaptıkları etkinlikleri gerçekleştirmekte, geleneksel topluluk içerisindeki değer yargılarını ve alışkanlıklarını sanal ortama yöneltmekle kendileri ile benzer algılardaki insanlarla ortak bir sanal ortam üzerinde bir araya gelerek yaptıkları her paylaşım ile ait hissetme duygularını güçlendirmekte ve kendi sanal topluluklarını oluşturmaktadırlar. Sanal topluluk mensuplarını bir arada tutan, onların ortak ilgi alanlarıdır (Demirci, Türk, 2016). Böylece de sanal topluluk kavramı meydana gelebilmiştir. Artık fiziksel mekânın ortadan kalktığı bir durum söz konusudur. Bu konuda genel geçer birçok görüş olsa da tek bir tanımlama yapmak pek mümkün değildir.

Sanal Topluluk hakkında birçok tanımlama mevcut olup belli başlı olanları aşağıdaki tabloda mevcuttur. Bu tanımlamaların, kimler tarafından oluşturulduğu bilgisine de yer verilmiştir (Tablo 1.1.).

Tablo 1.1. Sanal Topluluk Tanımları

Howard (1993)	Topluluğun oluşmasını sağlayacak insani duygularla birlikte siber alanda internet vasıtasıyla kurulan kişisel ilişkilerdir.
Hagel ve Armstrong (1997)	İçeriği üyeleri tarafından oluşturulan ve üyelerle entegrasyon sağlama potansiyeline vurgu yapılan bilgisayar tabanlı topluluklardır.
Jones ve Rafaeli (2000)	Bilgisayar aracılığıyla benzer kişilerarası etkileşimi sağlayan nispeten açık ve şeffaf olarak değerlendirilebilecek sembolik halk.
Room ve Clarke (1995)	İnsanların yüz yüze iletişimlerinden ziyade elektronik medya aracılığıyla iletişimlerini sağlayabildikleri grup.
Craig ve Zimring (2000)	Bir topluluk duygusunun oluşabilmesi için etkileşimin sunduğu fırsatlar yeterli değildir. Etkileşimin kendisinin artması gerekir.
Hesse (1995)	Bilgi otoyolları ve kişisel bilgisayarlarla binaları ve caddeleri genişleterek zaman ve mekân mefhumunu baş aşağı eden topluluk.
Erickson (1997)	Büyük gruplar arasında uzun vadeli bilgisayar aracılığıyla gerçekleşen iletişim.
Carver (1999)	Sanal topluluklar insan kümeleridir. Sanal toplulukları insanlar için ilgi çekici olmaktadır çünkü sanal topluluklar sayesinde diğer insanlarla iletişim halinde olmak mümkün hale gelmektedir. Etkileşimin devam etmesi durumunda ise gerçek bir iç görü ve güven ortamı sağlanmış olur.
Ho, Schraefel ve Chignell (2000)	Gerçek zamanlı, çoklu etkileşim stilleri ve çok kullanıcı etkileşim ortamını destekleyen teknolojik olarak sağlanan aracı, kalıcı, çevre.

Kaynak: Le-Vogal-Limayem 2002: 2863. akt. Tüzünoğlu, 2020: 264

Bozkurt, (1999: 4-8. akt. Akkaş 2013: 44) sanal topluluklara bakış açılarını değerlendirirken eleştirel bir sunuş gerçekleştirdiği gibi faydasına da değinmiştir:

‘Muhaliplere göre sanal cemaatler, “sahte cemaatlerdir” ve samimiyetten uzaktır. Sanal cemaat kavramına daha eleştirel yaklaşan bu gruba göre, bu tarz ilişkilerin yaygınlaşması, insanların gerçek yaşamdaki ilişkilerini başka istikametlere yönlendirir. Dolayısıyla gerçek yaşamdaki ilişkileri yoksullaştırır. Sanal cemaatler, insanların son derece değerli olan zamanını, ailelerinden ve dış etkinliklerinden çalmaktadır. Yine muhaliflere göre, bu cemaatlerde “güvenilirlik” son derece azdır ve sanal topluluklar “yabancılaşma”yı artırabilir. Yüz yüze ilişkinin olmadığı siber uzayda insanlar, birbirlerine karşı gerçek taahhütlere sahip değillerdir. Öte yandan sanal cemaatler, alacakaranlıkta sürdürülen ilişkiler sayesinde, insanlara, uygarlığın getirdiği toplumsal baskılardan uzaklaşma imkânı vermekte ve onları rahatlatmaktadır. Sanal cemaatlere girmek kadar, ayrılmak da kolaydır. Yüz yüze etkileşimin getirdiği duygular bu cemaatler için bir eksikliklerdir. Samimiyet konusunda ciddi kuşkular vardır. Toplumsal kontrol ve sorumluluk duygusu son derece zayıftır. Ayrıca geleneksel cemaatlerdeki hiyerarşi, büyük ölçüde sanal cemaatlerde düzleşmektedir. Çok farklı gelir ya da eğitim düzeyine sahip kişileri sanal ortamda görmek mümkündür’.

Gerek kaynağını fiziki mekânlardan alıp dijital ortamda canlılık gösteren, gerekse bütünüyle dijital ortamda insanların bir araya gelmesiyle ortak ilgi alan etrafında karşılıklı etkileşimde bulunan her grubu sanal topluluk olarak nitelendirmek doğru değildir. (Dawson 2004:83 akt. Haberli, 2012:126) Dawson, grupların sanal topluluk olarak ifade edilmesi için, topluluğa zemin oluşturan site veya forum üyelerinin aşağıdaki şartlar neticesinde bir araya gelmeleri zaruridir. Bunlar;

1. *Üyeler arasında etkileşimin olması,*
2. *Üyeler arasındaki etkileşimin devamlılık arz etmesi,*
3. *Üyelerin sabit bir kullanıcı adı (Nick) sahibi olması,*
4. *Üyeler üzerinde sosyal kontrolün bulunması,*
5. *Sitedeki interaktivitelerin üyelerin ilgi alanlarına uygun olması,*
6. *Paylaşılan düşünce veya aktivitelerin açık alanda yapılması ve herkesin olmasa bile makul sayıdaki üyenin katılım sağlaması şeklinde sıralanabilir* (Dawson 2004:83 akt. Haberli, 2012:126-127).

Sanal topluluklar ilk olarak 1970’li yıllarda USENET ve BBS temelli kurulan çeşitli forumlarda, e-mail gruplarında ve sohbet odalarında ortak ilgi alanına sahip bireylerin bir araya gelmesi ile ortaya çıkmıştır (Wellman, 1997. akt. Türk, 2017: 53). Wellman’a göre sanal toplulukların bu ilk formu, üyelerine bilgi paylaşımı, aidiyet hissi ve arkadaşlık sağlayan e-mail,s BBS, haber grupları, IRC gibi dijital uygulamalar üzerinde kurulmuştur (Wellman ve Gulia, 1999: 169. akt. Türk, 2017: 53). 1979 yılında USENET haber grupları kullanılmaya başlanmış ve bu grupların sanal topluluk özellikleri gösterdiği görülmüştür (Smith, 1999. akt. Türk, 2017: 54). 1985 yılında kurulan The Well (www.well.com akt. Türk, 2017: 54) de yine ilk sanal topluluk örneklerinden biri olmuştur (Rheingold, 1993. akt. Türk, 2017: 54). Arama motorlarının gelişimi bir tık ile kullanıcının kendisine benzeyenleri bulmasını ve onlara ulaşmasını sağlamıştır. Sporseverler spor forumlarında, araba severler otomobil forumlarında, ortak bir ilgi alanına sahip insanların açtığı Google mail grupları o konuya ilgi duyanları kendine benzeyenlerle bir araya getirerek topluluklaştırmış ve sanal toplulukları meydana gelmesinde bir araç olmuştur (Türk, 2017: 54). 1985’te kurulan ve ilk çevirmeli bağlantı üzerinde kurulan haber forumu olan The WELL (Whole Earth Lectronic Link), aynı zamanda ilk sanal topluluk ortamı ve geç dönem karşı kültür örgütü de olmuştur (Rheingol, 1993: 7. akt. Türk, 2017:54).

Binark ve Sütçü, (2009; Bayraktutan ve Sütçü, 2009. akt. Türk, 2017:55) Türkiye’de sanal topluluk oluşum sürecini şu şekilde incelemiştir:

‘1990’ların sonunda Web 2.0 teknolojisinin gelişimi ile bilgisayar kullanıcıları internette sitelere içerik ekleme ve içerikleri değiştirme imkânına kavuşmuştur. Bu durum beraberinde sosyal ağların gelişimini ve bugünkü anlamda sanal cemaatlerin doğmasını sağlamıştır. 1990-2000 yılları arasında Türkiye’de öne çıkan 1999’da kurulan ilk dijital sözlük olan eksisozluk.com ve itiraf.com, 2000 yılında kurulan sanal alışveriş merkezi sahibinden.com ve arkadaşlık sitesi siberalaem.com gibi Türk internet siteleri ilk sanal cemaat ortamları olarak da kullanılmaya başlanmıştır. 2004 yılında İTÜsözlük, 2005 yılında Uludağ Sözlük, 2009 yılında İnci Sözlük ve İHL Sözlük yine sosyal ağların yanında sanal cemaatlere ev sahipliği yapmış dijital ortamlar haline gelmiştir. 1997 yılından itibaren Rappelz, Dark orbit, Lineage 2, Allods Online, Metin 2, Mu Online, Silk Road, Knight Online, Guild Wars, World of Warcraft gibi kullanıcılara sunulan online oyunlar, sanal cemaatlerin kurulduğu dijital mekânlar olarak da işlev görmüşlerdir’.

1.6. SANAL TOPLULUK MU? SANAL CEMAAT Mİ?

Tönnies, insanların bir araya gelerek birbirlerini tanımalarının, evrensel bir toplum düzeninin kurulmasının zorunlu hale gelmesine katkı sağlayacağını ileri sürer (2019: 380). Ona göre topluluk yaşamının biçim ve içeriğinin gelişmesi, toplumsal uyumun doğası ve çekirdeğindeki birlik ve düzen ile mümkün olmaktadır (s.398).

Castells, gerçekliği, gerçek sanallık olarak kabul ederek her şeyin sanal olduğunu savunur. Wellman da gerçeklik ve sanallığın varlık olarak ayrı düşünülemeyeceği görüşünü savunanlardandır (akt, Agostini, ve Mechant’a, 2019). Stolterman, Ågren ve Croon’a (1999: 2) göre ise sanallık, topluluğun geleneksel özelliklerinin gerçekliğini yitirmesi anlamına gelmektedir. İnsanlara gerçek gibi görünse de oldukça farklı yollara ayrılır. Sanal topluluk (VC) ise her şeyden önce bir sosyal varlıktır. Dijital dünya sayesinde birbiriyle ilişki kuran bir takım insanı simgeler. Kısaca, sanal topluluk temel olarak, yeni bilgi ve iletişim teknolojisini aracı olarak kullanan, topluluk halinde bir şeyler başarmaya çalışan insanlardan oluşur. Bu nedenle ne kadar gerçek olmadıkları söylene de toplum evriminin ve toplulukta yaşanan değişimlerin bir parçası olarak kabul edilir. Turkle, 1970’lerin başından beri grupların çevrimiçi etkileşim sağlamalarına karşın, sanal topluluk kavramının oldukça yeni olduğunu ve bu topluluğun bireylerde bazı çağrışımlar oluşturduğunu savunur (akt, Ellis, Oldridge ve Vasconcelos, 2005). Mevcut literatürdeki çalışmalar incelendiğinde (Bagozzi &

Dholakia) grup, iletişim, ağ ve ortak hedefler dört ana faktör ile sanal bir topluluk oluşturabilir. (akt, Lyu vd.'a 2019). Sanal gruplardaki fedakâr üyeler hakkında açıklama yapan bazı araştırmacılara (Shang; Wu; Li; Arenas-Gaitán; Rondan-Cataluña; Ramírez-Correa) göre bu üyelerin diğer katılımcılarla olan ilişkilerinde, uygun biçimde hareket etme sorumluluğuna sahip olduklarına inandıkları vurgulanır (akt, Rubio, vd. 2020). Bu nedenle Rubio vd. (s.5), üyelerin sanal gruplara aktif katılımlarının, grubun sosyal refahına katkıda bulunarak, sanal toplulukları adaletin sağlandığı, dürüst bir karşılıklı etkileşim alanı haline getirmeye çalıştıklarını savunur. Ayrıca bu tür fedakâr üyelerin, kişisel çıkarlarını arka plana atarak amaca odaklandıkları ifade edilir. Zaten fedakârlığın, karşılık beklemeden yapılan bir davranış biçimi olduğu bilinmektedir. Parsell ve Townley, (2012: 496) çevrimdışı toplulukların, karşılıklı etkileşim ve bağlılık gibi belirgin coğrafi olmayan özelliklerini yansıttığını ileri sürer. Ayrıca sanal toplulukların gerçek olmadığını, kopya ile taklit edilen bir uyarlamadan ibaret olduğunu da savunur. Bunun yanında, çağdaş toplulukların, gerçek ve sanal âlemler arasındaki farkı ortadan kaldırmaya başladığını belirtir. Sanal toplulukların siyasal alan üzerinde etkili olduğunu ve hatta bu alana yer yer yön verdiğini de ifade eder. Parsell ve Townley sanal toplulukların, sosyolojinin topluluk kavramının coğrafi alan sınırlamasından uzaklaştığını ve fiziksel olarak bir araya gelmenin üyelerin isteklerine bağlı olmasından ötürü motivasyonlarının nadiren oluştuğunu savunur. O da klasik toplulukların bir araya gelebilmesindeki şartın ortak alan olduğunu kabul ediyor ve bu zorunluluğun sanal topluluklarla ortadan kalkmış olmasını destekleyen görüşlere katılıyor. Ayrıca insanların arzu, istek ve ilgi alanlarına göre topluluklar oluşturmada özgür olduklarını ifade ediyor. Bu nedenle sanal topluluklar tercihen bir araya gelen insanlardan oluştuğu için topluluğun doğası, görüşü, seçimi ve bağlılığı hakkında daha fazla araştırma yapılması gerektiğini belirtir.

Mulyadi ve Fitriana (2018: 52), TINT (Social Media Aggregator) tarafından yapılan araştırmada 4 topluluk ölçütü bulunur. Bunlar:

- **Kendini Tanımlama:** Kullanıcıların, üyeliğin sınırlarını tanıyarak grup içi kurallara uymalarıdır. Katılımcılar grup içerisinde özbenliklerini sergiler. Olumlu özbenliğe sahip kişiler grup içinde kolay adapte olarak yüksek düzeyde etkileşim sağlayabilir. Olumsuz özbenliğe sahip kullanıcılar ise grup içinde benimsenmeme endişesine kapılıp kişilerarası iletişimde sorunlar yaşayabilir.

- **Etki:** Üyelerin paylaştıkları bilgiler aracılığıyla diğer üyelerin düşüncelerine yön vermesidir. Grup içerisinde üyeler birbirlerinden etkilenebilir. Bu durum bireyde mevcut olan düşünceyi değiştirebileceği gibi yeni bir düşüncenin ortaya çıkmasına da neden olabilir.
- **Paylaşılan Duygusal Bağlantı:** Lang, yaptığı çalışmalarda, bir kişinin duygusal içerikli uyarımın dikkat çekme ve dikkat kaynaklarını işgal etme ihtimalinin, duygusal olmayan uyarımla karşılaştığında daha yüksek olduğunu ve bunun da dikkat yanlılığına neden olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bazı araştırmacılar (Ohman, Flykt ve Esteves), dilsel işaretlere vurgu yapmıştır. Bir dilde yer alan duygusal bilgiler bireylerin birbirlerini daha iyi anlamalarını sağlarken kendi duygu ve düşüncelerini ifade etmelerine yardımcı olabilir. Genellikle önce işlenebilen duygu, önemli bir uyarım olarak nitelendirilir (akt, Li vd. 2021). Tüm bunlardan hareketle üyelerin, paylaşımları, etkileşimleri ve gruba olan duygusal bağları, onların uzun süre üye olduğu grupta kalmalarını sağlayabilir.
- **İhtiyaçların karşılanması:** Sanal bir topluluğa katılmanın altında yatan nedenlerden bazıları bilgiye ulaşma ve bilgiyi paylaşma isteği, etkileşim, sosyalleşme, eğlence gibi ihtiyaçlardır.

Fauzi vd.'a (2020: 32) göre sanal topluluk, çeşitli alanlardaki profesyonellerin bilgi ve uzmanlıklarını paylaştıkları bir platformdur. Son yıllarda web 2.0 ve internetinin yaygınlaşmasından ve büyük veriye olan ilginin artmasından ötürü, ayrıca endüstri 4.0'ın genişlemesinden bu yana, sanal topluluk uygulayıcıların çeşitli alanlarda uygulanabilecek anlık bilgileri paylaşması ideal bir yapıdır. Blanchard (s.2107), sanal toplulukların temyiz edici niteliklerinin topluluk duygusu, yani katılımcılarının etki, kimlik, üyelik ve karşılıklı bağlılık duyguları olduğunu ifade eder. O, topluluk duygusunun (SOC), toplum psikolojisi alanında köklü bir geçmişe sahip olduğunu destekler. Zaff ve Devlin, fiziksel çevre ve topluluk üyeleri arasındaki etkileşim dozajının topluluk duygusunu açığa çıkardığını ifade eder (akt, Blanchard, 2008). Lyu vd.'a (2019: 246) göre sanal topluluk, esas olarak internet üzerinden karşılıklı etkileşimle iletişim kuran, birbiriyle ilgilenen ve birbirini anlayan bireylerden oluşan bir topluluktur. Ayrıca, topluluk duygusunun sadece üyeler arasında değil, aynı zamanda üyeler ile topluluk arasında da bağıntı oluşturduğunu savunur. Bireyler kendi

abalarıyla topluluk üyeleri tarafından desteklenerek tatmin inançlarını kazanır. Sarason topluluk duygusunun, toplum psikolojisi, sosyal psikoloji ve toplum sosyolojisi çalışmalarında en önemli terminolojilerden biri olduğunu ileri sürer ve ona göre bu duygu, üyelerin bulunduğu gruba ait olma duygusu anlamına gelir (akt, Lyu vd.'a 2019). Rheingold'a göre VC, bir grup bireyin çevrimiçi olarak kamuya açık tartişmalar yürütmesiyle ortaya çıkan sosyal bir kümelenmedir. Rheingold ve Castells'e göre VC, bir amaç veya paylaşılan ilgi etrafında düzenlenmiş, kendi kendini tanımlaya yarayan, elektronik etkileşimli bir iletişim ağıdır. Fabietti ise sanal toplulukları kolektif istihbarat sağlayabilen hayali bir topluluğun göçebe bir versiyonu olduğunu savunur (akt, Agostini, ve Mechant'a, 2019).

McMillan (1996) ve McMillan ve Chavis (1986), topluluk duygusunu dört boyutta inceler. Bunlar; üyelik, etki, pekiştirme ve ihtiyaçların karşılanmasıdır.

- **Üyelik**

İlk olarak üyelik, bir topluluğa aidiyet ve özdeşleşme duygusunu temsil eder. McMillan ve Chavis'e (s.10) göre aidiyet ve özdeşleşme duygusu, kişinin gruba ait olduğuna ve orada bir yere sahip olduğuna dair duygu, inanç ve beklentiyi, grup tarafından kabul görme duygusunu ve grup için fedakârlık yapma isteğini içerir. Burada özdeşleşmenin rolü üzerinde dururlar. Üyeler bu grubu benimser ve grubun bir parçası olduklarına inanırlar. McMillan (s.315), üyelik için çalışmanın kişinin grupta bir yer kazandığı hissini vereceğini ve bu kişisel yatırımın bir sonucu olarak üyeliğin daha anlamlı ve değerli olacağını ileri sürmüştür. Ayrıca o, bireylerin bir üye olarak sahip olduğu güven duygusu ve aidiyeti kolaylaştıran gruptan kabul görme yönüne vurgu yapar. Ona göre üyelik aynı zamanda bir üyenin topluluk için fedakârlık yapma sorumluluğuyla bağlantılı bilişsel uyumsuzluğuyla da alakalıdır. Kısaca ifade etmek gerekirse McMillan ve Chavis'e (s.11) göre üyeliğin; sınırlar, duygusal güvenlik, aidiyet ve kimlik duygusu, kişisel yatırım ve ortak bir sembol sistemi olmak üzere 5 niteliği bulunur. Bu özellikler birlikte çalışarak, bireylerin topluluğun bir parçası olup olmadığı duygusuna kapılmaları konusunda yarar sağlar.

- **Etki**

İkinci unsur olan etki, McMillan ve Chavis'e (s.11) göre bir topluluktaki üyeler arasındaki karşılıklı etkileşimin etki derecesini, grup üyeleri nezdinde önemli olma

duygusunu temsil eder. Yani çift yönlü bir kavramdır. Başkalarının fikirlerinin, ihtiyaçlarının ve değerlerinin kendileri için önemli olduğunu kabul eden bireyler çoğunlukla en etkili grup üyeleridir. Daha az güçlü üyeler ise başkalarını her zaman etkilemeye çalışan, başkalarına hükmetmeye çalışan ve başkalarının istek ve fikirlerini görmezden gelenlerdir. McMillan (s.316), etkilemenin göze çarpan unsurunun, güvenin gelişmesi olduğunu vurgular. Ona göre güven, bir topluluğun gücünü kullanması yoluyla gelişir.

Bernard, bir topluluk içindeki güç ve etkinin rolünü, sosyolojideki klasik paradigmalardan birinin başında yer aldığını ifade eder. Aynı zamanda, etkinin bir yerden uzaklaştıkça, toplum bütünlüğünün tehdit altına girdiğine inanmaktadır. Nisbet ise, güç ve etkinin topluluğun oluşumunu ve işlevlerini belirlediği yollar etrafında örgütlendiğini belirtir (akt, McMillan ve Chavis, 1986). McMillan ve Chavis (s.12), grup bağlılığı araştırmasından etkiyle ilgili bazı önermelerde bulunurlar. Bunlardan ilki üyelerin, kendilerini etkili hissettikleri bir topluluğa daha fazla ilgi duyduğuyla alakalıdır. İkincisi, bağlılık ile bir topluluğun üyelerinin uyum sağlaması üzerindeki etkisi arasında önemli bir pozitif ilişki olduğunu savundukları için üyeler üzerindeki hem uygunluk hem de topluluk etkisi, bağın gücünü gösterir. Üçüncü önermeye bakıldığında uyum ve tekdüzelik baskısının, bireyin ve topluluğun rızaya dayalı doğrulamaya yönelik ihtiyaçlarından kaynaklandığını gösterir. Bu nedenle, uygunluk, yakınlık için bir güç olduğu kadar, bağlılığın bir göstergesi olarak da hizmet eder. Son olarak bir üyenin topluluk üzerindeki etkisi ve topluluğun bir üye üzerindeki etkisi aynı anda işler ve her ikisinin de sıkı sıkıya bağlı bir toplulukta aynı anda faaliyet gösterdiğini görmek beklenebilir.

• Pekiştirme

McMillan ve Chavis'e (s.9) göre üçüncü unsur olan pekiştirme, ihtiyaçların karşılanması ve bütünleşmesidir. Aynı zamanda üyelerin topluma katıldıkları için bir şekilde ödüllendirilmeleri gerektiği hissini gösterir. Yani üyelerin, ihtiyaçlarının gruba üyelikleri aracılığıyla alınan kaynaklarla karşılanacağı duygusudur. Onlara (s.13) göre bireyler, becerileri ya da yetkinlikleri kendilerine bir şekilde fayda sağlayabilecek kişilere karşı ilgi duyarlar. Yani bireylerin en fazla ödülü sunan kişi ve gruplara yöneldiğine vurgu yaparlar. Rappaport, bunu kişi-çevre uyumu olarak adlandırır

(McMillan ve Chavis, 1986). Ana nokta, insanların ihtiyaçlarına hizmet eden şeyi yapmalarıdır. McMillan'a (s.320) göre bir topluluk, üyelerinin birbirleriyle yaptıkları pazarlıklar kadar güçlüdür. Üyelerinin ihtiyaçlarını karşılayan bir topluluğa ek olarak, topluluk, üyelerin ihtiyaçlarını ve kaynaklarını sürekli bir pazarlık sürecine dâhil etmenin ve yan yana getirmenin yollarını bulabilirse, topluluk duygusu daha güçlü olacaktır.

- **İhtiyaçların Karşılanması**

Son olarak, McMillan ve Chavis'e (s.9) göre paylaşılan duygusal bağlantı, paylaşılan bir tarih, zaman ve benzer deneyimleri paylaşan veya paylaşacak üyelerin katılımıyla oluşturulan inanç ve bağlılığı ifade eder. Onlara (s.13) göre kültürümüz ve ailelerimiz her birimize, duygusal ve entelektüel ihtiyaçlarımızı ve bunlara nasıl uyduğumuzu gösteren bir dizi kişisel değer öğretir. Onlara göre değerleri paylaşan insanlar bir araya geldiğinde, benzer ihtiyaçlara, önceliklere ve hedeflere sahip olduklarını keşfederler, böylece bir araya gelerek bu ihtiyaçları daha iyi karşılayabilecekleri ve aradıkları takviyeyi elde edebilecekleri inancını beslerler. Topluluk bağlamında ihtiyaçların karşılanması ve entegrasyonun rolünü özetlemektedirler. Takviye ve ihtiyaçların karşılanmasının, güçlü bir topluluğun birincil işlevi olduğunu savunurlar. Toplulukları etkili bir şekilde güçlendiren ödüllere bazılarının, üyeliğin statüsü, topluluğun başarısı ve diğer üyelerin yetkinliği olduğunu ifade ederler. Toplulukların nezdince birçok ihtiyacın var olduğunu ancak bu ihtiyaçların kaynağının bireysel değerlerden kaynaklandığına vurgu yaparlar. Bireysel değerlerin topluluk üyeleri arasında ne ölçüde paylaşıldığı, bir topluluğun ihtiyaç giderme faaliyetlerini düzenleme yeteneğini belirleyeceğini de desteklerler. Güçlü bir topluluğun, bireyleri kendi ihtiyaçlarını karşılarırken, diğerlerinin ihtiyaçlarını da karşılayabilecek şekilde bir araya getirebileceğine inanmaktadırlar. McMillan ve Chavis'e (1986: 15) göre topluluklar ihtiyaçlar etrafında örgütlenir. Bu nedenle insanlar ihtiyaçlarının karşılanabileceği topluluklarla birleşir ve alternatifleri varsa sorunlarını çözebilir. Topluluk düzeyinde güçlendirmenin, bireylerin ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için herkesin bir arada olmasına ihtiyaç olduğunu düşünürler. Onlara göre insanlar, yardım edilmekten zevk aldıkları gibi başkalarına yardım etmekten de zevk alırlar.

Cheng vd.'a göre sanal topluluk duygusunun (SOVC), bilgi iletişim teknolojileri (BİT) aracılığıyla bir topluluğun aidiyet, kimlik ve bağlılığın bireysel algısı olduğunu ifade ederler. Topluluğa çevrimiçi katılımın artması bahsedilen bu algının olumlu olmasına bağlıdır. Koh ve Kim, SOVC'i üç boyutta inceler. Bunlar; üyelik, daldırma ve etkidir. Bu boyutlardan; üyelik-duyuşsal, daldırma-bilişsel ve etki-davranışsal olarak e-katılım topluluğu üyelerinin yönlerini yansıtmaktadır (akt, Naranjo, Oliveria, Casteleyn ve Irani 2019).

- **Üyelik:**

Naranjo vd.'a (2019: 538) göre üyelik, kısaca aidiyet duygusundan ötürü ortaya çıkmış bir kavramdır. E-katılım da bireylerin kendilerini ait hissettikleri topluluk içinde danışma ve karar alma süreçlerine dâhil etmeyi hedefler. İnsanlar çevrelerinde var olan topluluklara katılma eğilimi gösterebilir. Örneğin yaşadığı şehrin spor kulübüne üye olan bir kişi buradaki topluluğa sık sık katılabilir. Ayrıca e-katılım aracılığıyla da topluluk etkinliklerine katılabilir. Bu durum bireyin, e-katılım teknolojilerini kullanma sürekliliği açısından motive edici olabilir. Bireydeki güdü, eğilim, istek ve arzular duyuşsal davranış ile dışa vurum sağlar. Dolayısıyla topluluklara üye olma davranışı bu duyuşsal alan gibi bireylerdeki yönelimin harekete geçmesiyle gerçekleşir.

- **Daldırma:**

Koh ve Kim, daldırmanın, bireylerin e-katılımda aktifken yaşayabilecekleri akış durumu olduğunu ileri sürerler (akt, Naranjo vd. 2019). Zihinsel süreçleri yöneten bilişsel hareket bireylerin toplum içerisindeki davranışlarına yön verebilir. Örneğin, sosyal ağlarda bir forum sayfasına üye olan bir kişi ilgisini çeken bir konu başlığına tıklayarak, o konu hakkındaki düşüncelerini ifade ederken tartışmaya dalabilir.

- **Etki:**

Etki bireylerin birbirlerinin düşünce ve eğilimlerinin değişimine yol açan bir güç olarak bilinir. İnsanlar yapı gereği toplum içerisinde birbirlerinin tutum ve eylemlerini etkilemeye çalışır. Bireyler kendi ideolojilerini ortaya koyarken aynı zamanda muhataplarına bu ideolojileri empoze etmeye çalışabilir. Şüphesiz ki teknoloji sayesinde özellikle internet aracılığıyla insanlar arasındaki etkileşim daha da kolaylaşmıştır. Etkileşimin gerçekleşmesi için yüz yüze iletişim veya telefonlaşmanın yanında

çevrimiçi ağlar önem kazanmıştır. Örneğin, aynı ilgi alanlarına sahip bir sanal topluluk grubundaki üyelerin birbirinden etkilenmeleri de olasıdır. Kadına şiddet konusunda bilinç sahibi olmayan bir kişi buradaki paylaşım veya düşüncelerden etkilenip bu konuda daha hassas davranmaya başlayabilir.

Parsell ve Townley'e (2012: 495) göre sanal topluluklar yaşamımızın artık her alanında yer alırken, mahremiyet, iletişim ve sosyal etkileşim gibi kavram ve uygulamaların dönüşümüne neden oluyor. Sanal topluluğu, kullanıcıların coğrafi bölgeleri arasında bir köprü olduğunu ileri sürerken, bir üyenin bilgi ve iletişim teknolojileri (ICT) aracılığıyla diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunduğu sosyal bir grup olarak tanımlar. Diğer bir tanımlaması ise ortak ilgi alanlarına sahip kişilerin, BİT aracılığıyla etkileşime girdiği bir gruptan oluşmasıdır.

Lyu vd. (2019: 246), sanal topluluk duygusunun, internet üzerinde oluşturulan sanal gruplardan kazanılan topluluk duygusundan doğru ortaya çıktığı fikrini destekler. Temelde sanal toplulukların işleyişi ve gelişimi üzerinde, bu gruplara, topluluk duygusunun verilmesinin gerekliliği üzerinde durular. Bu tür bir duygunun, sanal grupların oluşumu ve gelişimi açısından oldukça önemli olduğunu da belirtirler. Sanal grupların biliş, aidiyet duygusu gibi yapılarının, diğer grupları etkileme potansiyellerinin yüksek olduğu da vurgulanır. Ayrıca sanal bir şekilde oluşturulmuş grupların, üyelerin sanal topluluk duygusunu da devamlı etkileyeceği düşüncesi hâkimdir. Üyelerin ihtiyaçlarını karşılamaları da grup içi duygusal özdeşleşmeyi artıracak ve böylece grubun aidiyet duygusu harekete geçecektir. Bunlara ek olarak, sanal topluluk duygusundan etkilenen grupların, üye davranışları üzerinde etkili olabileceği de olasıdır. Sanal gruplardaki etkinliklere katılmak isteyen üyelerin, güçlü bir sanal topluluk duygusuna sahip olduğu fikri de bu araştırmacılar tarafından destelenen bir düşüncedir. Bununla beraber, çevrimiçi iletişimin üyeler arasında gerçekleşmesi, katılımcılar üzerindeki sorumluluğun artmasına ve grup içinde aidiyet duygusunun gelişmesine neden olabilir. Tüm bu bilgiler ışığında sanal toplulukların gelişimi, üyelerin inisiyatifini olumlu kullanarak aktif katılım gerçekleştirmeleriyle mümkün olmaktadır.

Agostini, ve Mechant (2019) tarafından yapılan derinlemesine mülakat sonuçlarına göre 33 yaşındaki bir kadın görüşmeci, zaman kısıtından dolayı fiziksel

olarak faaliyette bulunamayanlar için sanal topluluklara katılımın yuvarlak bir masa etrafında oturuyormuşçasına bir his oluşturduğunu ifade etmiştir. Ayrıca yapılan paylaşımlara katılımın ve bilgi paylaşımının fazla olduğunu dile getirmiştir. Bir başka katılımcı ise sanal topluluğu, bir grup insanı ortak bir çıkar üzerinde birleştiren çevrimiçi bir araç olarak değerlendirmiştir.

Antonijevic, Belgrad'daki çevrimiçi bir topluluk olan Sezampro'yu incelediğinde, Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü'nün (NATO) bombalama harekâtı öncesinde, sırasında ve sonrasında toplulukta yaşanan değişiklikleri değerlendirmiştir. Katılımcı sayısında artış yaşandığını, iletişim için ağı kullanma nedenlerinde değişiklik meydana geldiğini ve kullanıcıların daha fazla çevrimiçi zaman geçirdiğini ifade etmiştir. Ağ, siyasi görüşleri ifade etmek, sosyal etkileşim ve savaş sırasında bilgi toplamak için bir forum olarak kullanılmıştır (akt, Ellis vd. 2005).

Literatür tarandığında ülkemizde yapılan sanal cemaat çalışmalarıyla, yurt dışında ki mevcut sanal topluluk çalışmalarının içeriğinin örtüştüğü görülmektedir. Ülkemizde yapılan çalışmalarda, sanal cemaat kavramı ile yurt dışı kaynaklı sanal topluluk kavramının benzerliğini vurgulamak adına örnekler gösterilebilir. Tük (2020: 44), sanal cemaat üyelerinin, yüz yüze iletişim yerine bilgi teknolojilerinden yararlandığını, sanal cemaatin bilgi temelini geliştirmenin ise grup üyeleriyle karşılıklı bilgi paylaşımında bulunarak mümkün olabileceğini ve aynı zamanda yeni üyelerin sanal cemaat gruplarına katılımının da üyelerin birbirlerine bilgi alıp, birbirlerinden bilgi beklemeleriyle gerçekleşeceğini ifade etmiştir. Akkaş (2015: 228), sosyal bir hayata sahip bireylerin, çevrelerini genişletmek için sanal cemaatlere katıldığını ve bölgesel ve fiziksel engeller ortadan kalktığı için daha hızlı sosyalleşme süreci yaşayabildiğini ifade etmektedir. Bir araştırmaya (Leng ve Lim) göre gerçek topluluklar gibi sanal topluluklar da karşılıklı bir şekilde, yararlı bilgi alışverişine ek olarak, sosyalleşme ve bir arkadaşına sahip olma gibi sosyal ihtiyaçlara hizmet ettikleri için de bağlantılı olduklarını gösterir (akt, Li vd. 2021). Tüm bilgilerden de anlaşılmaktadır ki, aslında sanal topluluk ve sanal cemaat hakkındaki yapılan çalışma ve tanımlar aynı kapıya çıkmaktadır. Farklı nitelendirilmesindeki temel nedenin yurtiçi ve yurtdışı çalışmalarda kullanılan bazı kelimelerin karşılığının bulunmayışı olabilir. Örneğin cemaat kavramı ülkemizde oldukça yaygın kullanılan bir kelime olmakla birlikte yabancı kaynaklarda yaygın olarak kullanılmamaktadır. Topluluk ise daha ulusal bir kavram olduğu için yurtiçi ve

yurtdışı çalışmalarda kullanılmaktadır. Bu nedenle, çalışmada çeviri kaynakların da bulunmasından ötürü, topluluk ve cemaat kavramlarını birlikte ele almanın yerinde bir karar olacağı kanaatine varılmıştır.

Ülkemizde bugün, cemaat kavramını günümüz tarikatlarıyla veya dini unsurlarla bağdaştırmak oldukça mümkündür. Özellikle, yaşanan topluluk krizleri nedeniyle insanların sanal topluluklara da bakış açıları oldukça farklılık arz edebilmektedir. Özellikle 2016 yılında gerçekleşen FETÖ (Fethullahçı Terör Örgütü) olaylarıyla gündeme oturan bu kavram giderek daha fazla dinsel bir algı içermeye başlamıştır. İnsanlar bu olaylardan sonra cemaatleri yalnızca dinsel bir algı olarak kabul ettiği için bu olgudan uzak durmaya çalışmıştır. Bu nedenle karşımıza çıkan bu durum, sanal cemaat çalışmalarının Türkiye’de yapılma zorluğunu artırmaktadır. Sanal da olsa cemaat kavramının sadece dinsel açıdan ele alınması ve söz konusu kriz nedeniyle ankete katılım seyrinin düşük olma ihtimalinden ötürü, sanal cemaat kavramının, sanal topluluk kavramını karşılar nitelikte olmasıyla, cemaat yerine topluluk kavramının kullanılması gerektiği kanaatine varılmıştır.

1.7. SANAL TOPLULUK TÜRLERİ

Dijital ortamlarda oluşturulan gruplar, ağların sağladığı olanaklarla hayata daha canlı bir bakış açısı sunar. Bir konu hakkında aynı fikre sahip birçok insan bulunabilir. Gruplar tarafından gelişigüzel bir seçim mevcut değildir. Bireyler sanal ortamlarda online olarak istedikleri gruba kendileri katılabilirler. Yani kısaca seçilmez, seçerler. Bireyler ortak amaçlar doğrultusunda gruplar oluşturmak istemeselerdi siber alandaki sanal topluluklar bugün meydana gelemezdi. Dijital ortamlardaki grupların birbirlerine karşı ahengi geleneksel topluluklara oranlara kısa sürede yok olmaya elverişlidir. Bunun nedeni ise geleneksel topluluklardaki grup harmonisi daha güçlü iken dijital ortamda etkileşime fayda sağlayan etmenler biraz daha zayıf olabilmektedir.

“Global köylü”, “Süper bağlılar” “İnternet nesli”, “Dijital vatandaş”, vb. nitelendirmeler, dijital platform kullanıcılarının tutarlı ve kendilerine özgü bir grup meydana getirdiği algısı vermektedir. Hâlbuki dünyada yaşayan bireylerin muhtelifliği oranında dijitaldeki insanlar da birbirinden ayrılmaktadır (Sayar 2002: 54-55. akt. Kar, Kesim, 2004: 9).

Sanal topluluk ile ilgili birden fazla tipoloji geliştirilmiştir. Bunlara değinmeden önce türleri hakkında kısa bir bilgi vermek faydalı olacaktır. Sanal topluluk türleri şunlardır (Türk, 2020:80):

Sanal Dini Topluluklar: Organik topluluk özelliği de göstermekle beraber dini ya da tasavvufi topluluklardır.

Sanal Politik Topluluklar: Parti taraftarlarının oluşturduğu sanal topluluklardır.

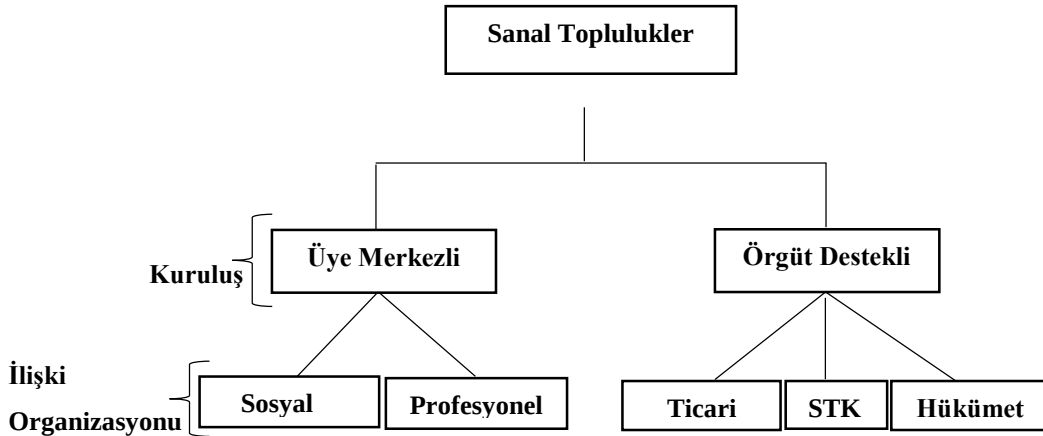
Sanal Aktivist Topluluklar: Hayvanseverler, çevre koruyucuları vb.

Sanal Sosyal Topluluklar: Yeni insanlarla tanışmak ve sosyalleşmek amacı ile kurulmuş sanal topluluklardır.

Sanal Gençlik ve Eğlence Toplulukları: İnci Sözlük, Amacı Olmayan Grup, Yiğit Özgür Severler, L&M Hayranları vb.

1.8. SANAL TOPLULUK TİPOLOJİSİ

Sanal topluluk tipolojilerini inceleyen birden çok araştırmacı söz konusudur. Bunlardan Porter ile başlayacak olursak sanal toplulukların tipolojisini Şekil 1.1.'deki gibi incelediğini görmekteyiz.



Şekil 1.1. Sanal Topluluk Tipolojisi (Porter, (2004). akt. Türk, (2017: 71).

Porter sanal topluluk tipolojisini 2 ana başlık altında değerlendirmiştir. Bunlardan ilki üye merkezli sanal topluluklardır. Bu merkezlerle üyeler arasındaki ilişkiler sosyal ve profesyonel olmak üzere alt başlıklara ayrılmıştır. Örgüt destekli sanal topluluklarda ise destekleyen örgüt ve üyeler (müşteri ya da çalışan vb.) arasındaki ilişkileri beslemek

ve büyütmek amaçlanmaktadır. Araştırmacılar genellikle üye merkezli sanal topluluklara odaklanmakta diğerlerini göz ardı etmektedir (Muniz ve O’Guinn, 2001. akt. Türk, 2017:71).

Rheingold da (2002. akt. Türk, 2017: 75) ise sanal topluluk tipolojisini üçe ayırmıştır.

‘Sanal topluluklar ona göre özel kişiler, uzmanlar ve örgütlerden oluşmaktadır. Amaçları sosyal ya da iş ile ilgilidir. Resmi ya da gayri resmi olarak bir araya gelmektedirler. Rheingold’un sanal topluluk tipleri şunlardır (Blanchard, 2000; Mzgar; 2006):

- *Bağımsız entelektüel işçiler ağı: Bağımsız danışmanlar ve bilirkişiler tarafından geçici olarak bir iş ya da projeyi kontrol etmek amacı ile kurulmuşlardır.*
- *İş birliklerini kontrol eden resmi sanal örgütler: Sanal örgütlerin alt gruplarının oluşturduğu sanal topluluk türüdür. Değişen piyasa ihtiyaçlarına yanıt olarak dinamik ve değişken çevreyi denetleme ve adapte olmak amacı ile kurulmuşlardır.*
- *Gönüllülüğe dayalı sanal topluluklar: Kendiliğinden oluşan sanal topluluk türüdür. Diğer türler gibi bilinçli ve planlı olarak kurulmamıştır. Topluluğun ortak hedefi sadakatle, sorumluluk ve risk alarak çalışmak, ortak hobiler ve tartışma konuları etrafında bir araya gelmektir. Sanal topluluklar bu hedeflere ulaşmak için sosyal sermayeye ihtiyaç duymaktadır. Sosyal sermaye etkili bir biçimde bir arada olma yeteneğidir ve güven, ortak hedefler ve altyapıya ihtiyaç duymaktadır’.*

1.9. SANAL TOPLULUK VE KİMLİK

Sanayi devriminden sonra yaşanan gelişmeler toplum olgusunda da hızlı bir dönüşüm sağlamış olup bireyselleşme, topluluklaşma, postmodernizm gibi daha birçok kavram gündem olurken bu türden kavramların kimlik ile ilintisini değerlendirmekte fayda vardır (Akkaş, 2013: 41). Kimlik kavramını açıklamak gerekirse eğer yerel ve ulusal, tarihi, kültürel söylemler, gereçler, koşullar ile deneyimler açısından devamlı olarak oluşturulan, korunan, yüklenilen, bir yandan emniyet ve eşitlik duygusunu sağlamaya yönelik durağan yöntem ile diğer taraftan değişik unsurlar arasında süre gelen istişarenin akıbetinde meydana gelen gerilimin şekillendirildiği sürekli çatlaklar açarak imal edilen ilişkinlik dizaynıdır. (Aksoy, 1996: 166.akt. Akkaş, 2013: 40-41).

McMillan ve Chavis’e (1986: 16) göre güvenli sınırların bir sonucu olan duygusal güvenlik, insanların toplumda kendileri için bir yer olduğunu ve ait olduklarını hissetmelerini sağlar. Aidiyet ve kimlik duygusunun, topluluğun sınırlarını tanımlayan ortak bir sembol sisteminin gelişimini kolaylaştırdığına inanırlar. Aidiyet ve duygusal

güvenlik duygularının, bir üyeye üyeliğini kazanmış hissi verme sonucunu doğuran, topluluğa öz yatırıma yol açtığını da savunmaktadırlar.

Pan vd.'a (2014: 7) göre geleneksel uygulama topluluğunun özelliklerine uygun olarak, paylaşılan zengin bir repertuar; organizasyon, ortak ilgi, tema gibi topluluk kimliğinin ve uzmanlar, moderatörler gibi bireysel üye kimliğinin, sosyal etkileşimler aracılığıyla geliştirildiği bir alandır. Parsell ve Townley (2012: 501), bireysel kimlik, iletişim ve insan etkileşiminin, sanal toplulukların doğası üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ifade eder. Birtakım araştırmacılar (Chiu, Hsu, Wang ve Wei) ise topluluk kimliğini (CI), çevrimiçi tabanlı uygulama topluluklarında aynı norm, inanç ve benzer çıkarları algıladıklarında, kullanıcılar ve üyeler arasındaki aidiyet duygusunun oluşturabileceğini ifade etmiştir (akt. Usman ve Yennita, 2018). Sanal toplulukta görünümünden çok düşünceyi önemseyen insanlarla bir araya gelmek mümkün olduğundan, bu durumun pek çok avantajının bulunduğu bilinmektedir. Geleneksel toplumlarda yüz yüze iletişim söz konusu iken sanal toplulukta bunun mümkün olmadığını belirttik. Bu durumda katılımcıların cinsiyet, yaş, ırk gibi fiziksel özellikleri, ayrımcılık oluşturabilecek noktaları istediklerinde belirtip, istemediklerinde gizleyebilme imkânına sahip olabilmektedirler. Kısacası kimliklerini anonimleştirme imkânları bulunmaktadır (Rheingold, 2008: 3-4. akt. Tüzünoğlu, 2020: 263).

Sanal sohbet evreninde kimlikler değişken ve kaygan zeminedir. Fakat hareketli ve akışkan bir benlik arayışı neticesinde bu kimliklerin bilinmeyen bir kalıp benliğe dönüşmesi, pek zor sayılmaz. Ayrıca günümüzün dijital bireylerinin daha sonraki zamanlarda karşımıza bir kural mahiyetinde çıkmaları da büyük bir olasılıktır (Derman, 1998: 1430. akt. Vatandaş, 2020: 40). Lee, Ahn ve Han, topluluk kimliğinin, sanal topluluk gruplarında gözlemlenebilen bir sosyal bağlanma biçimi olduğunu ifade eder (akt. Usman ve Yennita, 2018).

Kır, (2008: 66. akt. Akkaş, 2012: 156) sanal topluluk ve kimlikle ilgili görüşlerini şu cümlelerle ifade etmektedir:

'Sanal topluluklar gerçek yaşamdan daha farklı bir birey algısı ortaya koymuştur. Bireyler artık davranışlarından önce kullandıkları kelime, cümle ve internet dilinin ürünü olan smilelerle kendilerini ortaya koymaktadır. Bu dünyadaki bireyler değerler açısından gerçek dünyadakine göre daha farklı bir yapıdadır. Sanal alanın anonim ortamı bireylere kimliklerini yeniden kurgulayabilecekleri, hayal edilene ya da var olan gerçekliğin uyarlanabileceği yeni kimlikler yaratabilme

olanakları sunar. Yüz yüze iletişimde var olanın tersine sanal ortamda iletişim kimliklere tüm dışsal baskılardan kurtulma imkânı vermektedir. Bu ortamda kimlikler parçalanmıştır. İnternet kimlik ayrımı yapmadan ya da kimliği belli olmadan anonim bir ortamda fikirlerin yayılmasına ve karşılıklı alışverişine imkân sağlamakta, tüm kullanıcılar eşit statülere sahip olmakta ve katılımı herkese açık hale getirmektedir’.

Türk (2020: 1), insanların kendilerine benzeyen kişilerle gerek fiziki gerekse sanal ortamlarda bir araya gelip topluluk oluşturdıklarını ve kendilerinden farklı olanları ötekileştirdiklerini ileri sürmektedir. Ayrıca, maddi gerçeklikteki alışkanlıklarını sanal âleme adapte ederek sanal kimliklerini şekillendirdiklerini de savunur. Ona göre geleneksel topluluklarda olduğu gibi sanal topluluklarda da tabular söz konusudur ve bunlar, topluluk üyelerini diğer topluluk üyelerinin görünüşlerinden ayırır. Topluluk liderleri ise bu süreçte yeni bir kimlik ve bağlılık oluşturmaktadır. Qu & Lee, sanal topluluğun üyelerinin kimlik duygularının gelişimini, grup içerisindeki arzu ve ihtiyaçlarını karşılayabildikleri ölçüde gelişeceğini savunur (akt, Usman ve Yennita, 2018). İnsanlar kendilerini sanal topluluklarda keyiflerine göre tanımladıkları için bu ortamlarda benliklerini yeni baştan yapılandırmaktadır. Ortaya çıkan bu kişiliklerini hakikat olarak algılayıp, doğruluğunu önemsemeden yaşamaktadırlar. İnsanlar gerçek hayatta öz yapı sahibidir. Bu nedenle insanlar sanal ortamlarda farklı yapılara dönüşebilmektedir. Ortaya çıkan yeni insan yapısı aslında bireyin gerçekte olmak istediği karakterin bir dışavurumudur. Sanal ortamda insanlar olmak istedikleri kişilerin kimliklerine bürünürler. Örneğin, gerçek dünyada hayvanların, kozmetik ürünler elde etmek için denek olarak kullanılmasına herhangi bir tepki göstermeyen bir kişi, sanal topluluklarda diğer üyelerin bu konuyla alakalı paylaşımlarından etkilenerek paylaşımlar yapabilir. Böylece birey gerçek dünyadaki kimliğinden uzaklaşarak yeni bir dijital kimlik oluşturmuş olur. Kişiler böyle etkinlikler aracılığıyla ilişkinlik hissiyle kendilerini, siber uzamdaki sanal topluluklar bünyesinde konumlandırabilmektedir. Sanal topluluklar, oluşturulan yeni toplumsallık sahaları içerisinde kendi estetik ve etiğini oluşturmaktadır (Akkaş, 2013: 51-52).

Teigland, çevrimiçi toplulukların kimlik ve karşılıklılık gibi fiziksel uygulama topluluklarının bazı hususlara ehil fakat yüz yüze iletişimden mahrum olduğunu, bunun yerine simgelenmiş bilgi alışverişi yöntemiyle çalıştığını vurgular. Ayrıca, Cook ve Brown ise açık veya kapalı bilginin temelinde sosyal etkileşimin yattığını iddia

etmektedir. Kimble vd., sanal bir uygulama topluluğu kavramı düşünüldüğünde, en büyük meselenin katılımın basitleştirilmesi olduğunu savunur. Katılım, bir topluluğun kendiliğinden niteliksel ve niceliksel değişme sürecidir. Bir topluluğu tanımlayan, kimlik ve güven oluşturmaya katkı sağlayan ilişkilerin oluşturulması açısından önemlidir. Wolf, çevrimiçi toplulukların büyük bir bölümünün anlaşılması kolay olmasına karşın oldukça kısa ömürlü olarak nitelendirirken Davenport ve Hall, bu gibi durumlarda üyelerin değişkenlik gösterdiğini ifade eder (akt, Ellis vd. 2005). Bu bulgular ışığında Ellis vd.'a (s.161) göre kimlik ve kimliğe dair güven inşasının üyeler nezdinde ne derece kabul göreceği sorgulanabilir.

Blanchard (2008: 2111), kişinin kendi kimliğini oluşturmaya çalışmasının, sosyal ve kişisel kimliğe bakış açısına önem verilmediğinin göstergesi olduğunu savunur. Ayrıca üyelerin, teknoloji vasıtasıyla başkalarının kimliklerini gördükçe, kendi kimliklerini afişe ederek, haklarında bilgi sunduklarını ifade eder. Ona göre kişiler, yeni kimlikler öğrendikçe, kendilerinininkinin de başkaları tarafından öğrenildiğini düşünebilmektedir. Diğer bir taraftan grubun üyelerinin kimliğini öğrenmek, sanal topluluklarla etkileşimde bulunmanın önemli bir niteliği olsa da, üye katılımının ana fonksiyonu değildir. Fakat bilgi almak ve paylaşmak, eğlence, sosyalleşme, etkileşim gibi birçok durum ana fonksiyonlar dâhilinde değerlendirilebilir. Bazı araştırmacıların (Postmes, Spears, Lee ve Novak) çalışmaları incelendiğinde, grup ve bireysel kimliğin bir arada var olabileceği, ayrıca grup üyeleri arasında iletişim yoluyla bireyselliğin ifade edilmesinin aslında grup kimliğini ve dayanışmayı güçlendirebileceği görülmüştür. Bunlara ek olarak diğer araştırmacılar (Postmes, Spears ve Lea; Tanis ve Postmes) incelendiğinde ise üyelerin her kimliğe ait bireysel özelliklerin, grubun dayanışma ruhuna ilişkin ipuçları verdiği belirtilir (akt, Blanchard 2008). Böylece, kimlik oluşturma sanal topluluklar nezdindeki önemi vurgulanmış olur.

1.10. SANAL TOPLULUKLARDA SOSYAL AĞ DESTEKLERİ

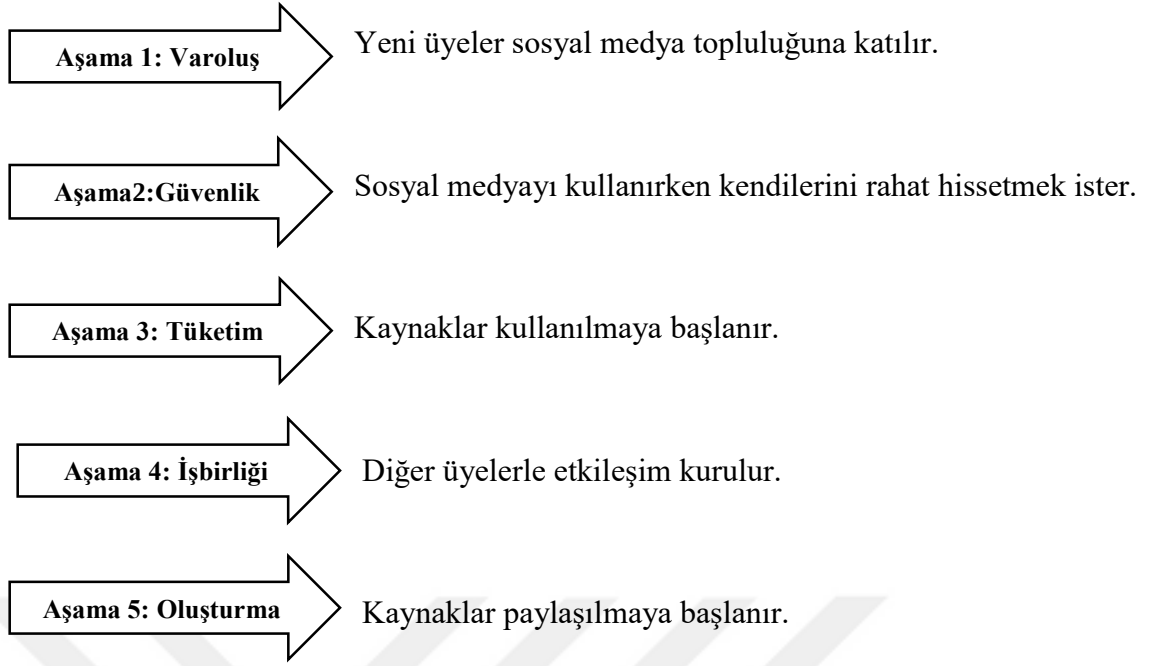
Rheingold, elektronik iletişimin topluluk özellikleri üzerinde durur. Çünkü şüpheli bir dünyayı çevrimiçi ağların sosyal bağları geliştirebileceğine inanmaktadır. Bireylerin, elektronik medyayı etkileşim için kullanma şeklini irdelerken yalnızca pasif olarak bilgi almakla yetinmeyeceklerine vurgu yapar. Rheingold için en değerli unsur topluluktur ve o, bu nedenle daha çok bu kavram üzerinde durur. Ona göre bilgi

topluluğun akışını sağlayan para birimi gibidir. Bu nedenle bilgi paylaşımı üzerinde durmaz. Ayrıca sanal bir topluluğun üyelerinin ödül beklentisinden çok karşılıklılık beklentisiyle gruba bilgi sağlayacağını da savunur. Yani bilgiyi veren ve alan arasında karşılıklılık ilkesi esastır. Ödül beklentisinin altında yatan da kişisel çıkar ile fedakârlığın birleşimidir (akt, Ellis, Oldridge ve Vasconcelos, 2005). Araştırmacıların bazılarına (Rheingold; Schuler), göre çevrimiçi gruplar, sanal topluluklar olarak kabul edilir. Bununla birlikte, çevrimiçi grupların tersine sanal toplulukların özellikle önemli olduğuna inanılmasının nedeni, üyelerin karşılıklı ilişkiyle bağ kurularak varlığını sürdüren sosyal sistemlerden kaynaklandığının düşünülmesidir (akt, Blanchard, 2008).

Türk (2020 :1), duygu, fikir veya ilgi alanlarıyla birlikte bir araya gelen bireylerin, gelenekselleşmiş ortak yapılan törenlerle, duygu ve düşüncelerini paylaşarak, birlikte hareket etmeleriyle sanal topluluğun oluşturulduğunu belirtir. Sosyal ağ, insanların sosyal ilişkilerinden meydana gelen bir olgudur. Sosyal ağ ilişkilerini tanımlamanın iki yöntemi bulunur. Bunlar; ilişki grafiği ve ilişki matristir. İlişki matrisi, bireylerin sanal toplulukta gönderi paylaşmasına ve paylaşılan gönderilere yanıt verme davranışına bağlı olarak oluşturulur. Ağ yapısını çözümlemek için ise derece merkeziliği kullanılır. Bir üyenin ağdaki pozisyonunu ölçmek için işaretçi olan bir düğüme doğrudan bağlı düğümlerin sayısı noktanın merkeziliğini ifade eder. Ağdaki aktif bireyin etkileşimini kontrol etmek için kullanılır. Ağdaki düğümün derecesinin yüksek olması, önemli bir konuma ve büyük bir etkiye sahip olduğunun göstergesidir. Düğümün dış derecesinin yüksek olması ise düğümün ağdaki diğer düğümlerle iletişim kurmayı sevdiği anlamına gelmektedir (Li, 2019).

Parsell ve Townley'e (2012: 500) göre, sosyal ilişkilerin sağlam olması dürüstlük ve özgünlük ile mümkündür. Sanal ortamlarda üyeler, yaş, cinsiyeti gibi demografik özelliklerini kasıtlı olarak yanlış beyan edebilmektedir. Bu da, dürüstlüğü yok sayılarak gerçek dışı bir sanal dünyanın varlığını kanıtlar.

Weingart ve Thoma, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisini anımsatan bir çevrimiçi ihtiyaçlar hiyerarşisini oluşturdular. Bu hiyerarşi Şekil 1.2'de yer almaktadır.



Şekil 1.2. Çevrimiçi İhtiyaçlar Hiyerarşisi (akt. Thoma vd. 2018).

Web tarayıcı teknolojisiyle sanal topluluklara katılan üyelerin davranışları hakkında bilgi sahibi olunabilir. Örneğin; çevrimiçi saatler, gönderi sayısı, yanıtı ve beğenileri gibi konulardaki verilere ulaşmaya olanak sağlar. Ayrıca üyelerin demografik bilgilerini ve duygularını belirlemek için mesaj metninden kelimeler profesyonelce çıkarılarak metin madenciliği uygulanabilir. Bu üyelerin grup içindeki rolleri ve kullanıcı portresi sosyal ağ analizi ve küme teorisi uygulanabilir. (Li, 2019).

Agostini, ve Mechant'a (2019) göre insan toplulukları bir araya gelerek ortak fikirlerini, duygularını ve ilgi alanlarını çevrimiçi olarak internet üzerinden paylaşır. Çevrimiçi gruplar, siber, dijital ve hatta çevrimiçi topluluklar şeklinde tanımlanır. Stolterman, Ågren ve Croon'a (1999: 3-4) göre siber uzaya yönelim hızı oldukça yüksektir ve dünyada yaşanan belki de en hızlı değişime uğrayan alanlardan birisidir. Bu yönelimin, bir göç olarak da değerlendirilmesinin yanında altında yatan nedenleri anlamaya çalışmak kadar, dönüşümün geleneksel topluluklarda meydana gelen etkilerini anlamak içinde önemlidir. Ayrıca siber uzayın, tek bir el tarafından yönlendirilmesi mümkün görünmemektedir. Çünkü siber uzay, yerel mülkiyetli bilgisayar gücünün ve bir takım standartların anlaşmasına dayanan büyük bir teknik altyapıyı veya tasarlanmış bir sistemi ifade eder. Siber uzay toplumsal katılımı artırarak, toplumun gelişimine katkı sağlar.

Armstrong ve Hagel, sanal grupları, internet ortamında var olan bir ağ topluluğuna benzetmekle birlikte bir takım isteklere göre çevrimiçi iletişimin yürütüldüğü bir ortam olarak dile getirir. (akt, Li, Lin, Yu ve Guo 2021). Parsell ve Townley'e (2012: 498-499) göre çevrimiçi topluluklar, birbiriyle örtüşen çeşitli alt topluluklardan oluşur. Bu bağlamda, çevrenin farklı tutum ve fikirlere sahip olması muhtemeldir. Topluluğa karşı oluşan bağlılık, çeşitliliğin tanınmasından önce veya çeşitlilikle birlikte oluşur. Bunların yanında, benzer fikirlere sahip insanlar karşılıklı sosyalleşmekten keyif almaktadır. Bu türden bir eğilim ise kişilerin düşüncelerini kutuplaştıracaktır. Bu da çevrimiçi üyelerin kendi fikirlerini, farklı bakış açısına sahip katılımcıların düşüncelerine karşı koruma içgüdüsü geliştirmelerine neden olabilir. Kısaca internetin bir gruptaki farklı fikirlere sahip kişileri kutuplaştırdığını savunur. Parsell ve Townley ayrıca sanal grupların, bilgisayar aracılı iletişim (CMC) vasıtasıyla kutuplaştırıcı tesiri olduğunu savunur. Onlara göre topluluklar, bilgiyi aktif üreten üyelere ihtiyaç duyar. Çünkü katılımın aktif olması tutumların kutuplaşmasını teşvik niteliğindedir. Blanchard (2008: 2107), bilgisayar aracılı iletişim yoluyla etkileşimde bulunan insan gruplarının, kuruluşlar ve toplum içinde yaygın hale geldiğini dile getirir.

Ellis vd. (2005: 154), World Wide Web (WWW) ve internetin sanal ağlar ile anlamdaş olduğunu vurgular. Buna ek olarak, sanal ağlara dayalı farklı yaklaşımlar arasında ayırım yapmanın oldukça mühim bir davranış olduğunu savunur. Zira bunların farklı sanal topluluk biçimlerine yol açacağını ifade eder.

Lave ve Wenger'e göre uygulama toplulukları (CoP), bir meslek ve ortak ilgiye sahip grupların katılımcı öğrenme için sosyal bir bağlam oluşturmalarıdır (akt. Thoma vd. 2018). Aynı zamanda CoP, fiziksel ortamda görülebildiği gibi çoğu sanal ortamda da görülmektedir. Literatüre göre (Jansen, Johnson, Lorenz ve Lundvall) bilgi paylaşımının dinamiklerinin uygulama topluluğunda devam edebilmesi üyeler arasında, bilginin dağıtım ve dolaşımının doğru bir şekilde gerçekleşmesiyle mümkün olur. (akt. Usman ve Yennita, 2018). Usman ve Yennita'ya (s.251) göre CoP için kullanıcıların siber uzay medyasında birbirleriyle etkileşime girmesine olanak sağlayan uygulamalar topluluğu denilebilmektedir. Etkileşimin temel faktörlerinden biri uygulama topluluğunda bilgi paylaşımıdır. Wenger vd.'a göre CoP, bireylerin bir konu hakkındaki endişeyi, bir takım

problemleri, tutkuyu paylaşabildikleri ve bu bağlamdaki bilgilerini süregelen bir şekilde etkileşime girerek derinleştirebilecekleri bir alandır (akt. Thoma vd. 2018).

Farnsworth vd.'a göre CoP'de öğrenme, kültürel anlamda düşünme ile işbirliğine bağlı sosyal bir süreçtir. Bu topluluklar grup olarak, bilginin, ortak kavramların, dilin, gücün ve diğer sosyal araçların bulunduğu bir sosyal kimlik oluştururlar. Wenger'a göre, etkili bir CoP üç ilkedен oluşur. Bunlar: karşılıklı katılım, ortak bir girişim ve paylaşılan bir repertuardır. Üyeler uygulama sürecinde, birbirleriyle etkileşime girdiklerinde karşılıklı katılımı gerçekleştirmiş olurlar. Ortak girişim üyelerin gelişim süreçlerinde amaçlar belirleyip ve bu amaçları gerçekleştirmek için yaptığı çabalar tümüdür. Belirlenen amaçlara ulaşmak için teknik, bilgi, materyal ve fikirler paylaşıldığında ortak bir repertuar oluşturulmuş olur. Paylaşılan repertuarlar üzerine yeni üyelerin dolayısıyla bilgilerin ve teknolojik gelişmelerin benimsenmesiyle CoP tabii olarak ilerleme kat eder. Bu durum, topluluk içindeki bireylerin öğrenme ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla canlı bir öğrenme ortamı oluşturur. Wenger ve McDermott'a göre CoP'un sistematik, stratejik ve proaktif gelişimi, o topluluğun öğrenme gücünü artırabilir (akt. Thoma vd. 2018).

Çevrimiçi tabanlı toplulukta uygulama topluluğunun oluşumundaki sanal topluluk çıktılarının dört faktörü vardır. Üyeler arasındaki kişilerarası ilişkinin, aşağıda bulunan faktörleri artırması beklenmektedir. Bunlar:

Topluluk Katılımı (CPA)	Topluluk Teşviki (CPR)	Topluluk Güveni (CT)	Topluluk Kimliği (CI)
----------------------------	---------------------------	-------------------------	--------------------------

Şekil 1.3. Sanal Topluluk Çıktıları (Usman ve Yennita, 2018).

Zhang ve Watts, çevrimiçi ortak yerlerden farklı olarak, sanal uygulama topluluklarını (vCoP) hem bilgi paylaşımı hem de bilgi üretimi için kullanılan bir alan olarak değerlendirir (akt. Pan vd. 2014). Nitekim sanal topluluklarda da aynı durum söz konusudur. Bilgi arama, edinme, paylaşma gibi eylemler bu tür gruplarda, üyeler arasında gerçekleşmektedir. VCoP, sosyal medya vasıtasıyla iletişim kuran hem kendi hem de başkalarının öğrenimlerini ilerletmek için ortak bir tutkuya sahip kişilerden meydana gelir. Li vd. CoP iletişimini, bireylerin hem kişisel gelişimini hem de kaynakların değişimini desteklediğini savunur (akt. Thoma vd. 2018). Ortak ilgi alanları

olan ve bilgilerini kamuya açık hale getiren bireyler, sosyal medya aracılığıyla bir sanal toplulukta iletişimi kolaylıkla kurabilir.

1.11. SANAL TOPLULUKLARIN SOSYAL MEDYADAKİ YERİ

Li vd. (2021: 211) algılanan topluluk değerini fonksiyonel değer (bilgi değeri), sosyal (psikolojik) değer, eğlence değeri ve finansal değer olmak üzere dört kategoride incelenmiştir. Fonksiyonel değer, bir sanal toplulukta paylaşılan bilgi ve grup içinde oluşan etkileşimi kapsamakla birlikte grup içi sağlanan fayda ve işlevi ifade eder. Sosyal değer, bireylerin grup içi motivasyon eşiği, grubun diğer üyelerine karşı oluşan duygusal bağlantısı ve değer algısını içermektedir. Eğlence değeri, bireylerin sosyalleşmesine olanak verirken, yeni arkadaşlar ve çevre edinmesine de katkıda bulunur. Finansal değeri açıklamak gerekirse, günümüzde meslekler ve para kazanmak için girilen iş algısı değişiklik göstermektedir. Dijitalleşmenin oldukça yaygın olması bireyleri finansal açıdan birçok mecra üzerinden para kazanmalarını sağlamaktadır. Bu duruma, bir kişinin Youtube kanalı açması örnek verilebilir. Bireyin yayınladığı videolara tıklanma oranının fazla olması finansal kazanç elde etmesini sağlar. Diğer platformların bazılarında da bu durum geçerlidir. Bir kişinin Instagram hesabındaki takipçi sayısının fazla olması elde edilecek kazancın da yüksek olmasını sağlar. Fakat bunun yanında asıl önemli olan ise takipçi sayısından ziyade takipçilerin aktif olmasıdır. Böyle bir sayfada, sanal topluluk üyelerinin gerçek kişilerden oluştuğu net bir şekilde anlaşılır. Gönderi altında oluşan takipçiler arasındaki yorumlar, beğeniler ise bunun en bariz kanıtlardır <https://www.devletdestekli.com/instagramdan-nasil-para-kazanilir/>.

Mulyadi ve Fitriana'a (2018: 48) göre sosyal medya, isteğe dayalı seçilen ve kullanım yeri açısından bir sınırı olmayan, iletişim kurmak için dijital ağların kullanılmasıyla ilgili bir yapıdır. Sosyal medya, kişilerarası yeni bir iletişim ve etkileşimin oluşmasını sağlamıştır. Bu oluşumları, bireylerin duygusal bağlamda oluşan algıları açısından da değerlendirmek gerekmektedir. Birçok araştırmacı sosyal medya bakımından duygusal bilginin önemi üzerine araştırma yapmıştır. Bunlardan birkaçı olan Krishen, Berezan ve Raab, aidiyet duygusu ve duygusal bağlantının, bir sosyal ağda haz veren faktörler olduğunu ve terfi odaklı bireylerle daha ilgili olduğunu belirtmiştir. Ancak, önleme odaklı bireyler için, bir sosyal ağdan memnuniyeti etkilemede daha önemli faktörler varsa o da etkileşimlilik (etki) ve bazı durumlarda risk

oluşturabilecek yenilikçiliğin işlevsel ve faydacı kısımlarıdır (akt, Li vd. 2021). Sosyal medya, modern yaşamda hayatımızın her alanında yer almasına rağmen, şekilsiz ve aynı zamanda gelişen bir kavramdır. Merriam-Webster, sosyal medyayı, çevrimiçi toplulukların fikir, bilgi, kişisel mesaj ve daha birçok içeriği paylaşmasıyla oluşan bir elektronik iletişim biçimi olduğunu savunur (akt. Thoma vd. 2018). Küresel bir alana sahip ve aynı zamanda popüler olan sosyal medya birden çok platforma sahiptir. Çığ gibi büyüyen, her geçen zamanda yeni platformun eklenebildiği sosyal bir alan haline gelen medya, kişilerarası çok yönlü bir etkileşim sağlar. Teknolojiyi sürekli kullanım niyetine sahip kişiler bu platformların birçoğuna aynı anda ulaşım sağlayabiliyor. Kaplan ve Haenlin sosyal medyayı, sanal âlemde sosyal ağ, forumlara katılmak, blog içeriği, bilgi almak veya paylaşmak için kolay bir kanal olarak değerlendirir (akt. Mulyadi ve Fitriana, 2018). Chang ve Chuang'a göre bilgi çalkantısının internetle birlikte artış gösterdiği düşünüldüğünde çevrimiçi platformların, katılımcıların bilgi alışverişi ve paylaşımı için önemli bir saha haline geldiği saptanmıştır. Osatuyi, Sosyal medya teknolojilerinin gelişimiyle beraber katılımcılar arasında bilgi alışverişi davranışlarını basitleştirmek üzere muhtelif çevrimiçi platformlar oluşturulduğunu vurgular. Tajvidi vd., sosyal medya teknolojilerinin, bireylerin toplum içindeki günlük yaşantıları üzerinde değişimlere yol açtığını ifade etmiştir. Lin ve Wang bu durumun bireyler nezdinde bu tür platformlarda bilgi aramaya ve paylaşmaya eskiye oranla daha arzulu olmaya başladığını savunur. Chen ve Hung ise bilgi alışverişinin başarısının, bu platformların artmasını sağlayabilmesi için üyelerin bilgilerini aktif bir şekilde diğer katılımcılarla paylaşmalarına bağlı olduğunu belirtir. Luo vd., bu duruma binaen, bilgiye katkı sağlayanların paylaşım yapmalarının, gönüllük esasına dayalı olduğunu destekler. Chen, Hung ve Lai tarafından farklı zamanlarda yürütülen çalışmalar incelendiğinde, çevrimiçi platformlara dâhil olarak bilgi alışverişinde bulunan katılımcıların, diğer grup üyeleriyle uzun vadede iletişim kurmayı istedikleri görülmektedir. Ek olarak literatür tarandığında üyelerin çevrimiçi platformları daha fazla ziyaret ettikleri ve diğer üyelerle sıkça etkileşime girdiği gözlenmiştir. Bu nedenle, bu platformların zamanla sanal topluluklara dönüştüğü kanısına varılmıştır (akt, Luo vd. 2020).

Birçok araştırmacı sosyal medya bakımından duygusal bilginin önemi üzerine araştırma yapmıştır. Bunlardan birkaçı olan Krishen, Berezan ve Raab, aidiyet duygusu

ve duygusal bağlantının, bir sosyal ağda haz verici faktör olduğunu ve terfi odaklı bireylerle daha ilgili olduğunu belirtmiştir. Ancak, önleme odaklı bireyler için, bir sosyal ağdan memnuniyeti etkilemede daha önemli faktörler varsa o da etkileşimlilik (etki) ve bazı durumlarda risk oluşturabilecek yenilikçiliğin işlevsel ve faydacı kısımlarıdır (akt, Li vd. 2021).

Pan vd.'a (2014: 11) göre çevrimiçi sosyal ağ desteğinin, üç temel işlevi bulunur. Bunlar:

- Katılımcıların sosyal ilişkilerini, arkadaş listesi şeklinde düzenlemelerine fırsat verir.
- İlişkiye dair bir bilgi uyumunu gerçekleştirir.
- İlişki kurmayı kolaylaştırır.

Bu işlevlerden yola çıkarak aslında günümüzde yaygın olan sosyal medya platformlarının işleyişinden bahsedildiği aşikârdır. Örneğin bir Instagram sayfasında takip edeceğimiz kişileri yani arkadaşlarımızı kendimiz seçeriz. Böylelikle istediğimiz zaman onlarla iletişime geçmek oldukça kolaylaşır. Ayrıca takip ettiğimiz kişilerin, yani arkadaşlarımızın her bir hikâye ve gönderilerinden haberdar olabiliriz. Aynı zamanda bu paylaşımların altında bulunan yorum özelliği sayesinde ikili veya daha fazla kişiyle gerçekleştirmiş olduğu etkileşimi de görebiliriz. Özellikle paylaştıkları gönderilerden anında haberdar olmak istediğimizde, gönderi bildirimlerini açmamız yeterli olacaktır. Yine aynı şekilde, takip ettiğimiz fakat paylaşımlarını görmek istemediğimiz kişileri sessize alabiliriz. Bir başka açıdan bakıldığında ise takip ettiğimiz kişilerden bazılarını çok az tanıyor veya hiç tanımıyor olabiliriz. Bu nedenle o kişileri tanımak için iletişim kurmak yerine gönderilerini beğenip geçebiliriz. Pan vd., sosyal ağ uyumunun, bu türden ikili üzerindeki etkisinin çok az olacağını savunur. Tüm bu özellikler sayesinde sosyal ağ desteklerinin sanal topluluklara entegre edilmesi kişilerarası etkileşimi geliştirmekle birlikte bilgiyi örgütlemenin yeni bir yolunu da sağlamış olur. Sanal ağlar dışında ilişkisi olmayan veya aralarında zayıf bir bağın bulunduğu iki üye birbirine takip isteği gönderebilir. Pan vd. (s.13) bu gibi durumlarda gerçekleşen bağlantının, gelecekteki etkileşimi elverişli hale getireceğini savunurlar. vCoP açısından, bir üye çoğunlukla ihtiyaç duyulan bilgiye sahip olan kişidir ve hiçbir üyenin bu kişiyle grup dışında arkadaş olma zorunluluğu yoktur. Ancak istekleri dâhilinde çevrimdışı

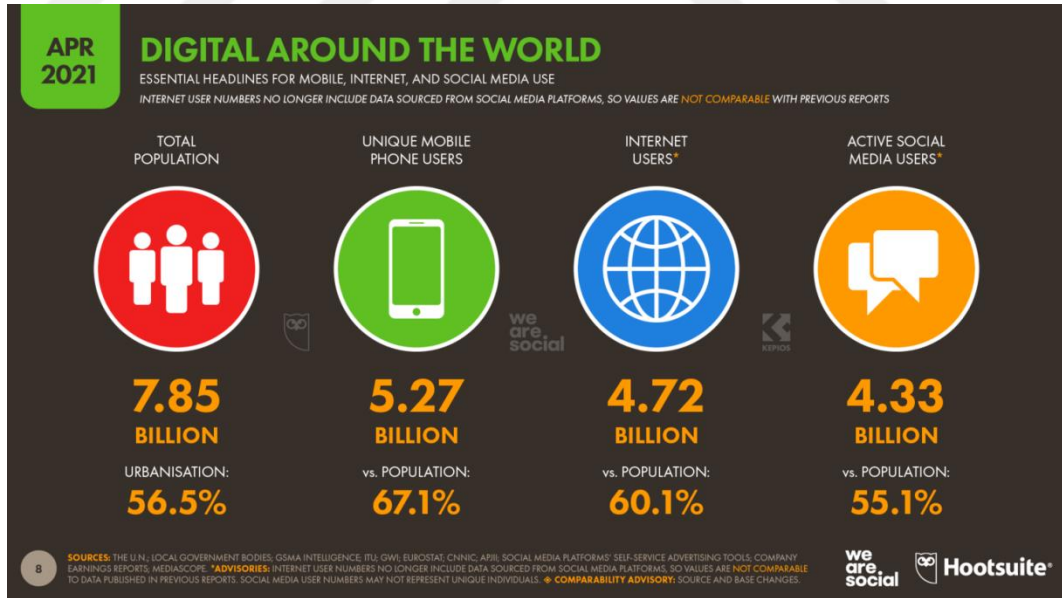
arkadaşlık oluşturabilirler. Bu nedenle bu tür bir ilişki için bağların zayıf olduğu söylenebilir. Fakat bu durum iki mühim amaca hizmet etmektedir. Bunlardan ilki, bağlar zayıf olsa da bilgi edinilecek kişi sayısının fazla olması, bilgiye daha kısa sürede ulaşmayı sağlayabilir. Diğer bir amaç ise bu zayıf bağların, kişilerarası iletişimi yakından sürdürmek için bir başlangıç olma ihtimalidir. Böyle bir durumda ise ileri vadede gerçekleşebilecek olan bilgi alışverişi daha kolay hale gelir.

Sosyal medya platformlarında yer alan sanal topluluklar bir veya birden fazla yönetici tarafından gönderi başlıkları, sayfa veya grup adı oluşturur. Katılımın, istek göndermek üzerine gerçekleşebildiği gizli grupların yanında erişimin doğrudan sağlandığı açık grup veya sayfalar da mevcuttur. Bazı platformlarda (facebook, telegram vs.) moderatörler eşliğinde üye kabulü sağlayan üç boyutlu bilgi ağlarını oluşturur. İnsanlar, bu tür sanal topluluklara üye olmadan önce ister gizli olsun ister açık, grup hakkında bilgilendirme kısmını inceleyebilir. Bazı gruplarda ki yöneticiler, grup içinde uyulması gereken şartları, sayfa başına sabitleyebilir. Böylece kullanıcılar bu şartları kabul ettikleri takdirde gruba katılma isteğinde bulunabilir. Kabul edilen kişiler söz konusu şartlara uymadıkları takdirde gruba üyeliği kesilebilir, engellenebilir. Fakat ortamın tamamen sanal olmasından ötürü daha önce de bahsettiğimiz gibi bu kişiler, yeni bir nickname ile gruba tekrar katılmaya çalışabilir. Li vd.'a (2021: 208) göre üyeler, çoğunlukla sayfa/grup ismine veya ilk birkaç sayfanın yazı başlıklarına seçici bir şekilde bakarak sanal gruplara katılır veya katılmaz. Bu kısma gözden geçirme ve tarama kısmı da denilebilir. Böylece bu durum kişilerin, paylaşılan gönderilerin kendilerini tatmin etme derecesine veya ihtiyaçlarını karşılamasına göre değerlendirdiği bir süreci ifade eder. Tüm bu bilgiler dâhilinde, üyelerin sanal gruplar hakkındaki ilk izlenimleri olarak gönderi başlıklarının güçlü ve duygusal etmenlerle, katılımcıların grubun algılanan değeri etkileyebileceği önerilmiştir. Porter ve Donthu, grup yöneticilerinin bilgi kaynaklarını uygun hale getirmek için etkin önlemler alırlarsa, bu durum, üyelerin bilgi edinme kalitesinin yükselmesine ve grubun gelişiminin hızlanmasına etki ettiğini savunur (akt, Li vd. 2021).

Pan vd. (2014: 11), sosyal ağ desteğinin, ikili arkadaşlıklara dair etkinliğini doğrulamak için üç kıstas önermiştir ve bunu bir insanın doğum ve ölüm sürecine benzetmiştir. Bunlardan ilki, bilgi alışverişinin doğum oranıdır. Daha önce bilgi alışverişi yapmamış iki kişinin bilgi alışverişine başlama evresi olarak ele alırlar.

İkincisi, bilgi alışverişinin aktif bir şekilde işleyişidir. Bu ikili arasındaki bilgi alışverişinin sıklığı olarak ifade edilir. Üçüncüsü ise, bilgi alışverişinin ölüm oranını simgeler. Daha önce bilgi alışverişinde bulunan bu iki kişinin, bu alışverişi yapmayı bırakma olasılığı olarak tanımlanır. Sosyal ağ desteğinin etkili olması, geleneksel forum teknolojisine uyumu, doğum oranını ve bilgi alışverişinin etkinliğini artırmakla birlikte, ölüm oranını azaltacaktır. Bu bilgilerden hareketle, sosyal ağ kullanıcılarının her geçen gün arttığını ifade ederek, bu artışın sayısal verileri aşağıda yer almaktadır.

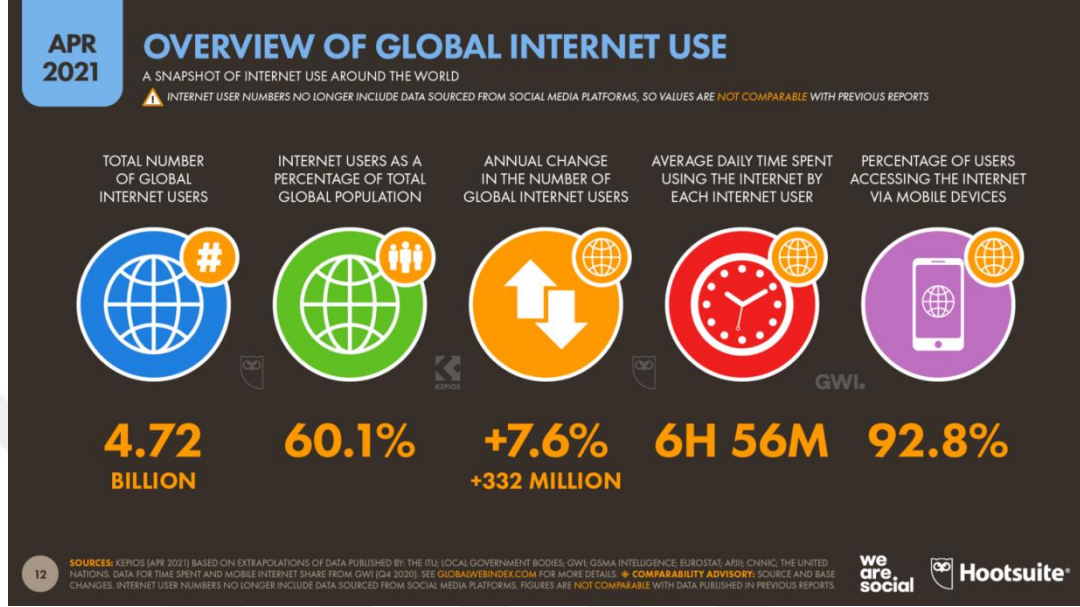
Nisan 2021'in başında dünya nüfusu 7,85 milyar oldu ve bu geçen yılın aynı dönemindeki rakamdan yaklaşık %1 daha yüksektir. Dünyada 5,27 milyar mobil kullanıcı var ve bu da dünyadaki tüm insanların 2/3'ünden fazlasının artık bir cep telefonuna sahip olduğu anlamına geliyor. İnternet kullanıcıları geçen yıl yüzde 7,6 artarak 4,72 milyara ulaştı. Bu rakam da toplam dünya nüfusunun %60'ından fazlasına denk geliyor. Ocak ayı yayınlanan rapora göre dünya çapında 4.20 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunurken nisan ayındaki yayınlanan raporla bu sayının 4.33 milyara yükseldiği görülmektedir. Sosyal medya kullanıcılarının sayısı artık dünya toplam nüfusunun yüzde 55'inden fazlasına eşit hale geldi (Bkz. Şekil 1.4).



Şekil 1.4. Dünya Çapında Dijital <https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot>

Kepios analizi, dünya genelinde 10 kişiden 6'sından fazlasının her an çevrimiçi olduğunu ve Nisan 2021'de 4,72 milyardan fazla insanın interneti kullandığını ortaya

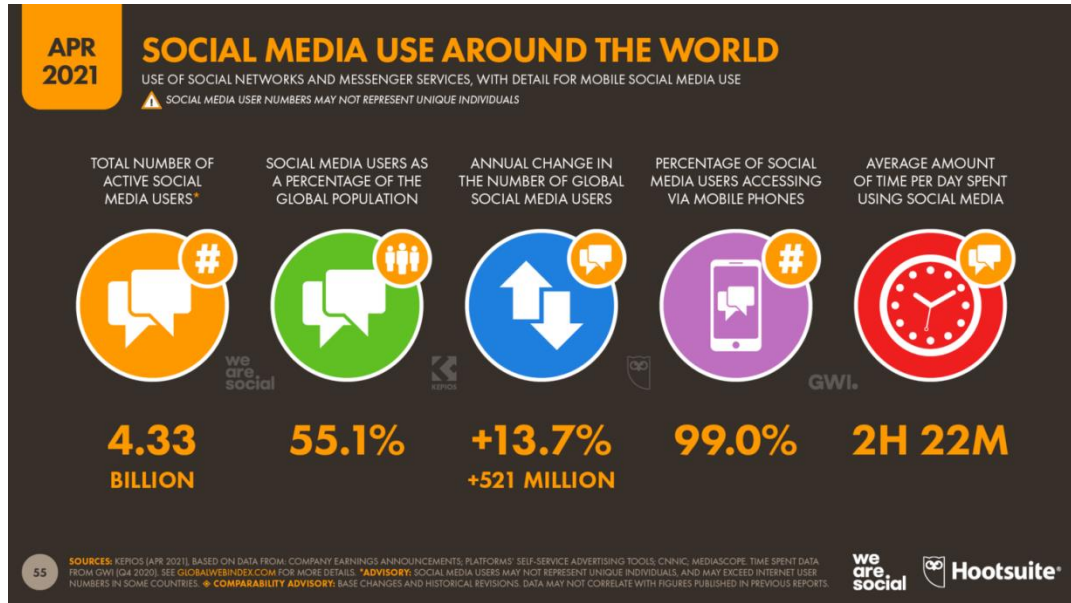
koyuyor. En son yayınlanan rapora göre, internet kullanıcılarının son 12 ayda 332 milyon büyüdüğünü gösteriyor ki bu da bir önceki yıla göre %7.6'lık bir artışa denk geliyor (Bkz. Şekil 1.5).



Şekil 1.5. Dünya Çapında İnternet Kullanımının Bir Anlık Görüntüsü

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot>

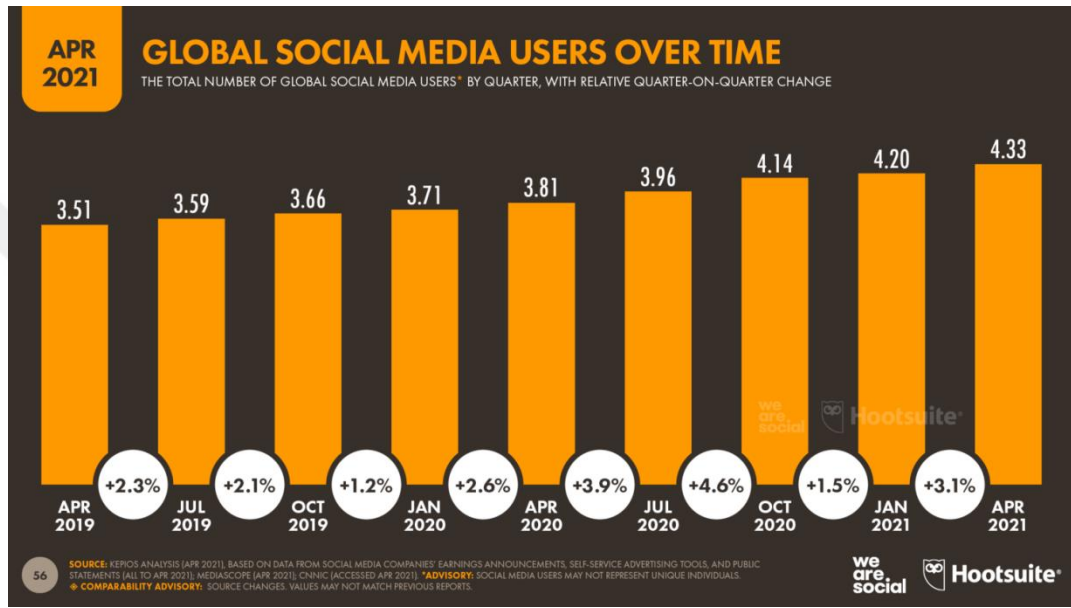
Son 12 ay içinde yarım milyar yeni kullanıcı sosyal medya platformlarına katıldı. Yıllık bazda %14'e yakın bir büyüme gerçekleştiği gözlemleniyor (Bkz Şekil 1.6).



Şekil 1.6. Dünya Çapında Sosyal Medya Kullanımı

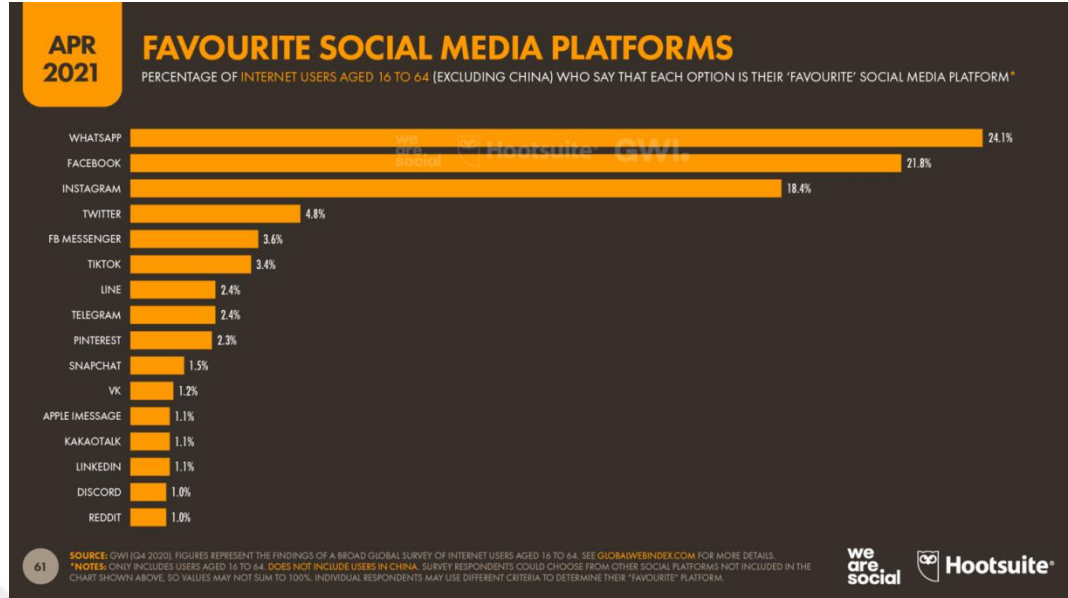
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot>

Bu rakamları bir bağlama oturtmak gerekirse, sosyal medya kullanıcılarının sayısı son 12 ayda her gün ortalama 1,4 milyon arttı. Bu her saniye 16½ yeni kullanıcıya eşittir. Bu toplam Ocak 2021’de bildirilen raporların rakamlarından %3 daha yüksektir. Bu da demek oluyor ki sosyal medya kullanıcı sayısı, 2021’in ilk çeyreğinde, önceki üç aya göre iki kat daha hızlı arttı (Bkz. Şekil 1.7).



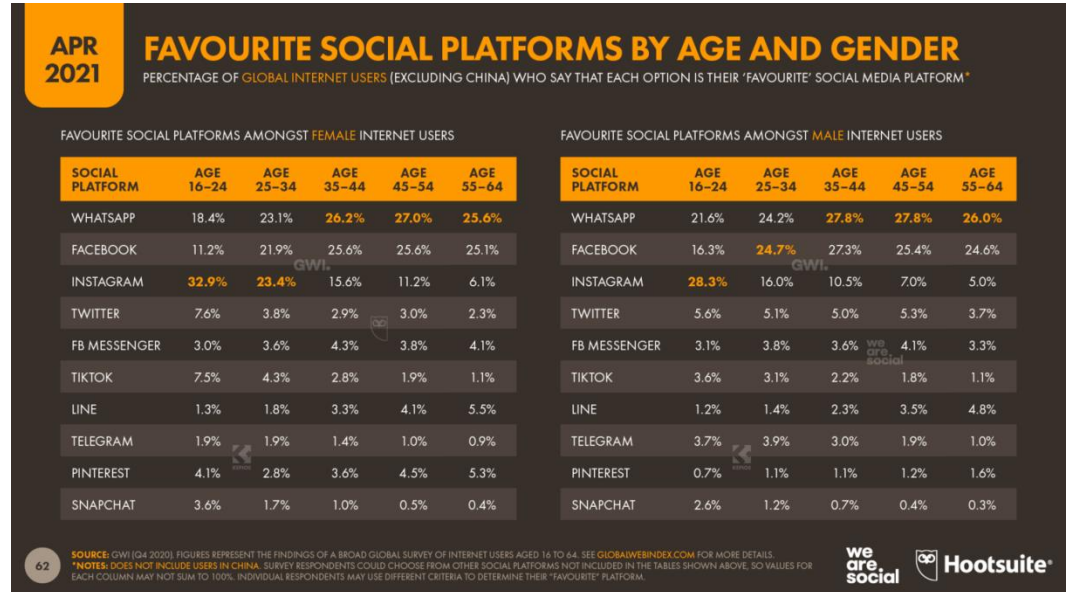
Şekil 1.7. Çeyrek Yıl Bazında Göreli Değişimle Birlikte Küresel Sosyal Medya Kullanıcılarının Toplam Sayısı <https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot>

Favori sosyal medya platformlarına değinmeden önce veri kümesinden Çin’in çıkarıldığını belirtmek gerekir. Bunun nedeni Çin’deki kullanıcıların şu anda dünyanın geri kalanıyla aynı sosyal medya platformlarına erişemiyor olmasıdır. Bu nedenle Çin için verilerin dâhil edilmesi küresel sonuçları potansiyel olarak çarpıtabileceğinden çıkarılmıştır. Benzer şekilde, YouTube da bu veriler arasında yer almaz. Bunun nedeni de GWI’nın (globalwebindex), YouTube’u sosyal medya platformu değil, sosyal platform (video) olarak sınıflandırmasıdır. Bu nedenle aşağıdaki şekilde yer almamıştır.



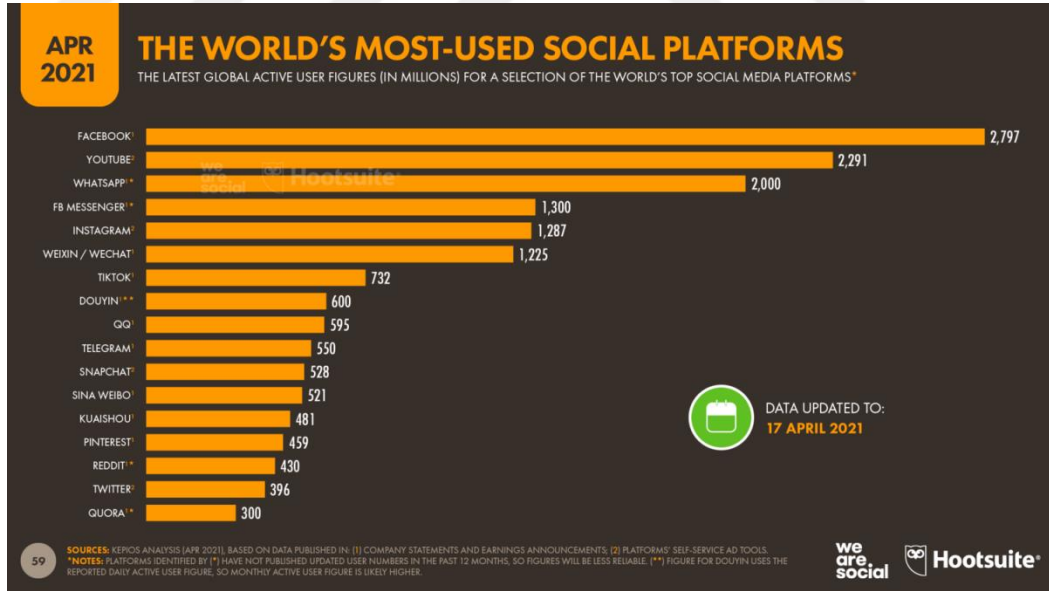
Şekil 1.8. 16-64 Yaş Arası İnternet Kullanıcılarının (Çin Hariç) Favori Sosyal Medya Platformları Yüzdesi (<https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot>)

Şekil 1.8 incelendiğinde dünya çapında (Çin hariç), 16-64 yaş arası internet kullanıcılarının neredeyse dörtte biri (%24,1) WhatsApp'ın en sevdikleri sosyal medya platformu olduğunu belirtmiştir. Facebook, sıralamada %22 ile ikinci sırada yer alırken, Instagram %18,4 ile üçüncü sırada yer alıyor. %5'e yakın bir oranla Twitter dünya çapında dördüncü sırada yer alıyor.



Şekil 1.9. Küresel İnternet Kullanıcılarından 16-64 Yaş Aralığındaki Kadın ve Erkekler Göre Favori Sosyal Platformların Yüzdesi (<https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot>)

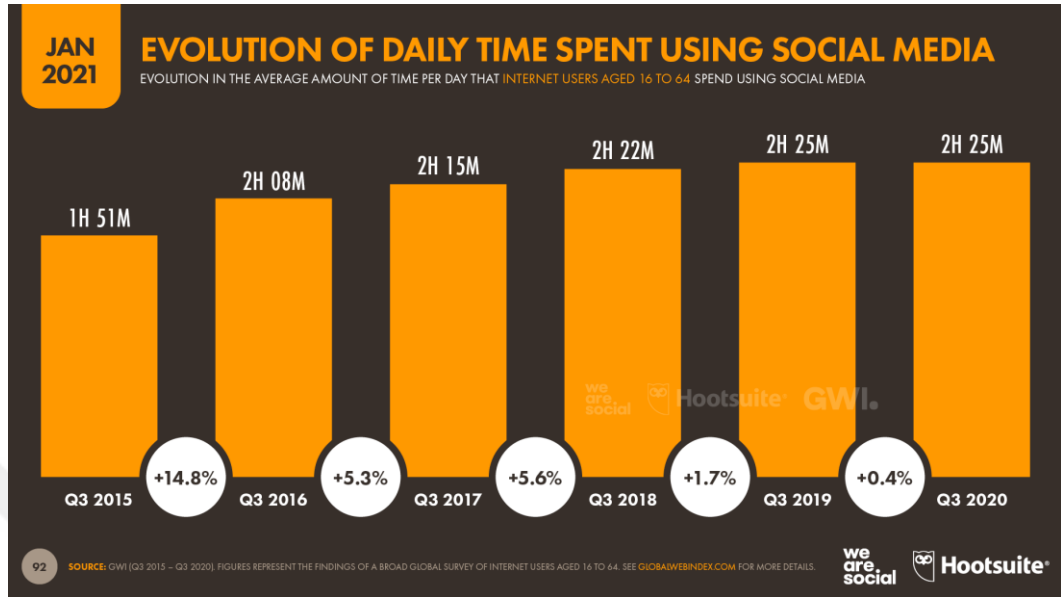
Şekil 1.10. incelendiğinde WhatsApp, dünyanın favori sosyal medya platformu olabilir ancak Facebook hala dünyanın en büyük aktif kullanıcı tabanına sahip olduğunu iddia ediyor. En son veriler, Facebook'un şu anda aylık yaklaşık 2,8 milyar aktif kullanıcısı olduğunu gösteriyor ki bu, Ocak ayı verilerine oranla 57 milyon daha fazladır. Bu sıralamayı 2.3 milyar kullanıcıyla YouTube ikinci sırada takip ediyor. Bununla birlikte bu rakamlar sadece belirli ülkelerde oturum açmış kullanıcıları temsil etmektedir. Kepios analizi, YouTube'un mobil uygulaması ve web sitesini kullanarak oturum açmamış kullanıcılarla bu rakamlardan çok daha yüksek olacağını öngörüyor. Rapora bakıldığında WhatsApp'ın üçüncü sırada yer aldığı görülmektedir. Şirketin, kullanıcı numaralarına ilişkin açıklamasına göre Şubat 2020'den itibaren, mesajlaşma platformunun aylık en az 2 milyar aktif kullanıcısı olduğunu belirtti. Kepios analizine göre bu sayının 2 milyardan daha fazla olduğu düşünülüyor. Aylık ortalama aktif WhatsApp hesap sayısının 2,6 milyar civarında olduğu öne sürülüyor. WhatsApp kullanıcı profili yerine telefon numarasına bağlı olduğundan ve artık insanların iş ve kişisel kullanımlarına ait iki telefon bulundurdıkları için iki ayrı hesaplarının bulunması göz önüne alındığında bu rakamın doğruluk payı oluşmaktadır.



Şekil 1.10. Dünyanın En Çok Kullanılan Sosyal Platformlarının Küresel Aktif Kullanıcı Rakamları (<https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot>)

Ocak ayı raporları incelendiğinde bir sosyal medya kullanıcısı artık her gün sosyal medyada 2 saat 25 dakika harcıyor, bu da her hafta hayatlarının yaklaşık bir gününe denk geliyor. Dünyada sosyal medya kullanıcıları 2021'de sosyal medyada toplam 3.7

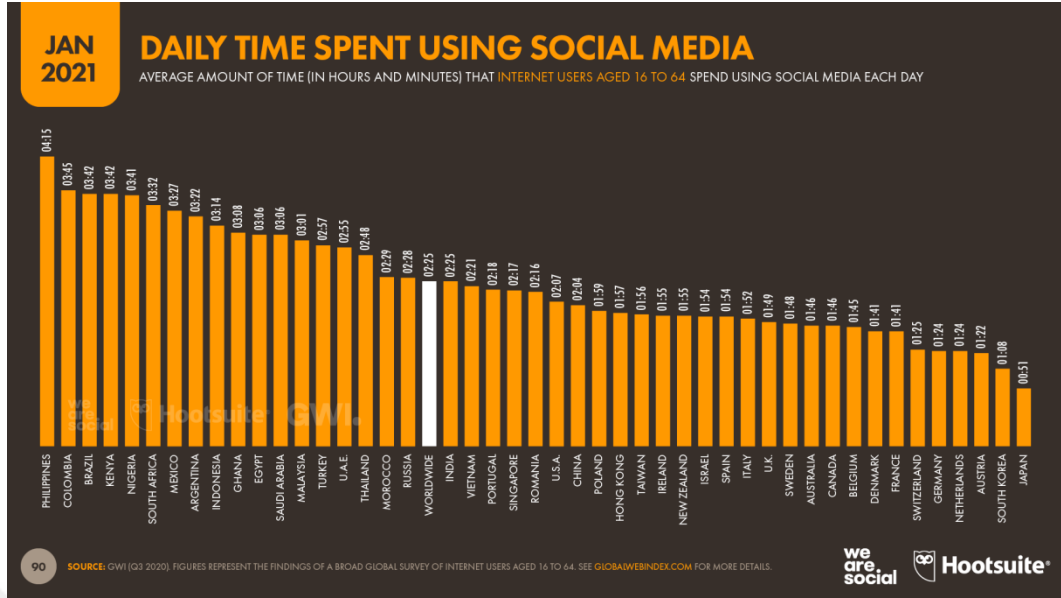
trilyon saat harcamış olurlar. Önceki yıllarda da olduğu gibi ülkeler arasında farkların mevcut olduğu görülmektedir (Bkz. Şekil 1.11).



Şekil 1.11. 16-64 Yaş Arası İnternet Kullanıcılarının Sosyal Medyayı Kullanarak Günde Ortalama Olarak Geçirdiği Sürenin Evrimi

<https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>

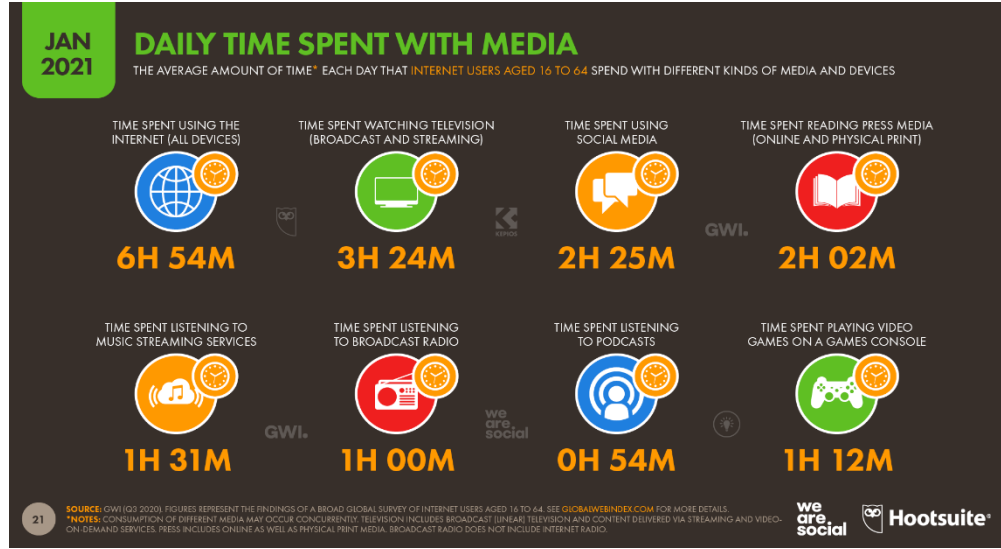
GWI, Filipinlerin sosyal medya platformlarını kullanarak günde ortalama 4 saat 15 dakika ile 1. sırayı koruyarak en büyük sosyal medya tüketicileri olduklarını belgeledi. Yarım saat daha az bir süreyle Kolombiya sıralamayı takip etti. Türkiye ise bu sıralamada 2 saat 57 dakika ile 14. Sırada yer alıyor. Son sırada ise %13'lük bir artışla 51 dakika ile Japonya yer alıyor. Fakat bakıldığında Japon halkı hala günde ortalama 1 saatten daha az bir süreyi sosyal medyada geçiriyor (Bkz. Şekil 1.12).



Şekil 1.12. 16-64 Yaş Arası İnternet Kullanıcılarının Her Gün Sosyal Medyayı Kullanarak Geçirdikleri Ortalama Süre (Saat ve Dakika Olarak)

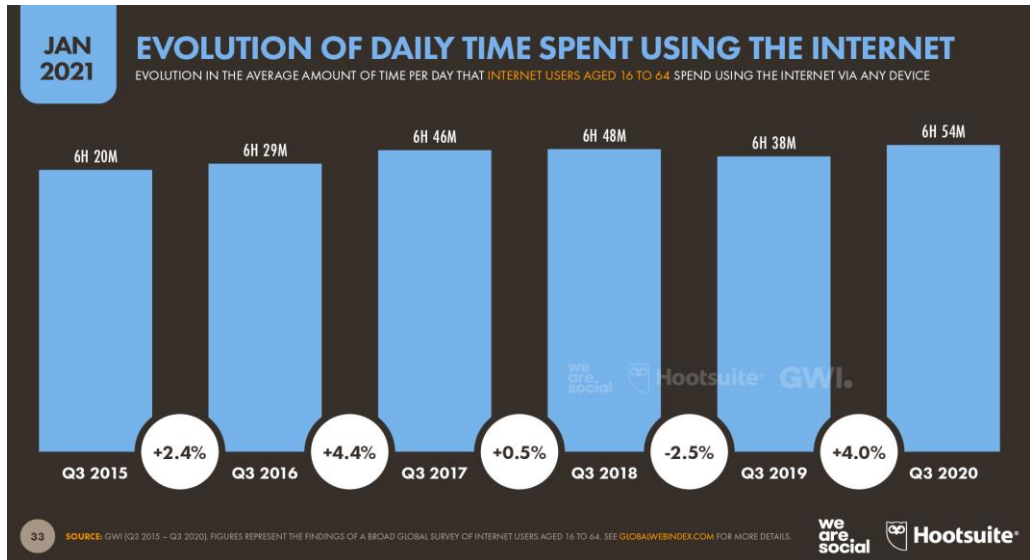
<https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>

GWI, küresel internet kullanıcıları, günde ortalama 3 saat 24 dakika televizyon izlemelerine karşın artık cep telefonlarından internete girerek günde 3 saat 39 dakika zaman harcamaktadır. Yani internet kullanıcıları televizyon izlemeye kıyasla telefonda %7 daha fazla zaman harcamaktadır. Rubio, Villaseñor, ve Jesús'a (2020: 2) göre dijitalleşmenin gelişmesiyle birlikte kişilerarası etkileşime yeni iletişim ve tüketim biçimlerine izin veren akıllı telefonların katılması, erişilebilirliği daha fazla sağlaması açısından büyük önem taşır. Akıllı telefonların her an yanımızda olabildiği ve ayrıca internete erişim koşulu bugün hemen hemen her yerde sağlanabildiği için bilgi edinme, paylaşma gibi ihtiyaçlarımızı her an sağlayabilmek oldukça kolaydır. Bunlara artık çok kolay şekilde erişebilir olmak da sanal toplulukların sayılarında artışlara neden olabilir. Nitekim insanlar bilgiyi bireysel olarak internette arayabildiği gibi sanal gruplar aracılığıyla da edinebilir. Bir internet kullanıcısı artık tüm cihazlarda interneti kullanarak toplamda günde ortalama hemen hemen 7 saat harcamaktadır. Bu, haftada 48 saatten fazla bir süreye karşılık gelmesi anlamını taşıyor. Bu da demek oluyor ki bir haftanın iki günü internette zaman geçirilmektedir. Bir insanın günde ortalama 7-8 saat uyuduğu varsayıldığında, uyanık geçen zamanın yaklaşık %42'si çevrimiçi olarak geçirdiği anlamına gelir (Bkz. Şekil 1.13).



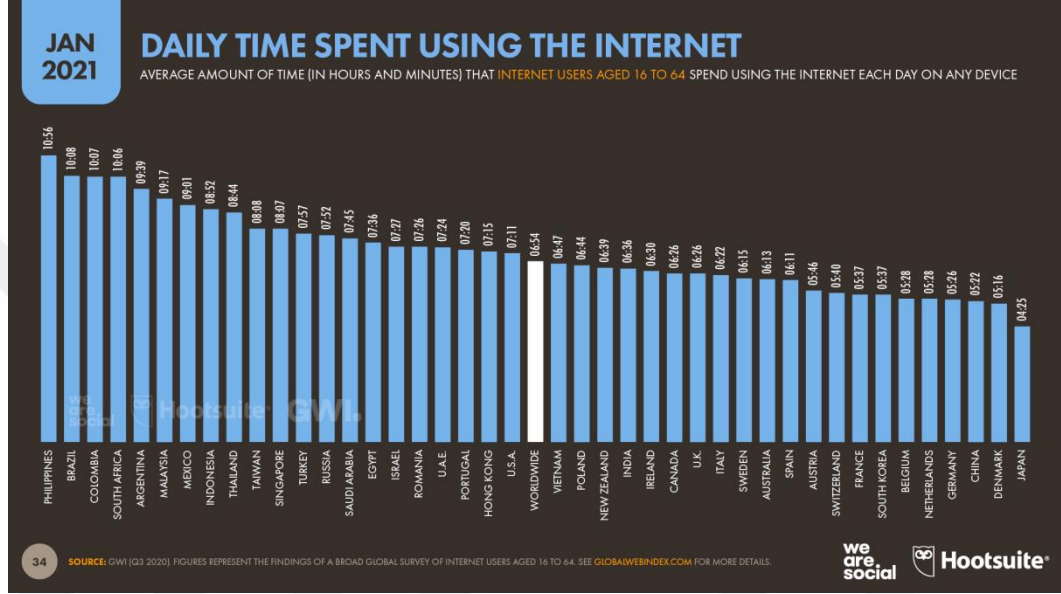
Şekil 1.13. 16-64 Yaş Arası İnternet Kullanıcılarının Her Gün Farklı Medya Ve Cihazlarla Geçirdikleri Ortalama Süre (<https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>)

Şekil 1.14. incelendiğinde, her yıl bir öncekine oranla çevrimiçi ortamda daha fazla zaman geçirildiği verilerle desteklenmiştir. GWI, 2020'nin 3. çeyreği ile 2019'un 3. çeyreği kıyaslandığında internet kullanıcılarının günlük çevrimiçi süresinin 16 dakika artırdığını belirtmiştir. Bu, yıllık baza vurulduğunda %4'lük bir artış söz konusudur. İnternet kullanımı 2021 boyunca bu seviyelerde kalırsa, dünyadaki internet kullanıcılarının bu yıl çevrimiçi olarak 12 trilyon saat geçirmesi öngörülüyor.



Şekil 1.14. 16-64 Yaş Arası İnternet Kullanıcılarının Herhangi Bir Cihaz Üzerinden İnterneti Kullanarak Günde Ortalama Olarak Geçirdiği Süredeki Değişim (<https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>)

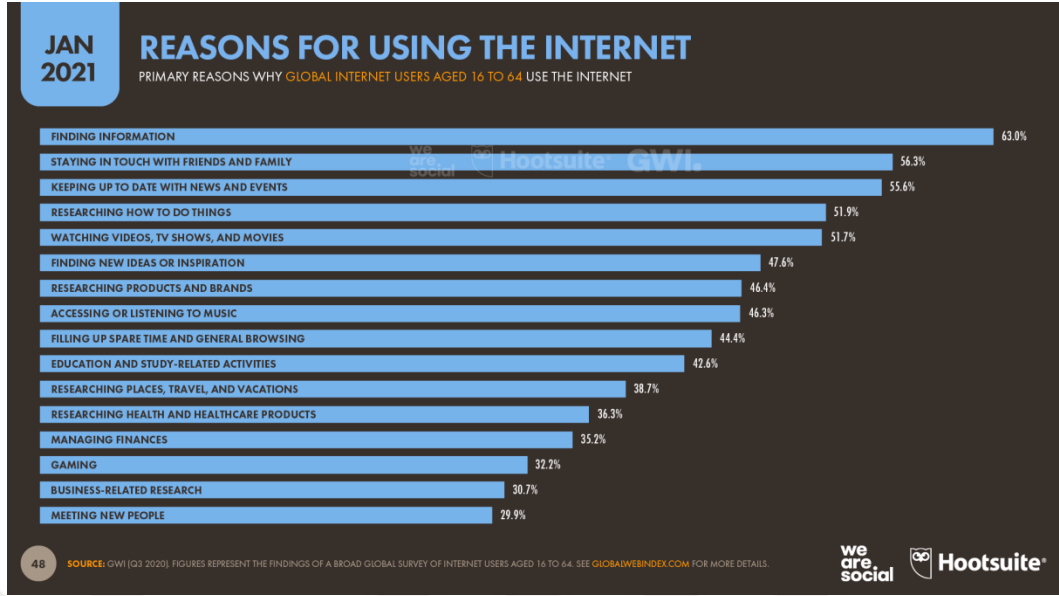
İnsanların internette çevrimiçi geçirdikleri zaman ülkeler bazında değerlendirildiğinde ortaya çıkan farklar aşikardır. Filipinler 11 saate yakın bir süreyle 1. sırada yer alıyor. Bu sıralamayı günde ortalama 10 saatten fazla bir süreyle Brezilya, Kolombiya ve Güney Afrika takip ediyor. Türkiye bu defa 8 saate yakın bir süreyle 12. sırada yerini alıyor. Listenin sonunda ise 4 saat 25 dakika ile yine Japonya var. Küresel ortalamanın ise 6 saat 54 dakika olduğu görülmektedir (Bkz. Şekil 1.15).



Şekil 1.15. 16-64 Yaş Arası İnternet Kullanıcılarının, Herhangi Bir Cihazda İnterneti Kullanarak Geçirdikleri Günlük Ortalama Süre (Saat Ve Dakika Olarak)

<https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>

İnsanların çevrimiçi arama davranışları değişiklik göstermektedir. Ocak ayı verilerine göre çevrimiçi olmanın ana nedeni bilgi bulmaktır. Dünyadaki internet kullanıcıların hemen hemen 2/3'ü bunun en büyük motivasyonlardan biri olduğunu savunmaktadır (Bkz. Şekil 1.16).



Şekil 1.16. 16-64 Yaş Arası Global İnternet Kullanıcılarının İnterneti Kullanmasının Başlıca Nedenleri (<https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>)

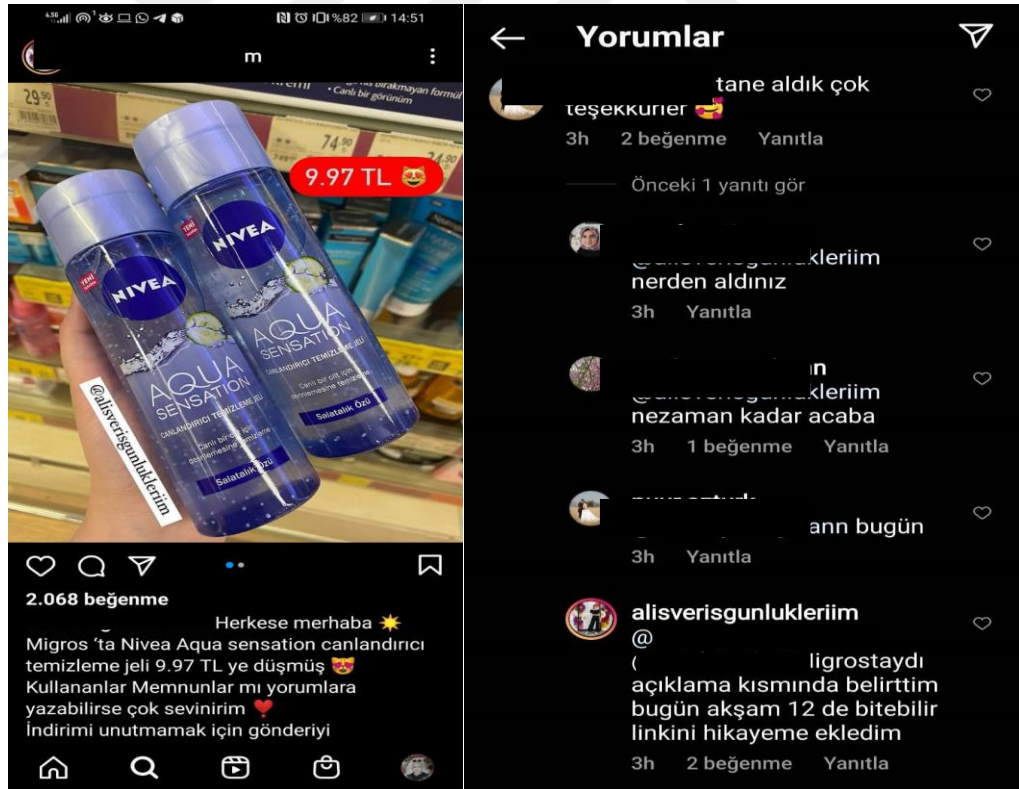
Thoma vd.'a (2018: 127) göre sosyal medyanın bir megafon işlevi görmesi veya bir mesajı büyütme potansiyelinin olması düşünüldüğünde bunun, duruma göre avantaj veya dezavantaj olabilmesi muhtemeldir. Mesajlar, kasıtsız da olsa kaba veya olumsuzluk içerdiğinde yanlış anlaşılmalara fırsat verebilir. Bu durum beklenmedik bir şekilde sonuçlar doğurabilir. Bu nedenle sosyal medya kullanımı için iletişimin doğru kullanılması gerekmektedir. Doğru bir iletişim, bu gibi durumların engellenmesini sağlayacaktır. İletişimin hayatımızın her alanını kolaylaştırdığı gibi sosyal medyada da kolaylaştırıcı rolünün olması yadsınamaz. Aynı zamanda iletişim kişilerarası bağları güçlendirme konusunda da temel işleve sahiptir. İletişimle bağların güçlenmesi, sosyal medya platformlarını kullanan bireylerin üye oldukları sanal topluluklara bağlılıklarını artırmalarına neden olabilir. Ayrıca iletişim bilgi paylaşımının da temelini oluşturur. Bireylerin bilgi paylaşması veya paylaşılan bilgiye dönütler sağlaması yine iletişimle mümkündür. Fakat dönütlerin, gönderilen bilgiye uygun olması da kişiler arasındaki iletişimin doğru bir şekilde gerçekleşmesiyle mümkün olmaktadır.

Sosyal medyada kurulan iletişim araçlarından biri hashtag'dir. Mulyadi ve Fitriana (2018: 49), hashtag'lerin kullanılmaya başlamasının sanal topluluk oluşturma şeklimizi değiştirerek, içeriğin ve mesajların daha kaliteli hale gelmesiyle birlikte sanal topluluk içindeki ilişki ve etkileşimin daha kolay olacağını savunur. Hashtag'ler (#) konuları katagorize

etmek için kullanılmaktadır. Hashtag, başlık etiketi anlamına gelmektedir. Kare veya diyez denilen işaret kullanılarak sınıflandırma yapmak veya yapılan sınıflandırmaya ulaşmak mümkündür. İlk olarak 2007 yılında Twitter'da kullanılmaya başlanmıştır. 2009 yılında popülerlik kazanmakla beraber kullanıcıların konuyla ilgili benzer tweetleri görmeleri için hashtag'ler tıklanabilir linklere dönüşmüştür. Twitter'dan sonra 2013 yılında Facebook da hashtag kullanımına başlamış ve yayılarak diğer sosyal medya platformlarında kullanılmaya devam etmiştir. İnsanlar sosyal medya platformlarında, ulaşmak istedikleri bilgiyi arama butonlarına yazdıklarında hashtag'lerle karşılaşır. Bu hashtag'ler sayesinde paylaşılan çeşitli gönderilere ulaşarak bilgiye erişebilir. Kullanıcılar tarafından paylaşılan hashtag'lerin sayısındaki artış konuların öne çıkmasını sağlar. Ayrıca hashtag'ler sayesinde gündemde popüler konulara kolayca ulaşılabilir. Ayrıca gündem oluşturmak istendiğinde de yine hashtag'ler kullanılarak duyurulması istenen bilgi kısa sürede milyonlarca insana ulaşabilir. Kamuoyu oluşturmak için oldukça sık başvurulan bir yöntemdir. Gerek kadın hakları, gerek hayvan hakları veya insani yardım gibi pek çok alanda kamuoyu oluşturmak istendiğinde hashtag kullanılır. Örneğin Instagram'da Dobida Tv adında bir sayfa bulunmaktadır. Bu sayfada hayvanlarla ilgili video içeriği üretilmektedir. Bu sayfa hayvanların tedavisi yapılırken çekilen videolar sayesinde on beş binden fazla takipçiye ulaşmıştır. Hayvan severlerin takibe aldığı bu sayfa da bir sanal topluluk örneği göstermektedir. Birçok takipçi paylaşılan videoların altında yorumlaşarak etkileşime girmektedir. 16 Mayıs 2021 tarihinde Ankara'da bulunan sokakta kalanlar derneğinde barınan bir anne köpeğin gün içerisinde hareketlerinde bir değişiklik olduğu anlaşılarak kamera kayıtları incelenmiştir. Yetişkin biri tarafından kaçırılan anne köpeğin yaklaşık bir saat boyunca nerede tutulduğunun ortaya çıkması için yetkililer çalışma başlatmıştır. Dobida Tv ise bu olayı sosyal medya hesaplarında duyurmak için paylaşımlarda bulunmuştur. Özellikle kamuoyu oluşturmak için Twitter hesaplarından anneyeneoldu hashtagini başlatmıştır. Bu sayede 140binden fazla kişi #anneyeneoldu ile ilgili paylaşımlar yaparak hayvan hakları ile ilgili yasaların düzenlenmesi konusunda bilinç oluşturulmaya çalışmıştır https://twitter.com/search?q=%23anneyeneoldu&src=recent_search_click.

İspanya'da Coca-Cola tarafından geliştirilen çevrimiçi stratejileri analiz eden Sicilia & Palazón, ve bu stratejilerin avantajının, tüketicilere sosyal, deneyimsel ve işlevsel değerler sağlayan sanal bir topluluğun oluşturulmasına bağlı olduğu sonucuna varmıştır (akt, Li vd. 2021). Markalar, reklam verme konusunda birçok mecraya

başvurmaktadır. Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte artık burada yer alan platformlardan birinde veya bunun dışında yer alan video, ses üretici platformlarda da reklam vermeye başlamışlardır. Bu nedenle bu platformları kullanan sanal topluluk mensupları, bu tür reklamlarla sıkça karşılaşabilmektedir. Ürün/hizmet kategorisinden oluşabilen sayfalara rağbet oldukça artmakta ve bu da bir başka sanal topluluğu ortaya çıkarmaktadır. Hatta indirimlerden haberdar olmak isteyenler için oluşturulmuş sanal gruplar da mevcuttur. Örneğin Instagram'da bu tür gruplara rastlamak oldukça yaygındır. Marketlerin aktüel ürünlerinin yer aldığı veya indirimli ürünlerin linkler aracılığıyla paylaşıldığı birçok sayfa mevcuttur. İndirimlerden yararlanmak isteyen kişiler bu sayfaları takip ederek anlık haber alabilmektedir. Böylece indirimleri takip etmek için bu tür sanal topluluklara üye olan kişiler, paylaşılan gönderilerin altına gerek doğrudan sayfaya indirimler hakkında sorular sorarak gerekse diğer kullanıcılarla söz konusu ürün hakkında konuşarak etkileşim sağlayabilirler. Örneğe ilişkin görsel Şekil 1.17'de yer almaktadır.



Şekil 1.17. Instagram'da Bulunan İndirim Sayfasındaki Bir Ürün Ve Sanal Topluluk Üyelerinin Etkileşimi

https://instagram.com/alisverisgunlukleriim?utm_medium=copy_link

İKİNCİ BÖLÜM

SANAL TOPLULUK VE BAĞLILIK

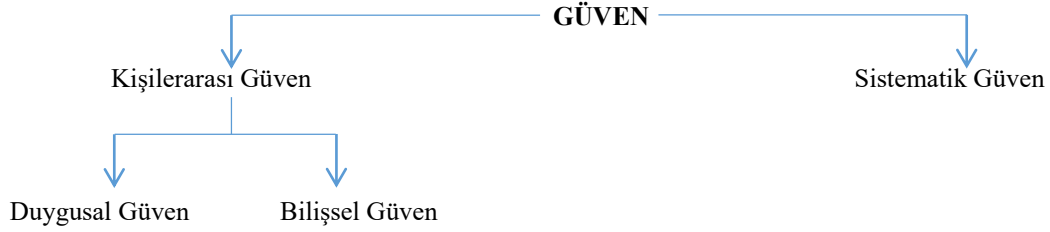
2.1. SANAL TOPLULUK VE BAĞLILIK

Andrew, Durvasula ve Akhter, katılımı, bir bireyin yön, yoğunluk ve kalıcılık faktörleriyle beraber iç uyarılma durumu olarak ifade eder. Araştırmacılar (Zaichkowsky) genellikle katılımın duygusal ve bilişsel katılım olmak üzere iki boyutlu olduğunu savunur. McGuire'e göre bilişsel katılım, bir kişinin bilgi işleme faaliyetlerini ve idealleştirme durumlarındaki başarılarının, önem, ilgi, değer ve ihtiyaç bakımından ölçülmesidir. Duygusal katılım ise bir kişinin, durumlara ilişkin his ve başarılarının, çekici, ilginç, heyecan verici ve dâhil edici olarak ölçülmesidir. Kısaca, bilişsel katılım, karşılık olarak bilginin bilişsel etkilerine denk gelirken, duygusal katılım, bilginin duygusal ipuçlarının duygusal etkilerine karşılık gelmektedir (akt, Li vd. 2021).

Usman ve Yennita'ya (2018: 255) göre grup içerisindeki kişilerarası güven, aktif katılım ve grupla özdeşleşmenin olması üye etkileşiminin artması için gereklidir. Etkileşim aynı sanal toplulukta olabileceği gibi diğer sanal topluluklarla da gerçekleşebilmektedir. Üyeler bu tür gruplar hakkında birbirlerine grubun amacı konusunda açıklayıcı bilgiler sunarak teşvik edici bir rol de üstlenebilir. Massing Ham, sanal topluluk üyeleri arasında güvenin üyeler arasındaki etkileşimi artabileceğini ifade etmiştir. Arnett, German ve Hunt, üyelerin bağlılıklarının yüksek olmasının, gönderi paylaşımlarına daha fazla ilgi duymalarını sağlarken diğer üyelerle olan etkileşimlerinin de artmasına yol açtığını savunur. Böylece diğer üyelerle fikir, deneyim ve bilgi paylaşarak sanal topluluklara katkıda bulunurlar (akt. Usman ve Yennita, 2018). Lyu vd.'a (2019: 246) göre güven, kişilerarası veya ağ ile kişi arasındaki bir beklenti, duygu veya inançtan oluşur. Ayrıca güven, insanların kendi görüşlerini yayımlayarak, diğer insanlara karşı çekinmeden bilgi paylaşımında bulunmalarını sağlayabilir.

Mulyadi ve Fitriana'a (2018: 47) göre sanal topluluk kavramı, üyeler tarafından deneyimlenen bağlılık ve açıklık düzeyini tanımlamak için kullanılır. Bazı araştırmacılar (Blanchard, Welbourne ve Boughton), kişilerarası bağlılık, işbirliği ve bilgi paylaşımını destekleyecek güven duygusunun, iletişim süreci içerisinde bir

basamak olarak yer alması gerektiğini vurgulamıştır. Dirks ve Ferrin'e göre güven, kişilerarası ve sistematik olmak üzere iki şekilde ölçülür. Zheng'e bu ölçütü Şekil 2.1'de ki gibi açıklar.



Şekil 2.1. Güven Ölçütleri (akt, Lyu vd. 2019).

Duygusal güven faktörü; bir gruptaki üyelerin yardımlaşması ve kazançların karşılıklı gözetilmesi ile gerçekleşirken, bilişsel güven faktörü; profesyonel meslek sahiplerinin bilgilerini grup içindeki diğer üyelerle paylaşarak uzman görüşünden yararlanmalarını sağlayarak gerçekleşir. Sistemik güven ise üyelerin içinde bulundukları gruba olan inanç düzeyine ve diğer üyelere karşı yardım etme tutumuna sahip olmalarıdır. Böylece anlaşılmaktadır ki grup içi güven sanal topluluklar açısından oldukça önemlidir. Nitekim gruba olan bağlılığın belirleyici ölçütlerinden biri de bu güven duygusu olabilir. İnsanlar kendilerini güvenli alanda tutma eğilimindedirler. Tehlike sezildiğinde, güvenli alan ortadan kalktığı için, bulunulan ortam terk edilmek istenecektir. Sanal topluluk içinde de bu durum söz konusu olabilir. Grup içi karşılıklı güven kişilerarası iletişimin daha da gelişmesine neden olacağından, üyeler grupta kalmaya devam etmek isteyebilir.

Kollock, sanal topluluk ekonomisinin genelleştirilmiş değişim olarak nitelendirilebileceğini ve gönderilen bilgilerin bir kamu malı oluşturduğunu ifade etmektedir. İnternet'in giriş maliyetini çevrimiçi olan herkesin katılabileceği ölçüde düşürmüş olması bu ekonomi için kritik bir durum oluşturur. Buna ek olarak, sanal topluluk üyelerinin katkıda bulunmadan fayda sağlayanlardan muzdarip olmasıyla sosyal bir ikilem ortaya çıkar. Kollock, potansiyel yanıt verenlerin, bir soruyu soran kişinin geçmişte başkalarına verdiği yardıma dayanarak bir yanıtı hak edip etmediğini zihinsel olarak hesapladığını öne sürmektedir. Kollock, başta üyelerin nickname veya anonim olarak gruba katıldığı durumlarda grup istikrarının önemi ve kimliğin kalıcılığı hakkında sorular sorar. Ayrıca birbirleriyle ilgili anıları olmayan veya ortak yardım geçmişi olmayan insanların birbirlerine yardım etme olasılıkları daha düşük olması

gerektiğini varsayar. Böylece, bireyin sadece bilgi edinmeyle sınırlı kalmayıp, başkalarının desteğini ve güvenini kazanmakla tatmin olacağını bu sayede de bilginin sadece bu amaca yönelik bir araç olduğunu da ifade eder (akt, Ellis, Oldridge ve Vasconcelos, 2005). Buradan anlaşılmaktadır ki grup içi karşılıklılık esas geçerli olurken aynı zamanda güven faktörünün aslında sanal topluluk üyelerinin arasındaki bağlarını güçlendirme olasılığı yüksektir. Bilgi paylaşımı, doğru ve aktif bir şekilde sağlandığında, kişilerarası güven duygusu harekete geçeceği için sanal topluluklara bağlılığın oluşmasına giden yolda aracı rolü üstlenir.

Rubio, vd.'a (2020: 2) göre, üyelerin bilgi alma ve paylaşma faaliyetlerinde bulunma eğilimine motive eden unsurların belirlenmesi ve grup içi aktifliklerini korumalarına iten gücün belirlenmesi, bir sanal topluluğun uzun vadede var olabilmesini sağlamaktadır. Ben-Shaul ve Reichel, sanal topluluk üyelerinin grup içi motivasyonlarını, bireylere özgü ve dışsal olmak üzere ikiye ayırmıştır (akt, Rubio vd. 2020). Rubio vd.'a (s.4) göre bu motivasyon türlerinden dışsal motivasyon, üyelerin çevre teşvikiyle birlikte maddi ödül, itibar, statü, imaj ve tanınırlık gibi bir takım güdülemeyi kapsar. İçsel motivasyonlar ise üyelerin, zevk, eğlence, katkıda bulunma zorunluluğu hissi, fedakârlık, entelektüel uyarım gibi arzu ve ihtiyaçlarıyla ilişkilidir. Wasko ve Faraj, sanal topluluklara katılımın motivasyon kaynağı ve özellikle de sanal topluluklarda bilgi paylaşımı üzerinde durmuştur. Katılımın, genelleştirilmiş karşılıklılık, sosyal davranış algıları yanlısı ve toplum ilgisi tarafından güdülendiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca, bilgi yönetimi açısından insanların bilginin bir kamu malı olarak sağlanmasına çaba ve zaman harcamalarının altındaki neden olarak, bilginin sadece saygınlık gibi manevi ödüller karşılığında çıkarılabileceğinin yanı sıra veri kümelerinde bulunmasından ziyade bireylerde saklandığını vurgulamışlardır. (akt, Ellis vd. 2005).

C. Luo vd. (s.1), bağlılık duygusunun, katılımcıların grupla olan psikolojik, duygusal bağlantılarını aksettireceğini savunur. Bu durum ise bazı araştırmacılara göre (Nusair vd.; Zopiatis vd.; Sims) grup içerisindeki davranışları, bilişleri önemli ölçüde etkileyebilir. Allen, Meyer gibi bir takım araştırmacılar bireylerin psikolojik ihtiyaçlarının uzun vadeli faydalarla karşılandığına dayanarak bir bağlılık duygusu geliştirilebileceğine inanmışlardır. Meyer vd. bağlılığı, kişilerin duygusal ve psikolojik etmenlerle sosyal bir gruba bağlanması olarak açıklamıştır. Bağlılığın, kişiler üzerindeki

biliş ve davranışları etkileyebilme özelliğinin olduğunu varsayarlar (akt, C. Luo vd. 2020).

Meyerin bağlılık modeli (Allen ve Meyer, 1990; Meyer ve Allen, 1991), iki adımda kişilerin bilişsel süreçlerinin işlediğini belirtirler. Bunlardan ilki, insanların toplum içindeki faydalarının uzun vadeli olmasının, duygusal bağlılıklarını etkilediğini varsaymalarıdır. İkincisi ise bu durumun biliş ve davranışlarını yönlendirmesidir. Mowday vd. bağlılığı tutumsal ve davranışsal olmak üzere ikiye ayırır. Ona göre tutumsal bağlılık, bireylerin organizasyonla ilişkileri hakkında düşünmeye başladıkları sürece odaklanır. Diğer açılardan da bakıldığında, insanların kendi değer ve hedeflerinin grupla ne ölçüde uyumlu olduğunu düşündükleri bir yapı olarak düşünülebilir. Davranışsal bağlılık ise, kişilerin belirli bir organizasyona kilitlenme süreci ve bu sorunla nasıl başa çıktıkları ile ilgilidir (akt, Meyer ve Allen, 1991). Meyer ve Allen'a (s.62) göre tutumsal yaklaşımda, bağlılığın davranışsal sonuçlarının kararlılık veya bağlılıktaki değişime katkıda bulunan koşullar üzerinde etkisi olması muhtemeldir. Davranışçı yaklaşımda, davranıştan kaynaklanan tutumların, o davranışın gelecekte tekrar oluşma olasılığını etkilemesi beklenebilir.

Allen ve Meyer (1990: 1), çalışmalarında bağlılığın, duygusal, devam ve normatif bağlılık olmak üzere üç bileşenden oluştuğunu ifade etmektedir. İlk bileşenlerden biri olan duygusal bağlılık, bireyin bir sosyal gruba olan hissiyatını ifade etmektedir. Allen ve Meyer'e (s.4) göre güçlü duygusal bağlılığa sahip bireyler istedikleri için, güçlü devam bağlılığına sahip bireyler ihtiyaç duydukları için ve güçlü normatif bağlılığa sahip bireyler ise bunu yapmaları gerektiğini düşündükleri için kalırlar. Duygusal, devamlılık ve normatif bağlılık, en iyi, tutumsal bağlılığın türlerinden ziyade ayırt edilebilir bileşenleri olarak görülür; yani üyeler bu psikolojik durumların her birini değişen derecelerde deneyimleyebilirler. Örneğin bazı üyeler, kalmak için istekli olmasalar da hem güçlü bir ihtiyaç hem de güçlü bir yükümlülük hissedebilirler veya bazı üyeler güçlü bir isteğe sahip oldukları için ne bir ihtiyaç ne de zorunluluk hissedebilir. Bu nedenle, bir kişinin sanal topluluğa bağlılığının 'net toplamı', bu ayrılabilir psikolojik durumların her birini yansıtabilir.

2.1.1. Duygusal Bağlılık

Duygu-biliş ilişkisi üzerine yapılan birçok güncel psikolojik araştırma olmasına karşın, duygunun bağımsız etkileri olduğu düşüncesi giderek daha fazla arka çıkmıştır. Bu konu üzerinde araştırma yapanlardan biri olan Wile, duygunun biliş üzerindeki etkisinin iki yönlü olduğunu belirtir. Kahneman bu iki yönün, bireylerin düşüncelerinden doğan bilgi etkisiyle düşüncenin eyleme dönüştüğü işleme etkisi olarak belirtir. Ayrıca araştırmacılardan bir diğeri olan Piaget, duygunun bir senaryoya yaklaşma ya da senaryodan kaçma eğiliminde olduğunu ve böylece insan zekâsının değişen yönünü etkilemesine vurgu yaparak, bu yapının da şüphesiz bilgi edinimini etkileyeceğini ileri sürer. Izard ise duygunun bilişsel etkinliklere ipuçları sağlayarak, bilişsel davranışları yönlendirdiğini savunmaktadır. Daha özgül açıdan bakıldığında duygunun, biliş işlevinin doğruluğunu veya sadece işleme hızını değil, aynı zamanda kategori ve hiyerarşiler açısından da değişerek bilgi işlem sürecinde müdahaleye yol açtığı düşünülmektedir (akt, Li vd. 2021).

C. Luo vd. (s.1), uzun vadeli faydaları SET ile açıklamışlar ve bu teorinin bir sosyal gruptaki katılımcıların zaman içerisinde verilme ihtimali bulunan ödüllere karşı beklentilerini karşılamak amacıyla kullanılacağını ifade etmişlerdir. Böylece elde edilen ödüllerin, katılımcıların mensup oldukları sanal toplulukla olan duygusal bağı etkileyeceğini varsaymaktadırlar. Mowday vd., güçlü bir duygusal bağlılığı olan her bireyin, bir sanal topluluğa katıldıktan sonra o gruba özdeşleşeceğini ve böylece üyeliğinin keyfini süreceğini ileri sürmüştür. Allen ve Meyer'e göre sanal topluluklardaki bilgi paylaşımı, üyelerin duygusal bağlılığının, topluluğa olan duygusal bağlılıklarını yansıttır. Fernback ve Thompson, bir sanal toplulukta etkileşimlerin tekrarlanmasının, katılımcıların diğer üyelerle duygusal bağ kurmasına yol açtığını savunurlar. Bansal vd'a göre bilgi paylaşımı, katılımcıları gruba duygusal bir güç bağlar. Gruen vd. ise üyelerin, kendilerini sanal topluluğun bir parçası olarak görmelerinin güçlü bir duygusal bağ ile mümkün olacağını vurgular. Gruen vd. bu durumun diğer üyelerle psikolojik bir bağ kurmalarına olanak tanıyacağını savunur (akt, C. Luo vd. 2020).

Kelman, duygusal bağlılığı, özdeşleşme ve içselleştirme olmak üzere ikiye ayırır. Özdeşleşme, tatmin edici bir ilişki sürdürmek için etkinliğin kabul edilmesini içerir.

İçselleştirme ise, paylaşılan değerlere dayalı etkinin kabul edilmesini içermektedir. Sanal topluluk üyeleri, ilişkiden elde ettikleri faydalar dâhilinde grup adına çaba sarf etmeye isteklidirler. İçselleştirme perspektifinden bakıldığında, üyeler değerlerin paylaşıldığı gruplara bağlı hale gelebilirler. Ayrıca, bu sanal toplulukların aktif olabilmesi için çalışırlar ve bunu yaparken de kendi değerleriyle tutarlı bir şekilde davranmak isteyebilirler. Wiener'e göre bir toplulukta kalma zorunluluğu hissi, normatif baskıların içselleştirilmesinden kaynaklanır. Bu hissedilen zorunluluğa yol açan sosyalleşme deneyimleri, rol modellerin gözlemlenmesiyle veya ödüllerin koşullu kullanımı ile başlayabilir. Tüm bunlardan yola çıkarak söylenebilir ki grup moderatörü veya yöneticisi sanal topluluk grubuna yeni katılan bir üyeye, grup hakkında bilgiler verebilir veya grubun değer yargıları gibi konularda gerekli açıklamaları yapabilir (akt, Meyer ve Allen, 1991).

2.1.2. Devamlılık Bağlılığı

Hesaplamalı taahhüt diye de anılan devamlılık bağlılığı, Farrel ve Rusbult'a göre, bireyin katıldığı gruptan elde edeceği faydaların olması veya herhangi bir alternatifinin bulunmadığı için o gruba üye olması nedeniyle oluşan bağlılığı ifade eder (akt, C. Luo vd. 2020). Meyer ve Allen'a (1991: 66) göre devamlılık bağlılığı, duygusal bir bağlılığı veya grupta kalmak için ahlaki bir zorunluluk duygusunu kolayca yansıtabilir. Bireyler bunu üzerlerinde bir yükümlülük olarak hissedebilir.

2.1.3. Normatif Bağlılık

Meyer ve Allen'a (s.70) göre kişisel eğilimlerin bağlılık üzerindeki etkilerini incelemeye yönelik diğer bir yaklaşım, bunların çevresel faktörlerle etkileşimini dikkate almaktır. Bu noktaya kadar, normatif bağlılığın gelişimine ilişkin literatür ampirik olmaktan çok teoriktir. Wiener, bir toplulukta kalma zorunluluğu duygusunun, bireye topluluğa girmeden önce veya girişten sonra uygulanan normatif baskıların içselleştirilmesinden kaynaklanabileceğini öne sürmüştür. Wiener'e göre bağlılık, amaç ve çıkarları karşılayacak şekilde hareket etmeye yönelik, içselleştirilmiş normatif baskıların toplamıdır. Bununla beraber kişilerin bu davranışları yalnızca yapılması

gereken doğru ve ahlaki şey olduğuna inandıkları için sergilediklerini öne sürdü (akt, Meyer ve Allen, 1991).

Wiener'a göre, kişilerin bir eylemin peşinden giderek bu hareketi, kendi sorumluluklarıymış gibi benimsemeleri ve bunu yapmaları için kendilerinde ahlaki bir mesuliyet hissetmelerinin normatif bağlılığa neden olduğunu savunur. Ona göre üyeler, kendilerini sosyal grubun menfaatleri doğrultusunda devinim göstermeye zorunlu hissederler. Allen ve Meyer ise normatif bağlılık hissine güçlü bir şekilde sahip olan kişilerin, düzgüsel bir baskı ve eylemde bulunmaları için içselleştirilmiş bir yükümlülüğe sahip olduklarını ileri sürer. Bansal, üyelerin bir sosyal gruptaki diğer üyelere karşı davranışlarına ilişkin öznel normları özümseyerek normatif bağlılıklarını etkileşim yoluyla geliştirdiklerini ifade eder. Grup içinde, güçlü normatif bağlılığa sahip kişiler, bilgilerini paylaşmak için ahlaki bir sorumluluk hissedebilirler. Bu durum, sanal topluluklar içerisindeki üyeliklerinin devamlılığına ve diğer üyelerle ilişkilerini de devam ettirmelerine katkı sağlar. Bu bilgiler ışığında, sanal topluluklara olan normatif bağlılığın bilgi paylaşımına yol açtığı çıkarımında bulunulabilir (akt, C. Luo vd. 2020).

Meyer ve Allen'a (1991: 81) göre bağlılık sınıflandırmasını kısaca özetlemek gerekirse duygusal bağlılık, büyük ölçüde rahatlık ve kişisel yeterlilik duygusunu meydana getiren kişilerarası etkileşimin sonucu olarak gelişen sanal grup üyeliğini sürdürme arzusunu yansıtır. Devam bağlılığı, kalma ihtiyacını yansıtır ve gruptan ayrılmayla ilişkili durumların değerlendirilmesinden kaynaklanır. Normatif bağlılık ise, sadakat normunun içselleştirilmesinden veya geri ödenmesi gereken iyiliklerin alınmasından kaynaklanan kalma yükümlülüğünü yansıtır.

2.2. SANAL TOPLULUKLARDA İLİŞKİ VE KARŞILIKLILIK

Bock vd'a göre ilişki, sosyal bir gruptaki kişileri birbirine bağlaması ve aralarındaki bağın giderek güçlenmesi anlamına gelmektedir. İlişki, toplulukla etkileşim sonucu ortaya çıkar. Allen ve Meyere göre ilişki, üyelerin psikolojik ihtiyaçlarını gidererek grup içinde kendilerini daha rahat hissetmelerine yol açabilir. Hsu ve Lin, sanal topluluk üyelerinin, aralarındaki ilişkinin gruptaki bilgi paylaşım davranışları aracılığıyla kazanılan sosyal bir ödül olduğuna inandıklarını vurgular. Bock vd. bir

sanal toplulukla güçlü ilişkileri bulunan üyelerin, diğer katılımcıların tutumları ile ilgilenme ihtimalinin fazla olduğunu ifade eder (akt, C. Luo vd. 2020).

Wellman ve Gulia, internette yabancılar arasında sergilenen güven derecesini 1960'larda sürücüler ve otostopçular arasında sergilenen güvene benzetmektedir. Onlara göre karşılıklılık ve bağlanma meselesinin iki boyutu vardır. Birincisi, özellikle uzmanlığın tanınması bireyin statüsü ve benlik saygısını artırabileceği için kişiler, gruptan tanınmak ve kimliklerini ifade etmek için sanal topluluklara katılmaya motive edilir. İkinci unsur ise, karşılıklı yardımlaşma kavramıyla ilgilidir. Smith ve Kollock, sanal toplulukların genelleştirilmiş değişim normlarına göre işlediğini öne sürmektedir. Onlar sanal topluluklarda güçlü bağların var olup olmadığı sorusu üzerine odaklanırlar. Onlara göre sanal topluluklardaki bağlantıların sadece çevrimiçi olması yanlış bir durumdur. Çevrimdışı da bu bağlantıların sürdürülebileceğine vurgu yaparlar (akt, Ellis vd. 2005).

Blau, karşılıklılığı, bireylerin bir toplumdaki uzun vadeli sosyal alışverişi esnasındaki çıkarı olduğunu ifade eder. Tseng ve Kuo'nun yapmış oldukları araştırmaya göre üyeler gruptaki diğer üyelerden geri dönüş beklerler. Bu dönüşün sağlanacağını fark ettiklerinde diğer üyelerle arkadaşlığını sürdürmeye ve bu arkadaşlığı güçlendirmeye meyilli olduklarını belirtirler. Bu duruma göre arkadaşlığın duygusal bağlılığı geliştirdiği görülmüştür. Böylece, üyelerin birbirinden karşılık beklemesi güçlü bir duygusal bağlılığı da oluşturabileceği ön görülmektedir. Wasko ve Faraj'a göre bir sanal topluluk içerisinde güçlü bir karşılıklı normun var olması, üyelerin diğer üyelerden yardım almasıyla birlikte bilgilerini paylaşma konusunda ahlaki bir yükümlülük hissetmelerine neden olabilir (akt, C. Luo vd. 2020).

Meyer ve Allen'a (s.78) göre karşılıklılık kavramının, hem normatif hem de duygusal bağlılığın davranışa dönüştürüldüğü bir mekânizma olarak varsayıldığını iddia eder. Ancak, karşılıklılık güdüsünün doğasında ki farklara da dikkat çeker. Duygusaldan kaynaklanan dürtü ile gelişen bağlılık, en iyi şekilde, karşılıklı yarar sağlayan bir birliktelikte, eşitliği sürdürmek için grup ideolojilerine katkıda bulunma arzusu olarak tanımlanabilir. Normatif bağlılıktan kaynaklanan bağlılık ise doğru olanı yapma yükümlülüğünü yansıtır. Mowday vd., devam eden bir karşılıklı etki sürecini önererek tutumsal (duygusal) ve davranışsal yaklaşımları bağlılığa entegre etmeye çalışmıştır.

Sorumluluğu artıran koşullar altında, davranışın, sonraki davranışı etkileyen tutumları şekillendirmede etkili olabileceğini savundular. Bu nedenle, örneğin, yüksek bir yeterlilik düzeyinde performans gösteren üyeler, bu performans düzeyine (davranışsal olarak) bağlı hale gelebilir ve sonuç olarak, gruba karşı daha olumlu bir tutum (duygusal bağlılık) geliştirebilir (akt, Meyer ve Allen, 1991).

2.3. SANAL TOPLULUKLARDA BİLGİ PAYLAŞIM NİYETİ

Ellis vd. (2005: 166), bir organizasyon ortamında bilgi paylaşım kültürünü meydana getirmekte zorluk yaşanabileceğini ifade eder ve bu düşüncesini desteklemek adına bazı çalışmalardan yararlanır. Fisher'a göre, bilginin zor olduğu fikrinin ortadan kaldırılması oldukça güçtür. Ayrıca o, rastgele bir savunma örgütünün, gizlilik kültürünü, bilgi paylaşımı kültürüne çevirmede belirli sorunlar yaşayacağını da savunur. Cropley'e göre ise, bilginin zorluğu problemi, bir kuruluşun kültürünün direkt olarak yönlendirilmesiyle kültürel çözüme kavuşacaktır. Wellman ve Gulia'ya göre bilgi birçok sosyal kaynak içerisinden internet vasıtasıyla alışverişi gerçekleşen bir olgudur. Marchionini, çevrimiçi etkinliklerin birçoğunun bilgi aramadan ziyade tepkimeye benzediğini ifade etmiştir. Ancak Burnett, bilgi paylaşımı ile sosyal etkileşim arasında net bir farklılık olmadığını belirtir. Bunun nedeni ise bilgi paylaşımının sosyal bir eyleme dayandığını savunmasıdır. Pratikte bilgi arama ile bu aramanın yönünü belirleme arasında fark olduğunu iddia eder. (akt, Ellis, Oldridge ve Vasconcelos, 2005).

Van den Hooff ve De Ridder bilgi paylaşımını, bilgi katkısı ve bilgi edinmesi olarak iki boyutlu davranış olarak ele alır. Bilgi katkısı, kazanılan bilginin bir gruptaki diğer üyelerle paylaşılmasıdır. Bilgi edinme ise grupta yer alan bir üyenin kazandığı bilgiler dâhilinde diğer üyelere sorular sorarak, onları paylaşmaya yönlendirmesidir (akt, Lyu vd. 2019). Katılımcılar, zaman ve mekân sınırlaması olmadan, internet üzerinden bilgi edinip, bu bilgileri paylaşabilir. Usman ve Yennita'ya (2018: 255) göre bilgi paylaşım (KS) süreci, bilgi sahipleri ve bilgi alıcıları tarafından gerçekleşir. Bilgi paylaşımının sosyal değişim teorisine dayandığını ileri süren bilim adamları bulunmaktadır. Sosyal değişim teorisi, bir kişinin çoğunlukla etkileşimden önce sosyal ilişkinin potansiyel fayda, risk ve zararlarını ölçmek isteyebileceğini savunur. Charband ve Navimipour bilgi paylaşımı için aileler, arkadaşlar, kuruluşlar ve toplumlar arasında

fikir, uzmanlık, deneyim, beceri gibi durumların paylaşıldığı bir süreç olarak değerlendirmiştir (akt, Fauzi vd. 2020).

C. Luo vd.'a (s.3) göre bireyler, sanal topluluklardaki bilgi alışverişi sürecinde gruptaki diğer üyelerle uzun vadeli ilişkiler kurup sürdürmeye meyillidir. Bu nedenle, maddi veya manevi olsun uzun vadeli fayda ve maliyetler, bir bilgi alışverişi kapsamında kişilerin sonraki biliş ve davranışlarının belirleyici etkenleri bağlamında varsayılır. Luo vd.'a göre sanal topluluklar, insanların gündelik hayatında birbirleriyle iletişim kurdukları, bilgi alışverişi yaptıkları, sosyalleştikleri, eğlenme fırsatı buldukları ve daha birçok aracı rol sayesinde etkileşime girdikleri alanları ifade eder (akt, C. Luo vd. 2020). Ipe, sanal topluluklardaki bilgi paylaşımını, bilgiyi bulma ve yayma da dâhil olmak üzere, her sanal grupta bulunan üyelerin, özümlediği bilgileri grup içine aktarabileceği, iletişim süreci olarak değerlendirir (akt, Lyu vd. 2019). Markus, profesyonellerin, mesleki görevlerini icra ederken benzer bilgilere ihtiyaç duymalarından ötürü kendi ekipleri veya kuruluşları dışındaki kişilerle iletişim kurmak ve bilgi alışverişinde bulunmak için sanal topluluklara katıldıklarını ifade eder. (akt, Agostini, ve Mechant'a, 2019). Feng ve Ye, çevrimiçi veya sanal bilgi topluluklarının, aynı ilgi, meslek veya hedeflere sahip insanlardan oluştuğunu savunmuştur. Ayrıca sosyal etkileşimleri sayesinde, bilgiyi günlük hayatta kullanmak için paylaştıklarını vurgular (akt, Fauzi vd. 2020).

Pan vd. (2014: 4), bilgi arayışını ve paylaşımını kolaylaştırmanın, üretkenliği çoğaltmak açısından önemli bir unsur olduğunu vurgular. Bilgi alışverişini, grup içerisindeki üyeler arasında ikili bilgi arayışı ve paylaşımı olarak tanımlamaktadır. Bilgi alışverişi ve paylaşımın ayrı anlamlar ifade ettiğini vurgulamaktadırlar. Buna göre bilgi paylaşımı tek yönlü gerçekleşebilirken, bilgi alışverişi karşılıklı bir ilişkiyi ifade eder. Örneğin izlenen haber tek yönlü bilgi akışı sağlarken, tartışma programlarındaki en az iki kişiyle karşılıklı yapılan programlar, bilgi alışverişini ifade eder. İzleyiciler ise bu tür bir alışverişte yalnızca gözlemci konumunda yer alır. Bu nedenle bilgi alışverişi, bilgi paylaşımının bir bileşeni olarak kabul edilmiştir. Pan vd.'a (s.37) göre katılımcılar, diğer kullanıcılarla bilgi paylaşmaya istekli oldukları için bilgi alışverişi zamanla güçlenerek devam eder.

Black ve Johnson, bireylerin çeşitli kaynaklarda korunan ve bunlardan erişilen bilgileri üretmeye ve tüketmeye meyilli olduklarını ifade etmiştir (akt, Usman ve Yennita, 2018). Fakat sanal ortamda paylaşılan her bilginin, doğru olacağının garantisi yoktur. Bu nedenle paylaşılan bilgilerin sorgulanması gerekmektedir. Doğru ve geçerli bilgiye ulaşmak için paylaşılan bilgilerin araştırılarak doğrulanması gerekir. Bilgi enformasyonu ucu görünmeyen bir deniz gibidir. Ancak keşifle o deniz hakkında bilgi sahibi olunabildiği gibi araştırma ile doğru bilgiye ulaşabilir.

Fauzi vd.'a (2020: 33) göre günümüzün dijital gelişimine paralel olarak, sanal topluluktaki üyelerin faydalanımı açısından açık ve kapalı bilginin elde edilmesini sağlamak için bilgi, kısıtlama olmaksızın güvenli bir biçimde paylaşılmalıdır. Bu nedenle, toplumun iyileştirilmesi, geliştirilebilir ve korunabilmesi için bilgiye dayalı toplumların yaygınlaşması gerekir.

Sanal toplulukların hızla yayılmasıyla beraber, bilgi paylaşım sayısı da doğru orantılı olarak artmaktadır. Ayrıca katılımcılar sanal toplulukları sosyalleşmek, eğlenmek, zaman geçirmek gibi nedenlerden ötürü kullanabileceği gibi bilgi paylaşımı için de bir araç olarak kullanabilmektedir. Araştırmacılar (Bettiol, Di Maria, Grandinetti ve Molm) sanal işbirliği açısından, bilgiyi paylaşma yoluyla elde edilen avantajları değerlendirebilen üyelerin bilgiyi paylaşma olasılığının daha yüksek olduğunu savunmuştur (akt, Usman ve Yennita, 2018). Ayrıca, Bukowitz ve Williams, iletişim uygulamalarını güçlendirmede bilgi yönetiminin önemli bir etken olabileceğine vurgu yapar. Bilgi yönetimi uygulamaları, bireyleri iletişime katkıda bulunmaya teşvik edebilir. Bireyler bilgi paylaşımının grup için değerini arttırdığına inandıkça daha çok bilgi paylaşımında bulunabilirler (akt, Ellis vd. 2005).

Wasko ve Faraj'a göre etkili bir sanal topluluğun belirleyici faktörü olarak verimli bilgi paylaşımı önemlidir. Bunun nedeni, grup içindeki üyeler arasındaki bilgi paylaşım düzeyinin, üyelerin memnuniyetini etkilemesinden kaynaklanmasıdır (akt, Usman ve Yennita, 2018).

Erickson, katılımcıların aralarındaki bağları kısa süreli oluştursalar da bazı ortak değerleri paylaşmaları ve biraz olsun birbirlerine güvenmelerinin çevrimiçi söylemlerini artırdığını belirtir. Genellikle önemli olan katılımcılar tarafından oluşturulup paylaşılan bilgi niteliğindeki yapı yani iletişimin kendisidir (akt, Ellis, Oldridge ve Vasconcelos,

2005). Kim vd. güven seviyesinin güçlü olduğu durumlarda, üyelerin bilgiye katkıda bulunacak potansiyeldeki bireyleri, sanal topluluklara teşvik etme ihtimalinin daha yüksek olduğunu savunur (akt, Usman ve Yennita, 2018). Böylelikle sanal topluluk gruplarına katılımda bir artış yaşanması muhtemeldir. Örneğin sosyal medya platformlarında bulunan bu tür gruplar, sponsorlar aracılığıyla daha fazla kişiye ulaşır, üye sayısının artmasını sağlayabilir. İnsanlar bu gruplarda paylaşılan gönderileri görüntüler ve yeni katılımcılar ile fikir ve bilgiler hızlı bir şekilde yayılmış olur. Sanal topluluklarda etkin kişilerin sayısının artması, bilginin o topluluk içinde paylaşımının artmasını sağlayacaktır.

Usman ve Yennita'ya (2018: 250) göre Bilgi İletişimi ve Teknoloji (ICT) gelişiminin hızlanması ile siber uzayda gerçekleşen birçok etkileşim, topluluk oluşumunu desteklemektedir. Bu durum, insanlık gelişimine hız kazandırarak, dijital boşlukları bir köprü göreviyle birbirine bağlar ve böylece sanal toplulukların gelişmesine imkân sağlar.

Usman ve Yennita'ya (2018: 255) göre sanal topluluk, çevrimiçi tabanlı topluluğun, üyeler arasında bilgi sağlamak ve bu bilgiyi desteklemekle yükümlü olduğu, böylelikle bireylerin katılım ve etkileşimlerini artırmalarına olanak sağladığı bir topluluk yapısıdır.

Sanal topluluklarda bilgi paylaşımını destekleyen çalışmalar olmasına karşın karşıt görüşler de mevcuttur. Garfield, kişilerin VCoP'larda bilgiyi paylaşmamaları için on neden önermektedir. Özellikle kişilerin paylaşım konusunda motive olmamalarından ötürü, paylaşmanın kişisel çıkarlarını yok saydığını da ilave eder. Ayrıca Szulanski'ye göre katılımcıların, bir taraftan üstünlüklerini ve bilgi sahipliğini kaybetmekten korktuklarını ifade eder. Kankanhalli çalışmalarında, kişilerin bilgi paylaşmaya istekli olmalarının tek başına yeterli olmadığını ve bunun ciddi bir kodlama çabası gerektirdiğini ifade etmiştir. Ayrıca, Brown'un yaptığı çalışmalar incelediğinde bu ve diğer birçok sebebin, kişilerin sanal topluluklarda bilgi paylaşımından korktuğu görülmektedir. Chiu vd.'a göre ise zayıf bağlar, gönüllü katılımı caydıracağından ötürü, bireyler bilgi paylaşmaya teşvik olmaz (akt, Pan vd. 2014). Pan vd.'a (s.10)göre geleneksel VCoP'lar bilgiyi temalar halinde düzenler. Konular, bir düşünce sıralanımıyla beraber gruplandırılmıştır. Kronolojik sıralama yapılarak, aynı tür konu ve

gönderiler düzenlemiştir. Üyeler de bunların içerisinde ilgi alanlarıyla alakalı olan gönderileri takip eder. Buna ek olarak bir katılımcı, ilgisi dâhilinde ki konulara ulaşmak için anahtar kelimelerle arama yapar. Ayrıca, bir konuyu öne çıkanlar veya popüler kategorilerden de direkt olarak inceleme fırsatı bulur. VCoP'ler için bu işlevlerin tamamını sağlayan temel teknoloji, tipik internet forum teknolojisidir. Konular, gönderiler ve bu gönderiler tarafından ortaya atılan tüm tartışmaları içeren kavramlardan oluşur. Üyeler genellikle bilgileri uygun bir konu başlığına gönderir ve diğer üyeler gönderiye yanıt verebilir veya yorum yazabilir. Donanım haber, ? gibi forum sayılarının formatı bu açıklamaya örnek olarak verilebilir. Onlara göre gönderiler, ortak ilgi alanlarına sahip katılımcıları bir araya getirdiği için, bu tür gruplara tema odaklı bir topluluk denilebilir. Bilginin nesne olduğunu savunan çalışmalara dayanarak, aranabilir, kodlanabilir, sıralanabilir ve sınıflanabilir olduğunu ileri sürerler. Fakat bu defa da bilgi alışverişinin, sosyal doğasının görmezden gelinebileceği sorununa vurgu yaparlar. Onlara göre, bilgi alışverişi sosyal bir süreç olmakla birlikte, VCoP'nin teknolojik altyapısı sosyal süreçler için destekleri de bünyesinde barındırır.

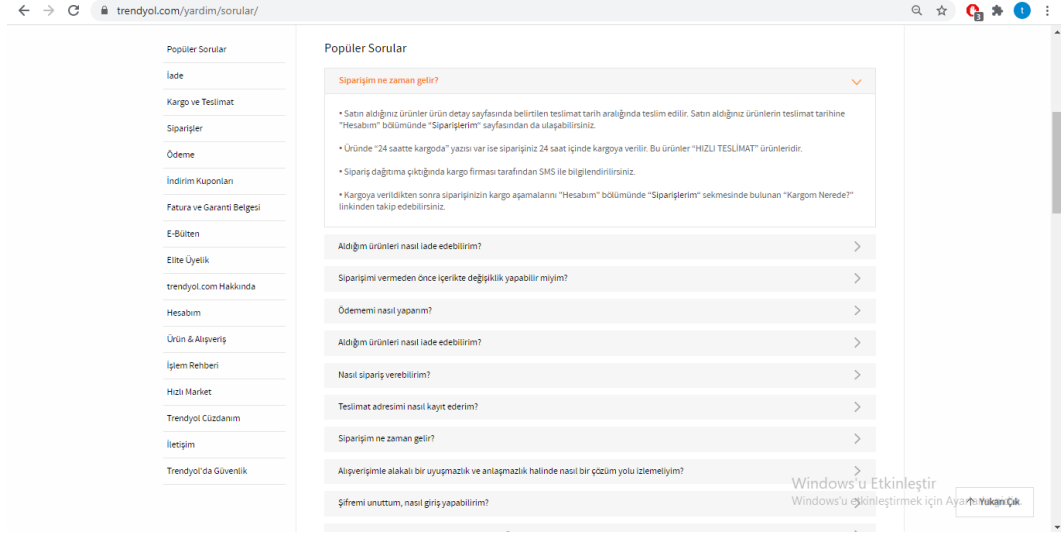
Preece 1999, aynı soruların tekrar tekrar yanıtlandığını bir tıbbi destek grubunda, sosyal destek ve bilgi arasındaki denge sorununu incelemiştir. Katılımcıların aynı bilgileri bıkmadan tekrarladıklarını fark ettiğinde iletişimin gerçek bilgi alışverişinden çok daha fazlası olduğunu düşünerek sık sorulan sorular (SSS) listesi oluşturulmasını uygun gördü. Böylece bilgiye erişimin verimliliğini artırılarak benzer sorunlar yaşayanların bilgiye doğrudan ulaşması sağlanmış oldu. Ayrıca sss listeleri içeriğindeki bilgilere de resmi bir statü kazandırmış oldu (akt, Ellis vd. 2005). Bugün dijital ortamdaki hemen hemen birçok sitede sss listesiyle karşılaşmak mümkün. Çünkü bireyler bilgiye ulaşmak için çaba sarf etmek yerine kısa yoldan bilgiye ulaşma eğilimi içinde bulunabiliyor. Mesela, satın almak istediğiniz bir ürünün yorumlarına baktığınızda, insanların yorumları okumadıkları için aynı tür soruları tekrar tekrar sordukları görülmektedir. Bu duruma, satıcı veya siteler açısından bakıldığında güç bir durum olduğu ortadadır. Çünkü her aynı soruya, aynı cevabın verilmesi zaman ve sabır kaybına neden olabilir. Bu nedenle günümüzde sss kullanımı hem alıcı hem de satıcı açısından oldukça pratik hal almıştır. Örneğin 2020 Mart ayından itibaren ülkemizde yayılmaya başlayan Covid-19 pandemi süreciyle ilgili tedbirler kapsamında genelgeler yayınlanmasına rağmen insanların kafası karışmış ve bu nedenle bireyler söz konusu

yasaklar ile ilgili internette zihinlerine takılan sorular için araştırma yapmışlardır. Vaka sayılarının arttığı dönemlerde kısmi veya tam zamanlı kapanmalar da yaşanmıştır. İçişleri Bakanlığı ise vatandaşların kısmi kapanma tedbirleri kapsamında alınan önlemlere kolaylıkla ulaşabilmeleri için <https://www.icisleri.gov.tr/> adresinde sss listeleri oluşturmuştur. Bu liste şekil 2.2’de yer almaktadır:



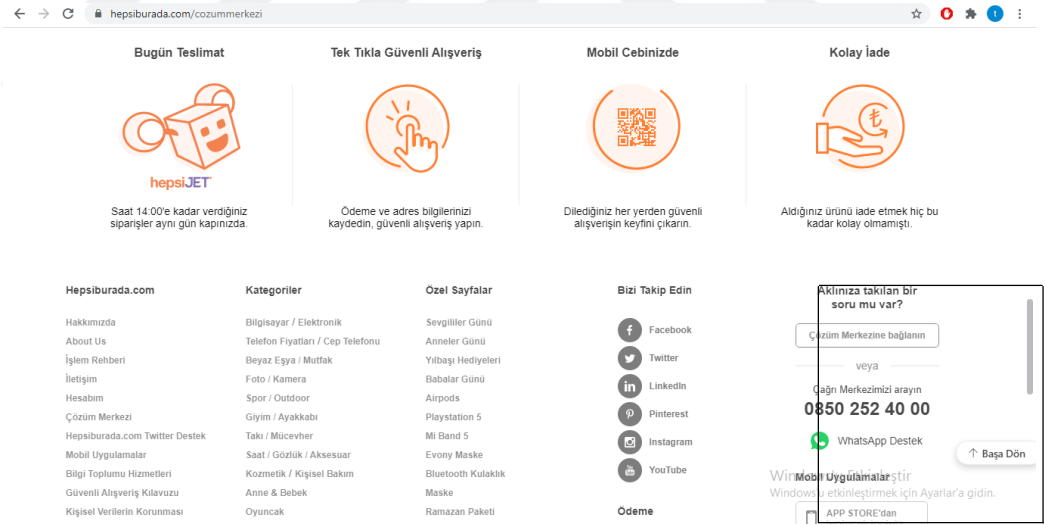
Şekil 2.2. Kısmi Kapanma Tedbirleri ile İlgili Sıkça Sorulan Sorular
(<https://www.icisleri.gov.tr/kismi-kapanma-tedbirleri-ile-ilgili-sikca-sorulan-sorular>)

Alışveriş sitelerinin ise neredeyse tamamında sss listeleri bulunmaktadır. Genellikle iade, değişim, kargo gibi konularda siparişler ile ilgili bilgilere buradan kolaylıkla ulaşılabilir. Müşteriler mağazaya soru sormaktansa kısa yoldan bilgi alarak kafalarında oluşturdukları soruları cevaplayabilmektedir. Böylelikle her iki taraf için zamandan da tasarruf edilerek bilgiye doğrudan ulaşmak söz konusu olmuştur. Sss listesi yerine alternatif durumlarda söz konusudur. Örneğin bir alışveriş sitesi olan <https://www.trendyol.com/> sayfasının sss listesi popüler sorular şeklinde ifade edilmiştir. Şekil 2.3’de yer almaktadır.



Şekil 2.3. Trendyol Popüler Sorular (<https://www.trendyol.com/yarim/sorular/>)

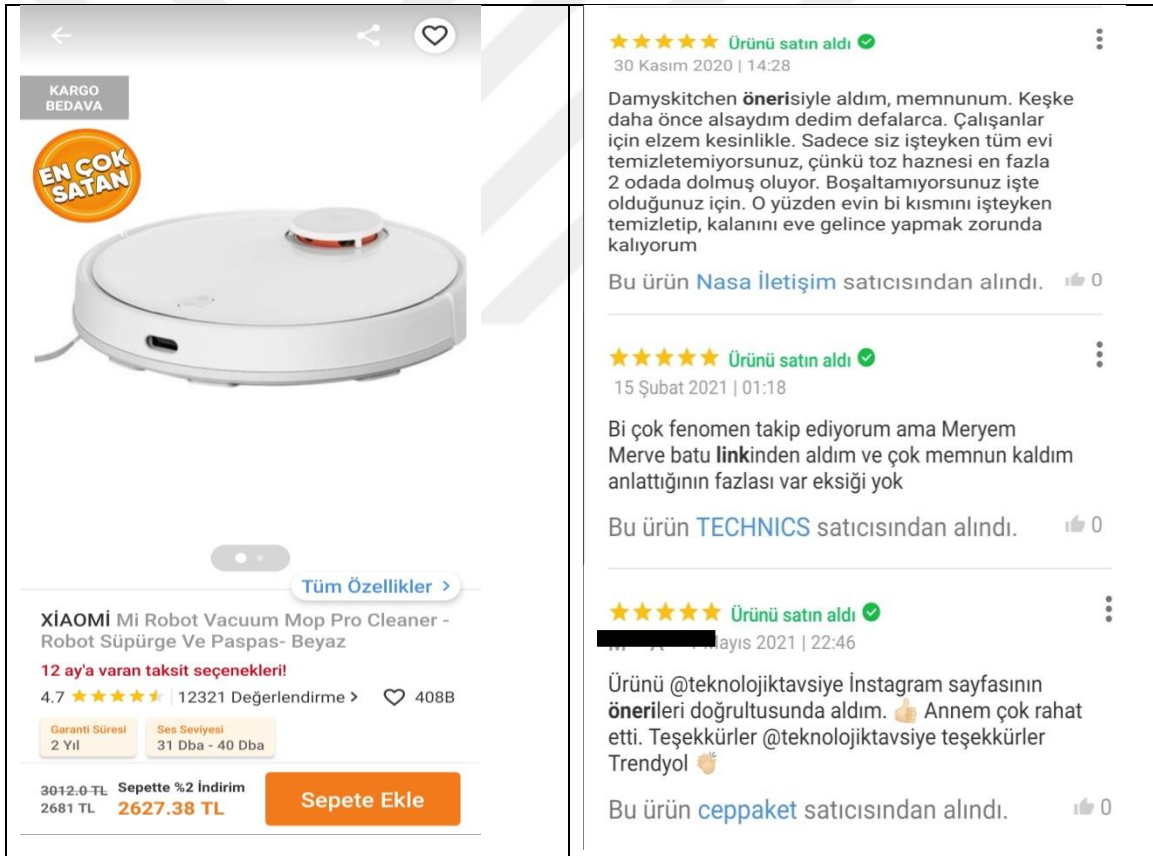
Ayrıca potansiyel müşteriler sss listelerinin yanı sıra çözüm merkezine bağlanabilir, çağrı merkezlerini arayabilir veya whatsapp üzerinde iletişim kurarak merak ettikleri soruları doğrudan cevaplayabilmektedir. Yine bir alışveriş sitesi olan <https://www.hepsiburada.com/> sayfası Şekil 2.4'te gösterilmiştir.



Şekil 2.4. Hepsiburada Çözüm Merkezi (<https://www.hepsiburada.com/cozummerkezi>)

Hepsiburada veya Trendyol gibi alışveriş sayfalarına, Instagram, Facebook, Twitter gibi sosyal medya platformları üzerinden katılan sanal topluluk üyeleri, hem alışveriş yapmakta hem de diğer üyelerle etkileşime girmektedir. Bu etkileşimin aynı konular çerçevesinde dönüp durmaması için alternatif olan sss listeleri etkileşimin farklı alanlarda gerçekleşebilmesine olanak sağlamaktadır. Bunun yanında insanlar satın almayı düşündükleri ürünler hakkında diğer kullanıcılar tarafından yapılan yorumlara

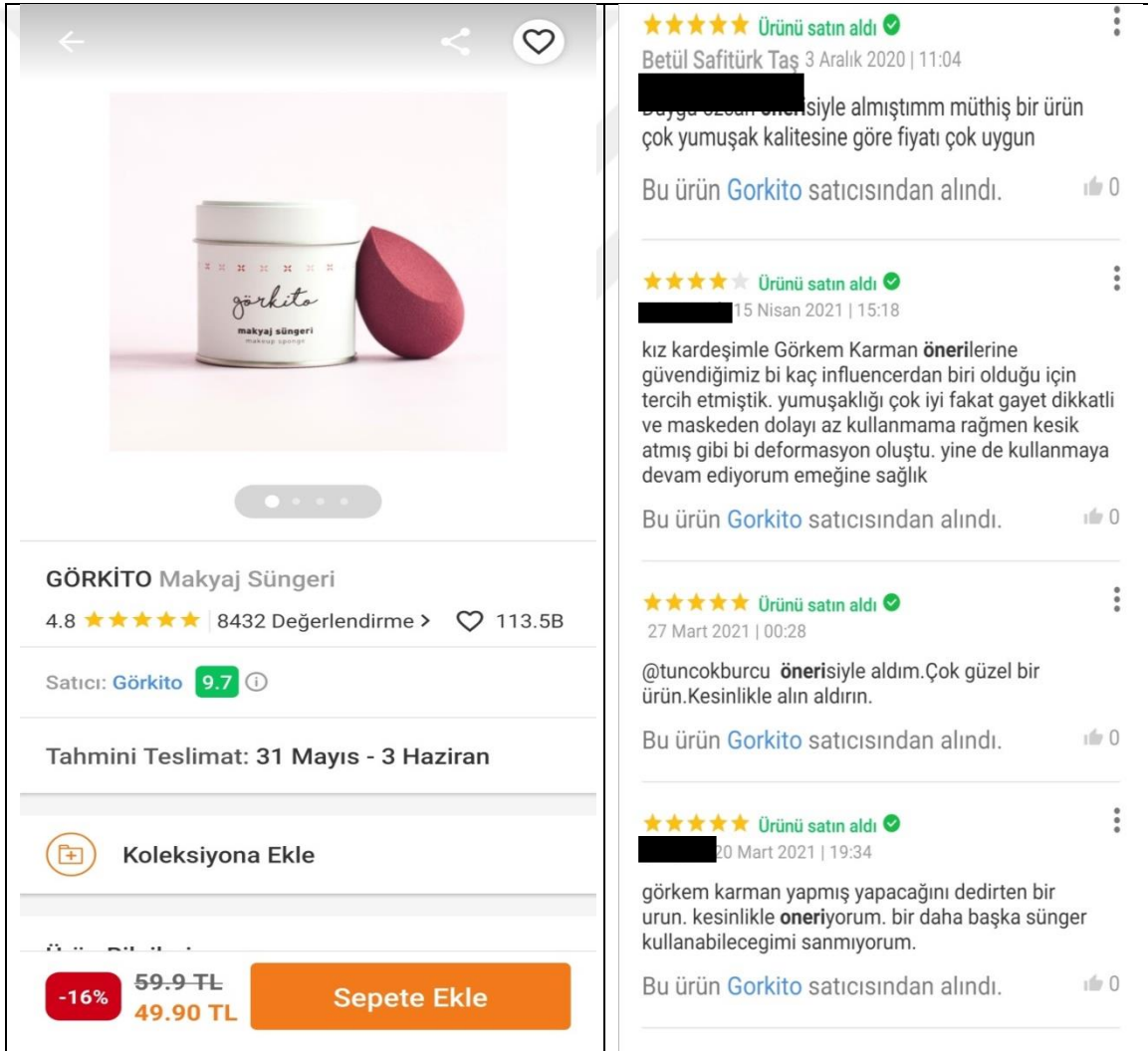
bakarak da bilgi sahibi olur. Bu durum bir ürünün alınıp alınmamasının belirleyicisi olabilir. Ayrıca sosyal medya platformlarındaki takipçi veya üye sayısı fazla olan sayfa veya sanal gruplarda (fenomen, youtuber, blogger, influencer vb.) yapılan bilgi paylaşımlarının, takip eden kişiler üzerindeki etkisi oldukça büyüktür. Blogger gibi kişiler kullandıkları ürünler hakkında tavsiyelerde bulunabiliyor. İnsanlar bu tavsiyeleri daha kolay kabul edip, uygulama eğiliminde olabiliyor. Örneğin insanlar çevrelerinden edindikleri bilgi ışığında bir ürünü kullanmaya başlayabiliyor. Fakat bu ürün bir influencer tarafından önerildiğinde, çok daha büyük kitlelere ulaştığı için, daha fazla kişi bu ürünü alma eğiliminde bulunabiliyor. Bu tür ünlü kişileri takip eden birçok sanal topluluk üyesi mevcuttur. Şekil 2.5'te fenomen veya sayfaları takip ederek ürün satın aldığını belirten, sanal topluluk üyelerinin yorumları yer almaktadır.



Şekil 2.5. Sanal Topluluk Üyelerinin Fenomen veya Sayfaların Önerisi Üzerine Satın Aldıkları Ürün Hakkındaki Yorumları (<https://www.trendyol.com/xiaomi/mi-robot-vacuum-mop-pro-cleaner-robot-supurge-ve-paspas-beyaz-p-36502435?boutiqueId=568538&merchantId=107461>)

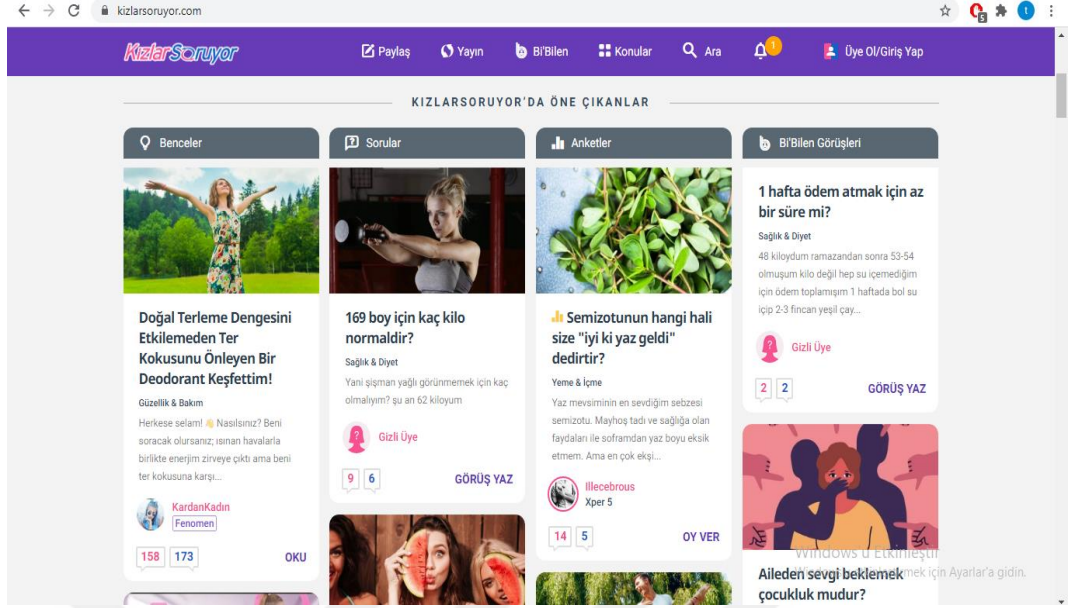
Ya da alınan ürünler için yapılan yorumlara bakıldığında, ürün bir fenomen tarafından önerildiği için alındığı ibaresi bile yer alabiliyor. Bu tür sanal topluluk grupları oldukça

yaygınlaşmış olmakla beraber her yeni gün yenisinin eklenmesiyle de çığ gibi büyüyor. Çünkü artık internet aracılığıyla ün kazanmak, çok daha kolay gerçekleşebiliyor. Ayrıca bu ün sayesinde Influencer, fenomen vb. olan kişiler, kendi alanlarıyla alakalı marka da oluşturarak, ürünlerini çok daha kolay bir şekilde pazarlayabiliyor. Çok büyük rakamlarda takipçi sayısı olan bu kişiler, reklamlarını da başta kendi yaptığı için ürünlerinin satış potansiyelini artırabiliyor. Takipçi sayılarının çok olması, takip ettikleri kişinin öneri ve deneyimlerine güven duyduğu anlamına gelebiliyor. Güven duygusu yoğun olan kişiler ise bu tür sanal toplulukları uzun vadede takip etme eğilimi gösterebiliyor. Influencer'lardan biri olan Görkem Karman'ın, Görkito adını verdiği markasından alınan bir ürün hakkındaki yorumları, Şekil 2.6'da yer almaktadır.



Şekil 2.6. Sanal Topluluk Üyelerinin Influencer Önerisi Üzerine Aldıkları Ürün Hakkındaki Yorumları (<https://www.trendyol.com/gorkito/makyaj-sungeri-p34176565?boutiqueId=568874&merchantId=383473>)

Zhang ve Watts'a göre bilgi alışverişi tipik olarak soru-cevap şeklinde gerçekleşir (akt, Pan vd. 2014). Lyu vd.'a (2019: 246) göre, bilgi arayışında olan bireyler ihtiyaçlarını karşılamak için soru sorduklarında cevap alabilecekleri ağlara katılırlar. Bu tür ağlarda zengin bir bilgi kaynağına ulaşılabilir. Ayrıca sorulan sorulara benzer bir bilgi arayışında olan kişiler de çözüm bulmak için bu soruların yer aldığı ağlara tıklayarak bilgi bulma ihtiyacını giderebilir. Soru-cevap siteleri günümüzde yaygın olmakla birlikte Türkiye'de en bilinen ağlar arasında KızlarSoruyor.com yer almaktadır. Bu site kadın ve erkeklerin yaşama ait pek çok konuda karşılıklı yardımlaşma ve fikir alışverişinde bulunmak için bir araya geldiği ve çeşitli konularda soru, cevap, anket, haber ve içerik sunan bir topluluk platformudur. İçerikler kullanıcılar tarafından belirlenmekte ve yayınlanmakta olup, soru başlıkları oluşturulmaktadır. Böylece üyeler bu sorular içerisinde, ilgisini çeken başlığa tıklayarak diğer üyelerle etkileşim sağlamaktadır. Grubun her üyesi, bu tarz soru başlıklarına tıklayarak, soru hakkında kendi görüşlerini ifade edebilmektedir. Ayrıca üyelerin yayın ilkelerine uygun olmayan, belirli bir kesimi ya da kişiyi hedef gösteren, gerçekliği şüpheli, yasalara uygun olmayan kullanıcıların paylaşımlarına en kısa sürede müdahale edilmektedir. Topluluğu yanlış yönlendiren veya eksik bilgi içeren şüpheli içerikler tespit edildiğinde düzenlenmekte veya kaldırılmaktadır. Bunlarla beraber üyelik ve paylaşım ilkelerine yer veren bu site sakinlerini bir sanal topluluk üyesi olarak saymak, yerinde bir karar olmaktadır. Nitekim sanal topluluk ile ilgili tüm özellikleri taşıdığı yukarıda belirtilen ifadelerde mevcuttur. Yukarıda ifade edilen bilgiler Şekil 2.7'de mevcuttur.



Şekil 2.7. Bir Soru-Cevap Sitesi Olarak Kızlar Soruyor
<https://www.kizlarsoruyor.com>

2.3.1. Sanal Topluluklarda Bilgi Paylaşımı İçin Uygulanan Teoriler

Sanal topluluklara üye kişilerin bilgi paylaşım niyetini anlamak için çeşitli teoriler bulunur. Fauzi vd.'a (2020: 41) göre araştırmacıların birçoğu grup platformunun üyeler arasında sosyal etkileşimi içermesinden dolayı, üye davranışlarının öncüllerini ortaya koyan sosyal faktörlerle ilgili teoriler uygulamıştır.

2.3.1.1. Planlı Davranış Teorisi ve Gerekçeli Eylem

Bu teori muhtemelen bilgi paylaşım davranışını anlamada en çok kullanılan teorilerden ilkidir. Bu nedenle, Ajzen ve Fishbein tarafından gerekçeli eylem teorisi adı altında geliştirilmiştir. Bir davranışa yönelik bireysel tutum, niyet ve öznel norm tarafından belirlenir. Ajzen, gerekçeli eylem teorisini, algılanan davranışsal kontrolü, üçüncü bağımsız değişken olarak tanıtarak planlı davranış teorisine genişletti. Algılanan davranışsal kontrol, bir kişinin söz konusu davranışı gerçekleştirme yeteneğini açığa çıkarmaktadır (akt, Fauzi vd. 2020).

2.3.1.2. Teknoloji Kabul Modeli (TAM)

TAM, kişinin belirli bir davranışı sergilerken edindiği tutuma bağlı olarak ortaya çıkan ve böylece bireysel davranışı açıklayan bir modeldir. Bu modeli Ku, bireyin bireysel davranışları gerçekleştirirken oluşturduğu beklentisine olan inancının bir işlevi olarak değerlendirir. Davis, modeli algılanan fayda ve kullanım kolaylığı olmak üzere ikiye ayırır. Papadopoulos vd. ise kavramlardan ilki olan algılanan fayda hakkında yapmış olduğu çıkarım şöyledir: bireyin, teknolojiyi kullanırken sağlayabileceği maksimum fayda ile uygulama başarımını artırabileceği yönündeki algısıdır. Algılanan kullanım kolaylığı ise güçlük çekmeden teknolojinin kullanılabilmesi kabiliyeti olarak nitelendirir (akt, Fauzi vd. 2020).

2.3.1.3. Sosyal Sermaye Teorisi

Sosyal sermaye teorisi, bireyler arasında kurulan ilişki ağını, içindeki kaynaklarla açıklar. Motivasyon birçok alanda önemli olduğu gibi bilgi alışverişinde de önemlidir. Araştırmacılar, sanal topluluklar kontekstinde bilgi paylaşım davranışının öncüllerini çeşitli teorik perspektiflerden incelemiştir. Bu araştırmacılardan biri olan Chiu vd. sosyal sermaye teorisi perspektifinden sanal topluluklara bilgi katkısını araştırmıştır. Chiu vd. sosyal sermayenin, üyeler arasındaki bilgi paylaşımını artırarak, olumlu yönde etkileyeceğini savunur. Sosyal sermaye teorisini topluluklarda bilgi paylaşımının önemli motivatörleri olarak yardımlaşma, itibar gibi bireysel motivasyon faktörlerini üçe ayırmıştır. Bunlar; karşılıklılık normu, özdeşleşme ve güven açısından ilişkisel sermaye, sosyal etkileşim bağları açısından yapısal sermaye ve paylaşılan vizyon ve dil açısından bilişsel sermayedir. Pan vd. ilişkisel sermayeyi, bireylerin ilişkilerini devinime geçirme derecesi olarak tanımlarken, Granovetter, bireylerin karşılıklı etkileşimler aracılığıyla geliştirdikleri kişisel ilişkiyi temsil ettiğini savunur. Walther ve Burgoon ise, bir kişinin diğer bir kişide bilgi aramasının, karşı tarafa güven duygusu ve güçlü bir ilişki kurma niyeti beslediği hissini geçmesini sağlayacağını ifade eder. Nahapiet ve Ghoshal ise, bağlantı yoluyla varlıkları oluşturan ve kaldıran bir yapı olarak ele alır. Aktörler arasındaki genel bağlantı modeli olarak anılan yapısal sermayenin de birbirine bağlı olarak model oluşturan düğümleri ifade ettiğini ve bir kişinin ihtiyaç anında başkalarına erişim havuzunu temsil ettiğini belirtir. Bilişsel sermayeyi ise üyeler

arasında ortak temsil ve yorumlara sahip olarak kaynaklar üreten anlam sistemleri olarak değerlendirir. Chiu vd., ise bilişsel sermayenin, bireyin bilgi alışverişini özümsemesi açısından güçlük çekebilmesi olasılığına vurgu yapar. Sosyal sermayede belirlenen faktörler arasında; paylaşılan vizyon, güven, ortak dil ve tanınma mevcuttur. Sosyal sermaye teorisi, uygulamada sanal topluluk üyelerinin bilgi paylaşım davranışını değerlendirmede çoğunlukla diğer teorilerle birleştirilir (akt, Fauzi vd. 2020; Pan vd. 2014).

Ellis vd.'a (s.168) göre literatüre bakıldığında sanal topluluk ağlarının oluşturulması ile sosyal sermayenin hareketlenmesi arasındaki ilişki nitelendirilmiştir. Sosyal sermaye, bireylere ait sosyal ağ ve bağlar ile bu ağlar içerisinde bireylerin karşılıklı harekete geçme eğilimini ifade eder. Sosyal sermaye, bağ oluşturma, bilgi aktarımı ve bilgiyi sürdürme yoluyla ya da grup içi katılımı paylaşan kişileri, birbirine bağlayan nitelikli ağlar aracılığıyla çalışır. Diğer bir açıdan sosyal sermaye, sosyal ağların birbirlerine fayda sağlayan davranışları, işbirliğini özendirme derecesi ve bilgi paylaşımı ile bağlantılı bir değere sahip olmasını varsayar. Tüm bunlara ek olarak, kiliseler, mahalle grupları, dernekler, kulüpler gibi yerler neredeyse her çeşit sosyal ağ aracılığıyla etkileşim sağlayabilir. Putnam, sosyal sermayenin kolektif eylem ve daha geniş kolektif kimlik oluşturma gibi apayrı bireyleri birbirine bağlayarak köprü görevi gördüğünü savunur. Ayrıca, sosyal sermayenin 1950'lerin ortalarına kadar ABD'de artış gösterdiğini fakat 1960'larda ciddi bir düşüşün yaşanarak sosyal sermayede bir azalma olduğunu iddia etmektedir. 1995'lerde elektronik bir forumda buluşmanın bir salonda buluşmaya eşdeğer olmayacağını öne süren Putnam'ın sosyal sermaye hakkındaki görüşü 2000'li yıllarda değişim göstererek internet etkisinin topluluğu geliştirmedeki aracı rolünü gözler önüne serer (akt, Ellis vd. 2005).

2.3.1.4. Sosyal Kavramsal Teori

Hsu vd. sosyal kavramsal teoriyi, bireysel etkileşimi oluşturmak için temel rol oynayan davranış, çevre ve kişisel olmak üzere üç faktörden oluştuğunu belirtir. Sosyal kavramsal teoriyi, Lu vd. bireysel kişisel faktörlerin davranış ve çevresel yön ile etkileşime girmesiyle üçlü karşılıklılık ile sonuçlandığını ifade eder. Bandura, öz yeterlilik ve sonuç beklentisinin kişisel faktörlerin belirleyicileri arasında yer aldığını

savunur. Papadopoulos vd. kişisel özellikleri ve davranışı etkileyebileceği için güven ve fedakârlığı, çevresel faktör olarak kabul eder (akt, Fauzi vd. 2020).

2.3.1.5. Sosyal Kimlik Teorisi

Turner, bireyin kişisel özelliklerinin paylaşım davranışını sosyal kimlik teorisinin belirleyeceğini belirtir. Bu teori, bir gruba olan aidiyet duygusundan oluşmaktadır. Kişiyi grup içerisinde tanımlayan, birey temelli bir yapıdır. Sosyal kimlik, topluluk içerisindeki bireyi diğer kişilerden ayırır. Sosyal kimliği, Kumi ve Sabherwal, etkileşimli psikoloji sürecini bilişsel, duyuşsal ve değerlendirici olmak üzere üçe ayırır. Üyelerin benlik saygısını geliştirerek tutum ve davranışları olumlu yönde etkilemesi sosyal gruplar içindeki kişisel kimlik ile mümkündür. Grubun duygusal bağlanmasında etkin rol oynayan ise duygusal alandır. Grup içi ilişkilerde değerlendircilik kişisel benlik saygısı için oldukça önemlidir. Öz kimlikte bilişsellik, bir gruba ait farkındalığın oluşturulması ve amaçlanan hedeflere ulaşılmasıdır (akt, Fauzi vd. 2020). Bu özellikler kişilerin kimliklerini geliştirerek onların tutum ve davranışlarına açtığı yolları ifade eder.

2.3.1.6. Sosyal Değişim Teorisi (SET)

Chen ve Hung, profesyonel sanal gruplarda bilgi paylaşım davranışları için önemli faktörleri kişiler arası güven, karşılıklılık, algılanan göreceli avantaj ve öz yeterlik olmak üzere dört sınıfa ayırır. Bu sınıflandırmayı ise SET ve sosyal bilişsel teoriye dayandırmıştır (akt, Pan, 2014). Staples ve Webster'e göre SET, kişilerarası sözleşmeye müstenit olmayan bir ilişkiyi açıklamak üzere geliştirilmiştir. Phang vd.'a göre sanal topluluk çalışmalarındaki sosyal değişim, çevrimiçi topluluklardaki kişilerarası katılımın kendilerine bir tür yarar sağladığını farz etmektedir (akt, Fauzi vd. 2020). Fauzi vd.'a (s.43) göre VC, üyelerin mütenevvi kaynaklar aracılığıyla bilgiye ulaşmaları ve ulaşılan bilgileri sunmaları için bir platform işlevi görür. Bu kaynaklar, sosyal değişim açısından soyut ya da somuttur. Değişim esnasında fayda veya maliyet oluşturabilir. Bu teorisinin kullanımı, araştırmacıların, kullanıcılar tarafından kullanılacak boyut veya faktörlerin hangilerinin yüksek düzeyde algılandığını değerlendirmesini kolaylaştırabilir

Sosyal değişim teorisinin uzantıları mevcuttur. Kısaca bahsetmek gerekirse bu teoriler üçe ayrılır. Bunlardan ilki değer teorisidir. Harper'a göre bu teori, kişilerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek objelere dayalı olarak çeşitli değerlere bağlı olduklarını ifade eder. İkincisi rasyonel eylem kuramıdır. Bu teori SET'e benzemektedir. Hau vd. bu teoriyi kişinin belirli bir eylemden yarar sağladığını algılaması üzerine o eyleme yönelme olasılığının artması anlamına geldiğini savunur. Örneğin bireyin kazandığı bir örgütsel ödölü çevrimiçi platformda paylaşması diğer kullanıcıları da güdüleyecek ve böylece ödölü kazanmak isteyen diğer kullanıcılar harekete geçecektir. Son olarak ise organizasyonel destek teorisi yer alır. Eisenberger vd.'a göre bu teori, bir örgüt içinde örgütsel destek ve denetçi desteği olmak üzere davranışı oluşturan iki algı kategorisinin bulunduğunu belirtir. Bununla birlikte, kişilerin, organizasyona karşı olan yardımlarına ve topluluk içindeki rahatlığına dayalı genel inancı simgeler. Bu teori, örgüt içinde bir davranışı oluşturan örgütsel destek ve denetçi desteği olmak üzere iki destek tipini öngörmektedir (akt, Fauzi vd. 2020). C. Luo vd.'a (s.2) göre SET, psikoloji, ekonomi ve sosyolojinin kesişiminden meydana gelir. Homans, başkalarının tepkilerini ödüllendirmeye bağlı eylemleri kişiler arasındaki alışveriş ilişkilerine benzetir. Ona göre sosyal davranış maddi ve maddi olmayan malların mübadelesidir. İnsanlar verdikleri ölçüde alma eğilimindedir yani değiş tokuşlarda dengeyi sağlamak oldukça önem arz eder. Bu durumun altında yatan neden ise kişilerin ödölü ulaşma arzusudur (akt, C. Luo vd. 2020).

SET, sanal topluluk üyeleri arasındaki etkileşimin yeni üyeleri dâhil etmesiyle birlikte değer teorisi fırsatını artırma yönünde olumlu bir dürtüye sahip olmasıyla gerçekleşebilir. Bireyler gruplardan aldığı yanıtlar çerçevesinde SET'i gerçekleştirmek için daha fazla zaman harcama eğilimi gösterebilir. Sanal topluluklarda katılımcılar arasındaki etkileşimin güçlü olması iletişimi gerçekleştirecek üyelere bağlıdır. Grupla güçlü bağların kurulması, yeni üyelerinde bunu algılayarak bu bağa ortak olmalarına fırsat verebilir.

Blanchard, (s.2111) üyelerin sanal topluluklarda destek alışverişinde bulunmalarının birçok yolunun olduğunu dile getirir. Ona göre destek, yayınlarda bütün katılımcıların ulaşması için açıkça paylaşılabilir veya mail vasıtasıyla gerçekleştirilebilir. Wellman ve Guilia, kamuya açık destek alışverişinin, destekleyici mübadeleye fiilen oldukça az kişi katıldığında, üyelerin destekleyici bir grup olma

idrakının arttığını savundular. Böylece, katılımcıların bir kısmı karşılıklı yardımlaşsa dahi, grubun çok destekleyici olduğu izlenimi oluşturulmuş olur. Ancak, grup üyelerinin tamamı mesaja ulaşabileceği için, mesajın oluşturulmasında pasif kişiler de destek alışverişinden yararlanabilir. Grup içinde ve bireyler arasındaki davranışı anlamak için ana kuramlardan biri sosyal değişim teorisidir. Cropanzano ve Mitchell'a göre SET, bireylerin birbirlerine yardım etme, destek, sevgi ve bilgi alışverişinde bulunmalarının nedenlerini açıklar. Goulder ise bu teorinin, hemen hemen evrensel karşılıklılık normuna dayandığını ifade eder. Flynn bu karşılıklılığın, iki kişi arasındaki yardım alışverişinin doğrudan bir yolla olabileceği gibi, grubun tamamıyla da dolaylı yoldan gerçekleşebileceği yargısına varmaktadır. Ayrıca ona göre SET, üyelerin duygusal bağlanmalarının, destek alışverişinde bulundukları canlı tarafından yönetilmesidir. Blanchard (s.2112), bu ifadelerden değiş tokuşun karşılıklı olmasının, bağlanmanın iki sosyal değiş tokuş partneri arasında kalacağını ancak mübadele bir grup içinde doğrudan gerçekleşmezse, bağlanmanın bu defa tüm gruba karşı olacağı sonucunu çıkarır. Ek olarak ise dijital ortamda destek alışverişinde bulunmanın sanal topluluklar ile olumlu bir ilişkisinin olduğu gözler önüne serilir (akt, Blanchard, 2008).

2.3.1.7. Beklenti Onaylamama Teorisi (EDT)

Beklenti doğrulama teorisi olarak da bilinen bu teori, Fauzi vd.'a (2020: 43) göre üyelerin sanal topluluk platformlarına bilgi bulmak için katıldıklarını varsayar. Üyeliklerini sürdürmeleri, ihtiyaç duydukları bilgilere ulaşmaları doğrultusunda oluşacak olan memnuniyetlerine göre yön kazanacaktır.

2.3.1.8. Kullanım ve Tatmin Teorisi (U&G teorisi)

Fauzi vd.'a (2020: 44) göre U&G teorisi, bir grup içerisinde kişilerarası iletişim gerçekleşirken oluşan mesajlar veya kullanıcıların hür iradeleriyle bilgiyi istedikleri platformda aramalarıyla birlikte önceliklerinin faaliyete geçirilmesi sürecidir. Bu teoriyle ilgili farklı boyut ve teoriler mevcuttur. Fakat sanal topluluklar bağlamında ele alınacak en önemli model topluluk teorisidir. Topluluk teorisi duygusu U&G teorisine göre eleştirel yapı sunar. McMillan ve Chavis (1986) tarafından formüle edilen topluluk teorisini, McMillan (1996) geliştiren kişi oldu. Bu teoriye daha önce değinmiştik (s.20,

21, 22). Kısaca değinmek gerekirse bu teori, öncelikle üyelik ve aidiyet duygusuna vurgu yapar. Üyeliğin kişinin topluluğa karşı olan aidiyet ve güven duygusuna ayrıca grup içindeki kabullenme durumuna işaret eder. McMillan topluluk duygusundaki bilişsel uyumsuzluk üzerinde durmuştur. Üyelerin topluluk için yaptıkları fedakârlığın topluluk duygusunu kolaylaştıracağını ve bunun güven, yetki duygusu son olarak da gruba karşı sadakati oluşturacağını savunurlar (McMillan, 1996:315).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

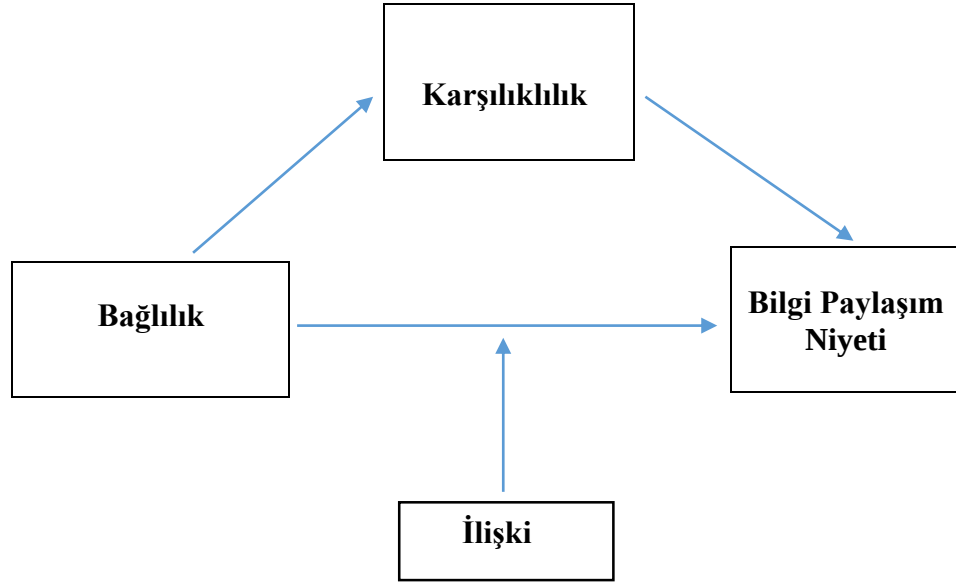
SANAL TOPLULUKLARA BAĞLILIĞIN BİLGİ PAYLAŞIMINA ETKİSİ

Bu bölümde, araştırma sonucu elde edilen verilerin analizi yapılmaya çalışılmıştır. Bu analizler örnekleme ait demografik özellikleri, ölçeklere ilişkin yapılan açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri diğer analizler yapılarak açıklanmıştır. Hipotezlerin geçerliliği incelenmiştir.

3.1. ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLERİ

Sanal toplulukların temelini, insanlar oluşturmaktadır. İnsanların birbirleriyle kurdukları ilişki, geleneksel yaşamdan moderne ve böylelikle de dijital platformlara taşınmıştır. Bu dönüşümle birlikte, sanal platformlar çeşitlilik kazanarak, insan toplulukları haline gelmiştir. Topluluklar tıpkı geleneksel dönemde olduğu gibi sanal ortamda da bir araya gelerek topluluklaşmış, ortak hedef veya amaçlar dâhilinde beraberliklerini, kendi istekleriyle sürdürmeye devam etmiştir. Ayrıca insanlar arası ilişki ve karşılıklılık esası da hem geleneksel yaşamda hem de dijital platformlarda mevcut bir gerçekliği ifade etmektedir. İnsanlar, ilişkilerini karşılıklı olarak sürdürmektedir. Bu nedenle sanal topluluklara bağlı olan bireyler arası karşılıklı ilişki de esas alınarak aşağıda oluşturulan modele dâhil edilmiştir. Sanal topluluklara bağlılık ve grup içi bilgi paylaşım niyetinin grup içerisindeki ilişkinin moderatör (düzenleyici) etkisinin bulunduğu savunulmaktadır. Bunun yanında sanal topluluklara bağlılık ile grup içi bilgi paylaşım niyetinde karşılıklılığın mediatör (aracı) etkisinin bulunduğu varsayılır. Bu durum neticesinde, sanal topluluklara katılarak bağlılıkları artan bireylerin, grup içerisinde ki bilgi paylaşım niyetlerini ne oranda etkilediğini ortaya koymak amaçlanmıştır.

Sanal topluluklara mensup olan bireyler arası düzenleyici etkiye sahip ilişkinin ve aracı rol üstlenen karşılıklılık ilkesinin de etkisiyle, bireylerin gruba olan bağlılıklarının, bilgi paylaşım niyeti üzerindeki etkisi araştırılırken, sosyo-demografik değişkenlerin söz konusu bu iki değişken ile olan etkileri de araştırılmıştır. Grup içi bağlılık ile bilgi paylaşımı arasında moderatör (düzenleyici) etkiye sahip ilişki modeli Şekil 3.1’de mevcuttur.



Şekil 3.1. Sanal Topluluklarda Bağlılık, Bilgi Paylaşım Niyeti, İlişki (Moderatör) ve Karşılıklılık (Mediatör) Modeli

Araştırmaya dâhil edilen grup içi ilişkinin, sanal topluluklara bağlı bireylerin grupta bilgi paylaşım niyetleri üzerinde moderatör (düzenleyici) bir etkiye sahip olup olmadığı doğrulanmak istenmiştir. Grup içinde karşılıklılık esasına dayalı hareket eden bireylerin sanal topluluklara bağlılığı ile oluşan bilgi paylaşım niyeti üzerinde mediatör (aracı) bir etkiye sahip olup olmadığının doğrulanması için hipotezler test edilmiştir. Bu bilgiler ışığında araştırmanın ana sorusu: “Sanal topluluklara bağlılık, bilgi paylaşımını etkiler mi?” şeklindedir. Bu ana sorunun yanında araştırmamız için oluşturulan hipotezler şu şekilde sıralanmıştır:

H1: Sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyeti sosyo-demografik değişkenlere göre farklılık göstermektedir.

H1a: Sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyetinin etkisi katılımcıların yaşına göre farklılık göstermektedir.

H1b: Sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyetinin etkisi katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.

H1c: Sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyetinin etkisi katılımcıların medeni durumuna göre farklılık göstermektedir.

H1d: Sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyetinin etkisi katılımcıların eğitim seviyesine göre farklılık göstermektedir.

H1e: Sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyetinin etkisi katılımcıların gelir seviyesine göre farklılık göstermektedir.

H2: Sanal topluluk üyelerinin gruba bağlılığı ile grup içerisinde bilgi paylaşım niyetleri arasında grup ile olan ilişkinin moderatör (düzenleyici) rolü vardır.

H3: Sanal topluluk üyelerinin gruba bağlılığı ile grup içerisinde bilgi paylaşım niyetleri arasında karşılıklılığın mediatör (aracılık) rolü vardır.

3.2. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırmada alan araştırma yöntemi kullanılmış olup, veri toplama aracı olarak anket uygulanmıştır. Katılımcıların, anketleri baskı altında kalmadan doldurmalarını sağlamak amacıyla anket formundaki bilgilendirme bölümünde, çalışma sonuçlarının yalnızca akademik amaçlı kullanılacağını ve aynı zamanda şahsi bilgilerinin yer almayacağı vurgulanmıştır. Katılımcıların isimlerine ait bir bilgi yer almamaktadır. Bu araştırmadan elde edilen verilerden yola çıkarak sanal topluluk mensuplarının, bağlı oldukları dijital gruplarda ne oranda bilgi paylaşım niyeti sergiledikleri araştırılarak birtakım sonuçlara ulaşılabileceği varsayılmıştır. Araştırmamızın evreni Türkiye’de ki sosyal medya kullanıcılarından oluşmaktadır ve örneklem ise Facebook’ta bulunan dört sanal topluluktan oluşmaktadır. Bu nedenle çalışma yalnızca söz konusu dört sanal topluluğa mensup kişilerin görüşleriyle de sınırlıdır. Ayrıca çalışmada, araştırma evreni ve örneklem büyüklüğünden dolayı nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup, katılımcılardan daha fazla bilgi edinilmesinin sağlandığı nitel araştırma yönteminin kullanılmaması bir diğer kısıtı ortaya koymaktadır.

Sanal topluluklara bağlılıktan yola çıkan bu çalışma ile bağlılığın bilgi paylaşımı üzerindeki etkileri araştırıldı. Sosyal değişim faktörlerinden ilişki ve karşılıklılığın bilgi paylaşımı üzerindeki etkilerini keşfetmek için bütünleştirici bir model önerilmiştir. Ampirik sonuçlar hipotezlerimizi desteklemektedir. Bu çalışma ile bilgi paylaşım sürecinde bağlılığın, önemli rolü olduğu doğrulanmıştır. Bulgularımız ayrıca, sosyal değişim faktörlerinin bireylerin bağlılık algıları üzerinde önemli etkileri olduğunu kanıtlamıştır. Bu çalışma, bilim insanlarının bilgi paylaşım mekânizmasını daha iyi

anlamalarına katkı sağlayacağını öngörmektedir. Ülkemizde sanal topluluklara bağlılık sonucu, bilgi alışverişini teşvik etmek için yenilikçi yönetim stratejileri ve bilgi teknolojilerini uygulamak gerekmektedir.

Ayrıca bu çalışmanın sınırlılıkları mevcuttur. Bunlardan ilki, sosyal değişim faktörlerinin tümünün, tek bir çalışmaya dâhil edilmesinin oldukça güç olduğunu kabul ederek, sadece iki bağımsız değişkenin dâhil edilmesidir. Gelecekteki araştırmaların ek değişkenlerle oluşturulması ve bunların bireylerin sanal topluluklara bağlılığının bilgi paylaşımı üzerindeki etkilerini keşfetmesi gerekmektedir. İkincisi ise, verilerin yalnızca ülkemizde toplanmasıdır. Coğrafi ve demografik özellikler açısından örneklemimizin Türkiye'deki sanal toplum üyeleri için temsil edilebilirliği doğrulanmış olsa da, bulguların diğer ülkelerde farklı olup olmayacağı bilinmemektedir. Bu nedenle, gelecekteki araştırmaların çalışmamızı farklı kültürel ortamlara sahip diğer ülkelerde de tekrarlaması, çalışmanın geçerliliğini daha da artıracaktır. Son olarak ise çalışma, ülkemizde sınırlı sayıdaki sanal toplumlar üzerinde gerçekleşti. Her biri sınırlı alanlardaki bilgi alışverişinin gerçekleştiği gruplardan oluştuğu için, farklı bilgi alışveriş türleri ile üyeler arasında bilgi alışverişinin gerçekleşebileceği konularda da çalışmalar yapılmalıdır. Unutulmamalıdır ki farklı birçok alanda ve konuda sanal toplum grupları mevcuttur. Çalışma yalnızca, Facebook'ta bulunan sanal toplum gruplarına yapılması, araştırmanın kısıtını ortaya çıkarmaktadır. Tüm bunlar nezdinde bulguların genelleşmesi açısından, sanal toplumlar üzerinde daha fazla benzer araştırma yapılması çalışmanın güvenilirliğini artıracaktır. Bu durumun, akademisyenlerin ve uygulayıcıların farklı sanal toplum türlerinde ki bireylerin davranış ve bilişlerini daha iyi anlamalarına katkı sağlayabileceği öngörülmektedir.

3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmanın konusuyla alakalı literatür taraması geniş bir biçimde yapılmıştır. Sanal topluluklara bağlılığın bilgi paylaşımı üzerindeki etkisinin kapsamı anlaşılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın boyutlarının neler olacağına karar verilmesi için literatür taraması yapılmıştır. Bu taramanın sonucuna göre, sanal toplum üyelerinin gruba olan duygusal, devamlılık taahhüdü ve normatif bağlılıkları ile bilgi paylaşımı niyeti, sosyal değişim teorisinin faktörleri olan karşılıklılık ve ilişki boyutlarının araştırılmasına karar verilmiştir. Çalışmada, nicel araştırma yöntemlerinden alan araştırma yöntemi

kullanılmış olup veri toplama tekniklerinden anket sistemi uygulanmıştır. Anketimizde, katılımcıların sanal topluluklara bağlılığını ölçmek amacıyla Allen ve Meyer (1990) tarafından oluşturulan üç tür bağlılık modeli uyarlanarak kullanılmıştır. Bunlar duygusal bağlılık, devamlılık taahhüdü ve normatif bağlılıktır. Katılımcılara bu modellere ait sorular sorularak bu soruları cevaplamaları istenmiştir. Bock vd. (2005) başta olmak üzere, Marett ve Joshi (2009), Lai ve Chan (2014), Luo vd. (2020) tarafından da çalışmalarında yürütülen bilgi paylaşım niyeti ölçeği araştırmamıza uyarlanmıştır. Çalışmada ayrıca ilişki (Bock vd. 2005) ve karşılıklılık (Kankanhalli vd. 2005) ölçeklerini Luo vd.'nin de kendi çalışmalarına uyarladıkları sosyal değişim teorilerinden yararlanılmıştır. İlişki ve karşılıklılık faktörlerinin, insanlar arası iletişimin temellerini oluşturduğunu düşünerek, çalışmamızda yararlanılması gerektiği kanaatine varılmıştır. Aynı zamanda sosyal değişim faydası olarak ilişki ve karşılıklılık boyutu, katılımcı bağlılığının öncüllerindendir. Bulgularımız, katılımcı bağlılığının bileşenlerine ve bunların bilgi paylaşımındaki ayırt edici aracılık rollerine büyük ölçüde ışık tutarak sanal topluluklar, bağlılık ve bilgi paylaşımı hakkında literatüre katkı sağlar.

Araştırmamızın çalışma evrenini Türkiye’de bulunan sosyal medya kullanıcıları oluşturmaktadır. Örneklemimiz ise Facebook’ta bulunan ‘Bilim Kulübü’, ‘Düşünce Özgürlüğü’, ‘Psikoloji’, ‘Pozitif Düşünce ve Beyin Gücü’ sanal gruplarındaki aktif kişilerden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir.

Örneklem büyüklüğünün saptanması için Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004: 50), tarafından oluşturulan örneklem büyüklükleri tablosu baz alınmıştır. Buna göre Türkiye’deki 60 milyon sosyal medya kullanıcılarından oluşan çalışma evrenini temsil ederek, yüzde 5 hata payına sahip ve yüzde 95 güven aralığında bulunan toplam 597 öğrenci araştırmada örneklem olarak seçilmiştir. Bu örneklemden elde edilen anket formlarından 197’si eksik doldurulduğu için geçersiz sayılarak, analizler 400 anket formu üzerinden yürütülmüştür. Uç değerler hesaplandığında ise bu sayının 376’ya düştüğü gözlemlenmiştir.

3.3.1. Verilerin Toplanması

Veri toplama tekniği olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket, online olarak gerçekleştirilmiştir. Bu yöntem, soruların tamamının yanıtlanması, bilgilerin doğruluğunun test edilmesinin kolaylaşması ve anketin doğrudan denek tarafından doldurulması, literatüre ve çalışmacıya yarar sağladığı için tercih edilmiştir.

Araştırmamız, çevrimiçi bir anket aracılığıyla Facebook'ta bulunan, Bilim Kulübü', 'Düşünce Özgürlüğü', 'Psikoloji', 'Pozitif Düşünce ve Beyin Gücü', sanal topluluklarına üye kişilerden rastgele toplanan, 376 kişiye uygulanan anket sonuçlarının analiz edilmesiyle doğrulanmıştır. Anket formu için internet üzerinden bir link oluşturulmuştur. İlk olarak yukarıda belirtilen grup yöneticilerinden gerekli izinler alınmıştır. Daha sonra bu anket formu bu dört ayrı grupta paylaşarak, sanal topluluk üyelerinden yanıtlamaları rica edilmiştir. Bunun yanı sıra grup üyelerine, Facebook üzerinden teker teker anket formu gönderilerek, mümkün olduğunca daha fazla kişiye ulaşmak istenmiştir. Bu yöntemin kullanılması, hem soruları yanıtlayanlar açısından hem de geri dönüşlerin daha hızlı olması açısından kolaylık sağlamıştır.

Veriler, dijital ortamda online olarak hazırlanmış ve surveey.com aracılığıyla oluşturularak toplanmıştır. Anket formunun başında çalışma tanımlanmıştır ve verilerin yalnızca akademik amaçlı kullanılacağı belirtilmiştir. Form iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, demografi soruları yer almaktadır. İkinci bölümde ise sanal topluluklara bağlılığın bilgi paylaşımına etkisini ölçmek üzere belirlenen sorularla birlikte ilişki ve karşılıklılık ölçeğine ait sorular yer almaktadır.

Bock vd. (2005) tarafından geliştirilerek Luo vd. (2020) tarafından çalışmalarına uyarlanan ve 4 ifadeden oluşan ilişki ölçeği, ilk dört soruyu ifade etmektedir. Ölçek soruları ise Tablo 3.1.'de yer almaktadır.

Tablo 3.1. İlişki Ölçeği İfadeleri

1.	Bu sanal topluluktaki birçok üyeyle güçlü bir ilişkim var.
2.	Gruptaki diğer üyelerle birlikte sık sık yeni arkadaşlar edinirim.
3.	Diğer üyelerle ortak ilgi alanlara sahibim.
4.	Bilgi paylaşımım, bu sanal topluluktaki üyelerle aramdaki bağları güçlendirir.

Kaynak: Luo vd. 2020:9.

Kankanhalli tarafından geliştirilen, Luo vd. (2020)'nin çalışmalarında yararlandığı karşılıklılık ölçeği ise 4 ifadeden oluşmuş olup 5-8 arası sorulardan oluşur. Karşılıklılık ölçeği soruları Tablo 3.2.'de yer almaktadır.

Tablo 3.2. Karşılıklılık Ölçeği İfadeleri

5.	Bilgi paylaştığımda, bir cevap verdiğim için bir cevap alacağıma inanıyorum.
6.	Bilgi paylaştığımda, diğer üyelerin ihtiyacım olduğunda yanıt vermesini bekliyorum.
7.	Bilgi paylaştığımda, ihtiyacım olduğunda bilgiyi geri almayı bekliyorum.
8.	Grupta bilgi paylaştığımda, sorularımın cevaplanacağına inanıyorum.

Kaynak: Luo vd. 2020:9.

Toplam 23 ifadeden oluşan anket formunda, 11 ifadeden oluşan bağlılık ölçeğine yer verilmiştir. Ölçekte yer alan 9-12 arası sorular duygusal bağlılığı, 13-15 arası sorular devamlılık bağlılığını ve 16-19 arası sorular normatif bağlılığı ifade etmekte olup Tablo 3.3.'de verilmiştir.

Tablo 3.3. Bağlılık ile İlgili Ölçek İfadeleri

DUYGUSAL BAĞLILIK	
9.	Bu sanal topluluğun benim için büyük bir duygusal çekiciliği var.
10.	Bu sanal topluluğa duygusal olarak bağlanmak kolaydır.
11.	Grubun değerini, grup dışındaki insanlarla tartışmaya hazırım.
12.	Bu sanal topluluğun benim için büyük bir kişisel anlamı var.
DEVAMLILIK BAĞLILIĞI	
13.	Gruptan ayrılırsam birden çok kaybım olacağını düşünüyorum.
14.	Bu sanal topluluğu bırakmak, büyük ölçüde kişisel fedakârlığa yol açar.
15.	Gruptan ayrılırsam birden çok kaybım olacağını düşünüyorum.
NORMATİF BAĞLILIK	
16.	Grupta kalmak için ahlaki bir zorunluluk hissediyorum.
17.	Bu sanal toplulukla devam etme sorumluluğunu üstlendiğimi düşünüyorum.
18.	Sanal topluluk sadakatimi hak ediyor.
19.	Gruptan ayrılırsam kendimi suçlu hissederim.

Kaynak: Luo vd. 2020:9.

Lai ve Chen (2014), Bock vd. (2005)'nin çalışmalarında yer verdiği ve ayrıca Luo vd. tarafından çalışmalarına uyarlanan bilgi paylaşım niyeti ölçeği, 4 ifadeden

oluşmaktadır. Bilgi paylaşım niyeti ölçeği 20-23 arası soruları ifade etmekle birlikte Tablo 3.4.'te yer almaktadır.

Tablo 3.4. Bilgi Paylaşım Niyeti Ölçeği İfadeleri

20.	Bilgilerimi bu sanal topluluktaki diğer üyelerle sık sık paylaşmak niyetindeyim.
21.	Bir konu hakkında biraz bilgim olduğunda, onu sanal toplulukta yayınlamak isterim.
22.	Bilgimi her zaman diğer sanal topluluk üyelerinin isteği üzerine sağlayacağım.
23.	Bilgilerimi sıklıkla diğer üyelerle aktif olarak paylaşıyorum.

Kaynak: Luo vd. 2020:9.

Ankette yer alan sorularda, 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır. Ölçeğe yönelik ifadeler, 1: 'Hiç Katılmıyorum', 2: 'Katılmıyorum', 3: 'Kararsızım', 4: 'Katılıyorum' ve 5: 'Kesinlikle Katılıyorum' şeklinde sıralanmıştır. Anket formunda ters soru ifadesi bulunmamaktadır. Anket formundaki sorulara ilişkin gerekli düzenlemeler için akademisyenler ile görüşülmüştür. Pilot çalışmalar neticesinde sorular düzenlenmiştir. Anket formunda yer alan soru ifadeleri ekler bölümünde mevcuttur.

Anket formunun, literatüre uygun bir şekilde hazırlanmasına önem verilmiştir. Bu nedenle anket formunun üst bölümüne araştırmanın içeriği ve elde edilen bilgilerin gizliliğine ait gerekli açıklamalar yapılmıştır. Anket online olarak hazırlanıp, sunulduğu için tüm sorular zorunlu seçeneği ile tüm soruların eksiksiz cevaplanması sağlanmıştır.

3.3.2. Örneklem Ait Temel Karakteristik ve Demografik Veriler

Araştırmanın ana kütlesi, Facebook'ta bulunan sanal topluluklar içerisindeki dört gruptan seçilmiştir. Söz konusu sanal topluluklara üye sayıları Tablo 3.5.'de yer almaktadır.

Tablo 3.5. Anketin Facebook'ta Uygulandığı Sanal Topluluklar ve Üye Sayıları

Gurup Adı	Gurup Aktif Kişi
Bilim Kulübü	80,700
Düşünce Özgürlüğü	89,700
Pozitif Düşünce ve Beyin Gücü	235,900
Psikoloji	62,800

3.3.3. Ölçeklere Ait Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları (AFA)

3.3.3.1. İlişki Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi

Tablo 3.6. İlişki Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi

İFADELER	FAKTÖR YÜKÜ
1.Bu sanal topluluktaki birçok üyeyle güçlü bir ilişkim var.	0,872
2.Gruptaki diğer üyelerle birlikte sık sık yeni arkadaşlar edinirim.	0,829
3.Diğer üyelerle ortak ilgi alanlara sahibim.	0,822
4.Bilgi paylaşımım, bu sanal topluluktaki üyelerle aramdaki bağları güçlendirir.	0,826

İlişki ölçeğine uygulanan temel bileşenler faktör analizine göre KMO örneklem uygunluğu değeri 0,794 ve Barlett Küresellik testi normal dağılım göstererek anlamlı ($p=0,000$) çıkmıştır. Genel olarak örgütsel bağlılık ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı $\alpha=0,85$, olarak hesaplanmıştır. Ölçeğe uygun olarak yapılan DFA verilerinin model olarak uygulandığında Şekil 3.2’de, model uyum indeksleri ise Tablo 3.14’te gösterilmiştir.

3.3.3.2. Karşılıklılık Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi

Tablo 3.7. Karşılıklılık Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi

İFADELER	FAKTÖR YÜKÜ
5.Bilgi paylaştığımda, bir cevap verdiğim için bir cevap alacağıma inanıyorum.	0,882
6.Bilgi paylaştığımda, diğer üyelerin ihtiyacım olduğunda yanıt vermesini bekliyorum.	0,904
7.Bilgi paylaştığımda, ihtiyacım olduğunda bilgiyi geri almayı bekliyorum.	0,885
8.Grupta bilgi paylaştığımda, sorularımın cevaplanacağına inanıyorum.	0,879

Karşılıklılık ölçeğine uygulanan temel bileşenler faktör analizine göre KMO örneklem uygunluğu değeri 0,817 ve Barlett Küresellik testi normal dağılım göstererek anlamlı ($p=0,000$) çıkmıştır. Genel olarak örgütsel bağlılık ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı $\alpha=0,91$, olarak hesaplanmıştır. Ölçeğe uygun olarak yapılan DFA verilerinin model olarak uygulandığında Şekil 3.3’de, model uyum indeksleri ise Tablo 3.15’de gösterilmiştir.

3.3.3.3. Bağıllık Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi

Tablo 3.8. Bağıllık Açımlayıcı Faktör Analizi

İFADELER	FAKTÖRLER		
	Duygusal	Devamlılık	Normatif
9. Bu sanal topluluğun benim için büyük bir duygusal çekiciliği var.	0,796		
10. Bu sanal topluluğa duygusal olarak bağlanmak kolaydır.	0,721		
11. Grubun değerini, grup dışındaki insanlarla tartışmaya hazırım.	0,674		
12. Bu sanal topluluğun benim için büyük bir kişisel anlamı var.	0,826		
13.Gruptan ayrılırsam birden çok kaybım olacağını düşünüyorum.		0,860	
14.Bu sanal topluluğu bırakmak, büyük ölçüde kişisel fedakârlığa yol açar.		0,844	
15.Gruptan ayrılırsam birden çok kaybım olacağını düşünüyorum.		0,833	
16. Grupta kalmak için ahlaki bir zorunluluk hissediyorum.			0,790
17. Bu sanal toplulukla devam etme sorumluluğunu üstlendiğimi düşünüyorum.			0,851
18. Sanal topluluk sadakatimi hak ediyor.			0,795
19. Gruptan ayrılırsam kendimi suçlu hissedirim.			0,823

Bağıllık ölçeğine uygulanan temel bileşenler faktör analizine göre KMO örneklem uygunluğu değeri 0,936 ve Barlett Küresellik testi normal dağılım göstererek anlamlı ($p=0,000$) çıkmıştır. Genel olarak örgütsel bağıllık ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı $\alpha=0,94$, olarak hesaplanmıştır. Ölçeğe uygun olarak yapılan DFA verilerinin model olarak uygulandığında Şekil 3.4'te, model uyum indeksleri ise Tablo 3.16'da gösterilmiştir.

3.3.3.4. Bilgi Paylaşım Niyeti Açımlayıcı Faktör Analizi

Tablo 3.9. Bilgi Paylaşım Niyeti Açımlayıcı Faktör Analizi

İFADELER	FAKTÖR YÜKÜ
20.Bilgilerimi bu sanal topluluktaki diğer üyelerle sık sık paylaşmak niyetindeyim.	0,894
21.Bir konu hakkında biraz bilgim olduğunda, onu sanal toplulukta yayınlamak isterim.	0,893
22.Bilgimi her zaman diğer sanal topluluk üyelerinin isteği üzerine sağlayacağım.	0,870
23.Bilgilerimi sıklıkla diğer üyelerle aktif olarak paylaşıyorum.	0,912

Bilgi paylaşım niyeti ölçeğine uygulanan temel bileşenler faktör analizine göre KMO örneklem uygunluğu değeri 0,854 ve Barlett Küresellik testi normal dağılım göstererek anlamlı ($p=0,000$) çıkmıştır. Genel olarak örgütsel bağlılık ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı $\alpha=0,91$, olarak hesaplanmıştır. Ölçeğe uygun olarak yapılan DFA verilerinin model olarak uygulandığında Şekil 3.5'te, model uyum indeksleri ise Tablo 3.17'de gösterilmiştir.

3.3.4. Ölçeklere Ait Ortalama Değerler

Tablo 3.10. İlişki Ölçeğine Ait Ortalama Değerler ve Standart Sapmalar

İFADELER	Ortalama	Std. Sapma
İlişki Ölçeği		
1.Bu sanal topluluktaki birçok üyeyle güçlü bir ilişkim var.	2,8032	1,23227
2.Gruptaki diğer üyelerle birlikte sık sık yeni arkadaşlar edinirim.	2,4681	1,18616
3.Diğer üyelerle ortak ilgi alanlara sahibim.	3,1463	1,13954
4.Bilgi paylaşımım, bu sanal topluluktaki üyelerle aramdaki bağları güçlendirir.	3,2261	1,27309
İlişki Ölçeği Genel Ortalama	2,9109	1,01162

Tablo 3.10.'da ilişki ölçeğinin her bir ifadeye ait ortalama ve standart sapma değerleri tespit edilmiştir. İlişki ölçeğinde yer alan ifadeler incelendiğinde, ortalama değerlerin 2.4681 ile 3.2261 arasında değiştiği görülmektedir. Buna göre genel ortalamaya bakıldığında (2.9109) sanal topluluklara üye katılımcılar arasındaki ilişkinin orta düzeye yakın olduğu söylenebilir.

Tablo 3.11. Karşılıklılık Ölçeğine Ait Ortalama Değerler ve Standart Sapmalar

İFADELER	Ortalama	Std. Sapma
Karşılıklılık Ölçeği		
5.Bilgi paylaştığımda, bir cevap verdiğim için bir cevap alacağıma inanıyorum.	3,5080	1,12898
6.Bilgi paylaştığımda, diğer üyelerin ihtiyacım olduğunda yanıt vermesini bekliyorum.	3,6596	1,13423
7.Bilgi paylaştığımda, ihtiyacım olduğunda bilgiyi geri almayı bekliyorum.	3,5452	1,14918
8.Grupta bilgi paylaştığımda, sorularımın cevaplanacağına inanıyorum.	3,5851	1,07490
Karşılıklılık Ölçeği Genel Ortalama	3,5745	,99571

Tablo 3.11’de karşılıklılık ölçeğinin her bir ifadeye ait ortalama ve standart sapma değerleri tespit edilmiştir. Karşılıklılık ölçeğinde yer alan ifadeler incelendiğinde, ortalama değerlerin 3.5080 ile 3.6596 arasında değiştiği görülmektedir. Buna göre genel ortalama 3.5745 değerine sahip olduğu için sanal topluluklara üye katılımcılar arasındaki karşılıklılık rolünün orta düzey olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3.12. Bağlılık Ölçeğine Ait Ortalama Değerler ve Standart Sapmalar

İFADELER	Ortalama	Std. Sapma
Bağlılık Ölçeği		
Duygusal Bağlılık		
9. Bu sanal topluluğun benim için büyük bir duygusal çekiciliği var.	2,6968	1,22794
10. Bu sanal topluluğa duygusal olarak bağlanmak kolaydır.	2,7633	1,19547
11. Grubun değerini, grup dışındaki insanlarla tartışmaya hazırım.	2,7979	1,21176
12. Bu sanal topluluğun benim için büyük bir kişisel anlamı var.	2,7340	1,22137
Duygusal Bağlılık Genel Ortalama	2,7480	1,03223
Devam Bağlılığı		
13.Gruptan ayrılırsam birden çok kaybım olacağını düşünüyorum.	2,4734	1,27094
14.Bu sanal topluluğu bırakmak, büyük ölçüde kişisel fedakârlığa yol açar.	2,4122	1,19231
15.Gruptan ayrılırsam birden çok kaybım olacağını düşünüyorum.	1,9069	1,13577
Devam Bağlılığı Genel Ortalama	2,2642	1,08945
Normatif Bağlılık		
16. Grupta kalmak için ahlaki bir zorunluluk hissediyorum.	2,0479	1,22544
17. Bu sanal toplulukla devam etme sorumluluğunu üstlendiğimi düşünüyorum.	2,3856	1,23189
18. Sanal topluluk sadakatimi hak ediyor.	2,6037	1,27117
19. Gruptan ayrılırsam kendimi suçlu hissederim.	2,0718	1,15593
Normatif Bağlılık Genel Ortalama	2,2773	1,07335
Bağlılık Ölçeği Genel Ortalama	2,4449	,97196

Tablo 3.12. incelendiğinde bağlılık ölçeğinin ortalama değerinin 2.4449 olduğu tespit edilmiştir. Bağlılık ölçeğinin birinci boyutu olan duygusal bağlılığa ait ifadelerin ortalamasının 2.7480, ikinci boyut olan devam bağlılığında yer alan ifadelerin ortalamasının 2.2642 ve üçüncü boyut olan normatif bağlılık ölçeğinde yer alan ifadelerin ortalamasının 2.2773 olduğu tespit edilmiştir. Bu değerler araştırmanın

yapıldığı sanal topluluklardaki bağlılık düzeyinin orta düzeyin biraz altında olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.13. Bilgi Paylaşım Niyeti Ölçeğine Ait Ortalama Değerler ve Standart Sapmalar

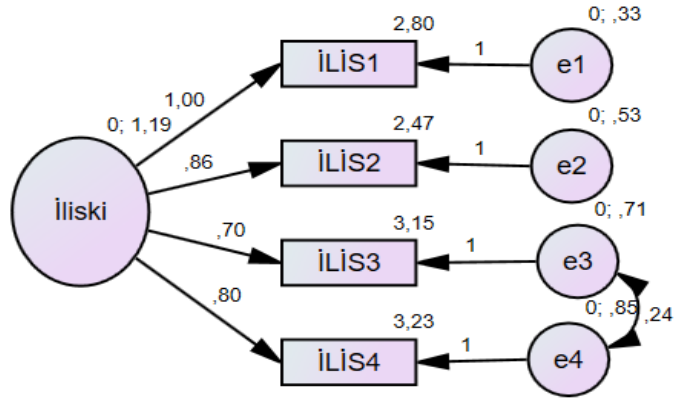
İFADELER	Ortalama	Std. Sapma
Bilgi Paylaşım Niyeti Ölçeği		
20.Bilgilerimi bu sanal topluluktaki diğer üyelerle sık sık paylaşmak niyetindeyim.	2,7979	1,31721
21.Bir konu hakkında biraz bilgim olduğunda, onu sanal toplulukta yayınlamak isterim.	3,0612	1,25814
22.Bilgimi her zaman diğer sanal topluluk üyelerinin isteği üzerine sağlayacağım.	2,7367	1,26167
23.Bilgilerimi sıklıkla diğer üyelerle aktif olarak paylaşıyorum.	2,8511	1,24543
Bilgi Paylaşım Niyeti Ölçeği Genel Ortalama	2,8617	1,13365

Tablo 3.13’de bilgi paylaşım niyeti ölçeğinin her bir ifadeye ait ortalama ve standart sapma değerleri tespit edilerek ortalama değerlerin 2.7367 ile 3.0612 arasında değiştiği gözlenmiştir. Buna göre, genel ortalamanın 2.8617 değerinde olması, sanal topluluk üyelerinin bilgi paylaşım niyetinin orta düzeye yakın olduğunu ifade etmektedir.

3.3.5. Ölçeklere Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucu (DFA)

Ölçeklere ait açımlayıcı faktör analizi yapılmış ve verilerimizin geçerliği ve güvenilirliği ile ilgili soru işaretleri ortadan kaldırılmıştır. Bu durumda bir adım sonrası olan doğrulayıcı faktör analizine geçilerek verilerimizin teori ile olan bağının uyumluluğuna bakılacaktır.

3.3.5.1. İlişki Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi



Şekil 3.2. İlişki Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

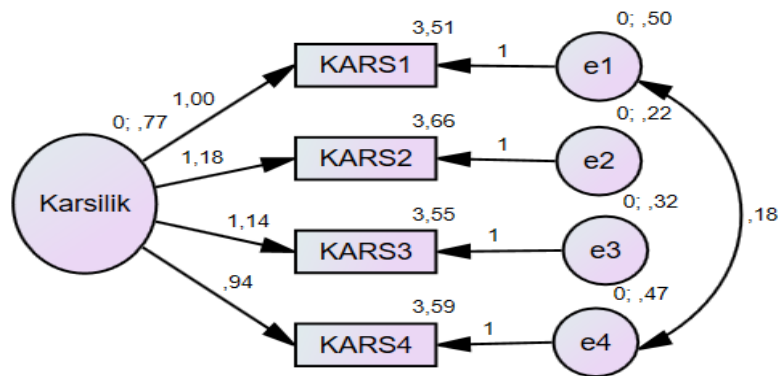
Tablo 3.14. İlişki Değişkeni Yapısal Eşitlik Modeli Uyum İyiliği İndeksleri

İndeksler	Değer	Uyum	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
CMIN/DF	1,62	İyi	$0 \leq \chi^2/sd \leq 2$	$2 < \chi^2/sd \leq 5$
NFI	,99	İyi	$,95 \leq$	$,90 \leq NFI \leq ,94$
IFI	,99	İyi	$,95 \leq$	$,90 \leq IFI \leq ,94$
TLI	,98	İyi	$,95 \leq$	$,90 \leq TLI \leq ,94$
CFI	,99	İyi	$,97 \leq$	$,95 \leq CFI \leq ,96$
RMSEA	,82	İyi	$\leq ,05$	$,06 \leq RMSEA \leq ,08$
SRMR	,007	İyi	$\leq ,05$	$,06 \leq SRMR \leq ,08$

Kaynak: Meydan ve Şeşen, 2011:37

DFA sonuçlarından kıkare uygunluk testine göre model, örneklem kovaryans yapısını açıklamada uygun bir modeldir ($P=,000$). Elde edilen verilerle, ölçme modelinin uyumlu olduğu sonucuna varılmıştır.

3.3.5.2. Karşılıklılık Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi



Şekil 3.3. Karşılıklılık Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

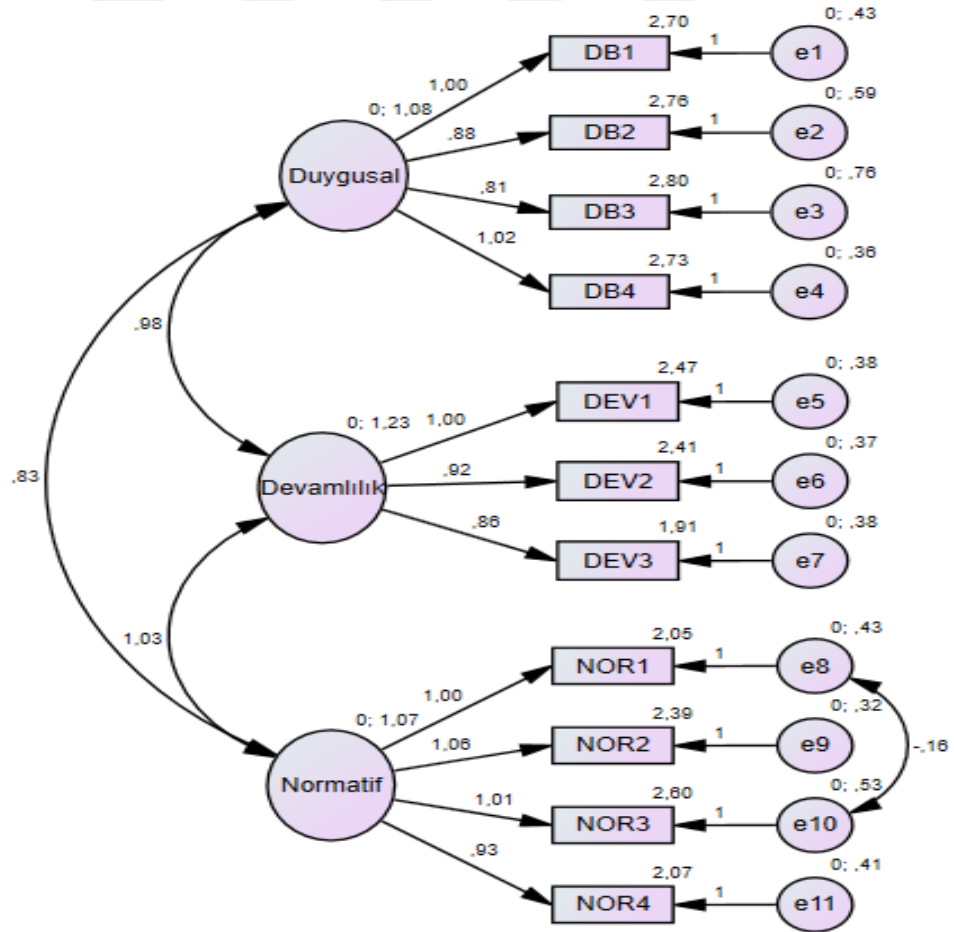
Tablo 3.15. Karşılıklılık Değişkeni Yapısal Eşitlik Modeli Uyum İyiliği İndeksleri

İndeksler	Değer	Uyum	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
CMIN/DF	3,50	Kabul Edilebilir	$0 \leq \chi^2/sd \leq 2$	$2 < \chi^2/sd \leq 5$
NFI	,99	İyi	$,95 \leq$	$,90 \leq NFI \leq ,94$
IFI	,99	İyi	$,95 \leq$	$,90 \leq IFI \leq ,94$
TLI	,99	İyi	$,95 \leq$	$,90 \leq TLI \leq ,94$
CFI	,99	İyi	$,97 \leq$	$,95 \leq CFI \leq ,96$
RMSEA	,41	İyi	$\leq ,05$	$,06 \leq RMSEA \leq ,08$
SRMR	,007	İyi	$\leq ,05$	$,06 \leq SRMR \leq ,08$

Kaynak: Meydan ve Şeşen, 2011:37

DFA sonuçlarından kıkare uygunluk testine göre model, örneklem kovaryans yapısını açıklamada uygun bir modeldir ($P=,000$). Elde edilen verilerle, ölçme modelinin uyumlu olduğu sonucuna varılmıştır.

3.3.5.3. Bağlılık Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

**Şekil 3.4.** Bağlılık Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

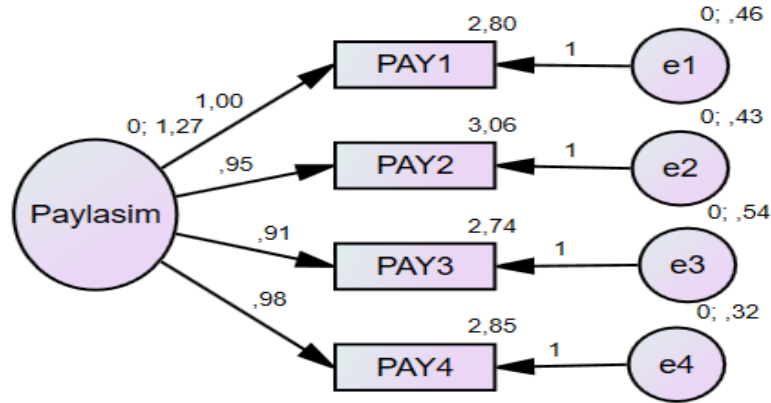
Tablo 3.16. Bağıllık Değişkeni Yapısal Eşitlik Modeli Uyum İyiliği İndeksleri

İndeksler	Değer	Uyum	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
CMIN/DF	4,61	Kabul Edilebilir	$0 \leq \chi^2/sd \leq 2$	$2 < \chi^2/sd \leq 5$
NFI	,95	İyi	$,95 \leq$	$,90 \leq NFI \leq ,94$
IFI	,96	İyi	$,95 \leq$	$,90 \leq IFI \leq ,94$
TLI	,94	Kabul Edilebilir	$,95 \leq$	$,90 \leq TLI \leq ,94$
CFI	,96	İyi	$,97 \leq$	$,95 \leq CFI \leq ,96$
RMSEA	,98	Orta Dereceli Uyum	$\leq ,05$	$,06 \leq RMSEA \leq ,08$
SRMR	,03	İyi	$\leq ,05$	$,06 \leq SRMR \leq ,08$

Kaynak: Meydan ve Şeşen, 2011:37

DFA sonuçlarından kıkare uygunluk testine göre model, örneklem kovaryans yapısını açıklamada uygun bir modeldir ($P=,000$). Elde edilen verilerle, ölçme modelinin uyumlu olduğu sonucuna varılmıştır.

3.3.5.4. Bilgi Paylaşım Niyeti Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

**Şekil 3.5.** Bilgi Paylaşım Niyeti Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi**Tablo 3.17.** Bilgi Paylaşım Niyeti Değişkeni Yapısal Eşitlik Modeli Uyum İyiliği İndeksleri

İndeksler	Değer	Uyum	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
CMIN/DF	1,50	İyi	$0 \leq \chi^2/sd \leq 2$	$2 < \chi^2/sd \leq 5$
NFI	,99	İyi	$,95 \leq$	$,90 \leq NFI \leq ,94$
IFI	,99	İyi	$,95 \leq$	$,90 \leq IFI \leq ,94$
TLI	,99	İyi	$,95 \leq$	$,90 \leq TLI \leq ,94$
CFI	,99	İyi	$,97 \leq$	$,95 \leq CFI \leq ,96$
RMSEA	,35	İyi	$\leq ,05$	$,06 \leq RMSEA \leq ,08$
SRMR	,007	İyi	$\leq ,05$	$,06 \leq SRMR \leq ,08$

Kaynak: Meydan ve Şeşen, 2011:37

DFA sonuçlarından kıkare uygunluk testine göre model, örneklem kovaryans yapısını açıklamada uygun bir modeldir ($P=,000$). Elde edilen verilerle, ölçme modelinin uyumlu olduğu sonucuna varılmıştır.

3.4. ANALİZ VE BULGULAR

Araştırmada toplanan verilerin analiz edilmesi için öncelikle tanımsal istatistikler yapılmıştır. Ölçeklerin güvenirlik ve geçerliliğinin, açımlayıcı faktör analiziyle doğrulanması için SPSS paket programı kullanılmıştır. Ayrıca doğrulayıcı faktör analizi için de AMOS paket programı kullanılmıştır. Ölçeklerin güvenirlikleri için de Cronbach Alfa değerlerine bakılmıştır. Bunun yanı sıra araştırma değişkenlerine verilen cevapların, katılımcıların demografik özelliklerine göre değişip değişmediğini görmek üzere Bağımsız Gruplar T-testi, Tek Yönlü Varyans Analizi-ANOVA ve İkili Karşılaştırma Testleri-Scheffe ve Tamhane testi olmak üzere fark testleri yapılmıştır. Değişkenler arası ilişkileri test etmek için Yol ve Regresyon Analizleri de çalışmaya eklenmiştir.

Bağlılık modelini sosyal değişim teorilerinden ilişki ve karşılıklılık ile bütünleştirerek sanal topluluklarda, üyeler üzerindeki sosyal değişim yararının üyelerin bilgi alışverişi davranışları üzerindeki etkisine aracılık ettiği görülmektedir. Araştırmada uygulanan anket formundaki soruların, katılımcılar nezdinde anlaşılıp anlaşılmadığını ve ayrıca katılımcıların çoğunluğu tarafından tutarlı cevaplar verip verilmediğini belirlemek için geçerlilik ve güvenirlik analizi yapılmıştır. Araştırma kapsamında ilişki ölçeği, karşılıklılık ölçeği, bağlılık ölçeği ve bilgi paylaşım niyeti ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekler uluslararası literatürde birçok alanda kullanılmalarına karşın farklı bir kültürde çalışmaya ışık tutacak olması nedeniyle geçerlilik analizine tabi tutulmaktadır. Açımlayıcı faktör analizi açısından verilerin uygunluğunu belirlemek üzere “KaiserMeyer-Olkin (KMO) and Bartlett's Test” analizleri yapılmış olup analizlere ait bulgular ifade edilmiştir. KMO değerinin 0,90 ve 1,00 arasında iyi bir değere sahip olduğu genel kabul görmüştür. Verilerin açımlayıcı faktör analizi için uygunluğunu belirlemek üzere “Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) and Bartlett's Test” analizleri yapılmış olup; KMO=,957 ve Bartlett's Test of Sphericity=7198,203 olarak $p<0.05$ önem düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Dolayısıyla verilerin açımlayıcı faktör analizi yapmak için uygunluğu belirlenmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin tümüne

ait Cronbach Alfa katsayısı $\alpha=0,961$, olarak bulunmuştur. 376 kişiden oluşan örneklem grubunun yeterli olduğu görülmektedir. Bağlılık, bilgi paylaşım niyeti, karşılıklılık ve ilişki ölçeklerinin açımlayıcı faktör analizinde 376 veriye ait frekans ve yüzde dağılımları Tablo 3.18.'de yer almaktadır.

Tablo 3.18. Katılımcılara Ait Demografik Veriler

Değişken	Değişken Değeri	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın Erkek	231 145	61,4% 38,6%
Yaş	18 ve altı 19-24 25-34 35-44 45-54 55 ve üstü	7 57 213 50 24 25	1,9% 15,2% 56,6% 13,3% 6,4% 6,6%
Eğitim Seviyesi	İlköğretim Mezunu Lise Mezunu Lisans Lisansüstü	20 64 217 75	5,3% 17,0% 57,7% 19,9%
Medeni Hal	Bekâr Evli	198 178	52,7% 47,3%
Gelir Seviyesi	Asgari ücret ve altı 3000-59999 6000-9999 10 bin ve üstü	130 164 60 22	34,6% 43,6% 16,0% 5,9%

Araştırmaya katılan toplam 376 katılımcıdan, cinsiyetlerini belirten kadınların oranı %61,4 (n= 231), erkeklerin oranı ise %38,6'dır (n= 145).

Araştırma kapsamında yaş değişkeni “18 ve altı”, “19-24 yaş”, “25-34 yaş” “35-44 yaş”, “45-54 yaş” ve “55 yaş ve üstü” olmak üzere altı grup halinde incelenmiştir. Buna göre yaşlarını belirten katılımcılardan, 18 yaş ve altı olanların oranı %1,9 (n= 7), 19-24 yaş aralığına sahip olanların oranı %15,2 (n= 57), 25-34 yaş aralığına sahip olanların oranı %56,6 (n=213), 35-44 yaş aralığına sahip olanların oranı %13,3 (n=50), 45-54 yaş aralığına sahip olanların oranı %6,4 (n=24) ve 55 ve üstü yaş aralığına sahip olanların oranı ise %6,6'dır (n=25).

Eğitim seviyeleri dört grupta toplanmaktadır. İlköğretim Mezunu seviyesinde olanların oranı %5,3 (n=20), Lise Mezunu seviyesinde olanların oranı %17,0 (n=64), Lisans seviyesinde olanların oranı %57,7 (n=217) ve Lisansüstü eğitim seviyesine sahip olanların oranı ise %19,9'dır (n=75).

Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde evli olanların oranı 47,3 (n= 178), bekâr olanların oranı %52,7 'dir (n= 198).

Son olarak gelir seviyesi Asgari ücret ve altı olanların oranı %34,6 (n=130), 3000-5999 gelir aralığına sahip olanların oranı %43,6 (n=164), 6000-9999 gelir aralığında olanların oranı %16,0 (n=60) ve 10 bin ve üstü gelir seviyesine sahip olanların oranı ise %5,9'dur (n=22).

Demografik verilere ait değişkenlerin ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır (Bkz. Tablo 3.19).

Tablo 3.19. Demografik Verilerin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	N	Ortalama	Std. Sapma
Cinsiyet	376	1,3856	,48739
Yaş	376	3,2713	1,06874
Eğitim Seviyesi	376	2,9229	,76029
Medeni Hal	376	1,4734	,49996
Gelir Seviyesi	376	1,9309	,85822

Tablo 3.18. incelendiğinde katılımcıların 'cinsiyet' ortalaması $1,3856 \pm 48739$, 'yaş' ortalaması $3,2713 \pm 1,06874$, 'eğitim seviyesi' ortalaması $2,9229 \pm ,76029$, 'medeni hal' ortalaması $1,4734 \pm ,49996$, 'gelir seviyesi' ortalaması $1,9309 \pm ,85822$ olarak saptanmıştır.

3.5. ARAŞTIRMA KAPSAMINDA KULLANILAN İSTATİSTİKLER

Çalışmanın bu bölümünde, katılımcıların bağlılık, bilgi paylaşım niyeti, ilişki ve karşılıklılık algıları; yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim ve gelir seviyesi değişkenleriyle karşılaştırılarak parametrik testlere tabi tutulmuştur. Araştırma kapsamında, hipotezleri test etmek amacıyla değişkenler arası ilişkiler analiz edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkiler analiz edilirken Faktör Analizi, Bağımsız Gruplar T-

testi, Tek Yönlü Varyans Analizi-ANOVA analizi, İkili Karşılaştırma Testleri- Scheffe ve Tamhane, Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ve Yol Analizi gibi istatistiksel testler uygulanmıştır.

3.5.1. Demografik Değişkenlerin Analiz Sonuçları

Katılımcıların sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyeti etkisinin, sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiğine dair H1 ve buna bağlı H1a, H1b, H1c, H1d ve H1e alt hipotezlerini test etmek üzere bağımsız gruplar t testi ve tek faktörlü ANOVA analizi yapılmıştır. Ayrıca Post Hoc testlerinden Scheffe ve Tamhane testleri yapılmıştır. Sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyetinin etkisi katılımcıların yaşına göre istatistiki anlamda anlamlı bir fark gösterdiğini ifade eden H1a hipotezini test etmek üzere yapılan tek yönlü ANOVA analizi sonuçları Tablo 3.20’de görülmektedir.

Tablo 3.20. Sanal Topluluk Gruplarında Bilgi Paylaşım Niyeti Etkisinin Katılımcıların Yaşına Göre Farklılaşmasına Yönelik Tek Faktörlü ANOVA Analizi Sonuçları

DEĞİŞKEN		N	$\bar{X}$	SS	LEVENE TESTİ				ANOVA	
GRUP					F	DF1	DF2	P	F	P
BİLGİPAYLAŞIM NİYETİ	18 ve altı	7	2,5000	,92421	5,425	5	370	,000	5,694	,000*
	19-24	57	2,9605	,99192						
	5-34	213	2,7441	1,16818						
	35-44	50	2,8050	1,17074						
	45-54	24	2,7604	,95120						
	55 ve üstü	25	3,9500	,64550						

Tablo 3.20’de yer alan veriler incelendiğinde Levene testine ait p değeri 0.05’den küçük olduğu için grup varyansları homojen değildir. Bu durumda tek yönlü ANOVA testinin ön şartı sağlanamamıştır. Bu nedenle Welch testi uygulanmıştır (Bkz. Tablo 3.21).

Tablo 3.21. Sanal Topluluk Gruplarında Bilgi Paylaşım Niyeti Etkisinin Katılımcıların Yaşına Göre Farklılaşmasında Welch Testi Sonuçları

Bilgi Paylaşım Niyeti

	Statistic ^a	df1	df2	Sig.
Welch	13,116	5	45,851	,000

Tablo 3.21 incelendiğinde $p < 0.05$ olduğu için katılımcıların bilgi paylaşım niyeti, yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterir. Bu nedenle H1a hipotezi kabul edilmiştir. Bu farklılığın hangi yaş gruplarından kaynaklandığı ise Post hoc testlerinden olan tamhane testiyle belirlenmiştir. Analize ait veriler Tablo 3.22’de yer almaktadır.

Tablo 3.22. Tamhane İkili Grup Karşılaştırma Testi Sonucu

55 ve üstü	18 ve altı	1,45000	,37241	,071	-,1003	3,0003
	19-24	,98947*	,18420	,000	,4306	1,5483
	25-34	1,20587*	,15190	,000	,7364	1,6753
	35-44	1,14500*	,20995	,000	,5093	1,7807
	45-54	1,18958*	,23316	,000	,4641	1,9151

Tablo 3.22. incelendiğinde tamhane testi aracılığıyla ortaya çıkan bu farklılığın, 55 yaş ve üstü katılımcıların 19-24, 25-34, 35-44, 45-54 yaş aralığına sahip katılımcılarla aralarında ortaya çıktığı görülmektedir. Ayrıca hangi yaş aralığına ait katılımcıların daha fazla bilgi paylaşım niyetine sahip olduğunu tespit etmek üzere Descriptive tablosuna aşağıda yer verilmiştir (Bkz. Tablo 3.23).

Tablo 3.23. Katılımcıların Yaş Ortalamaları

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
18 ve altı	7	2,5000	,92421	,34932
19-24	57	2,9605	,99192	,13138
25-34	213	2,7441	1,16818	,08004
35-44	50	2,8050	1,17074	,16557
45-54	24	2,7604	,95120	,19416
55 ve üstü	25	3,9500	,64550	,12910
Total	376	2,8617	1,13365	,05846

Tablo 3.23.’e göre grup ortalamalarına bakıldığında 55 yaş ve üstü katılımcıların bilgi paylaşım niyetinin, 19-24, 25-34, 35-44, 45-54 yaş aralığına sahip katılımcılara oranla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyetinin etkisi katılımcıların cinsiyetlerine göre istatistiki anlamda anlamlı bir farklılık gösterdiğini ifade eden H1b

hipotezini test etmek üzere yapılan bağımsız gruplar t testi sonuçları Tablo 3.24.'te görülmektedir.

Tablo 3.24. Sanal Topluluk Gruplarında Bilgi Paylaşım Niyeti Etkisinin Katılımcıların Cinsiyetine Göre Farklılaşmasına Yönelik Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları

DEİŞKEN		N	$\bar{X}$	SS	LEVENE TESTİ		t TESTİ		
	GRUP				F	P	T	DF	P
BİLGİ PAYLAŞIM NİYETİ	Kadın	231	2,7792	1,10629	1,006	,316	-1,786	374	,075*
	Erkek	145	2,9931	1,16776					

Tablo 3.24'te yer alan veriler incelendiğinde t testinin p değeri 0.05'den büyük ($p=0,075$) olduğu için katılımcıların bilgi paylaşım niyeti, cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu nedenle H1b hipotezi reddedilmiştir.

Sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyetinin etkisi katılımcıların medeni durumlarına göre istatistiki anlamda anlamlı bir farklılık gösterdiğini ifade eden H1b hipotezini test etmek üzere yapılan bağımsız gruplar t testi sonuçları Tablo 3.25'de görülmektedir.

Tablo 3.25. Sanal Topluluk Gruplarında Bilgi Paylaşım Niyeti Etkisinin Katılımcıların Medeni Durumuna Göre Farklılaşmasına Yönelik Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları

DEĞİŞKEN		N	$\bar{X}$	SS	LEVENE TESTİ		t TESTİ		
	GRUP				F	P	T	DF	P
BİLGİ PAYLAŞIM NİYETİ	Bekâr	198	2,7614	1,11556	,405	,525	-1,816	374	,070*
	Evli	178	2,9733	1,14626					

Tablo 3.25'de yer alan veriler incelendiğinde t testinin p değeri 0.05'den büyük ($p=0,070$) olduğu için katılımcıların bilgi paylaşım niyeti, medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu nedenle H1c hipotezi reddedilmiştir.

Sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyetinin etkisi katılımcıların eğitim düzeyine göre istatistiki anlamda anlamlı bir fark gösterdiğini ifade eden H1d hipotezini test etmek üzere yapılan tek yönlü ANOVA analizi sonuçları Tablo 3.26'da görülmektedir.

Tablo 3.26. Sanal Topluluk Gruplarında Bilgi Paylaşım Niyeti Etkisinin Katılımcıların Eğitim Seviyesine Göre Farklılaşmasına Yönelik Tek Faktörlü ANOVA Analizi Sonuçları

DEĞİŞKEN		N	$\bar{X}$	SS	LEVENE TESTİ				ANOVA	
GRUP					F	DF1	DF2	P	F	P
BİLGİ PAYLAŞIM NİYETİ	İlköğretim Mezunu	1130	3,4375	1,12646	3,106	3	372	,027	1,848	,138
	Lise Mezunu	164	2,8594	1,10722						
	Lisans	60	2,8249	1,08113						
	Lisansüstü	22	2,8167	1,27894						

Tablo 3.26’da yer alan veriler incelendiğinde Levene testine ait p değeri 0.05’den küçük olduğu için grup varyansları homojen değildir. Bu durumda tek yönlü ANOVA testinin ön şartı sağlanamamıştır. Bu nedenle Welch testi uygulanmıştır (Bkz. Tablo 3.27).

Tablo 3.27. Sanal Topluluk Gruplarında Bilgi Paylaşım Niyeti Etkisinin Katılımcıların Eğitim Düzeyine Göre Farklılaşmasında Welch Testi Sonuçları

Bilgi Paylaşım Niyeti

	Statistic ^a	df1	df2	Sig.
Welch	1,824	3	73,079	,150

Tablo 3.27. incelendiğinde $p > 0.05$ olduğu için katılımcıların bilgi paylaşım niyeti, eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Bu nedenle H1d hipotezi reddedilmiştir.

Sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyetinin etkisi katılımcıların gelir seviyesine göre istatistiki anlamda anlamlı bir fark gösterdiğini ifade eden H1e hipotezini test etmek üzere yapılan tek yönlü ANOVA analizi sonuçları Tablo 3.28’de görülmektedir.

Tablo 3.28. Sanal Topluluk Gruplarında Bilgi Paylaşım Niyeti Etkisinin Katılımcıların Gelir Seviyesine Göre Farklılaşmasına Yönelik Tek Faktörlü ANOVA Analizi Sonuçları

DEĞİŞKEN		N	$\bar{X}$	SS	LEVENE TESTİ				ANOVA	
GRUP					F	DF1	DF2	P	F	P
Bilgi Paylaşımı	Asgari ücret ve altı	130	2,7885	1,06997	,484	3	372	,694	4,445	,004
	3000-5999	164	2,7790	1,15095						
	6000-9999	60	2,9500	1,11690						
	10 bin ve üstü	22	3,6705	1,15570						

Tablo 3.28’de yer alan veriler incelendiğinde Levene testine ait $p > 0.05$ olduğu için varyans homojenliği sağlanmıştır. ANOVA tablosundaki p değeri 0.05’den küçük (pbilgi paylaşımı= ,004) olduğu için katılımcıların bilgi paylaşım niyeti, gelir seviyesine göre anlamlı bir farklılık gösterir. Bu nedenle H1e hipotezi kabul edilmiştir. Bu farklılığın hangi gelir seviyesine ait gruplardan kaynaklandığı ise Post hoc testlerinden olan Tukey ve Scheffe testleriyle belirlenmiştir. Dört grup karşılaştırıldığından ve her bir grubun gözlem sayısı farklı olduğundan ikili karşılaştırma (post hoc) Scheffe testinin yorumlanması tercih edilmiştir. Analize ait veriler Tablo 3.29’da yer almaktadır.

Tablo 3.29. Scheffe Test Sonucu

10 bin ve üstü	Asgari ücret ve altı	,88199*	,25782	,009
	3000-5999	,89149*	,25392	,007
	6000-9999	,72045	,27874	,085

Tablo 3.29 incelendiğinde Scheffe testi aracılığıyla bu farklılık, 10 bin ve üstü, Asgari ücret ve altı ile 3000-5999 gelir seviyesi aralığına sahip katılımcılar olmak üzere üç grup arasında ortaya çıktığı görülmektedir. Ayrıca hangi gelir seviyesi aralığına ait katılımcıların daha fazla bilgi paylaşım niyetine sahip olduğunu tespit etmek üzere Descriptive tablosuna aşağıda yer verilmiştir (Bkz. Tablo 3.30).

Tablo 3.30. Katılımcıların Gelir Durumu Ortalamaları

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Asgari ücret ve altı	130	2,7885	1,06997	,09384
3000-5999	164	2,7790	1,15095	,08987
6000-9999	60	2,9500	1,11690	,14419
10 bin ve üstü	22	3,6705	1,15570	,24640
Total	376	2,8617	1,13365	,05846

Tablo 3.30'a göre grup ortalamalarına bakıldığında 10 bin ve üstü gelir seviyesine sahip katılımcıların bilgi paylaşım niyetinin, Asgari ücret ve altı ile 3000-5999 gelir seviyesine sahip katılımcılara oranla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyeti etkisinin, sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiğine dair H1 ana hipotezi ve buna bağlı H1a, H1b, H1c, H1d ve H1e alt hipotezlerinin test sonuçları Tablo 3.31'de yer almaktadır.

Tablo 3.31. H1 Hipotezi ve Buna Bağlı Alt Hipotezlere İlişkin Test Sonuçları

İLGİLİ HİPOTEZLER		SONUÇ
H1. Sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyeti sosyo-demografik değişkenlere göre farklılık göstermektedir.		
	H1a. Sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyetinin etkisi katılımcıların yaşına göre farklılık göstermektedir.	KABUL
	H1b. Sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyetinin etkisi katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.	RET
	H1c. Sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyetinin etkisi katılımcıların medeni durumuna göre farklılık göstermektedir.	RET
	H1d. Sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyetinin etkisi katılımcıların eğitim seviyesine göre farklılık göstermektedir.	RET
	H1e. Sanal topluluk gruplarında bilgi paylaşım niyetinin etkisi katılımcıların gelir seviyesine göre farklılık göstermektedir.	KABUL

Sanal topluluk üyelerinin gruba bağlılığı ile grup içerisinde bilgi paylaşım niyetleri arasındaki grup ile olan ilişkinin moderatör (düzenleyici) rolü olduğuna dair H2 hipotezini test etmek üzere basit doğrusal regresyon analizi Tablo 3.32'de yer almaktadır.

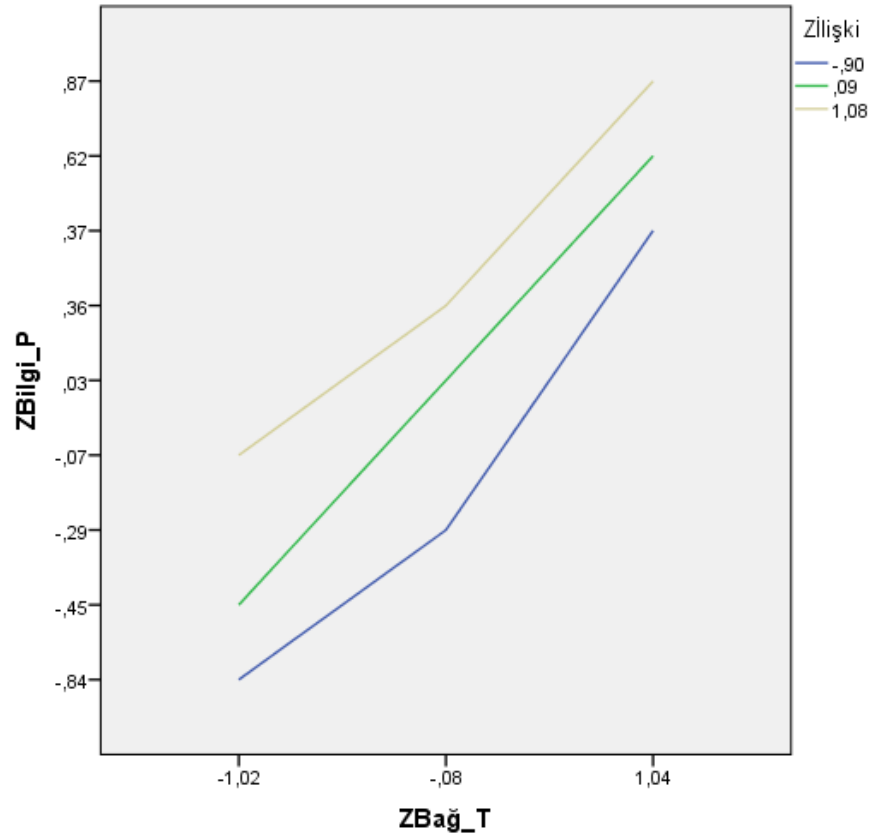
Tablo 3.32. Gruba Bağlılık ve Bilgi Paylaşım Niyetleri ile Grup İçi İlişkinin Düzenleyici Rolü Olduğuna Dair Çoklu Doğrusal Regresyon Analiz Sonuçları

	Model Summary		ANOVA ^a		Coefficients ^a		
Bağımlı Değişken: Moderatör (Düzenleyici) Değişken:İlişki	R	R Square	F	Sig.	Beta	T	Sig.
Bağımsız Değişken: Bağlılık	,744 ^a	,554	231,278	,000 ^b	,412	8,088	,000
Bilgi Paylaşım Niyeti					,387	7,593	,000

Analiz sonucuna göre Tablo 3.32 incelendiğinde sanal topluluk üyelerinin gruba bağlılığı ile grup içerisinde bilgi paylaşım niyetleri arasındaki grup ile olan ilişkinin moderatör (düzenleyici) rolü vardır. Tablo incelendiğinde P değeri, $0,00 < 0,05$ olduğu için bağlılık ve bilgi paylaşım niyeti ilişkisi istatistiksel olarak anlamlı şekilde yordamıştır. Moderatör rol üstlenen ilişkiyi en fazla etkileyen değişken bağlılık (,412) iken daha az etkileyeni bilgi paylaşım niyetidir (,387). Buna göre H2 kabul edilmiştir (Bkz. Tablo 3.33).

Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında düzenleyici rol oynayabilecek bir değişkeni tespit edebilmek için öncelikle değişkenleri standardize edilmiş bir hale getirmek gerekmektedir. Daha sonra düzenleyici etkiyi bulabilmek için bağımsız değişken ile düzenleyici olan değişkeni birbirleri ile çarpımını yaparak “etkileşim” değişkeni elde etmemiz gerekmektedir. Yapılan bu işlemler aşağıda sıralanarak düzenleyici rol ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Sonuçların daha açıklayıcı olması amacıyla bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında düzenleyici rolü gösterebilmek için grafik oluşturulmuştur. Şekil 3.6’da ilgili grafik yer almaktadır.



Şekil 3.6. Bağımlı ve Bağımsız Değişkenler Arasında Düzenleyici Rol Grafiği

Grafikte düzenleyici değişkenimiz olan ilişkinin düşük, orta ve yüksek düzeylerde bilgi paylaşımı ile grup bağlılığı arasında düzenleyici bir rol üstlendiğini ortaya koymaktadır. Grup bağlılığı arttığında üyelerin bilgi paylaşım niyetlerinde de belirgin bir artış meydana gelmektedir.

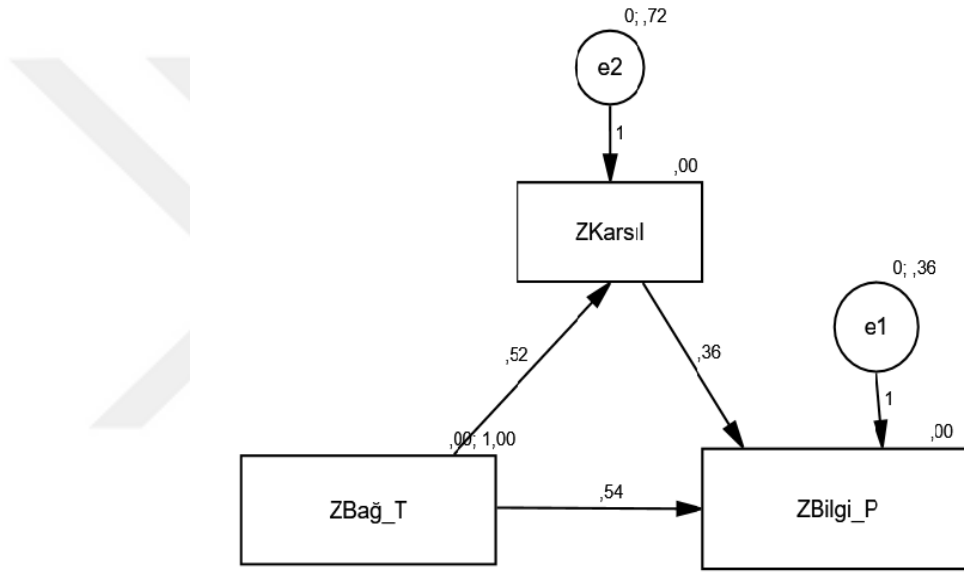
Tablo 3.33. H2 Hipotezine İlişkin Test Sonuçları

H2	SONUÇ
Sanal topluluk üyelerinin gruba bağlılığı ile grup içerisinde bilgi paylaşım niyetleri arasındaki grup ile olan ilişkinin moderatör (düzenleyici) rolü vardır.	KABUL

Sanal topluluk üyelerinin gruba bağlılığı ile grup içerisinde bilgi paylaşım niyetleri arasındaki ilişkide karşılıklılığın mediatör (aracılık) rolü olduğuna dair H3 hipotezini test etmek üzere yol analizi yapılmıştır (Bkz. Tablo 3.34).

Baron ve Kenny'ye göre (1986), Aracı değişkenin gerçekten aracı olup olmadığının anlaşılması için bazı varsayımların yerine getirilmesi gerekmektedir. İlk varsayıma göre grup bağlılığı (Bağımsız değişken) ile bilgi paylaşma niyeti (Bağımlı

değişken) arasında anlamlı bir doğrusal ilişkinin var olmasıdır. İkincisi grup bağlılığı ile aracı değişken olan karşılıklılık arasında doğrusal ilişki ve üçüncüsü bilgi paylaşım niyeti ile aracı değişken olan karşılıklılık arasında doğrusal ilişki arasında anlamlı bir doğrusal ilişkinin varlığıdır. Bu üç varsayım sağlandıktan sonra Bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkide aracı değişken modele dâhil edildiğinde bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamsızlaşması (tam aracı etki) veya bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin öncekine göre azalması (kısmi aracı etki) gerekir. Ancak bu durumda aracı etki vardır denir. (Baron ve Kenny, 1986).



Şekil 3.7. Gruba Bağlılık ile Grup İçerisinde Bilgi Paylaşım Niyeti Arasındaki İlişkide Karşılıklılık Değişkenine Ait Yol Analizi

Tablo 3.34. Gruba Bağlılık ile Grup İçerisinde Bilgi Paylaşım Niyeti Arasındaki İlişkide Karşılıklılık Değişkeninin Standardize Edilmiş Kestirim Sonuçları

Değişkenler Yol Analizi Sonuçları	Estimate	S.E.	Est.\ S.E.	P
Bağlılık & Bilgi Paylaşım Niyeti	,734	,035	20,940	,000
Bağlılık & Karşılıklılık	,525	,044	11,934	,000
Karşılıklılık & Bilgi Paylaşım Niyeti	,544	,037	14,830	,000
Bağlılık & Karşılıklılık & Bilgi Paylaşım Niyeti	,362	,037	9,874	,000

Baron ve Kenny (1986) tarafından aracı değişken için önerilen varsayımlar için, grup bağlılığı ve bilgi paylaşım niyeti arasında anlamlı bir doğrusal ilişkinin bulunduğu;

grup bağıllığı ile karşılıklılık arasında da anlamlı bir doğrusal ilişkinin bulunduğu; bilgi paylaşım niyeti ile karşılıklılık arasında doğrusal bir ilişkinin bulunduğu ve bu varsayımların sağlanmasından itibaren bilgi paylaşım niyetini açıklayan grup bağıllığı değişkenine ait katsayısının 0,734'den 0,362 değerine düştüğü ve bu anlamda aradaki ilişkiyi açıklama oranının yükseldiği görülmüştür. (Tablo 3.34).

Analiz sonuçları incelendiğinde sanal topluluk üyelerinin gruba bağıllığı ile grup içerisinde bilgi paylaşım niyetleri arasındaki ilişkide karşılıklılığın mediatör (aracılık) rolü ortaya çıkmasından dolayı H3 kabul edilmiştir (Bkz. Tablo 3.35).

Tablo 3.35. H3 Hipotezine İlişkin Test Sonuçları

H3	SONUÇ
Sanal topluluk üyelerinin gruba bağıllığı ile grup içerisinde bilgi paylaşım niyetleri arasındaki ilişkide karşılıklılığın mediatör (aracılık) rolü vardır.	KABUL

TARTIŞMA VE SONUÇ

Sanal iletişim, yüz yüze iletişimin yerini alan bir tarzda gelişmemekte ama iletişimin yeni bir biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Kişiler arası iletişimin yeni şekillenmiş bir hali olarak sanal ortam, iletişimde “aracı” konumunda bulunmaktadır. Sanal ortamda kimlikler bedensiz olarak oluşmakta ve sanal topluluklara dönüşmektedir (Akkaş, İ. 2013: 51). Geleneksel olarak başlayan topluluklar sanallaşmış ve böylece sanal topluluk grupları işleyişlerini sürdürür olmuştur. Toplulukları geleneksel ve sanal açıdan değerlendirdiğimizde birçok farklılığın meydana çıktığını görmekteyiz. Geleneksel topluluklarda yüz yüze iletişim söz konusu iken sanal topluluklarda nicknameler mevcuttur. Geleneksel toplulukta katılanlar birebir iletişim gerçekleştirdikleri için grup içerisindeki davranışlarına dikkat ederken sanal topluluklarda bu durum söz konusu değildir. Özgüveni düşük biri sanal topluluk gruplarında kendini daha iyi ifade edebilir ve bu durumu gizleyebilir. Yine geleneksel topluluklara girmek ve çıkmak zorken sanal topluluklarda bu durumun aksi söz konusudur. Bireyler istedikleri zaman bu tür gruplara girebilir, istediği zamanda çıkabilir. Bireylerin gruba karşı böyle bir sorumluluğu yoktur. Sanal topluluklar üzerinde bir iç denetim de tam anlamıyla sağlanmış değildir. Kurallara aykırı davranan bireyin üyelik işlemleri sonlandırılrsa bile farklı bir nickname kullanarak gruba yeniden üye olabilir. Bu gibi nedenler bireyleri gelenekselden koparıp sanallaşma yönünde motive edebilir. Sanal topluluklar kısmen insanları günlük yaşamdaki etkinliklerinden uzaklaştırsa bile, tümüyle fiziki yaşamdaki ilişkilerine bir alternatif oluşturmamaktadır. Hatta birçok kişi için sanal ortam, fiziki dünyada bir araya gelmek istedikleri insanlarla tanışma mekânıdır. Öte yandan sanal topluluklar, alaca karanlıkta sürdürülen ilişkiler sayesinde, insanlara, uygarlığın getirdiği toplumsal baskılardan uzaklaşma imkânı vermekte ve onları rahatlatmaktadır (Bozkurt, 1999). İlişki, bir sosyal gruplarda bulunan insanların, grup içerisindeki diğer üyelerle bağlantılarını ve arkadaşlıklarını güçlendirdiklerine inanma derecesi olarak adlandırılabilir. Grup içerisinde, insanların birbiriyle olan etkileşimi ilişkinin temelini oluşturabilir. Etkileşimin bireyler arasında yoğun olması aynı zamanda güçlü ilişkileri meydana getirebilir. Dolayısıyla ilişki kavramı gerçek hayatta olduğu gibi sanal hayatta da varlığını sürdürebilmektedir. Bu nedenle de sanal topluluklara üye bireylerin gruba olan bağlılıkları duygusal ilişkiyle sağlanabileceği gibi normatif olarak da sağlanabilir. Ayrıca bu tür ilişkiler de bireylerin,

sanal topluluk gruplarında kalmaya devam etmelerini taahhüt edebilir. Bu varsayımlar neticesinde ilişki kavramını çalışmaya dâhil ederek bireyler arası ilişkinin moderatör etkiye sahip olduğu ileri sürülmüştür. Nitekim çıkan sonuçlara bakıldığında bu konuyla ilgili olan ikinci hipotezin basit doğrusal regresyon analiz sonuçlarına göre doğrulandığı görülmektedir. Analiz sonucuna göre P değeri, 000 ile anlamlı, R^2 değeri ise 0,616 ile orta düzey pozitif etkiye sahiptir. Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında düzenleyici rol oynayabilecek bir değişkeni tespit etmek için değişkenler standardize edilmiştir. Düzenleyici etkiyi bulmak için ise bağımsız değişken ile düzenleyici olan değişkeni birbirleri ile çarpımını yaparak “etkileşim” değişkeni elde edilmiş olup düzenleyici rol ortaya çıkarılmıştır. Daha da açık ifade edebilmek adına grafik oluşturulmuştur (Bkz. Şekil 2.8). Grafik, düzenleyici değişkenimiz olan ilişkinin, bilgi paylaşımı ile grup bağlılığı arasında düşük, orta ve yüksek düzeylerde moderatör bir rol üstlendiğini ortaya koymaktadır. Grup bağlılığı arttığında üyelerin bilgi paylaşım niyetlerinde de belirgin bir artış meydana geldiği tespit edilmiştir.

Fauzi vd.’a (2020: 46) göre sanal topluluklar, üyelerin bilgi paylaşım faaliyetlerine katılmalarına ortam hazırlamıştır. Teknoloji gelişmeye, yenilenmeye devam ettikçe bireyler bilgiye en kısa sürede ulaşmak için sanal topluluklara yönelecektir. Bu yönelim bireyler arası iletişimin sanal ortamda devam etmesini sağlar niteliktedir. Bireyler sanal ortamlarda tıpkı geleneksel yaşamda olduğu gibi ortak amaçlar doğrultusunda karşılıklı olarak iletişim kurarak sanal topluluklara üye olmaktadır. Karşılıklılık ilkesi de tıpkı ilişki kavramı gibi günlük yaşamda birçok alanda insanların hayatında var olan bir kavramdır. İnsanlar doğaları gereği meraklı varlıklardır. Ve ilkel toplumlardan başlamak üzere her dönemde bilgi arayışı içerisinde olagelmıştır. Bilgiyi edinme ve edinilen bilgiyi paylaşma ihtiyacı duyulabilmektedir. Bu nedenle bilgiyi yayma konusunda karşılıklılık esasını temel alabilirler. Bilgi verdiğimiz kadar da bilgi edinme isteği söz konusu karşılıklılık ilkesiyle örtüşebilir. Bu nedenle çalışan bireyler veya profesyonel yöneticiler de dâhil olmak üzere pek çok insan bilgi edinmek ve paylaşmak için sanal toplulukları kullanmaktadır. Sanal toplulukların katılımcıları, grup içerisindeki bilgi alışverişinden, kendilerinin ve diğer katılımcıların kimliğinden, grup içindeki diğer bireylerle etkileşimlerinden doğan bağlılıklarından ötürü bir sanal topluluk duygusunu karşılıklı olarak yaşayabilirler. Bununla birlikte, içerisinde bulunduğu sanal topluluğa bağlanma ve bilgi alışverişi grupta sanal topluluk

duygusunu artıran davranış normları oluşturmaya destek sağlar. Sanal topluluklar, bireylerin ve grupların etkileşimlerinden faydalandığı sosyal bir ortam temin edebilir. Sanal topluluklar ve diğer çevrimiçi sosyal sistemler, mutlak surette bireylerin hayatlarının bir parçası durumuna gelmiştir. C. Luo vd.'a (s.4) göre karşılıklılık, borçluluk hissini ifade eder. Üyelerin gruplara olan katkılarının diğer üyelerden gelecek feedback ile giderileceği düşünülen beklentidir. Bu bilgiler dâhilinde mediatör rolü üstlenen karşılıklılık kavramı da çalışmaya dâhil edilmiştir. Üçüncü hipotezde ele alınan mediatör etkiye sahip karşılıklılık kavramı yol analizi ile doğrulanmıştır. Baron ve Kenny tarafından mediatör değişken için önerilen varsayımlara bakıldığında, grup bağlılığı ve bilgi paylaşım niyeti arasında anlamlı bir doğrusal ilişkinin bulunduğu; grup bağlılığı ile karşılıklılık arasında da anlamlı bir doğrusal ilişkinin bulunduğu; bilgi paylaşım niyeti ile karşılıklılık arasında doğrusal bir ilişkinin bulunduğu ve bu varsayımların sağlanmasından itibaren bilgi paylaşım niyetini açıklayan grup bağlılığı değişkenine ait katsayısının 0,734'den 0,362 değerine düştüğü ve bu anlamda aradaki ilişkiyi açıklama oranının yükseldiği görülmüştür.

Araştırmada dört tür ölçek kullanılmıştır. Bunlardan ilki ilişki ölçeği iken ikincisi karşılıklılık ölçeğidir. Bir diğeri ise bağlılık ölçeğidir. Bağlılık ölçeği duygusal, devam ve normatif bağlılık olmak üzere çalışmaya dâhil edilmiştir. Son olarak ise bilgi paylaşım niyeti ölçeği kullanılarak analizler yapılmıştır. Araştırmanın ana sorusu: “Sanal topluluklara bağlılık, bilgi paylaşımını etkiler mi?” şeklindedir. Araştırma kapsamında 597 kişiye online anket uygulanmış olup, eksik cevaplama nedeniyle 197 anket analize tabi utulmamıştır. Katılımcılar tarafından eksiksiz doldurulan 400 anketten 376'sı geçerli sayılarak veriler analiz edilmiştir. Demografik sonuçlara göre katılımcıların cinsiyetlerine bakıldığında %61,4'lük bir oranla kadınların, %38,6 oranına sahip erkeklerden daha fazla katılım gösterdiği gözlenmiştir. Bilgi paylaşımının cinsiyete göre farklılık göstermediği bağımsız gruplar t-testi ile tespit edilmiştir. Bunun nedeni olarak cinsiyet ayrımının azalması gösterilebilir. Akkaş (2015: 168) sanal cemaatler ile ilgili çalışmasında kadınların erkeklere oranlara daha fazla katılım gösterdikleri sonucuna varmıştır. Mülakat tekniğini kullanan Akkaş, 28 yaşında bir kadın ile yaptığı görüşme sonucunda katılımcı, eşinin sosyal paylaşım sitelerine girmesi sonucu kendisinin de sosyal medya platformlarına yöneldiğini ifade etmiştir. Yaş dağılımına bakıldığında %56,6'lık büyük bir dilimin 25-34 yaş arasındaki bireylerden

oluştugu gözlemlenerek dengeli bir dağılım görülmemektedir. Akkaş'ta (s.172), yaptığı çalışmada, katılımcıların %26'sının 28-34 yaş aralığında olduğunu tespit etmiştir. Sanal topluluk gruplarında, 55 yaş ve üstü katılımcıların diğer yaş aralığına sahip katılımcılara oranla daha fazla bilgi paylaşım niyetine sahip olduğu tek faktörlü ANOVA analizi aracılığıyla tespit edilmiştir. Bunun nedeni, emekli olan bireylerin boş vakitlerinin çalışma hayatlarına oranla daha fazla olması nedeniyle sanal gruplarda zaman geçirmek istemesi olabilir. Bunun yanı sıra bilgi arayışı ve paylaşma isteği bu yaş aralığında ki bireylerde daha fazla olabilir. Ayrıca Facebook'un okuma yazma bilen, akıllı telefona veya bilgisayar, tablet gibi araçlara sahip her yaş aralığının kullanabileceği bir sosyal medya aracı olması da bir etken olabilir. Medeni durumları incelendiğinde, %52,7 ile bekâr bireylerin, %47,3 oranına sahip olan evli bireylere oranla daha fazla sayıda olmalarıyla birlikte dengeli bir dağılım sağladığı görülmüştür. Yapılan analizler göz önüne alındığında medeni durumun bilgi paylaşımında herhangi bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Bunun nedeni de eğitim seviyesinin giderek arttığı günümüzde bireylerin gerek bilgi arama veya paylaşma konusunda gerek sosyalleşme konusunda daha özgür ve bireysel temelli bir yaşam tarzının hakim olması olabilir. Böylece bekar veya evli farketmeksizin her birey sanal topluluklara katılıp amacı doğrultusunda hareket edebilir. Eğitim seviyeleri kapsamında bakıldığında yine normal bir dağılım göstermeyerek %57,7'lik orana sahip katılımcıların, çoğunlukla lisans mezunu olduğu görülmektedir. Sanal topluluklarda bilgi paylaşım niyetinin eğitim seviyelerine oranla farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Bunun nedeni olarak sosyal medya kullanan bireylerin, eğitim seviyelerinden ziyade okuma yazma bilmelerinin yeterli olması gösterilebilir. Son olarak gelir seviyesi 3000-5999 aralığına sahip katılımcıların oranı %43,6'dır. Bu orana en yakın dağılımın %34,6 ile asgari ücret ve altı gelir seviyesine sahip katılımcılardan olduğu gözlemlenmektedir. Sanal topluluklarda bilgi paylaşım niyetinin gelir seviyelerine göre farklılık gösterdiği yapılan ANOVA analiziyle tespit edilmiştir. 10 bin ve üstü gelir seviyesine sahip katılımcıların bilgi paylaşım niyetinin, Asgari ücret ve altı ile 3000-5999 gelir seviyesine sahip katılımcılara oranla daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Akkaş (s.177), çalışmasında gelir durumu ile sanal cemaatlere girme sıklığı arasında bir ilgi olduğunu ifade etmiş, sanal cemaatlere katılım sayısı ile gelir durum arasında paralellik olduğunu tespit etmiştir.

Çalışmada demografik veriler diğer çalışmalarla karşılaştırılmalı olarak ifade edilememektedir. Bu nedenle yalnızca Akkaş'ın yapmış olduğu çalışma ile bir karşılaştırma yapılmıştır. Daha önce de belirtildiği gibi sanal topluluk konusuyla ilgili kullanılan yöntemlere bakıldığında veri toplama tekniklerinden anket yöntemi kullanılmamıştır. Dolayısıyla bir çalışmada derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmasına karşın yalnızca grup yöneticileriyle görüşme yapılmıştır. Bir başka araştırmada odak grup çalışması yapılmasından dolayı yalnızca iki grup arasında çalışmanın yürütülmüş olması demografik veri karşılaştırması yapılmasına engel teşkil etmektedir. Yine bir diğer çalışmada ise içerik analizi yöntemi kullanılması nedeniyle demografik veriler karşılaştırılamamıştır.

Sanal topluluklar bağlamında literatüre bakıldığı zaman Türkiye'de çok az çalışma yürütüldüğü görülmektedir. Söz konusu çalışmalar genellikle toplulukların sanallaşması üzerine literatüre kazandırılmış araştırmalardır. Ayrıca yürütülen çalışmalarda sanal topluluklara bağlılık veya söz konusu topluluklarda bilgi paylaşma niyeti gibi konular ele alınmadığı görülmektedir. Bu nedenle araştırma ağırlıklı olarak sanal topluluklara bağlılığı ve bu bağlılığın grup içi bilgi paylaşım niyetine etkisini içermektedir. Tüm bunların yanında düzenleyici etkisi bulunan ilişki kavramı ve aracı rol üstlenen karşılıklılık kavramı da çalışmaya dâhil edilerek araştırma kapsamı genişletilmiştir. Bu çalışma ülkemiz açısından literatürü zenginleştirmeye katkı sağlarken daha sonra bu konu üzerinde yapılacak çalışmalara ışık tutacaktır.

KAYNAKÇA

- Ada, Ş., Akan, D., Ayık, A., Yıldırım, İ., Yalçın, S. (2013). “Öğretmenlerin Motivasyon Etkenleri”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(3), 151-166.
- Agostini, S., ve Mechant, P. (2019). “Towards a Definition of Virtual Community” [Sanal Topluluğun Tanımına Doğru], *Signo y Pensamiento*, 38(74), 2027-2731
- Akkaş, İ. (2012). *Sanal Cemaatler*. (Doktora Tezi), Malatya: Malatya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akkaş, İ. (2013). “Çok Yüzlü İlişkiler Ağında Kimlikler ve Sanal Cemaatler”, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 37-53.
- Akkaş, İbrahim. *Sanal Cemaatler*, Doğu Kütüphanesi Yayınları, İstanbul 2015.
- Allen, N., J. ve Meyer J., P. (1990). “The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization” [Kuruluşa Yönelik Duygusal, Devamlılık ve Normatif Bağlılığın Ölçümü ve Öncülleri], *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- Azder, B. (2019). Hashtag Nedir? En Etkili Nasıl Kullanılır?, <https://netvent.com/hashtag-nedir-en-etkili-nasil-kullanilir/> (Erişim Tarihi:11.09.2021)
- Baron, Reuben M., Kenny, David A. (1986). "The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations" [Sosyal Psikolojik Araştırmalarda Moderatör-Arabulucu Değişken Ayrımı: Kavramsal, Stratejik ve İstatistiksel Mülahazalar], *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Blanchard, A., L. (2008). “Testing a Model of Sense of Virtual Community” [Bir Sanal Topluluk Duygusu Modelini Test Etme], *Computers in Human Behavior*, 24(5), 2107–2123.

- Bozkurt, V. (1999). "Yıkıcı Gemeinschaft"Tan "Öteki"Siz Postmodern Kabilelere SANAL CEMAATLER <https://www.researchgate.net/publication/319350721>, (Erişim Tarihi: 26.01.2021).
- Demirci, E., Türk, G. D. (Temmuz 2016). "Türk Sanal Cemaatlerde Emoji Kullanma" [Bildiri], *1st International Scientific Researches Congress Humanity and Social Sciences*, Madrid.
- Ellis, D., Oldridge, R. ve Vasconcelos, A. "Community and Virtual Community" [Topluluk ve Sanal Topluluk], *Annual Review of Information Science and Technology*, 38(1) 2005, 145-186.
- Fauzi, M., A., Haron, N., R., H., M., RamLi, F., I., Rahman, H., A. ve Kamaruzzaman, Z., A. "Theories And Antecedents Of Knowledge Sharing Behaviour In Virtual Community: A Systematic Review" [Sanal Toplumda Bilgi Paylaşım Davranışının Kuramları ve Esasları Sistematik Bir Değerlendirme], *Journal of Content, Community & Communication Amity School of Communication* 11 (6), 2020, 32-51.
- Haberli, M. (2012). "Yeni Bir Örgütlenme Biçimi Olarak Sanal Cemaatler", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 118-134.
- Hoşgörür, V. (Ed.). (2018). *Sosyal Bilimlerde Kuramlar*, Ankara: Pegem Akademi.
- Kar, S. Kesim, A. (2004/3). "Alternatif Bir Sosyalleşme Zemini Olarak İnternet ve Bir Sanal Cemaat Örneği, İtiraf.com". *Folklor Edebiyat Dergisi*, 9(3), 415-431.
- Li, D. (2019). "Text Mining Model for Virtual Community User Portrait Based on Social Network Analysis" [Sosyal Ağ Analizine Dayalı Sanal Topluluk Kullanıcı Portresi için Metin Madenciliği Modeli], *Tehnicki Vjesnik* 26(4), 1145-1151.
- Li, G., Lin, S., Yu, W. ve Guo, S. (2021). "An Empirical Study on the Cueing Effect of the Emotional Post Title in a Virtual Community" [Sanal Bir Toplulukta Duygusal Yazı Başlığının İşaret Etkisi Üzerine Ampirik Bir Çalışma], *Data and Information Management*, 5(1), 208–227.
- Luo, C., Lan, Y., Luo, R., X. ve Li, H. (2020). "The Effect of Commitment on Knowledge Sharing: An Empirical Study of Virtual Communities" [Bağlılığın

- Bilgi Paylaşımına Etkisi: Sanal Toplulukların Deneysel Bir Çalışması], *Technological Forecasting & Social Change*,1(1) 1-11.
- Lyu, X., Wang, H., Ma, A., Wang, X. ve Zhao, L. (2019). “The Relationship Between the Sense of Virtual Community and Knowledge-Sharing: The Mediating Role of Trust” [Sanal Topluluk Duygusu ve Bilgi Paylaşımı Arasındaki İlişki: Güvenin Aracılık Rolü], *Human Behavior and Emerging Technologies*, 1(3), 245–260.
- McMillan, D., W. (1996). “Sense of Community” [Topluluk Duygusu], *Journal of Community Psychology*, 24(4), 315-325.
- McMillan, D., W. ve Chavis, D., M. (1986). “Sense of Community: A Definition and Theory” [Topluluk Anlayışı: Bir Tanım ve Teori], *Journal of Community Psychology* 14, 6-23.
- Meydan, C.H. ve Şeşen, H. (2011). *Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Meyer, J., P ve Allen, N., J. (1991). “A Three-Component Conceptualization Of Organizational Commitment” [Örgütsel bağlılığın üç bileşenli bir kavramsallaştırması], *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89.
- Mulyadi, U., Fitriana, L. (2018). “Hashtag (#) as Message Identity in Virtual Community” [Sanal Toplulukta Mesaj Kimliği olarak Hashtag (#)], *Jurnal The Messenger*, 10(1), 44-53.
- Naranjo, Z. M., Oliveira, T., Casteleyn, S. ve Irani, Z. (2019). “Continuous Usage of e-Participation: The Role of the Sense of Virtual Community” [Sürekli e-katılım Kullanımı: Sanal Topluluk Duygusunun Rolü], *Government Information Quarterly*, 36, 536-545.
- Pan, Y., Xu, Y.C., Wang, X., Zhang, C., Ling, H. ve Lin, J. (2014). “Integrating Social Networking Support for Dyadic Knowledge Exchange: A Study in a Virtual Community of Common Practice” [İkili Bilgi Alışverişi için Sosyal Ağ Desteğini Entegre Etme: Ortak Uygulamalar Sanal Topluluğunda Bir Çalışma], *Information and Management* 52(1), 1-36.

- Parsell, M. ve Townley, C. (2012). "Virtual Communities, Ethics of" [Sanal Topluluklar, Etik], *Encyclopedia of Applied Ethics*, 495-502.
- Perşembe, E. (2004). "Enformasyon Toplumunda Cemaatler Sanal mı, Gerçek mi?", *Muhafazakar Düşünce Dergisi*, 1(2), 34-44.
- Rubio, N., Villaseñor, N. ve Yagüe, Jesús, M. (2020). "Sustainable Co-Creation Behavior in a Virtual Community: Antecedents and Moderating Effect of Participant's Perception of Own Expertise" [Sanal Bir Toplulukta Sürdürülebilir Birlikte Yaratma Davranışı: Katılımcının Kendi Uzmanlık Algısının Öncülleri ve Moderatör Etkisi], *Sürdürülebilirlik*, 12(19), 1-19.
- Stolterman, E., Ågren, P-O., Croon, A. (1999). "Virtual communities – why and how are they studied" [Sanal topluluklar - neden ve nasıl inceleniyorlar], https://www.researchgate.net/publication/250882874_Virtual_communities_-_why_and_how_are_they_studied (Erişim Tarihi: 21.05.2021).
- Subaşı, N. (2002). *Bilişim Toplumuna Giderken: Sosyoloji ve Hukukta Etkiler Sempozyumu*. Ankara, 105–112.
- Thoma, B., Brazil, V., Spurr, J., Palaganas, J., Eppich, W., Grant, V., & Cheng, A. (2018). "Establishing a Virtual Community of Practice in Simulation The Value of Social Media" [Simülasyonda Sanal Uygulama Topluluğu Oluşturma], *Journal of Simulation Association in Healthcare*, 13 (2), 124–130.
- Tönnies, F. (1887). *Cemaat ve Cemiyet*. (Çev.: Emre Güler). İstanbul: Vakıfbank Kültür Yayınları. (2019).
- Türk, G. D. (2017). *Sanal Cemaatler ve Türkiye’de Siyasal Kutuplaşma*. (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Türk, Gül, Dilek (2020). *Sanal Cemaatler ve Türkiye’de Siyasal Kutuplaşma*, Ankara: Nobel Yayınevi.
- Tüzünoğlu, M. (2020). "Sosyal Sermaye Kaynağı Olarak Sanal Cemaatler", *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 246-275.
- Usman, B., Yennita (2018). "A Glimpse into the Virtual Community of Practice (CoP): Knowledge Sharing in the Wikipedia Community" [Sanal Uygulama

Topluluğuna (CoP) Bir Bakış: Wikipedia Topluluğunda Bilgi Paylaşımı], *Asian Journal of Business and Accounting* 11(2), 249-276.

Vatandaş, S. (2020). “Sanal Cemaat: Tarihsel ve Sosyolojik Gerçeklikten, Dijital Çağın Sanallığına: Cemaatin Sanallaşması”, *Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21 (2), 20-46.

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Yıldız, N. (2019). “Sanal Cemaatler”, *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 163-165.

İNTERNET KAYNAKLARI

https://twitter.com/search?q=%23anneyeneoldu&src=recent_search_click (Erişim Tarihi:19.09.2021)

<https://www.devletdestekli.com/instagramdan-nasil-para-kazanilir/> (Erişim Tarihi: 21.10.2021)

<https://www.icisleri.gov.tr/kismi-kapanma-tedbirleri-ile-ilgili-sikca-sorulan-sorular> (Erişim Tarihi:18.10.2021)

<https://www.trendyol.com/yardim/sorular/> (Erişim Tarihi: 10.09.2021)

<https://www.hepsiburada.com/cozummerkezi> (Erişim Tarihi: 14.08.2021)

<https://www.trendyol.com/xiaomi/mi-robot-vacuum-mop-pro-cleaner-robot-supurge-ve-paspas-beyaz-p-36502435?boutiqueId=568538&merchantId=107461> (Erişim Tarihi: 16.11.2021)

<https://www.trendyol.com/gorkito/makyaj-sungeri-p-34176565?boutiqueId=568874&merchantId=383473> (Erişim Tarihi: 19.11.2021)

<https://www.kizlarsoruyor.com> (Erişim Tarihi: 18.09.2021)

EKLER

EK 1. Anket Formu

Sanal Topluluklara Bağlılığın Bilgi Paylaşımı Üzerindeki Etkisi

SAYIN KATILIMCI,

Bu çalışma; 'Sanal Topluluklara Bağlılığın Bilgi Paylaşımı Üzerindeki Etkisini' incelemek amacıyla planlanmıştır. Sanal Topluluk, ortak amaçlar doğrultusunda sanal ortamda bir araya gelen insan topluluğudur. Bu nedenle bir sanal topluluk olarak Facebook'ta bulunan 'Arkeolojinin Gizemine Yolculuk (Tarih, Mitoloji, Coğrafya, Sanat)' grubu seçilmiştir. Çalışmada toplanan veriler ve sorulara verilen cevaplar kesinlikle gizli tutulacaktır. Katılımınız için teşekkürler.

BÖLÜM I

KİŞİSEL BİLGİLER

Cinsiyet

☐ Kadın ☐ Erkek

Yaş

☐ 18 ve altı ☐ 19-24 ☐ 25-34 ☐ 35-44 ☐ 45-54 ☐ 55 ve üstü

Eğitim

☐ İlköğretim Mezunu ☐ Lise Mezunu ☐ Üniversite ☐ Lisansüstü

Medeni Hal

☐ Bekar ☐ Evli

Gelir Seviyesi

☐ Asgari ücret ve altı ☐ 3000-59999 ☐ 6000-9999 ☐ 10 bin ve üstü

Meslek

BÖLÜM II

Bu soruları cevaplarken sizin durumunuz için en uygun olan seçeneği işaretleyiniz. Sorulara gerçekçi ve içtenlikle cevap vermeniz, bu araştırmanın amacına ulaşmasına katkıda bulunacaktır.

1=Kesinlikle katılmıyorum 2=Katılmıyorum 3=Karasızım 4=Katılıyorum 5=Kesinlikle Katılıyorum

	1	2	3	4	5
1. Bu sanal topluluktaki birçok üyeyle güçlü bir ilişkim var.					
2. Gruptaki diğer üyelerle birlikte sık sık yeni arkadaşlar edinirim.					
3. Diğer üyelerle ortak ilgi alanlara sahibim.					
4. Bilgi paylaşımım, bu sanal topluluktaki üyelerle aramdaki bağları güçlendirir.					
5. Bilgi paylaştığımda, bir cevap verdiğim için bir cevap alacağıma inanıyorum.					
6. Bilgi paylaştığımda, diğer üyelerin ihtiyacım olduğunda yanıt vermesini bekliyorum.					
7. Bilgi paylaştığımda, ihtiyacım olduğunda bilgiyi geri almayı bekliyorum.					
8. Grupta bilgi paylaştığımda, sorularımın cevaplanacağına inanıyorum.					
9. Bu sanal topluluğun benim için büyük bir duygusal çekiciliği var.					
10. Bu sanal topluluğa duygusal olarak bağlanmak kolaydır.					
11. Grubun değerini, grup dışındaki insanlarla tartışmaya hazırım.					
12. Bu sanal topluluğun benim için büyük bir kişisel anlamı var.					
13. Gruptan ayrılırsam birden çok kaybım olacağını düşünüyorum.					
14. Bu sanal topluluğu bırakmak, büyük ölçüde kişisel fedakarlığa yol açar.					
15. Gruptan ayrılırsam birden çok kaybım olacağını düşünüyorum.					
16. Grupta kalmak için ahlaki bir zorunluluk hissediyorum.					
17. Bu sanal toplulukla devam etme sorumluluğunu üstlendiğimi düşünüyorum.					
18. Sanal topluluk sadakatimi hak ediyor.					
19. Gruptan ayrılırsam kendimi suçlu hissederim.					
20. Bilgilerimi bu sanal topluluktaki diğer üyelerle sık sık paylaşmak niyetindeyim.					
21. Bir konu hakkında biraz bilgim olduğunda, onu sanal toplulukta yayınlamak isterim.					
22. Bilgimi her zaman diğer sanal topluluk üyelerinin isteği üzerine sağlayacağım.					
23. Bilgilerimi sıklıkla diğer üyelerle aktif olarak paylaşıyorum.					

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Tuğba BİCAN
Doğum Yeri ve Tarihi	
Eğitim	
Ön Lisans Öğrenimi	
Lisans Öğrenimi	
Y. Lisans Öğrenimi	
Bildiği Yabancı Diller	
Bilimsel Faaliyetleri	
İş Deneyimi	
Stajlar	
Projeler	
Çalıştığı Kurumlar	
İletişim	
Tarih	19.01.2022